

Pesceazzurro, ancora tante idee e non solo per le festività pasquali



FANO - Pasqua uguale Pesceazzurro. La catena di ristoranti self-service, che ha come base il locale storico di viale Adriatico a Fano scalda i motori per affrontare con successo la stagione 2016. "Ci siamo appena riuniti con tutti i dipendenti del gruppo – dice Marco Pezzolesi, amministratore unico del Pesceazzurro -, quest'anno 122 fra stagionali e a tempo indeterminato, per condividere con ognuno di loro la strategia 2016 del Pesceazzurro e confrontarci sul lavoro da fare".

All'orizzonte, infatti, si vede la luce del nord con un'ipotesi di apertura a Bologna, prima, e a Milano poi. Intanto, però, nei cinque locali operativi sulla costa marchigiana e romagnola, Fano, Senigallia, Cattolica, Miramare di Rimini, Milano Marittima è tutto pronto per superare i risultati raggiunti nel 2015, 495 mila presenze di cui oltre 6 mila fidelizzate con la Cardazzurra, con massime giornaliere di 5.274 clienti e una media giornaliera di 2.631. Per le festività pasquali e nei mesi primaverili, a Fano, Senigallia e Rimini, che sono rimasti aperti nei fine settimana anche in inverno e che proseguono le aperture, per tutto aprile, a pranzo e a cena sabato, domenica, festivi e prefestivi, si aggiunge la possibilità di mangiare anche a Cattolica e a Milano Marittima.

Il Pesceazzurro, aggiunge Pezzolesi, "conferma il suo impegno per la sostenibilità ambientale grazie all'uso di distributori self-service per le bevande, al posto delle bottiglie di plastica per l'acqua e di vetro per il vino, insieme all'utilizzo di piatti, bicchieri e posate in materiale bio, perfettamente riciclabile nell'umido". La catena, inoltre, compie la sua azione contro lo spreco del cibo favorendo i clienti che vogliono portare a casa gli "avanzi" del pasto con la "Pesceazzurro doggy bag". Un tema sempre di attualità visto che anche la proposta di legge in Parlamento per favorire l'uso consapevole delle risorse alimentari e il recupero di prodotti ancora utilizzabili da parte delle associazioni di volontariato sul modello di quanto già fatto in Francia. Fra le novità del 2016, c'è la creazione di un'area baby con uno spazio tv nei punti ristorazione, in fase di sperimentazione a Rimini e Fano per essere poi allestita anche negli altri tre self-service, e la nuova offerta di "Primino", un piatto di pasta al sugo di pesce per i più piccoli, a forma di pesciolino. "E' un modo, crediamo divertente – dice Pezzolesi -, per far apprezzare la bontà del pesce anche ai bambini".

Il Pesceazzurro è anche al lavoro per una nuova campagna di comunicazione che quest'anno punta sulla televisione, con uno spot appena realizzato da parte del regista fanese Henry Secchiaroli, senza dimenticare l'impegno quotidiano a favore della solidarietà e di Telethon. Per ogni pasto consumato al Pesceazzurro, infatti, il gruppo devolve un centesimo alla Onlus. Un piccolo gesto che nel 2015 ha consentito di donare 4.950 euro, circa 30 mila euro dal 2006 ad oggi.