

## Luxury Food: libro che racconta il cambio epocale del concetto di lusso enogastronomico

Non più astice, caviale, tartufo, foie gras, ingredienti rari, costosi, esotici o preziosi in ogni giorno dell'anno. Oggi il lusso a tavola è tutt'altro e fa rima con nuove parole chiave: attenzione al territorio, sostenibilità, creatività, identità, valorizzazione della tradizione, antispreco, plant based, experience, rispetto del lavoro e del pianeta. Oggi, questo percorso è stato istituzionalizzato in un libro dedicato sia agli esperti del settore food&wine che agli appassionati di alta cucina. *Luxury food*. Le parole chiave per strategie vincenti nell'enogastronomia di lusso di Annalisa Cavaleri, giornalista professionista e docente universitario, fa il punto sull'enogastronomia di alto livello, sottolineando il cambio epocale che ha portato il lusso a identificarsi prima col concetto di eccesso, poi con quello di sostenibilità. Il volume, edito da FrancoAngeli, è il primo a livello internazionale che applica le strategie del lusso mutuata dalla moda, dall'alta gioielleria e dall'automotive al settore food&wine. Il libro è impreziosito da quattro contenuti inediti dei grandi protagonisti dei luxury food italiani. Si comincia rigorosamente in ordine alfabetico con la riflessione *Il lusso è creatività* di Massimo Bottura, si continua con *Il lusso è accoglienza* di Rossella Cerea, *Il lusso è sostenibilità* di Norbert Niederkofler e, infine, *Il lusso è essenzialità* di Niko Romito. «C'è chi pensa, ancora, che mettere nel piatto aragosta, tartufo, caviale o altri ingredienti costosi, in ogni giorno dell'anno e a qualsiasi latitudine, sia sinonimo di pregio ed esclusività, ma lusso e ostentazione sono due cose molto diverse. spiega Annalisa Cavaleri, autore di *Luxury Food* *Sostenibilità, antispreco, attenzione al territorio, valorizzazione del proprio heritage, creatività, identità, unicità ed experience sono concetti assodati per gli esperti del settore e per gli chef, ma mi sono resa conto che tutti gli altri avevano un po' di confusione in testa. In frasi come Ieri ho mangiato un'intera scatola di caviale, al ristorante mi hanno grattugiato mezzo tartufo sui tagliolini, ho ordinato un plateau di ostriche e crudi di pesce si annida la stessa filosofia dei nostri antenati: cibo abbondante, raro e costoso come dimostrazione di status e potere. In passato, infatti, i ricchi dimostravano la propria potenza organizzando grandi banchetti a base di carni succulente e ingredienti esotici, che solo in pochi potevano permettersi, come avveniva alle feste che si tenevano alla corte del Re Sole. Ma oggi pensare di dimostrare il proprio status con l'eccesso e lo spreco di cibo sarebbe come vestirsi di pelliccia pensando di essere eleganti». «Oggi cos'è il lusso? racconta Norbert Niederkofler, chef e patron di Atelier Moessmer, nel corso della presentazione di *Luxury Food* è conoscere e comprendere il lavoro che c'è dietro alle materie prime che utilizziamo in cucina. Un rispetto che deve partire dalla coltivazione nei campi». «Sia che il cliente voglia il caviale sia che voglia una semplice pasta al pomodoro, il lusso deve ritrovarsi nello stare bene, nella volontà di vivere un momento per sé condividendolo con le persone che si amano. Il lusso è una coccola che puoi concederti anche con un piatto semplice. Il lusso non è per pochi ma è per chi ha la capacità di capire il bello delle piccole cose» aggiunge Rossella Cerea, contitolare & GM di Da Vittorio. «Nella vita vince chi si adegua per questo penso che il concetto di lusso possa essere stratificato in tante opzioni. spiega Riccardo Monco, chef patron di Enoteca Pinchiorri Oggi per noi cuochi la cosa più difficile è dar da mangiare a intolleranti e allergici. Il grande chef deve essere in grado di accontentare tutti gli ospiti che riceve. La ricerca del prodotto e del produttore non si ferma più alla grande qualità ma va oltre perché diventa una ricerca del benessere dei propri ospiti attraverso la cena. I francesi i ristoranti li chiamano maison ed è proprio sul concetto di casa che dobbiamo lavorare. Io posso fare la triglia più buona del mondo ma se chi ho davanti non ama la triglia, devo capire come accontentarlo. Bisogna dunque lavorare con meno ego e più ascolto verso il prossimo. È per questo che nel mio ristorante ho inserito molti anni fa un menu vegetariano, senza glutine e senza lattosio». «Il lusso, per quanto riguarda il mio lavoro chiosa Davide Oldani, chef patron di D'O non è utilizzare il caviale o il tartufo pregiato ma approcciarsi al lavoro in maniera diversa e garantire libertà espressiva e autonomia anche ai giovani cuochi». Ai giovani si rivolge anche Franco Pepe, patron di Pepe in Grani, che afferma: «Il lusso è vedere i ragazzi che lavorano con me che a mezzanotte sono liberi pur avendo servito 800 pizze in una sera. Questo significa che abbiamo organizzato bene il lavoro. Ma non solo. Lusso è anche far vivere agli ospiti un'esperienza autentica che sia una pizza a libretto mangiata sul belvedere o un percorso degustazione con wine pairing». «La nostra è una pasticceria per tutti. Non abbiamo una boutique ma un laboratorio. spiega Ernst Knam È una provocazione positiva perché una torta di mele è una torta di mele anche se io le utilizzo in osmosi. Lusso è, a fine pasto, mangiare un buon dolce che può condizionare l'esito di tutta la cena». «Il lusso non sta solo nelle materie prime e nella stagionalità ma anche nelle persone e nella professionalità. Il fattore umano può fare*





