

DINING

T: 02 76005599. M3 Montenapoleone. **Map G4**

illy Caffè

In addition to the launch of a design store in Milan's futuristic piazza Gae Aulenti, surrounded by spectacular skyscrapers, the Trieste-based brand recently opened a new, exclusive locale in via Montenapoleone, in the heart of Milan. The new **illy Caffè** has taken up residence in the elegant courtyard of a period building and is slated to become one of the city's hottest all-day dining options where lovers of taste and art can get together to enjoy either a languid lunch or dinner, or savour tantalizing sweet and savoury offerings in a unique oasis. The store also boasts a retail corner featuring a selection of products from the illy world. www.illy.com. Open Mon-Wed 7.30am-8pm; Thurs-Fri 7.30am-9pm; Sat 9.30am-11pm; Sun 9.30am-9pm. Piazza Gae Aulenti, 36. T: 02 65560331. M2-M5 Garibaldi FS. **Map F2** • Open daily 8am-11pm. Via Montenapoleone, 19. T: 02 83549386. M3 Montenapoleone. **Map F4**

Lavazza

Italian coffee expert Lavazza has opened its first flagship store in Milan. A go-to destination where coffee lovers can experience the very best that the world of Lavazza coffee has to offer

MARCHESI 1824's famous panettone is decorated by hand, prepared using a recipe based on two centuries of research and passion. Its exquisite ingredients include raisins, candied fruit, Bourbon vanilla from Madagascar, Italian honey and trademark Marchesi sourdough.



throughout the day. This beautifully designed location offers four different experiential options: the "Caffetteria" where visitors can savour an authentic espresso, a "Slow Coffee" area to taste different types of coffee extraction systems, a "Fresh Roasted" area where precious single origins are roasted and blended on site, and the "Coffee Design" area where innovative food design meets the world of coffee in new and surprising flavour combinations, created with top international chefs. Open Mon-Thurs 8am-7.30pm; Fri 8am-8pm; Sat-Sun 9am-8pm. www.lavazza.it/flagshipstore. Piazza San Fedele, 2. T: 342 8411682. M1-M3 Duomo. **Map F4**

Marchesi 1824

Pralines and homemade pastries, biscuits and panettone, "veneziana", chocolates, sweets and over thirty different types of cream cakes, cannoncini and éclairs. It still retains its original early nineteenth century atmosphere and has a counter at which you can drink a cup of coffee accompanied by tiny, mouth watering treats. Pastries baked fresh on a daily basis and for the holiday season. A truly tantalizing experience!

Open Mon 7.30am-7.30pm; Tues-Sat 7.30am-8pm; Sun 8.30am-7.30pm. www.pasticceriamarchesi.com. Via Santa Maria alla Porta, 11/a. T: 02 876730. M1 Cairoli. **Map E4** • Open daily 7.30am-9pm. Via Montenapoleone, 9. T: 02 76008238. M3 Montenapoleone. **Map F4** • Open daily 7.30am-9pm. Galleria Vittorio Emanuele II. T: 02 94181710. M1-M3 Duomo. **Map F4**

Neuhaus Maître Chocolatier

In Milan, the famous school of Belgium chocolate boasts one of its most famous brands: the Neuhaus shop is a small treasure trove where pralines – more than 100 varieties that arrive fresh, each week, from Belgium – are displayed in cases like precious jewels, alongside bars with dried fruits, characteristic letters of the alphabet and greeting cards, all made exclusively from chocolate. Open Mon 3pm-7pm; Tues-Sat 10am-1.30pm/3pm-7pm. www.neuhaus-cioccolato.it. Via San Vittore, 6. T: 02 72000096. M2 Sant'Ambrogio. **Map D5**

Noberasco 1908

King of dry fruit Noberasco 1908 instantly sealed its success as a reference point for discerning palates and lovers of natural tastes: its products are sourced from all over the world and include a flotilla of the rarest, most delicious culinary delights. Open Tues-Sat 10am-7.30pm; Mon 11am-7.30pm. www.noberasco.it. Via Spadari. T: 02 99201022. M1 Cordusio, M1-M3 Duomo. **Map F2**

