



Mondo - Mio Food&Art, le idee luminose di Antonio Marelli ed il suo operato nella diffusione del gusto e del design italiano

Dal nostro corrispondente a Bangkok - 06 gen 2023 (Prima Pagina News) La manager e professionista della ospitalità Giulia

Bonaso, ci introduce nel mondo stilistico del proprietario di Mio Food& Art e spiega i risvolti culturali che sono dietro le

scelte stilistiche e della Cucina Italiana che sono state adottate in questo splendido ristorante italiano a Bangkok.

Al giorno d'oggi, riesci a individuare quel certo tocco "italiano" nelle grafie, negli accostamenti di colori così come nella qualità degli ingredienti che percepisci quando siedi a tavola in un ristorante, riesci a vivere pienamente il "Made in Italy" nella sua pienezza, anche quando sei a Bangkok, la Capitale thailandese. Una Maserati ti sfreccia a pochi passi, passi davanti ad una caffetteria e ne senti il profumo del caffè, guardi una insegna e ti mostra un piatto di Spaghetti alla Carbonara, ci si ritrova tra amici per bere qualcosa e la serata si apre con uno Spritz, magari seguito da un Prosecco. Questo è oggi Bangkok (ma anche buona parte della Thailandia frequentata dal Turismo internazionale), una specie di crocevia mondiale di gusti, colori e differenti culture. La stessa sensazione di cross-over emozionale, nei sentimenti e nelle sensazioni è quello che provi in Mio Food& Art, un ristorante italiano che, però, nasconde e rivela -allo stesso tempo- molte curiosità. Il locale è anch'esso una specie di stargate spazio/temporale, all'esterno il caos del traffico di Bangkok, la sua luce imperiosa, il vociare delle persone; all'interno -invece- tutto si fa più soffuso, intimo, soprattutto lo stile dell'arredamento ti consente di viaggiare nel Tempo e portarti agli Anni '70, quelli di un certo design italiano che ha contribuito a rendere famoso il genio italiano nel Mondo, quella "cifra" stilistica di Ettore Sottsass, Gio Ponti, Bruno Munari, Marco Zanuso, Piero Fornasetti, Achille Castiglioni, per citare solo alcuni nomi che pionieristicamente hanno aperto strade negli stilemi di design che sono diventati la identità stilistica tutta Made in Italy e che poi s'è diffusa -con grande rispetto- in ogni angolo del Pianeta. Sulle pareti, quadri, stampe, serigrafie, nella sala al piano inferiore c'è un cucù, delle sedute tipiche in materie plastiche traslucide Anni '70 ed i tavoli sono posti accanto a delle affettatrici linde, nitide, con quella tipica livrea rossa che riconosceresti lontano un miglio, soprattutto se sei italiano ed hai assaggiato la mortadella di fresco taglio, prima di vederla riposta dentro un fragrante pane appena sfornato. Tutto questo impasto di ingredienti, elementi spazio/temporali, ricchezza di sapori e profumi, il gusto del bello in ogni sua firma è ciò che oggi è il Made in Italy nel Mondo. Il ristorante Mio Food&Art è una capsula spazio-temporale, oltre che un ristorante. "Il compito che mi sono data è proprio quello di contribuire a creare per il cliente una vera e propria esperienza multisensoriale" - ci spiega la venticinquenne Giulia Bonaso, originaria di Monza, professionista della

