

ilmiolibro.it

ilmiolibro.it

ilmiolibro.it

FOOD DESIGN
LA CULTURA DEL PROGETTO
IN TAVOLA

ilmiolibro.it

	Introduzione	p.7
1.	La cultura del progetto in tavola	p.8
2.	Il Design e l'evoluzione dell'industria alimentare	p.10
	2.1 L'industria alimentare in Italia	p.12
	2.2 Il Design nell'industria alimentare: imballaggio e packaging	p.18
	2.3 Il Design in cucina	p.33
	2.4 Il "Made in Italy" in tavola	p.49
3.	La grande distribuzione e la globalizzazione del gusto	p.56
	3.1 Farmer's market e sostenibilità	p.60
	3.2 Fast-food, Slow-food, Street-food, Finger-food e Convenience-food	p.67
4.	L'innovazione tecnologica e i nuovi modi di cucinare	p.77
	4.1 Gli chef e le nuove tendenze gastronomiche	p.84
5.	Il Design e l'Architettura nei luoghi del cibo	p.90
6.	Enodesign	p.96
7.	Design, arti visive ed arti gastronomiche	p.103
8.	Il Food design	p.112
9.	Case Studies 8+8: progettisti e progetti	p.121
	9.1 Food e design	p.125
	9.2 Food nel design	p.131
	9.3 Design nel food	p.137
	9.4 Foodesign	p.143



ilmicrofiloro.it

Introduzione

Se trent'anni fa avessi detto a mia nonna, mentre friggeva delle deliziose frittelle di alici, che quello che stava per mettere in tavola era *finger-food* mi avrebbe risposto con un divertito "Coosaaa???"

Oggi parlare di *finger-food*, *fast-food*, *slow-food*, *street-food*, *food-design*, è diventato, invece, di gran moda, vuoi per il mutamento indotto dall'avvento dell'era dell'informazione - nella quale tutto è rigorosamente parcellizzato e definito - vuoi per una sempre maggiore attenzione dell'industria verso le esigenze dei consumi di massa. I ritmi accelerati propri del processo industriale, pronto a dover rifornire un mercato enorme, globale, e nello stesso tempo a dover considerare le eventuali ricadute ambientali che dalle proprie attività conseguono, sembrano andare di pari passo con i ritmi sempre più frenetici dell'uomo che passa gran parte della propria giornata fuori di casa, fra lavoro, spostamenti ed attività varie, riducendo così al minimo il tempo dedicato ai bisogni primari, primo fra tutti quello del mangiare. Ci si trova così a consumare pasti frugali in piedi, mentre si cammina, si lavora o addirittura si guida, prendendo il cibo con le mani o servendosi di nuovi *invisibili* strumenti e utensili, invisibili in quanto non li riconosciamo come oggetti dotati di una propria identità ma li associamo unicamente a quel cibo, a quel prodotto (e in molti casi lo sono), posate *usa e getta*, che nascono e muoiono in un sol boccone. E sempre per mancanza di tempo, ci si ritrova ad acquistare pietanze *surgelate*, *precotte*, pronte da mettere in tavola e che riconosciamo e scegliamo sugli scaffali non perché prodotte con cibi di stagione, maturi, freschi, di bell'aspetto, ma perché attirati dal *packaging*, dalla grafica e dai colori della confezione. Per nostra fortuna l'atto del mangiare non lo si associa esclusivamente al frettoloso consumo di cui sopra, ma - come una nostalgica riscoperta - diviene anzi, in sporadici ma sempre più ricercati momenti, un'occasione edonistica, di ricerca e condivisione del piacere attraverso i sapori, i profumi e le *forme del cibo*.

Possiamo affermare, quindi, che continuamente ci si confronta con modi, tempi e strumenti nuovi per la fruizione del cibo nonché con, altrettanto nuovi, metodi di produrre, conservare, concepire e presentare il cibo stesso. Ecco che la "cultura del progetto", motore indispensabile all'ideazione e allo sviluppo di tutti gli strumenti necessari a rispondere a specifici bisogni della società, arriva in tavola.

LA CULTURA DEL PROGETTO IN TAVOLA

Parlare di *food-design*, considerando come ambito di riferimento lo scenario prima descritto, può risultare più che mai generico. Potremmo dire che con il termine “food-design” si vogliono accomunare tutti quei progetti, non necessariamente pensati su scala industriale, che in qualche modo gravitano attorno al cibo ed all’atto del mangiare. Ciò detto saranno da considerarsi come prodotti di food-design, parimenti, uno *scolapasta* in silicone, un *gelato* al cioccolato oppure un *risotto* allo zafferano. Effettivamente, messa così, la questione può risultare un po’ confusa e sembrare assai azzardato il tentativo di definire in un unico modo progetti che rispondono a specifici bisogni ed implicano l’utilizzo di professionalità, di tecnologie e di materiali profondamente differenti.

Da qualche anno a questa parte, inoltre, i designer non si limitano più a dare vita *agli oggetti per la tavola* ma pensano le forme del cibo stesso ed un sempre crescente numero di chef *progetta* i propri piatti, avvalendosi di strumenti e procedimenti tecnologici in grado di rendere l’arte di cucinare campo d’innovazione e sperimentazione. E l’esperienza del mangiare non resta più legata unicamente al gusto ma allarga i propri confini arrivando a coinvolgere in egual misura i sensi della vista, dell’olfatto, del tatto e dell’udito.

Obiettivo di questo testo sarà quindi quello di definire, dopo un attento esame dell’evoluzione storica dello *scenario* ed attraverso l’analisi di progetti ritenuti particolarmente significativi, i confini che dividono i diversi *modi* di fare *food-design*.

DesignTrip, Scolapasta in silicone ↓



↑ Antica Gelateria, gelato

ilmiolibro.it



Guattiero Marchesi, Riso, oro e zafferano ↑

IL DESIGN E L'EVOLUZIONE DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE

La nostra analisi non può prescindere dal considerare l'evoluzione che, nel corso dei secoli, ha interessato il mercato dei generi alimentari, includendo in esso sia la produzione che la distribuzione, gli strumenti legati alla preparazione ed alla fruizione, nonché le differenti modalità di consumo dei cibi. In Italia, l'industria alimentare ha a lungo occupato, rispetto al corso principale dello sviluppo economico del paese, una posizione secondaria se non marginale; un settore vario e frammentato, composto da attività che mal si prestano a generalizzazioni e a studi unitari e che presentano caratteristiche molto diverse l'una dall'altra per livelli di modernizzazione, per meccanismi tecnico-funzionali e per la loro collocazione nel sistema economico.

Manifatture rurali, spesso quasi prive di una dimensione industriale, quali sono quelle legate alla lavorazione dei cereali, del vino, dell'olio e dei prodotti di origine animale, sono accostate ad attività tipiche dell'artigianato urbano, come la pasticceria o la lavorazione dei liquori e a comparti moderni, quali quello dello zucchero e del caffè. Il processo di sviluppo del settore dell'industria alimentare può essere diviso, a grandi linee, in tre fasi:

1. *i decenni post-unitari caratterizzati da grande arretratezza;*
2. *quelli che vanno dalla svolta industriale degli anni ottanta fino alla seconda guerra mondiale;*
3. *il boom economico del secondo dopoguerra.*

A metà dell'Ottocento nel settore prevalgono nettamente le attività che svolgono una funzione strettamente legata all'agricoltura. In particolare per prodotti quali la farina e l'olio. Diverso il caso del vino, dove nonostante sia ovunque diffusa la produzione per uso personale, si sviluppano già molto prima dell'Unità situazioni con caratteristiche spiccatamente industriali, come la produzione del marsala, e aziende guidate con forme imprenditoriali



moderne in Piemonte e in Toscana. Per quanto riguarda invece il settore caseario, in Emilia e nella bassa Lombardia, ci troviamo di fronte ad una produzione specializzata, separata dall'allevamento, che resta tuttavia una manifattura rurale. In questo contesto interviene l'unificazione doganale e la politica liberista dei primi governi unitari, oltre che lo sviluppo dei trasporti con la creazione di nuove linee ferroviarie.

L'avvento dell'industria, lo sviluppo dei grandi centri urbani e la conseguente crescita esponenziale dei mercati, contribuiscono a far sì che il cibo, fino ad allora prodotto per lo più per il proprio fabbisogno, diventi merce, bene di consumo, prodotto per la vendita e non più unicamente per la soddisfazione dei propri fabbisogni. Esempio l'esperienza della Cirio che da attività commerciale di pomodori pelati e in conserva, uova, ortaggi, frutta, pesce, burro e formaggi, vini si trasforma in un complesso di attività agricole e industriali che comprende, tra le altre, fabbriche di conserve di pomodoro, di pesce e stabilimenti dove si produce vino.

Fu in questo periodo che ci furono significative rivoluzioni sul piano tecnologico. In particolare, fu molto importante "la conquista del freddo", ossia l'invenzione della macchina frigorifera, avvenuta e brevettata nel 1851 dall'americano John Gorrie e successivamente perfezionata dal tedesco Windhausen, dall'inglese Reece e dal francese Tellier.

Gli ultimi decenni del secolo scorso vedono, quindi, l'affermarsi di aziende più moderne come quelle delle paste alimentari dell'area napoletana e di nuovi produttori come i Buitoni, i *Barilla* e gli Agnesi, o dei biscottifici come la Lazzaroni, oltre a diverse manifatture dolciarie. Nello stesso periodo il movimento cooperativo dà grande impulso al settore enologico e alla produzione lattiero-casearia padana. Accanto a questa realtà di piccole e medie imprese c'è la grande industria dello zucchero che gode di una vantaggiosa politica tariffaria e doganale. La situazione non subisce sostanziali mutamenti tra le due guerre mondiali, quando il mercato interno rimane legato alla domanda del ceto medio urbano.

Da segnalare, invece, l'evoluzione in senso multinazionale di alcune industrie quali la Cinzano e la Buitoni-Perugina, che affrontano la crisi degli anni venti con un'aggressiva strategia imprenditoriale e con l'apertura di società all'estero di grande successo. Gli anni cinquanta del Novecento si caratterizzano per l'invenzione di nuovi prodotti alimentari industriali destinati ad un mercato più ampio, quali i *gelati* e i *crackers*; tuttavia è solo a partire dalla seconda metà degli anni sessanta che il processo di industrializzazione del settore subisce un'accelerazione, che comporta trasformazioni importanti sul piano della produzione, del-

l'organizzazione e della concentrazione delle attività. Il benessere generale ha, infatti, reso possibile il diffondersi delle tecnologie e dei nuovi strumenti per la preparazione e la conservazione dei cibi contribuendo ad una ulteriore crescita dell'intero settore e del suo indotto. Assistiamo, in quegli anni, al superamento delle tecniche tradizionali di conservazione (per *salagione*, per *essiccazione*, ecc.) che incidavano sulle qualità nutrizionali e organolettiche degli alimenti e con la conquista del freddo i prodotti, oltre ad esser trasportati e conservati per lunghi periodi, conservano quasi inalterate le proprie caratteristiche originali.

