



STREET FOOD A TRE RUOTE

a cura di:
CHIARA RIGOLI

LA NUOVA FRONTIERA DELLO STREET FOOD È SU RUOTE E RECUPERA LA TRADIZIONE: SI CHIAMA STREET FOOD MOBILE™ ED È UNA RIVISITAZIONE BREVETTATA IL CUI PUNTO DI PARTENZA È L'APE PIAGGIO NELLA VERSIONE "APE CLASSIC"; IL PROGETTO È STATO SVILUPPATO DALL'ARCHITETTO ANDREA CARLETTI, SPEZZINO CHE HA STUDIATO A FIRENZE E CHE CI HA RACCONTATO LA SUA ESPERIENZA.

La filosofia che sta alla base di "Street Food Mobile™" è il recupero delle specificità della tradizione locale, che viene reinterpretata nel segno dell'innovazione; la prima idea nasce a seguito della richiesta di un venditore di "muscoli" (le cozze tipiche del Golfo di Spezia) che voleva riprendere la tradizione dei barocchi ambulanti, integrandoli con una cella frigo. Si pensa allora di trasformare uno dei modelli base dell'Ape dotandolo di tutto ciò che è necessario per la preparazione e la vendita di prodotti alimentari; nel 2007 viene realizzato il prototipo, in collaborazione con Slow Food, presentato nell'ambito di "Slow Food Cheese" a Bra; nel 2008 viene presentato al Fuori Salone del Mobile di Milano "Appacciuga", pensata per un evento a Torino, dove il consumo delle acciughe è tradizionalmente molto diffuso.

Il 2009 è l'anno del boom di Street Food Mobile™, che viene declinato in tre versioni: "California Bee", che viene proposto alla 14ª Mostra Mercato Orticola di Milano, per la vendita dei prodotti da forno di California Bakery Srl; "AperBalle", in collaborazione con i centri McArthur Glen e con Perballe SpA, presentato al Serravalle Outlet Design Jazz Festival, per la vendita di specialità di pesce; "Streetsushi", in collaborazione con So Sushi Srl, presentato alla Fiera Franchising & Trade 2009 di Milano Rho. Nel 2010 è nato "GelApe", rivisitazione del vecchio carretto dei gelati, in collaborazione con Food Kart Srl, presentato al Sigep 2010 di Rimini.

La trasformazione da Ape Piaggio a Street Food Mobile™ attualmente si svolge a Torino, nell'officina specializzata

Food Kart, ed è ottenuta con la realizzazione di un "box" in lastre di onduline zincate a caldo e poi verniciate satinato o lucide, il cui movimento di apertura e chiusura avviene con l'inserimento di pistoni che sollevano la copertura fino a 2,70 m di altezza interna, così da ricavare un vero e proprio spazio per l'operatore; l'interno è pensato con moduli e componenti attrezzate con tecniche mutuare dal mondo della cantieristica navale, in cui vengono realizzati punti cucina in spazi ridottissimi; sempre in questa direzione è al vaglio l'ipotesi di semi-industrializzare la produzione con l'utilizzo di stampi e profili in vetroresina, sul modello delle produzioni per le barche a vela, così da omologare la realizzazione e di conseguenza alleggerire l'allestimento.

Le vetrine sono trattate con ceramica smaltata, nel caso di "GelApe" color marrone cioccolato per sollecitare la percezione materica, in modo che il negozio sembri "da mangiare"; i materiali sono quindi anche uno strumento ironico e comunicativo, ma al tempo stesso sono anche un elemento che richiama la tradizione: a La Spezia, durante gli interventi nella diga foranea, le onduline erano utilizzate dagli arsenalotti per la cottura dei "muscoli" (cozze). Partendo dal progetto base di Street Food Mobile™, è possibile realizzare una gamma pressoché infinita di variazioni sul tema, in base alle richieste della committenza e al prodotto da commercializzare, mantenendo i segni distintivi di questa innovativa tipologia di esercizio commerciale: l'alta qualità del cibo, confezionato in packaging rigorosamente di design, così da rendere questo



remake di cultura da strada unico e diversificato. Il futuro di Street Food Mobile™ è teso verso l'innovazione tecnologica e l'attenzione per l'ambiente: sui nuovi mezzi di prossima realizzazione saranno utilizzati materiali eco sostenibili quali il tetrapan o il paperstone, mentre presto sarà avviato uno studio per dotare Street Food Mobile™ di alimentazione elettrica, così da consentirne l'utilizzo nei centri storici.

Street Food Mobile™ nasce come idea di esercizio commerciale itinerante (è pensato infatti per avere una licenza come negozio speciale, ambulante itinerante), anche se i punti momentanei di sosta possono diventare fissi, in luoghi strategici, giornalieri oppure per periodi prolungati con pagamento di un canone (è il caso dei punti vendita SoSushi Srl all'interno dei centri commerciali). Il costo di Street Food Mobile™, tutto compreso, si aggira tra 25.000 e 30.000 euro, costituendo o un'ottima vetrina per attività consolidate, o un'alternativa low-cost all'apertura di un esercizio commerciale tradizionale. Con Street Food Mobile™ è nato un nuovo format di cucina in movimento, a dimostrazione che l'innovazione possa felicemente trovare origine nelle tradizioni, nel passato, rileggendolo in chiave moderna, investendo sulla qualità e con un occhio alla tecnologia.

TRIPPA E LAMPREDOTTO

Street food toscano

Lampredotto, reticolo, croce, cuffia e centopelli, sono solo alcune delle innumerevoli varietà di trippa, il celebre "quinto quarto", un cibo povero per eccellenza ma divenuto ormai culto da autentici gourmet.

Lampredotto, un nome che sembra evocare la lampreda, una specie di anguilla, la cui bocca avrebbe proprio la forma di questa parte di stomaco bovino.

Il vero intenditore lo riconosce, è colui chi ama gustarselo direttamente in strada, affezionato cliente dei "banchini dei trippai", autentici protagonisti del centro storico fiorentino.

Trippai da generazioni, attori di un'arte antica che in città si tramanda di padre in figlio, con le loro Ape Piaggio ed i loro furgoncini allestiti da cucine ambulanti dedicate alla preparazione ed alla cottura ma soprattutto alla vendita di questo particolarissimo piatto, unico per gusto e delicatezza, che va rigorosamente abbinato ad un immancabile bicchiere di buon rosso toscano. Trippa alla fiorentina, insalata di trippa, panino al lampredotto, la scelta non manca. Assolutamente da provare il lampredotto, con quel suo pane intinto nel brodo dove la trippa ha bollito ed accompagnato da salsa verde o piccante, sale e pepe: un cibo che a Firenze è da sempre vera e propria leggenda.



Nella pagina a fianco: Progetto #1 Appacciuga.
In questa pagina dall'alto: Progetto #0 Prototipo, Capsule d'amore by Moreno Ferrari per Ferrino, La Spezia"; "Progetto #3 StreetSushi, Centro Nova; Progetto #3 StreetSushi, Fiera Franchising&Trade 2009, Milano Rho, Pad. 16; Progetto #1 Appacciuga, Festival Arte Contemporanea Faenza 2008, Piazza della Molinella"; "Progetto #5 GelApe, Sigept 2010, Rimini.

