L'invecchiamento precoce rende i vini tutti uguali tra loro?

Allunga la vita del vino con il programma di SHELF-LIFE IMPROVEMENT

SLI

enartis

Claril HM

Chiarificante a forte azione demetallizzante, permette la produzione di vini più stabili e freschi nell'aroma e nel colore.

Enartis Stab SLI

Fecce nobili "attive" per la conservazione dei vini pronti per l'imbottigliamento. Elimina il substrato ossidabile e crea un ambiente riducente.

Enartis Tan SLI

Innovativo tannino di quercia non tostata da usare come antiossidante ed antinvecchiamento in sinergia o in alternativa all'anidride solforosa.

71° CONGRESSO NAZIONALE VERONA 11-13 GIUGNO 2016

SPONSOR UFFICIALE

www. enartis .com

28069 San Martino Trecate (NO) Italia - Tel. +39-0321.790.300 - Fax +39-0321.790.347 - vino@enartis.it

ENOTECHE STORICHE D'ITALIA

PECK: IL MEGLIO SENZA COMPROMESSI

di Laura Bacca

Il negozio Peck di via Spadari a Milano è un'icona per tutti gli appassionati gourmet alla ricerca di prodotti di qualità superiore, conosciuto in tutto il mondo nella fascia alta del mercato. È la gioielleria del food & beverage di qualità del made in Italy, che trova nell'artigianalità, elemento chiave del suo Dna. L'enoteca Peck custodisce oltre 3000 etichette provenienti da tutto il mondo. Il 60% di queste è italiana, il meglio che ogni regione offre.

133 ANNI DI ECCELELNZA

Fondato a Milano nel 1883 da Francesco Peck, un salumaio originario di Praga, in 133 anni di storia, Peck è stato di proprietà di 5 famiglie. Eliseo Magnaghi, nel 1918, compra il negozio di Francesco Peck, trasferendolo da via Orefici a via Spadari, l'attuale indirizzo, facendolo diventare un luogo di ritrovo per intellettuali e personalità di spicco. Nel 1956 Speck passa ai fratelli Grazioli, che svilupparono le prime campagne pubblicitarie. Nel 1970 diventano proprietari i fratelli Stoppani che guidano l'azienda per oltre 40 anni, gettando le basi per un'espansione all'estero. Nel 2013, con l'acquisizione da parte di Pietro Marzotto, vede la luce il Ristorante Al Peck e ha luogo la prestigiosa partecipazione a Expo Milano 2015, in qualità di ristorante ufficiale del Padiglione Italia.

IN ENOTECA 3000 ETICHETTE

L'enoteca di Peck custodisce oltre tremila etichette provenienti da quasi tutto il mondo. Suddivisa per regioni di provenienza, vanta una delle più ampie selezioni al mondo di vini italiani e francesi, includendo bottiglie di annate storiche e grandi formati come Jeroboam, Baltazar, Imperial e Nabucodonosor. Qui è possibile farsi consigliare dagli esperti sommelier nella scelta di bottiglie per

ENOTECHE
STORICHE D'ITALIA

ogni fascia di prezzo, o regalarsi momenti di degustazione presso il banco mescita. Per il futuro sono in programma incontri con i produttori enologi nell'ambito di eventi esclusivi.

■ L'enoteca Peck seleziona attentamente le etichette in assortimento, dando spazio alle più importanti case vinicole italiane e estere. La cantina è un punto di riferimento per veri appassionati alla ricerca di bottiglie quasi introvabili e verticali anche a tiratura limitata, oltre a distillati pregiati, come Cognac invecchiati dai 50 ai 100 anni e Armagnac degli anni Venti e degli anni Quaranta. Di seguito l'intervista a Leone Marzotto, Executive Vice-chairman and Ceo di Peck.

Leone Marzotto

L'INTEVISTA

Nel 2013 suo padre Pietro acquisisce Peck, il tempio della gastronomia milanese. Dall'abbigliamento all'enogastronomia quindi: qual è stata la motivazione e quali gli obiettivi?

■ Le motivazioni prescindono l'esperienza della famiglia nel settore tessile e dell'abbigliamento. Pietro Marzotto era già attivo nel settore dei prodotti enogastronomici di alta qualità con una partecipazione in una società che produce eccellenze. In Peck ha visto il potenziale inespresso di un marchio che riteniamo unico al mondo in termini di qualità dei prodotti.

Dal 1883 Peck rappresenta la gioielleria del food&beverage di qualità del made in Italy, con specialità meneghine e produzione artigianale. Quali le strategie per rimanere competitivi oggi?

■ Il posizionamento di Peck è molto diverso da quello degli altri marchi e nella definizione che lei stessa dà di Peck nella sua domanda menziona correttamente l'artigianalità, elemento chiave del Dna di Peck.

■ Anche il modello di business di Peck è unico: non solo selezioniamo, ma produciamo anche prodotti di altissima qualità che vendiamo solo nei nostri punti vendita. Usiamo solo le migliori materie prime e rifiutiamo qualsiasi compromesso anche nel processo produttivo. Attenzione massima infine nel servizio. In questo modo costruiamo una relazione di fiducia con la nostra clientela, che è sofisticata e dunque attribuisce valore a quello che facciamo ed a come lo facciamo.

