



Food truck, un'opzione da considerare

PER CHI HA UN RISTORANTE AFFERMATO, LA "VERSIONE SU RUOTE" PUO' DIVENTARE UN OTTIMO VEICOLO PROMOZIONALE. CHE IN PIU' GENERA PROFITTI DI MASSIMO FERUZZI

IN SINTESI

FINALITÀ

Per un ristorante, il food truck non va pensato come una seconda sede su ruote ma come uno strumento promozionale.

VANTAGGI

Rispetto ai classici strumenti promozionali, il food truck permette - se ben gestito - di diventare una fonte di reddito. In più offre la possibilità di "testare" sul campo le novità e le innovazioni che si vogliono lanciare al ristorante.

FORMULA

Il food truck deve proporre alta gastronomia a prezzi "popolari".

Se si parla di food truck ai nostri chef - specie se stellati - la reazione più gettonata è: «Snaturerebbe il mio concetto di cucina». In realtà pensare di "trasferire" le preparazioni del ristorante su strada è un errore: il food truck non è né può essere la riproduzione di una cucina del ristorante su ruote. È piuttosto una modalità friendly di promuoversi, un mezzo straordinario per avvicinarsi a una clientela che non vi conosce e per far provare non tanto i piatti ma il vostro "concetto di cucina". Il food truck, quindi, va visto come un "avamposto su strada", un luogo di "degustazione mobile" con fini promozionali, resi più efficaci dall'aggiunta dell'esperienza (l'assaggio). Senza dimenticare che è possibile guadagnarci, e anche molto bene. A patto di programmare con molta attenzione tutti i passaggi. A cominciare dal menu: Deve essere:

- **friendly:** preparazioni veloci, di base finger food o porzioni mini;
- **vivace:** i colori devono trionfare;
- **gustoso:** si devono privilegiare prodotti/preparazioni che esaltano il gusto rispetto a quelle più "delicate".

I piatti proposti devono essere coerenti con il menu del ristorante ma non possono essere gli stessi: saranno assaggi in formato mini o piatti che riprendono i gusti e i sapori "tipici e identificativi" del ristorante.

Il food truck serve anche per sperimentare le novità: si usa, in sostanza, la "strada" per avere pareri diretti e informali su nuove preparazioni, da sviluppare successivamente al ristorante.

Le tre regole base

Semplicità'

Il servizio deve essere semplice, non deve impegnare i clienti a compiere strane evoluzioni per poter mangiare

Rapidità'

Occorre essere rapidissimi nell'ordine come pure nel servizio, senza perdere tempo in decori o altro

Selezione

Poche preparazioni che, però, devono essere realizzate con prodotti eccellenti. Al bando i menu con oltre 10 proposte

Il primo segreto del successo del truck food (se “su strada”) è di garantire qualità a buon prezzo: prodotti sempre freschissimi, da alta gastronomia a prezzi “quasi” low cost. Altri consigli?

1. **Non sagre, ma eventi griffati:** è un fattore chiave per mantenere alto il tono del ristorante. Mai essere troppo presenti; niente sagre paesane ed eventi dedicati al cibo di strada. Molto meglio eventi di rilievo mediatico, dove possibilmente si è l'unico food truck: un evento al mese, promosso sia sui social sia nel vostro locale.
2. **On the road:** un'altra possibilità, più complessa da gestire (permessi ecc.) ma straordinaria in termini di comunicazione e visibilità, è di spostarsi di città in città: una settimana ogni due mesi, ogni giorno in una città diversa. Da promuovere su Facebook ai residenti (non solo clienti) e su Instagram con un album di percorsi, storie e persone.
3. **Non solo street:** una tendenza molto in voga, specie all'estero, è di utilizzare i food truck per rendere unici piccoli o grandi eventi: matrimoni, eventi aziendali, pic-nic, anniversari, feste di laurea, ecc. Un'idea? Creare con altri colleghi una rete di 3-5 food truck specializzati su prodotti/cucine diverse e proporsi in maniera aggregata.
4. **Gestione affidata:** gestire contemporaneamente un food truck e un ristorante può non essere facile. La cosa migliore è affidare la gestione del food truck al giovane sous-chef più esuberante, più gioviale, dandogli l'opportunità di crescere e di sperimentare nuove preparazioni da riportare e perfezionare al ristorante.
5. **Lo chef, ogni tanto, in scena:** lo chef conosciuto, titolare del ristorante, non può essere presente a tutte le uscite del food truck. Meglio un'apparizione ogni tanto, quasi da star, per catturare l'attenzione e dare valore agli appuntamenti clou. La presenza va centellinata e comunicata sui social: lo chef crea per l'occasione un nuovo piatto.
6. **Forte identità:** il food truck non può essere un “pulmino” qualsiasi. Deve essere davvero l'espressione del ristorante, con il suo brand, i suoi colori, la sua immagine. Il tutto, ovviamente, declinato “su strada”, possibilmente su un mezzo che non abbia uguali.
7. **Fonte d'ispirazione:** guardatevi il film “Chef - la ricetta perfetta”. ✱

Negli Usa e' un mercato florido

1. Fatturati in crescita

Si stima che nel 2017 il fatturato complessivo dei food truck raggiungerà 2,7 miliardi di dollari. È il segmento in maggior crescita nel settore della ristorazione;

2. Prossimità vincente

Gli americani sono disposti a dedicare in media 17 minuti per raggiungere il ristorante in auto: il food truck accorcia questa distanza.

3. Investimenti contenuti

Per aprire un ristorante negli Usa si parte da una spesa minima di 500mila dollari; per avviare un food truck la base di partenza è di 30mila dollari.

4. Predisposizione all'investimento

Il 19% dei ristoratori americani sta valutando se aprire un food truck entro i prossimi due anni.

Fonte: Emergent Research