Peck

A paradise for food lovers. At this high-class delicatessen, for years an authentic temple of Milanese taste, you will find the best of Italian excellence, from cured meats to sauces, from wines to liqueurs, from cheeses to olive oil. Spread out over three floors, Peck is also a great place for an unforgettable stopover. The search for quality is Peck's primary aim, achieved through a careful selection of products from all over the world. Don't miss the "Piccolo Peck", a gastronomic café at the ground floor reminding a Viennese café of the 30s, where you can relax and taste several specialties. Open Mon 3pm-8pm; Tues-Fri 9am-8pm; Sat 9am-8pm; Sun 10am-5pm. www.peck.it. Via Spadari, 9. T: 02 8023161. M1-M3 Duomo, M1 Cordusio. **Map F5**

Zàini Milano

In 2013, historic Milanese chocolate factory Zàini celebrated its 100th anniversary with the opening of a new space in Milan. A timeless location decked out with period furniture and a counter at which customers can savour authentic cakes, hot chocolate laced with violet flowers or rose buds, sweet treats and bread and chocolate. The ideal place to taste and buy some of the best chocolate in town. Open Mon-Sat 8am-10pm; Sun 8am-7pm. www.zainimilano.com. Via de Cristoforis 5, corner of Corso Como. T: 02 694914449. M2-M5 Garibaldi FS. **Map F2**



VIA MONTE NAPOLEONE, 19.
ENJOY QUALITY ESPRESSO
AND OUR FOOD ALL DAY LONG.

Discover more on illy.com/montenapoleone



LIVE HAPPILLY

FELICE
CUCINAROMANADAL1936
TESTACCIO
Milano

FELICE A TESTACCIO
Roman cuisine since 1936



Via del Torchio, 4 - Milan
PHONE +39 0280506690

○ ○ ○ même est férue de food chic puisqu'elle est aussi la cofondatrice du Maisie Café, cantine bio à Paris (voir encadré). Luxe, popote et potes, le combo parfait !

Loin d'être déconnectées de la réalité, les marques de luxe ont compris que la food boostait le chiffre d'affaires. « Lorsque j'ai lancé Maison Plisson en 2014, j'ai ramé pour trouver le financement », explique Delphine Plisson. Pour Maison Plisson 2 [ouverte cet été, ndlr], tous les fonds d'investissement de Paris m'ont contactée en huit jours ! » Investir dans la food, ça rapporte. « Entre 2013 et 2017, le marché de la mode était en recul, mais la food progressait, y compris dans la grande distribution », surligne Laurent Plantier, cofondateur d'Alain Ducasse Entreprise, à présent à la tête de FrenchFood Capital, premier fonds d'investissement français consacré à la food avec 100 millions d'euros. « Il y a beaucoup d'argent en circulation, les taux sont historiquement bas... Tout cela pousse à investir. Or, la food, ça plaît. Les restos sont pleins : on mange de plus

en plus en dehors de chez soi, surtout les jeunes. Les investisseurs adorent car ils ont la garantie que, quoi qu'il se passe, les gens se nourriront trois fois par jour et que les Français ont, globalement, une extraordinaire culture agricole et alimentaire. Enfin, rien de plus valorisant pour un investisseur que de dire "viens dîner dans mon resto !", poursuit Laurent Plantier. À l'ère du virtuel, on a envie d'expériences réelles. » Martingale business, la food attire les consommateurs dans les boutiques à une époque où on achète un it bag d'un clic. Plus rien d'étonnant à voir cohabiter vêtements et accessoires de luxe et épicerie ! En ce moment au Printemps Haussmann, on se réjouit de l'arrivée sous le même toit de Balmain Homme et de Perruche, le bar-resto en

terrasse qui défrise Paris. « Avec 5 % de la surface du magasin consacrée à la food au Printemps du Goût (7^e et 8^e étages), nous avons vu bondir la fréquentation », confie Corinne Berthier, responsable des relations extérieures, qui se félicite de ce nouveau combo luxe/food. Il se murmure que près de 30 % de clients supplémentaires seraient drainés par ce « food court », avec une augmentation substantielle du chiffre d'affaires. Restaurant Beige d'Alain Ducasse au dernier étage de l'immeuble Chanel Ginza à Tokyo, Café Dior de Pierre Hermé à Séoul, Blue Box Cafe par Tiffany à New York... Les ouvertures de (bonnes) tables dans des boutiques de luxe n'en finissent plus, faisant de ces endroits des lieux de vie où les consommateurs restent toujours plus longtemps. Indispensable quand on sait que, selon une étude du cabinet Deloitte, seule la moitié des jeunes Européens achète encore en magasin. Et ce n'est pas fini. Il se murmure que LVMH aurait pour projet de créer le « food court » le plus étoilé du monde dans la future Samaritaine à Paris. Le meilleur endroit pour trouver son prochain... « eat bag » ! ■

●●
IL Y A BEAUCOUP
D'ARGENT EN
CIRCULATION,
LES TAUX SONT
HISTORIQUEMENT
BAS... TOUT
CELA POUSSE
À INVESTIR.

