



KYOSS

Magazine
aprile 2015



Andy Warhol
Campbell's Soup, 1965
Milwaukee Museum of Art
Milwaukee, Wisconsin



INTERVISTA A LEONE MARZOTTO

Di Elisabetta Badiello



Marzotto è un nome legato da sempre al gruppo internazionale tessile e alla moda. Una dinastia arrivata ormai alla sesta generazione dove uno dei protagonisti nella storia dell'azienda, come si conviene a un imprenditore che non si stanca mai di sognare, ha deciso di scommettere su...altri tavoli. Lui è Pietro Marzotto che ha fatto proprio lo storico marchio gastronomico milanese, quel tempio della tradizione con sede in via Spadari a Milano che risponde al nome di Peck. Abbiamo intervistato il figlio Leone, avvocato, che dopo alcuni anni in uno studio legale ha deciso di affiancare il padre in questa nuova avventura imprenditoriale.

Dal settore tessile al cibo. Un nuovo business o pura passione?

Mio padre è conosciuto come un gourmet. Il buon cibo così come la cultura culinaria gli appartengono da sempre. Per lui è stata naturale la scelta di dedicarsi a questo settore che già apprezzava, sebbene la sua vita da imprenditore si sia svolta altrove. Nel mio caso invece, non ho mai avuto esperienza nel tessile o nella moda ma sono entrato in Peck con grande entusiasmo, portando la volontà di rendere sempre più internazionale il marchio, esportando la cultura gastronomica italiana. Direi che nella nostra nuova impresa c'è una gran passione.

Peck rappresenta la tradizione gastronomica milanese. Che cosa cambia con il vostro arrivo?

Sicuramente abbiamo portato un respiro internazionale. Mio padre si è occupato da sempre di rapporti con i mercati esteri, di vendita di know how. Un'esperienza preziosa che ci ha fatto aprire da subito all'estero, dove siamo in espansione, portando la nostra cultura gastronomica, il nostro modo di utilizzare la materia prima. Per quanto riguarda la sede storica di via Spadari la clientela, anche quella milanese, è sempre più internazionale e, di conseguenza, anche i gusti cambiano, finiscono col contaminarsi. Tradizione rimane la parola d'ordine che oggi però si concilia anche con l'innovazione.



Perché un non-milaneese dovrebbe venire a mangiare da voi?

Chi non è di Milano viene da noi per mangiare il vero cibo italiano o ciò che è tipico di Milano, come la cotoletta o il risotto. Poi Peck è conosciuto per uno squisito vitello tonnato che produce secondo una ricetta propria e che ha portato molti a credere che si tratti di un prodotto tipico della nostra regione. Così come per la parmigiana di melanzane o le lasagne alla bolognese, che la nostra azienda produce da sempre, per 365 giorni l'anno, e che sono in molti a credere siano milanesi.

Anche un crudo di pesce spada o una pasta al pesto diventano decisamente interessanti sotto l'abile interpretazione dello chef Matteo Vigotti (proveniente dal Novecento di Meina sul Lago Maggiore - n.d.r.) che gestisce e dirige uno staff di 40 cuochi. Proprio Vigotti quando era a Meina si è guadagnato una stella Michelin per una cucina senza fronzoli.

Qual è il prodotto più acquistato?

Sembra strano ma in negozio ciò che vendiamo di più è il Parmigiano Reggiano, un prodotto consorzio per il quale i clienti ci riconoscono la capacità di selezionare.

E il piatto più richiesto, quello per il quale si parla di voi?

Al ristorante sicuramente la cotoletta e il risotto alla milanese. Poi la pasta fresca che produciamo con ripieni di stagione, facendo sempre molta attenzione alla qualità della materia prima.

In merito all'Expo, la gestione del ristorante Top di Palazzo Italia è uno straordinario riconoscimento di italianità che vi catalpa sotto gli occhi del mondo, più di quanto non lo siate già. Che tipo di messaggio e quindi di ristorazione vi preparate a offrire?

La ristorazione che proporremo sarà decisamente italiana, con particolare attenzione ai prodotti tipici provenienti dalle varie regioni, identificati con la loro origine. Sarà l'occasione per celebrare la cucina italiana con declinazione nelle ricette stagionali e una particolare attenzione alla biodiversità.

Quanto conta la componente conviviale del cibo, l'ambiente e il contesto in cui si mangia?

Sono tutti elementi che contano moltissimo. Quando si propone del cibo non si fornisce soltanto qualcosa che serve a nutrire ma si trasmettono calore, accoglienza, cortesia. In una parola, ospitalità.

Relativamente al tema dell'Expo "Nutrire il Pianeta" come pensa che dovrebbe cambiare il modo di alimentarsi?

Sicuramente il tema del cibo sta assistendo a un crescente interesse che però qualche volta rischia di incanalarsi in percorsi ideologici che portano a seguire in maniera cieca slogan e proclami. Parlo della rincorsa al biologico e ai cibi a Kilometro 0, di alimentazione sostenibile ed etica, concetti un po' abusati. Sarebbe importante comprendere come buona parte della cucina non è solo nutrizione ma anche cultura della trasformazione del cibo, dove la qualità coincide con l'attenzione al territorio che poi si trasforma in qualità del prodotto.

Bisognerebbe anche imparare a sprecare meno. Si butta il 30% di quello che si compra, quando invece bisognerebbe mangiare secondo i propri bisogni e tornare a preparare il cibo con le proprie mani perché cucinare è relazionarsi con la natura.

Crede che la "Carta di Milano", con il proposito di abbattere lo spreco alimentare nel mondo del 50% entro il 2020, riuscirà a mettere d'accordo nazioni, organizzazioni e aziende che forse in parte dovranno ripensare il loro business?

Sicuramente Expo ha già portato dei risultati. Il solo fatto che sia stata scelta una tematica legata al cibo e all'energia ha fatto sì che si prenda coscienza, a livello internazionale, di un problema che è quello alimentare, oltre alla necessità di ripensare allo spreco, anche in campo energetico.

