



PIOLA

un antes y un después en los restaurantes de Buenos Aires

EN 1993 ABRIA EN RECOLETA PIOLA, UN RESTAURANTE QUE IMPONDRIA SU ESTILO: AMBIENTE POP, SERVICIO INFORMAL Y COMIDA ITALIANA, SABROSA Y LIVIANA. HOY, MIENTRAS SUMA SUCURSALES EN TODO EL MUNDO, INAUGURA EN PALERMO SU SEGUNDA CASA PORTEÑA. ¿COMO HACE PARA MANTENERSE EN LA VANGUARDIA?



De los miles de restaurantes que funcionan en Buenos Aires, sólo unos pocos logran ser verdaderamente exitosos. Y dentro de esos pocos, son contados los casos que, además, traen un concepto completamente innovador, logran sostenerlo en el tiempo con éxito y se convierten en un modelo a imitar. En esta última categoría entra Piola, un restaurante oriundo de Italia que llegó a la Argentina a principios de los 90, inauguró recientemente su segundo local en Palermo Hollywood (además de tener un total de 32 repartidos por el mundo) y sentó las bases para lo que hoy son las pizzerías modernas en la ciudad. ¿Alguna vez te atendió un mozo que



no estuviera vestido de uniforme? ¿Viste que muchos restós tienen un DJ que pasa música? ¿Notaste que hay restaurantes que decoran su salón como si fueran museos de arte pop? Todos estos detalles, hoy frecuentes cuando uno sale a comer, no existían veinte años atrás. En esa época, las pizzerías mantenían una estética de restaurante barrial o bodegón, y casi todas ellas ofrecían un producto adaptado al paladar clásico local: contundentes pizzas de media masa o masa molde, en algunos casos rellenas y con abundante salsa de tomate, de las cuales es difícil comer más de tres porciones sin pedir un digestivo.

Pero mientras tanto, muy lejos de acá, en Treviso, en la zona del Veneto italiano, funcionaba un restaurante que daba que hablar. Los jóvenes hermanos de Dante y Stefano Carniato habían abierto en 1986 un lugar que rompía con todos los códigos de los típicos establecimientos gastronómicos y apuntaba a reinventar la pizzería. Ese fue el comienzo de Piola, cuyo nombre



sel) y a su “colega” Luciano Benetton. Y fue justamente Benetton quien logró que Piola llegara a la Argentina.

DE TREVISO A RECOLETA

¿O sea que si hoy comés una rica margherita con tomate y albahaca natural debés estarle agradecido al señor Luciano? Bueno... no para tanto, pero la historia cuenta que los Carniato querían ampliar su negocio y fue Benetton quien les sugirió que vinieran a la Argentina, tierra fértil para desarrollar negocios en tiempos en que la convertibilidad recién nacía y un peso valía tanto como un dólar. Dante aterrizó en Buenos Aires en 1992. Le habían sugerido dos locaciones para la apertura de Piola: el shopping Patio Bullrich, o algún local sobre la avenida Figueroa Alcorta, pero él eligió Recoleta, una zona





donde no había muchos restaurantes y mucho menos restaurantes transgresores como el suyo.

Piola inauguró en Argentina su primera sucursal el 8 de abril de 1993 en la calle Libertad 1078, replicando la propuesta del de Treviso: pizza al estilo italiano del norte (masa bien finita y poco tomate), buena carta de tragos y un estilo desenfadado. Durante la primera época, musicalizaba en vivo Carlos Alfonsín, hoy uno de los DJs argentinos más conocidos en el mundo.

El éxito del lugar fue inmediato, no sólo entre los clientes, que esperaban hasta una hora y media para conseguir una mesa (lo cual se mantiene hasta hoy en días pico), sino también en el mercado gastronómico. Pronto, comenzaron a llegar otros restaurantes similares, como Filo, que abrió sus puertas un año más tarde, o los ya cerrados Fellini y Memorabilia. “Muchos de estos restaurantes inclusive contrataron a personal de Piola... ¡hasta se lle-

varon, nuestro pizzaiolo, el que habían traído de Italia los hermanos Carniato!”, dice Patricio Sorsaburu, que entró a trabajar a Piola como camarero, luego fue barman, después encargado y desde 2004 es socio de la firma: estuvo a cargo de la apertura de las 11 franquicias que abrieron a partir ese año en Centroamérica y Sudamérica, y gerencia las 15 que funcionan actualmente en la región.

