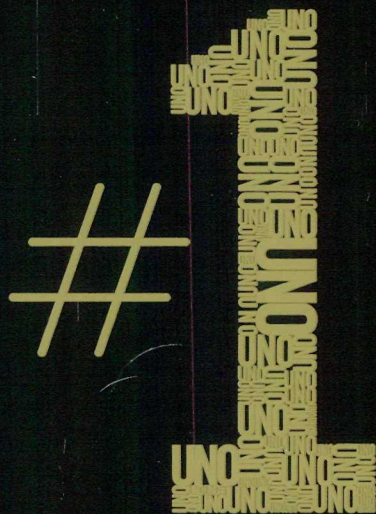


Capital 35

# I Numeri Uno d'Italia



# Peck

LA BOTTEGA DI DELIZIE FONDATA NEL 1883 È DIVENTATA IL TEMPIO DEL CIBO E DEL VINO PIÙ FAMOSO E RAFFINATO D'ITALIA. GUIDATA DAI MARZOTTO, PUNTA ALL'ESPANSIONE ALL'ESTERO. PER OFFRIRE AL MONDO IL TOP DELLA GASTRONOMIA

**D**urante la sua visita ad Expo, Angela Merkel era in ritardo sul programma. E ai tedeschi, si sa, non piace. Il suo aereo l'aspettava e la cancelliera doveva affrettare i tempi. Poi, però, Matteo Renzi le ha mostrato il menù che Matteo Vigotti, Executive Chef delle cucine di Peck, aveva preparato per lei nel ristorante ufficiale del Padiglione Italia: mozzarella di bufala con prosciutto di Parma, Parmigiano e carne all'Albese, paccheri con zucchine in fiore e gamberi rossi di Sicilia, ombrina al vapore di agrumi con terrina di verdure croccanti, Cioccolato Assoluto... Frau Merkel ha deciso di posticipare il volo di rientro.

Quando si dice che il buon cibo fa miracoli. Peck, del resto, li fa dal 1883, quando il praghese Francesco Peck fondò a Milano la bottega di salumi e carni affumicate che sarebbe diventata il tempio del cibo e del vino più famoso e raffinato d'Italia. Cinque famiglie si sono succedute alla guida, ognuna elevando l'asticella della qualità: dal 2013 il testimone è passato ai Marzotto e oggi, secondo molti gourmand, Peck offre la gastronomia migliore del mondo, per qualità del servizio e dell'offerta, che passa attraverso numeri imponenti: staff di 120 persone, 150

metri lineari di banconi refrigerati, 2.600 articoli, fra cui 200 formaggi, 87 tè, 3mila etichette di vini, i caffè più pregiati e le migliori specialità gastronomiche milanesi e non solo.

Non poteva essere che Peck, dunque, a gestire il ristorante che a Expo è stato il biglietto da visita dell'enogastronomia italiana, tanto da ospitare circa 200 eventi e la maggior parte delle delegazioni dei Paesi partecipanti, servendo ravioli di Parmigiano Reggiano al principe Alberto di Monaco, ravioli di branzino a Vladimir Putin, rigatoni con melanzane ragusane a François Hollande e via dicendo. Sei mesi di trionfi, con decine di migliaia di piatti serviti (le cotolettine alla milanese il piatto più ordinato) e migliaia di bottiglie stappate. Ma Expo non è certo stato un punto d'arrivo. In realtà, per la nuova Peck governata dall'ad Massimo

Furlan (l'uomo che sta anche dietro il successo della Food Hall della Rinascente), si tratta di un punto di partenza, un trampolino per lanciarsi alla conquista del mondo. L'espansione all'estero è infatti uno degli obiettivi principali della nuova proprietà.

Lo conferma Leone Marzotto, 32 anni, una laurea in giurisprudenza alla Bocconi e oggi vicepresidente esecutivo di Peck: «Abbiamo aperto 25 negozi, dal Giappone a Taiwan, da Singapore a Seul, dove dal 2014 abbiamo un vero flagship store di 900 mq,

con negozio e ristorante, il primo Peck che all'estero riproponga la formula che in via Spadari, a Milano, ne ha fatto un punto di riferimento. Il modello Peck si fonda sull'unicità di un know-how costruito in oltre 130 anni, completo e trasversale. Grazie alle figure di eccellenza che presidiano i vari settori, riusciamo a essere specialisti di tutto, con un'offerta molto ampia che va dai formaggi e le bresaole che produciamo nel nostro laboratorio artigianale ai vini a marchio Peck, ai cioccolatini e alla pasticceria di ogni tipo. Puntando a una qualità sempre più alta del prodotto e del servizio. Noi Marzotto vogliamo rinnovare questa missione, immettendovi anche un'esper-

ienza di business imprenditoriale, con l'ambizione di dare a Peck la fama che si merita anche nel resto del mondo. La mia famiglia viene dal tessile, ma oggi il rapporto tra fashion e food è sempre più stretto, in entrambi i casi si punta a ricreare un'esperienza e ad emozionare».