Lo sviluppo dei commerci in tutto il mondo oltre a garantire maggiori quantità di derrate alimentari portò a quel fenomeno chiamato da molti storici "delocalizzazione" dei gusti alimentari: mentre fino ai secoli precedenti la gente si nutriva quasi esclusivamente di alimenti prodotti nella zona in cui viveva, grazie alla "conquista del freddo" alle persone fu possibile accedere a cibi esotici, prodotti a migliaia di chilometri di distanza. Oltre ai prodotti consumati, anche il gusto cominciò a "delocalizzarsi" dando origine a quel processo di globalizzazione alimentare che culminò con la fine del XX secolo.

Avendo citato l'industria della pasta ed essendo la stessa uno degli alimenti che meglio rappresenta la cucina italiana e la cui tradizione tutto il mondo ci invidia, appare opportuno citare qualche dato in più sulle paste alimentari.¹ E' dalla fine del XVI secolo che assistiamo alla comparsa dei primi pastifici a conduzione familiare nella città di Gragnano². Con la crisi del settore tessile, dalla metà del XVII secolo la maggior parte dei gragnanesi venne impiegata nell'industria pastaia per la quale furono costruiti ben 30 mulini ad acqua, i ruderi dei quali si possono ammirare nella "valle dei mulini". La produzione della pasta, in particolare dei "maccaroni", rese famosa nel mondo Gragnano che nell'Ottocento conobbe la sua epoca d'oro. Parte fondamentale del successo e della tradizione della pasta di Gragnano, era giocato dal clima caldo, ma mai troppo umido, rinfrescato dalla vicina brezza del mare e che rese questo ambiente ideale per il processo di *essiccazione*³. La pasta divenne per Gragnano il motore dell'economia, tant'è che in occasione della realizzazione del nuovo piano urbanistico del 1843, la città fu ridisegnata al solo scopo di favorire questa attività; la larghezza delle strade, l'altezza dei palazzi, il criterio di esposizione al sole della città furono pianificati in modo che in ogni momento di luce il sole potesse lambire la pasta stesa ed il vento ne favorisse l'asciugatura. Nel Settecento i primi rudimentali macchinari per la produzione industriale resero il costo della pasta accessibile anche ai meno abbienti. Fino alla fine del diciottesimo secolo la pasta venne consumata senza alcun condimento o for-

maggio. La prima menzione nell'utilizzo del *pomodoro*⁴ come condimento della pasta è datato al diciassettesimo secolo. Comunque il pomodoro non divenne un ingrediente comune nella cucina italiana fino alla fine del diciottesimo secolo in quanto inizialmente, veniva considerata solamente come una pianta ornamentale (pomo-d'oro, era un frutto giallo) e si pensava che la pianta fosse tossica.

Nel 1778 Vincenzo Corrado accenna nel suo libro di cucina "Cuoco galante" ad una salsa di pomodori, ma non come condimento per la pasta. Agli inizi del 1800 una salsa di pomodori, bollita in un tegamino con un pizzico di sale e con l'aggiunta di alcune foglie di basilico, era comunemente servita dai venditori ambulanti del sud dell'Italia per condire i maccheroni. La pizza incominciò ad essere condita con la salsa di pomodori e la mozzarella soltanto dalla metà del diciannovesimo secolo.

La produzione dei *maccheroni* aumentò ancora dopo l'Unità d'Italia. I pastifici gragnanesi si aprirono ai mercati di città come Torino, Firenze e Milano e la produzione di pasta raggiunse quindi l'apice. Gragnano addirittura ottenne l'apertura di una stazione ferroviaria per l'esportazione dei maccheroni che la collegava a Napoli e quindi all'intero Paese. Il 12 maggio 1885, all'inaugurazione erano presenti nientemeno che il re Umberto I° e sua moglie, la regina Margherita di Savoia. Successivamente i pastifici si ammodernarono. Arrivò l'energia elettrica e con questa i moderni macchinari che sostituirono gli antichi torchi azionati a mano. Le nuove tecnologie permisero di fare sul disco di bronzo della pressa (dado-stampo) dei fori assolutamente perfetti. L'industria poté così inventare nuove forme che aumentarono l'interesse dei consumatori verso la pasta. Già alla fine del diciannovesimo secolo una tipica fabbrica poteva offrire un assortimento dalle 150 alle 200 forme differenti di pasta.

Con l'inizio del '900 l'industria della pasta si sviluppò velocemente, grazie anche ad una domanda su scala globale; solo verso gli Stati Uniti nel 1913 si è ha toccato il record di 70.000 tonnellate di prodotto esportate. Successivamente, i paesi tradizionalmente importatori di pasta cominciarono una produzione domestica che se da un lato ridimensionò l'esportazione italiana dall'altro creò una domanda internazionale dei macchinari necessari per la produzione della pasta "italian style". Nel 1917, Fereol Sandragne brevettò il primo sistema di produzione continua della pasta. Nel 1933 la prima vera pressa continua, completamente automatica, fu progettata, costruita e messa in azione da due fratelli di Parma, Mario e Giu-



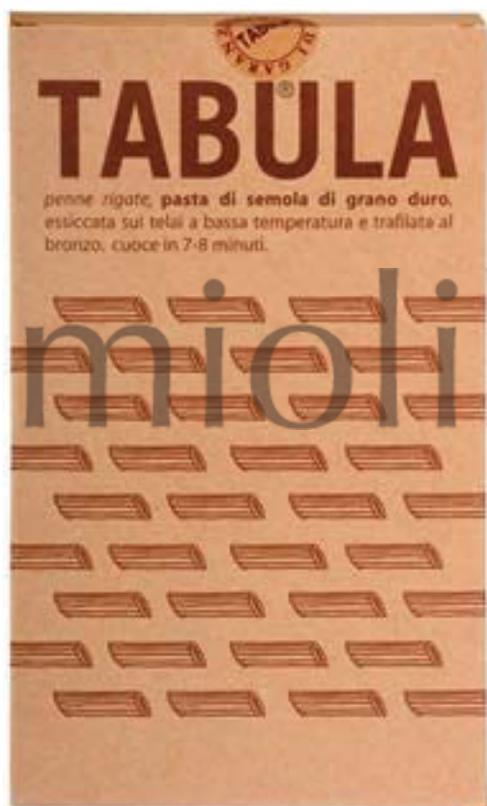
↑ Tipologie di pasta

ilmigliolibro.it

sepe Braibanti; così dalla produzione artigianale si passò alla produzione industriale. Al giorno d'oggi la pasta è ampiamente consumata in Europa, in Australia e nelle Americhe. Rappresenta nell'immaginario gastronomico collettivo sinonimo di tradizione e semplicità e gli ambienti, i fenomeni e le atmosfere che girano intorno ad un piatto di pasta entreranno prima nella letteratura e poi nel cinema offrendo lo spunto per molti capolavori.



Alberto Sordi, scena tratta da "Un americano a Roma" - 1954, Steno ↑



Tabula, confezione di pasta - penne rigate ↑

Il Design e l'industria alimentare: imballaggio e packaging

Da quando l'uomo ha cominciato a considerare gli alimenti non solo come fonte primaria di sussistenza ma come merce, ha dovuto affrontare i problemi connessi con il trasporto del cibo dal luogo di produzione al luogo di vendita.

L'imballaggio o *packaging* dei prodotti alimentari ha, quindi, assunto nel corso degli anni, un ruolo sempre più importante nella conservazione degli alimenti, dovendo soddisfare i requisiti di sicurezza alimentare ed efficace protezione contro la contaminazione chimica e microbiologica; nel contempo, divenire strumento utile per fornire al consumatore le informazioni sulla qualità e la storia del suo contenuto. Ecco perché la progettazione del packaging rappresenta una delle fasi di maggior importanza nella commercializzazione di un prodotto tanto che proprio a questo ambito possono riferirsi le prime incursioni dei progettisti e dei designer nel nascente settore dell'industria alimentare.

La conservazione del cibo è una necessità che ha accompagnato l'uomo nella storia. Nel tempo, ai più antichi metodi di *salatura*⁵ ed *essiccazione*, se ne sono aggiunti altri che prevedevano l'aggiunta di sostanze, come il grasso o lo zucchero, utili a ostacolare lo sviluppo di funghi e batteri decomponenti.

Dalla seconda metà del Settecento, con i primi esperimenti di *sterilizzazione*⁶, cominciarono ad assumere importanza i *contenitori* dei cibi da conservare. Dall'iniziale vetro si passò al metallo ferroso stagnato, meno fragile e più adatto al trasporto e allo stoccaggio, e poi all'alluminio, più leggero, che diede vita ad un nuovo importante settore della produzione industriale. La prima scatoletta di carne in scatola vide la luce negli Stati Uniti, nel 1860; in Italia il pioniere fu Francesco Cirio, il fondatore dell'omonima industria di conserve in scatola. La sua attività nacque a Torino alla metà dell'800, come commerciante ed esportatore di prodotti ortofrutticoli verso Francia e Gran Bretagna.

Fu proprio la necessità di raggiungere mete lontane con prodotti di stagione ad avvicinare il giovane imprenditore alla nascente tecnologia dell'*appertizzazione*⁷, in grado di risolvere i problemi di deperibilità e conservazione di prodotti freschi. Fu sempre a Torino che, nel 1875, fu avviata la produzione industriale di conserve in scatole metalliche sigillate, nel primo stabilimento Cirio, da dove uscirono i primi piselli in scatola italiani, seguiti poi da altri legumi, pomodoro, frutta e altri generi. Nel secolo scorso furono, poi, messi a punto

altri sistemi di conservazione: sul fronte del freddo furono perfezionate, applicando i principi della *refrigerazione*, la *congelazione* e la *surgelazione*⁹, con la messa a punto di materiali e contenitori idonei. Il calore venne, invece, utilizzato, oltre che per la sterilizzazione, per la *pastorizzazione*⁹ di un'ampia gamma di alimenti, a partire dal latte, proprio per il quale venne inventata la confezione a base di carta con la forma a tetraedro. L'azienda che la immise sul mercato e che ancora oggi rappresenta il principale fornitore mondiale di contenitori per latte, zuppe, succhi di frutta ed altri prodotti liquidi, oltre a produrre macchinari per il trattamento ed il confezionamento degli alimenti, fu la *TetraPak*. Ruben Rausing aveva lavorato sul progetto fin dal 1943 e nel 1950 aveva perfezionato la tecnica per rendere questo tipo di contenitore assolutamente impenetrabile all'aria, utilizzando un sistema di rivestimento plastico della carta. Questi primi contenitori avevano, come detto, la forma di tetraedri, e da essi è nato il nome dell'azienda. Nel 1952 fu lanciato il primo contenitore *Tetra Classic* e, più tardi, nel 1963 l'azienda introdusse il *Tetra Brik*, un contenitore di forma rettangolare. Un altro tipo di conservazione si è sviluppata inoltre grazie alla tecnologia *sottovuoto o con gas inerte*¹⁰ e con il ricorso ai conservanti chimici. Per ogni sistema è sorta di conseguenza di volta in volta l'esigenza, per gli operatori del settore dell'imballaggio, di ricercare i materiali più adatti per garantire i migliori risultati riguardo a qualità e salubrità degli alimenti conservati.

