Cibo di strada, un trend in crescita che corre sull'... Ape

cibo-intro-gae-a7496783

Il carretto passava e quell'uomo gridava: «Street Food!». Potrebbe essere la versione attualizzata di una celebre canzone Anni ‘70. L’uomo del carretto oggi non grida più, usa web e social network e propone qualsiasi tipo di leccornia, dolce o salata. Immutato è rimasto il mezzo su cui si muove e vende: il carretto.

Sì, perché da Nord a Sud il fenomeno del cibo di strada non si arresta, ma trova, o meglio riscopre, nuove forme di vendita. Come quella sull’Ape. Tre ruote dal sapore antico, che ricordano gli anni del Dopoguerra italiano e che si spostano nelle nostre città per allietare pause pranzo e serate a cielo aperto.

Si può parlare davvero di novità quando l’idea ha un sapore così vintage? Probabilmente no, ma è innegabile che sia una tendenza!

cibo ape 1**Bistrot su tre ruote**

Dimenticate gli ambulanti di hot dog ad un dollaro per le strade di New York o i nostrani camioncini con panino e salamella che fumano nei parcheggi. Le Apecar che fanno tendenza sono dei piccoli bistrot su tre ruote con un’offerta che per qualità e design non ha quasi nulla da invidiare a veri e propri ristoranti. Anzi spesso sono delle appendici dei negozi su strada che hanno il compito di portare in giro la proposta di streetfood del ristorante. I mezzi sono brandizzati e customizzati di tutto punto e servono anche per far conoscere in città e altrove il locale.

Se Maometto non va alla montagna, insomma... E’ il caso ad esempio di Romeo, famosa insegna della Capitale, che porta in strada con l’Ape Romeo la proposta di panini gourmet firmata niente meno che da Cristina Bowerman, Fabio Spada e i fratelli Roscioli. Promozione e brand awarness su strada anche per California Bakery con la sua zuccherina California Bee: design e offerta di prelibatezze

made in Usa in linea con i curatissimi store. E ancora: Tramezzino.it che ha fatto del delivery il suo core business ora si muove anche sulle tre ruote, così come Grom con i suoi gelati come una volta.

C’ è poi chi nasce e ha successo “solo” su strada con una proposta che più semplice non si può. E’ il caso di Pizza&Mortazza, un carretto rosa a chiazze bianche che ingolosisce i passanti con “Pizza de Roma e Mortazza de Bologna”. Come resistere? Un’idea così golosa che l’Ape è sbarcata a New York!

Cibo California Bee_allestimentoIdee diverse quindi, ma con elementi comuni: la qualità dell’offerta deve essere di elevato standard e il design dei mezzi curato tanto quanto quello dei “veri” locali.

Non è tutto rose e fiori chiaramente: essere su strada comporta problemi di varia natura. Si pensi banalmente al meteo, ma anche alla logistica e all’approvvigionamento. E naturalmente alla reperibilità fra i clienti.

Per questo ogni esercizio su due ruote mette in conto una buona dose di promozione sul web e in particolare sui social network dove condividere la posizione praticamente in tempo reale.

Correlati:

Ape Tizer, la nuova sfida su tre ruote dello street food