

food design, anche il cibo è progetto

MARCELLO TONDI*

Il cibo è piacere, energia, linguaggio. Una delle prime forme di contatto e di conoscenza del bambino con il mondo esterno.

Solido, liquido, caldo, profumato, speziato.

Come la casetta di marzapane di Hansel e Gretel, incubo/sogno di ogni bambino, il cibo stimola la nostra fantasia.

Il cibo è divenuto negli ultimi anni spunto di riflessione per inventare nuovi concept legati alle modalità di somministrazione, presentazione e consumo. La materia di progetto viene declinata assumendo nuove forme e contenuti, proponendo nuovi valori in termini di consapevolezza e di consumo, e toccando temi quali sostenibilità, multifunzionalità e ricerca di nuove forme d'uso.

Chef, designer, tecnologi, chimici, fisici e scienziati lavorano allo scopo di esplorare il cibo e l'alimentazione sotto tutti gli aspetti: il cibo come argomento di ricerca.

Il Food design è progettazione culturalmente consapevole di prodotti in cui alimento e strumento interagiscono strettamente l'uno con l'altro creando le condizioni necessarie per risolvere un'esigenza legata al consumo di un prodotto alimentare.

Sperimentazione, ergonomia, porzionabilità, contestualizzazione, polisensorialità, sostenibilità, funzionalità, innovazione, ricerca, progresso, economie di scala sono i parametri da analizzare durante un processo di Food design e che ne formano la base di ricerca.

Esistono sostanzialmente tre tipi di approccio al Food design:

- la progettazione alimentare, dove la ma-

teria edibile viene plasmata per creare prodotti innovativi e di grande impatto sensoriale.

- la progettazione di portata, coniugando in modo contestualizzato alimenti e/o strumenti rendendoli complementari e inscindibili tra loro.

- la progettazione di luoghi o strumenti per la produzione e/o il consumo del cibo, dove il prodotto è il punto di partenza nella creazione di un concept store.

Fondamentale l'individuazione e la conoscenza delle fasi legate al consumo: *nutrimento, socializzazione, piacere*. Fare Food design significa risolvere problematiche di servizio e gestione legate ai momenti di consumo del cibo in questi tre momenti principali.

Per operare nel Food Design è necessario conoscere approfonditamente le materie prime e le caratteristiche di trasformazione degli alimenti.

È forse questo il motivo per cui i primi ad esplorare questo campo sono stati i grandi chef. Per primo **Ferran Adrià** che, a partire dagli anni '90, iniziava all'interno del suo ristorante "Elbulli", una ricerca per proporre nuovi modi di presentare il cibo.

Con gli anni questa ricerca si spostava, merito anche della collaborazione con il designer svizzero Luki Huber, sul rapporto tra contenuto e contenitore, proponendo soluzioni innovative che avrebbero gettato le basi di quella che viene oggi conosciuta come cucina molecolare. Adrià ha da

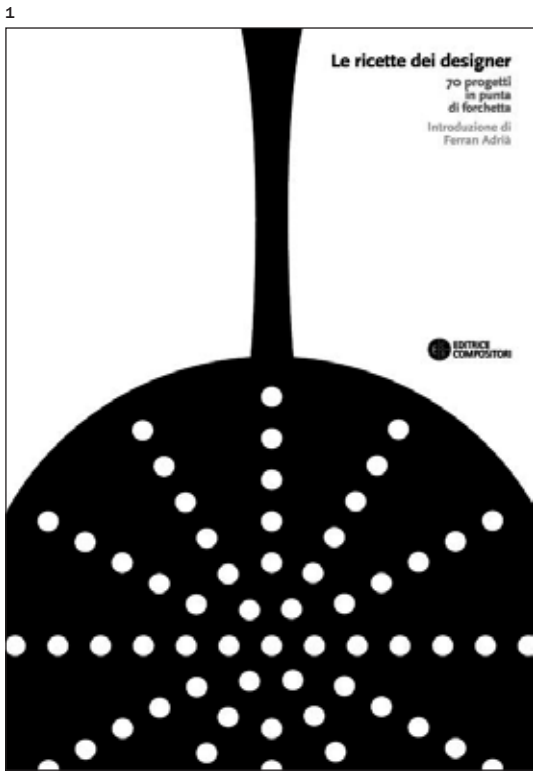
* architetto, è uno dei fondatori dello studio Doppiospazio. Appassionato di design, arredo e cucina contemporanea, si occupa di progetti di food design e redesign.



