Aperitivo all'italiana, il ruolo del food pairing

aperitivo-food-pairing-75518093

Nell’aperitivo all’italiana ciò che oggi non può sicuramente mancare, oltre al drink, è il food pairing, finger food di qualità diventati un vero e proprio must in Italia. A dirlo 8 italiani su 10 (82%) che sostengono che il cibo che accompagna la bevuta in questo momento, non sia più solamente un’abitudine ma una vera e propria ritualità del nostro Paese.

È quanto emerge da uno studio promosso da Sanbittèr condotto con metodologia WOA (Web Opinion Analysis) su un **campione di 300 italiani** attraverso un monitoraggio dei principali social network, forum, blog e community lifestyle internazionali. Sanbittèr ha indagato il territorio dell’aperitivo all’italiana dalle sue origini legate al vino aromatizzato di Ippocrate, il suo sviluppo storico e le sue caratteristiche moderne al valore che ha per i turisti e visitatori esteri, che lo scelgono sempre più per l’atmosfera conviviale e suggestiva delle piazze italiane, per giungere poi ad un ulteriore approfondimento su quella che è la predilezione degli italiani oltre alla bevuta, ossia **l’accompagnamento del food pairing**.

L’Italia è **l’unico Paese al mondo in grado di poter vantare un gustoso patrimonio di 4.698 specialità tradizionali alimentari** e ogni paese ha le proprie proposte di food per l’aperitivo, dalle pizzette, arancini e fritti al sud ai tramezzini, patatine, olivette e focacce al nord. Ma l’Aperitivo nostrano, pur mantenendo intatta la sua essenza, evolve e cambia in forme più salutari e talvolta etniche.

Nasce così **l’aperi-light**, ovvero quell’aperitivo che coniuga il momento di relax con colleghi e amici con la leggerezza e il gusto delle verdure e ortaggi e con una miscelazione che è sempre più analcolica o leggermente “corretta”. Oltre uno chef su tre (35%) propone questo happy hour con finger food di verdura e drink salutari come bitter o aperitivi analcolici ready to drink. Un aperitivo sano che ha conquistato il nostro Paese e che vede sempre più **verdure grigliate, bruschette e leggeri flan**, al fianco di classiche pizzette, patatine fritte, crocché, e carboidrati in generale, che continuano a

dominare il momento dell’aperitivo.

Ma il rito dell’aperitivo italiano moderno conferma sempre di più anche la sua dimensione internazionale, con l’ingresso delle specialità delle cucine etniche. Ad invogliarci a provare gusti e aromi che arrivano da lontano sono soprattutto gli ingredienti in tendenza (51%) e la voglia di esplorare e conoscere nuovi sapori (42%).

Il **cibo da aperitivo è dunque cambiato**: al posto di tramezzini e pizzette, si guarda all’Oriente con bao (panini ripieni cotti al vapore.), l’hummus (salsa a base di pasta di ceci) e gyoza (fagottini ripieni di carne o verdure,) e nascono nuove contaminazioni che utilizzano ad esempio alghe o frutti tropicali e molti altri ingredienti che sposano le tradizioni italiane e regionali. Non è da meno lo street food indiano, che supera i classici luoghi comuni legati a curry e tandoori con i samosa, triangolini di pasta sfoglia croccante ripieni di verdure speziate e le contaminazioni dall’Egitto, come i falafel, polpettine di legumi speziate e fritte. Anche il bere miscelato si evolve e diventa quasi un’arte con cocktail sempre più ricercati nei colori e nei sapori pensati per accostarsi perfettamente ai nuovi aromi delle pietanze.

Nonostante le nuove proposte di **appetizer etniche**, italiani e turisti, nell’ora dell’aperitivo, non rinunciano ai piatti tradizionali della cucina italiana. I prodotti più consumati in questo momento risultano essere quelli legati al territorio dei salumi (75%), proposte veg (65%), focacce (55%) e insalate più light di cous cous, quinoa, farro e orzo (43%), ottime alternative ai classici carboidrati. In calo, invece, patatine (21%) e prodotti fritti in generale (17%).

Per la scelta del locale dove fare un buon aperitivo, oggi i consumatori, dedicano dunque **grande attenzione alla qualità del cibo** (55%), oltre che alle proposte di cocktail (42%) e all’atmosfera suggestiva (45%) in grado di regalare scorci invidiabili sulle grandi piazze italiane e nei piccoli borghi al mare o in montagna.

L’immancabile dell’aperitivo non risulta quindi essere l’alcol, sostituito progressivamente da bitter e aperitivi analcolici ready to drink o da una miscelazione leggermente corretta ma che sa donare la stessa esperienza di gusto. Più della metà degli italiani (62%) ritiene infatti che si possano **esplorare diverse sensazioni di sapori** anche con proposte a bassa o inesistente componente alcolica, scelte sempre più dai consumatori per questioni di benessere (47%), moda (35%), o necessità (41%). C’è quindi una ricerca sempre più costante di nuovi gusti e aromi che vedono nei cocktail analcolici e nelle proposte di food pairing di qualità la massima espressione.

Ecco che Sanbittèr, simbolo dell’aperitivo analcolico italiano, risponde e si sposa perfettamente a questa tendenza, cercando di soddisfare sempre più le mutate esigenze dei consumatori. Dallo storico

Sanbittér Rosso, ai più recenti e colorati **Sanbittèr Passion Fruit, Pompelmo, Sambuco e Zenzero** , da **Sanbittér Bianco** con la sua trasparenza e il suo gusto stuzzicante passando per **Fizz**, l'ultimo nato in casa Sanbittér, il brand si fa portavoce di un aperitivo italiano analcolico ma gustoso e appagante allo stesso tempo.