BUON COMPLEANNO, LATTE: 30 ANNI E NON SENTIRLI!

Nel 1987 l'Unione Europea ha riconosciuto e tutelato la denominazione "latte" che da allora non hai smesso di accompagnare l'evoluzione dei gusti dei consumatori. Dal latte e cacao che furoreggiava negli anni Ottanta all'attuale boom del golden milk, ecco che latte ci siamo bevuti negli ultimi 30 anni

(Milano, 20 luglio 2017) Il mese di luglio è una data epocale per il comparto lattiero-caseario. Quel giorno di 30 anni fa (era il 2 luglio del 1987) il Consiglio dell'Unione Europea emanava il Regolamento (EEC) n.1898/87 con cui finalmente proteggeva la parola "latte", difendendola dagli usi impropri nel marketing, nell'etichettatura e nella pubblicità. Ed è grazie a questa norma di valore europeo, sottolinea [Assolatte](#), se l'identità del latte è riconosciuta, tutelata e differenziata dagli innumerevoli tentativi di imitazione.

Al Regolamento n.1898/87 va anche il merito di aver identificato, riconosciuto e stabilito i requisiti del latte in termini di caratteristiche produttive, profilo nutrizionale e sicurezza alimentare, aggiunge [Assolatte](#).

Da allora, rimarca Assolatte, sono passati 30 anni tondi tondi, durante il quale il latte ne ha fatta di strada, accompagnando i consumatori di tutta Europa nella loro vita quotidiana e assecondando i nuovi stili di alimentari e le nuove abitudini di consumo.

Anche oggi il "latte" è sempre e solo "latte" e l'Unione Europea continua a difenderne l'unicità, quale alimento completo, caratterizzato da un blend naturale di micro e macronutrienti, come ha fatto alcuni giorni fa la Corte di Giustizia della Ue, ribadendo che il latte è solo quello ottenuto da mucche, pecore, capre o asine.

In questi 30 anni di vita della denominazione "latte", tante cose sono cambiate sulla tavola degli italiani. Ma, sottolinea Assolatte, il latte è rimasto l'alimento nobile e prezioso di sempre: un campione di proteine, minerali (in particolare calcio e fosforo, perdipiù in un rapporto ottimale) e vitamine (come la A, D, E e K, la vitamina C, l'acido folico e la riboflavina). A cambiare, dagli anni '80 a oggi, è stato semmai il modo in cui il latte viene consumato.

Nel **1987** la colazione del mattino degli adulti è all'insegna del caffelatte ma, ricorda Assolatte, il cibo del desiderio per bambini e ragazzi è il **latte con il cacao**: un modo goloso per dissetarsi e nutrirsi, sull'esempio anche di tanti famosi sportivi che facevano da testimonial a questa piacevole bevanda, a partire da Paolo Rossi, il goleador simbolo di quegli anni, quando con la Nazionale italiana vinse gli indimenticati campionati mondiali del 1982.

Dieci anni dopo gli italiani vivono ancora l'onda lunga del benessere portato dagli anni '80. I gusti cambiano, si fanno più esigenti e raffinati, aperti al nuovo e a quello che arriva da altre culture alimentari. E si presta sempre maggiore attenzione al fitness. E' il momento del **latte e menta**, divenuto così popolare da essere proposto anche in versione caramella, bevanda pronta e budino, racconta Assolatte.

Si entra così nel **terzo millennio**. Il primo decennio del nuovo secolo è all'insegna degli **smoothies**, i frullati a base di latte (o yogurt, nelle versioni più cremose) e tanti tipi di frutta, nati negli Stati Uniti e riscoperti per il loro valore salutistico e l'aspetto edonistico. Lanciati nel mercato internazionale da brand giovani e trendy, spiega Assolatte, nel **2007** gli smoothies arrivano a conquistare anche i consumatori europei, italiani compresi.

E oggi, com'è il latte del **2017**? Il modo più trendy del momento per consumare latte, afferma Assolatte, è gustarsi un **golden milk**, ossia la superbevanda a base di latte e curcuma, con aggiunta di spezie, che dalla tradizione ayurvedica è passata alle abitudini degli occidentali. Accompagnato dall'aura di bevanda antiossidante e anti-infiammatoria e trainato dall'interesse per la curcuma, il golden milk è stato inserito nella lista dei functional food a maggior tasso di aumento nella query online (+56% nell'arco tre mesi).

Oggi sono circa 60 milioni i siti che parlano di golden milk, di cui 390mila solo in Italia, dove le ricerche su questa bevanda fatte tramite Google sono in crescita e interessano soprattutto i residenti in Friuli-Venezia Giulia, Piemonte, Veneto, Lombardia e Marche.

IN CASO DI PUBBLICAZIONE SI PREGA DI CITARE LA FONTE ASSOLATTE

Per maggiori informazioni: Carmen Besta - Assolatte Milano - mail: besta@assolatte.it . tel.02-72021817