2



3



1. *“Le ricette dei designer, 70 progetti in punta di forchetta”*, introduzione di Ferran Adrià, Editrice Compositori, 2009
2. *Ciberegg*, di Davide Scabin, chef del ristorante Combal.Zero, Castello di Rivoli, Torino
3. *Magnum, croccantino di foie gras e aceto balsamico*, di Massimo Bottura, chef del ristorante La Francescana, Modena
4. *Pringles, packaging e chips*, prodotto da Procter and Gamble, packaging di Fredric J. Baur, 1970
5. *Toblerone*, disegnato da Theodore Tobler ed Emil Baumann, 1908
6. *Rompibollo*, cioccolato porzionato in base alle calorie, progetto vincitore del concorso “Food Design 4, il cibo è materia”, di AD&F, 2006

4



6



5

7



8



7-8. Finger Biscuit, biscotto che si indossa come un ditale, per poi gustarlo con la crema preferita, di Paolo Ulian per Ferrero, 2006

poco curato la prefazione del libro “Le ricette dei designer” (1), dove 70 creativi si misurano con la progettazione del cibo, svelandosi nelle loro ricette preferite e disegnandone la preparazione.

Lo chef **Daide Scabin** ha invece tenuto recentemente un Workshop al Politecnico di Torino, all’interno del corso di progettazione industriale, dal titolo “Il gusto come origine del progetto”. Scabin è il rappresentante italiano di questa cucina innovativa e supportata da una notevole preparazione artistica e organizzativa, che gli ha permesso di costruire piatti partendo dall’analisi della forma, delle linee e della consistenza delle materie prime. Da qui, la nascita di creazioni come il “Ciberegg” (2), un uovo avvolto da un’intercapedine di liquido trasparente che, inciso con i denti, fa esplodere in bocca un rosso ripieno di uova di caviale.

Ancora **Massimo Bottura**, considerato l’innovatore per eccellenza dalla critica gastronomica, affonda le radici della sua cucina nella tradizione, gioca con i prodotti del suo territorio creando percorsi creativi alternativi, unendo innovazione e memoria in un’arte straordinaria. Celebre il suo “Magnum” (3), un croccantino di foie gras e aceto balsamico tradizionale, un non-gelato dove forma e alimento si ricreano in una chiave innovativa. Ecco la sfida del food design: preparare gli alimenti in modo che siano ergonomici, si adattino al palato e al contempo soddisfino la necessità della produzione industriale.

Accanto alle creazioni dei grandi chef una serie di prodotti, la cui ricerca tecnologica legata al de-

sign e alla forma ne ha sicuramente garantito la fortuna e in cui il rapporto tra packaging e alimento sono strettamente connessi.

Dal tradizionale cioccolato svizzero **Toblerone** (5), la cui architettura invita a un particolare gesto per spezzarne le porzioni, alle patatine **Pringles** (4), un artificio chimico-fisico-morfologico dove la fetta di patata è ricostruita in una sagoma ergonomica, che si adatta perfettamente alla bocca, lasciando il sapore più a lungo.

E a questo serve il famoso tubo, comodo e perfetto per non schiacciare il prodotto.

Accanto ai grandi nomi, molti giovani creativi colgono l’aspetto più ludico del fenomeno progettando, favoriti anche da numerosi concorsi e iniziative, una serie di prodotti e modalità di consumo informali e fantasiosi (6, 7, 8, 9, 11, 12). Esempio di progettazione di portata **MEall** (10) dello studio Doppiospazio è un progetto che nasce dalla volontà di interpretare e sintetizzare un pasto completo per rispondere in chiave alternativa ai frenetici stili di vita e alle mutate condizioni alimentari.

MEall è un food-packaging pronto ad ospitare 5 assaggi di un pasto completo: il primo, il secondo, il contorno per poi lasciare spazio a un goloso break, prima del dolce.

Il progetto del contenitore, il prodotto e la sua forma sono coerenti all’interno del progetto e funzionali alle esigenze del consumatore.

Il Food design ha registrato negli anni i cambia-

9. *Biscotto Happy Hour*, ispirato al Martini Rosso con la sua immancabile fetta d'arancia, di Gabriele Pezzini per Pappilan, 2004
 10. *MeAll*, pasto completo in 5 bocconi, design Doppiospazio, 2005
 11-12. *In-fusion*, tazza per infusi con bottone vintage per avvolgere, una volta raggiunta la giusta infusione, il filo della bustina e lasciarla sgocciolare, design Doppiospazio, 2009



