Briscola, va di moda il pizza sharing

briscola-social-eea47116

La pizza invade Milano. Dopo Sorbillo e il suo lievito madre, dopo la possibile incursione di Berberè in occasione dell'Expo e dopo le voci sull'eventuale approdo di un ricercatore come Renato Bosco, ci provano quelli di Foodation, già incontrati sulle pagine di Mixer grazie a uno speciale sulle start up: il risultato è Briscola - Pizza Society. A seguito delle esperienze con Trita, Mariù e Macinata, il format si ricolloca sul sapore tradizionale della pizza. E nelle sole tre varianti classiche: Margherita, Bufala e Marinara. Va di moda il pizza sharing, ora: la condivisione di un'esperienza unica con più persone al tavolo. Questo per concedere alla tavolata assaggi con più varianti senza eccedere nella quantità. Quasi una risposta in termini qualitativi e quantitativi ai giropizza che dilagano indisturbati.

La teoria della condivisione può essere applicata anche ad altri locali, secondo Foodation.

“La condivisione è una caratteristica specifica di Briscola - Pizza Society. A locali che servono hamburger e kebab è certamente più difficile poter applicare una dinamica simile. Tuttavia, l'attenzione agli ambienti posta da Foodation, e l'inserimento di varianti vegetariane negli altri locali era volta a stimolare la convivialità (non è piacevole andare in un locale con gli amici e non trovare nulla da mangiare se si è vegetariani). Condivisione e convivialità viaggiano di pari passo e Briscola esalta in maniera ancor più forte questa caratteristica”.

Briscola aprirà anche all'estero?

Le aperture all'estero sono senza dubbio fra le priorità di Foodation, sia per quanto riguarda i due format già aperti (Mariù e Macinata) che per il nuovo format Briscola.

Quali lati negativi e positivi nel non essere un franchising?

Il benefit del gestire internamente buona parte dei locali è la possibilità di apportare sviluppare il concept del locale liberamente, secondo le proprietà del gruppo e rispondendo con celerità e immediatezza alle sfide poste dal mercato. D'altra parte, il rischio d'impresa è più alto in quanto non è possibile ripartire l'investimento. Foodation ha sviluppato per le aperture in affiliazione il format Burbee

- artisanal burger and beers dedicato all'hamburger street food e alle birre artigianali.

Non ci sono troppe pizzerie in giro?

Briscola si differenzia da buona parte delle altre pizzerie per diversi motivi: primo, la modalità #pizzasharing; secondo, la scelta della farina (la pizza viene preparata con un mix di farina 0 e farina integrale, con germe di grano vivo, trattato naturalmente per mantenere i nutrienti); terzo, la scelta di utilizzare solo pomodoro San Marzano e fiordilatte campano per tutte le pizze a riprova della qualità offerta; quarto, la possibilità (se in zona) di effettuare il servizio di delivery.

Quale sviluppo per Briscola, allora?

Come tutti i format Foodation, è prevista l'apertura di nuovi punti vendita dei format sia in Italia che all'estero.

In che modo è coinvolta Foodation nell'operazione Briscola?

Foodation ha ideato, amministra, gestisce e comunica Briscola - Pizza Society oltre a Macinata - sarti di burger e Mariù - kebabberia gastronomica.

Info su www.briscolapizza.it