

LA NAZIONE

Street Food, un successo made in Terranuova Bracciolini

Vicino Arezzo la culla dei nuovi imprenditori del cibo di strada

Arezzo, 25 gennaio 2017 - Non è più una tendenza emergente, ma una solida realtà economica. Sono oltre 2000 gli imprenditori italiani che puntano sul cibo di strada secondo una elaborazione Coldiretti su dati Unioncamere del giugno scorso, sono cresciuti lo scorso anno del 13%. Una realtà che si appoggia sul fatto che 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. Di street food si è parlato a Sigeip, il 38° salone internazionale della gelateria, pasticceria, panificazione e caffè, una delle più importanti manifestazioni del settore, a Rimini. La manifestazione ha ospitato tra gli altri Sara Pratesi, anima di StreetFoody, progetto innovativo dedicato ai food trucker italiani, ed esperta di un settore che comincia a vedere proposte sempre più diversificate e strutturate. StreetFoody, che ha sede a Terranuova Bracciolini (Arezzo), si è inserita nel settore con un team di specialisti che mette a disposizione dei potenziali food trucker, per sviluppare insieme a loro l'intero progetto imprenditoriale, aiutandoli in ogni fase della realizzazione fino alla messa in strada del loro veicolo.

OBIETTIVI E STRATEGIE

"Il cibo di strada è un business che attira sempre più imprenditori perché con un investimento contenuto si aprono grandi opportunità", afferma 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, spiegano gli esperti del settore, si evitano solo affidandosi a partner esperti. A Sigeip i food trucker italiani hanno potuto conoscere StreetFoody, il team di specialisti (30 professionisti) sviluppa insieme agli imprenditori l'intero progetto, aiutandoli in ogni fase della realizzazione fino alla messa in strada del loro veicolo. È la stessa azienda di Terranuova Bracciolini, all'interno di uno stabilimento di 12mila metri quadri, a realizzare il mezzo più adatto: si può scegliere fra tre taglie: S con l'Ape Piaggio, M con il Porter Piaggio, oppure L con il food truck Fiat Ducato. Streetfoody.it è il sito di riferimento del settore, 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. Perché se non ci si vuole dunque improvvisare food trucker, senza conoscere bene fiere, sagre e similari, per prima cosa occorre individuare gli appuntamenti da seguire e avere un'idea forte di base, magari puntando sulle tradizioni regionali sempre apprezzate dal pubblico, con piatti tipici legati al territorio, ma senza mai rinunciare alla qualità. "Spopolano le mille declinazioni del cibo di strada all'italiana - commenta Sara Pratesi - 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". Tuttavia, è bene sottolinearlo, che 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 - risponde Pratesi -. Ci sono alcuni filoni che si prestano bene a portare novità anche nelle ricette tipiche. A Sigeip 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.

UN NUOVO MODELLO DI BUSINESS PER LA TUA PASSIONE

La cucina è la tua passione e da tempo coltivi il sogno di aprire una tua attività, di trasformare questa passione in un lavoro? Hai già una attività alimentare di tipo "tradizionale" e vorresti dare una nuova svolta alla tua impresa? Forse lo Street Food fa per te. Per cominciare è un settore decisamente in ascesa negli ultimi tempi, un vero e proprio fenomeno di costume destinato a durare, poiché segue l'evoluzione della nostra società, con ritmi sempre più compressi, ma al tempo stesso sempre più esigente sulla qualità e sulla provenienza di quanto mangiamo. È un modello di business sicuramente vincente. "Sano, raffinato, veloce e a basso costo", questi gli ingredienti del successo dello Street Food, che arriva dagli Stati Uniti, dove aprire un Food Truck può costare fino a dieci volte meno che un ristorante tradizionale ma può generare lo stesso fatturato, a fronte di spese irrilevanti di gestione. Esistono pochi altri business in grado di dare questo livello di ritorno.

UN FENOMENO ANTICO IN FORTE ASCESA

Lo street food non è nuovo, né un fenomeno limitato. Non si tratta di una moda passeggera destinata a scomparire rapidamente. Sin dagli albori della civiltà il "popolo" si è sempre nutrito per strada, e ciò è ancora vero al giorno d'oggi in molte culture del nostro pianeta, basti pensare ai paesi asiatici. In un rapporto del 2007 la FAO stima che due miliardi e mezzo di persone nel mondo si nutrono ogni giorno in questo modo. Sono passati quasi dieci anni, e il fenomeno si è ulteriormente accresciuto.

I DATI DI MERCATO

D'altra parte, si assiste ad una marcata flessione del settore della ristorazione tradizionale, con dati di fatturato, secondo confesercenti, in calo del 18% tra il 2010 e il 2014. In netta controtendenza il mercato emergente del cibo da strada, con dati impressionanti: il 73% degli italiani, nel corso dell'ultimo anno ha acquistato cibo da strada. In uno studio di Coldiretti riportato dal sito Borsaonline.it si stima in 35 milioni il numero di consumatori italiani di Street Food nel 2014, con una tendenza alla crescita.

IL MOMENTO GIUSTO

Il momento è quello giusto, soprattutto in Europa, e in particolare modo in Italia, culla di una delle migliori cucine al mondo. Lo street food è decisamente trendy, stanno iniziando a parlarne tutti. Le guide se ne stanno interessando, così i grandi gruppi dell'agroalimentare, gli chef stellati e, cosa più importante, i mezzi d'informazione, e non solo quelli specializzati. Lo street food era presente a Expo, dove ha raccolto un successo di pubblico e di critica senza precedenti. Solo cinque anni fa le parole "Food Truck" o "Street Food" erano praticamente sconosciute nel nostro paese. Oggi, in ogni dato weekend dell'anno, ci sono nella nostra penisola intorno a 35 festival dedicati con una media di una ventina di truck per manifestazione, e un afflusso di pubblico da tutto esaurito. L'Italia sta vivendo un momento storico sotto molti punti di vista. L'economia sta lentamente uscendo da un lungo periodo di crisi e sta dando i primi segnali di stabilizzazione e di crescita. Questo è il momento delle opportunità per chi ha voglia di mettersi in gioco, un momento privilegiato in cui ancora tutto è possibile e c'è spazio per tutti. Chi riesce a cogliere queste opportunità sin dall'inizio ne avrà i maggiori benefici. Il settore dello street food offre la possibilità unica, con un investimento minimo, di inserirsi in un mercato in fortissima ascesa, e che risponde alle attese di consumatori che hanno voglia di novità, di creatività e di qualità ma che hanno pochi soldi in tasca. Sceglieranno quindi con molta cura dove e come spenderli, premiando i modelli di business più snelli e accattivanti, rispettosi del gusto, dell'innovazione e al tempo stesso della tradizione e del territorio.

Nota: dati e suggerimenti sono tratti dal sito streetfoody.it