



Terra & cibo

Mauro Rosati

GIORNALISTA
ED ESPERTO
DI POLITICHE
AGRICOLE

Street Food, così l'Italia torna a mangiare in strada

● Oltre 60 mila attività dedicate alla gastronomia veloce ma anche di qualità. Tra Food Truck e Ape Car sono già 8.500 i ristoranti "mobili" con una crescita annua del 10%. Ora servono le regole

In un periodo in cui l'economia italiana stenta a ripartire c'è un settore che non conosce crisi, anzi, è in netta crescita: si tratta del cibo di strada, meglio noto come street food. Quella del mangiare in strada è una cultura che affonda le radici nell'Antica Roma, quando ++i romani erano soliti trascorrere fuori casa tutta la giornata e rifocillarsi ai mercati della capitale, e che, sopravvissuta nel corso dei secoli, oggi interessa all'incirca 2,5 miliardi di persone al mondo, che, secondo stime diffuse dalla FAO, ogni giorno scelgono di consumare un pasto veloce piuttosto che al ristorante. È evidente che, pur partendo dalle stesse radici storiche, lo street food si sia sviluppato in maniera diversa all'interno dei vari continenti. In Europa e America del nord, nato come cibo povero delle classi contadine e operaie, ha pian piano assunto connotazioni gourmet, tradizionaliste o modaiole. Nei paesi in via di sviluppo, e in quelli al limite della povertà che comprendono alcune aree dell'Asia, dell'Africa e del Sud, il cibo di strada rappresenta la risposta all'emergenza sociale di cibo a basso prezzo, oltre che un'importante fonte di reddito per i piccoli produttori

e gli ambulanti

In Italia il cibo di strada è cresciuto in maniera esponenziale negli ultimi cinque anni, trasformandosi in un fenomeno di successo grazie anche all'influenza del boom statunitense dei truck, piccoli mezzi mobili, spesso di design, capaci di occupare gli spazi urbani ad un costo molto minore dei classici ristoranti. Secondo le stime del 2014, ad oggi, nel settore della gastronomia di strada in Italia sono coinvolte oltre 60.000 attività, che si sono attestate su un tasso di crescita annuo del 15% circa. Se i ristoranti storici chiudono, i Foodtruck e gli Ape Car aprono: delle 60.000 attività 'di strada' oltre 8.500 sono mobili, con una crescita annua del 10%. Questi nuovi mezzi mobili sono, involontariamente, diventanti il simbolo di una reazione 'dal basso' alla crisi economica nel settore ristorazione. Nel 2015 sono oltre 50 festival a tema, ambientati in città metropolitane così come in piccoli borghi e castelli, capaci di convogliare migliaia di persone e riqualificare zone cittadine come il mercato storico di San Lorenzo

a Firenze. Nuova è anche la classe imprenditoriale che gravita intorno a questo settore; composta da giovani e più o meno giovani che, spinti dalla crisi economica, hanno trasformato la passione per la cucina in un vero e proprio lavoro. Questa generazione ha portato ai fornelli non solo la buona cucina del proprio territorio, ma anche la genialità e l'innovazione che si riflettono nelle ricette, nel packaging e nell'uso dei social media come strumento virale di contatto e coinvolgimento. Il successo street food - ha commentato Stefano Marras - Research Associate Università Bicocca di Milano - fa ben sperare se si analizzano gli effetti positivi generati su due livelli: a livello 'politico' le amministrazioni stanno incentivando le attività per rilanciare l'economia territoriale e a livello gastronomico il food truck gourmet sta producendo un innalzamento della qualità e un ampliamento varietà dei cibi.

