BUN, la parola d'ordine per il futuro è delivery

cheeseburger-manzo-3449fcc6

Trasformare una difficoltà in opportunità secondo una business strategy differente che, tenendo conto dei cambiamenti in atto, li faccia diventare una ricchezza: non è fantascienza ma quanto è successo a BUN, la prima hamburgeria abnormal tutta italiana. Nell'attuale fase di emergenza sanitaria, per far fronte alla necessità di sostituire l'attività di ristorazione tradizionale con un'alternativa più smart, l'hamburgheria abnormal ha intrapreso un percorso di cambiamento che avrà dirette conseguenze sul suo prossimo futuro. Al primo step iniziato con il debutto nella Cook Room di Glovo – concepito inizialmente per testare la recettività del mercato meneghino - ha fatto seguito un programma articolato per convertire la sua linea di cucina in chiave delivery in totale autonomia.

"Noi abbiamo rimodulato il nostro lavoro sulla base dei decreti ufficiali per continuare a offrire un servizio eccellente al consumatore finale nel rispetto delle persone e adottando le più ferree procedure igienico-sanitario" spiega **Danilo Gasparrini**, ceo di BUN. *"Il Coronavirus darà un altro volto alla ristorazione che è quello che vediamo anche oggi e sul quale dobbiamo costruire il domani".*

Un approccio differente che coinvolge anche il futuro prossimo: il brand, che ha in programma l'apertura di altri 20 ristoranti nel prossimo triennio in Lombardia, è ora alla ricerca di locali che, in primis, possano espletare il servizio di delivery e solo successivamente possano essere riformulati nella maniera classica. Due aperture per la fine del mese di maggio per arrivare a 4 entro il mese di settembre: un obiettivo ambizioso che nasce dall'esigenza di fornire una risposta attiva alle esigenze dei consumatori che hanno già premiato la versione delivery del brand. Una rimodulazione che è stata possibile grazie al dna stesso di BUN in cui l'attenzione primaria al prodotto è sostenuta da un business model che fa perno sul digitale, cosa che gli ha permesso di replicare la propria struttura tradizionale in chiave asporto.

"La natura digital di BUN ci permette di curare ancora di più la food experience dei nostri clienti con un approccio agile e rapido che consente risposte immediate: un esempio per tutti riguarda la versatilità del menu in cui modifiche e cambiamenti sono all'ordine del giorno e basati sull'esperienza in tempo reale del consumatore, cosa che nel negozio fisico non è possibile" spiega Danilo Gasparrini. *"L'agilità*

di BUN sta tutta nella velocità con la quale risponde al cambiamento grazie all'applicazione del suo mindset tipico di una digital start up applicato al food".

Altri pillar sono, oltre alla filiera sicura e tracciabile che garantisce una materia prima di qualità, le lavorazioni in cucine asettiche e sanificate in cui è d'obbligo l'uso di dispositivi di protezione e tutto quanto si rende necessario per essere in linea con le ultime normative governative relative al servizio di asporto dei cibi. Sempre con il prodotto al centro, naturalmente: l'offerta è e sarà, come sempre, ricca e molto curata incentrata intorno al tipico hamburger newyorkese cucinato con la tecnica smash, e alla sua versione vegetale e 100% proteica, ovvero il beyond meat – il panino più apprezzato dai consumatori – comprensiva del protein burger, senza tralasciare il dog lover menu dedicato ai 4 zampe.