

Marche Street Food, non solo "brand"

Progetto con operatori locali, presente a Mostra Cinema e Popsophia

PARTE da Pesaro il primo caso di «street food» 100% marchigiano, ovvero il cibo da strada che racconta il territorio. Marche Street Food è il nuovo marchio che, nato all'interno di un progetto del Distretto culturale evoluto del comune di Pesaro (Pesaro Distretto di eventi e festival), vuole fare sistema tra ambulanti, commercianti e piccoli produttori dell'agroalimentare. Non per sostituirci i rispettivi brand, ma per valorizzarli sotto un'unica rete e identità. Due gli obiettivi: promuovere la tradizione enogastronomica in chiave turistica e creare lavoro per giovani in cerca di nuove opportunità.

Marche Street Food è già una realtà?

«Abbiamo fatto le prove generali per la 50ª Mostra Internazionale del Nuovo Cinema, allestendo in piazzale Collenuccio il primo chiosco. In questi giorni partecipiamo — dice Marcello Di Piazza di Omnia comunicazione, partner del progetto — a Popsophia, a Rocca Costanza. Partendo da questi appuntamenti, che abbiamo scelto per la loro risonanza culturale e turistica, il logo è destinato ad accompagnare i singoli punti vendita che propongono cibo da strada».

Chi può aderire al progetto, in qualità di operatore?

«Il progetto intende rivolgersi ad



ambulanti forniti di mezzi mobili come stand, furgoncini e Api, titolari di chioschi e piadinerie, ristoratori, ma anche paste fresche, alimentari e piccoli negozi di quartie-

MARCELLO DI PIAZZA
«L'offerta è delle tipicità del territorio. A disposizione di molteplici operatori»

re. La condizione per far parte del marchio è il rispetto di criteri: qualità, tradizione e filiera corta, dalla selezione dei prodotti alla preparazione delle ricette».

Parlando di criteri, si presuppone un valore per il consumatore. Quale?

«Chi sceglie Marche Street Food trova la migliore tradizione della tavola regionale declinata nella forma più attuale del cibo da strada. Ingredienti genuini e stagionali, prodotti tipici, un menu riconoscibile per qualità e richiamo alla tradizione marchigiana. Si può riconoscere un punto Marche Street Food dal caratteristico logo a forma di bollino rosso e dallo slogan giocato sul proverbio — rovesciato — "Mangia come parli"».

Si comincia da?

«Abbiamo coinvolto alcuni ristoratori che hanno elaborato menu originali: crescita di Urbino, crostolo



MARCHE STREET FOOD
Al lavoro a Rocca Costanza

di Urbania e pane di Chiaserna farciti con prosciutto di Carpegna, caciotta d'Urbino e porchetta di suino marchigiano, mentre per il pesce (azzurro) sardoncini scottadito serviti nel cartoccio. Tutte tipicità del territorio».

Come si traduce in opportunità di lavoro per i giovani?

«Il progetto intende completarsi con un percorso di formazione e aggiornamento professionale in collaborazione con gli enti locali».

Perché lo street food?

«Lo street food è il fenomeno culturale del momento, e sta diventando un potente strumento di promozione turistica. E' preferito dal 45% dei turisti».