

Area Riservata



AGEN FOOD
AGENZIA DI STAMPA

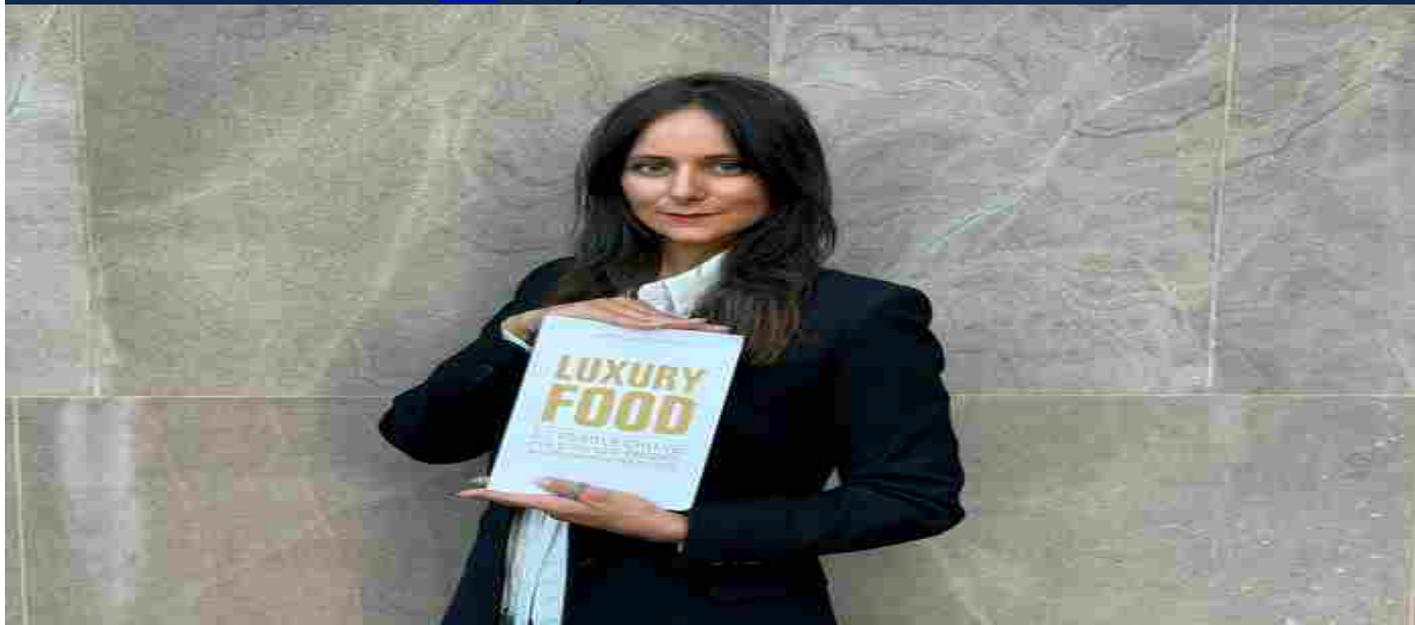


MOSTRA INTERNAZIONALE
INTERNATIONAL EXHIBITION

IX EDIZIONE 9/12 Marzo 2025 | Bari Fiera del Levante

LIBRI

[Home](#) » [Luxury food: il libro sul cambiamento del lusso...](#)



Luxury food: il libro sul cambiamento del lusso enogastronomico

27/02/2025 13:00 Redazione Agenfood [LIBRI](#), [NL](#), [NS](#)

[Stampa](#) [PDF \(in inglese\)](#) [eBook](#)

(Agen Food) – Roma, 27 feb. – **Annalisa Cavaleri, giornalista e professore universitario, nel suo libro "Luxury Food", racconta il cambio epocale del concetto di lusso enogastronomico applicando le strategie mutuete dalla moda, dall'alta gioielleria e dall'automotive: non più eccesso e spreco, ma creatività, territorio, firma d'autore, sostenibilità, tradizioni, etica e antispreco. Quattro le prefazioni a tre stelle Michelin: Massimo Bottura dell'Osteria Francescana, Rossella Cerea, del ristorante Da Vittorio, Norbert Niederkofler del ristorante Atelier Moessmer e Niko Romito del ristorante Reale, ma alla presentazione dello scorso 21 febbraio al Park Hyatt di Milano, vero e proprio talk sul lusso, erano presenti Davide Oldani di D'O, Riccardo Monco di Enoteca Pinchiorri, Franco Pepe di Pepe in Grani, Maurizio Zanella patron di Ca' del Bosco e vicepresidente del consorzio Franciacorta e Simone Giorgi, General Manager del Park Hyatt.**

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 mutuete 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».

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600

«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.

Per continuare a riflettere sulle dinamiche del lusso enogastronomico, Annalisa Cavaleri ha inaugurato il suo portale web dedicato al lusso: <https://www.luxuryfood.org/>

«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](https://www.luxuryfood.org/) racconterò le mie esperienze, analizzandole e ricollegandole costantemente alle nuove parole chiave di marketing e comunicazione che spiego nel libro».

BIOGRAFIA

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.

[enogastronomialuxuryfoodPrimoPiano](https://www.enogastronomialuxuryfood.it/PrimoPiano)



Promuovere un nuovo modello di sviluppo basato sulla Coesione territoriale.



Condividi

[Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [Email](#)

Redazione Agenfood



Agen Food è la nuova agenzia di stampa, formata da professionisti nel campo dell'informazione e della comunicazione, incentrata esclusivamente su temi relativi al food, all'industria agroalimentare e al suo indotto, all'enogastronomia e al connesso mondo del turismo.

Articoli correlati



Il cibo come alleato: scienza e gusto nella lotta contro il cancro
(Agen Food) - Parma, 26 feb. - L'alimentazione gioca un ruolo cruciale per chi affronta...



Aperitivo letterario con Angela Frenda e Anna Maria Pellegrino il 27 febbraio
(Agen Food) - Bologna, 24 feb. - Giovedì 27 febbraio alle ore 19.00, la giornalista e...



La casa editrice Topic a Identità Golose 2025
(Agen Food) - Milano, 19 feb. - Tra le novità di Identità Golose, che quest'anno...

PARTNER

SCRIVERE Podcast
ogni venerdì dal 4.10.2024 al 29.11.2024
18.30-20.00
otto incontri
costo totale 320€
per ricevere il programma SCRIVI a scriverepodcast@gmail.com

Info: scriverepodcast@gmail.com

DALLE ISTITUZIONI



Xylella, svolta al Masaf: per la prima volta Governo, Regioni e associazioni

26/02/2025 19:23

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

003600