●●
LAURENT PLANTIER, DE
FRENCHFOOD CAPITAL

3 MARIAGES GOURMANDS

RACHAT, COLLAB OU RAPPROCHEMENT
EPHÉMÈRE, EXEMPLE DE TROIS UNIONS
QUI FONT SALIVER.

PASTICCERIA MARCHESI



Au printemps 2014, Prada a racheté 80 % de la société Angelo Marchesi. En vitrine de cette institution milanaise, fondée en 1824 et située via Monte Napoleone, chocolats, pâtisseries et panettone... Depuis,

deux nouvelles boutiques ont déjà ouvert à Milan. On attend avec impatience l'ouverture des suivantes.

GUCCI OSTERIA



À Florence, Gucci a frappé un grand coup début janvier avec un palazzo sis en face du Palazzo Vecchio, mixant galeries d'exposition, boutiques et table tenue par Massimo Bottura, chef triplement étoilé.

Dans ce lieu où sont vendus vaisselle et coussins signés par le créateur italien et directeur artistique de Gucci Alessandro Michele, on savoure burgers, buns au porc, tarte au chocolat au goût de Nutella ou tortellinis au parmesan 36 mois... Suzy Menkes adore !

MAISIE POUR MATCHESFASHION.COM



Matchesfashion.com ouvre en septembre 5 Carlos Place, une résidence londonienne permanente dans un hôtel particulier, où se marieront culture, shopping, événements... Pour l'ouverture, c'est

Maisie Café, cantine vegan et bio parisienne, qu'ils ont sollicité. « Ils nous ont dit "vous avez les codes et vous savez parler aux gens de la mode. Or, nous voulons nous situer à la croisée des chemins de la mode, du lifestyle et la food" », explique Xavier Barroux, cofondateur de Maisie Café. Tout est dit !
maisiecafe.com



Home > Approfondimenti > La pasticceria di lusso deve sfruttare il Made in Italy

La pasticceria di lusso deve sfruttare il Made in Italy

Approfondimenti | Da Mixer Magazine | Ott 9, 2018



Prada che compra Marchesi e apre in Montenapoleone e in Galleria, LVMH che compra Cova: le griffe si interessano alla pasticceria. E la pasticceria ha scoperto il lusso. Come è avvenuto tutto ciò? Lo abbiamo chiesto al professor **Mauro Ferraresi, docente di sociologia dei consumi e della comunicazione all'Università IULM di Milano**. "L'alta moda fa parte del

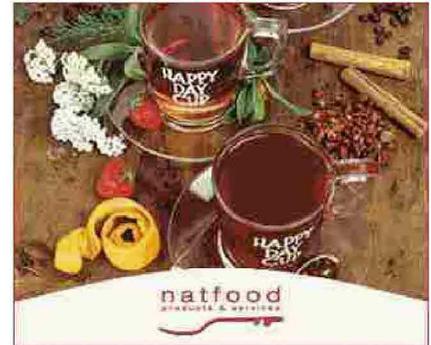


Made in Italy, è un brand incastrato in un altro brand tra i più noti al mondo. La pasticceria italiana a mio avviso rispetto ad altre ha una carta in più da giocare se entra nel solco del made in Italy, brand che mette insieme moda, alimentazione e design. Tutti aspetti che il pastry può sfruttare molto bene". Come si può promuovere questo aspetto?

"Lavorando sul design, oltre che sul gusto, sfruttando modalità che costruiscano una relazione completa con il prodotto e che coinvolgano i cinque sensi". Il piccolo pasticcere beneficerà di questo trend? "Mi immagino un trickle-down effect, un effetto di trasferimento: chi è trendsetter produce un richiamo benefico anche verso chi non lo è in termini di reputazione e vendite. Più cresce l'esclusività di alcune punte avanzate nel settore pastry, più ne guadagneranno le parti menolussuose e più democratiche".

