

Food & Agroalimentare - *L'Antica Pizzeria Da Michele a Bangkok. Il Tempio della Pizza napoletana e la sua esperienza nella città che non dorme mai*

Dal nostro corrispondente a Bangkok - 24 mag 2026 (Prima Notizia 24) **Nelle parole di Artom Viglione, manager di L'Antica Pizzeria Da Michele Bangkok, il successo di un brand che unisce le radici della propria tradizione con la modernità e le sue sempre vive e rinnovate richieste.**

Artom Viglione, 37 anni, aspetto accattivante e professionalità di lungo corso nel management della ristorazione e dell'hosting, è una bella immagine del nostro Paese in terra d'Asia. Proviene da una recente esperienza di sei anni a Singapore, ha lavorato nel campo del management per varie companies della ristorazione italiana anche nella Capitale thailandese, la "città che non dorme mai". Operare nel settore della ristorazione, svolgere attività di management in un campo così complesso, richiede grandi competenze ma anche capacità di intuire trend, propensioni e andamento economico in anticipo. Come si comporta, in tal senso, il brand "L'Antica Pizzeria Da Michele"? L'Antica Pizzeria Da Michele si è strutturata come brand consolidato, con una esperienza che affonda le sue radici nel Tempo, dato che la sua fondazione risale al 1870. Da allora, accumulando esperienza e professionalità, ha avviato una esportazione delle proprie competenze e della propria storia in varie città nel mondo, Roma, Londra, Tokyo, Dubai, Ginevra, Fukuoka, Singapore Los Angeles, New York, solo per citarne alcune. In realtà, la programmazione e la pianificazione relativa a prossime sedi estere ha già in mente di espandersi con ulteriori sedi. Quali sono le caratteristiche basilari del brand "L'Antica Pizzeria da Michele"? Innanzitutto si è cercato di mantenere sempre lo standard elevato della propria offerta, facendo riferimento a Marchi italiani che assicurano nel tempo determinate caratteristiche di alto livello: farine, conserve alimentari, pomodori pelati inscatolati, olii di alta qualità, vini di fascia intermedia e alta di grande riconoscibilità e con una identità ben definita anche e non solo nel contesto internazionale, che identificano davvero il "Made in Italy" nel mondo. Il caffè ed i prodotti derivati, come il Tiramisù, sono tutti elementi identificativi della Cucina italiana nel mondo, la panificazione, la tipologia delle pizze, persino la cottura delle pizze stesse è stata attentamente valutata dai vertici aziendali. Il forno, ad esempio, non è stato costruito con attrezzature e materiali trovati in Thailandia ma è stato anch'esso importato dall'Italia, proprio per assicurare la identità e l'alta qualità della pizza de "L'Antica Pizzeria da Michele" anche in Thailandia, a Bangkok. La Cucina Italiana, ormai, è fortemente insediata in Asia e Bangkok è certamente un "hub" estremamente interessante vista la sua posizione e rilevanza nell'arco dei Paesi del Sud Est Asia. Visto l'elevato livello della competitività, da questo punto di vista, come si riesce a svolgere un lavoro di previsone dei trend e della produttività? E' un lavoro molto complesso e soprattutto determinato da una serie di fattori e variabili intervenienti difficilmente perscrutabili, soprattutto in momenti

storici come quello attuale. La situazione di alta conflittualità in Medio Oriente, l'incertezza relativa al trasporto merci e derrate attraverso lo Stetto di Ormutz, il conseguente innalzamento dei prezzi e dei costi delle merci stesse, delle derrate alimentari, del petrolio, conseguentemente la diminuzione dei viaggiatori attraverso le vie aeree fortemente compromesse da tutto questo, conducono ad uno scenario confuso, nebuloso, dove le strategie di mercato diventano difficilmente pianificabili e prevedibili. Faccio un esempio: qui in Thailandia, a Bangkok, abbiamo assistito ad un calo dei numeri nella clientela nei giorni del Songkran, la Festività nazionale della Purificazione, nota in tutto il mondo per la calca che si crea nel cuore soprattutto delle città -in specie a Bangkok- e dove la gente si innaffia e bagna d'acqua tutto il tempo. Ebbene, la nostra clientela -prevalentemente internazionale- era in gran parte impegnata nel godere della festività e del clima leggero e spensierato del Songkran, in strada. Bisogna anche considerare l'effetto alone che tutto questo crea, nel senso che un potenziale cliente che ha goduto pienamente di quel momento di leggerezza sociale e festiva, per alcuni giorni ancora ha preferito vivere momenti più rilassati, anche evitando di andare in luoghi di ristorazione o comunque frequentati dal Turismo internazionale. Questo è un esempio di quanti fattori si debba tener conto in fase di management e pianificazione nel settore della ristorazione. Bisogna anche tener conto del fatto che -in questo periodo storico- molti ristoranti e location di intrattenimento sono stati aperti ma anche molti hanno chiuso, proprio per i motivi di cui sopra. L'Antica Pizzeria da Michele Bangkok, tenendo conto di tutto questo, quali propositi si pone per l'immediato futuro? Consolidare certamente ma anche continuare ad espandersi. E' nello spirito proprio dei pionieri, così come i padri fondatori del brand "L'Antica Pizzeria da Michele". Infatti, si sta discutendo attentamente su una prossima apertura di un'ulteriore shophouse in Thailandia, probabilmente proprio a Bangkok, sebbene con caratteristiche più dimensionate e leggermente variate rispetto alla prima sede aperta all'interno del Siam Paragon Mall, uno dei più rinomati e grandi malls d'Oriente e del Mondo. Non a caso, L'Antica Pizzeria da Michele Bangkok, nasce nel Novembre 2025 all'interno del nuovo padiglione "Nextopia" dove tutto è incentrato sul green, sul futuro sostenibile, su un panorama che tenga maggiormente conto dell'Ambiente.

di Francesco Tortora Domenica 24 Maggio 2026