

**TWININGS**

Tè nero in cui la dolcezza del cocco si combina perfettamente alla briosità del frutto della passione, per una miscela dalle note esotiche. Una combinazione dal sapore fresco e fruttato adatta per chi ama concedersi una coccola.



Abbi cura del tuo corpo, è l'unico posto in cui devi vivere.

JIM ROHN

LINDT

Arancio e Pompelmo Rosa - i colori dell'estate si ritrovano in questa squisita ricetta: l'intenso cioccolato fondente Lindt si unisce al sapore frizzante dell'arancio e del pompelmo rosa, un mix fresco e goloso.



CURIOSITÀ Mangiare cereali integrali con latte è altrettanto efficace per favorire il recupero dopo un lungo allenamento come una bevanda sportiva.

CI PIACE HEALTHY



Krys Alex @unsplash

L'Osservatorio TUTTOFOOD, sempre attento alle dinamiche che coinvolgono l'universo del food&beverage a 360°, ha rilevato i dati dell'indagine di GlobalWebIndex che ogni anno intervista oltre 688.000 internet users in 46 paesi. Secondo il sondaggio l'attenzione al proprio benessere è diventata una priorità. L'utilizzo mensile di app di health fitness è cresciuto del 27% e sono proprio i Millennial e la Gen Z a essere più propensi ad acquistare cibo salutare.

La richiesta di prodotti bio sta crescendo con più forza soprattutto tra le Gen Z e i Millennial e sono i giovani consumatori a essere in prima linea sul trend health-conscious. Il numero di persone che afferma di voler comprare prodotti naturali e bio è cresciuto di 9 e 5 punti percentuali rispettivamente tra questi due gruppi di consumatori. Gli acquisti mensili di cibo sano sono più alti rispetto a quelli di pasti pronti o congelati per la Gen Z e i Millennial. Ma il prezzo elevato in alcuni casi di questi prodotti sta ancora avendo un impatto sugli acquisti, specialmente per i consumatori meno giovani. Quando si tratta in realtà di comprare healthy food ogni mese, circa un terzo della Gen Z e dei millennial dichiara di farlo, scendendo a solo un quarto dei baby boomer. Comparando questo dato con quello degli acquisti di cibo congelato e di cibo pronto, possiamo vedere come, anche se marginalmente, i cibi healthy sono acquistati maggiormente da consumatori più giovani.

I più "health foodies" al mondo

Gli health foodies sono definiti nell'indagine in oggetto come utenti internet che sono interessati a cibi o drink healthy, che hanno comprato o ricercato cibo sano online e che sono fortemente d'accordo con l'affermazione "provo a comprare pro-

dotti naturali e bio". Ben il 55% degli health foodies usa infatti i social per ricercare prodotto, anche se gli spot tv rimangono il vettore più popolare per scoprire i brand e nuovi prodotti. Da questa ricerca emerge che i Paesi più attenti al proprio benessere sono le Filippine, seguite a stretto giro dalla Colombia. Anche in questo caso i principali consumatori di cibo sano sono rappresentati dai Millennial.

Il mercato globale dei fast food e la sfida healthy

I QSRs (Quick Service Restaurants) hanno affrontato la sfida per stare al passo con la domanda dei consumatori che chiedono opzioni più healthy e le necessità emergenti legate non solo alla dieta ma a cibo più sano. Sebbene molto sia stato fatto in questa direzione, si nota un evidente declino nel numero dei consumatori che frequentano e comprano dalle catene di fast food. I dati mostrano che i brand di pizza sono quelli più colpiti. Nonostante la crescente competizione nel mercato tra coloro che forniscono servizi di delivery, Domino's e Pizza Hut mostrano un calo rispettivamente del 28% e del 26%. Ma non è tutto; il settore è stato anche scosso dalla legislazione introdotta nel 2018 secondo cui tutte le catene di ristoranti con 20 o più sedi devono esporre le informazioni sulle calorie contenute nei loro menu.

Corsi di cucina coreana

L'Istituto Culturale Coreano presenta i nuovi corsi gratuiti online, sul proprio canale Youtube, per imparare la Cucina Coreana più popolare e casereccia come il Kimchi o il Bulgoghgi, gli straccetti di manzo marinati alla griglia, ma anche la cucina della corte reale come gli spaghetti di patate dolci o gli gnocchi di riso. La proposta si completa con un corso dedicato alla scoperta della cucina coreana anche nei suoi aspetti meno conosciuti come il crudo di manzo, il barbecue di pancetta di maiale alla coreana (Samkyeopsal) o i sottaceti di topinambur o di prugna (Jangajji).

**LA RICETTA**

Spaghetti di patate dolci con verdure e carne in salsa di soia

Ingredienti per 2 porzioni:

250g di spaghetti di patate dolci
150g di carne di maiale
80g di carote
80g di cipolla
50g di funghi shiitake
80g di spinaci
2 uova

Ingredienti per la salsa degli spaghetti:

6T di salsa di soia
2T di sciroppo di miele
1T di zucchero
2T di olio
2T di acqua

Ingredienti per la salsa per la carne:

1T di salsa di soia
1/2 T di zucchero
1 spicchio d'aglio
1T di vino
1/2 T di olio di sesamo e pepe

Preparazione

Riempire la pentola di acqua (gli spaghetti devono stare dentro l'acqua) e cuocere per 8 minuti da quando inizia a bollire.

Lasciare a mollo in acqua tiepida i funghi shiitake un'ora prima. Dopo tirarli fuori e tagliare in lungo. Strizzare e condire con sale e pepe.

Tagliare la carne in lungo e lasciare marinata.

Tagliare le carote e la cipolla.

Pulire gli spinaci, cuocere in acqua bollente, strizzare e condire con sale e olio di sesamo. Mettere un po' di olio in padella e saltare le verdure in ordine di cipolla e carota, funghi e carne. (Condire cipolla e carote con sale)

Sciogliere gli spaghetti in acqua fredda, sgocciolare e saltare in padella per 5/6 minuti aggiungendo la salsa preparata. (*tagliare gli spaghetti 3-4 volte con le forbici)

Mettere gli spaghetti e gli ingredienti preparati in una ciotola, mescolare tutto con un po' di olio di sesamo e pepe e alla fine aggiungere la frittata d'uovo tagliata e semi di sesamo.

Mi faccio il mio Mamezara

Nella tradizione giapponese i Mamezara venivano adoperati durante la cerimonia del tè per servire dolcetti o per contenere i Kobachi, piccole pietanze servite tra una portata e l'altra per pulire la bocca dal sapore precedente; oggi questi originali recipienti sono diventati un vero e proprio oggetto d'arte che può essere utilizzato come portagioie o appeso alla parete a scopo decorativo.

All'interno dello spazio Tenoha & Worki si può, in alcune occasioni, decorare a piacimento il proprio Mamezara sotto la guida di Ilaria Innocenti, designer e founder di Ilaria.i (e-commerce di piatti coloratissimi e super trendy).

Una volta completata la decorazione le ceramiche vengono cotte e successivamente spedite direttamente a casa di ciascun partecipante.