Il Pastry si fa bello

Dopocena: dessert bar e aperitivi in pasticceria



[ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER »](#)

[Search](#)

VIDEO MIXERPLANET

Dario Olmeo:
White Basil
Mojito, il Mojito
con il mirto
TUTORIAL



Alessandro Borghese Kitchen sound

Alessandro
Borghese
Kitchen Sound, i
rolls di branzino
e coste. VIDEO



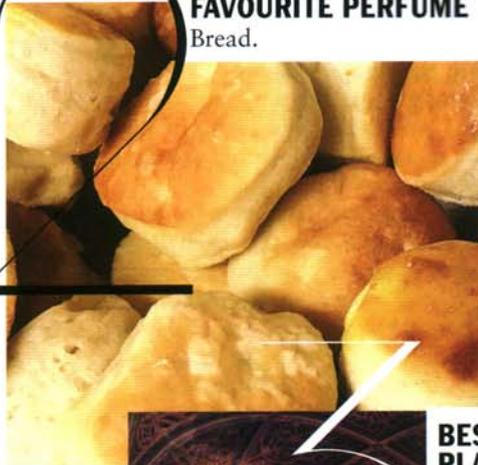
CARLA SOZZANI

TEN THINGS TO CHERISH

► Stop right there and take a few moments to drink in the superior taste levels of one Ms Carla Sozzani, queen of the incredible 10 Corso Como and former editor-in-chief of Italian Elle. These are her most cherished things – or rather, these are 10 of them. Stare, indulge, learn. Oh, how we love you, dear, amazing Carla!

FAVOURITE PERFUME

Bread.



FAVOURITE FLOWER

Bird of paradise (*Strelitzia*).



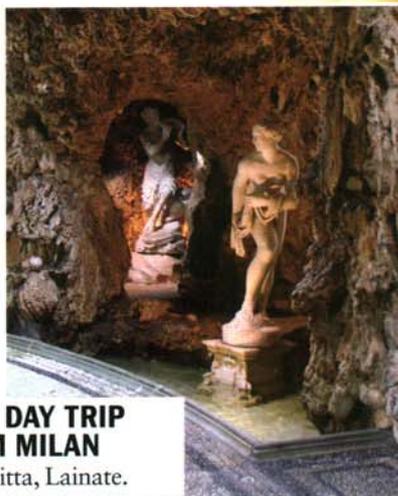
BEST HIDDEN PLACE IN MILAN

San Maurizio al Monastero Maggiore.



FAVOURITE DISH

Pumpkin ravioli from Man



BEST DAY TRIP FROM MILAN

Villa Litta, Lainate.



Fondazione Marconi

Arte moderna e contemporanea

BEST GALLERY IN MILAN

Fondazione Marconi.

FAVOURITE RESTAURANT IN MILAN

Trattoria della Pesa, Via Pasubio 10.



BEST PASTRY SHOP

Marchesi – the one on Via Santa Maria alla Porta 11/a.



BEST VIEW IN MILAN

From the 31st floor of the Pirelli tower – the Belvedere level by Gio Ponti.



FAVOURITE BOOK

Il bene nelle cose Emanuele Coccia (The Good in Things), published by Il Mulino.

LIVING

il Senso del Gusto



di LUCA GUADAGNINO

Luci e ombre a Milano

La trasformazione della città più combattiva (colta, laboriosa, nel sogno europeo...) del Novecento passa anche da locali e ristoranti. Ma è tutta positiva? Non sempre. Passeggiata di fine estate, con qualche dubbio

Come è bella Milano d'estate, così vuota e metafisica nella luce abbagliante di Lombardia.

Le trasformazioni neoliberaliste della città, per quanto idealmente mi vedano avverso, bisogna ammetterlo, non sono così sbagliate. Siamo poi così sicuri che Porta Nuova o CityLife siano tanto in conflitto con la «vecchia Milano» della nostalgia?

E cosa era la vecchia Milano poi? A me viene in mente la città descritta con così struggente miracolo letterario da Rossana Rossanda nel suo capitale romanzo di etica autobiografica *La ragazza del secolo scorso*, quella Milano combattiva partigiana e fiera che sconfisse l'orrore del ventennio fascista (do you remember?) rimettendo in circolo cultura, libri, libri, libri e poi design e architettura (anzi proprio il concetto del design è cosa squisitamente milanese) e convivialità intellettuale.

E le decadi '50, '60, '70 del sogno europeo di una casa comune dei valori hanno sempre visto l'eresia e il ribaltamento degli orizzonti come prospettiva benefica e virtuosa.

Insomma Milano è sempre stata formalista e aperta al mondo, pronta e laboriosa, accogliente e amante delle trasformazioni e quindi, aperti come siamo al nuovo e al contemporaneo, possiamo prendere di petto il problema di cosa non va nel presente di questa città in mutazione e rilancio: forse la oppressiva mancanza di memoria e cultura storica che informa alcuni agenti di questi movimenti nel nuovo?

