Peck, 130 anni di eccellenze italiane a Expo 2015

peck-c07eb048

Gastronomia milanese per eccellenza da oltre 130 anni, ma anche ristoranti, catering, e-commerce. Ecco la formula vincente di **Peck**. Che, oltre al punto vendita e ai due ristoranti di Milano, oggi vanta 25 negozi nel mondo tra Giappone, Singapore, Taiwan, Messico e Corea del Sud. Per saperne di più abbiamo intervistato Leone Marzotto, executive vice president di Peck.

peck 1**Quali sono i punti di forza di Peck?**
Intanto, la forza di Peck risiede nel format variegato: negozio, ristorante gourmet, macelleria, salumeria, affinatore di formaggi, pastificio artigianale, gastronomia, pasticceria, gelateria, bar, enoteca con oltre tre mila etichette e catering. Nel tempo ci siamo accreditati come un marchio rappresentativo dell'eccellenza italiana e ormai siamo un rifugio per chi ama riscoprire i sapori della tradizione, nonché una meta per chi è alla ricerca delle nuove frontiere della cucina. Questo risultato è stato possibile grazie all'atteggiamento aperto: se prediligiamo i prodotti italiani, non escludiamo i fiori all'occhiello degli altri Paesi. E garantiamo sempre prodotti di assoluta qualità, accostamenti originali e presentazioni d'impatto.

Come siete riusciti a mantenere il successo nel tempo?peck 4
Peck ha alle spalle ben 130 anni di storia. Grazie all'esperienza maturata vantiamo una capacità di scelta, di verifica e di conservazione del prodotto quasi unica al mondo. Come succede con la musica classica, alcune nostre specialità sono diventate degli evergreen. Penso, per esempio, al vitello tonnato, al parmigiano, alla trippa, alla pasta ai fagioli e al minestrone.

Parliamo dello sviluppo di Peck nel mondo…
In Giappone operiamo ormai da 25 anni: è stata una scelta naturale, dettata dalla consapevolezza che il mercato fosse maturo per recepire e valorizzare prodotti gastronomici di qualità. Oggi per noi rappresentano un terreno fertile tutti i paesi anglosassoni nonché l'oriente ed il Sud America. per quanto riguarda l'Europa, la vetrina più interessante è sicuramente Londra.

Vi interessa espandervi anche in Italia?
In questo momento per Peck è prioritaria l'espansione all'estero. Tenete conto che un format così articolato e ricco è replicabile solo in città operose e di grandi dimensioni, con un flusso turistico importante.

peck 2**Peck gestirà l'unico ristorante di Padiglione Italia durante Expo 2015. Come avete conquistato l'appalto?**
Abbiamo partecipato a una gara pubblica con un progetto forte. Non c'erano situazioni paragonabili alla nostra, anche perché esiste una forte affinità tra il tema centrale di Expo 2015 e la filosofia di Peck. Il ristorante soddisferà le delegazioni di tutto il mondo, ospiterà eventi internazionali e offrirà un menu alla carta con le nostre specialità e qualche piatto creativo. Non solo: permetterà di fare colazione con un croissant appena sfornato o di chiudere la giornata di lavoro con un aperitivo sulla terrazza del Padiglione Italia.

Quante persone lavoreranno al ristorante del Padiglione Italia?
Abbiamo chiuso un accordo con tre scuole alberghiere: gli studenti presteranno servizio sotto forma di stage retribuito. Inoltre integreremo la squadra con alcuni nostri collaboratori.

Secondo le stime, saranno 26 milioni i pasti da preparare per i visitatori di Expo Milano 2015...
Expo 2015 rappresenta un'occasione unica per il mondo della ristorazione milanese e italiano. Durante questo semestre Milano avrà la possibilità di mostrare la propria operosità e fantasia. E se la kermesse sarà gestita bene, cosa che peraltro mi aspetto, si trasformerà in un'opportunità per rivitalizzare l'economia del nostro Paese. Penso infatti che i visitatori stranieri di Expo 2015 non si fermeranno solo a Milano ma, complice una rete ferroviaria sempre più efficiente, visiteranno almeno Venezia, Firenze e Roma.

Un suggerimento per i lettori di Mixer: come cogliere al meglio le opportunità legate a Expo 2015?peck 3
Per raggiungere i potenziali clienti occorre puntare su una seria ed efficace comunicazione. Vale per i ristoratori così come per i produttori. Il nostro Paese vanta un patrimonio artistico e gastronomico incredibile, ma è sottovalutato e poco conosciuto dagli stranieri. Ovviamente il web ricopre un ruolo primario nella comunicazione odierna, ma non basta. Al di là degli obblighi di legge, per esempio, già sull'etichetta sarebbe importante chiarire in modo semplice la storia e le caratteristiche del prodotto e del suo territorio d'origine. Ciò consentirebbe di costruire una piattaforma solida per l'esportazione dei nostri prodotti.

Italian Bar, l’aperitivo di Peck

Bandito il bancone ricolmo di appetizer tipico a Milano, Peck Italian Bar all’ora dell’aperitivo propone un piattino di delizie preparato al momento per accompagnare il drink. I vini al calice cambiano con rotazione settimanale e sono indicati sul menu.

I due ristoranti a Milano

Punto in comune di Al Peck, al primo piano di via Spadari, e di Peck Italian Bar, nell’adiacente via Cantù, è l’utilizzo esclusivo delle materie prime vendute in negozio. Ecco torta quindi che il Parmigiano Reggiano servito al banco formaggi è lo stesso che viene grattugiato sul piatto al momento, che insaporisce il ripieno dei tortellini o che dà rotondità all’impasto della luganega fatto all’interno dei laboratori di Peck. Al Peck, attivo durante l’intero orario di apertura del negozio, a pranzo propone piatti tradizionali milanesi e italiani in un ambiente elegante. Peck Italian Bar è un locale giovane, dall’atmosfera casual. Rinomato per la qualità del caffè, delle prime colazioni e delle brioches provenienti dai laboratori di pasticceria di Peck, è anche un ristorante aperto a pranzo e cena.

La storia: Peck in pillole

Nato come salumeria nel 1883, il vecchio laboratorio milanese si è trasformato poi in gastronomia, enoteca e pasticceria. Lo storico negozio di 4 mila metri quadri su tre piani, in via Spadari a Milano, è il nucleo di un impero che oggi conta 25 negozi nel mondo tra Giappone, Singapore, Taiwan, Messico e Corea del Sud.