

# L'ALTRO GUSTO DI PITTI

## ANOTHER KIND OF TASTE AT PITTI

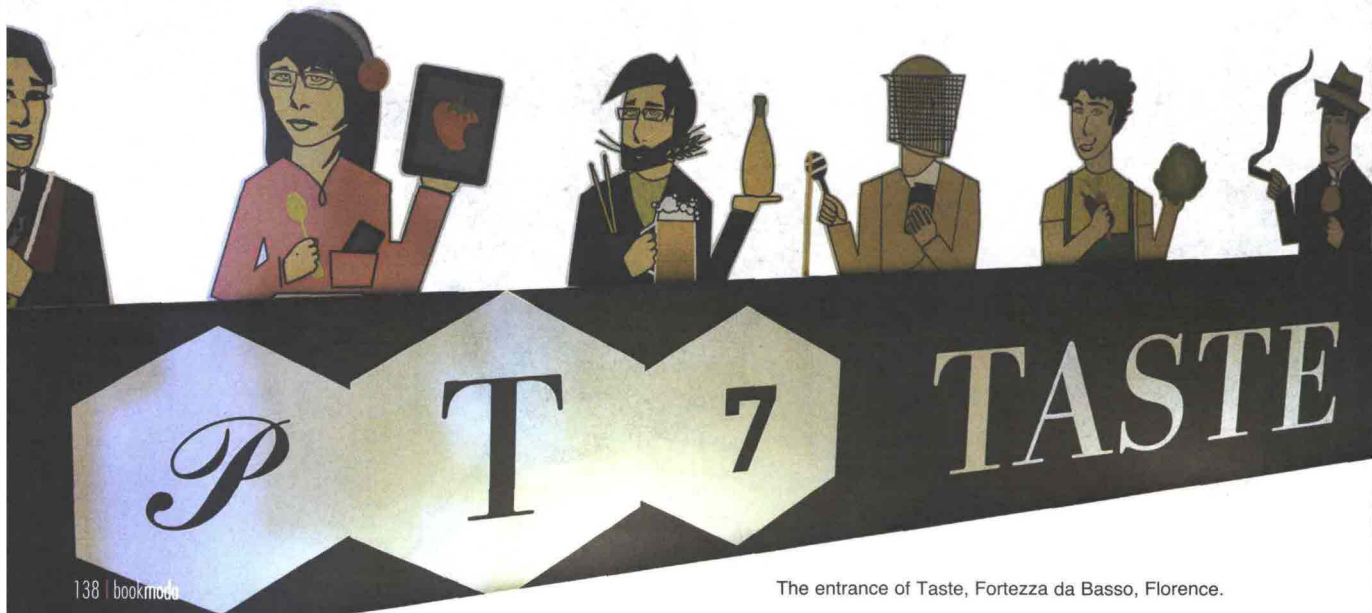
Affinità tra moda e cucina in mostra al Taste. Dandy = Biodiversità? Lo chef sta al cuoco come lo stilista al sarto? E chi è il macellaio? Un tessutaio? Lo scoprirete in questo reportage da Firenze