I materiali utilizzati devono innanzi tutto essere esenti da sostanze che possano in alcun



Cirio, barattolo in latta stagnata per caffè ↑



Tetrapak, prototipo ↑

Conserva di pomodoro in barattoli di alluminio ↓



Tetrapak, manifesto pubblicitario ↑



Coca Cola, lattina in alluminio ↑

modo interferire a livello chimico con l'alimento confezionato, alterandone il gusto, la forma o l'odore; negli ultimi anni poi si è, addirittura, superato il concetto di imballaggio quale mezzo per proteggere, esclusivamente, l'alimento da rischi fisici, chimici e biologici introducendo nuovi concetti, che implicano, in particolare, un ruolo *attivo* dell'imballaggio, che interagisce con l'alimento per mantenerne o migliorarne le condizioni durante lo stoccaggio e per prolungare la conservabilità dello stesso.

Alla già lunga lista di materiali utilizzabili e già ampiamente utilizzati, come *plastiche, cellophane, ceramica, cartone*, ecc. si sono aggiunti, così, nuovi materiali: i cosiddetti materiali e oggetti attivi destinati a prolungare la conservabilità e a mantenere, o migliorare le condizioni dei prodotti alimentari imballati. Essi sono concepiti in modo da incorporare deliberatamente componenti che rilasciano sostanze nel prodotto alimentare imballato o nel suo ambiente, o che le assorbono dagli stessi.

Con il concetto moderno di imballo, decade l'idea di confezione semplicemente intesa come mezzo per contenere un alimento. La confezione assume perciò il duplice ruolo di sbarramento agli agenti esterni e di mezzo per mantenere le caratteristiche del prodotto.

La conseguenza più evidente è che il prodotto beneficia di una maggiore qualità intesa come insieme dei requisiti igienici, sensoriali e d'uso. Resta comunque inteso che l'alimento sottoposto al confezionamento funzionale deve comunque già in partenza possedere caratteristiche qualitative elevate, soprattutto per quanto riguarda l'igiene. E visto che il consumatore, e quindi il mercato, diventa sempre più esigente in termini di sicurezza alimentare e di sostenibilità ambientale, la ricerca è al lavoro per trovare soluzioni innovative sui due fronti.

L'imballaggio attivo, consiste nell'evoluzione del confezionamento in pellicola di plastica sotto vuoto o in atmosfera protettiva. Esso, infatti, prevede l'inserimento all'interno delle confezioni di piccoli accessori contenenti assorbitori (di gas o umidità) o emanatori (di gas, come ossigeno, anidride carbonica o etanolo) che interagiscono attivamente e continuamente con l'atmosfera interna della confezione o con il prodotto stesso, prolungandone la conservabilità. In entrambi i casi l'obiettivo è il miglioramento della conservabilità, perché vengono tolte sostanze che la ridurrebbero o aggiunte altre che la prolungano.

Il sistema attivo è in grado di prolungare la vita di scaffale dei prodotti, soprattutto per quelli che devono conservare spiccate caratteristiche organolettiche, sensoriali e nutrizionali, e per questo sono soggetti a tecniche di conservazione leggere, come nel caso della carne cruda.

↓ Succo di frutta in confezione di Tetrapak



↓ Traceo, indicatore cromatico di qualità



Pomodori pelati in barattolo con apertura ad anello a strappo ↑

L'imballaggio intelligente, prevede la possibilità di fornire con precisione ed in modalità dinamica dati sullo stato di conservazione del bene imballato. Tra le numerose informazioni che l'etichetta del prodotto alimentare riporta per legge c'è la data entro la quale il prodotto deve essere consumato. Assume un diverso significato a seconda che si riferisca ad alimenti deperibili entro quella data – ossia il limite entro il quale l'alimento resta igienicamente idoneo al consumo, come per il latte - o gli alimenti in genere, che per il periodo indicato mantengono le caratteristiche qualitative originarie, ma superato il quale non diventano igienicamente inadatti al consumo.

Il consumatore moderno ha però bisogno di essere informato, oltre che sulla data di scadenza, anche sulla storia e sullo stato di freschezza dell'alimento, da quando è stato prodotto a quando avviene l'acquisto o il consumo. Di qui lo svilupparsi di tecnologie in grado di fornire indicazioni sulle temperature alle quali i prodotti sono stati conservati durante la loro vita, partendo dalla produzione, fino all'utilizzatore finale. Per i prodotti deperibili o per i quali è necessario mantenere la catena del freddo gli imballaggi intelligenti sono destinati a diventare dei veri e propri sistemi d'identificazione del reale stato di conservazione del prodotto. Per realizzarli il ricorso alle *nanotecnologie* è sempre più frequente ed indispensabile. Gli *indicatori ad inchiostro termocromo* si presentano come pastigliette colorate o trasparenti. Hanno una zona che, se la catena del freddo viene interrotta, cambia di colore. *Traceo* è invece un indicatore microbiologico di rottura della catena del freddo, di recente realizzazione francese. Si tratta di un'etichetta/pellicola adesiva che, reagendo agli sbalzi di temperatura, muta cromaticamente. La reazione è dovuta alla proliferazione di batteri, già presenti sul materiale, i quali hanno la caratteristica di potersi sviluppare solo a determinate temperature, che corrispondono a quelle difettose per la conservazione. In più – cosa molto importante per la tutela del consumatore - la colorazione rende impossibile la lettura del codice a barre e quindi impossibile l'acquisto/vendita.

L'imballaggio intelligente comprende anche metodi finalizzati a dare informazioni sulla qualità dei prodotti, come lo stato di maturazione o la presenza di germi indesiderati. Per soddisfare l'esigenza di conoscere il reale stadio di maturazione della frutta in imballo, e senza ricorrere al tastaggio manuale, c'è una realizzazione neozelandese: sulla confezione viene apposta una etichetta che indica il livello di maturazione della frutta contenuta. Inizialmente rossa, l'etichetta vira al giallo, reagendo ai composti volatili organici che la frutta emette via via che il processo fisiologico della maturazione progredisce.

Per il futuro le prospettive in questo campo sono sempre più indirizzate alla ricerca di materiali e soluzioni d'imballo in grado di sfruttare al meglio i diversi meccanismi d'azione chimica, fisica, microbiologica, enzimatica, fotochimica facendo interagire tra loro le continue acquisizioni scientifiche ed i più moderni ritrovati nanotecnologici.

Come abbiamo precedentemente evidenziato l'imballaggio alimentare oltre a dover favorire la conservazione ed un più agevole trasporto del prodotto, funge da catalizzatore richiamando a sé l'interesse del consumatore, attraverso l'uso adeguato di forme, colori e grafica divenendo, così, strumento di *comunicazione*, *d'informazione* senza tralasciare importanti aspetti quali lo stoccaggio, la distribuzione e la compatibilità con i sistemi di smaltimento più favorevoli all'ambiente.

Quando l'imballaggio, oltre a contenere l'alimento, assolve a dette funzioni possiamo parlare di "packaging" e con sicurezza affermare che il successo o meno del prodotto dipenderà in larga misura dalla efficacia del progetto dell'involucro. Nel corso degli anni i progetti che si sono succeduti, oltre a poter approfittare della continua immissione sul mercato di materiali sempre più performanti, hanno puntato molto sull'utilizzo di grafiche caratterizzate da forte *appeal*, alla moda e capaci di evocare e veicolare quei valori ai quali il consumatore tende a riferirsi. Il *contenitore*, più che l'alimento, diventa esso stesso simbolo nel quale il consumatore si riconosce e si rende riconoscibile.

Ovviamente il buon progetto di packaging non può limitarsi ad una grafica accattivante ma deve tener conto di altri fattori, come ad esempio, le modalità di consumo, la relativa praticità di aprire/chiedere il contenitore oltre che le necessità legate al trasporto; in ultimo, ma non d'importanza, l'esposizione negli scaffali dei punti vendita. Se la grafica identifica univocamente e rende immediatamente riconoscibile il prodotto, la morfologia dell'imballo lo rende pratico nell'uso e consumo che ne consegue. Le modalità di fruizione del cibo, sempre più *mobili e veloci*, implicano, necessariamente, che il packaging risponda a specifiche esigenze, quali quella di mangiare direttamente dalla confezione (senza, ovviamente, sporcarsi) o di farlo in piedi, camminando o guidando l'auto. Certamente, poi, la possibilità di stoccare con creatività, allestire all'interno dei punti vendita vere e proprie architetture di confezioni, non può che favorire il consumatore nell'individuare (e scegliere) con maggior facilità il prodotto.

Latte in confezione Tetrapak con tappo a vite ↓



Dracula, liquore - bottiglia e fiale in vetro ↑

Succo di frutta in confezione di Tetrapak ↓



↑ Pringles, tubo di poliaccoppiato

La particolare confezione unita alla stessa morfologia del prodotto sono stati elementi fondamentali a decretare il successo di un prodotto quale il *Toblerone*, la famosissima e storica barretta di cioccolato che ha da poco festeggiato il centenario della sua nascita. Ricetta e marchio vennero infatti brevettati a Berna nel lontano 1908 e da allora il nome del cioccolato prodotto dal Sig. Tobler e la sua caratteristica forma triangolare (comune anche al packaging) sono riconoscibili un pò ovunque. Ovviamente non solo la morfologia dell'involucro e la grafica su di esso impressa rappresentano gli elementi vincenti del prodotto, quanto, a mio avviso, il gesto, facile, suggerito per spezzare uno o più pezzetti di cioccolato. Ed è forse proprio quest'ultimo fattore ad essere oggetto di studi approfonditi nella fase di progettazione di un nuovo package.

Ne è un esempio il recente prodotto della *Phidalephia - Squeezable* - che prevede che l'imballaggio del cremoso formaggio molle diventi, opportunatamente e facilmente, piegato su se stesso, una sorta di *paletta* con cui stendere il formaggio sulla fetta di pane. Tali ricerche se da un lato possono essere viste come positive, in quanto sicuramente finalizzate a determinare le migliori condizioni in termini di dispendio di tempo e strumenti necessari all'atto di consumare cibi (quindi a favorire una riduzione di sprechi energetici), dall'altro possono sollevare motivate critiche in quanto lontane da un'ottica "slowfood" a vantaggio di un mangiare "preconfezionato"

Rispetto ad un atteggiamento sostenibile, per quel che attiene alla dimensione del packaging, una certa dose di responsabilità, è, proprio, in carico ai designer. Gli imballi, non ca-



↑ **Toblerone**, confezione in cartone e foglio di alluminio

sualmente, rappresentano una delle principali componenti dei rifiuti prodotti quotidianamente dalle famiglie. Naturalmente un diverso approccio alla produzione del packaging dipende in prima battuta dalle aziende stesse. Ancora poche sono infatti le marche che incentivano, più che l'uso di confezioni *riciclabili*, quello di contenitori *riutilizzabili*. Diffondere nei negozi, nei supermercati l'utilizzo di *refiller* per latte, pasta, vino, olio è la strada maestra affinché i consumatori possano risparmiare i costi della confezione e l'ambiente non venga sommerso da valanghe di bottiglie, scatole e imballi usa e getta. Il progetto del packaging non può prescindere - e qui torniamo alla responsabilità del designer - dall'idea di sostenibilità della confezione, un concetto che presuppone ormai un'attenzione che va al di là della semplice ecologia dei materiali. Una corretta idea di packaging sostenibile ha a che fare non solo con i materiali ma anche - e soprattutto si potrebbe dire - con le modalità con cui tutto il processo produttivo e di commercializzazione del prodotto viene svolto, ad esempio utilizzando aziende che utilizzano energie rinnovabili, che rispettano i diritti e la qualità del luogo di lavoro e, ancora, che fanno capo a una "filiera corta", cioè locali.



