

Ristorazione e ospitalità nella partnership con Speronari Suites El Porteño, la formula argentina da 23 milioni si espande

di ISIDORO TROVATO

Poco più di 30 anni fa, nel 1995, due fratelli argentini, Alejandro e Sebastian Bernardez, insieme a Fabio Acampora, imprenditore e pioniere della nightlife milanese, fondano Dorrego Company, un gruppo destinato a creare qualcosa di nuovo nel panorama della ristorazione italiana. E che, con le recenti mosse, è pronto a espandersi ancora. «Il progetto iniziale — ricorda Acampora — nasceva dalla volontà di valorizzare le rispettive competenze nei settori della ristorazione, della mixology e dell'interior design. I primi format, Mamma Mia ed Exploit, sono tuttora punti di riferimento nel panorama milanese dei lounge bar e aprono la strada all'inaugurazione, nel 2002, di Living Li-queurs & Delights».

Ma è nel 2010, dalla Darsena di Milano, che prende vita il primo ristorante El Porteño del gruppo Dorrego, concepito per portare in Italia il calore dell'ospitalità delle case argentine e i sapori delle carni pregiate sudamericane. «Volevamo qualcosa

di profondamente diverso dal solito etnico — spiega Acampora —. Per noi l'ospitalità non è solo un gesto: è missione, cultura ed esperienza condivisa, che si esprime nella ritualità dell'asado, nella teatralità dei locali, nella quotidianità accogliente, fino all'eleganza raffinata. Ogni dettaglio e ogni piatto sono pensati per far vivere un'esperienza da ricordare».

Un modello imprenditoriale che introduce una novità: si tratta del «Foodtainment», la nuova frontiera dell'ospitalità e dell'accoglienza che va oltre la ristorazione.

La crescita

Il brand si espande nel tempo con nuove aperture a Milano e Roma, fino a raggiungere, nel giugno 2024, Porto Cervo.

L'universo El Porteño si declina oggi con otto ristoranti nei format Industria argentina, Gourmet e Prohibido, affiancati dai cocktail bar Flores Cócteles e dal ristorante Pisco-cucina di mare. «Nel 2025 abbiamo chiuso con un fatturato di circa 23 milioni di euro e un tasso medio di occupa-

zione pari all'81% — dice Acampora —. Il nostro target principale è nella fascia 27-60 anni, con una quota di pubblico internazionale in costante crescita, che oggi

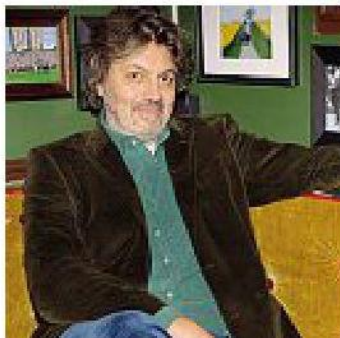
rappresenta il 38%. Un dato che conferma come il format sia sempre più riconosciuto come una food destination anche per il turismo internazionale. Il nostro modello si fonda sulla tradizione dell'asado e della parrilla, sulla selezione accurata delle carni e su un'attenzione costante all'ospitalità, come nella parte "Prohibido", con musica dal vivo di artisti di rilievo. Il progetto è ancora espandibile e stiamo guardando

nuove località e location per aumentare le destinazioni dei nostri ristoranti».

Lo spin off più recente del business del gruppo Dorrego è la società alla pari tra Speronari Suites, boutique hotel che offre camere di lusso nel cuore di Milano, ed El Porteño Gourmet. «Si tratta di un'evoluzione del progetto che mette insieme il format del Porteño con quello dell'ospitalità — spiega Paolo Catoni, amministratore delegato di Speronari —. Alle spalle di Piazza Duomo a Milano nasce Speronari Suites, rivolto a un pubblico di fascia alta, complementare con quello del Porteño. Nel 2025 abbiamo registrato un fatturato che sfiora i 3 milioni di euro, con un'occupazione dell'89,60%, a cui si aggiungo i 2 milioni di fatturato del ristorante. Così nasce la versione del ristorante gourmet, l'unico aperto anche a pranzo».

In questo format, El Porteño abbraccia la cultura gastronomica europea, creando un'offerta fusion in cui i gusti dell'Argentina si sposano con i sapori dei piatti del Vecchio Continente. «El Porteño Gourmet è anche il luogo della prima colazione degli ospiti delle suites. Un fusione tra ristorazione e ospitalità che crediamo possa replicarsi in altre località turistiche, che stiamo già considerando e dove potremo portare presto il nostro format ormai consolidato», conclude Speronari.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Partnership

A sinistra, Paolo Catoni, amministratore delegato di Speronari. A destra, Fabio Acampora, co-fondatore di Dorrego Company

