

Cir punta sul fast food di qualità con La Baracca

Maximiliansplatz a Monaco di Baviera. Prosciutti che pendono dal soffitto e ambiente techno. Per ordinare basta scegliere da soli i piatti sfiorando il touch screen del menù sul tavolo. Prima o dopo cena, comunque, si possono fare due chiacchiere comodamente seduti sul divano o sulle poltrone di un salottino, mentre intorno alle pareti puoi trovare più libri che vini. È «La Baracca», il nuovo ristorante italiano della capitale bavarese, che ha aperto i battenti lo scorso 18 maggio offrendo pizza, pasta e vindioc in ambiente glamour e a costi contenuti, ma è soprattutto il primo esperimento di Rodolfo De Benedetti nella ristorazione low cost di qualità. L'idea alla base del progetto, come ha spiegato lo stesso amministratore delegato del gruppo Cir, è quella «di offrire, attraverso l'innovazione tecnologica, un rapporto qualità-prezzo interessante». Se il test darà un buon risultato è pronto il piano per lanciare in Germania una catena di locali con la stessa insegna, ripercorrendo il successo

di «Vapiano», altra catena che puntando sul gusto italiano ha aperto una ventina di ristoranti in Germania e un'altra decina in altre capitali estere, come Budapest, Istanbul e Washington. Del resto dietro al progetto «La Baracca», oltre alla Cir, la holding della famiglia De Benedetti, c'è Mark Korsilius, guru della ristorazione cui si deve l'ideazione e il successo di «Vapiano», secondo un mix di buona qualità e costi contenuti, senza dimenticare le nuove tecnologie. La stessa miscela che ora si vuole ripetere. Anche nella precedente esperienza Korsilius ha messo l'idea e alcuni finanziatori, che si erano fatti le ossa nel franchisee di McDonald, i soldi. Dopo due anni il manager, ora 45enne, ha ceduto le quote per dedicarsi ad altri due progetti, la catena di ristoranti taiwanesi «Cha Cha» e quella, ancora una volta italian style, «Pasta4u». Ora, però, è pronto per la nuova avventura, avendo a fianco De Benedetti, che ha creduto nella sua idea investendo circa 3.5 milioni di euro e costituendo in Lussemburgo la Food

Concepts Holding (90% Cir) società che nel novembre 2009 ha acquistato il marchio «La Baracca», registrato negli Stati Uniti da un imprenditore di San Francisco, Jeffrey A. O'Connell. Lo spirito con cui De Benedetti sta affrontando quest'iniziativa è quello del venture capitalist che lancia una nuova start up, «Un piccolo investimento in un concetto che speriamo innovativo e vincente». Se il test andrà bene, allora si comincerà a pensare in grande. (riproduzione riservata)