↑ Kraft, Philadelphia, packaging in cartone



↑ U_Cap, tappo a vite per bottiglie in PET

Pick your Nose, bicchieri in carta ↓





↑ Mountain Bay, bevanda in bottiglia di vetro



↑ Vendance, vino in tetrapak



ilmioiloro.it

Il Design in cucina. Utensili ed elettrodomestici

Dalla preistoria ad oggi, con la scoperta dei vari metalli, sono cambiati gli arnesi utilizzati dall'uomo per la preparazione dei cibi. Nel III sec a.C., prima della scoperta dei metalli e quindi della possibilità di mettere la *pentola* sul fuoco, l'acqua veniva fatta bollire in vasi di terracotta con l'ausilio di pietre arroventate sistemate nei recipienti stessi. E' in questo periodo che comincia a fare le prime apparizioni anche il *cucchiaio*, realizzato dapprima con conchiglie o ossa cave e successivamente con legno e terracotta.

Nell'epoca degli imperi egizi e mesopotamici vigeva una grande attenzione verso gli strumenti da cucina; ne venivano prodotti in quantità ed anche la qualità non si faceva desiderare, tanto da farli diventare dei veri e propri oggetti ornamentali. Le anfore erano realizzate per la conservazione dei liquidi o degli alimenti in genere, i piatti avevano una forma di conchiglia e i cucchiaini in legno avevano un manico molto lungo.

Durante la civiltà greca e romana erano già presenti marmitte realizzate in argilla, padelle per la friggitura, mortaio e pestello. Le pentole nel periodo dei patrizi romani erano fatte in bronzo, materiale nocivo in quanto produceva a contatto con i cibi reazioni chimiche dannose all'organismo. Con il progredire della metallurgia il bronzo venne gradualmente sostituito con il ferro e il rame.

Nel periodo successivo, dal XV al XVI secolo, fecero la loro comparsa sulle tavole delle famiglie più ricche, le stoviglie in *peltro*¹¹. Il peltro rimase in uso fino agli inizi dell'800 quando fu gradualmente sostituito dalla ceramica e dalla terracotta. Il rame cominciò a diventare il materiale principe per la realizzazione delle pentole, prodotte in varie grandezze e forme.

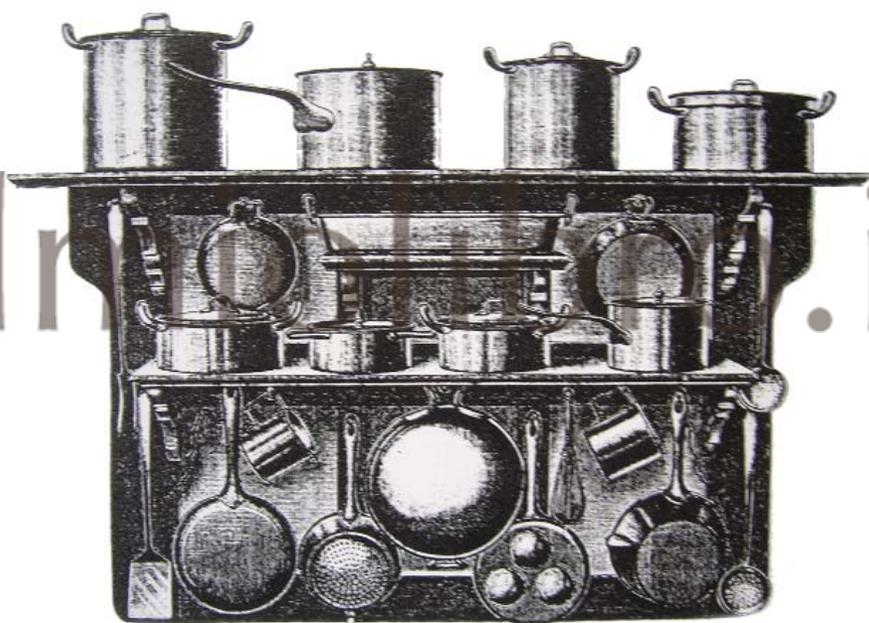
Nel 1700 si produssero anche esemplari in argento, evidentemente destinati alle cucine più ricche. La forma dominante per tutte le pentole fino al XIX secolo fu quella a otre, rigonfia e panciuta in vario modo. Questa forma era direttamente derivata dalle tecniche di lavorazione: la modellazione a mano per rotazione nel caso della terracotta, la fusione e la battitura o la tornitura rudimentale per i metalli. Tale forma era anche resa necessaria dal tipo di fonte di calore: le fiamme potevano infatti lambire da ogni lato il recipiente sospeso sul focolare. Con la Rivoluzione Industriale si diffusero torni più perfezionati per la lavorazione dei metalli in lastra, che permettevano di ottenere con relativa facilità forme cilindriche a parete perfettamente diritta. La comparsa delle piastre nelle stufe a legna o carbone, quindi

della fiamma del gas e della piastra elettrica, richiese dei recipienti con la base quanto più larga possibile, perché il calore si rivolgeva solo ad essa e non più anche alle pareti. Dopo la Rivoluzione Industriale ed a partire da metà ottocento comparvero le pentole in ferro smaltato. Fu solo a cavallo del secolo che cominciò ad essere utilizzato l'*alluminio* destinato, in casa, così come nella cucina professionale, ad una grandissima diffusione tra le due guerre mondiali. Infine, negli anni '30, apparvero le prime pentole d'*acciaio inossidabile*, metallo che dagli anni '60 prevalse nettamente negli impieghi domestici. La situazione attuale è caratterizzata dalla costante ricerca tecnologica che si esplica in continue proposte, in inedite soluzioni che si avvalgono di nuovi materiali, quali il *teflon*, il *silicone*, il *polycarbonato* ecc. Inoltre, la produzione è sempre più attenta alle forme, che nascono da disegni di progettisti affermati, capaci di dare ad oggetti dalle forme oramai consolidate, un nuovo aspetto ed in alcuni casi nuove funzionalità.

Le suppellettili conviviali e soprattutto le *posate*, non hanno una storia molto antica. Per millenni l'uomo ha continuato a mangiare servendosi unicamente delle mani, seduto a terra, su stuoie, utilizzando ciotole di terracotta per zuppe e bevande e, più sporadicamente, rudimentali cucchiai di legno, e ancora oggi in molte parti della Terra questa è una pratica conviviale comunemente utilizzata. Si mangiava servendosi delle mani senza preoccuparsi eccessivamente di imbrattare tovaglie e vestiti, procedendo a frequenti lavaggi delle mani con acque nelle quali venivano diluite essenze profumate. Tuttavia, almeno a partire dalla diffusione della civiltà agricola che vide la nascita dei primi centri urbani adatti ad una vita stanziale, l'uso di taluni attrezzi da cucina e da tavola prese lentamente a diffondersi in aree geografiche sempre più vaste, dando vita alle prime forme di galateo della tavola.

Cucchiaio e *coltello* furono le prime suppellettili a fare la comparsa in tavola. Il *cucchiaio* trae la sua forma da quella della mano chiusa a coppa per raccogliere l'acqua. Non a caso è da sempre ovale, da usarsi tanto in cucina come a tavola e prevalentemente con pietanze brodose. Per migliaia di anni è stato fabbricato in legno e prende il nome dal termine latino *coclea*, che significa "lumaca" in riferimento non alla forma ma al fatto che originariamente indicava uno strumento per mangiare le lumache, le uova e i molluschi.

Nel Medioevo, per rispondere alle esigenze di lusso e raffinatezza dei signori veniva fabbricato in materiali preziosi come *crystallo*, *argento*, *onice* e il manico si arricchiva di *smalti* e *pietre preziose*. Subisce anche una lieve trasformazione, arrotondandosi alquanto e cre-



↑ Stampa d'epoca, fornitura utensili da cucina in Nichel puro

scendo di dimensioni, in funzione anche del diffuso uso che se ne faceva prendendolo con entrambe le mani.

In seguito, alla fine del XVI secolo, riprese la sua forma tipica ovale e il manico si allungò e si assottigliò. Nel corso del '600 comparvero diversi tipi di cucchiaini, quelli da *intingolo*, da *tè*, da *caffè*, da *cioccolato*, da *minestre*, da *punch*, cucchiaini traforati da *zucchero*, da *olive*, tutta una gamma di forme e dimensioni alle quali si aggiunse il grande sviluppo dell'arte del decoro, soprattutto nel caso delle argenterie che diedero luogo talvolta a veri e propri capolavori. Nel corso del XIX secolo fecero la loro comparsa i cucchiaini da fragole e da *uova alla coque* in genere in osso, avorio o corno, mentre per i bambini i cucchiaini da pappa vennero fabbricati in *argento* per sfruttare il potere battericida proprio di questo metallo prezioso.

La storia della posateria metallica e soprattutto quella del *coltello* è strettamente connessa alle vicende che hanno segnato l'evoluzione della metallurgia, giacché strumenti che potevano essere in qualche modo assimilabili ad un coltello vennero confezionati anche in età litica, ma la forma tipica, destinata a mantenersi inalterata attraverso i secoli, si incontra solo a partire dall'età del bronzo.

L'epoca greca e romana vide una grande produzione di coltelli di ferro e bronzo con manico metallico o d'osso sovente decorato con incisioni o inserimento di pietre preziose, e utilizzati in modi diversi, per la caccia, a tavola, per la cucina, a scopo sacrificale. La "secespita", il coltello sacrificale romano era provvisto di una lama molto larga, quasi triangolare e di un manico cilindrico, corto e grosso.

Nel Medioevo il coltello acquistò una grande importanza come arma da caccia e da combattimento e si diffuse l'usanza di portarlo appeso alla cintura infilato in una apposita custodia, assumendo così un carattere di oggetto molto personale al punto che nessun ospite avrebbe pensato di proporre coltelli in tavola. Ognuno arrivava a cena recando il proprio coltello, lavorato e ornato nei modi più svariati a seconda dei gusti e delle possibilità economiche del proprietario, col manico d'osso, d'avorio, di legno, di pietra dura, di tartaruga, di metalli vari, decorato con figure simboliche, grottesche o fantastiche, sovente con significati rituali (ad esempio era d'avorio per la Pasqua, d'ebano per la Quaresima).

