

**Cibo & Affari** La strategia internazionale di un simbolo del made in Italy

# Lo chef **Marchesi** e i nuovi club del gusto

Da Monaco a Saint Tropez, Hong Kong e Shenzhen: i ristoranti in joint venture

DI ENRICA RODDOLO

Il riso oro e zafferano alla corte dei Grimaldi di Monaco. E a quella dei nuovi miliardari dell'ex celeste impero. Sì, Gualtiero **Marchesi**, «Maestro» della moderna cucina italiana, è pronto a partire per un giro del mondo dei sapori. E degli affari. Non è certo l'unica icona del made in Italy a esportare il «format» di gastronomica e business. La sala da tè Cova (1817) oltretutto in via Monte Napoleone a Milano ora è anche a Hong Kong, Kowloon, Pechino, Taipei, Shanghai. E in Giappone. E pure la storica Pasticceria **Marchesi** 1824 di via Santa Maria alla Porta, tra corso Magenta e via Meravigli, è proiettata verso un futuro globale. «Le prossime fasi di ampliamento — anticipano dalla Pasticceria **Marchesi** — prevedono uno sviluppo del progetto come retail diretto con aperture a Shanghai e a Dubai nel 2017 o 2018».

La differenza è che il piano internazionale di Gualtiero **Marchesi** non è frutto della scommessa di un moloch del lusso come Lvmh che nel 2013 ha preso la maggioranza di Cova dalla famiglia Faccioli, o come Prada che nel 2014 ha rilevato l'80% della Pasticceria di via Santa Maria alla Porta. Ma quella di un business nato in famiglia — i genitori di Gualtiero avevano già l'albergo ristorante Al Mercato, in via Bezzuca a Milano — e rimasto in famiglia: «Nei '90 stavamo per accordarci con Bulgari ma poi Gualtiero capì che l'accordo non si poteva fare: non sarebbe più stato libero. Da allora gli affari sono rimasti in casa», racconta a *Corriere Economia* il ceo della Gualtiero **Marchesi**, Enrico Dandolo, che dello chef ha sposato la figlia Simona, arpista: «In famiglia, a parte **Marchesi** e il mio background informatico, sono tutti musicisti. I miei tre figli compresi».

Un business di famiglia che ol-

tre ai ristoranti (nel 2008 il varo del Ristorante Teatro Alla Scala Il **Marchesi**, no ora diventato **Marchesi**), si allarga all'Alma, la scuola di cucina, alla Fondazione **Marchesi** e dal 2014 all'Accademia Gualtiero **Marchesi** in Bonvesin de la Riva, dove tutto ha avuto inizio.

Un'attività che fattura oltre 3 milioni di euro con la Gualtiero **Marchesi**. E oltre alla ristorazione, poggia su collaborazioni e licenze (come i piatti **Marchesi** Villeroy&Boch): estensione del business che fa capo alla Gualtiero **Marchesi** trademark ltd Londra. È tramite la sponda british di questa «holding dei sapori» che Dandolo tratta per portare **Marchesi** in Asia. E non solo. Ma partiamo da Thirty-Nine by **Marchesi** Montecarlo. Il nuovo club privato monegasco ha affidato allo chef la parte dining del circolo che ha appena debuttato nel Principato. «Da tempo **Marchesi** lavora in un'ottica salustica, così ha deciso di accettare la sfida che

gli ha proposto l'ex campione di rugby, Ross Beattie: un menù fine dining a tutta salute però. Con un accordo di 5 anni», continua Dandolo. Infatti, più che un club sportivo, 39 è un club per sportivi ed ex sportivi come il fondatore Beattie (che a dirigerlo ha chiamato il suo ex coach). Ma Monaco, dove si è appena chiusa la Route du Goût (primo festival gastronomico-bio), è solo l'inizio del viaggio: «Stiamo lavorando anche a un altro ristorante **Marchesi** in Costa Azzurra, dove mancavamo dal 2005 dopo l'esperienza di 3 anni a Cannes con il gruppo Barrière», aggiunge Dandolo. Dove e in che tempi un altro **Marchesi** sulla Côte? «A Saint Tropez, per l'estate 2017, con un socio italiano. Poi apriremo a Miami con un socio immobiliare e pure a Dubai per l'Expo 2020, e stiamo valutando anche Istanbul».

In Cina, regno dei nuovi paperoni che dopo la moda ora scoprono la cucina italiana, quali sono i piani? «A Hong Kong il piano è simile a quello di Monaco: un nuovo club privato in joint venture con un polo del lusso-moda. Con l'Università di Shenzhen siamo invece in discussione per esportare l'esperienza della scuola di cucina **Marchesi**, con annesso ristorante». E c'è da scommetterci, ai nuovi signori d'Oriente protagonisti delle aste d'arte, **Marchesi** porterà il suo dripping di pesce in stile Pollock, e l'uovo al Burri, ispirato a Burri. «**Marchesi**? Si è sempre considerato un artista, più che uno chef», dice Dandolo. «Ed è la scuola, che ora consente di formare giovani chef alla cultura dei cibi di **Marchesi**, unita alla tecnologia, a consentirci di far viaggiare i sapori **Marchesi**». Tecnologia? «Sì, un algoritmo sviluppato con la Bicocca consente di fotografare i piatti che escono dalla cucina del 39 e valutarne automaticamente, a Milano, qualità ed esecuzione».



© RIPRODUZIONE RISERVATA