Pescaria, dalla Puglia arriva a Milano il fast food di pesce “cult”

img-6601-d68de25c

Da **Polignano a Mare** a **Milano**: **Pescaria**, il fast food di pesce di qualità diventato un vero cult in Puglia, dove batte fino a 1.500 scontrini a sera, ha inaugurato la sua “filiale” milanese, in via Bonnet 5, assicurando lo stesso gusto apprezzato dai clienti della provincia di Bari. "Grazie a un accordo con alcuni fornitori del mercato ortofrutticolo riusciamo a farci arrivare tutti i giorni pesce e latticini da Polignano”, spiega il titolare **Bartolo L’Abbate**, 36 anni.

IMG_6600La storia di Pescaria, la cui notorietà è esplosa grazie anche a un **social media marketing** che viene menzionato da Facebook come “case history” del Made in Italy, inizia nel 2015 quando L’Abbate, proprietario della pescheria ‘Lo Scoglio’ di Polignano a Mare, si lascia convincere da **Brainpull**, agenzia di comunicazione di Conversano (Bari), a fare “qualcosa di diverso”. E lo fa, grazie anche all’aiuto dello chef stellato Lucio Mele e di una campagna pubblicitaria fondata sull’esperienza dei clienti.

IMG_6599A Polignano, tutti i giorni, centinaia di persone aspettano in coda anche per un’ora, pur di gustare con dieci euro il panino con il polpo fritto e la ricotta o con la tartare di tonno rosso con burrata e pesto. Ora tocca a Milano, ma è solo l’inizio: “Se penso a un sogno direi New York – spiega **Domingo Iudice**, 30 anni, fondatore di Brainpull - prossimamente, però, potremmo aprire a Roma, Bologna o Napoli. Le possibilità ci sono, ma serve tempo perché vogliamo controllare la filiera e la produzione. Serve un buon team che abbia una buona formazione”. Intanto, aggiunge, per la società “il 2016 è iniziato in modo incoraggiante”: dall’apertura, il 25 maggio dell’anno scorso, il giro d’affari in sette mesi è stato di **900mila euro**, cosa che ha permesso di **assumere fino a 45 persone**. L’investimento finora è stato di 1,5 milioni di euro, grazie anche a un finanziamento garantito dalla Regione Puglia. “Per ora – conclude Domingo – non abbiamo bisogno di investitori. Piuttosto, di clienti abitudinari”.

IMG_6598La priorità, a Milano così come nelle future aperture, sarà **mantenere l’identità pugliese** in tutta la filiera: in via Bonnet ci sono i tavoli in legno d’abete massello sotto lampadari realizzati con le reti dei pescatori di aragoste dalla Oltrestudio di Conversano, i vini arriveranno dalle cantine di San Marzano, l’olio dalle campagne tarantine di Castellaneta.