Generalmente il coltello venne usato per tutto il Medioevo e nel Rinascimento sia per tagliare che per infilzare le vivande solide. Solo a partire dal 1630 cominciarono ad apparire i primi coltelli a punta arrotondata, probabilmente per porre fine all'abitudine di stuzzicarsi i denti con la punta.



↑ **Forchetta** in bronzo, XVI secolo



↑ Le diverse fasi della forgiatura di un coltello

La produzione di coltelli era molto diffusa tanto in Spagna come in Francia e Germania, ma fino alla fine del Rinascimento l'eccellenza assoluta di qualità ed estetica venne raggiunta dai coltellinai italiani.

Il XVIII secolo vide svilupparsi l'uso di coltelli con i manici di *madreperla* e d'*argento*, lavorati in fogge così eleganti e funzionali che ancora oggi vengono utilizzate dalla coltelleria elegante che si ispira alla produzione del Settecento romano, veneziano e parigino.

Ben diversa e più complessa è invece la storia della nascita e della diffusione della *forchetta*. Come si diceva, le posate più antiche del mondo sono le dita delle mani e a prima vista non appare ben chiaro perchè a partire da una certa epoca si sia preferito utilizzare la forchetta per portare i cibi solidi alla bocca, anziché seguitare ad usare la punta del coltello o le dita come si era sempre fatto. Una volta esclusi motivi igienici, giacché non si è mai trovato niente da ridire sul fatto che si usino le mani per prendere e spezzare il pane, per mangiare cioccolato, dolci secchi ed altri cibi, non restano che motivazioni di carattere formale. Si tratta di una inversione di tendenza, avviatasi nel XVI secolo, in linea con le nuove regole della *courtoisie* per le quali era considerato estremamente sgradevole mostrarsi in società con le mani sporche e unte di sughi, condizione che solo un secolo prima non avrebbe destato alcun commento critico. Nei secoli successivi gli inventari di re e principi italiani, francesi e inglesi citano sempre più frequentemente forchette d'*oro*, d'*argento*, di *bronzo* con preziose impugnature di *avorio*, *crystallo*, *pietra dura*.

Fu l'aria nuova che si cominciò a respirare, grazie alle scoperte geografiche, scientifiche e tecniche, a determinare nuove condizioni di vita e nuovi stili comportamentali diffondendo rapidamente l'uso delle posate a tavola, ivi compresa la forchetta.

Bisognerà, però, aspettare la seconda metà del XX secolo per assistere ad una ulteriore quanto significativa e controversa innovazione nel campo delle stoviglie da cucina, ossia l'utilizzo dei nuovi materiali plastici e la produzione di utensili *usa e getta*.

Citando Renato de Fusco¹² e la sua "Storia del Design" possiamo considerare il fenomeno dell'*usa e getta* come un fenomeno di *iperspecializzazione o iperfinalizzazione*: "l'idea moderna per la quale ogni oggetto fosse riducibile ad un apparato funzionale, una protesi la cui qualità stava nello svolgere una determinata funzione nel modo più efficace e più rapido.



↑ **Bruno Munari**, forchetta parlante



↑ **Achille e Piergiacomo Castiglioni**, Dolce, posate in prototipo

ilmiolibro.it

Evolvendo nell'usa e getta, l'oggetto non è più percepito come un oggetto in senso proprio, ma come una sorta di momentanea materializzazione della funzione che svolge (un sacchetto o una bottiglia in plastica esistono solo nel momento in cui svolgono la loro funzione. Al di là di questa sono rifiuti)". L'esplosione della tecnologia digitale è essa stessa espressione dell'usa e getta. Gli *oggetti* digitali della società dell'informazione, *le informazioni*, perdono la loro materialità e la loro esistenza è limitata al tempo strettamente necessario alla loro fruizione. Tornando al concetto di *iperfinalizzazione*, potremmo, addirittura, affermare che gli oggetti *usa e getta* perdono la propria identità di *forme* per conservare soltanto un'identità associata al *valore*, ossia la qualità espressa in relazione alla funzione per la quale esistono. Il "che cosa è" scompare di fronte all'evidenza del "che cosa fa" (purtroppo anche l'umanità tende verso questa relazione con il disastroso risultato di generare rapporti ed interazioni tra gli uomini, basate più sul riconoscimento e l'accettazione di un ruolo, *il cosa fa*, piuttosto che di una identità, *il cosa è*).

Purtroppo se da un lato l'*usa e getta* ha risposto alle mutate esigenze domestiche (la diversa condizione della donna "non più casalinga" ed in genere la riduzione drastica del tempo a disposizione per le pulizie in cucina, oltre che alla riduzione di consumi energetici - uso di



↑ Bottiglia usa e getta in Pet



↑ Imballaggi alimentari usa e getta in Polistirene

lavastoviglie - ed emissioni di prodotti inquinanti - i detersivi), dall'altro è divenuto l'espressione massima del consumismo e causa del prelievo continuo di risorse naturali - fondamentali alla continua produzione - con il conseguente accumulo illimitato di rifiuti.

Ma come ben sappiamo le risorse naturali non sono illimitate e le conseguenze degli eccessi degli ultimi anni hanno già prodotto danni ecologici irreparabili oltre ad una mostruosa spequazione tra paesi industrializzati e paesi del Terzo Mondo. Nonostante, comunque, le inevitabili ricadute sull'ambiente l'usa e getta continua a riscuotere notevole successo e le ragioni sono molteplici: gli articoli *usa e getta* costano, relativamente, poco ma soprattutto escludono costi aggiunti di manutenzione e conservazione; occupano poco spazio, e solo fino a che - una volta espletata la propria funzione - non vengono gettati, quindi ben si adattano alle sempre più ridotte dimensioni dei nostri alloggi. Sono, inoltre, facilmente riconoscibili - dotati di un'elevata *affordance*¹³ - quasi a far propria quella caratteristica fondamentale del Design classico fondata sul predominio della funzione sulla forma. Dal punto di vista progettuale con l'*usa e getta* ciò che in sostanza è mutato è solo il materiale - carta e/o plastica al posto di legno, metallo... - non tanto la forma degli oggetti; tant'è che molti artefatti *usa e getta* non sono neanche progettati da designer ma ricalcano linee anonime oramai standardizzate. Quel che invece è oggetto di continuo studio sono proprio i materiali che non vengono trasformati, *plasmati* per dar vita ad un artefatto ma creati appositamente per il manufatto stesso e sulla base delle prestazioni che da esso si attendono. Ecco quindi la crescente attenzione dei designers verso combinazioni sostenibili, progetti che tengono conto dei nuovi modi di consumare il cibo senza, però, tralasciare i fondamentali aspetti legati alle possibili ricadute ambientali. Si pensi, ad esempio, alle stoviglie *usa e getta* pensate per il finger-food e realizzate con materiali bio-degradabili.

Tornando agli aspetti storici, in particolare, legati all'ambiente della cucina assistiamo, alla fine del XIX sec., alla razionalizzazione dei lavori domestici, seguita al mutamento sociale e occupazionale ed alla riduzione del personale di servizio nella abitazioni.

Già nel 1869, le americane Catherine Esther Beecher e Harriet Beecher-Stowe sull'onda dell'abolizione della schiavitù, avevano messo in discussione il ricorso ai domestici, proponendo l'introduzione di cucine più funzionali. Sotto l'influsso del taylorismo, Christine Frederick chiedeva nel suo libro *The new Housekeeping*, pubblicato nel 1914, un'organizzazione del tempo accuratamente calcolata.

Nel 1926 Erna Meyer, con la pionieristica guida *Der Neue Haushalt - Ein Wegweiser zur wirtschaftlichen Hausführung*, puntava invece sull'elettificazione. Un approccio più razionale, unito all'elettificazione, fece del lavoro - un tempo svolto dai domestici - un'attività accettabile anche per le donne degli strati sociali più elevati. La riflessione sulla razionalizzazione del lavoro della massaia si arricchisce, in Europa, di un aspetto architettonico abitativo, in relazione alla distribuzione degli spazi negli alloggi popolari, di piccole dimensioni. Il prodotto più rappresentativo e punto d'arrivo di queste ricerche è la cucina *a ferro di cavallo o a U*, ideata dall'architetto viennese Grete Schütte-Lihotzky, nella quale la massaia, quasi senza muoversi, può eseguire tutte le operazioni necessarie per lavare, pulire, preparare, cucinare eccetera. Nella seconda metà degli anni Venti vengono anticipati dunque in Europa alcuni elementi che più tardi confluiranno nella "cucina americana". Questa si articola in due livelli modulari di mobiletti contenitori: uno basso, a terra, la cui sommità costi-



↑ Cucina ad U o "all'americana".

Fiat, manifesto pubblicitario - anni '50 - per frigorifero ↓



tuisce appunto il piano di lavoro, e uno di minori dimensioni appeso alla parete. Nei pensili si conservano cose di minore peso e di utilizzo meno frequente, secondo una organizzazione razionale che spinge alla revisione della dimensioni degli elettrodomestici: si avverte la necessità di incorporarli nel contesto e si lavora per ridurre il loro ingombro tecnico entro le dimensioni modulari.

Il mobile per cucina di derivazione americana cominciò ad essere prodotto in Italia dalle industrie più avanzate a cominciare dall'inizio degli anni Trenta. In Italia, nonostante ciò, si perpetua fino agli anni Cinquanta una tipologia di cucina i cui elementi essenziali sono il *buffet*, il *controbuffet*, il *tavolo con le sedie* e naturalmente la *stufa*. Solo con la diffusione del *frigorifero*, della *lavatrice* e della *lavastoviglie* si ripensa radicalmente la strutturazione

della cucina. La cucina componibile (*assembled kitchen*), permise, mediante un sistema modulare, di strutturare in modo funzionale l'organizzazione e la gestione della cucina. Il tavolo perde la sua funzione di piano di lavoro, funzione che passa agli elementi componibili, che assumono una altezza costante, costituendo un unico livello di piano. La maggior parte degli elettrodomestici si affermò con l'avvento del benessere nel dopoguerra.

Negli anni 1950-60, gli elettrodomestici diventavano, al pari dell'automobile, i principali oggetti di consumo, associati nella pubblicità all'immagine della casalinga perfetta e al contempo seducente. Nel 1956, la General Motors e poi la General Electric inizieranno la produzione di frigoriferi, non più con la tipica linea bombata, ma con una forma a spigoli vivi, che consente una più facile accostabilità degli elementi, soddisfacendo così il sistema componibile come anche le richieste, sempre numerose, di apparecchiature singole. In Italia la produzione di cucine componibili segue all'importazione dei primi modelli americani. Nel decennio che segue la fine della seconda guerra mondiale emergono gruppi di imprese produttrici di elettrodomestici, che vanno via via svincolandosi, sotto l'aspetto tecnologico, dal modello tedesco; Candy, Castor, Ignis, Merloni, Zanussi sono aziende nuove e fortemente innovative, impegnate ad imporsi sui nuovi mercati affiancate da altre aziende



↑ Tostapane elettrico



↑ Forno a micro-onde



↑ Frigorifero combo, con congelatore

direttamente o indirettamente controllate da grandi gruppi e meno competitive (per esempio la CGE, della General Electric, o la Philco, della Ford Motor Company). In questi anni l'Italia è al secondo posto al mondo (dopo gli Stati Uniti) e al primo in Europa fra i paesi produttori di elettrodomestici. Da sottolineare come la concezione di modernità e avanguardia sottesa all'ideazione e alla realizzazione di nuovi insiemi funzionali, abbiano esaltato l'immagine di estrema efficienza di un meccanismo che maschera e nasconde le sue parti meccaniche per mettere in mostra la linea pura del disegno, la gradevolezza dell'apparenza: le parti meccaniche ci sono, ma non si devono vedere. Insomma gli elettrodomestici devono essere silenziosi ed efficienti per concederci l'agio di una quotidianità più comoda.

