2015: un bilancio da record per Streetfood

streetfood-villagear-3-light-c2b4f85a

Quasi due milioni di persone appassionate di cibo di strada nelle 28 tappe dello Streetfood Tour, il giro d'Italia del cibo di strada promosso anche nel 2015 dall'Associazione nazionale Streetfood, la prima in Italia che dal 2004 si occupa di promuovere la cultura e la tradizione del vero cibo di strada italiano. Numeri impressionanti che fanno da sfondo al successo di un anno di iniziative ed eventi organizzati dal nord al sud dello Stivale. Da Belluno a Foggia, passando per Arezzo, Perugia e Pescara. Non solo grandi centri cittadini, ma anche piccoli borghi e città di provincia che hanno scelto l'offerta dell'associazione Streetfood per animare i fine settimana dell'anno. *«Un successo quello del 2015 che premia il lavoro che portiamo avanti come associazione ormai da oltre un decennio* – spiega il Presidente e fondatore di Streetfood, **Massimiliano Ricciarini** *– e che proprio con il 2016 ci vedrà ancora impegnati in Italia, ma non solo, per la promozione di territori, tradizioni, culture e naturalmente i cibi di strada che li rappresentano»*.

StreetfoodI numeri del 2015. Negli eventi di quest'anno, 28 come detto, l'ultimo a Belluno, sono state raggiunte in tutta Italia quasi due milioni di persone che hanno consumato oltre 1 tonnellata di fritto di pesce e 600 quintali tra patate fritte tradizionali e tipo "tornado". Oltre 50 mila piadine, poi ancora 100 mila arancine, 800 kg di Pane ca' Meusa, 500 kg di panelle. Oltre una tonnellata di paella spagnola, 60 quintali di carne argentina e 40 quintali di lampredotto. Dalla Puglia sono arrivati più di 70 quintali di bombette e 600 sono i kg di lime per i cocktail "on the road". Dall'Abruzzo 120 mila arrosticini e dalla Toscana 600 kg di carne Chianina per hamburger. Un successo non solo per gli organizzatori degli eventi, ma da condividere con gli operatori economici del settore e le realtà territoriali che hanno creduto in questo progetto. Anche decine di eventi collaterali, momenti di confronto e convegni, un concorso dedicato alla stampa nazionale e decine di concerti che hanno fatto da sfondo alle varie tappe.

Progetti per il 2016. Da marzo ripartirà ufficialmente lo Streetfood Tour, che già ha un programma ben delineato che sarà presentato ad anno nuovo. Non solo le conferme di città che già hanno partecipato quest'anno al tour, ma anche la richiesta di nuove realtà in Italia che hanno scelto il cibo di strada con

la tendina, quello garantito dall’associazione, per animare piazze e strade. Non è finita qui. L’associazione Streetfood, infatti, è stata scelta dal CNCC (Comitato Nazionale dei Centri Commerciali) come partner principale nelle attività che l’Associazione Time to Move gestirà in tutta Italia ed anche all’estero attraverso il progetto "Oui Chef". Un marchio registrato che rappresenta un nuovo format del cibo di strada per i parchi commerciali. L’idea è quella di integrare l’offerta commerciale dei Centri attraverso la presenza di apecar e truckfood selezionati che diventino ambasciatori di una cultura del buon cibo raccontando una storia ed una tradizione tutta italiana all’insegna del mangiare sano.
«Vogliamo sottolineare che la nostra realtà si distingue da tutte le altre, nate sull’onda positiva di questi ultimi anni,– spiega Ricciarini – *soprattutto perché si pone come obiettivo principale quello di far conoscere al consumatore il cibo di strada. Un cibo vero e genuino, preparato da persone abili nel loro mestiere che con il lavoro di ogni giorno hanno dato vita ad un racconto fatto di ricette tipiche regionali»*.

L’associazione nazionale Streetfood nata nel 2004 è stato il primo progetto in Italia a promuovere il cibo come cultura e il cibo di strada come format vincente in quanto “riassume in un cartoccio” storia e tradizioni di ogni regione d’Italia da scoprire e gustare con le mani. Informazioni su cultura ed eventi Streetfood disponibili sul sito www.streetfood.it e sui Social Network Facebook e Twitter collegati.