La barra era otro de los puntos atractivos de Piola. “En esa época, los únicos lugares con algo de onda a los que se podía ir tomar un trago era el Bar-o-Bar o Down Town Matías. Los demás eran los clásicos, como Rond Point o La Biela”, recuerda Sorsaburu. El trago emblemático de Piola es el Sgroppino, un cocktail cremoso y a la vez liviano, a base de vodka y helado de mousse de limón, que se puede pedir por copa, pero también se sirve como cortesía a todos los clientes del lugar, al final de cada comida.

EL SECRETO DE LA MASA

En contraposición a la propuesta disruptiva de su ambiente, la comida en Piola tiene fuertes raíces en la tradición: comida italiana, rica, sana y sabrosa. “Famosi per la pizza”, reza el slogan del lugar. Y tiene sus motivos. Más allá de que salen ricas pastas (caseros los gnocchi y los ravioli; de De Cecco la pasta seca), las pizzas son las más pedidas. Desde las tradicionales Marinara (salsa de tomate, aceite de oliva, ajo y albahaca), hasta la Capricciosa (jamón cocido, champiñones y alcauciles), hasta algunas de receta propia como la Mantova (queso brie, tomate fresco, rúcula y carpaccio

de ternera). Más allá de la calidad de sus ingredientes frescos, la clave está en la masa, que lleva un “ingrediente secreto” (podés pedirle a Sorsaburu que te lo revele, pero seguramente se niegue) y en el horno en el que se cocinan, alimentado a leña.

Actualmente, la marca Piola tiene un menú master de 600 recetas. Cada sucursal, de acuerdo a sus instalaciones y los productos frescos que obtengan en el mercado local, elige 200 platos que figuran en su carta. Además de pizzas y pastas, hay pescados, carnes y pollo, y una buena variedad de ensaladas, como la Raffaello (rúcula, queso brie, tomates secos, jamón crudo y croutons).

La propuesta de la marca se complementa con Piola Magazine, una revista anual, distribuida en todos los Piola del mundo, traducida a cuatro idiomas, que trata temas referentes a la cultura de la comida, el placer de la mesa y de la vida. La edición 2011 tuvo una tirada de 50.000 ejemplares.

PIOLA PALERMO

Mientras los locales Piola se multiplicaban por el mundo, aquí en Argentina, donde se había inaugurado la primera sucursal, seguía habiendo uno solo. Pero en 2010 (17 años después de la apertura Piola Recoleta) vio la luz Piola Palermo. El nuevo local, con capacidad para 120 cubiertos, queda en Corriti 5751, en la zona más tranquila de Palermo Hollywood y sobresale por su patio y por su imponente barra, con una pared de leds de colores inspirada en la obra más famosa del pintor vanguardista Piet Mondrian. Según explica Sorsaburu, el plan a mediano plazo es sumar dos sucursales, una en el Bajo y otra en Puerto Madero.

Sin repetir y sin soplar: mencionó tres restaurantes de Buenos Aires que hayan abierto hace más de 15 años y todavía estén de moda.

Responder es difícil. Sacando a los clásicos y a los viejos bodegones, cuesta pensar en un lugar que aún sea considerado moderno y tenga casi 20 años de experiencia. Piola es uno de los pocos. Y ese dato se convierte en el mayor reflejo de su éxito.



EN TODO EL MUNDO

A partir de 1993 Piola comenzó a expandirse por el mundo, sobre todo en América, donde funcionan 30 de sus 32 sucursales (en Europa mantienen el local original de Treviso y uno en Estambul). En cada ciudad, buscaron locaciones estratégicas, como en Nueva York, donde en 2005 abrieron en 12 y Broadway, a media cuadra de Union Square. La expansión de Piola es amplia, pero cuidada. Trabajan con un sistema de franquicias, pero nada de entregas llave en mano con un kit ready-made para abrir locales. Invariablemente, alguno de los socios interviene en la elección del lugar, diseño y apertura del restaurante. En Europa, México, Estados Unidos y Canadá (próximamente) se ocupan los hermanos Carniato. En Argentina, Brasil, Honduras, El Salvador, y Chile (donde planean tener 10 sucursales en 2015), interviene Sorsaburu, que asegura que planean llegar a Perú y a Colombia en los próximos tres años. Para averiguar por franquicias y oportunidades de negocio, escribir a Patricio Sorsaburu a sorsaburu@piola.it.

