

CORRIERE DELLA SERA

Con l'Ape Piaggio fino in Senegal Il giro del mondo dello **street food**

La Resti di Terranuova Bracciolini cavalca il successo internazionale del cibo di strada. Gelato, lampredotto, barbecue, cioccolateria: tutto su tre o quattro ruote. Colorate

75%
Gli italiani che nel 2014 hanno mangiato almeno una volta cibo di strada

6,5
Milioni di euro il fatturato annuale complessivo della Resti

29
Mila euro il costo di un'Ape «Oyster» allestita come gelateria

di **Silvia Ognibene**

Dal camioncino del merciaio ai food truck di ultima generazione per i cuochi stellati che fanno degustazioni itineranti: è la svolta della Resti di Terranuova Bracciolini che, giunta alla terza generazione, ha deciso di agganciare il treno in corsa del cibo di strada per portare il gusto italiano nel mondo. E così a Santo Domingo e in Senegal si trovano le Api Piaggio che vendono il gelato.

Lo street food è di gran moda. Secondo le statistiche nel 2014 è stato consumato da tre italiani su quattro e si muove in controtendenza rispetto all'andamento dei consumi nei ristoranti e nei bar che sono calati di oltre l'8% fra il 2010 e il 2014 secondo Confesercenti.

Meglio se il cibo è italiano. Meglio ancora se il mezzo di trasporto è fatto su misura «come un palcoscenico che fin dall'insegna e dai colori faccia capire non soltanto cosa si mangia ma anche la storia e l'anima di chi te lo vende», dice Franco Resti, titolare dell'omonima azienda, nata due generazioni prima di lui a Figline Valdarno.

Da sempre la Resti costruisce mezzi di trasporto per i venditori ambulanti, poi tre anni fa ha dato una svolta: mettere l'esperienza di progettazione, costruzione e conoscenza delle norme accumulata in oltre 50 anni al servizio del futuro, cercando di cogliere le opportunità di un mercato in profonda trasformazione. «Il calo dei consumi interni stava erodendo la nostra area di business tradizionale — racconta Resti — era necessario pensare a nuovi prodotti e nuovi mercati. Ci siamo concentrati sull'agroalimentare italiano, partendo dal gelato, e abbiamo puntato forte sull'estero.



Un'Ape Piaggio cioccolateria allestita dalla Resti di Terranuova Bracciolini. A destra, un furgoncino ristorante



Il cibo di strada è un business che offre grandi opportunità a fronte di un investimento non troppo oneroso. I veicoli per lo street food, dal piccolo Ape Car all'imponente food truck, conquistano spazi e clientela a un costo molto minore rispetto ai ri-

storanti tradizionali». Scommessa vinta: in soli tre anni la business unit dedicata alla costruzione di automezzi per la preparazione e la vendita del cibo è arrivata a generare il 20% dei 6,5 milioni di fatturato della Resti. E le aspettative per il futuro

sono tante: «Puntiamo ai mercati del Golfo Persico, al Nord Europa e al Nord America», dice ancora il titolare dell'azienda «con l'obiettivo di incrementare la produzione destinata all'esportazione che attualmente è pari al 15%. E confidiamo anche nella ripresa del mercato interno».

La scorsa settimana Resti ha presentato ufficialmente il progetto StreetFoody che mette a disposizione degli operatori tutta la gamma dei veicoli dedicati al cibo, ma anche informazioni su norme e certificazioni, e tanti consigli: «Mai aspettarsi successo e guadagni facili. Il pubblico premia la qualità, e qualità dev'essere la parola d'ordine, oltre che per la proposta culinaria e gli ingredienti, anche per la progettazione, l'allestimento, la stesura del business plan e la pianificazione delle attività di marketing che caratterizzano l'avvio della start-up». Il top del marchio di punta dell'azienda valdarnese è l'Ape per il gelato: un'icona conosciuta e riconosciuta in tutto il mondo, appositamente progettata per portare in giro una delle più celebri bontà di casa nostra. Chi sono i clienti di Resti? «Non solo i tradizionali ambulanti del cibo, come i lampredottai, ma anche gli chef stellati che vogliono uscire dai ristoranti e proporre degustazioni itineranti e show cooking. Ma anche giovani laureati che cercano un'opportunità: c'è un ragazzo umbro che ha mollato tutto e va in giro con il suo camioncino dove cucina e vende il polpettone della nonna, ma anche il romano dal vissuto difficile che con la sua pizza e mortazza, e tanto sacrificio, adesso ha quattro mezzi e un'azienda che funziona».

Resti continua a produrre uffici e cliniche mobili, mezzi espositivi e per la regia televisiva, ma ha spostato con decisione il baricentro dell'attività produttiva sul cibo di strada, quello nato povero e oggi tornato di gran moda. Provando a intercettare il futuro, come fece Ivo Resti, il fondatore che agganciò il boom degli anni Sessanta costruendo autonegozi per gli ambulanti che dovevano andare per mercati a vendere di tutto agli italiani.

Curriculum

Ciak, si lavora (se il video è ok)

Per chi cerca un lavoro al pubblico, la carta giusta da giocare è quella del videocurriculum, strumento utile a mostrarsi in vista di un contatto diretto con i clienti. «È un antipasto — spiega Claudio Achilli, consulente aziendale — serve ad attirare l'attenzione del selezionatore. Ecco le regole d'oro: «Dev'essere breve, massimo tre minuti. Non deve essere anonimo. Fondamentale quindi curare il look e la location». (Ed.Lu.)