A Orio al Serio apre Da30Polenta, firmato Costa Group

dapolenta-f633a5e6

Dapolenta 2"Ciapa su e porta via", oppure pizzoccheri di polenta, spaghetti di polenta, Toast di polenta. Fatto sta che è la polenta anticonvenzionale per eccellenza, nel nuovo Da30Polenta inaugurato nel centro commerciale Orio Center di Bergamo. Gioco di parole usato per fare la conta da bambini, l'idea del format Da30Polenta nasce dalla sinergia tra Donato Cacciavillani e Marco Rossi, unione tra imprenditoria e creatività, due personalità opposte unite dal rispetto e dalla cultura di una tradizione a cui appartengono. Da30Polenta è un brand della business company Percassi, con l'obbiettivo di sviluppare il format, per crearne un modello replicabile in una catena di franchising, da lanciare sul mercato nazionale e internazionale.

Il punto di forza del format è la capacità di proporre un'offerta adatta a tutte le età e ai diversi bisogni di consumo della giornata. Con almeno 12 specialità del giorno, piatti stagionali e ingredienti di alta qualità italiani: carne, formaggi selezionati, pesce, frutta e verdura. « In un colpo solo - spiega Marco Rossi - si viene a contatto con generazioni di tradizione, unite a una grande innovazione in termini di contenuti nutrizionali, estetici, di gamma». Tra le proposte, i piatti più tradizionali, come Dapolenta 3 taragna e stinco o polenta e costine, si affiancano a ricette originali, Berghem Burger, polenta nera e baccalà, fino a sfiorare mondi che nella mentalità comune non hanno nulla a che fare con la farina di mais come la Lasagna di polenta e il sushi di polenta. Lo spazio dedicato alla polenta si allinea alla proposta semplice e genuina della cucina, con un allestimento che utilizza materiali naturali e semplici, legni non trattati e ceramiche, e mette in vetrina le macchine, appositamente studiate e realizzate per questo format, dove seguire in diretta lo spettacolo della polenta e la sua manipolazione. E la scelta di Costa Group? «La sensibilità nello svolgere in modo non banale un compito difficile: rendere contemporanea, facilmente comprensibile e adatta al pubblico internazionale l'offerta di polenta, trasferendo i contenuti di genuinità, salubrità e originalità legati alle nostre antiche tradizioni locali. Costa Group - conclude Donato Cacciavillani - ci ha permesso di realizzare un format semplice, pulito, italiano, di gran gusto e attraente sotto il profilo commerciale. Come vogliamo

apparire noi. Infine, questione non marginale, gli spazi di lavoro sono efficienti e rispettosi di chi lavora al loro interno». Un format originale, che sfida le tradizionali logiche di consumo, con la semplicità di un prodotto della tradizione gastronomica italiana perché, non c'è pasta oppur raviolo, la più buona è nel paiolo!

Studio, design e progettazione: Costa Group, Ing. Pierluigi Fumanti