



Cibo di strada, le tendenze: panini d'autore, fritti, gelato e cibo etnico. On the road oltre 150 veicoli firmati StreetFoody

L'intuizione di StreetFoody è stata intercettare il crescente interesse per il cibo di strada

A cura di **Filomena Fotia** 3 aprile 2017 - 10:15



Non accenna a diminuire il successo della ristorazione su ruote. Complice la riscoperta del cibo di strada, sono sempre di più gli imprenditori che decidono di portare on the road la propria proposta culinaria (oltre 2.200 secondo Coldiretti, +13% nel 2016) e che trovano spazio nei vari festival, ormai decine in tutta Italia, che animeranno soprattutto la primavera-estate. «Il pubblico è diventato molto esigente e tutto dev'essere curato, dalla cucina, all'allestimento del mezzo, all'immagine e comunicazione»: parola di **Sara Pratesi**, vera esperta del settore e anima del progetto StreetFoody, da qualche anno al fianco dei migliori foodtrucker italiani.

Nell'imminente stagione saranno oltre 150 i mezzi itineranti firmati StreetFoody che scenderanno nelle strade e nelle piazze d'Italia. Il trend ha preso piede un po' in tutta Italia, tanto che i clienti di StreetFoody, specialista nell'allestimento di veicoli speciali, rappresentano ormai tutte le regioni, con prevalenza di Toscana, Umbria, Lazio, Emilia Romagna e Lombardia. Ma il Made in Italy va forte anche oltreconfine, tanto che StreetFoody ha raccolto ordini anche all'estero, per esempio in Svizzera e Germania.

StreetFoody è ormai un punto di riferimento nel settore, tanto che Casa Alice, il programma di punta di Alice Tv, che torna dal 3 aprile al 14 maggio sul canale 221 del digitale terrestre, ha scelto proprio StreetFoody come partner per questa stagione che vede il ritorno della storica conduttrice Franca Rizzi. Durante la sigla iniziale e finale di Casa Alice, in onda tutti i giorni alle 20.35 e in replica il giorno successivo alle 13.40, è protagonista l'Ape dal mood retrò firmata StreetFoody, carica di ingredienti del territorio e pronta ad accompagnare Franca Rizzi durante il suo programma fatto di ricette, gusto e buonumore. «Il claim "La tua grande azienda on the road" sottolinea che lo street food rappresenta un'opportunità di business da cogliere perché, se si propone un'idea originale, assieme a un partner esperto come StreetFoody è possibile renderla realtà, con un investimento contenuto e in poco tempo» spiega sempre Sara Pratesi.

L'intuizione di StreetFoody è stata intercettare il crescente interesse per il cibo di strada e offrire la propria competenza nell'allestimento di veicoli speciali per trasformare le idee imprenditoriali degli aspiranti foodtrucker in realtà. Un team di 30 professionisti cura tutte le fasi di realizzazione e messa in strada dei mezzi, nel rispetto delle normative, e permette così agli imprenditori della ristorazione di avviare la propria attività in modo semplice e immediato. I veicoli sono proposti in tre taglie -S con l'Ape Piaggio, M con il Porter Piaggio e L con il Fiat Ducato- per venire incontro a ogni esigenza in fatto di dimensioni, attrezzature e mobilità. «La taglia S è la più apprezzata perché, con un investimento contenuto e tempi brevi, si può far partire subito la propria attività. È un mezzo agile, flessibile, attrezzato di tutto punto e personalizzabile al massimo -spiega sempre Sara Pratesi-. Per le strade quest'estate si vedranno quindi tantissime Ape dal sapore vintage, che esprimono tradizione e italianità, due elementi fortemente ricercati dal pubblico che segue gli appuntamenti più importanti dedicati al cibo di strada». Già più di 150 clienti hanno scelto StreetFoody. E per quanto riguarda le tendenze culinarie? «I nostri clienti propongono soprattutto panini d'autore, focacciere, fritti, cibo etnico e poi il cibo da passeggio per eccellenza, il gelato -commenta sempre Sara Pratesi-. Ha successo chi punta sulla qualità, per raccontare un territorio e presentare le migliori materie prime: presidi Slowfood, ingredienti a km zero, eccellenze delle varie regioni oppure ricerca sulle cucine esotiche».