

Officina Giovani dà i suoi frutti: nasce la prima startup

Due giovani brianzoli vogliono portare l'onigiri nelle piazze milanesi

Si chiama **Onigiri Mania** ed è la startup di **Simone Garofalo** e **Riccardo Corbetta**, due giovani brianzoli con la passione per la cucina giapponese e una spiccata propensione all'autoimprenditorialità. Il progetto, da alcuni mesi in incubazione nel coworking della **Cgil di Monza e Brianza**, ha nientedimeno l'ambizione di rivoluzionare la pausa pranzo dei milanesi, portando l'onigiri, un tipico piatto della cucina giapponese, nei luoghi di ritrovo del capoluogo di regione.

È la prima esperienza, tra quelle presenti attualmente in **Officina Giovani**, che spicca il volo per andarsi a conquistare un posto nel mondo. Nel caso specifico il posto, anzi, i posti sono le più frequentate piazze in prossimità degli atenei milanesi. Proprio lì, dove migliaia di studenti universitari si riversano ogni giorno, Simone e Riccardo vogliono allestire un food truck specializzato in onigiri.

“Un tipico piatto giapponese che risale all'epoca dei samurai – spiegano Simone e Riccardo –. A quei tempi occorreva un pasto completo, veloce e facile da consumare in qualsiasi situazione”. Esigenze del tutto corrispondenti allo stile di vita dei milanesi: l'onigiri, infatti, si presenta come una polpetta di riso ripiena di carne, pesce o verdure guarnita con una foglia di alga nori e può essere consumata anche in piedi o camminando. Insomma, un pasto pratico come un sandwich, ma molto più salutare.

“Data la scarsa notorietà di questo piatto in Italia – continuano gli ideatori del progetto – esso viene inserito nei menù di qualche ristorante giapponese, snaturando il prodotto e privandolo delle sue potenzialità. Noi di Onigiri Mania, grazie ad un food truck, vogliamo portare questo piatto per le strade e per le piazze di Milano per proporre alla clientela un pasto salubre, a basso costo, adatto ad ogni situazione”.

Un progetto, quello di Onigiri Mania, curato nei minimi dettagli. A partire dall'identità del brand. *“Sarà la nostra forza! – assicurano i due giovani startupper – Attraverso canali social, merchandise, tra cui peluches e magliette, catering e vendita diretta al cliente creeremo un marchio originale e riconoscibile”.* Onigiri Mania, infatti, si sta già facendo conoscere sul web attraverso le pagine [Facebook](#) e [Instagram](#) e, soprattutto, tramite il portale Produzioni dal basso, raggiungibile all'indirizzo <https://www.produzionidalbasso.com/project/onigiri-mania/>, dove i due giovani brianzoli hanno caricato il loro progetto spiegandone le potenzialità e stanno cercando i primi finanziatori: *“Attraverso il crowdfunding vogliamo raccogliere il denaro necessario per far partire l'impresa”*, spiegano.

Simone e Riccardo hanno già ricavato 2.560 euro. *“A tutti i sostenitori viene data una ricompensa: stickers, portachiavi, peluche e la maglia ufficiale di Onigiri Mania”*, spiegano. Insomma, ci sono tutti gli elementi per affezionarsi al brand, ancor prima di potersi sedere ai tavolini del food truck.

“È tutt'altro che improvvisazione, i due ragazzi si sono messi a studiare e hanno fatto crescere

la loro idea che oggi ha buone possibilità di concretizzarsi”, sottolinea con soddisfazione **Lino Ceccarelli**, responsabile dell’Area Giovani e Lavoro della Cgil di Monza e Brianza.

“Ci auguriamo vivamente che questa impresa abbia successo: ci piacerebbe pensare che un contributo sia venuto anche dalle esperienze che i ragazzi stanno facendo nel nostro coworking”, ha concluso Ceccarelli.