Il nuovo concetto di cucina componibile e la tendenza diffusa negli anni 1960-70 a separare sempre meno cucina, sala da pranzo e soggiorno trasformarono il frigorifero, nell'arco di 15 anni, da articolo di prestigio in indispensabile oggetto d'uso.

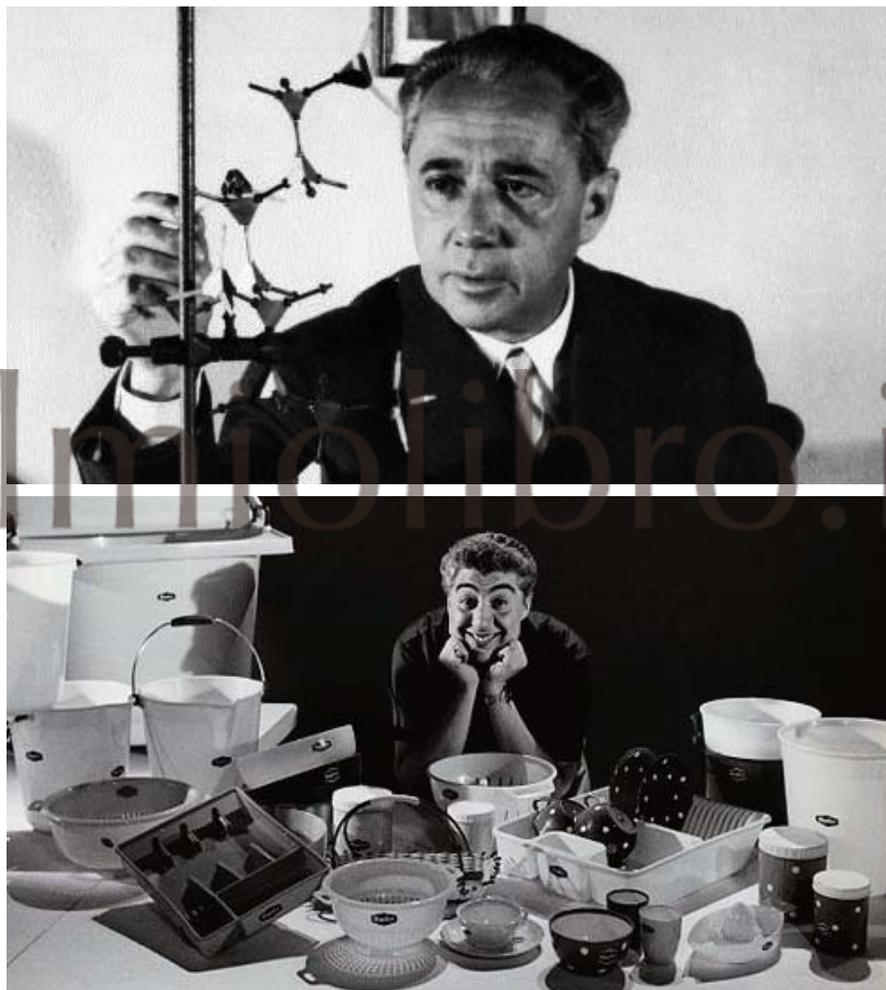
Gli ulteriori elettrodomestici diffusi a partire dagli anni 1960-70 trovarono la propria discreta collocazione nella cucina componibile; prodotti in serie e quindi sempre meno costosi, *spremiagrumi elettrici, frullatori, friggitrice, tostapane e macchine da caffè*. Negli anni a seguire con la nascita dei negozi self-service e l'aumento dell'offerta di prodotti surgelati, compresi menù già pronti, cominciarono ad avere grande diffusione i congelatori singoli, entrando a far parte del comune mobilio da cucina. Una sorta di ideale complemento fu costituito dal forno a microonde che si diffuse rapidamente a partire dagli anni 1980-90, svolgendo un ruolo importante anche nelle economie domestiche composte da single, sempre più diffuse negli anni 1990-2000.

La costante e crescente diffusione degli elettrodomestici ha radicalmente influito sui modi di preparare e consumare i cibi, oltre che conservarli. Uno su tutti, si pensi al congelatore ed alla possibilità da esso offerta di conservare prodotti non di stagione e consumarli quando più se ne ha voglia. Ed ancora, se l'assenza di alcuni elettrodomestici, ancora il congelatore, comportava il dover stare ore in cucina - tra pulire gli alimenti, prepararli e cucinarli - oggi porzioni congelate, da scaldare al micro-onde, rendono possibile servire succulente cene in pochi minuti; parimenti l'introduzione di innovativi piccoli elettrodomestici ha reso possibile la trasformazione di un modesto angolo cottura in una cucina professionale, all'interno della quale - per chi ne ha la voglia e soprattutto il tempo - è possibile cimentarsi nella preparazione dei più complessi piatti.



↑ Frullatore elettrico ad immersione

↓ Giulio Natta



↑ Gino Bramieri, spot pubblicitario per il Moplen

Il Made in Italy in tavola: i produttori ed i designers

Il fenomeno del *Made in Italy*, il buon design italiano che ha riscosso enorme successo e fatto scuola in tutto il mondo, è sì dovuto alla genialità di grandi architetti e progettisti ma in buona parte è anche merito di produttori illuminati che hanno voluto e saputo investire sulla sperimentazione piuttosto che puntare unicamente a produzioni abili a generare solo facili e sicuri guadagni. Nel vasto panorama di aziende e designer che con la loro opera hanno caratterizzato le produzioni *Made in Italy* dagli anni '50 in poi, ne ricordiamo alcune che hanno dedicato molto alla progettazione degli *strumenti* per la cucina, ma prima ancora è doveroso menzionare la rivoluzione, che ha coinvolto il mondo dell'oggetto domestico, apportata dalle ricerche di Giulio Natta, premio Nobel nel 1963, per l'ottenimento del *poli-propilene isotattico*, poi commercialmente noto con il nome di *Moplen*. Il Moplen, adatto a tutto, invase subito le case degli italiani, dalle stoviglie ai giocattoli. Il claim "e mò e mò e mò... *Moplen!*" divenne un vero tormentone e contribuì al successo del nuovo materiale. Come lo stesso Natta affermò "...*un chimico che si accinge a costruire una gigantesca molecola è nella stessa posizione di un architetto che progetta una costruzione...egli ha una quantità di mattoni e cerca di metterli insieme per formare una struttura che abbia un determinato scopo...*": di lì in poi il design e l'architettura si sono confrontati con prodotti nei quali la progettazione della materia, prima che la forma, diveniva passaggio indispensabile allo sviluppo di soluzioni progettuali che fossero sintesi del confronto tra innovazione tecnica e creatività.

Tra le aziende che grande spazio hanno saputo, oltre che voluto, dare alla sperimentazione sui materiali, non possiamo non citare la Kartell: nata negli anni '50 da Giulio Castelli ha, da subito, espresso la volontà di portare le materie plastiche nell'arredo casalingo sostituendole ai materiali tradizionali quali il vetro e il legno e puntando per ogni prodotto sull'innovazione tecnologica e progettuale. Direttore tecnico della Kartell fu Gino Colombini, di certo tra gli esponenti di spicco della scuola progettuale italiana, per la quale disegnò il secchio in polietilene "KS1146", lo spremiagrumi "KS1481", lo scolapiatti smontabile "KS1171/2", tutti oggetti che ottennero il *Compasso d'Oro*¹⁴ nel '55, '57 e '60. Gli oggetti di Colombini, prodotti da Kartell, valorizzano appieno il potenziale della materia plastica,



↑ **KS1481**, spremiagrumi di G. Colombini in materiale plastico per Kartell

ilmiolibro.it



↑ **Happy Hour**, vassoio di Enzo Mari in materiale plastico per Guzzini

esaltandone le peculiarità intrinseche nella definizione formale. Se all'estero la leggerezza, l'economicità, le infinite possibilità cromatiche del polietilene, del polistirolo, del poliestere erano state valenze caratterizzanti negativamente i prodotti, per lo più destinandoli ad una utenza che non poteva permettersi materiali naturali, in Italia, tali caratteristiche, diventano pregi e qualità grazie all'intervento del disegno industriale. Il design italiano indaga la materia per il risultato corrispondente a una sua peculiare funzione; esemplare in tal senso lo spremiagrumi *KS1481*, Compasso d'oro nel 1959. Fu, per l'epoca, tipologicamente innovativo, in quanto il primo a far uso di materie plastiche; di facile pulizia, resistente agli urti e leggero, veniva prodotto per stampi ad iniezione, consentendo le particolari sezioni e profili che garantivano ognuna prestazioni puntuali unite ad un'immagine formalmente armonica.

L'oggetto è composto da tre elementi: una base che funge anche da contenitore per il succo; un elemento centrale con zigrinature taglienti (per spremere a fondo), dotato di opportune scanalature per far defluire il succo nella base trattenendone i semi; una calotta superiore nervata (le nervature esterne sono invitanti impronte per le dita da un lato e contemporaneamente morse per il frutto dall'altro lato). Lo spremiagrumi di Colombini, raccoglie in se tutti quegli elementi che caratterizzeranno in maniera sempre più significativa le produzioni a venire: l'utilizzo di nuovi materiali, quindi la ricerca sugli stessi finalizzata al pieno controllo della materia prima, quindi alla creazione ad hoc di materiali che offrano precise prestazioni; la piena rispondenza morfologica alle funzioni richieste dall'oggetto; la praticità d'uso, *l'usabilità* la gradevolezza estetica, *sia tattile che visiva*. In un termine, *l'ergonomia*.

Considerando, infatti, l'ambiente cucina come ambiente di lavoro sarà impossibile, per ogni buon progetto, prescindere dai fondamentali dettami dell'ergonomia. Il ruolo del designer nello sviluppo di ambienti, elementi ed oggetti tecnici diviene, così, complementare rispetto a quello dell'ingegnere andando ben oltre l'immagine di artista creativo comunemente associata al designer. Ed in tempi più recenti arriviamo addirittura a parlare di *ergonomia del gusto* nel momento in cui la stessa diviene strumento indispensabile nella progettazione, sia di alimenti industriali che di piatti d'avanguardia, capace di adeguare scientificamente le modalità di consumo alla conformazione del palato.

