

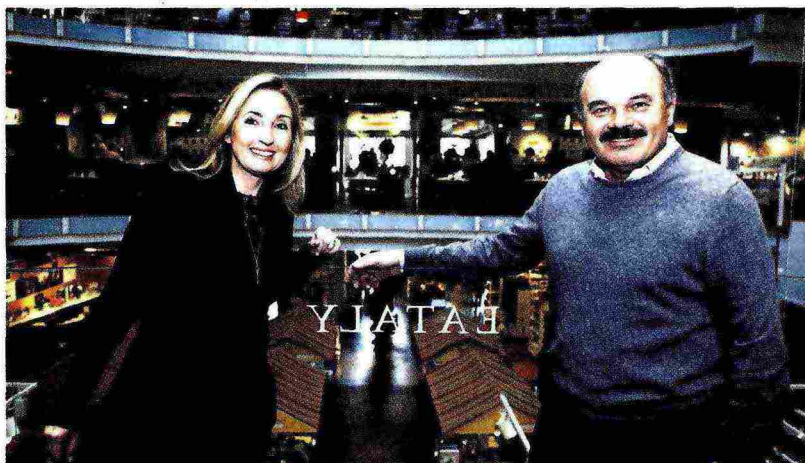
L'accordo ha debuttato al Rosa Grand di Milano. Loghi ad hoc e prodotti legati alla stagionalità

Starhotels fa coppia con Eataly

di MASSIMILIANO SARTI

MILANO - Cartellonistica, menù e loghi ad hoc, una spiegazione approfondita dei prodotti e un'offerta non debordante di piatti prevalentemente legati alla stagionalità. Non solo: ci sarà anche grande attenzione alla salute, in particolare alle intolleranze alimentari (ma niente cucine separate per i celiaci), e non mancherà neppure una proposta vegetariana. La carta dei vini riserverà un occhio di riguardo per i vitigni autoctoni italiani provenienti da produzioni che non utilizzano concimi chimici e diserbanti e con un contenuto ridotto di solfiti.

È questo il contenuto della nuova partnership **Starhotels-Eataly**: un accordo in esclusiva per tre anni, che prevede la consulenza e il supporto del gruppo fondato da Oscar Farietti in tema di ristorazione negli hotel della compagnia fiorentina. A seguire l'iniziativa lo stellato Ugo Alciati, executive chef di Eataly, che ha definito il concept da proporre nelle strutture **Starhotels**: il primo a partire, in vista non a caso di Expo, è stato il Rosa Grand di Milano (1° febbraio), a cui seguiranno altri alberghi del gruppo che vanta un portafoglio di 24 hotel a 4 e 5 stelle di cui quattro all'estero (New York, Parigi e gli ultimi arrivati di Londra: The Pelham e The Gore). «La nostra offerta ristorativa fino a oggi è sempre stata gestita in outsourcing e ab-



“*L'intesa ci aiuterà a dare maggiore identità alla nostra proposta food and beverage,*”

Elisabetta Fabri

biamo tutte le intenzioni di proseguire tali collaborazioni - spiega l'ad di **Starhotels**, Elisabetta Fabri -. D'altronde, nonostante la decisione non sia stata condivisa con i gestori, per ora le reazioni sono state tutte sorprendentemente favorevoli. L'ac-

cordo con Eataly dovrebbe quindi soprattutto aiutarci a dare maggiore identità alla nostra proposta f&b». Certo è che, per il momento, la gestione del comparto f&b del Rosa Grand è passata, per la prima volta nella storia della compagnia, direttamente nelle mani di **Starhotels**, in modo da «mettere a punto la partnership con Eataly» e costruire così il concept nei dettagli. «Anche perché, un po' come nei franchising, ci sono degli standard da rispettare», conclude Fabri, che pensa anche a iniziative con chef stellati e pacchetti Expo ad hoc. Dal lato Eataly, invece, la partnership prevede una serie di attività di promozione del brand **Starhotels** nei 28 punti di vendita del gruppo, negli spazi Expo e online.