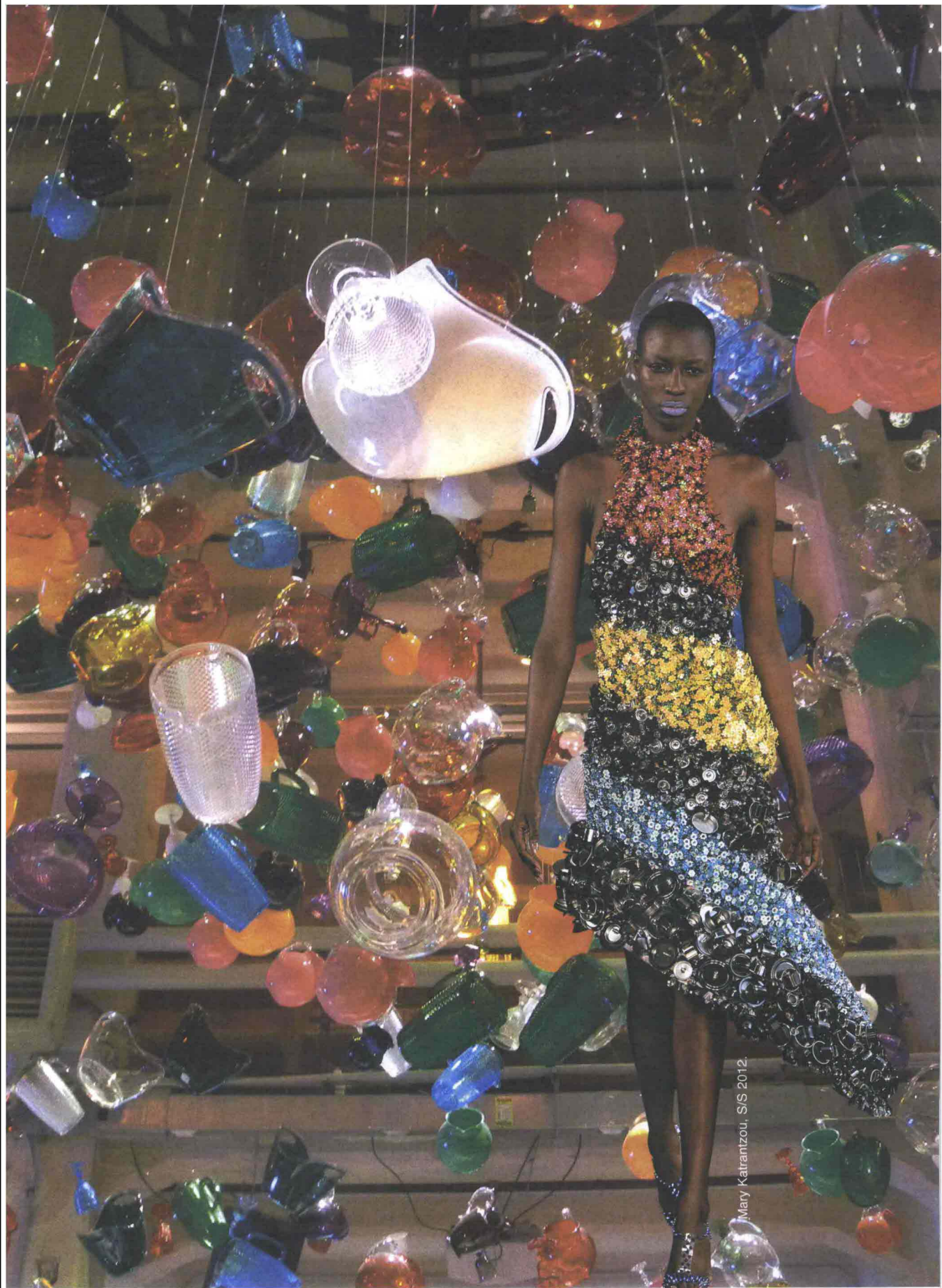
*Affinity between fashion and food at Taste. Dandy = biodiversity? Is chef to cook as designer is to dressmaker? And what about the butcher, is he the fabric weaver? All will be revealed in this reportage from Florence*

di Silvia Gigli

**S**granano gli occhi i buyer di Dean & De Luca e di Harrods volati per la prima volta a Firenze su invito di Pitti Immagine per visitare Taste, la mostra enogastronomica di nicchia che gli uomini fiorentini della moda organizzano con successo da sette anni. Non possono credere di trovare tanto ben di dio, tanta biodiversità e tanta bellezza tutte concentrate insieme. Sì, bellezza. Perché sotto le volte ottocentesche della ex Stazione Leopolda, luogo di grande fascino da archeologia industriale, con Taste si assaggiano prodotti di altissimo livello e si vedono packaging e oggetti raffinatissimi. Frutto di un artigianato di incomparabile qualità.

**T**he buyers from Dean & De Luca and Harrods eyes were popping out when they were invited for the first time by Pitti Immagine to visit Taste in Florence, the niche food and wine event that the Florentine fashion people have been holding with great success for the last seven years. They couldn't believe all that bounty, so much bio diversity and so much beauty all in the same place. Yes, beauty. Because beneath the 19th century vaulted ceilings and fascinating industrial architecture of the ex Leopolda Station, the highest quality speciality foods can be tasted and the most refined packaged foods, wines and objects are on display. The





Mary Katrantzou, S/S 2012.



Peperoni cruschi from Masseria Mirogallo in Matera.