Il lifestyle italiano, insomma, si può proporre anche attraverso il cibo di qualità molto alta inteso come piacere da regalarsi tutti i giorni, e non solo in occasione di ricorrenze speciali; l'introduzione del nuovo rito del brunch domenicale nel ristorante Al Peck rappresenta la volontà del brand di aprirsi ad un pubblico cosmopolita e alle attuali abitudini alimentari, mostrando il volto contemporaneo di Peck senza mai perdere di vista l'indiscussa qualità della materia prima.



Sopra, da sinistra: Leone Marzotto, Pietro Marzotto e l'Ad Massimo Furlan. A sinistra, un culatello e (foto piccola) una pubblicità d'epoca. Above, L to R: Leone Marzotto, Pietro Marzotto and Peck Ceo Massimo Furlan. In the previous page: a culatello ham and a vintage adv.

PECK



A MILANO DAL 1883

During her visit to Expo, Angela Merkel was running late. Something that we all know the Germans don't like. Her plane was waiting and the Chancellor needed to hurry. But then Matteo Renzi showed her the menu that Matteo Vigotti, Executive Chef of the Peck kitchens, had prepared for her in the official restaurant of the Italy Pavilion: Buffalo Mozzarella with Parma ham, carpaccio with Parmigiano Reggiano cheese, paccheri pasta with courgette flowers and red Sicilian prawns, citrus-steamed ombrina fish with a terrine of crunchy vegetables, Cioccolato Assoluto... Frau Merkel decided to postpone her flight home. It's said that good food can work miracles – Peck has been working them since 1883, when Francesco Peck came from Prague to establish the salami and smoked meat shop that would go on to become the most famous and sophisticated temple of food and wine in Italy. Five families have taken on the mantle since then, all raising the quality levels that little bit higher: in 2013 the baton was taken on by the Marzotto family and today, according to many gourmards, Peck boasts the best gastronomic offering in the world, for the quality of its service and the sheer range of products available. The numbers speak for themselves: a 120-person workforce, 150 metres of refrigerated counters, 2600 foodie products including 200 different types of cheeses, 87 varieties of tea, 3000 wines, the most prized coffees around and the best gastronomic specialities from Milan and further afield. It really had to be Peck, then, to managed the Expo restaurant showcasing the best of Italy's food and wine sector. In total, the restaurant hosted



La cantina di Peck. Nella pagina a fianco, altre specialità della gastronomia milanese: formaggi e salumi. Peck's wine cellar: On the right, cheeses and cold cuts from the famous store.

nearly 150 events and provided sustenance to the vast majority of delegations from the participating countries, serving ravioli with Parmigiano Reggiano to Prince Albert II of Monaco, ravioli with seabass to Vladimir Putin, rigatoni with aubergines from Ragusa to François Hollande and so on and so forth. A triumphant six months with tens of thousands of meals served (Milanese breaded cutlets was the most popular dish) and thousands of bottles uncorked. Yet Expo was not the pinnacle. In fact, for the new Peck – led by Ceo Massimo Furlan (the man behind the success of the Rinascente Food Hall) – it represents a starting point, a trampoline to help propel the company towards world domination. Indeed, overseas expansion is one of the new ownership's main objectives. Confirmation of this is provided by 32-year-old Leone Marzotto, a law graduate from Bocconi University and the current executive vice-president of Peck: «We've opened 25

