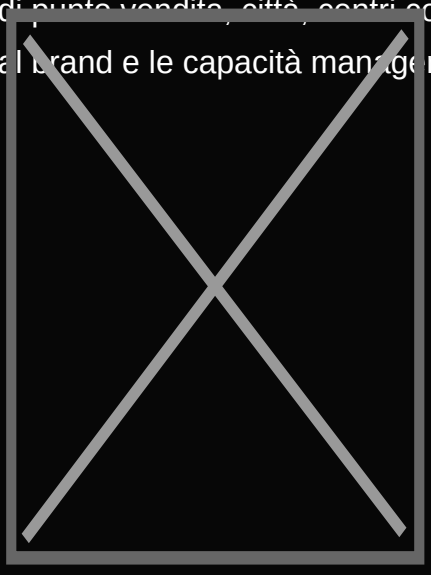
Löwengrube vince il premio Best talent in store del Retail Award 2019

pietro-nicastro-retail-award-2019-0818dfbf

Löwengrube, la catena italiana di ristoranti birreria che promuove lo stile originale della bierstube bavarese, nata nel 2005 con il primo locale a Limite sull'Arno (Firenze) e oggi presente in tutta Italia con altri 25 punti vendita in franchising, ha ricevuto nei giorni scorsi il Retail Award 2019, per la categoria Best talent in store.

Pietro Nicastro, fondatore del format con Monica Fantoni e CEO dell'azienda, che ha tuttora la sua sede centrale in provincia di Firenze, ha ritirato a Milano il riconoscimento ottenuto "per aver coinvolto gli store manager in attività di intrattenimento come flash mob e feste tipiche nelle quali promuovere cibo, musica, costumi e usanze chiave del brand dimostrando la versatilità attraverso tre format distinti di punto vendita, città, centri commerciale e street food e per aver aumentato il senso di appartenenza al brand e le capacità manageriali nella gestione del cliente grazie a percorsi di formazione dedicati."



A pochi mesi dal Foodservice Award 2019, ricevuto lo scorso maggio nella categoria "ristorazione a tema", questo nuovo premio conferma il successo del modello di locale creato da Nicastro, che commenta: *"la motivazione del Retail Award interpreta in modo perfetto la*

formula del nostro franchising. Gli store manager sono fondamentali per replicare in modo credibile e partecipato le atmosfere, la qualità del servizio, l'esperienza immersiva che proponiamo fin dal 2005 nel primo locale a Limite sull'Arno. Sostenerli in tutte le fasi perché abbiano successo è la chiave del nostro stesso successo."L'idea di Löwengrube nasce per ricreare in Italia in ogni momento dell'anno l'atmosfera autentica dell'oktoberfest e dei locali bavaresi. "Non si tratta di birrerie come le intendiamo noi – spiega l'imprenditore Nicastro - *ma di veri e propri luoghi di ritrovo frequentati non solo da giovani, ma anche da famiglie con bambini e pubblico di ogni età, dove si percepisce la tradizione attraverso tutti i sensi: la musica, lo stile degli ambienti, il gusto. Tutto ruota attorno alla birra, che fa parte della cultura bavarese come il vino per noi Italiani. Chi varca la porta di un locale Löwengrube compie un viaggio che lo catapulta a centinaia di chilometri di distanza, in un altro Paese e in un'altra cultura."*

Una formula molto apprezzata dal pubblico italiano, che nel 2014 ha convinto Nicastro a creare un format replicabile in franchising, che oggi conta 26 punti vendita in tutta Italia, impiegando circa 320 persone e con formule e superfici diversificate adattabili a diversi contesti, dal centro città alle gallerie commerciali, agli aeroporti. Il successo dell'offerta Löwengrube è accentuato dall'attenzione tipicamente italiana alla selezione attenta di materie prime di qualità. Un esempio su tutti: i piatti forti della cucina tradizionale bavarese, wurstel e stinco, sono Made in Alto Adige, prodotti da un salumificio artigianale di proprietà famigliare.