9



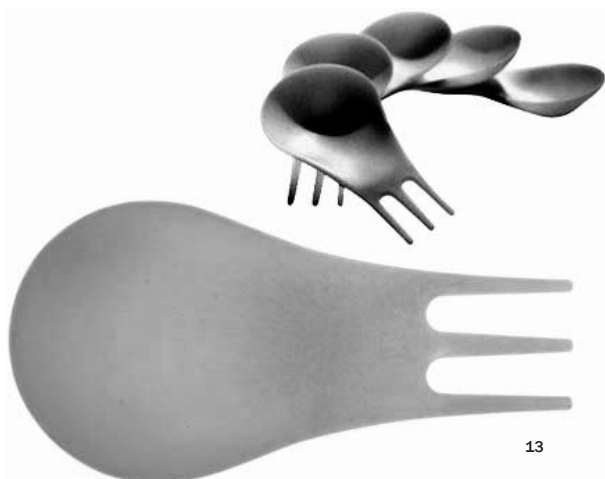
10



11



12



13



14

15



13. *Moscardino*, posata multiuso, di Matteo Ragni e Giulio Iachetti per Pandora Design, 2000
 14-15. *ConNè*, Cono-pack per Negroni in occasione di "Sorsi d'autore", Verona 2008, design Doppiospazio. Reinterpretazione del classico "pane e salame"



16-17. *Picnic notturno*, eating event di Arabeschi di Latte, 2003. In un giardino sulle colline di Firenze, in una notte d'estate: 200 cassette di legno da frutta, ognuna organizzata come kit da picnic per 4 persone
18. *Big Quality Interactive Dinner*, al Museo Marino Marini, Firenze, di Arabeschi di Latte, 2010

menti delle abitudini della società nel consumo del cibo, ha interpretato i nuovi riti del mangiare standing, ha catturato mode e nuovi lifestyle, cercando di semplificare le relazioni tra le persone per creare momenti di consumo dinamici, basati su interazione e multisensorialità.

La tendenza è di offrire varie tipologie di cibo, ma tutte in porzioni individuali, ciascuna in un proprio piccolo contenitore, a volte da afferrare con le dita e consumare in modo informale, senza posate (14, 15).

I designer si sono dedicati alla creazione di contenitori e utensili di nuova concezione. Nascono così piatti da impugnare solo con un dito, che consentono di mangiare agevolmente in piedi, vassoi individuali con supporto integrato per il bicchiere, posate che si indossano sul dito indice, contenitori sempre più particolari per forme e materiali.

Il celebre **"Moscardino"** (13) posata usa e getta riunisce in sé la funzione di forchetta e cucchiaio, rendendo funzionale ed elegante il gesto di portare il cibo alla bocca, dando a un materiale come la plastica una grande valenza stilistica.

Il gruppo **Arabeschi di latte**, collettivo di designer, sperimenta nuovi concept legati al cibo, usando la fascinazione e il potere comunicativo del cibo per creare esperienze interattive e momenti di socialità (16, 17).

Come nella loro *Big Quality Interactive Dinner* (18), una cena interattiva per ironizzare e riflettere sulle esagerazioni e sui miti che si creano





intorno a quantità e qualità nelle pratiche e nelle manie alimentari occidentali. I partecipanti hanno avuto modo di prepararsi la propria cena utilizzando alimenti precedentemente suddivisi in base alla categoria alimentare di provenienza e all'utilizzo di strumenti e ricette tipiche della tradizione italiana.

A disposizione di tutti gli invitati ci sono piatti, ciotole e contenitori, di varie dimensioni per soddisfare ogni esigenza senza mai perdere di vista la qualità del prodotto offerto.

Le ricette a disposizione sono frutto di una ricerca che raggruppa tutti gli alimenti a disposizione e permette ai commensali di utilizzarli, mischiarli e comporli per prepararsi una Big-Quality dinner su misura. Al centro un grande piano di lavoro su cui è possibile trovare tutti gli strumenti tradizionali da cucina.

Una sorta di spazio condiviso in cui è bandita la tecnologia e in cui lo scopo diventa quello di ritrovare il piacere del cucinare e, soprattutto, quello del cucinare insieme, agevolando la socializzazione e lo scambio di esperienza.

Anche il celebre brand olandese **Droog design** si cimenta in interessanti e creative cene, food-performance (19, 20, 21) dove vengono messi in relazione cibo e allestimento dell'ambiente, e dove gli ospiti sono stimolati a condividere alimenti ed esperienza.

Un'altra occasione altamente emotiva è quella delle cene al buio. Lo scopo dell'iniziativa, orga-



nizzata dall'Unione Italiana dei ciechi e ipovedenti, è ridurre la distanza psicologica tra chi ha perso il bene prezioso della vista e chi non ha questo handicap, ogni cena è anche una riflessione attenta sul significato del valore multisensoriale del cibo, mettendo da parte per una sera il senso soverchiante della vista. Sedendo attorno ad un tavolo al buio per riscattare la forza del gusto, dell'olfatto, del tatto e dell'udito.

È forse questo l'aspetto più interessante del fenomeno Food design. Mettere al centro non solo il cibo, ma anche l'essere umano nella sua capacità di relazionarsi, emozionarsi, comunicare. ■

19-20. *Droog Dinner Delight 2005*, di Marije Vogelzang per Droog design
21. *Droog Dinner Delight 2006*, di Marije Vogelzang per Droog design

