LA STAMPA

TRA FOOD E BEAUTY

Trucchi da mangiare

La bellezza che emoziona sa di creme brûlée al caffè

MARIANGELA ROSSI

A volte capita. Una passione sfrenata, come quella per la cucina, che devia il cammino o conduce a nuove sperimentazioni, magari di cosmesi edibile. Anche se in realtà di professione sei una make-up artist, hai già raggiunto il successo a 30 anni, lavori con nomi come Rihanna, Taylor Swift e Kendall Jenner; ti hanno nominato Ambassador per YSL Beauté in Gran Bretagna e sei anche diventata un fenomeno social, con 272mila followers su Instagram.

È il caso di Isamaya Ffrench, studi di design alla Central Martins a Londra e fascino da top model, che ha approdato nel beauty come truccatrice a 22 anni, ma conservando l'amore per il cibo. «Per cucinare bene occorre avere energia creativa, anche se il risultato non dura. Come nel mondo del make-up», ha confessato Ffrench.

Make up da cuoche

L'idea era di diventare chef, animata dalla lettura di testi culto (come «The Silver Spoon» di Clelia d'Onofrio), ma dopo un'esperienza spiacevole con due cuochi e il rifiuto a partecipare alla prima edizione di Masterchef, la sua strada si delineò con chiarezza verso il make-up artistico. Il desiderio di realizzare qualcosa legato al food, però, rimase. Pioniera nel settore, aprì poi la strada della «cosmesi culinaria» con la sua gamma di trucchi «Ffrench Pharmaceuticals», presentata con il ristorante Bistrothèque, dei visionari Pablo Flack and David Waddington, a Shoreditch, nell'East London.

Forte il richiamo visivo ai farmaci, «perché oggi le persone sono ossessionate da integratori e sedute di botox», ironizza Isamaya, che ha ripetuto il concept di cena concettuale, in collaborazione con Bistrothèque e Vogue China, anche durante Art Basel Hong Kong. Tra i piatti, (Bot) Ox Cheek, guancia di bue con scrub di sedano rapa, servita con siringhe al suo interno, un richiamo ai filler iniettabili, e Burnt Face Cream in versione crème brûlée al caffè, in un barattolo in vetro. Non convenzionale e ad effetto sorpresa, perché «la bellezza deve essere emozione, una storia da raccontare e non solo estetica».

Cosmesi clean

Se lei è stata tra le prime a sdoganare l'idea di prodotti beauty con ingredienti naturali che si potrebbero anche mangiare, integrandoli in cene a tema, oggi la cosmesi clean, cioè ecologica, organica e priva di sostanze chimiche, cresce a una velocità sorprendente. E qualcun altro vi approda esordendo, come nel suo caso, dai fornelli. La danese Tina Søogaard ha fondato la linea di skincare Ecooking (www.ecooking.com) partendo dalla sua esperienza e anche dalla cucina di casa: dopo un brusco dimagrimento, con conseguente pelle atonica, decise di realizzare, sperimentando tra materie prime, flaconi e pentolini, cosmetici più puri possibile, a base di oli 100% organici, talmente naturali da essere considerati commestibili.

Dopo aver testato varie composizioni su di sé, conservandole in frigorifero in barattoli della marmellata, poi regalate ad amici con riscontri più che positivi, la decisione di lanciare Ecooking, paraben-free e certificata vegana, ad esclusione di due referenze, Multi Balm e il balsamo labbra, che contengono cera d'api naturale. «Volevo fossero onesti e trasparenti, con un elenco dettagliato degli ingredienti, alcuni così puri e all'origine commestibili che si possono anche mangiare», specifica la fondatrice di Ecooking, fusione tra «ecologico e cucinare», in riferimento alle materie prime e

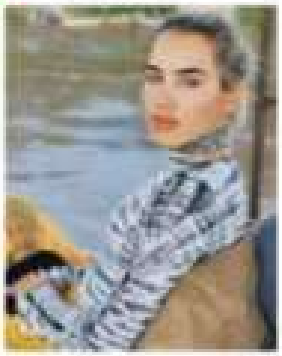
al luogo dove ha esordito la gamma, la sua cucina. Azzardato, però, pensare di spalmare una crema idratante o una maschera viso sulle fette biscottate. Ma sia il Multi Oil, mix di oli di sesamo e di jojoba, ricco di principi attivi nutrienti, e il Sale, da usare come scrub, si trasformano in gustoso condimento per insalate.

Alchimisti del gusto

I grandi cuochi, vanno spesso oltre i fornelli e da veri artigiani del cibo sono incuriositi da contaminazioni e influenze sensoriali. Massimiliano Alajmo (www.alajmo.it), 3 stelle Michelin al suo ristorante Le Calandre, in provincia di Padova, qualche anno fa ha lanciato un kit composto da un vasetto di crema, un tubetto che richiamava quello del dentifricio con un'altra varietà di crema e uno stick tipo rossetto a base di burro di cacao. Più per gioco che per fini cosmetici.

Le creme «Eccezionale» e «Favolosa», però, sono rimaste in vendita sul suo sito web.

Avvertenze: anche se la tentazione c'è, si possono spalmare, ma non sul corpo. La ricerca della materia prima all'essenziale ha portato Alajmo anche a creare, in collaborazione con il maestro profumiere Lorenzo Dante Ferro, una linea di profumi, The Essentials, da nebulizzare sui piatti per esaltare il gusto. All'interno solo oli essenziali di erbe, frutti e spezie, senza agenti chimici. Una festa del cibo, in tutti i sensi, anche dallo chef Ivano Ricchebono (www.ivanoricchebono.com), 1 stella Michelin al suo The Cook da Cavo a Genova, che si è accostato al mondo beauty attraverso le fragranze Euthalia, scomponendole olfattivamente e ricreando poi, con le stesse note, un delizioso gelato. In previsione, nuove gelatine. Profumate. Perché la sinestesia, in cucina, è una componente viva e reale. —



1. I nuovi cosmetici golosi; 2. Olio di jojoba e sesamo per nutrire la faccia e condire un'insalata; 3. Tina Søogaard ha fondato la linea di skincare Ecooking; 4. Il Miele di Manuka dalle proprietà lenitive sia per lo stomaco sia per la pelle; 5. L'esperta di cosmetica edibile Isamaya FFrench