

mercoledì, 2 Mar 2022

Tutto il mondo gourmet a Identità Golose

Di **Andrea Guolo** — 29 Marzo 2019

Memoria, contaminazione, sostenibilità, televisione. Ecco alcuni degli argomenti emersi durante la quindicesima edizione di **Identità Golose**, l'evento che per tre giorni, da sabato 23 a lunedì 25 marzo, ha trasformato Milano in capitale dell'alta ristorazione. Sul palco del Mico sono saliti ben 140 chef/relatori, a cui si sono aggiunti i 33 interventi di Identità Cocktail, per raccontare come cambia il mondo dell'enogastronomia. Il tutto è stato costruito attorno al tema "Costruire nuove memorie", uno spunto che ha permesso ai relatori di omaggiare i loro predecessori, come hanno fatto tra gli altri Andrea Berton e Davide Oldani nei confronti di Gualtiero Marchesi.

Attorno all'evento e alle lezioni tenute dagli chef si è radunato il mondo dei fornitori di eccellenza. Tra questi, *Pambianco Tv Wine&Food* ha incontrato **Giorgio Mondovi**, direttore business unit Italia del **Gruppo San Pellegrino**, ed **Elisabetta Serraiotto**, responsabile marketing & comunicazione del consorzio di tutela del **Grana Padano dop**, entrambi main sponsor dell'evento. Presso lo stand del Grana Padano abbiamo incontrato lo chef **Andrea Aprea**, due stelle Michelin al Vun di Milano, impegnato nella preparazione di un piatto con il formaggio dop più consumato al mondo come ingrediente. Parola inoltre a **Fabio Sipione**, marketing department di **Lavazza**, e a **Francesca Terragni**, direttore marketing & comunicazione di **Moët Hennessy**, che ha illustrato una nuova iniziativa a marchio Veuve Clicquot. Il tutto sotto l'occhio attento di **Claudio Ceroni**, presidente e cofondatore di **MagentaBureau**, società che organizza Identità Golose.

[f Condividi](#)[t Tweet](#)[in Condividi](#)[📧 Invia](#)