L’avvenirismo di Drink Kong, intervista a Patrick Pistolesi

20230517121559fotopatrickpistolesibarmanager-owner-91d518de

In un’**atmosfera simile a quella di un film di fantascienza**, Patrick Pistolesi immagina il domani di Drink Kong, un locale che offre anche la possibilità di creare un percorso personalizzato grazie al suo privé, la Ginza Room, che celebra il Giappone.
Situato in una piazza alberata a breve distanza dal centro di Roma, è il locale che nessuno si aspetterebbe di trovare. **Prende il futurismo degli anni '70 e lo remixa in chiave contemporanea**, gestendo in modo preciso il proprio affiatato staff. *“Siamo abbastanza fortunati, dopo 25 anni di carriera, cerchiamo di gestire le nostre posizioni professionali nel modo migliore possibile. Il nuovo personale dopo la pandemia è un po’ più complicato da gestire. I clienti sono diventati esigenti e gli standard alti. Bisogna evitare il turnover. Noi siamo conosciuti e comunque dobbiamo tenere un livello alto”.*

Quanto è importante la figura del bartender per il vostro locale?
“Il bartender oggi è una figura riconosciuta, è una vera professione. È il mestiere più bello del mondo, secondo me. Ma per dimostrare quello che vali devi essere innamorato del mondo della notte, che è popolato da artisti, attori, e devi essere curioso. È una professione di tantissimi sacrifici. Devi dimenticare tutte le feste comandate e lavorare. La tua famiglia diventa la clientela”.
Quali novità state preparando per la prossima estate, sia nelle location che nell'offerta di drink e altro?
“Abbiamo Kong che è un’idea, il nostro fare concept: abbiamo una nuova drink list e un nuovo arredo. Siamo per un ambiente inclusivo, fruibile come un ristorante, qualcosa per gli italiani in senso ampio e non per la nicchia. Evitiamo fasce orarie strane e il mondo dello speak easy. Accanto a Kong apriremo Night Kong, che sarà un members club, un locale più riservato. Da maggio, dietro al bancone di Night Kong, ci sarà Mattia Capezzuoli”.
Quali prodotti siete maggiormente orgogliosi di valorizzare e perché?
“Sul prodotto cerchiamo solo di mantenere un buon equilibrio. Il tequila e mescal sta esplodendo,

ormai. Al bancone dobbiamo tenere un certo rigore".

Come gestite gli spazi esterni del vostro locale, considerando anche eventuali dehors?
"Per la bella stagione sfrutteremo gli spazi concessi durante la pandemia. Noi siamo un locale invernale ma dobbiamo pensare a diversificare".

Dopo le esperienze al Mixology Circus e al Beer&Food Attraction, come state comunicando col pubblico?
"Ci chiamano dappertutto. Quella di Rimini è stata una bella esperienza. Certe attività sono stancanti ma ti ripagano. In occasioni simili possiamo mostrare davvero la nostra filosofia di bar, creando anche seminari. Così, andremo a New York, a Tokyo. Le manifestazioni internazionali sono fondamentali".

Quali sono le principali sfide che il vostro locale sta affrontando in Italia?
"Una è quella della tassazione economica. Facciamo impresa e diamo lavoro a 24 ragazzi e quindi questo per noi è uno sforzo importante e costante. Siamo molto attenti alla formazione, fortunatamente. Ma è difficile a volte portare a termine certi percorsi. La difficoltà è relazionarsi con le nuove generazioni. Dovremmo partire dai canoni legati all'educazione".