Altra azienda, di indubbio rilievo è la Alessi: nella sua attività ha perfettamente incarnato quel tipico fenomeno della cultura industriale italiana che vede le fabbriche più simili a "laboratori di ricerca nelle arti applicate" che a industrie nel senso tradizionale del termine. In

↓ **AUGH**, sottopentola di D.D'Urbino e P.Lomazzi per Alessi



↓ **Twergy**, macinapepe di E.Sottsass per Alessi



↑ **Conica**, caffettiera di Aldo Rossi per Alessi

particolare sono quelle aziende che, come precedentemente detto, hanno puntato ad un'attività che andava ben oltre il fine di disegnare e produrre oggetti di consumo, ma si cimentavano in una disciplina creativa globale, in grado di mediare continuamente tra le più avanzate e stimolanti espressioni della creatività culturale internazionale da una parte e i bisogni e i sogni del consumatore dall'altra.

Fin dagli inizi della sua storia, negli anni Venti e Trenta, il laboratorio Alessi, che produceva su commissione oggetti per la tavola e la cucina, in rame, ottone e alpacca, già si distingueva per i suoi fantasiosi servizi con teiera, caffettiera, zuccheriera e lattiera su un vaso, di linee vagamente *decò*. Negli anni Quaranta, con Carlo Alessi, l'artigianato diventa design industriale nel senso attuale; l'acciaio inossidabile prende il posto dei vecchi metalli e i *Cestini e Portafrutta a filo* negli anni Cinquanta diventano quasi dei *best sellers*. Dagli anni Ottanta le plastiche hanno quasi soppiantato il primato dello storico acciaio: il vecchio *Cestino a filo* è stato reinventato con questo materiale da Enzo Mari (1997). Nel 2000 è nato, dalla mente di Alessandro Mendini, che dal 1979 svolge anche il ruolo di consulente per il design, il cavatappi "*Anna G.*", madre di una grande famiglia che prolifera e di cui fanno parte omini di nomi tipo "*Ship shape*", "*Ginozucchino*" e "*Firebird*", per rendere ancora più allegro ogni piccolo gesto quotidiano. Nel corso della sua lunga storia l'azienda



↑ Alessandro M., cavatappi di A. Mendini per Alessi

↓ **Kettle**, bollitore di Richard Sapper per Alessi



↑ **9090**, caffettiera di Richard Sapper per Alessi

ha prodotto oggetti disegnati da oltre duecento progettisti, tra grandi architetti e designer. Da ricordare sono le oliere “5070” (1978) di Sottsass, le caffettiere “Conica” (1980) di Aldo Rossi e il bollitore e la caffettiera 9090 di Richard Sapper.

Vincitore per ben 10 volte del Compasso d’Oro, Richard Sapper si ritrova molte delle sue creazioni esposte nelle principali mostre internazionali ed alcune presenti nella collezione del MoMA di New York.

I due progetti-simbolo dell’attività di Sapper per Alessi sono la caffettiera 9090 (insignita dell’XI Compasso d’oro ed esposta al Moma di New York) e il grande Bollitore con fischietto melodico, ispirato al suono dei battelli e delle chiatte che scorrono sul Reno. L’elemento centrale del progetto è il fischietto in ottone nelle canne del quale sono stati inseriti due coristi in *mi* e in *si* che, al momento dell’uscita del vapore, producono una piccola, simpatica melodia. Sapper voleva evitare il solito rumore ansiogeno prodotto dagli altri bollitori allora sul mercato, e seguendo questa indicazione di natura squisitamente poetica è nato il Bollitore. Con esso Sapper introduce una componente che diventerà caratterizzante di tutta la produzione industriale attuale, in particolare riferimento a quella di nostro interesse, ossia gli oggetti della e per la cucina: *la componente tecnologica*. Negli ultimi vent’anni, grazie al lavoro di ingegneri, chimici, fisici, designer e chef abbiamo, infatti, assistito all’ideazione ed alla produzione di nuovi macchinari, strumenti capaci, non solo di migliorare dal punto di vista qualitativo e prestazionale le attività svolte in cucina, quanto di aprire ad un arco di modalità e tecniche di preparazione, conservazione e fruizione dei cibi completamente nuove.



↑ Cestino a filo, Enzo mari per Alessi

LA GRANDE DISTRIBUZIONE E LA GLOBALIZZAZIONE DEL GUSTO

L'Europa, dominando, per secoli, la maggior parte dei circuiti commerciali, ha notevolmente beneficiato degli scambi di numerose materie prime alimentari. Ha adottato il pomodoro, il peperone, il mais e la patata. Lo zucchero, il caffè, il tè, il cacao, a causa del loro prezzo, sono stati riservati all'*élite* prima di divenire accessibili a tutta la piramide sociale con la rivoluzione industriale. Tuttavia, ogni paese, persino ogni regione, conservò le proprie particolarità culinarie, almeno sino alla Seconda Guerra Mondiale. Il gusto del nuovo era, in qualche modo, contenuto. La commistione ebbe inizio nella prima metà del XX secolo e la Prima Guerra Mondiale non vi è estranea, favorendo l'incontro di genti venute da tutta Europa e dall'America del nord. Con la Seconda Guerra Mondiale, il processo accelerò decisamente. I prodotti, i sapori ed i piatti americani affascinarono europei e giapponesi reduci da anni di penuria; la carne in scatola, il chewing-gum, insieme alle sigarette bionde e alla Coca Cola divennero presto prodotti di largo successo e consumo. Alcuni prodotti, considerati ancora di lusso prima della guerra, diventarono di ordinaria amministrazione tanto il loro prezzo al dettaglio si ridusse. Ciò avvenne, ad esempio, per il pollo, il tacchino, il prosciutto, il burro, la pasticceria industriale ed il vino da tavola.

Intanto sugli scaffali nuovi prodotti cominciano a trovare posto: le minestre ed i puré disidratati, i formaggi fusi da spalmare, la maionese, il ketchup, il pane in cassetta eternamente "fresco", gli yogurt ed altri alimenti lattieri freschi stabilizzati, le creme ghiacciate, i fiocchi di cereali destinati alla prima colazione, le creme contenenti cacao, le salse pronte addensate con l'aiuto di diversi farinacei ed insaporite con glutammato, il mais in scatola, ecc.

Negli anni '80 e '90, con la caduta dei prezzi (e della qualità organolettica) e la comparsa dei piatti-pronti, venduti principalmente *surgelati* o *sotto-vuoto*, si superò un'altra tappa ed

altri, nuovi, prodotti industriali già popolari oltre Atlantico od oltre Manica si diffusero in Italia. Molti alimenti e bevande sono senza dubbio diventati più affidabili dal punto di vista sanitario. D'altronde, grazie ad essi ed agli enormi progressi della medicina e dell'industria farmaceutica, nei paesi ricchi si vive molto più a lungo di prima. Tuttavia, questi prodotti sono diventati così regolari nella presentazione e nel sapore da non fornire più alcuna sorpresa né procurare alcuna emozione. Non fanno che nutrire il corpo e non richiedono alcuno sforzo, non sollecitano più alcuna risorsa dell'immaginazione e della cultura.

Il successo economico è totale. Ma l'impoverimento c'è, e riguarda il gusto dei prodotti stessi: latte in polvere, omogeneizzati per neonati, prosciutto, puré e patate fritte industriali, pizze surgelate, dessert già pronti ed in particolare quello che può essere considerato l'esempio più significativo di questa rivoluzione gastronomica, l'hamburger. Un piccolo panino tondo, molle e dolciastro, ricoperto di semi di sesamo, imbottito di carne di manzo macinata fine, cetriolini agro-dolci ed insalata, salsa di pomodoro e maionese, formaggio pastorizzato, elastico ed insipido, il tutto accompagnato da patate fritte e da un bicchiere di Coca Cola.

Originario dell'Europa settentrionale, dove si è conservata l'abitudine medievale di mangiare su dei taglieri, l'hamburger è diventato il piatto nazionale degli Stati Uniti: rapido e facile da consumarsi, *apparentemente* nutriente e a buon mercato. La McDonald's conquista il successo mondiale e diviene uno dei giganti del settore agro-alimentare. Il suo primo ristorante fu aperto vicino a Chicago, nel 1955. Oggi è diventata la più grande azienda di ristorazione rapida del mondo, con più di 20.000 ristoranti in un centinaio di paesi, 1.200.000 dipendenti e circa 40 milioni di pasti serviti ogni giorno. La crescente produzione industriale, l'apertura dei mercati e il conseguente modificarsi dei gusti alimentari, ha coinvolto e coinvolge anche l'Italia. Si pensi che, gran parte della nostra spesa proviene dall'estero: la bistecca parla francese, il prosciutto danese, gli scampi thailandese. Perfino gli spaghetti, simbolo della cucina di casa nostra, sono prodotti con frumento canadese, francese o russo.

A tutela del nostro patrimonio alimentare e gastronomico, sono stati introdotti appositi strumenti. La *Denominazione di Origine Protetta* (DOP) è un marchio di origine che viene attribuito a quegli alimenti le cui peculiari caratteristiche qualitative dipendono essenzialmente dal territorio in cui sono prodotti. L'ambiente geografico comprende sia fattori naturali (clima, caratteristiche ambientali), sia fattori umani (tecniche di produzione tramandate nel tempo,

artigianalità) che, combinati insieme, consentono di ottenere un prodotto inimitabile al di fuori di una determinata zona produttiva. Affinché un prodotto sia DOP, le fasi di produzione, trasformazione ed elaborazione devono avvenire in un'area geografica delimitata. Chi fa prodotti DOP deve attenersi alle rigide regole produttive stabilite nel disciplinare di produzione, e il rispetto di tali regole è garantito da uno specifico organismo di controllo.

La certificazione IGP può essere considerata la “sorella minore” della DOP, poiché prevede norme molto meno stringenti rispetto a quest'ultima, che si concretano in un legame con il territorio molto più blando e con discipline di produzione molto più flessibili. In concreto, la IGP risulta molto meno utile rispetto alla DOP poiché, di fatto, nessuna caratteristica importante del prodotto è garantita al 100%.

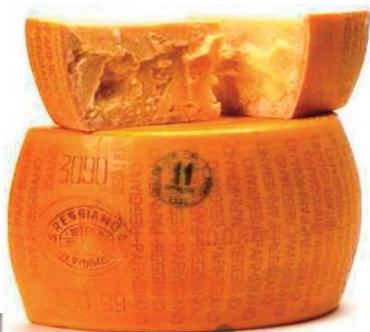
Per poter ottenere questa certificazione un prodotto deve avere le seguenti caratteristiche:

- *essere originario della regione;*
- *una determinata qualità, la reputazione o un'altra caratteristica devono essere attribuite all'origine geografica;*
- *la produzione e/o trasformazione e/o elaborazione devono avvenire nell'area geografica determinata.*

Rispetto alla certificazione DOP, che prevede un forte legame con il territorio, la IGP ne impone uno più blando: è sufficiente che UNA determinata qualità (e non la qualità in toto dell'alimento) sia attribuibile all'origine geografica.