stores from Japan to Taiwan, Singapore and Seoul. We opened a fully-fledged 900m2 flagship store in the South Korean capital in 2014. Featuring both a store and a restaurant, it's the first overseas Peck outlet to reproduce the formula of Via Spadari, Milan, which made us such a point of reference in the industry. The Peck model is based on our unique know-how nurtured over the course of over 130 years: we have complete, transcendental expertise. Thanks to the exemplary figures we have leading the various divisions, we are able to be specialists in all fields, with a vast range stretching from the cheese and bresaolas we produce in our artisanal kitchens to Peck-branded wines, chocolates and all manner of pastries. We are committed to constantly raising the bar in terms of the quality of our products and service. We Marzottos want to redouble our focus on this mission, adding our entrepreneurial business experience with the ambition of giving Peck the fame it deserves in the rest of the world. My family's background is in the textiles industry, but nowadays the link between fashion and food is closer than it's ever been: both are about creating an experience and exciting the end user». Italian lifestyle can be captured through high-quality food, a little bit of pleasure to award ourselves every single day and not just on special occasions. The introduction of the new Sunday brunch initiative at the Al Peck restaurant is indicative of the brand's desire to open up to a more cosmopolitan audience and adapt to current food trends, showing Peck's contemporary side while never compromising on the undisputed quality of its raw ingredients.

访

向米兰世博会时，德国总理安格拉·默克尔的行程比计划延迟了。这，众所周知，德国人是不喜欢的。她的飞机在等她，总理得抓紧时间。不过，当意大利总理马泰奥·伦齐向她展示了PECK餐厅的执行总厨MATTEO VIGOTTI为她在意大利馆官方餐厅准备的餐单：帕尔马火腿和牛奶莫扎雷拉乳酪，帕玛森干酪与阿尔贝塞生肉，西西里红虾与西葫芦花粗管面，柑桔蒸荫鱼配瓦钵爽脆蔬菜，巧克力馅饼……铁娘子默克尔决定延后起飞。

正所谓美食创造奇迹。美食正是PECK一直以来的事业。自1883年由FRANCESCO PECK在米兰创立了一家售卖香肠火腿和烟熏肉制品的商店，PECK今日已成为意大利最知名的精致美食美酒殿堂。先后经历了五个家族掌权，每一个都提高了品质的标杆：2013年，掌舵人交棒至MARZOTTO手上，今日，在许多饕餮客心目中，PECK代表着全世界最佳的美食，无论是产品抑或服务，数字亦相当威武：员工120人，冷柜150米

长，2600种商品，其中有200种奶酪，87种茶，3000个品牌的葡萄酒，最优质的咖啡，最好的米兰美食，等等。因此，PECK成为米兰世博会餐馆掌厨人的不二之选，作为意大利美食名片，接待了世界各国代表团约200场活动，以帕马森干酪饺子招待摩纳哥的阿尔贝托王子，为俄罗斯总统普京奉上鲑鱼饺子，让法国总统奥朗品尝到拉古萨茄子通心面，等等。六个月的胜利，供应了成千上万道菜，其中最受欢迎的是米兰炸牛排，开了几千瓶酒。当然，世博会并非终点。事实上，PECK新任首席执行官MASSIMO FURLAN，也是RINASCENTE百货公司美食长廊成功背后的男人。在他的领导之下，世博会只是PECK的新起点，向世界出发的跳板。新任老板的主要目标之一，正是海外扩张。

32岁的LEONE MARZOTTO也承认了这一点，他毕业于博科尼大学法律系，今日是PECK的执行副总裁：「我们开了25家店，分布在日本、台湾、新加坡等地，2014年，我们在首尔开了一家占地900平方米的旗舰店，里面有

商店和餐馆，这是PECK第一家在推广米兰SPADARI大街模式的海外店，正是这种模式让PECK成为行业参照点。PECK模式的基础，是超过130年所累积的技艺，完整，贯通。得益于各个领域的卓越形象，我们成为了全能专家，产品供应丰富，从奶酪到烟熏牛肉，都产自我们的工艺作坊，还有PECK品牌葡萄酒，各种巧克力与甜点。我们对于产品与服务品质要求不断提高。我们，MARZOTTO家族，希望为这一使命注入新意，包括新的企业经营，立志为PECK带来应有的世界声誉。我的家族来自纺织行业，但今日美食与时尚关系越来越密切，两个行业都需要创造体验，感动别人。

总而言之，意大利生活方式的推广，也可通过品质极佳的美食进行，美食是犒劳自己的日常享受，不必是特殊场合：AL PECK餐馆推出全新的星期日早午餐，代表着品牌拥抱都市大众和现代饮食习惯的愿望，展现出PECK与时俱进的一面，同时恪守对于食材品质无可争议的挑剔。



«GRAZIE ALLE FIGURE DI ECCELLENZA CHE PRESIDIANO I VARI SETTORI, RIUSCIAMO  
A ESSERE SPECIALISTI DI TUTTO, CON UN'OFFERTA MOLTO AMPIA»

