

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'obiettivo 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

