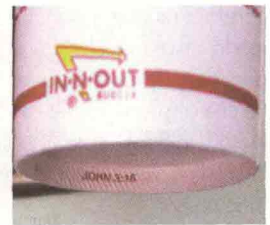


La catena di fast food americana fondata dalla famiglia Snyder propone una formula di ristorazione veloce abbinata ad alcuni versetti tratti dal Libro dei libri. Un formula che piace ai consumatori d'Oltreoceano

In-N-Out, hamburger in salsa biblica

di LUCA BALDAZZI

Un succulento hamburger, e per contorno un versetto della Bibbia. Cibo per il corpo e per l'anima, per soddisfare al tempo stesso palato, gola ed esigenze più profonde e spirituali. A qualcuno l'accostamento potrà sembrare profano: ma è quanto succede regolarmente nel sud ovest degli Stati Uniti, negli oltre 280 fast-food della catena In-N-Out, dove sugli incarti, sacchetti e confezioni di panini, cheeseburger e bibite sono stampati riferimenti e citazioni come questa, dal Libro dell'Apocalisse: "Ecco, sto alla porta e busso. Se qualcuno ascolta la mia voce e mi apre la porta, Io verrò da lui, cenerò con lui ed egli con me". Bizzarrerie americane? Strategia spregiudicata di marketing? Oppure semplicemente il frutto delle profonde convinzioni religiose della famiglia Snyder, titolare da 65 anni della catena di ristorazione? Fatto sta che, versetti biblici a parte, quella



di In-N-Out negli Usa è una storia di successo, ed è studiata come un caso da manuale dagli esperti di industria e commercio alimentare. L'impresa nacque nel 1948, quando Harry Snyder e la moglie si misero a vendere panini con polpette di carne di propria produzione a Irvine, California (oggi un sobborgo di Los Angeles), inaugurando fin da subito un piccolo drive-in restaurant dove i clienti potevano arrivare e ordinare hamburger e patatine attraverso un altoparlante senza scendere dall'auto. Da lì in poi è una tipica storia americana di intraprendenza e pallino per gli affari: lenta ma costante crescita, espansione della catena dei locali in cinque Stati (oltre alla California l'Arizona, il Nevada, lo Utah e il Texas), fino alle attuali dimensioni di un'azienda di ristorazione che impiega 18mila dipendenti. Un'azienda che però si mantiene rigorosamente a conduzione familiare: l'attuale presidente, Lynsi Torres, è la nipote ed erede del fondatore Harry Snyder. E il successo dei fast food In-N-Out nasce anche della loro dimensione relativamente "locale" e piccola. In un mercato dominato

1. Uno dei locali della catena In-N-Out
2. Carni scelte e ingredienti di qualità. Ecco la ricetta per un Cheeseburger al top
3. Lynsi Torres presidente della società statunitense
4. Anche sotto un bicchiere c'è spazio per un versetto evangelico, in questo caso Giovanni 3:16.

dalle multinazionali, la catena californiana di ristoranti continua a vantare hamburger preparati in modo artigianale, in cucine a vista, con ingredienti freschi che arrivano - carne compresa, assicura la società - da centri di distribuzione distanti non più di un giorno d'auto.

Clienti fidelizzati

Anche per questo i locali In-N-Out, indicati dal caratteristico logo con la freccia gialla spezzata, hanno sviluppato nel tempo una clientela fedele e affezionata, pur offrendo un menu semplice e con poche varianti. Ma il segreto del successo di In-N-Out è una ricetta antica e universale: attenzione ostinata alla qualità e alla freschezza dei prodotti. Una lezione da tenere a mente per chiunque opera nella filiera alimentare. ■

Nei libri e sul web

Il "caso" di In-N-Out è stato raccontato in diversi libri negli Usa e anche da noi, come ad esempio nel recente saggio "Retail experience in Usa", pubblicato da Franco Angeli e curato da Daniele Tirelli. L'autore è presidente di Popai Italia, associazione che raccoglie diverse aziende di produzione, distribuzione, promozione e comunicazione interessate a sviluppare la cultura e la professionalità legate al retail marketing. Per saperne di più si può anche visitare il sito web della catena americana di fast food "alternativo": www.in-n-out.com