Il frozen diventa ristorante: parte da Milano la sfida dei Bofrost Point

20230731111937bofrosthead-62e36e61

Dalla casa dei consumatori ai propri ristoranti. **Bofrost**, azienda specializzata nella consegna a domicilio di specialità gastronomiche surgelate e fresche, allarga il suo raggio di azione e aggiunge un tassello alla sua strategia di crescita, **inaugurando a Milano i suoi primi due ristoranti Bofrost Point**.
Si tratta di **un test**, come hanno precisato i vertici dell'azienda che ha sede a San Vito di Tagliamento (Pn), **ma con l'auspico di tramutarlo in una catena foodservice**. Ciò avverrà se i risultati pilota dei due punti ristoro milanesi forniranno i riscontri attesi.

Le due location - situate rispettivamente in **Via Correnti 20 e Via Plinio 1** - hanno entrambe una **superficie di 100 mq** e una decina di posti a sedere con servizio di somministrazione. Previsto l'asporto e il delivery a domicilio effettuato tramite la piattaforma Deliveroo.

Il menu propone tutte le ricette del catalogo frozen di Bofrost, che spazia **dai piatti asiatici alle insalate per il lunch**. A breve si aggiungeranno i freschi composti, tra l'altro, da **latticini, affettati, uova, yogurt e sughi**. Il fresco per l'azienda sta crescendo d'importanza e genera oggi un decimo del giro di affari che, nel 2022, ha chiuso a quota con un **totale ricavi pari a 297 milioni di euro**.
Nel duplice ristorante milanese lavorano due persone, anche se nuove assunzioni sono messe in conto con l'espansione dell'insegna. **La pausa pranzo rimane il focus prioritario**, è comunque possibile cenare (i locali chiudono alle 22.00), mentre l'azienda sta studiando l'aperitivo a base di **finger food**. Come location e zone, si privilegiano quelle centrali delle grandi città del paese.

«Ovvero dove si concentra una clientela alla ricerca di un lunch veloce e gustoso, oltre alla possibilità, perché no, di fare una piccola spesa alimentare – fa sapere **Enrico Marcuzzi**, Direttore Marketing di Bofrost–. *Se la sperimentazione a Milano sarà positiva, allora intendiamo inaugurare una dozzina di*

nuovi punti vendita optando per città come Roma, Torino, Firenze, Bologna e Genova. Nei nostri piani, tale espansione garantirà almeno una trentina di nuovi posti di lavoro. L'Italia, il secondo mercato per Bofrost, dopo quello tedesco, fa da ***apripista al progetto che intende diventare europeo****».*

Per riuscire ad attirare e fidelizzare il cliente, la realtà friulana si è preposta di risultare attraente ai clienti puntando su alcuni fattori strategici. *«****Velocità di consegna, qualità e sicurezza del cibo****, garantita dall'osservanza delle regole della catena del freddo e dalla professionalità nella somministrazione degli alimenti, sono gli elementi con i quali intendiamo distinguerci rispetto ai competitor* – spiega sempre il responsabile marketing –*. Soprattutto un servizio rapido è essenziale per soddisfare le esigenze di una clientela di lavoratori che non vuole sprecare tempo in lunghe attese durante l'intervallo dedicato alla pausa di mezzogiorno. A ciò aggiungiamo un* ***prezzo competitivo****: nei Bofrost Point la spesa media per* ***un primo piatto si aggira sui 5 euro****».*