Così come accade nella moda ormai da qualche anno, anche il settore dell'enogastronomia vira decisamente verso il ritorno all'artigianato puro, all'autenticità. È un segno dei tempi che cambiano se un gruppo di talentuosi giovani chef italiani si è confrontato in un serrato dibattito che ruotava intorno alla provocazione del gastronomo Davide Paolini (che con Pitti Immagine ha pensato e realizzato Taste) "Basta con gli chef! Torniamo ai cuochi"? E così Fabio Picchi del Cibreo, Marco Stabile dell'Ora d'aria di Firenze, Vito Mollica de Il Palagio - Hotel Four Seasons di Firenze, Paolo Lopriore de Il Canto - Hotel Certosa di Maggiano di Siena e Italo Bassi e Riccardo Monco dell'Enoteca Pinchiorri di Firenze hanno lungamente concionato, da posizioni anche diametralmente opposte, sulla non peregrina questione. Chi è invece certo che a fare un grande piatto siano soprattutto coloro che stanno dietro le quinte sono i macellai che si sono ritrovati nel ring di Taste per un acceso dibattito sul loro ruolo in cucina. E non sono volate solo parole. Per suffragare le loro convinzioni, Gian Pietro Damini della Macelleria Damini e Affini di Arzignano, a Vicenza; Simone Fracassi dell'omonima macelleria di Rassina, vicino ad Arezzo; Sergio Motta della Macelleria Motta di Inzago, in provincia di Milano, e Franco Cazzamali, titolare della Macelleria Cazzamali di Romanengo, Cremona, hanno fatto assaggiare agli astanti alcune delle loro succulente invenzioni. Golosità di carni fresche e norcineria cui gli chef attingono a piene mani per i loro ristoranti. Gli artisti del coltello scelgono infatti i capi dagli allevatori, macellano in proprio, offrono tagli talvolta inconsueti per valorizzare il quarto



Moschino Cheap&amp;Chic, S/S 2012.

*products of incomparable artisan skill. Just as has happened in fashion in the last few years, also the food and wine sector is returning to the artisan made, to authenticity. It is a sign of the changing times that a group of talented young chefs actively debated a question put by the gastronaut Davide Paolini (who devised and organised Taste with Pitti Immagine). "Enough of chefs! Shall we go back to cooks?" And so Fabio Picchi of Cibreo, Marco Stabile of Ora d'aria in Florence, Vito Mollica of Il Palagio - the Four Seasons Hotel in Florence, Paolo Lopriore of Il Canto - Hotel Certosa in Maggiano di Siena and Italo Bassi and Riccardo Monco of the Enoteca Pinchiorri in Florence discussed at length, sometimes from diametrically opposed positions, on the question. Though for certain those behind the scenes are the ones needed to make a great dish. Above all the butchers who found themselves in a heated debate on their role in the kitchen. And not only words flew around. To substantiate their conviction, Gian Pietro Damini of the Damini e Affini butchers' in Arzignano, Vicenza, Simone Fracassi a butcher of Rassina, Arezzo, Sergio Motta of the Macelleria Motta in Inzago, Milan, and Franco Cazzamali, proprietor of the Macelleria Cazzamali in Romanengo, Cremona, offered a taste of their succulent creations. The delight of the fresh cuts of meat and speciality pork products that the chefs rely on for their restaurants. In fact the butchers choose the animals from the breeder themselves, butcher them, often in unusual cuts to get the best from*



Placemat by Tablecloths designed by Gianluca Biscalchin.

anteriore e le frattaglie. Macellai creativi, insomma, che spesso sono anche i suggeritori di piatti blasonati o creatori di piatti succulenti. “La mano artigianale, così potente nella moda, si esprime con grande forza anche nel cibo”, spiega Agostino Poletto, vicedirettore di Pitti Immagine. “Quello che abbiamo voluto mettere in risalto in questa edizione di Taste è proprio il ruolo dei produttori, di coloro che manipolano la materia prima e la trasformano in qualcosa di eccezionale. Tra gli oltre 250 espositori che sono arrivati a Firenze per partecipare a questa manifestazione ci sono ditte storiche, ma anche realtà giovani e già fortemente caratterizzate. Ci sono due sorelle che sono passate dal mondo della moda a quello dell’aceto balsamico sulla scia dell’esperienza del padre, giovani che si sono lanciati con successo nella produzione di birra di qualità, ragazzi piemontesi che hanno rivisitato il modo di produrre nocciole. Tra loro serpeggia l’idea che si possa lavorare sul cibo in modo più popolare e democratico. Ne sono un esempio i *food bloggers* che qui a Taste hanno avuto l’occasione di sperimentare in diretta nuove pietanze e che sono trasversali alla moda”.

#### IL CIBO E LA MODA

E siccome il cibo si mangia prima con la testa e poi con la bocca, ecco che la forma che prendono le confezioni, il modo di realizzare le etichette di una bottiglia, lo stesso profilo di una lattina di tonno, acquistano un’importanza non marginale. È un filo rosso che unisce il cibo alla moda, a volte sottilissimo, altre estremamente esplicito. In trasparenza c’è il desiderio di recuperare la verità che sta dietro a ogni rappresentazione. Ovvero: impacchettatura intrigante, ma soprattutto prodotto sopraffino. “All’ingresso della mostra abbiamo voluto realizzare un set per fotografare ciascun artigiano con il suo prodotto”, racconta Poletto. “È un modo per far emergere i volti di chi si impegna in prima persona, per far vedere il lato umano, creativo, passionale del made in Italy. A livello italiano non esiste un’altra manifestazione del genere che raccolga le eccellenze italiane.

