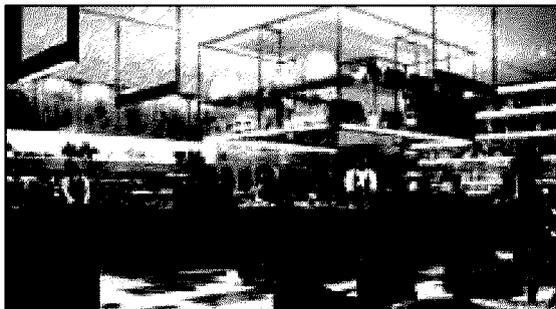


Peck apre a Seul il primo store all'estero

L'internazionalizzazione di Peck cambia verso. L'inaugurazione il 21 ottobre scorso a **Seul** di un flagship store con ristorante di 950 mq, che sarà gestito in franchising dal colosso del retail coreano **Lotte**, ha segnato la nascita d'un nuovo modo del famoso marchio milanese dell'alimentare (18 mln euro di fatturato) di portare nel mondo le eccellenze della gastronomia italiana e i piatti simbolo della tradizione meneghina. Non più soltanto corner inseriti in department store, come i 21 sviluppati negli ultimi 26 anni in Giappone, Singapore e Taiwan insieme al gruppo **Takashimaya**, bensì anche flagship store che riproducono, adattandolo al paese ospitante, il format di successo della salumeria di via **Spadari** a Milano, dove tutto è iniziato nel 1883, arricchito dal servizio di ristorazione.

Nel mirino dei nuovi proprietari di Peck, **Pietro Marzotto** e suo figlio **Leone**, ci sono paesi come gli Usa, la **Cina**, la Russia, gli Emirati Arabi. E nelle principali metropoli di questi paesi che potranno aprire, sempre in partnership con un operatore locale che se ne assuma la gestione, nuovi flagship sulla scia di quello nel centro commerciale delle griffe internazionali **Avenuel** di Seul. Occorrerà



comunque aspettare un po'. Quest'anno la squadra di **Peck** concentrerà le sue energie sulla partecipazione all'**Expo**. S'è aggiudicata la gara per la gestione del ristorante top (con servizio al tavolo per 200 persone) del **Padiglione Italia** e per il catering degli eventi ufficiali di palazzo Italia. Sempre nei sei mesi dell'**Expo**, Peck conta d'incrementare l'attività di catering e, in funzione dell'andamento della domanda, valuterà se tenere aperta la salumeria di via Spadari sette giorni su sette, magari anche prolungandone un po' l'orario d'apertura serale per consentire al ristorante **Al Peck**, al primo piano, d'effettuare anche il servizio d'early dinner.

Michela Achilli

