Ca’Pelletti arriva a Milano con l’apertura del sesto ristorante in Italia

20240606115150capelletti-milano-eee2a651

“Cucina sempre aperta”, è questo il claim di Ca’Pelletti, che aggiunge un locale alla catena di ristoranti, **aprendo una locanda a Milano** (zona Famagosta), inaugurata lunedì 27 maggio. Con la nuova apertura nel capoluogo lombardo, il brand lanciato nel 2012 da Surgital **conta ad oggi 6 ristoranti** tra Bologna (2 punti vendita), Padova, Firenze e Orio al Serio.

Raggiungendo 400 mila coperti serviti nel 2023, il format che Ca’Pelletti propone è quello del **casual dining, che si trasforma in una locanda in stile romagnolo, promuovendo la qualità della cucina regionale.** Puntando sull’efficienza del servizio e sul prezzo competitivo, il brand prevede di arrivare a 10 punti vendita entro il 2025.

UNA CUCINA SEMPRE APERTA

Dopo un periodo di consolidamento e rilancio del brand, avvenuto nel 2023, Ca’pelletti ha presentato a marzo il suo riposizionamento basato sul claim **“cucina sempre aperta”, ispiratosi al format di Ca’ romagnola**. Il locale, quindi, **è aperto tutto l’anno e tutto il giorno,** dalla colazione, che combina prodotti della tradizione italiana con quelli di tendenza, come pancake, sia dolci che salati, e rustici e uova, offrendo snack per una pausa, e proseguendo con il pranzo e la merenda, per poi arrivare all’aperitivo e alla cena. Il menù è incentrato sui **cappelletti, che vengono proposti con 6 diversi condimenti,** ai quali si aggiungono anche taglieri e piadine che possono essere consumati nell’arco della giornata.

Pur mantenendo il format originario, il layout del nuovo locale ha rinnovato la brand identity, raccontando alla clientela l’importanza dello stare bene a tavola. «*Questa nuova apertura rappresenta la prima locanda a presentarsi alla clientela con un visual rinnovato e distintivo, in grado di arricchire l’esperienza di consumo e comunicare i valori che rappresentano il brand: tradizione, qualità, accoglienza e inclusione*. - spiega in una nota stampa **Elena Bacchini, direttrice marketing Surgital**

e amministratrice unica Ca’ Pelletti Retail - *Surgital ha espresso al meglio nel progetto Ca’ Pelletti tutta l’esperienza maturata in 40 anni di attività e la profonda conoscenza culinaria di un’azienda i cui prodotti sono utilizzati dai ristoratori di 60 paesi del mondo*».

Il ristorante di Milano ospita fino a **130 coperti, tra spazi interni e dehor esterno,** ma la novità del punto vendita è soprattutto il comfort acustico. Infatti, grazie alla collaborazione con Isolspace, brand di Tecnasfalti, **l’ambiente acustico è stato ottimizzato attraverso l’inserimento di pannelli fonoassorbenti personalizzati,** Isospace Style e Isolspace Frame, che con il loro design comunicano l’immagine e i valori del brand.