*the cuts and the offal. In short butchers are creative and are the originators of famous and succulent dishes. “The hand of the artisan, so powerful in fashion, is strongly expressed in food too”, explains Agostino Poletto, vice director of Pitti Immagine. “What we have highlighted at this edition of Taste is precisely the role of the producer, those who handle the raw materials and transform them into something exceptional. Among the over 250 exhibitors who arrive in Florence to take part in this event there are traditional companies but also new speciality businesses. There are two sisters who went from the world of fashion to balsamic vinegar in the wake of their father’s experience, young people who have thrown themselves successfully into the production of high quality beers, young people from Piedmont who have reinvented a method of producing hazelnuts. The idea running through all this is that you can work on food in a more popular and democratic way. Food bloggers are an example; here at Taste they have had the opportunity to try new dishes first hand”.*

#### FOOD AND FASHION

*And since first the eyes are attracted to food and then the mouth, so the shape of the packaging, the way the label on a bottle is done, even the shape of a tin of tuna, acquire significant importance, a thread linking food with fashion, sometimes very subtle other times very explicit. The desire to discover the truth behind each product is clear. Intriguing packaging but above all an exceptional product. “We will have a set for photographs at the entrance to the exhibition so that each artisan can be photographed with his or her products”, Poletto tells us. “It is a way of showing the faces behind the products, show the human, creative and passionate side of the made in Italy label. There isn’t another event like this in Italy, one that brings all together this Italian excellence. We at Pitti*



Installation in Gandini Foodwear (Bergamo) booth.

Ecco, noi di Pitti Immagine abbiamo voluto trasferire nel mondo del cibo le competenze che abbiamo sviluppato in quello della moda. A Taste c'è grande attenzione all'estetica oltre che al gusto. E non è un caso che il prossimo Pitti Uomo di giugno sarà contaminato proprio dal cibo. Vogliamo mettere in relazione pezzi diversi delle nostre manifestazioni”.

#### TUTTI I NUMERI DEL GUSTO

E così, mentre i produttori si fanno fotografare abbracciati ai loro pacchi di pasta trafilata rigorosamente al bronzo, nei lunghi corridoi di Taste sfilano un'umanità variegata ansiosa di nuove (o antiche) esperienze in fatto di gusto. In tre giorni, dal 10 al 12 marzo, dalla Leopolda sono passate 13.500 persone, quasi duemila in più rispetto all'edizione dell'anno passato. “Questo Taste è fantastico perché rappresenta il nostro vero primato, la biodiversità”, esclama entusiasta Oscar Farinetti, il patron di Eataly giunto a Firenze, dove il prossimo anno aprirà il suo store, per parlare del futuro dei prodotti artigianali italiani. “Qui siamo immersi nella bellezza e nella bontà. Dobbiamo fare solo una cosa: prendere tutto questo e portarlo all'estero. Il mondo non aspetta altro”. Detto fatto, Farinetti ha ufficialmente invitato Taste a una trasferta a New York nella fortunatissima sede di Eataly sulla Fifth Avenue. Proposta accettata con entusiasmo dall'amministratore delegato di Pitti Immagine, Raffaello Napoleone. In attesa di una trasferta oltreoceano, opportunità agognata dai piccoli e piccolissimi produttori che spesso non riescono nemmeno a fare capolino all'estero, non resta che tuffarsi in un mare di bontà e curiosità gastronomiche. Come la morbidosissima sbriciolona di Nonno Lancia, norcineria sopraffina in quel di Reggello, Firenze, l'ineffabile crema di ricci e bottarga del cagliaritano Stefano Rocca, gli olii monocultivar e i fagioli zolfini (autentici) dell'azienda agricola La Ghianda di Arezzo, le belle paste artigianali della napoletana Gragnano in Corsica o della pisana Martelli con la sua squillante confezione gialla, uguale a se stessa dal 1926, i mitici peperoni

*Imagine wanted to transfer the expertise we have achieved in the world of fashion to the world of food. At Taste a lot of attention has been given to display as well as taste. And it is not just by chance that it is to be held again, at the next Pitti Uomo in June. We want the shows to be related to other events too”.*

