

VIAGGIO TRA I CIBI PIÙ COSTOSI AL MONDO. C'è il ristorante di Manhattan che serve panini allo champagne e la pizza preparata a domicilio da una star delle margherite al "modico" prezzo di 8300 euro

Gelato oro e vaniglia o sushi di perle fuga dalla realtà in un piatto di lusso

NOEMI PENNA

Una fuga dalla realtà. Non per tutti, ovviamente. Nell'Upper East Side di Manhattan un piatto di patate fritte da 200 dollari ha riscritto la definizione di «alta cucina». È nel menù del Serendipity 3, assieme a tanti altri record che possono permettersi solo le star del jet set internazionale, da Kim Kardashian a Ryan Reynolds passando per Selena Gomez, che ama così tanto questo ristorante da esserne diventata socia, garantendone il futuro post pandemia.

In questa cucina si prepara da tempo il panino più costoso al mondo, il *Quintessential Grilled Cheese*, venduto a 214 dollari: deve essere ordinato con almeno 48 ore di anticipo, per esser certi che in frigo ci sia abbastanza caciocavallo podolico italiano da far sciogliere fra due fette di pane allo champagne e burro. Solo su ordinazione è anche il dolcissimo *Frozen Haute Chocolate ice cream sundae*, realizzato con i 14 più preziosi cacao mai prodotti, da mangiare con un cucchiaino d'oro, a sua volta decorato con diamanti bianchi e color cioccolato, che si può portare a casa come souvenir. Il costo? 25 mila dollari.

Ma la voglia di stupire a volte va ben oltre al prezzo che i clienti sono disposti a pagare. Il cavallo di battaglia del Serendipity 3 è la cioccolata calda *frozen*, il cui prezzo «calmierato» parte da 12,95 dollari: da quando hanno aperto, nel 1954, ne hanno servite qual-

cosa come 30 milioni di coppe. Numeri da capogiro, che non eguaglieranno mai le nuove patatine da record, anche se c'è già una lista d'attesa che va dalle otto alle dieci settimane per assaggiarle.

«Serendipity è davvero un luogo felice», ha affermato il direttore creativo e chef Joe Calderone. «La gente viene qui per festeggiare, per sfuggire alla realtà». Come molti altri ristoranti, è stato chiuso durante la pandemia, così chef Joe Calderone e Frederick Schoen-Kiewert hanno pensato che le patatine fritte super-costose sarebbero state un buon modo per annunciare il loro ritorno sulla piazza, lo scorso 9 luglio. «È stato un anno e mezzo duro per tutti, ora dobbiamo divertirvi un po'». Per la *Crème de la Crème Pomme Frites* vengono utilizzate le patate Chipperbec prodotte a Bakersfield, in California. Vengono lavate e marinate nel Dom Perignon e nella French Champagne Ardenne Vinegar per poi essere fritte per due volte nel grasso d'oca e cosparse di sale al tartufo di Guerande, olio al tartufo, pecorino tartufello delle Crete Senesi, tartufo nero estivo italiano, burro al tartufo, panna biologica del Jersey, raclette svizzera al tartufo di Gruyère Dop invecchiata per 3 mesi e, naturalmente, polvere d'oro a 23 carati. Insomma, «Il tartufo è la stella principale», ha affermato il Corporate Executive Chef Frederick Schoen-Kiewert. Ma saranno anche buone? Inutile dire che si tratta più di una trovata di marketing (perfettamente riuscita) che di una ricerca della

perfezione culinaria.

Un altro esempio di cibo folle arriva da Dubai. In una coppetta di Versace viene servita quella che si candida per essere la pallina di gelato più costosa al mondo: si chiama *Black Diamond* e non è nient'altro che vaniglia del Madagascar con zafferano iraniano, tartufi bianchi di Alba e oro 23 carati. È una delle preziose creazioni dello Scoopi Cafe, dove lo si può assaggiare in cambio di 60 mila rupie, circa 700 euro. Lo ha fatto la vlogger Shenaz Treasury, che alla domanda «Era gustoso?» ha risposto: «Hmm, è stato interessante. E sì, certo, me lo hanno dato gratis».

