

FOOD TRUCK

TESTO ROBERTO CROCI
ILLUSTRAZIONI RUGGERO ASNAGO

A LOS ANGELES IL CHIOSCO MOBILE È UNA MANIA. GIAPPONESE, MESSICANO, BIOLOGICO O VEGETARIANO: OGNI CUCINA HA IL SUO TRUCK. SEMPRE A PORTATA DI TWITTER



ONE P.M. LOS ANGELES ORA DI PRANZO. Un brulicare di milioni di persone che all'uscita dei propri uffici si recano, come formiche, negli stessi luoghi frequentati da anni, pronti a divorare le stesse cose, secondo tradizioni e abitudini che non cambiano mai. Almeno finché i food truck non hanno iniziato ad apparire e a parcheggiare agli incroci delle strade e dei boulevard di Los Angeles. Adesso ce n'è uno per qualsiasi gusto e di ogni etnia. Musica hip hop, cibi diversi che stuzzicano fantasia e palato. Assediati da decine di persone che, prese dalla curiosità di quello che l'anno scorso veniva definito semplicemente un fenomeno culinario, ora servono invece un esercito di foodies dalle papille gustative eccelse e dalle dita veloci, pronte a twittare al mondo intero location e piatto of the day ad amici e lavoratori.

Di che cosa parliamo? Partito come fenomeno caposaldo della cultura messicana on-wheel negli anni '90, con tanto di camion guidato da moglie (cocinera esperta) e marito (uso e manutenzione mezzo) che passava all'ora di pranzo per cantieri edili, mercati e scuole dispensando tacos e burritos, la mania dei food truck si è poi sviluppata come tendenza lavorativa alternativa (alla crisi) per affermarsi definitivamente nel panorama pop-culture e diventare parte integrante dello strato sociale, non solo di L.A., ma dell'intero paese. Oltre alla tipica cucina messicana e ai burgher, ecco il proliferare di hot dog eco-friendly (Let's Be Frank), sushi (Fishlips Sushi), tacos al pesce (Green Truck on the Go), manzo organico e cotolette tonkatsu made in Japan (Marked 5), piatti coreani (Bool BBQ, Don Chow Tacos), vegetariane sausage (Franken Stand), deliziosi banh mi, panini vietnamiti (Nom Nom Truck), brioche, dolci e persino gelati i cui nomi, a seconda di gusti e colori, si ispirano a famosi architetti (Coolhaus).

Con il proseguire della crisi economica, il nuovo trend, dopo L.A. e N.Y., sta cominciando a invadere anche altre città degli Stati Uniti tipo Filadelfia (the Flying Pig Truck), Vancouver, Cincinnati, San Francisco e persino Austin, Texas, dove mangiare in piedi è considerato vero peccato mortale.

Oltre alla novità, un occhio di riguardo anche al portafogli, sia per il cliente - 5 \$ per pranzo - che per il gestore, vista la maggior facilità di start up imprenditoriale, investimento economicamente meno impegnativo - 30mila dollari per lease camion e piastra, contro 200mila minimo per licenza e affitto - che un food truck comporta nei confronti di un vero e proprio ristorante. "Era cool, tirar fuori la carta di credito e pagare per tutti. Adesso si paga solo in contanti, come ai vecchi tempi. Sinonimo di risparmio, di frugalità", racconta Kam Miceli, fondatore di Green Truck, cucina organica vegetariana. "Grazie a questa idea, mi sono fatto dare un prestito dalla banca e con quei soldi ho affittato il primo truck. Dopo un mese ecco il secondo e il terzo. Adesso, fra L.A. e New York, ne ho 11 e in primavera apro a Miami - PesceCrudo - e Washington, con un truck fast food italiano. Importantissimo Twitter, che mi permette di essere mobile, di farmi seguire ovunque vada. Il website ci fa pubblicità, mentre Twitter invece ci aiuta a mantenere un contatto con i clienti locali che con un click possono sapere istantaneamente dove siamo. Se capitate da queste parti, twittate, twittate e venite a trovarci!".