



Non solo grandi eventi, ma anche sostegno a territori e pubbliche amministrazioni

STREETFOOD: IL CIBO DI STRADA COME RISPOSTA ALLA CRISI DEL LAVORO

La prima Associazione italiana prosegue con la sua mission puntando su cultura, storia e tradizione e aiutando anche le piccole amministrazioni a rilanciare l'economia con progetti di promozione. In questi anni ha sostenuto chi si è re-inventato un lavoro contro nuove realtà improvvise che rischiano di inflazionare il sistema creando confusione

L'Associazione Streetfood nata dal progetto datato 2004, nel suo peregrinare in giro per l'Italia con un format esclusivo e originale di evento itinerante, lo STREETFOOD VILLAGE TOUR, ogni anno dal 2010 ha visto aumentare le sue tappe, ma tiene sempre a mente i luoghi e le condizioni da cui è partita, portando per prima in Italia una novità assoluta che nella curiosità generale ha fatto conoscere prodotti di qualità a costi sempre e comunque accessibili. «Abbiamo creduto fermamente nel grande patrimonio del cibo di strada italiano - dichiara il presidente dell'Associazione aretina Streetfood, **Massimiliano Ricciarini** - come tradizione culturale e connesso alla storia e ai vari territori italiani. Oggi purtroppo è divenuto fenomeno modaiolo sui generis e per questo abbiamo cercato di fare sistema fin da principio con realtà già esistenti o nuove realtà imprenditoriali che hanno visto nel format Streetfood solo una macchina da soldi e la tendenza a creare mondi paralleli hanno avuto il sopravvento come un bimbardamento a catena originando confusione nell'immaginario collettivo».

I piccoli borghi e il cibo di strada. «Partendo da Marciano della Chiana (Ar) nel 2010 - riporta alla mente Ricciarini - un piccolo centro toscano di 3.500 abitanti, il successo e l'affluenza record sopra le 15 mila presenze hanno richiamato l'attenzione di altre città italiane e ad oggi c'è stato un crescente coinvolgimento e il consolidamento del tour». Il segreto di questo successo è dovuto anche grazie a una proposta di qualità e varietà costante di cibi di strada. «Non ci mancano successi in piccoli e grandi centri - prosegue il presidente - ma sono proprio quelli piccoli quelli con i quali intendiamo continuare la collaborazione. Se pure con numeri di affluenza minori ci interessa fare il bene di micro-imprese che ci seguono nel tour, promozione di nuovi cibi poveri o "di strada" reperiti in loco in tutto lo "Stivale" ma anche contrastare la crisi sostenendo, per quanto in nostro potere, i fondi sempre più esigui di pubbliche amministrazioni, insufficienti a mantenere vive tradizioni e momenti di intrattenimento».

Nuove opportunità di lavoro. "Ho potuto e dovuto coinvolgere parenti in difficoltà per aiutarmi nell'organizzazione dell'attività" oppure "Dalla depressione più profonda causata da alternanza di periodi di lavoro sottopagato e cassa integrazione con tracollo finale dell'azienda per cui ho lavorato per anni, adesso mi trovo a non avere tempo per occuparmi della casa, a investire in attrezzature e materie prime per tenere testa a una vita lavorativa intensa ma piena di nuove soddisfazioni". Ancora: "Ho creduto nel settore licenziandomi prima del tempo. Oggi godo dei frutti della mia scelta e, nella necessità di aiuto nel lavoro, coinvolgo amici e conoscenti". In minima parte i benefici prodotti dal sistema Streetfood incentiva quindi anche la spesa pubblica. In pochi anni sono molti gli operatori di strada che l'Associazione ha aiutato a investire e promuovere la propria attività portandola nelle piazze e facendola conoscere al grande pubblico di appassionati.

STREETFOOD, IL PROGETTO, 8 GIUGNO 2015 C.s. 31