

**Risoli**

Blackplus rappresenta un'assoluta novità e la massima espressione della tecnologia nel mondo dei rivestimenti, una linea di strumenti di cottura in alluminio pressofuso ad alto spessore con il rivestimento di ultima generazione.



**La cucina è come l'amore. Bisogna accostarvisi con abbandono o non accostarvisi del tutto.**

**HARRIET VAN HORNE**

**Amedei**

Una selezione di praline decorate a mano dagli accostamenti ricercati, frutto di una lavorazione artigianale. Il cofanetto arancione, connubio di raffinatezza per gli occhi e per il palato, racchiude piccole gemme di cioccolato.



**CURIOSITÀ** Esistono 50 varietà di tonno. Ogni anno ne vengono pescate 4 milioni di tonnellate, soprattutto nell'Oceano Pacifico.

# COSA MANGEREMO NEI PROSSIMI ANNI

**TheFork, principale app di ricerca e prenotazione dei ristoranti online al mondo, ha analizzato le tendenze che emergono a livello globale sulla propria piattaforma e più in generale nel web. Sono emersi 10 aspetti che faranno giudicare un piatto o una cena soddisfacente o meno. Queste caratteristiche rispecchiano i tempi che stiamo vivendo; nessuna, infatti, sarebbe mai venuta in mente a nostro nonno.**

## SOUL FOOD

I consumatori cercano piatti in grado di soddisfare il corpo, l'anima e la mente coniugando i benefici di ingredienti funzionali con momenti di piacere e relax. I ristoranti tenderanno a prendere sempre più in considerazione gli stati d'animo umani nelle loro ricette, in modo da poter proporre piatti adatti al mood dei loro commensali. Questo significa che si andrà ben oltre il cibo detox, lo smart e il comfort food. Le nuove frontiere potrebbero portare anche a esperimenti come quello del ristorante Serotonin Eatery in Australia, il cui menù contiene solo piatti a base di serotonina.

## EFFETTO WOW

Chi va al ristorante lo fa o con un'intenzione di scoperta o con un obiettivo sociale. E' chiaro che per soddisfare questi bisogni, non basta la qualità del cibo, ma sono essenziali anche servizio e atmosfera. Ed è proprio su questi piani che si gioca la sfida a "coinvolgere" tutti i sensi dei commensali. Alcuni esempi di recente apertura sono significativi. Omakase, a Shanghai, ha un'offerta mirata alla scoperta di ingredienti nuovi e sorprendenti combinati a piacere dallo chef, mentre l'ambiente riproduce colori ed emozioni ispirati alla fioritura dei ciliegi.

## RISTOCEUTICA

Per portare in tavola piatti in grado di far stare bene corpo e mente, ingredienti con effetti positivi per la salute, la prevenzione e il trattamento delle malattie trovano sempre più posto anche nella ristorazione. Dalla "mania del cannabidiolo", già esplosa da qualche anno oltreoceano, all'emergere di nuovi ingredienti con cui forse familiarizzeremo sempre di più come i funghi Reishi, i semi di loto, la carambola, il kombucha, il jackfruit. Tra gli esempi anche in Italia, uno tra i più particolari è Etto a Napoli, che ha una formula innovativa in cui si paga a peso con proposte adatte a tutti i regimi alimentari.

## LE TRE R

Riduci, Riusa, Ricicla. La lotta allo spreco e più in generale un maggior impegno verso la sostenibilità ambientale, la trasparenza e tracciabilità non sono novità nel mondo della ristorazione. Continueranno anche nel 2020 per rispondere a un consumatore sempre più consapevole, impattando sulla scelta delle materie prime, sulla loro preparazione, ma anche sugli spazi ristorativi. Un esempio molto particolare in Italia è costituito da Unforgettable, un social table di soli dieci posti. Lo chef propone un percorso degustazione di una decina di portate che rispettano criteri di equilibrio alimentare e sostenibilità.

## FOOD CROSS-OVER

Il cibo diventa molto più di un semplice pretesto creativo per i marchi di moda o di bellezza, ponendosi al centro di offerte dirimpenti. Assistiamo a una crescente mescolanza di offerte per coinvolgere i consumatori, specialmente con il settore beauty. Da una parte laboratori di ricerca e sviluppo dedicati alla bellezza creano per i loro cosmetici trame simili agli alimenti, come granite e composte di frutta, dall'altra prodotti che siamo abituati ad associare alle creme per il viso, come il collagene, arrivano sulle tavole dei ristoranti.

## SMART CONSUMPTION

La tecnologia diventa sempre più un'alleata nella produzione, nella preparazione e nel consumo degli alimenti e dell'esperienza gastronomica fuoricasa. Ecco allora che le app aiutano a semplificare parti dell'esperienza al ristorante - TheFork inclusa naturalmente - oppure lo sviluppo tecnologico diventa una leva per la creazione di nuovi ingredienti. Nel 2020 vedremo sempre più alternative veg alla carne per esempio. A Milano è possibile provare "The Miracle Burger", il primo Burgerball realizzato con Beyond Meat, la carne 100% vegetale.

## RISTOFAMILY

Secondo lo studio condotto da Baba per The Fork, i clienti attuali e soprattutto potenziali della piattaforma vanno spesso a mangiare fuori in famiglia. A livello globale, molteplici report confermano che i consumatori sono alla ricerca di un'offerta ristorativa che sappia rispondere alle esigenze familiari. Vedremo quindi una crescita delle proposte specializzate. Un esempio? Pizza e Tata a Roma, dove si può assaporare la migliore pizza unita ai piatti della tradizione romana. Nel locale è presente uno spazio dedicato ai bambini dai 3 ai 12 anni con un servizio di baby sitting.

## FOOD DELIRIUM

Oggetto visivo, estetico, creativo, sensoriale: il cibo diventa un terreno di gioco in cui i codici vengono capovolti. Le componenti estetiche e cromatiche dei piatti diventano aree di sperimentazione artistica. Negli anni abbiamo visto avvicinarsi diverse proposte volte a stupire, specie attraverso i social media: il cibo glitterato, l'effetto unicorno, i freakshakes, la matcha mania, l'avocado everywhere. Nei prossimi mesi sembrerebbe stiano prendendo piede piatti come i fluffy pancakes, i cibi "nostalgici" come la classica torta di mele della nonna, le molteplici varietà di hummus anche come dessert.

## (RE)MIX FOOD

Quanto ai tipi di cucina che vedremo esplodere nel 2020, gli hotspot culinari asiatici come Hong Kong, Shanghai e Taiwan stanno facendo da apripista per la loro capacità di ibridare varie tipologie di cucine asiatiche. Anche nel resto del mondo ci sarà questa tendenza al (re)mix. Un caso in Italia è rappresentato da Bunker Kitchen Club a Roma, che si presenta come uno spazio di condivisione culturale e gastronomica e si prefigge di perseguire a qualsiasi costo la strada del gusto, senza porsi limiti o pregiudizi.

## FOODASTROLOGY

Scegliere la cena in base al segno zodiacale? L'idea può sembrare folle, eppure alcuni brand - come Fluffe - iniziano a lanciare linee di prodotti food con sapori diversi a seconda dei segni zodiacali. Che sia una delle prossime novità? Evidentemente la tendenza è quella di riuscire a personalizzare il più possibile un menù o addirittura un piatto, e giustificare un cambio di ingredienti con l'influenza di Mercurio per esempio; può non essere scientificamente provato, ma dà quella suggestione sufficiente per una cena.

