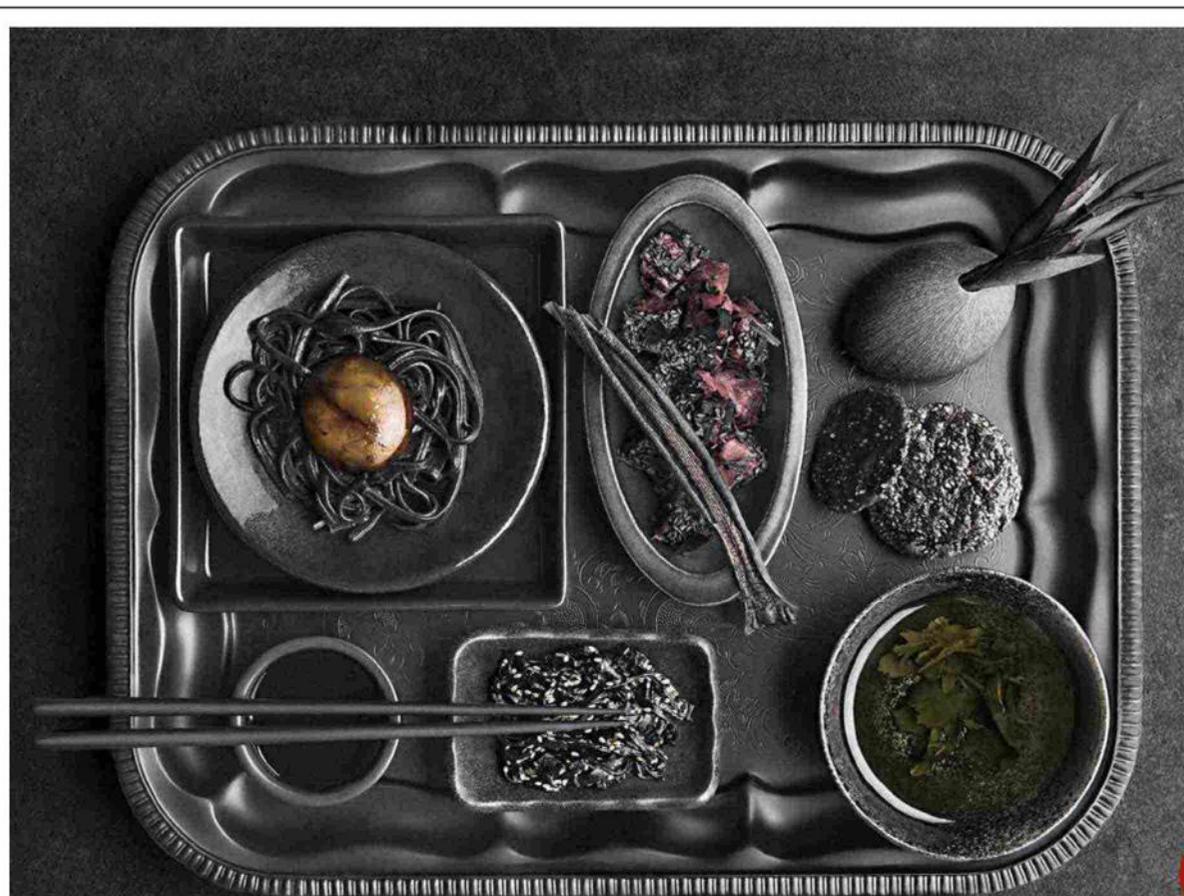




Stylist Ylva Bergqvist



(QUASI) total black

Non solo nella mise en place. Il nero trionfa pure dentro il piatto. Ed è subito goth style

di Stefania Ragusa
foto Matilda Lindeblad

La futurologa del food **Morgaine Gaye** lo aveva previsto già nel 2017: il prossimo colore a imporsi nella cucina trendy sarebbe stato il nero. Il fenomeno, partito in sordina dagli Usa, è ormai visibile anche dalle nostre parti: basta digitare l'hashtag #blackfood per rendersene conto. **Anna Zinola**, ricercatrice e psicologa del marketing, lo descrive perfettamente nel suo ultimo libro, *La rivoluzione nel carrello* (Guerini Next). «Dopo il periodo verde di matcha e avocado e

quello arancio della curcuma, dopo le divagazioni pastello dell'unicorn style, l'ultima tendenza gourmet porta alla ribalta il principe dei non colori». Il black si è fatto strada tra i piatti più fotografati e condivisi in rete, nei menu più cool ma è anche protagonista del delivery. Secondo una ricerca targata **Uber Eats**, il cibo nero (o goth food, da gothic) è tra i dieci più richiesti a Milano e in capitali come Bruxelles, Amsterdam e Varsavia. E sta scalando le classifiche anche a Lisbona, Vienna e Stoccolma.

