Star Kitchen: parte il format che trasforma i content creator in brand del food&beverage

20241016135443christiantraviglia-presidentegruppoidntt002-2601bfeb

Trasformare i talent in brand del food & beverage. È questo l'obiettivo di **Star Kitchen,** la nuova società di **Christian Traviglia, presidente del Gruppo IDNTT,** che attraverso la partecipazione **al 51% della sua talent agency IN-SANE e al 49% da KUIRI**, azienda milanese controllata da **LMDV Capital** e a cui fa capo una rete di cucine metropolitane con spazi e attrezzature condivisibili secondo i parametri del Cloud Kitchen, vuole crescere nel mercato B2C del settore.

«*L'idea è quella di prendere i talent, sia di IN-SANE che esterni, e trasformarli in brand di cucina, gestiti da Star Kitchen* - spiega a *Mixerplanet* Christian Traviglia -. *I talent possono seguire il progetto dal punto di vista comunicativo, mentre IDNTT mette a disposizione le proprie competenze in termini di strategia e gestione del ristorante che potranno aprire*».

Da una parte, Star Kitchen fornirà location, organizzazione, esperienza, metodo, tecnologia, processi, competenze tecniche e logistiche per l'avvio e la gestione del ristorante; dall'altra, **il talent si occuperà della promozione e delle attività di marketing**. I talent avranno la possibilità di lanciare **la loro attività sia online, attraverso il delivery, sia attraverso l'inaugurazione di un ristorante.**

«*L'obiettivo è lanciare un programma food & beverage, che si sviluppi sia in forma virtuale, tramite il delivery, sia in contesti fisici, per entrare nel mercato consumer, capitalizzando i contenuti del talent e trasformandoli in opportunità di mercato* - continua il presidente-*. IN-SANE fornirà loro tutte le risorse necessarie, dall'entrare nel mercato consumer, capitalizzando i contenuti del talent e trasformandoli in opportunità di mercato».*

Il requisito per la selezione dei talent è avere **tra 3 e 4 milioni di follower** e una community con un **alto livello di engagement**. Il primo progetto che partirà sarà quello di Mirco Alessandrini, in arte **Cicciogamer89** che lancerà la linea di panini **"I burger di Cicciogamer89"**. «*Star Kitchen debutterà*

sul mercato con Cicciogamer89, content creator che conta oltre 3,6 milioni di iscritti su YouTube, oltre 1,6 milioni di follower su Instagram e 387 mila iscritti sul canale Twitch», aggiunge Traviglia.

Il progetto di Cicciogamer89 è già stato testato tramite il delivery, e **in 6 mesi ha avuto un fatturato di 500 000 euro**. «*In soli 6 mesi, gli hamburger di Cicciogamer89 hanno registrato un sell-out di 500.000 euro. Su base annuale, prevediamo di mantenere questo ritmo e ottenere risultati ancora migliori*», specifica il presidente.

Il target a cui Star Kitchen punta è la **community dei content creators.** «*L'idea è che la community del talent diventi la principale clientela dell'attività. Prevediamo infatti che l****'80% dei clienti provenga dalla community del content creator, mentre il restante 20% sarà attratto dalla qualità del cibo*** *»,* conclude Traviglia.