Arriva Breakfast Point, l'app per gli amanti della colazione fuori casa

menu-colazione-2-9d8acfea

Per molti italiani è un vero e proprio rito e ogni anno si arricchisce di novità, sia a livello di prodotti che di gusti, per soddisfare anche i più esigenti: stiamo parlando della colazione al bar, un mondo che riguarda oltre 4 milioni di italiani. Per questo due ex commerciali, che quotidianamente si occupavano di vendere prodotti per la prima colazione, hanno ideato Breakfast Point, la prima app per chi ama il mondo del bar e sceglie di far partire la propria giornata con un pit-stop, spesso nel locale di fiducia. Si tratta di un'applicazione, già disponibile per IOS e Android, che permette a tutti di poter ricercare il bar, caffetteria e pasticceria più vicino geolocalizzandone la posizione e individuandone l'offerta di bevande e referenze per la prima colazione che sposino meglio le proprie esigenze di gusto e nutrizione. Sullo smartphone gli utenti possono visualizzare una breve vetrina descrittiva, con tanto di elenco servizi: parcheggio, wifi, consegna a domicilio ecc. e ciò che il punto vendita ha da offrire ai breakfast lovers. Inoltre raccolta dei punti con QR Code, recensione a punti e condivisione della colazione tramite WhatsApp è la vera innovazione capace di mettere in rete esercente e clientela.

L'obiettivo dei due fondatori, forti della loro esperienza nel settore, è quello di cominciare a "digitalizzare" un segmento di mercato poco avvezzo a questa tipologia di sistemi. In questi anni, infatti, l'attenzione è stata completamente rivolta alla ristorazione classica facendo esplodere il mercato del food-tech con una miriade di servizi di food delivery e una serie di app e siti web completamente concentrati sul cibo "da tavola". Lo scenario di questo segmento di mercato, negli ultimi anni, ha esponenzialmente aumentato i propri numeri diversificando le richieste, con particolare interesse verso il consumo di referenze cosiddette benessere, vegane e indicate per chi presenta una intolleranza al glutine e al lattosio.

Secondo il rapporto annuale del FIPE (Federazione Italiana Pubblici Esercizi) il 77,3% degli italiani maggiorenni consuma, più o meno abitualmente, cibo al di fuori di casa e di questa percentuale il 63,8% lo fa in occasione della colazione. Sono oltre 4 i milioni di italiani che scelgono il bar, con una

spesa media che va dai 2 ai 3 euro e un target principale che è quello dei giovani adulti, fra i 25 e i 34 anni. Se poi si scende verso il Sud Italia, dove il bar è considerato un luogo avvolto in una nube di sacralità, si trova una percentuale pari al 24% dei cittadini che spende in media più di 3 euro per fare colazione. Proprio per potenziare uno strumento che si rivolge a un mercato di queste potenzialità, i due fondatori di Breakfast Point hanno deciso di accelerare la loro crescita con una campagna di equity crowdfunding: a breve su http://www.opstart.it, operatore autorizzato dalla Consob, sarà possibile investire sul progetto e partecipare alla rivoluzione digitale della colazione al bar con quote che partiranno da 250 euro.

Per i titolari di bar, caffè e pasticcerie Breakfast Point, vuole essere un nuovo strumento di marketing, che consenta loro di raggiungere, tramite lo smartphone che ormai tutti usano per orientarsi fra le proposte, centinaia di persone. Ed è proprio questo lo scopo dei servizi che vi si ritrovano all'interno: volantino digitale, fidelity card, notifiche push, digitalizzazione della vetrina e proximity marketing sono solo alcuni degli elementi dedicati a chi ha intenzione di agganciare e fidelizzare nuovi clienti. Addio volantini cartacei, sms, lavagnette in stile retrò e promozioni di eventi buttati qua e là sui social, ormai strapieni di notizie, gruppi e una miriade di informazioni confusionarie. Con Breakfast Point c’è tutto il mondo della prima colazione a portata di touch sia per chi ama questo rito quotidiano sia per chi si prodiga ogni giorno da dietro un bancone o una macchina da caffè a preparare cappuccini, brioche e a sorridere.

Prossimamente l'app sarà poi tradotta anche in inglese, francese, spagnolo e tedesco per aiutare i baristi italiani ad agganciare i quasi 120 milioni di turisti stranieri che ogni anno arrivano in Italia e che hanno, fra i loro obiettivi, quello di esplorare il mondo della cucina 'made in Italy', le sue colazioni tipiche e gli aperitivi all’italiana. Inoltre l'applicazione avrà a disposizione un ulteriore funzione di micro-pagamento che risulterà essere una comodità sia per gli utenti che per i baristi sempre alle prese con monete e monetine. Una sfida ambiziosa per la start up salernitana che in questa direzione lancerà, a breve, il primo aggiornamento sugli store diversificando ulteriormente l’offerta di servizi per gli esercenti.