FUN & PLEASURE 245 FOOD

settembre 2018_www.glamour.it

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 013706



gi come le **carote nere**: in pochi lo sanno, ma sono le più antiche e quelle da cui derivano tutte le altre varietà, arancioni incluse.

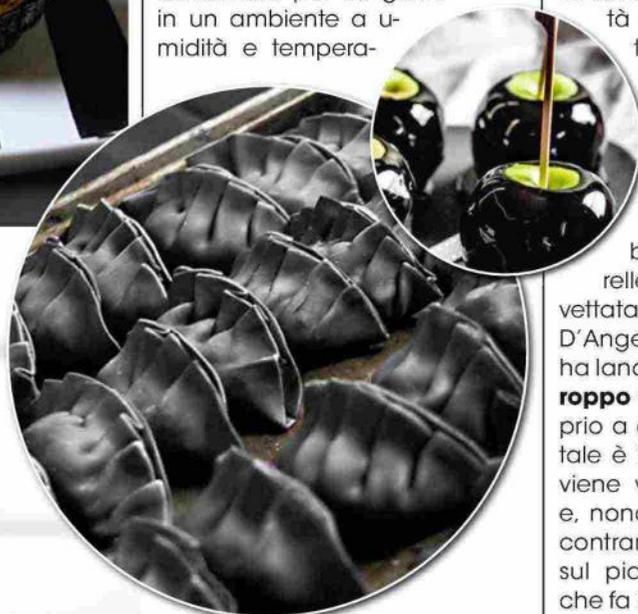
TRATTAMENTI SCURENTI

Ci sono poi alimenti che non sarebbero neri ma lo diventano passando attraverso particolari lavorazioni. Per esempio, l'**aglio nero**, che è aglio fresco lasciato fermentare per 30 giorni in un ambiente a umidità e tempera-

giorni in un composto di acqua, sale, carbone e ossido di calcio. Il guscio si scioglie, l'albume si trasforma in una gelatina ambra, mentre il tuorlo assume una colorazione verde scuro con cerchi neri. La descrizione può apparire raccapricciante ma in realtà si tratta di una prelibatezza.

EFFETTO MAQUILLAGE

Ci sono infine una grande varietà di alimenti che si presentano in black perché addizionati con i coloranti. Il più diffuso è il carbone vegetale, noto anche come E153 e ormai facilmente reperibile. Parliamo di brioche, pizza, biscotti ma anche mozzarelle (la **Nera di Bufala** brevettata dal caseificio casertano D'Angelo) e... cocktail (Fabri ha lanciato recentemente lo **sciropo Gum Nero** che serve proprio a questo). Il carbone vegetale è inodore e insapore, interviene vistosamente sull'aspetto e, nonostante molti affermino il contrario, non aggiunge nulla sul piano nutrizionale. Il black che fa bene, perché ricco di pigmenti antiossidanti, infatti è quello "originario": quello del riso venere e del nero di seppia, delle carote dark e dell'aglio fermentato. Il resto è colore, moda, sorpresa, fun & pleasure.



Il classico hamburger cambia aspetto dentro un panino al carbone vegetale. Il nero del Black Ice Cream (inventato a New York) è dato dalla cenere di cocco e di mandorle. Nei tondi: ravioli al nero di seppia e dark apple caramellate.



FUN & PLEASURE 246 FOOD

Il cappuccino nero (goth latte) si prepara con: un terzo di tazza di caffè, una di latte di mandorle, un cucchiaino di carbone vegetale, estratto di vaniglia e sciroppo di agave

IL NERO SENZA TRUCCO

Ma che cosa si intende esattamente per black food? Alcuni distinguono sono necessari. Ci sono ingredienti neri all'origine e talvolta tradizionali, come il **riso venere** o il **nero di seppia** con tutte le sue derivazioni (sughi, ravioli o addirittura il pane), che adesso sono particolarmente in auge. Del gruppo fanno parte anche ortag-

tura controllate. Ha un sapore più dolce, non appesantisce l'alito e lascia un gradevole retrogusto di liquirizia. Non solo: varie ricerche hanno attestato le sue superiori virtù nutrizionali e, in particolare, le marcate proprietà antitumorali. Altro esempio è il cosiddetto **uovo centenario**, che fa capo alla cucina cinese: si tratta di un uovo di anatra lasciato per 100



OPTICAL WATER

Niente paura: dentro la bottiglia l'acqua è limpida e ha la "solita" qualità Valverde. Fuori è un trionfo di black & white messo a punto dagli studenti del corso di Fashion Communication della scuola di moda fiorentina Polimoda.