la differenza con un servizio tailor made e poter garantire agli ospiti tutto e in qualsiasi momento». Sottolinea Simone Giorgi, GM Park Hyatt Milano. «Inizialmente non ero d'accordo con l'idea di Annalisa di lusso precisa Maurizio Zanella, vicepresidente del Consorzio Franciacorta e sul fatto che un vino nobile, che valorizza un territorio, non può essere lusso. Poi ho capito che il concetto di lusso di Annalisa abbraccia tanti aspetti culturali ma anche di rispetto del territorio e di chi ci lavora perché il mestiere dell'agricoltore è difficile. Leggere il suo libro, dunque, mi ha fatto cambiare parzialmente idea». Luxury Food si presenta oggi come testo chiave per professionisti del settore che vogliono aumentare i propri skills di marketing e comunicazione. Il libro è anche un viaggio per gli appassionati e i foodlovers che vogliono conoscere meglio la storia dell'enogastronomia e gli sviluppi più recenti. Il testo è ricco di case study ed esempi pratici, pensati perché il lettore possa cogliere con maggiore immediatezza e semplicità i concetti esposti. Alla fine di ogni parola chiave, i key takeaway riassumono per punti i concetti basilari del testo. E, visto che l'interesse dei giovani per il settore dell'alta ristorazione e dell'hôtellerie è sempre più forte, il testo è anche manuale universitario dell'innovativo corso Comunicazione e Marketing dei Luxury Food, attivato presso l'Università IULM di Milano. «Non volevo che il libro fosse la fine precisa la Cavaleri ma l'inizio di un percorso per narrare il lusso enogastronomico in modo nuovo e professionale: sul sito web [luxuryfood.org](http://luxuryfood.org) racconterò le mie esperienze, analizzandole e ricollegandole costantemente alle nuove parole chiave di marketing e comunicazione che spiego nel libro». Annalisa Cavaleri è laureata in Giurisprudenza all'Università degli Studi di Brescia con lode e in Relazioni Pubbliche e Pubblicità all'Università IULM di Milano. Da anni lavora come giornalista professionista e critico gastronomico per alcune delle più importanti testate del settore. È professore a contratto per i corsi ufficiali Comunicazione e marketing dei Luxury Food e Antropologia del Cibo all'Università Iulm di Milano. Inoltre tiene lezioni nell'ambito del corso di laurea magistrale Food marketing e strategie commerciali dell'Università Cattolica e in vari master universitari, tra cui quello in Tourism, Strategy&Management dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca. Da anni studia il valore simbolico del cibo nelle religioni, l'alta cucina, l'hôtellerie di lusso e il rapporto tra cibo, alta moda e arte. News-24.it è una testata giornalistica indipendente che non riceve alcun finanziamento pubblico. Se ti piace il nostro lavoro e vuoi aiutarci nella nostra missione puoi offrirci un caffè facendo una donazione, te ne saremo estremamente grati.