



*Il gusto nel viaggio...*

---

È online la pagina dedicata all'evento del 22 e 23 maggio a Marciano della Chiana (AR)

## **NUOVO SITO STREETFOOD, COMUNICARE CON GUSTO**

La prima versione fu avviata nel 2005 registrando il marchio. Nel novembre 2006 il primo servizio tv con un rotocalco di Rai2 e nel 2008 è nata l'associazione No Profit

L'Associazione No-profit "Streetfood" è una realtà dedicata alla ricerca e promozione dei cibi di strada come alternativa al prodotto globalizzato come catene di fast-food di multinazionali e prodotti confezionati con coloranti e conservanti privi di legame con storia e territorio. Questa è la mission che si è prefissa fin dal 2005 quando il suo presidente, Massimiliano Ricciarini, dopo una ricerca sui cibi di strada limitata a quattro regioni centrali italiane per un Master Universitario attivato dall'ateneo senese ha esteso la mappatura a tutto lo stivale.

"Ho voluto lasciare la presentazione animata - dichiara Ricciarini - in quanto crea movimento e si manifesta in maniera inaspettata, in più è un legame con il precedente sito in versione html". L'attuale portale web di Streetfood ([www.streetfood.it](http://www.streetfood.it)) è infatti dinamico, basato su database caricato su un server di una piattaforma molto usata oggi. Infatti permette di adattarsi a tutte le esigenze e può essere gestita da un pannello di amministrazione gestibile anche quando si è fuori dall'ufficio o da casa.

Il sito è volutamente semplice e privo di fronzoli e abbellimenti che rischiano di caricare troppo l'aspetto visivo senza essere utile per chi ci naviga. Dopo l'evento del 22-23 maggio a Marciano della Chiana (AR) a cui è dedicata l'attuale versione della pagina principale (homepage) si vedrà oltre al menu sulla sinistra con i cibi di strada divisi per categoria di appartenenza, ci sarà anche una mappa d'Italia permettendo così l'accesso al database dei cibi anche da un punto di vista geografico, ovvero di provenienza.

È stato un cammino lungo a cui si sono interessate molte realtà dell'informazione e comunicazione dalle tv e radio (dalle più grandi alle più piccole) alle redazioni cartacee e online sia italiane che straniere; non ultimo un itinerario con Mazda narrato sull'organ press londinese della casa automobilistica partendo da Arezzo fino a Zocca (Modena) alla ricerca dei cibi di strada guidati dal gps alla guida dell'utilitaria del Sol Levante.

L'avvento del web 2.0 permette al sito di condividere le pagine sui Social Network **creando pagine di discussione e facendo girare il nome e le informazioni. In più Streetfood può essere veicolo per la promozione turistica, essendo i cibi di strada un prodotto preferibilmente da consumare in loco e non da conservare.** Per questo motivo questi cibi possono essere degustati grazie alla reperibilità via gps e alla sinergia con realtà del settore dell'information technology come L'Imboccastrada ([www.limboccastrada.it](http://www.limboccastrada.it)) che oltre alla consultazione in rete dal computer di casa o ufficio si può scaricare su navigatore satellitare o visualizzare online da cellulari Umts (es. iPhone) e farsi guidare fino a destinazione. Questo è uno strumento importante visto che molti cibi di strada sono scomparsi dalle città e si possono reperire solo presso comunità montane o luoghi sperduti.

Streetfood - Aprile 2010 - Cs 2

---

**Streetfood®** è un marchio registrato - tutti i diritti riservati

[www.streetfood.it](http://www.streetfood.it) - [info@streetfood.it](mailto:info@streetfood.it)

Associazione Culturale No-profit Streetfood® - fraz. Puglia IL RIO, 17 - 52100 - Arezzo

Contatti per la stampa: 320 7668222/ 328 3928393