Dopo All’Antico Vinaio, Tommaso Mazzanti punta sul gelato con Oblò

Dopo aver trasformato All'Antico Vinaio in uno dei casi più noti della ristorazione italiana, Tommaso Mazzanti guarda a un nuovo mercato. Ristorazione Moderna racconta il lancio di Oblò, insegna dedicata alla gelateria che segna l'ingresso dell'imprenditore fiorentino in una categoria diversa da quella che ne ha decretato il successo. L'operazione conferma la volontà di ampliare il perimetro del gruppo facendo leva sulla notorietà costruita negli anni con i celebri schiacciatoni. La notizia mostra una tendenza sempre più frequente nell'horeca: utilizzare il capitale di marca accumulato in una categoria per espandersi in altre. Il passaggio non è però scontato. La storia della ristorazione è piena di esempi di format di successo incapaci di replicarsi fuori dal proprio territorio naturale. Il gelato, tuttavia, presenta caratteristiche interessanti: elevata frequenza di consumo, forte componente emozionale e possibilità di sviluppo internazionale. Dopo “il panino”, Mazzanti scommette su un altro prodotto iconico italiano. E forse il vero test sarà capire se i clienti seguiranno il nome o il prodotto. Perché una marca forte aiuta, ma alla fine è sempre il primo assaggio a decidere il destino di un format.