Prendiamo per esempio Palazzo Morigi, nel punto forse più caldo e gentile della vecchia città, dietro corso Magenta, epicentro di una grande esperienza utopica di occupazione di un edificio pubblico abbandonato. Ahimè il Comune di Milano decise di mettere in vendita il palazzo qualche anno fa, e passato al privato a un prezzo completamente fuori mercato, Palazzo Morigi dall'essere centro di condivisione trentennale e fondativa di collettivi di donne, di omosessuali, di lavoratori e sindacati, adesso è un impersonale blocco bianco che ospita case private di lusso.

La storica Taverna Morigi, un tempo accogliente e délabrée mensa di tradizione, è diventata un locale molto brutto, dove bottiglie di vino a caso fanno da decoro, dove il servizio è maleducato e dove soprattutto la cucina è terribilmente pretenziosa e fallita: il baccalà



RISERVA E TAVERNA

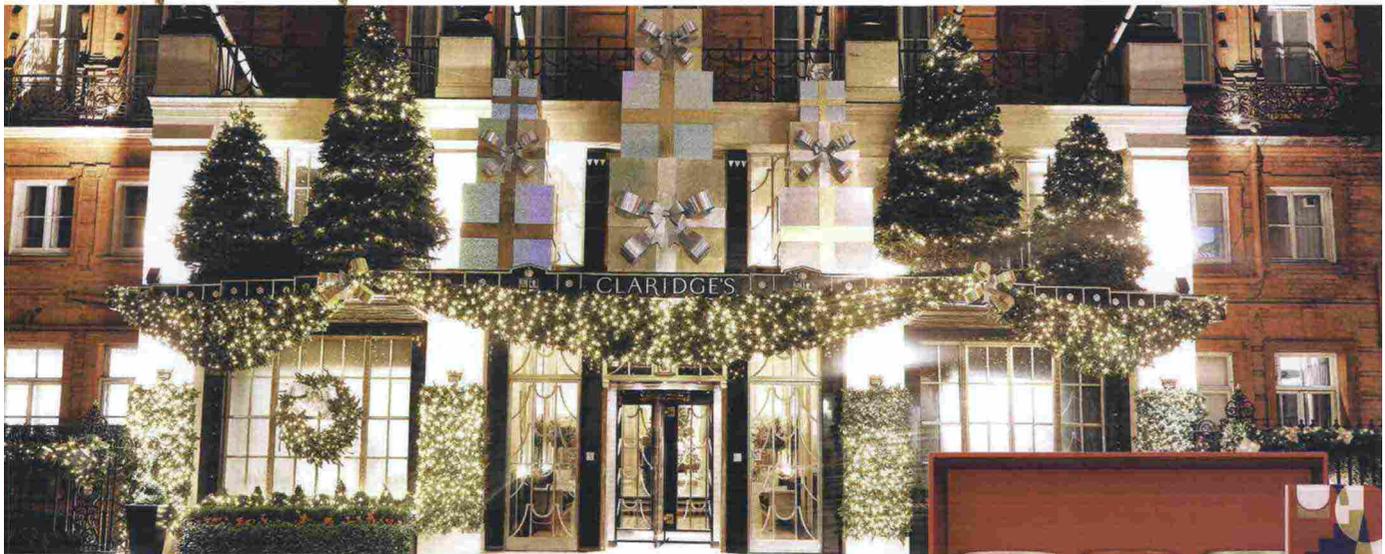
Dall'alto, lo Starbucks Reserve Roastery in piazza Cordusio a Milano e la Taverna Morigi di via Morigi, zona Magenta, sempre a Milano.

mantecato vi arriva in una sciocca mattonella compatta e collosa dove manca completamente la consistenza dei fiocchi del baccalà, la pasta AOP (ovvero aglio olio e peperoncino in questa neolingua anglofona) è un piatto terribile di spaghetti avvolti in una salatissima crema senza alcun carattere, la cotoletta alla milanese viene in un piatto sul cui fondo giace una palude di burro cotto, potrei continuare, ma pagato il conto e uscito sulla piazza coperta di piante perenni (perché?) raddoppio l'esperienza di questo liberismo non stimolante camminando verso piazza Cordusio per capire cosa ci fa in un altro edificio pubblico, la storica sede delle Poste Italiane, un simbolo della cultura alimentare americana, Starbucks.