#### ALL THE NUMBERS OF TASTE

*And so, while the producers are photographed with their packets of strictly bronze extruded pastas, a variety of people walk up and down the long corridors of Taste eager for new (or old) taste experiences. 13,500 people came to the Leopolda over the three days from 10th to 12th March, almost 2,000 more than last year. “Taste is fantastic because it represents our very best, biodiversity”, exclaimed enthusiastically Oscar Farinetti, head of Eataly, on a visit to Florence where he will open a branch next year, to talk about the future of Italian artisan products. “Here we are immersed in beauty and bounty. We only have to do one thing, gather it all up and show it abroad. The world is waiting”. No sooner said than done, Farinetti has officially invited Taste to visit New York at its brilliantly located Eataly on 5th Avenue. An offer accepted with enthusiasm by the managing director of Pitti Immagine, Raffaello Napoleone. While waiting for this transatlantic trip, an unbelievable opportunity for the small and very small artisans who could never even imagine showing abroad, there is nothing to do but dive into a sea of bounty and gastronomic delights. Such as the finest, tender fennel flavoured salami by Nonno Lancia in Reggello in Florence, the incomparable cream of sea urchin and bottarga by Stefano Rocca of Cagliari, the single crop olive oils and authentic zolfini beans by La Ghianda in Arezzo. Fine artisan pastas by the Neapolitan, Gragnano in Corsica or the bright yellow packaging of products by Martelli of Pisa which has remained unchanged since 1926, the legendary cruschi peppers by Masseria Mirogallo of Matera, the smoked arctic char by Trotaoro in Trentino, or the*



Dolce&Gabbana, S/S 2012.

Pasta by Martelli, Lari (Pisa).

cruschi della Masseria Mirogallo di Matera, il salmerino alpino affumicato della trentina Trotaoro, il dolcissimo, indicibile San Daniele del prosciuttificio Dok Dall'Ava di San Daniele del Friuli, quasi un'esperienza mistica.

#### COOK LOOK

Per chi della cucina ama tutto, anche gli utensili e gli oggetti d'arredo, Taste non ha mancato di incantare con le brocche panciute, i bicchieri e i piatti in policarbonato, acrilico e melamina disegnati dal fiorentino **Mario Luca Giusti**. Oggetti bellissimi, realizzati in colori vitaminici e corroboranti come l'arancio, il fucsia, il giallo limone, il melograno e il verde mela. Nell'area ristoro di Taste pendevano dal soffitto grazie a lunghi fili trasparenti e dondolavano seducenti a ogni alito di vento. Intriganti come abiti i grembiuli e le giacchette da cuoco realizzate dalla ditta bergamasca Gandini Foodwear che ha presentato una nuova linea di capi *double wear* capace di mescolare l'utilizzo professionale al mondo del prêt-à-porter. Stilosi anche i grembiuli della fiorentina Ratafià, in lino rugoso a righe o in colori naturali, curiose ed estetizzanti le tovagliette da cucina realizzate dall'artista Gianluca Biscalchin per i pratesi di Tablecloths con tanti pesci diversi od ocche stilizzate. E poi il tagliere intelligente "Strappo" che non fa scivolare nemmeno un piattino della ravennate Strapper e il tecnologicissimo "Fresco" della Irinox di Corbanese, Treviso, una specie di microonde intelligente che funziona come abbattitore di temperatura e forno da grande chef. Per amanti della cucina che non badano davvero a spese.

*sweetest and incomparable San Daniele raw ham by the Dok Dall'Ava ham producers of San Daniele del Friuli, almost a mystical experience.*

#### COOK LOOK

*For those who love everything about cooking, even the utensils and gadgets, Taste has not missed the opportunity to captivate the visitor with jugs, glasses and plates in polycarbonate, acrylic and melamine designed by the Florentine, **Mario Luca Giusti**. Beautiful objects made in bright colours, including orange, fuchsia, lemon yellow, pomegranate and apple green. Suspended seductively over the seating area at Taste on long transparent wires and swinging gently at every breath of air. The aprons and cook's jackets made by Gandini Foodwear of Bergamo are as intriguing as the fashions. The company presented a new range of dual purpose garments, both professional and prêt-à-porter. The aprons by Ratafià of Florence were very stylish too, in course, striped linen or in natural colours. The kitchen table cloths by the artist Gianluca Biscalchin for Tablecloths of Prato with lots of kinds of fish or stylised geese were original and delightful. And then there was the "Strappo" an intelligent chopping board which nothing can slip from and the high technology "Fresco" by Irinox of Corbanese, Treviso, and a professional, smart microwave for blast chilling and/or cooking. For lovers of kitchens where money is no object.*



Louise Gray, FW 2012-2013.