

FRIGO WEEKLY 109

VENTO DA ORIENTE



Freixenet

Le bollicine di Freixenet sono il connubio perfetto tra tradizione e innovazione enologica, valori cardine della storia di Freixenet e delle sue bottiglie iconiche che hanno contribuito all'affermazione del brand nel panorama vinicolo internazionale.

**“C'è qualcosa che un
“stasera ti offro un sushi”
non riesca a risolvere?”**

_IACI, TWITTER

Bitter Lazzaretto

Un bitter di qualità superiore rispetto ai più tradizionali usati per fare lo spritz, realizzato solo con ingredienti naturali. Alle normali botaniche, riconducibili al Bitter come da tradizione liquoristica italiana, ne sono state aggiunte altre rientranti nella formulazione delle Teriaca, medicamento in uso contro la peste sino a tutto il 1600.



CONSIGLIO ECO Quando ordini un cocktail chiedi se le cannuce sono di plastica, se la risposta affermativa non fartele aggiungere, il cocktail è buono anche senza.

www.alezionedisostenibilita.it

DIVENTANO 10 I WAGAMAMA IN ITALIA



Dal quartiere di Bloomsbury a Londra, dove ha aperto il primo punto nel 1992, Wagamama adesso apre a Milano il suo decimo ristorante italiano che propone cucina di ispirazione giapponese in grado di unire cibo fresco e nutriente ad un servizio amichevo-

È nato a Milano il decimo ristorante italiano targato Wagamama, apprezzato brand di cucina panasiatica. Il nuovo locale fa parte dell'attesa Food Hall nella stazione di Milano Porta Garibaldi, realizzata in partnership con Altareas Italia (Gruppo Altarea), società titolare dei diritti di sfruttamento commerciale e pubblicitario della stazione, secondo scalo meneghino e importantissimo snodo tra l'Alta Velocità, i trasporti urbani e regionali della Lombardia. Una calda porzione di ramen, teppanyaki grigliati alla perfezione, donburi di carne e verdure, gyoza, noodles, il profumo del curry che avvolge diverse portate, il menù wagamama presenta più di 50 piatti, un viaggio gastronomico e sensoriale dove i sapori orientali incontrano la semplicità, l'attenzione a un pasto fresco e nutriente. Non mancano invitanti proposte vegetariane, vegane e le mini portate per i più piccoli. Senza dimenticare l'ampia selezione di tè e le centrifughe preparate al momento. Ad accompagnare l'esperienza della degustazione, un

ambiente finemente ricercato, tra l'eleganza del marmo e il caldo abbraccio del legno, dove si respira l'approccio amichevole di chi ti accoglie e che contraddistingue il brand in tutto il mondo.



Le portate seguono l'iconico motto del brand "diffondere positività dal cibo all'anima" e nel locale, con cucina a vista, è sempre possibile ammirare gli chef

all'opera.

La nuova location, con le sue 120 sedute e 20 dipendenti, si aggiunge alle tre già presenti sul territorio milanese, dalla centralissima via San Pietro all'Orto, passando per lo Shopping District di CityLife fino alla Food Court del Bicocca Village. La nuova posizione è oggi strategica per accogliere e servire i numerosi viaggiatori in transito e tutti i cittadini e i turisti che cercano un pasto sano e gustoso unito a un piacevole momento di convivialità nel celebre quartiere milanese di Porta Garibaldi.

wagamama, nasce a Londra nel 1992, visione inglese della cultura gastronomica nipponica, ed è una catena presente oggi in tutto il mondo con oltre 200 ristoranti. In Italia è gestita dal gruppo C&P, l'alleanza tra Chef Express e Percassi creata nel 2019 con l'obiettivo di istituire un operatore di riferimento nell'offerta di ristorazione multi-brand, dedicato al settore dei Centri Commerciali, Shopping Mall, centri cittadini, Outlet e Retail Park.

Il sushi lo paghi con il social network TaTaTu

Pagare in forma "ibrida" e innovativa per una cena di sushi sarà possibile grazie all'accordo tra Basara, catena di ristoranti giapponesi presente in Italia, e il social network TaTaTu: alla cassa, infatti, si potrà pagare parte del conto in euro e in TTTU Coin, il "portafoglio digitale" che gli utenti accumulano



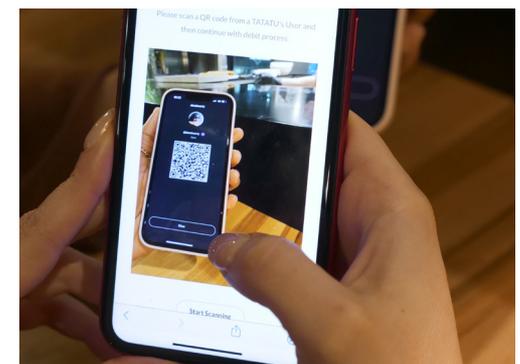
gratuitamente sulla piattaforma ideata dall'imprenditore Andrea Iervolino. Sarà sufficiente mostrare il QR Code del proprio account di TaTaTu per pagare in Coin e sarà valido in tutti i punti Basara presenti a Milano, Bologna e Venezia.

La filosofia del "redeem nearby" arriva anche in Italia per allargare sempre di più il concetto di spendibilità del TTTU Coin rilasciato dall'app TaTaTu.

Dunque non solo e-commerce online ed esperienze inedite legate al mondo dell'intrattenimento, ma anche store fisici per ottenere servizi o prodotti.

La missione di TaTaTu è, fin dall'inizio, tanto originale quanto nobile: ripagare le persone che passano il loro tempo sulla piattaforma. Da allora, la community di TaTaTu ha continuato a crescere, e il modello ideato dal produttore cinematografico e imprenditore Andrea Iervolino sta spopolando, anche in seguito alla recente quotazione all'Euronext Growth Paris.

«Ampliare le modalità di spendibilità dei TTTU Coin è un grande passo in avanti per il percorso che abbiamo iniziato - commenta Andrea Iervolino, CEO e founder di TaTaTu -. Abbiamo pensato di offrire agli utenti TaTaTu in Italia la possibilità di utilizzare i loro Coin per ottenere anche prodotti da store fisici e concedersi una "coccola" gastronomica di alto livello».



Aggiunge Marco Giapponese, CEO di Basara: «Basara è un gruppo che ha fatto dell'innovazione tecnologica uno dei suoi punti fermi sin dall'inizio, approcciando il mercato con una piattaforma e-commerce proprietaria per il servizio delivery e take-away e per l'analisi del dato, per garantire una sushi experience sempre più personalizzata e di altissimo livello, raggiungendo percentuali di clienti recurring che sfiorano l'80% dopo la prima esperienza presso uno dei nostri ristoranti. Questo accordo con TaTaTu è la dimostrazione di come un'idea originale, che eleva all'ennesima potenza la sharing economy applicata al social, sfoci alla fine di un percorso dove l'utente si sente ripagato con prodotti di eccellenza, come in questo caso quelli offerti da Basara».