C'è anche il sushi da 91.800 pesos filippini, poco meno di 1600 euro per cinque pezzi di nigiri guarniti con diamanti, avvolti in una foglia d'oro 24 carati, realizzati dallo chef Angelito Araneta Jr soprattutto come regali di corteggiamento o per proposte di matrimonio che vogliono lasciare il segno. Oppure il caviale beluga Almas in vendita a 30 mila euro al chilo, prodotto dalle uova di un raro storione albino tra 60 e 100 anni di età, che nuota nel Mar Caspio meridionale, da portare alla bocca esclusivamente con le mani, tra la punta dell'indice e del pollice. Ad accompagnare il tutto potrebbe essere un bicchiere di Winston, il cocktail da 10 mila euro realizzato da Joel Heffernan al Club 23 di Melbourne con il Cuvée Léonie del 1858 di Croizet, anch'esso detentore del Guinness World Record come cognac più costoso



Peso: 89%

venduto all'asta. E per la serie *perseverare autem diabolicum*, al 666 Burger di New York in cambio di 666 dollari si può ordinare un *The Douche Burger*: manzo di Kobe marmorizzato in foglia d'oro, foie gras, caviale, aragosta, tartufi, fondue di gruviera allo champagne, salsa barbecue al caffè Kopi Luwak e sale rosa dell'Himalaya. Pagamento anticipato, come in ogni

fast food che si rispetti.

Tutta italiana è invece la *Lungi XIII*, la folle pizza creata da Renato Viola: costa 8.300 euro e viene servita direttamente a domicilio dal mastro pizzaiolo in persona, insieme a uno sommelier e uno chef, su stoviglie da collezione. Ha un diametro di appena 20 centimetri – anche se viene venduta per due

persone – e viene condita con mozzarella di bufala Dop, gamberoni di Acciaroli, sale all'albicocca, caviale, canocchie e aragosta mediterranea. —

Serendipity è un luogo felice, la gente viene qui per festeggiare e sfuggire alla realtà

L'INDAGINE SUI CONSUMI ALIMENTARI

Per il 58% delle persone la pandemia ha portato in cima alle priorità l'alimentazione, inoltre c'è più consapevolezza verso la sostenibilità e il 45% dei consumatori è interessato ai prodotti locali anche a fronte di una spesa più elevata

I MILLENNIAL E LA GENERAZIONE Z

Il 60 per cento dei giovani intervistati sotto i 25 anni teme che le imprese anche nel settore agroalimentare possano mettere in secondo piano la sostenibilità per rispondere alle sfide nate dalla pandemia



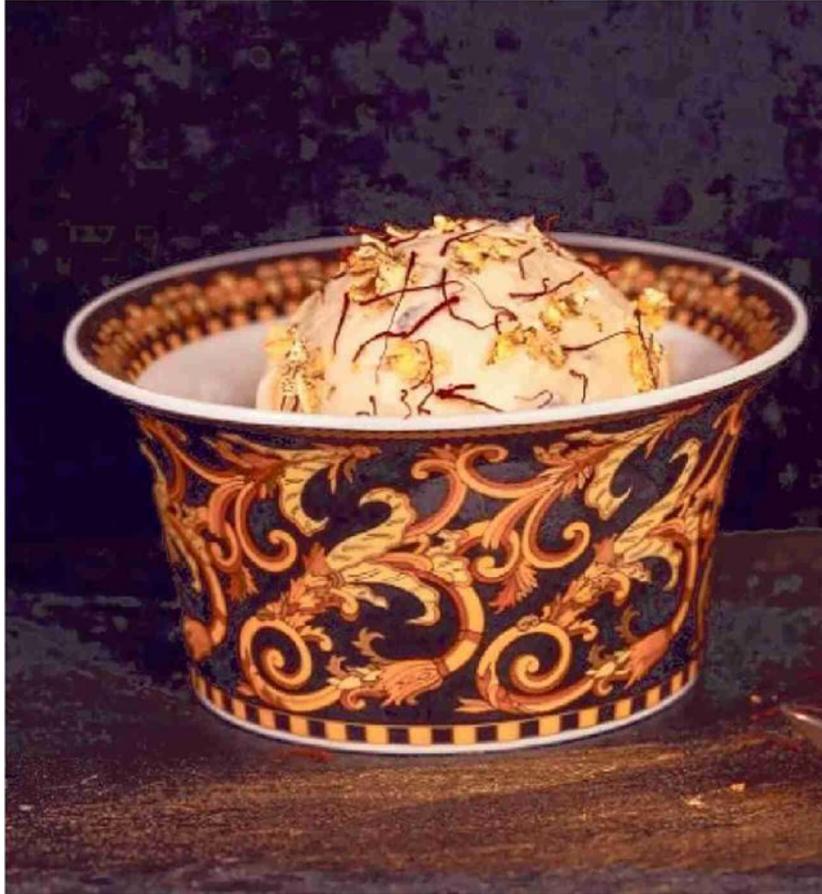
A sinistra il Black Diamond: gelato con vaniglia del Madagascar e oro 23 carati. Sopra la Crème de la Crème Pomme Frites con tartufi e polvere d'oro, sotto il Sushi con perle dello chef Angelito Araneta Jr



JOE CALDERONE
CHEF E DIRETTORE CREATIVO



Peso:89%



Peso:89%