Vegana, vegetariana, sana: la colazione del Millennial

La colazione è morta viva la colazione. Già perché come spesso accade, dopo un momento in cui il primo pasto del mattino è stato un po' messo da parte insieme a tutto ciò che era dolce e ipercalorico, alla fine la colazione è ritornata. Più sana, multietnica, colorata e golosa che mai. Se sappiamo, ce lo dicono le indagini Fipe, che la giornata al bar inizia con caffè o cappuccio e cornetto per 5,4 milioni di italiani e il 63,8% fa colazione fuori casa, la proposta si diversifica. E strizza l'occhio anche a chi desidera iniziare la giornata nutrito ma leggero. Per vari motivi: perché segue una dieta etica (vegetariana, vegana), salutare (crudista, paleo, antroposofica), perché è intollerante (al latte, alle uova, al glutine) o semplicemente perché è attento alla forma fisica. Il rapporto Eurispes 2019 ci dice che il  5,4% degli italiani è vegetariano, in calo dello 0,8%

rispetto al 2018, mentre i vegani sono l'1,9% della popolazione, +1% . In totale circa il 7,3% della popolazione, dato stabile. Ma aumenta la spesa alimentare nel settore. Anche grazie ai flexitariani, che prediligono una dieta a base di vegetali e cereali integrali ma che si concedono qualche strappo alla regola. Le motivazioni in questo caso molto spesso sono di tipo ecologico: mangiare derivati di animali è poco ecosostenibile. Ma tre persone su dieci ritengono questi stili di alimentazione più salutari. Forbes parla addirittura di una "breakfast revolution" che sta portando i consumatori a cercare

attivamente cibi che non semplicemente nutrano, ma facciano bene alla salute. Il motivo interessa poco in fondo e anzi l'importante è cercare di mettere tutti d'accordo, perché la nuova tendenza del vegano – e la colazione non fa eccezione – è proprio quella di non ghettizzarsi ma realizzare prodotti così buoni e convincenti da attirare ogni genere di consumatori, anche quelli per nulla indottrinati. Ma che non possono non apprezzare il buon gusto e le promesse di una salute migliore.

VEGANO SÌ, MA PER TUTTI

Anche secondo Kantar Worldpanel la maggior parte delle scelte alimentari oggi è fatta pensando alla salute, specie se parliamo della fascia dei Millennials. Che rifuggono la colazione troppo calorica o zuccherata perché non pesi sul già difficile inizio di giornata. Largo dunque ai superfood, ai cereali integrali, alla frutta fresca, specie sotto forma di succhi estratti al momento. Sul banco degli imputati sono saliti un po' tutti: dai grassi (contrastati tramite i superfood dalle proprietà antiossidanti, dalla curcuma al frutto rosso ai semi di chia, proposti in pudding dolci) agli zuccheri (sostituiti da dolcificati rigorosamente naturali, come malto di riso, zucchero di cocco o di agave ecc). Mentre le marmellate si vogliono senza zucchero o con zuccheri della frutta. Meglio se biologiche. Ben accetti anche i probiotici (il banale yogurt in primis), che fanno tanto bene al microbioma intestinale.

NUOVE TENDENZE PER LA MATTINA



Vegano, biologico, integrale. Anche nei prodotti da forno si cerca di uscire dal seminato. Piacciono la quinoa, il farro, l'avena, magari uniti a superfood come sesamo, curcuma o cannella. Si aggiungono verdure, nuovo trend della pasticceria, o frutta: carote, mela, melograno, mirtilli, ribes o agrumi. Ma anche mora o sambuco. Il farro e il grano monococco sono più sani, la farina migliore è macinata a pietra. Quanto ai succhi, si prediligono ormai le estrazioni lente, da preferire ai centrifugati perché preserverebbero le proprietà nutritive del vegetale fresco. Ed è ormai imprescindibile una alternativa vegetale al latte vaccino, per cappuccini o caffè macchiati. Tra i trend più recenti in arrivo dall'America ci sono i dolci alla tahine e il latte di avena, le acque aromatizzate alla frutta e alla verdura (per dire, alla barbabietola biologica) e i probiotici di vari

tipi. Un’altra tendenza che accomuna i Millennials, sempre più anche a colazione, è poi il consumo da asporto. Una fascia che si potrebbe pensare di offrire o incrementare. Attrezzandosi con contenitori da asporto rigorosamente biodegradabili, riciclati o riutilizzabili. Perché tutta la proposta deve essere se non uniforme, quanto meno non in contraddizione con se stessa. A pena di perdere in credibilità.

Un locale da seguire per la colazione: L’Orto Cafè, Torino