Matanè raddoppia a Milano. E in cantiere c’è un nuovo format

20240205114320matane-78aa61b2

Sapori del Giappone, ma non i soliti noti. Quindi, per intenderci, **niente sushi, sashimi, uramaki e compagnia mangiante**: da Matanè il menù rivolge il palato verso **un altro percorso organolettico**, ma sempre provenienti dal Sol Levante. Con questa insegna, che in giapponese significa ‘ci vediamo’, si amplia il dizionario gastronomico giapponese con termini non così famigliari a una fetta di consumatori italiani. Alcuni esempi: **Onigirazu**, sorta di panino di riso e condimenti vari avvolto in alga e nato dalle colonne di un fumetto manga; **Shusai**, saporiti appetizer crudi, fritti, di pesce e di carne; **Dezato**, dolci classici riletti in chiave giapponese.

Matan? propone dunque ricette da scoprire **per consumatori curiosi**. E che ora avranno l’occasione di assaggiarle di persona visitando il secondo ristorante della catena. Si rimane sempre nei confini milanesi. La catena, infatti, in questa sua fase di start-up è presente soltanto nel capoluogo lombardo. **Nel 2021 ha esordito** in Via Rosales 1 **con un format ristorativo in stile** **street food**, mentre da sabato scorso 3 febbraio è stato fatto il bis in Piazza Wagner inaugurando una location più grande, con una cinquantina di posti a sedere e nella quale lavorano 5/6 dipendenti tra cucina e sala.

Oltre ad alcuni piatti singoli appena citati, nel nuovo ristorante è possibile optare per **quattro diversi menu**, ognuno dei quali battezzati con il nome di una delle fermate della metropolitana di Tokyo: **Shibuya, Roppong, Asakusa e Tsukiji**. Sul fronte delle bevande, l’offerta è made in Japan, dal sake a una selezione di tè freddi e caldi, mentre a livello alcolico spiccano quattro liquori, rispettivamente al miele, yuzu, shochu e matcha. Non mancano all’appello alcune **note marche di birra asiatica**. Sono invece dei twist, in chiave sempre giapponese, i due cocktail in lista, ovvero il **Gin Tonic e l’High Ball**, proposti soprattutto durante l’aperitivo che debutterà fra una decina di giorni. I vini, dal canto loro, sono invece tutti provenienti da terroir italiani.

Insomma, si affaccia sul mercato della ristorazione commerciale **un nuovo percorso del gusto intenzionato a rinnovare in città quella che è l’offerta culinaria d’Oriente**. Questo è l’obiettivo dei

proprietari della catena, vale a dire Alan Sartori e Giuseppe Solzi, a cui si aggiunge Alessandro Giuffre che ha la responsabilità diretta di sviluppare il brand.
In cucina, invece, c'è il giovane chef, **Giacomo Spretti**, da sempre innamorato e appassionato di food asiatico. Il layout è stato affidato allo studio di architettura **Vudafieri-Severino Partners**, che ha creato un ambiente vivace e colorato, adottando disegni e stilemi tradizionali della cultura giapponese reinterpretati in chiave moderna. Sulle pareti penzolano poi fumetti manga, illuminati da lampade multicolor.

I piani di sviluppo prevedono ora un **consolidamento delle due location meneghine**, iniziando al contempo a pianificare una futura, e si ritiene probabile, espansione del marchio. *«Abbiamo scelto Milano perché la ritentiamo la città italiana più aperta a scoprire nuove tipologie culinarie, come quella che proponiamo noi* – spiega a Mixer il brand manager **Alessandro Giuffre** –. *È un banco di prova importante e ci siamo prefissi di aprire un paio di nuovi locali entro i prossimi due anni.* ***Non escludiamo comunque di esportare Matan? fuori dai confini milanesi****, puntando su luoghi a forte appeal turistico come possono essere, per esempio, Torino, Bergamo e Verona. Stiamo, inoltre, valutando la possibilità di aggiungere un format, più simile a un corner e, in questo caso, il canale retail & travel potrebbe fare al caso»*.
Gli step per lo sviluppo sono quindi stati tracciati, ma per rendere il traguardo raggiungibile è però necessario rispettare gli obiettivi di fatturato. Numeri alla mano: *«In Piazza Wagner prevediamo di generare, in questi primi dodici mesi,* ***ricavi non inferiori a 800 mila euro****, vale a dire il doppio rispetto a Via Rosales che, però, ha una dimensione decisamente più ridotta»*, conclude Giuffre.