A Milano nasce Bluesquare: low-cocktail e cucina veg

20250121100651bluesqure-be4cfd1f

Da una storica chiusura, nasce una **nuova storia imprenditoriale**. Andiamo con ordine. A Milano, via Tortona 33 per gli amanti dei locali è un indirizzo noto. Qui fino a qualche mese fa campeggiava l'insegna del **The Botanical Club**, un cocktail bar salito alla ribalta nei suoi anni d'oro, ma che poi, **sommerso di debiti** (si parla di circa 1 milione di euro, ndr) è stato obbligato a chiudere definitivamente la saracinesca. Stessa sorte per l'altra location dell'insegna situata in via Pastrengo.

I titolari a quel punto hanno deciso di chiudere e affittare i due spazi. Quello in Via Tortona ha subito trovato un affittuario. Anzi tre, tutti cresciuti professionalmente nel mondo dell'ospitality: **Gian Marco Virgini, Teo Re Fraschini e Cristiano Putzu**. Romano il primo, milanese il secondo e sardo il terzo. A loro si deve la nascita del nuovo progetto **Bluesquare**. Questo il nome del ristorante con area mixology, una superficie interna di **170 metri quadri e un'ottantina di posti sedere**, ai quali, entro un paio di settimane, se ne aggiungeranno altri sessanta ricavati dal dehor. Virgini e Re Fraschini, 31 e 34 anni rispettivamente, sono amici e soci di lunga data. Insieme, alcuni anni fa, avevano dato vita ad Armonico, un locale di solo delivery di piatti asiatici. Putzu, invece, è il proprietario del Blue Beach di Porto Rotondo in Sardegna.

CUCINA VEG E DRINK LIST CON 9 RICETTE

Bluesquare parte quindi consapevole di **ricevere in eredità quello che è stato un locale di successo**. *«Sappiamo bene l'importanza che ha avuto nel mondo della notte il The Botanical Club* – ci ha raccontato Virgini che abbiamo incontrato all'interno della location insieme al suo socio –. *Noi però proponiamo un format diverso»*. Intanto la **cucina è esclusivamente vegetariana/vegana** e segue la tradizione asiatica con alcune contaminazione esotiche.

Cambi anche sul fronte mixology, *«I cocktail hanno una **forte componente analcolica**, perché riteniamo che la bassa gradazione si abbini in maniera ideale ai nostri piatti»*, afferma Re Fraschini. E non è un caso che, alla luce di queste considerazioni, **la drink list** sia composta da 9 ricette, equamente suddivise in tre categorie: **signature, low-alcol e zero alcol**.

*«Grazie a importanti partnership con aziende del calibro, per esempio, di Martini, Campari e Diageo, usiamo spirits zero alcol che ci permettono di proporre **soluzioni molti light**, anche dei twist di grandi classici senza che questi contengano una solo goccia alcolica, come il '**Nogroni**', rivisitazione analcolica del Negroni* – prosegue il socio milanese del locale –. *È chiaro che, considerando la tipologia della nostra cucina e dei nostri drink, il pubblico che ci aspettiamo è quello che ama mangiare vegetariano e vegano. Ma questo è scontato. La vera scommessa è di **convincere a diventare cliente la platea degli 'onnivori'** disposti a provare qualcosa di diverso. Accompagnando il cibo al cocktail».*

DIETRO IL BANCO UNA BARLADY

Dietro al banco, staziona **Silvia Gazocchi**, giovane barlady modenese che ha affinato la sua expertise lavorando in precedenza nell'area mixology, per esempio, del ristorante Bulk di Giancarlo Morelli. A livello di **prezzo**, i cocktail signature alcolici sono proposti a **12 euro cadauno**, se ne spendono **10 per i drink a bassa gradazione e analcolici**, mentre durante l'aperitivo il costo scende a 8 euro.

Bluesquare **cambia pelle a seconda degli orari**: a partire dalle 10:00 è caffetteria/pasticceria, diventa business lunch a pranzo (con menu dai 12 ai 18 euro), ospita un'area smart working all day, si riorganizza dalle 17:30 per l'aperitivo, per poi mettersi nuovamente a tavola con la cena (scontrino medio di 40/45 euro), a cui segue un post-dinner accompagnato, venerdì e sabato, da musica fino alle 2:00 del mattino.

I cambiamenti rispetto al locale precedente sono stati fatti **anche a livello di layout**. La volontà dei titolari del Bluesquare è stata quella di non rispecchiare lo stile del The Botanical, **cercando invece una propria identità**. Focus sul bancone, imponente e capace di catturare l'attenzione già ai tempi del The Botanical, che ha subito ora alcune modifiche sostanziali. *«Lo abbiamo piastrellato* – spiega sempre Re Fraschni –, *mentre l'acciaio è stato spazzolato con la mola e la parte superiore rimossa per avere meno chiusure. I banchi da lavoro invece sono ora posizionati in modo diverso, a seconda degli orari della giornata e delle esigenze»*.

E non solo, il restyling ha aggiunto **nuovi elementi**: *«Il trattamento acustico è stato dotato di pannelli fono assorbenti, abbiamo inserito uno studio illuminotecnico, la bottigliera e piattaia hanno una nuova forma e c'è poi una console dietro il banco bar. Non è invece cambiato il palco rimovibile per i concerti, mantenuto nella sua forma originaria».*

Complessivamente, come i due ci hanno confidato, l'intera operazione di rilettura del concept ha comportato **un esborso di circa 150 mila euro**. Venendo poi al dunque economico, i tre titolari si attendono di realizzare, nei primi dodici mesi di attività, un fatturato non inferiore al milione di euro.