La prima colazione italiana cambia: mode e novità

img1028-21f56651

Nel vasto universo dell’ospitalità, che è stato percorso da profondi cambiamenti negli ultimi 30 anni, il momento della colazione sembra quello rimasto, apparentemente, quasi immutato. Era diversa la musica di sottofondo (Spagna cantava Easy Lady e Sabrina Salerno Sexy Girl, in quel lontano, edonista 1986), appena entrati al bar l’occhio cadeva sul quotidiano con le notizie “fresche”. Oggi magari si sfoglia ancora, ma tanto ci si è già aggiornati su smartphone o tablet. La navigazione social poi continua nel locale, img1086sostituendo in molti casi la chiacchierata mattutina con il barista a commentare i risultati delle partite o i fatti del giorno. Però, alla fine, davanti al bancone la richiesta è sempre quella: caffè o cappuccino e brioche, o cornetto, con quello spartiacque linguistico che divide l’Italia in due a definire sempre la stessa cosa: il croissant a forma di mezzaluna, vuoto o ripieno.

STESSO PRODOTTO, PROCESSI MUTATI

“È un prodotto che sembra sempre uguale a se stesso, mentre in realtà i processi per produrlo hanno subito dei grandi cambiamenti – spiega il professor Franco Antoniazzi, docente di tecnologia dei prodotti dolciari all’Università di Parma – nel senso di una maggiore semplificazione Ad esempio, negli anni ’80 si impiegavano tre impasti, oggi solo uno. Gli anni ’90 hanno visto l’introduzione del cornetto congelato, che all’inizio doveva essere tolto dal freezer e messo a lievitare la sera per cuocerlo la mattina dopo. Ha avuto un grande successo, perché il profumo di dolce appena sfornato è una sicura attrattiva per i clienti. Però il barista aveva un problema: doveva calcolare in anticipo i consumi del giorno dopo, cosa non facile nei locali ad alta frequentazione. È stato dunque introdotto il croissant congelato dopo la lievitazione, più voluminoso dell’altro, fino a quattro volte, ma che può essere cotto subito. La qualità rispetto al primo è inferiore, anche se negli anni è migliorata. All’estero, ma molto meno in Italia, sono usati i semicotti, cotti al 90% e poi surgelati. Oggi si parla molto di lievito madre e lievitazioni lente, che assicurano un gusto migliore, ma si scontrano con la necessità di ottenere un prodotto standardizzato e disponibile velocemente”.

LE MODE TRA NATURA E “FOOD DESIGN”

Anche il cornetto, come tutto il food, segue le mode del momento. Alcune hanno presoimg1090piede, altre meno. A partire, appunto, dal lievito madre. “Il problema principale è la sua instabilità, in parte risolta dall’introduzione del lievito naturale secco”. Alcune innovazioni non hanno funzionato “come il formato piccolo, che non è stato recepito per la prima colazione del mattino, ma piuttosto utilizzato come sfizio di metà giornata”. L’integrale “che per il gusto diverso non ha mai superato il 15%”. Il senza glutine e il senza zucchero: “i primi vanno consegnati confezionati, e danno un’idea di “industriale” che non convince, l’uso dei secondi è limitato a chi ha problemi di glicemia”. Al bar conviene tenerli solo se si ha un cliente affezionato che li richiede. “Un trend globale è poi quello dei grani antichi, farro in primis, che trasmettono l’idea di un ritorno a un passato miticamente sano e naturale”. Le ultime evoluzioni gratificano il senso estetico, con i croissant neri al carbone vegetale e quelli con semi di chia, nerissimi anche loro e scenografici (ma attenzione a non usarne troppi: in grandi quantità sono tossici). Cambia insomma il contenuto ma non il contenitore: “Il cornetto è una forma che abbiamo in testa da sempre [pare sia nato da un pasticcere viennese che voleva festeggiare la vittoria sugli ottomani nel 1683 con un dolce a forma di mezzaluna, ndr], e questo vale anche per le parole: che siano di soia o di riso, devono essere chiamati latte e cappuccino per essere presi in considerazione. Spesso il prodotto completamente innovativo non funziona: bisogna che richiami almeno in parte qualcosa di conosciuto”. Specie in un momento della giornata “delicato” come la prima colazione, dove si cerca rassicurazione e dolcezza prima di affrontare la giornata.

CAFFÈ MONORIGINE E LATTI ALTERNATIVI

Sul fronte della tazzina il discorso è simile: cambia la sostanza, non la forma. Nel 1986 le alternative erano limitate: c’era ancora la guerra fredda (il muro di Berlino cade nel 1989), i film di 007 con il bene e il male delimitati geograficamente, il caffè espresso da miscela e il latte di mucca, nel cappuccino o per il macchiato, caldo o freddo. Stop. Poi il muro è crollato e il mondo si è, nel giro di pochi anni, globalizzato. Le alternative si sono moltiplicate come in un gigantesco supermercato planetario, e si è scoperto che il caffè ha le stesse sfumature di un vitigno e che un italiano su due è intollerante al latte di mucca. Il nuovo millennio poi si è aperto nel segno del salutismo. Alzi la mano chi nel 1986 seguiva le linee guida dell’Oms, l’Orgnizzazione mondiale della Sanità. Lo si faceva in casi estremi, come l’incidente alla centrale nucleare di Cernobyl che avvenne proprio quell’anno, e che provocò tra l’altro la sospensione della vendita di latte per qualche tempo. Oggi, sempre più clienti sono attenti alla salute e alle intolleranze vere (quella al lattosio) o presunte img1093(quella al glutine, che colpisce un 2% scarso della popolazione ma è “seguita” da molti altri). E quindi si chiede un’alternativa. Al bar entrano il cappuccino di soia e il caffè al ginseng e torna in auge persino quello d’orzo. I Millennials a

partire dal secondo decennio del secolo poi ragionano secondo logiche gourmet (origine, qualità, biologico) e indugiano sulla scelta – cosa una volta impensabile – del caffè, ragionando su provenienza e cultivar.

COLAZIONE FUORI, MA NON AL BAR

L'aumento dei consumi e la rinnovata attenzione al primo pasto della giornata ha gioco forza attirato nuovi attori nell'arena della colazione fuori casa. Nel 2013 MCDonald's annuncia l'introduzione in 300 locali della caffetteria dedicata alla prima colazione. La base è sempre quella: caffè, cappuccino e brioche, con l'immancabile tocco americano di muffin, donuts e pancakes. Ma ormai la colazione si fa un po' ovunque. In libreria (Feltrinelli propone a 2 euro la "colazione naturale": brioche di ferro a lievitazione lenta e cappuccino), nel negozio di abbigliamento o dal concessionario auto si offrono caffè e rinfreschi. Certo, non è questo il core business, ma i nuovi stili di vita fluidi e in costante movimento richiedono anche questo: trovare cibo ovunque e in qualsiasi situazione, fin dalle prime ore del mattino. E un caffè e un cornetto fragrante attirano clienti. La colazione del futuro? Potrebbe essere a base di farina di insetti e latte di canapa. Ma assomiglierà ancora a un tradizionale, amatissimo cappuccio con brioche.

Prima colazione: la rivincita delle donne

Prima colazione, numeri in crescita