StreetFoody, il progetto dedicato agli imprenditori del cibo di strada

streetfoody-78ae004e

Ormai è confermato: il **cibo di strada** non è più solo una tendenza emergente, ma una **solida realtà economica,** alla quale sempre più imprenditori guardano con interesse. Consumano street food 3 italiani su 4, **Gambero Rosso** ha pubblicato una guida dedicata e ci sono ormai nel nostro Paese decine di **festival** a tema. E ora la moda si è trasformata in occasione di sviluppo: solo lo scorso anno sono **cresciute del 13% le imprese italiane della ristorazione on the road**. Hanno superato **quota 2.200** e si concentrano in Lombardia, Puglia e Lazio (elaborazione Coldiretti su dati Unioncamere, giugno 2016). Lo street food ha trionfato anche a **Sigep**, 38° salone internazionale della gelateria, pasticceria, panificazione e caffè: una delle più importanti manifestazioni del settore, che si chiude oggi, 25 gennaio, a Rimini.

A Sigep era presente anche **Sara Pratesi**, anima di **StreetFoody**, un progetto innovativo dedicato ai food trucker italiani, ed esperta di un settore che comincia a vedere proposte sempre più diversificate e strutturate in cui per emergere non si può lasciare nulla al caso. «Il cibo di strada è un business che attira tanti imprenditori perché con un **investimento contenuto** si aprono grandi opportunità –conferma Pratesi–. Per iniziare può bastare anche un piccolo Ape Car e l'attività comporta costi molto ridotti rispetto ai ristoranti tradizionali. Ma **non ci si può improvvisare**: la concorrenza è spietata e il pubblico è esigente. Per distinguersi e ingranare vanno curati progettazione e allestimento, con un business plan di ferro e un ottimo marketing, soprattutto in fase di avvio della start-up».
Le brutte sorprese si evitano solo affidandosi a partner esperti. A Sigep i food truckers italiani hanno potuto conoscere StreetFoody, il progetto che trasforma la loro idea in realtà con un team di 30 professionisti pronti ad affiancare gli imprenditori in tutte le fasi, dalla realizzazione fino alla messa in strada del veicolo.

Per prima cosa, si deve individuare un'idea forte di base. E qui StreetFoody ha l'occhio lungo sui **trend di maggiore successo**: «Le tradizioni regionali italiane sono e saranno sempre apprezzate dal pubblico –spiega Sara Pratesi–. Puntare su **ingredienti e piatti tipici**, espressione autentica di un territorio, è sempre un'ottima mossa di partenza. La proposta può essere anche semplice, ma la parola d'ordine dev'essere qualità: se non si valorizzano le eccellenze del Made in Italy, i clienti non perdonano». Spopolano quindi le mille declinazioni del cibo di strada all'italiana, in particolare per quanto riguarda i fritti, le focacce, i panini imbottiti, «Che si prestano a tantissime versioni, dai classici a base di salumi, fino all'hamburger, che gli italiani apprezzano sia nella sua veste più tipicamente americana, sia rivisitato con ingredienti e abbinamenti “tricolori”. Alla base del successo c'è sempre la selezione delle carni migliori». E chi vuole puntare, invece, sulla creatività? «L'innovazione può sposarsi molto bene con la tradizione –prosegue Sara Pratesi–. Ci sono alcuni filoni che si prestano bene a portare novità anche nelle ricette tipiche. A Sigep abbiamo visto rivisitazioni molto interessanti in chiave vegetariana, vegana e anche gluten free, per posizionarsi su nicchie di mercato sempre più importanti. E poi la selezione accurata di ingredienti bio fa la differenza».

Le possibilità, insomma, sono tantissime per gli aspiranti food trucker italiani. Ma il percorso per arrivare a proporle nelle strade e nelle piazze è lungo. Bisogna scegliere il tipo di operatività più adatto (**itinerante, giardini, piazze**) e individuare le opportunità più interessanti, dalle fiere, alle manifestazioni di piazza, agli eventi privati come cerimonie o feste. Poi si passa **all’allestimento vero e proprio del mezzo**, che sarà il protagonista del nuovo business. In tutto questo StreetFoody è al fianco dei food trucker. Si studia insieme il progetto e poi, nelle officine di Terranuova Bracciolini (AR), all’interno di uno stabilimento di 12mila metri quadri, viene realizzato il mezzo personalizzato, curando meccanica, allestimento, attrezzatura e grafica. Si può scegliere fra tre taglie: S, con **l'Ape Piaggio**, M, con il **Porter Piaggio**, oppure L, con il food truck **Fiat Ducato**. Fondamentale, una volta che il proprio veicolo è su strada, tenersi aggiornati sull’evoluzione del settore: **Streetfoody.it** è il sito di riferimento di questo mondo, costantemente aggiornato sulla normativa, sui trend emergenti, sulle nuove tecnologie e soluzioni meccaniche, su fiere e festival e su tutte le opportunità offerte dal mondo del cibo di strada.

A Sigep StreetFoody ha presentato il mezzo più piccolo e compatto, l’Ape modello Oyster, che ha sfornato le prelibate focacce calde del **Toscanificio Panbriaco**, mentre il Porter Flò è stato allestito in chiave super moderna con l’innovativo banco con carapine (cioè i contenitori per il gelato) a vista. Un terzo veicolo, un Ape trasformato in gelateria itinerante, è stato protagonista dello stand di **Bravo Spa**, storica azienda di macchine per gelato, pasticceria, cioccolato e ristorazione che ha festeggiato i suoi 50 anni di attività con celebrità della ristorazione come **Ernst Knam, Chiara Maci, Alessandro Borghese, Simone Rugiati e Iginio Massari**.