La risposta è difficile da dare ma sospetto che il motivo di questa sontuosa scommessa della multinazionale sia di infiltrazione: un ingresso apparentemente morbido in Italia, dove l'identità del marchio, ammettiamolo, niente più che un fast food della caffetteria americana, viene mistificata in una giostra (o circo se volete) scenografica di macchine da torrefazione che sembrano uscire dalla mente di qualche studio hollywoodiano, dove il terribile cibo che trovate a ogni Starbucks del mondo è sostituito con la affidabile materia del panificio Princi, dove mancano i capitali dell'obesità statunitense fatti di zuccheri come il frappuccino.

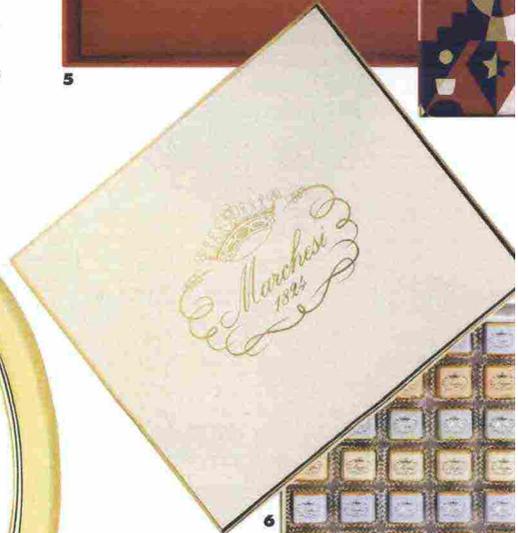
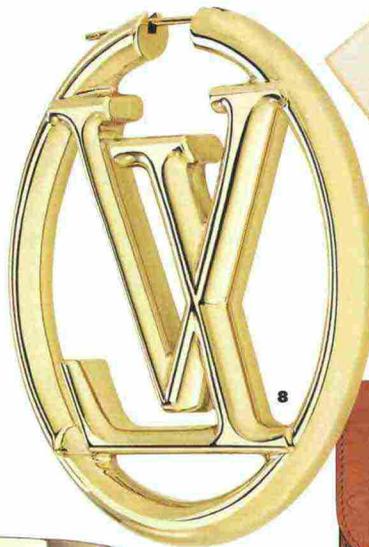
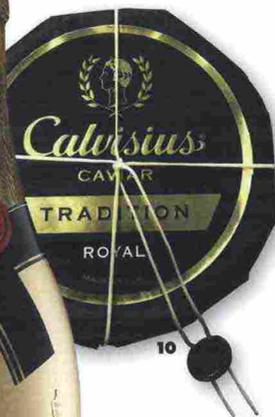
Restano caffè e cappuccini che pagherete a prezzi impossibili (quattro euro e cinquanta un cappuccino in piedi quando a qualche passo di distanza, nel bellissimo Marchesi acquisito da Prada e rispettato nel suo Dna dal gusto incredibile della nuova proprietà, potrete consumare la stessa bevanda, fatta molto meglio, a un euro e ottanta centesimi). Il pubblico che ho visto far la fila per entrare da Starbucks era eccitato e contento di trovarsi in questo nuovo tempio della cultura anglofona peggiore e non vedeva per esempio che piazza Cordusio, un tempo triangolazione della vita quotidiana di una grande metropoli, adesso era il regno di un marchio che impone la presenza allarmante e cupa di spessi bodyguards nerovestiti, minacciosi e che forse preferirebbero stare in giro per la città a godersi una giornata di fine estate piuttosto che controllare i consumatori di una caffetteria come fossero passeggeri in aeroporto, migranti del consumo.

elle Xmas shopping



Un albero griffato

A Londra, non è Natale senza l'iconico albero del Claridge's, storico e raffinato 5 stelle nel cuore di Mayfair. Ogni anno, uno tra i più celebri habitués dell'hotel viene chiamato a creare il simbolo natalizio che impreziosisce la lobby, must delle festività per ospiti, londinesi e turisti. Dopo lo stilista Karl Lagerfeld, Jonathan Ive di Apple con l'industrial designer Marc Newson, Christopher Bailey e Dolce&Gabbana (solo per citarne alcuni), nel 2018 il compito è stato assegnato a Diane Von Fürstenberg: già designer di stanze e suite dell'hotel, ora firma il suo *tree of love*, l'albero natalizio che, come ha spiegato la designer, «celebra tutti gli aspetti della vita e dell'amore» (claridges.co.uk). **G.G.**



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.