Belvedere Vodka, nuovo approccio allo street food: dopo la pizza, ecco l’hamburger

cdfe5895-480a-4fa5-8691-1569137e6cde

Prosegue l’operazione street food per Belvedere Vodka. Il marchio di casa Moët Hennessy (Lvmh) conferma l’intenzione di scovare format ristorativi innovativi in cui trovare possibili intese di gusto e, soprattutto, coinvolgere nuove fette di consumatori. Non più solo il fine dining, quindi. Quel genere di ristorazione funziona, ma non è più in grado di garantire da sola i volumi necessari per contrastare un andamento di mercato messo a dura prova da diversi fattori di criticità, dall’inflazione alle tensioni geo politiche, nonché una capacità di spesa mediamente indebolita. Insomma, incertezza è la parola che circola con più frequenza. Necessario dunque guardarsi intorno alla ricerca di nuove possibili opportunità

Cosa è Off-Script Moments

Una delle strade per raggiungere questo obiettivo passa dal food pairing. Ed è qui che la filiale della multinazionale francese ha deciso di indirizzare parte delle sue risorse. Risorse che hanno dato vita a **Off-Script Moments**, progetto che ha, appunto, come protagonista il brand Belvedere Vodka ed è concepito in quattro diversi appuntamenti, tutti organizzati a Milano e ognuno centrato su una singola serata coinvolgendo un’insegna della ristorazione specializzata nel ‘cibo di strada’. Una sorta di test e sperimentazione, per capire la reazione del pubblico di fronte a una (insolita) proposta gastronomica abbinata a cocktail.

Il primo capitolo è andato in scena lo scorso gennaio nella mini location di Pizza Stella in Via Cadore, dove alcuni drink a base di Belvedere Organic Vodka sono stati proposti in accompagnamento a fette di pizza. Martedì scorso è stato la volta della seconda puntata, spostandoci in una delle vie più gastronomiche della città, ovvero Corso Garibaldi, e reclutando come partner la catena di hamburger Street Smash Burgers, insegna di proprietà portoghese che nel capoluogo milanese conta altri due punti di ristoro, a cui se ne aggiunge uno a Roma.

Quote

Queste serate vogliono arrivare alla pancia e al cuore del consumatore finale con una proposta che abbina l’esperienza del bere miscelato a una ricetta tipica del movimento street food. Si costruisce un abbinamento facile e non banale, anche inconsueto volendo, dove la qualità è garantita da entrambi i lati. I drink elaborati di volta in volta sono pensati per trovare un sodalizio ideale con questa tipologia di cibo generalmente abituata a essere consumata con altre bevande, vini e birra in primis. Ecco, noi cerchiamo di offrire al consumatore una terza via, sicuramente audace, ma comunque stuzzicante e innovativa.

Flavia Di Giustino, Senior Brand Manager Portafoglio Spirits Moët Hennessy Italia

Dopo la piazza, il management della filiale nostrana di Moët Hennessy ha dunque optato per gli hamburger. Scelta che, a prima vista, potrebbe sollevare qualche dubbio se abbinato al cocktail.

Quote

Ma non ci siamo fatti intimorire, puntando sulla tecnica di cottura smash, che sprigiona una sottile nota affumicata che ben si sposa con il profilo aromatico e distintivo del distillato di segale, così come la grassezza della carne bilancia la freschezza di cocktail come, per esempio, un Cosmopolitan.

Flavia Di Giustino, Senior Brand Manager Portafoglio Spirits Moët Hennessy Italia

Il progetto Off-Script Moments mira, dunque, ad approcciare un consumatore che non si limita a scegliere un unico format ristorativo, ma si muove alla ricerca di proposte culinarie diverse tra loro, con l'obiettivo di instaurare con il target di riferimento un rapporto autentico, diretto e immediato. L'appuntamento per il prossimo capitolo dell’iniziativa si terrà a ottobre (con un quarto a seguire prima della fine dell’anno). Cosa sarà affiancato al cocktail in quella nuova serata non ci è stato detto, ma da qualche indiscrezione che abbiamo colto potrebbe riguardare un’insegna specializzata nel chicken nuggets o in primi piatti a base pasta.