一位意大利律师，在上海开了8家面包店

**马巍想通过自己的面包店，传递一种地中海健康饮食文化。**

**记者｜王仲昀**

**“喂？您好？您到了南昌路是吗？那地址有个后门，后门进去放柜子上就可以，看到了？”3月的一个周四下午，《新民周刊》记者在上海徐汇滨江的NONNA面包店见到马蒂奥·西塞罗（Matteo Cicero）时，他正在电话里用中文和快递员交谈。**

**这位在上海生活7年的意大利人，中文不仅流利，甚至有一丝上海口音。他给自己起了个中文名——马巍。今年36岁的马巍身形高瘦，说话时喜欢一直注视对方。和记者见面那天，马巍穿着一件长款黑色风衣。从外貌上看，似乎和他的职业非常吻合。马巍是一位欧盟执业律师，拥有超过10年的律师从业经验。**

**但是从2022年6月起，马巍又多了一个身份——面包店NONNA创始人。如今，这位意大利律师的面包店，已经在上海开到了第八家。他从未去过专业机构学习烘焙，但他却做出了受到许多上海阿姨爷叔喜爱的面包。**

租房开店，还要面试？

**2024年3月，短短一个月内，NONNA就在上海多了两家新店。马巍告诉《新民周刊》，今年还会在上海开更多店。此外，他也开放了加盟，很快湖南长沙也会有NONNA。“中国人现在对肯德基、麦当劳还有星巴克都很熟悉，因为他们在中国的城市中越来越多。我的最终目标是，有一天NONNA作为面包店，也能开遍中国。”**

**回想起自己两年前在永康路的第一家面包店，马巍觉得开店前后充满了意想不到。这种意想不到，从他寻找门面那一刻就开始了。2021年底，马巍看中了永康路的一处门面。和他同一时期看中这里的还有一位打算开蛋糕店的老板。不久后，房东把两人一同叫来见面。三人坐在一张桌旁，房东坐在两位想要做生意的人对面，问他们想开什么店，打算怎么开。直到这时，马巍意识到，“原来房东要‘面试’我们这些租房的”。**

**马巍从租房“面试”中胜出，挑战随之而来。作为一个意大利人，在中国开一家和食品有关的店，这当中的规则和流程一开始都让马巍感到不是那么容易理解。永康路的门面房租高昂，而马巍从一开始就没想过把面包定价定得很贵，这意味着更大的经营压力。**

**自从2017年来到上海，马巍一直住在永康路附近。他习惯了这里，也喜欢这里。没有高楼，房子看上去旧旧的，周边居民和善，会问你晚饭吃了什么。“梧桐区”不停留于一种概念，而让这个意大利人有了一种真实的社区感。**

**创办NONNA时，马巍有一个核心理念——做老百姓的面包店。而永康路带给他的社区感，让他选择在这里开第一家店。既然是“老百姓的面包店”，价格自然不能太贵。更何况，在马巍从小的记忆里，面包就是意大利人生活中最常见的食物，从来不会卖得很贵。**

**开店两年来，马巍也以自己的方式建立和社区的联系。早在2022年重阳节，他就在徐汇区凌云街道的牵线搭桥之下，为徐汇区第二福利院的老人们送去了价值3000元的面包。**

**至于为什么想到要去开一家面包店，马巍认为这和他一直以来的性格有关。“做面包，和我本来的律师工作，看上去完全‘不搭界’。但是我觉得律师的工作太无聊了。我需要找一点创新性的、可以动手的事情缓解无聊。”**

**马巍说他是天生的“E人”，不能一直待在同一个地方，也不能很长时间内只做一件事。他原本是在四大会计师事务所之一的毕马威 (KPMG) 做法律顾问，长期生活在意大利米兰。直到有一天，他觉得有必要换一个地方看看。2017年，他辞职来到上海，边玩边学中文。三个月后，有朋友又给马巍介绍了一份律师工作，他便留在了这座城市。**

**在上海，马巍的业务聚焦于跨境贸易。他每天的日常就是审核合同，提供建议。慢慢地，他又想有所改变。“生活不能只有一条路，一种色彩。做面包就像是一种研发，你不知道会成功还是失败，但哪怕失败了，也是有意思的事。”马巍告诉记者。**

“面包没那么复杂”

**很多人第一次来到马巍的面包店，会问他“NONNA”的含义。这个词在意大利语中就是“奶奶”的意思。**

**奶奶是教会马巍做面包的人。直到开店，马巍也从来没去过专业烘焙机构学习。小时候，奶奶和妈妈就教他做面包。他觉得面包和比萨之于意大利人，就像饺子、包子之于中国人，是人们日常生活中早已熟悉的食物，“面包没有那么复杂，只需要掌握最基础的知识，接下来就是不断调整口味”。**

**开店两年来，马巍也根据上海老百姓的喜好，对自己面包店的品种和口味进行优化。“通常来说，美国的甜品最甜，亚洲的甜品不甜，而欧洲的甜度是中等。但是我发现欧洲人认可的甜度，在上海还是不太被接受。所以我首先调整的是甜度。”说到这里，马巍又同记者聊起了那个中国人对于甜品的“最高评价”——不太甜。**

**在开店前，永康路已经充满着年轻人们喜爱的网红店。马巍一开始也把主要的客户群体定为年轻人。让他没想到的是，这两年NONNA“俘获”了一批忠实的老年消费者。有一位住在附近的奶奶，已经90多岁，仍经常到店里买提拉米苏。**

**从年轻人到老年人，大家对于意大利面包的喜爱，让马巍看到了上海面包文化的可能性。“以前中国人说到咖啡，首先想到的是连锁品牌超过30块钱的产品。但是这些年，上海出现这么多精品咖啡店，咖啡也变得越来越便宜，10块钱就能买一杯好喝的咖啡。中国人意识到，原来咖啡不用那么贵。”**

**咖啡和面包，在意大利人生活中都很常见。咖啡在中国的日益“普及”，让马巍想也许有一天，面包文化也会从上海走到全中国。准确地说，马巍想通过自己的面包店，传递一种地中海健康饮食文化。 “欧洲面包被越来越多中国人接受前，大家提到面包，最先想到的可能是那些很甜的奶油包。”但是在马巍的家乡西西里岛，饮食具有典型的地中海风格，讲究健康。开心果和橄榄油，是食物中最常见的元素。他把这些元素融入到NONNA的产品中，开心果可颂更是成为店里的招牌。**

**直到现在，马巍仍坚持为自己的面包店研发新产品。在他看来，自己还在做面包，一切都离不开热爱。在NONNA门店招牌的下方，仔细看会有一行小字写道：“From Sicily with love”（“来自西西里的热爱”）。**