A Expo 2015 siete stati selezionati come ristorante ufficiale del Padiglione Italia. Di fronte ai 20 milioni di visitatori provenienti da tutto il mondo come vi siete presentati?

■ Abbiamo pensato che per il visitatore internazionale sarebbe stato interessante scoprire quanto è varia la cucina italiana e dunque il nostro Chef Matteo Vigotti ha interpretato sapientemente alcuni classici regionali, con un tocco di modernità ma facendo sempre risaltare soprattutto la qualità della materia prima e dunque i sapori della nostra ricchissima terra.

Quali sono i vostri obiettivi sui mercati esteri?

■ La cucina italiana ed in generale i prodotti enogastronomici italiani di alto livello non sono ancora abbastanza conosciuti all'estero. Dell'Italia purtroppo si conoscono soprattutto i prodotti più poveri, e spesso quelli di minor pregio. Per non parlare del fenomeno del cosiddetto "Italian sounding": prodotti con nomi italianeggianti che sfruttano l'immagine del nostro paese per vendersi, con evidente confusione del consumatore e conseguente danno delle eccellenze italiane. Portare Peck all'estero per noi significa essere ambasciatori della Cultura enogastronomica italiana di alto livello.

Come vi posizionate di fronte al tema della sostenibilità sottoscritta da Expo?

■ È un tema importantissimo per noi. Dal punto di vista ambientale l'anno scorso abbiamo investito quasi due milioni di euro nella riqualificazione dell'impianto energetico della nostra sede, che ora utilizza l'acqua di falda come sorgente termica, con una riduzione importantissima del consumo sia di energia elettrica sia di gas. Inoltre dal punto di vista sociale sosteniamo da sempre l'opera dei frati carmelitani scalzi di Milano mediante offerte settimanali di alimenti destinati ai più bisognosi.

L'Enoteca di Peck custodisce oltre 3000 etichette provenienti da tutto il mondo. Quanto spazio viene dato alla produzione italiana rispetto agli altri Paesi? Quali sono i criteri di selezione dei vini?

■ Circa il 60% dei vini sono italiani. Selezioniamo i vini in base alla richiesta dei clienti, alle regioni d'Italia e del mondo, cercando di selezionare il meglio che ogni regione offre. Scegliamo inoltre le migliori annate prodotte dalle case vitivinicole.

Il vino più caro?...e quello che costa meno?

■ Il più caro è il Romanée Conti (circa 12.000-13.000€ a seconda dell'annata); il meno caro: Barbera d'Alba 15€, Cerasuolo di Vittoria 17€.

Chi compra il vino da Peck e perché?

■ Abbiamo clienti abituali che spesso vengono da noi per acquistare prodotti per uso personale e per fare un regalo di qualità. Sanno di trovare personale altamente specializzato e competente che può consigliarlo e indirizzare la sua scelta verso ciò che più si addice alla sua personalità e all'occasione. Non mancano professionisti del settore, che vengono da noi con la certezza che i vini sono conservati alla giusta temperatura, e collezionisti, anche dall'estero, sicuri di trovare annate, formati e rarità particolarmente pregiate.

Quanto incide il comparto vino rispetto a quello della gastronomia nel fatturato?

■ Il vino incide grossomodo il 20% delle vendite di tutto il negozio di via Spadari.

Fate attività di promozione/educazione? Come fidelizzate i vostri clienti?

■ Promuoviamo a rotazione una selezione di vini al calice in degustazione al banco mescita presente in enoteca, magari accompagnato da assaggi di salumi e formaggi. Inoltre promuoviamo le novità e i migliori prodotti dei nostri fornitori con l'esposizione in vetrina, la presenza nella carta dei vini al calice al Ristorante Al Peck al primo piano e al Peck Italian Bar & Restaurant in via Cantù.

■ Cerchiamo di conquistare la fiducia del cliente attraverso il contatto diretto, il servizio offerto che è una vera e propria consulenza ad hoc sulla base della personalità del cliente e dell'occasione per cui si rivolge a noi. Anche durante le degustazioni al calice cerchiamo di instaurare un dialogo per ascoltare le diverse preferenze ed opinioni. In questo modo il cliente sa di potersi fidare della nostra selezione, del nostro consiglio, della nostra competenza.

Quali le strategie per il futuro dell'Enoteca?

■ Peck si distingue e continuerà a distinguersi sia per il servizio (quattro sommelier professionisti in enoteca) sia per la selezione di 3000 etichette che comprende moltissime rarità. Per il prossimo futuro vorremmo fare incontrare la nostra clientela con i produttori nell'ambito di eventi esclusivi: nessuno meglio di chi produce può trasmettere l'impegno, il lavoro e la passione che sta dietro alla realizzazione di un buon vino. ■

I NUMERI DELL'ENOTECA PECK

133: gli anni di storia
4: i sommelier professionisti presenti in enoteca
3000: le etichette presenti in enoteca
27 litri: la bottiglia più grande
13.000 euro: il vino più costoso
15 euro: il vino meno costoso
1927: l'anno dell'Armagnac più vecchio
25: i punti vendita all'estero