In Italia una storia di successo che parli di cibo non può prescindere da quello che è da secoli l'ingrediente fondamentale: la materia prima

Voci dalle cucine



Cristiano Piccirillo
PIZZAIOLO

Lavora alla Masardona di Napoli
"Posso dire che per un giovane questo settore offre opportunità di lavoro importanti. Io mi sento fortunato"

Pubblico specifico. Sono soprattutto i lavoratori a usufruirne. Molti anche i giovani perché si tratta di pasti economici, da consumare insieme

OPERAZIONE DEINAS

Sequestate tonnellate di cibo nelle zone delle vacanze

— INas hanno monitorato strutture turistiche e balneari, in particolare le cucine e i depositi alimentari, operando sequestri per 2,5 milioni di euro. I



Mauro Uliassi
CHEF

Due stelle Michelin
"Street food vuol dire qualità a prezzi contenuti; la bravura dello chef sta nello scegliere materie prime e aggiungerci fantasia e esperienza".



di qualità. Se è vero che la cucina italiana è nata nelle strade, il cibo di strada made in Italy rappresenta un ritorno alle origini, un viaggio lungo i sapori più o meno nascosti della penisola, che rivivono nelle ricette della tradizione, talvolta presidio di territori dimenticati. Un filo rosso accompagna molte delle migliori esperienze di cibo di strada, un filo che lega insieme eccellenze DOP IGP, prodotti biologici e a Km 0, tutti simboli di una cucina radicata in valori che faranno sempre la differenza. Dal panino con il lampredotto fiorentino alla pizza a libretto napoletana, passando per l'arancina palermitana, la gastronomia di strada è un mosaico di sapori da scoprire, una miniera d'oro dalla quale poter attingere per valorizzare il Bel Paese e far ripartire un pezzo di economia. In alcuni casi le nostre filiere agroalimentari sono riuscite ad intercettare questa opportunità. Tra questi sono significativi le storie della Piadina Romagnola e della Focaccia di Recco che da pochi mesi hanno ottenuto il riconoscimento di Indicazione Geografica Protetta (IGP) dall'Europa, garantendosi la certificazione della qualità e maggiori possibilità nell'export internazionale. Ma, in questo contesto sarebbe importante riuscire ad inserire in maniera organizzata almeno tre delle filiere che contraddistinguono la nostra agricoltura; quella cerealicola legata alla produzione di birre artigianali, una produzione che si sposa da sempre con il mangiare di strada e che nel nostro paese sta vivendo una nuova primavera; quella zootecnica

di qualità, in cui l'Italia ha molte eccellenze straordinarie come celebrato dai casi degli hamburger con carne Chianina IGP; infine quella del Biologico, che va incontro alla necessità di un'alimentazione sana e naturale e che nelle street food può trovare un canale privilegiato per avvicinarsi ai giovani. Ma la ristorazione di strada potrebbe essere un'ottima opportunità anche per i P.A.T., i prodotti agroalimentari tradizionali, che, selezionati dalle regioni e riconosciuti a livello nazionale, non sono mai riusciti ad avere né la visibilità che meritano né un vero e proprio spazio di mercato. I requisiti per il successo ci sono tutti, ma sono necessari ancora alcuni sforzi. Adesso è il momento di strutturare un settore che ha vissuto un efficace boom iniziale lontano dalle regole, ma che ora ha bisogno di nuove linee guida per affermarsi in pianta stabile come nuovo settore della ristorazione italiana. È necessaria per esempio, una riforma della legislazione che riguarda la qualità del cibo. È necessario, altro esempio, un quadro di norme che regolino l'esercizio del commercio su suolo pubblico. Attualmente la situazione è frammentata a livello degli enti locali e solo due casi ci indicano una buona via. Quello del comune di Milano, che ha aperto in via sperimentale le porte del centro storico a 50 Ape Car, e quello del comune di Torino, dove lo storico mercato dell'abbigliamento di Porta Palazzo è stato trasformato in polo dello street food.

INUMERI DEL BOOM

Una tendenza che produce reddito

570.000
 CONSUMATORI

61.000
 ATTIVITÀ COINVOLTE

8.500
 STREET FOOD AMBULANTI



FILIERE PRINCIPALI