Hospitality i cui studi che ne hanno determinato la formazione si sono svolti in Svizzera. Il suo sorriso le illumina il volto, rasserena il dialogo e rende fiducioso l'ascoltatore. "Il concetto alla base di Mio Food&Art -continua Giulia Bonaso- è quello di porre accanto la identità originaria della Cucina Italiana e le forme di Arte e Design che distinguono il Made in Italy a livello internazionale. Circa i prodotti e gli ingredienti che costituiscono il Menù di Mio Food&Art, l'assunto principale è quello di selezionare ingredienti e prodotti di alta qualità, di produzioni ristrette, mirate e che puntano proprio sulla qualità finale e sul gusto tipico italiano. La clientela che frequenta Mio Food&Art è di fascia alta, in prevalenza thailandese ed abbiente, ha quindi conoscenze molto buone della Cucina Italiana. Tuttavia, alcuni aspetti non sono ancora noti. Io stessa. Ad esempio, ho alcune volte allestito, praticamente in tempo reale, delle vere e proprie presentazioni e guidato delle degustazioni degli Olii. Qui non sono solo utilizzati in cucina ma anche posti in vendita in apposite vetrine dove, come in una boutique di paste, conserve, olii e naturalmente anche vini di particolare cura nella selezione, sono disponibili a vista alla clientela. Ogni vino ha una sua storia da raccontare, così come ogni olio ha una sua specificità e persino destinazione d'uso consigliata. Ecco, in questi aspetti, si può ancora lavorare molto nel diffondere una appropriata Cultura della Cucina Italiana. In questo modo contribuisce anche alla fidelizzazione della clientela, quindi? Certo -prosegue Giulia Bonaso- il cliente apprende continuamente delle cose che magari non aveva mai sentito, a proposito della Cucina Italiana. Ma posso anche fare un altro esempio: le puntarelle. Non sempre sono note in Italia, essendo un prodotto tipico diffuso in una particolare regione d'Italia, si può quindi immaginare quanto poco si conosca in tal proposito qui in Thailandia. Ed io spiego al cliente che non si tratta di verdura o di insalata ma che si tratta di un vegetale coltivato in Italia e che serve per alcune preparazioni particolari. Il cliente, quindi, non solo è soddisfatto in quanto a pranzo o cena ma anche nell'aver acquisito degli elementi di conoscenza in più. Molto spesso, proprio questo porta il cliente a parlarne col circolo degli amici, dei conoscenti ed invita tutte le persone a cui tiene particolarmente, a condividere questa esperienza che travalica la cena ma diventa un momento conviviale e di scambio culturale". "I prodotti sono di alta qualità e nella gran parte importati, non mancano, però, anche prodotti thailandesi che vengono pensati in chiave italiana, interviene il proprietario e fondatore Antonio Marelli. Un filo di barba brizzolata, come i capelli, incornicia un sorriso solare ed una bella luce che promana dallo sguardo, uno sguardo apparentemente timido ma che lascia intuire una grande convinzione nelle proprie idee. "Le carni, ad esempio -continua Antonio Marelli- in alcuni casi non sono importate ma lavorate in Thailandia. La carne di Angus, ad esempio, deriva da macellazione di capi allevati in Thailandia ma in una fattoria di proprietà di un italiano, il quale ha accanto a sé personale thailandese. Le modalità assunte nell'allevamento, la strutturazione stessa delle stalle e la tipologia di prodotti con cui alimenta i capi nella propria azienda, fanno sì che alla fine della catena produttiva si ottenga una specifica tipologia di carne che adotto nella mia Cucina. Ebbene, i clienti faticano a credere che si tratti di carne ottenuta da allevamento condotto in Thailandia, ottenuta cioè da carne thailandese. Questa è la mia idea di ristorazione italiana che ho adottato in Mio Food&Art. Lo chef è thailandese ma ha lavorato per dieci anni in ristoranti italiani, ha seguito training con alcuni degli chef italiani più rinomati nel mondo ed egli stesso, dopo aver provato esperienze in altri ristoranti,



ha poi deciso di tornare e continuare a lavorare da me. Lo staff di Mio Food&Art, oggi, è alquanto consolidato, il personale è costituito da thailandesi, si comprendono, si sostengono e sono più che una squadra, oggi sono un gruppo di amici, una famiglia, che condivide il lavoro il che vuol dire la gran parte del proprio tempo di vita, ogni giorno. Sono dipendenti che si sentono sicuri, che ottengono consistenti extra in termini di compensi e che lavorano in un luogo confortevole e dove è piacevole lavorare insieme. Per me il fattore umano è importante, non solo nella relazione con la clientela ma anche con la squadra di professionisti e dipendenti che collaborano alla vita di Mio Food&Art". Come mai coniugate Arte e Cibo, qui in Mio Food&Art? In alcuni casi, nella ristorazione, l'Arte, il Design sono considerati solo dei fattori pertinenti gli allestimenti e nulla più "Io provengo dal mondo del Design, appena arrivato in Thailandia la mia idea è stata appunto quella di dedicarmi alla creazione di punti vendita di Arte e Design, un lavoro pionieristico, in un certo senso, abbastanza difficile da condurre in un'altra area geografica, in una Cultura differente e dove gli stilemi del design erano molto vicini alla tradizione locale. Oggi, la Thailandia, l'intero Sud Est Asiatico, sono più aperti al Mondo, alle forme di comunicazione visuale e nel design che proviene dal mondo occidentale e l'Italia, da lungo tempo pioniera in tutto questo, è certamente un punto di riferimento importante nel Design e nell'Arte più in generale, così come nelle forme che ne derivano come l'abbigliamento, l'arredamento, la pittura, persino le scelte stilistiche adottate nel mondo automobilistico, per citarne solo alcuni. Giulia Bonaso ci accompagna al piano superiore, dove c'è un ampio spazio per la clientela della ristorazione, una grande vetrina espositiva con funzioni di cantina a vista dove troneggiano vini di alta o altissima qualità provenienti da vari angoli del Pianeta, compresi quelli di diverse regioni italiane ed infine, ci conduce in una sala riservata, destinata a private parties e dove l'ambiente è assolutamente sorprendente: un salotto Anni '70, con un proprio bagno riservato, dotato di tutti i comfort, con quadri, lampade, tappeti in un clima dettato da grande privacy, raffinatezza ed intima quiete. Mio Food&Art è un ulteriore scrigno italiano pieno di sorprese nel cuore di Bangkok. Mio Food&Art, 155 Sukhumvit Rd. Soi 53 Klongtoei-Nua, Wattana, Bangkok 10110, Bangkok, Thailand, Bangkok, Tel.: 080 734 5323

di Francesco Tortora Venerdì 06 Gennaio 2023