Il terzo punto rappresenta la differenza più importante tra i prodotti DOP e IGP e che rende quest'ultima molto meno efficace per quanto riguarda le garanzie che offre ai consumatori. Infatti nulla ci garantisce riguardo la provenienza delle materie prime, in quanto per ottenere la certificazione è sufficiente che il prodotto venga trasformato o elaborato nell'area interessata. Quindi la certificazione da sola non basta per garantire l'origine delle materie prime, ma occorre conoscere le caratteristiche del singolo prodotto certificato.

Formaggio Parmigiano Reggiano ↓



Mozzarella di bufala campana ↓



ilmiolibro.it



Prosciutto crudo di Parma ↑

↑ Marchi IGP e DOC

Farmer's Market e sostenibilità

Ho vivo il ricordo di me bambino a gironzolare fra i banchi del mercato assieme a mia madre che faceva la spesa, e altrettanto vivo il ricordo del canto del *parulano*¹⁶ che annunciava il suo arrivo, ma soprattutto promuoveva la propria preziosa mercanzia costituita da melanzane, peperoni, patate, zucchine, e scuoteva le calde e silenziose giornate delle vacanze estive trascorse da mia nonna.

Dal mercato, con mia madre, tornavamo carichi di buste di plastica bianche o blu, che, una volta a casa, io fremevo per aprire e dalle quali tiravo fuori quei sacchetti di carta ruvida e beige che scartavo sempre con stupore e meraviglia: quei colori, quei profumi, quelle perfette irregolarità delle forme e quelle storie - fatte di terra, lavoro, uomini, sole e pioggia - che ogni frutto - dalle buste estratto - mi raccontava, erano per me un'attrazione irresistibile. Con mia nonna non potevo soddisfare la mia curiosità di frugare fra buste e sacchetti: la spesa, mia nonna, la faceva direttamente dal balcone, dal quale si affacciava richiamata dal canto del *parulano*. Assistevo, però, con interesse alle contrattazioni fino a che, raggiunto l'accordo, il *parulano* svuotava la sua bilancia in ferro, colma di peperoni, zucchine e melanzane, direttamente nel cesto di vimini che mia nonna mi aveva fatto calar giù. Anche se entrambi i ricordi si riferiscono al medesimo periodo, il decennio '70-'80, ma in due distinti contesti, quello *urbano* - la città di Roma - e quello *rurale*, dell'isola di Procida, possiamo distinguere differenti modalità e strumenti. In particolare la presenza, nel primo caso, delle buste di plastica.

I beni acquistati rispondevano, invece, a caratteristiche simili: ovviamente, nel primo caso, provenienti da una *grande produzione* adeguata a rifornire un mercato vasto come quello di una città, mentre nel secondo caso provenienti da una piccola produzione, in un ciclo diretto tra contadino e consumatore. Ma sia i prodotti della città che quelli dell'isola avevano una caratteristica comune: la *stagionalità*. Nel corso degli anni le confezioni hanno assunto un ruolo - ed un costo - sempre più significativo mentre frutta e verdura da "stagionali" sono oggi disponibili 365 giorni l'anno.

Certo, non si può mettere in dubbio l'utilità dell'imballaggio che - oltre a rispondere a precise esigenze di trasporto e stoccaggio - preserva gli alimenti dall'attacco di agenti esterni e ne favorisce la migliore conservazione, ma per quel che riguarda gli alimenti non di stagione





↑ Mercato ortofrutticolo di coltivatori diretti

ci sarebbe da chiedersi se ce ne sia un reale bisogno o si tratti di una forzatura dell'industria e dei mercati che spingono verso un consumo continuo ed esasperato.

Sarebbe impossibile pensare di poter avere ancora il "parulano", il venditore ambulante con il mulo, ma è pur vero che alcune dinamiche della produzione e distribuzione attuale andrebbero, sicuramente, riviste.

Ed è quello che in un certo qual modo si sono ripromessi di fare i produttori agro-alimentari riunitisi attorno al fenomeno dei *Farmer's Market* (mercato dei contadini) o della *filiera corta*. Si tratta, come dice il nome, di mercati dove vengono messi in vendita prodotti ortofrutticoli, direttamente dal produttore al consumatore. Prodotti "a km zero", si dice, anche, in gergo ecologista. Meno camion che portano verdura da una parte all'altra del paese, meno consumi e meno immissione di sostanze inquinanti nell'ambiente.

I mercati del contadino si ripromettono inoltre di fungere da luoghi di convivialità, dove è possibile fermarsi, parlare, dove fare la spesa non è più solo un atto "funzionale" e alienante, ma un tempo riconquistato al piacere e alla socialità; di vendere prodotti su scala locale, provinciale-regionale (l'idea è di evitare il trasporto su lunghe distanze e di riscoprire il rapporto con il proprio territorio), offrire i propri spazi anche alle *agricolture di fatto* (i piccolissimi produttori, come chi coltiva per l'autoconsumo, che periodicamente hanno delle eccedenze da vendere); garantire il rispetto delle *stagionalità*, quindi una qualità maggiore e la riduzione degli eccessivi consumi energetici.

Ridurre le ricadute sull'ambiente potrebbe significare anche trovare una valida alternativa all'uso smodato delle buste in plastica. Ogni anno si stima che ciascuno di noi getti nella spazzatura circa *mezzo quintale di plastica*, per la maggior parte proveniente dalle confezioni di prodotti che acquistiamo. Sacchetti, vaschette, bottiglie, flaconi, possono essere prodotti con diversi tipi di plastica, ma tutte hanno in comune una caratteristica: per sparire dall'ambiente, dopo il loro uso, impiegano centinaia di anni. A meno che non vengano incenerite, ma in ogni caso i costi di smaltimento e l'inquinamento prodotto sarebbero sempre più rilevanti.

Per produrre i 100 miliardi di sacchetti di plastica utilizzati annualmente in Europa si consumano 700.000 tonnellate di petrolio e si aggiungono nell'atmosfera 1,4 milioni di tonnellate di CO₂ (gas serra) all'anno.

Le buste, *shopper*, sono in gran parte importate da Cina, Malaysia e Thailandia. I governi

di Francia e Italia e talune organizzazioni agricole e ambientaliste stanno promuovendo come alternativa l'uso di sacchetti *biodegradabili* - realizzati con le cosiddette plastiche "bio" (cioè ottenute da materia prima biologica) - almeno per quei prodotti per i quali le bioplastiche offrono prestazioni soddisfacenti.

In Italia, anticipando i termini imposti dalla direttiva che entrerà in vigore dal 1 gennaio 2010 e che prevederà il divieto di produzione e commercializzazione di sacchetti di plastica non biodegradabile, gli operatori della grande distribuzione alimentare - tra essi *Sma*, *Esselunga* e *Coop* - hanno già avviato la distribuzione di sacchetti biodegradabili e si impegnano, anche attraverso campagne di sensibilizzazione, nella promozione di una cultura sostenibile che contrasti gli sprechi e l'inutile accumulo di rifiuti.

La domanda di plastiche biodegradabili sembra crescere in tutto il mondo industriale, anche se resta confinata ad una piccola nicchia. Sono davvero una soluzione? Proviamo a capirlo. I sacchetti più diffusi, quelli per la spesa cosiddetti *shoppers*, sono fatti in *polietilene*; un materiale plastico derivato del petrolio, formato da molecole che sono lunghe catene di atomi di carbonio (*polimeri*) con appesi atomi di idrogeno. Le caratteristiche fisiche di questi polimeri ne fanno un materiale duttile e resistente, ma anche praticamente indistruttibile quando viene disperso nell'ambiente. Gli shopper che finiscono interrati con i rifiuti urbani rimangono nel suolo per centinaia di anni, e si possono distruggere solo nei forni di incenerimento. Il che, lo abbiamo detto, produce però inquinamento dell'aria con emissione di *gas serra* (CO₂), nonché *scorie* e *fumi tossici*.

Le molecole delle bioplastiche sono anch'esse dei polimeri, ma con una struttura e una composizione diversa, che consente agli agenti naturali di aggredire le lunghe catene di atomi spezzandole e riducendole a componenti che possono essere assorbiti dall'ambiente senza effetti tossici, e che addirittura possono sostenere la vita di organismi, dai batteri alle piante. Oggi si trovano sul mercato due tipi di plastiche biodegradabili, ottenute a partire dall'amido di mais, di patate o di grano. Uno è il *Mater-Bi*, costituito da amido allo stato naturale, opportunamente trattato e mischiato (in proporzione del 50-60%) con altri polimeri sintetici, derivati essenzialmente dal petrolio, ma con procedimenti che ne rendono le molecole biodegradabili. L'altro sono dei *polimeri dell'acido lattico* (PLA), una molecola che si ottiene dalla fermentazione degli amidi.

Il Mater-Bi è prodotto dalla società italiana Novamont, è completamente biodegradabile,



ilmolibrero.it

adatto ad essere utilizzato con i rifiuti organici per produrre *compost*¹⁷. Per sfruttare correttamente queste qualità è però necessario che il sacchetto biodegradabile finisca il suo ciclo di vita nel modo giusto. Usare sacchetti o altri contenitori biodegradabili per poi incenerirli assieme a tutti gli altri rifiuti sarebbe poco conveniente. Per un buon utilizzo di questi materiali è quindi essenziale che si diffonda, capillarmente, la pratica della raccolta differenziata. In questo caso lo shopper in Mater-Bi può essere usato per raccogliere l'umido, sostituendo i sacchetti appositi, che non sempre sono distribuiti gratuitamente e che nei supermercati costano circa 10 centesimi. L'alternativa al sacchetto di plastica sembra dunque disponibile. Il problema che maggiormente ostacola la sua diffusione è per ora il prezzo, decisamente maggiore rispetto ai sacchetti in polietilene.

Ma se nel prezzo di questi ultimi venisse conteggiato anche il loro effettivo costo di smaltimento la differenza non sarebbe così significativa.



↑ Borsa per la spesa in canapa



↑ Shopper "usa e getta" in Mater-Bi

ilmiolibro.it

Fast-food, Slow-food, Street-food, Finger-food e Convenience-food

Nel corso degli ultimi decenni la distinzione tra i modi di cucinare e consumare cibi è diventata sempre più confusa; la “globalizzazione” delle abitudini alimentari, ad opera dei media, dell’apertura dei mercati, della migrazione di popoli e culture e del conseguente sviluppo di ristoranti etnici, è, oramai, un dato di fatto. Il cibo, inoltre, ha assunto valore di vero e proprio *status symbol*, complice la pubblicità che attraverso i media ne esalta tale significato. Così ad esempio i cibi industriali, e non solo, fanno affidamento - per la loro identificazione - sull’aspetto e sul valore simbolico. Il cibo, diventa, in sé insignificante, ciò che significa è il contesto, i valori che veicola: tipicamente di giovinezza, vigore e attrazione sessuale, ricchezza. In realtà dietro ai sapori, agli odori, si nascondono tantissimi significati; dietro al gusto di sedere a tavola, ma anche di stare dietro ai fornelli, esiste una trama fitta di simboli e linguaggi che costituiscono il variegato panorama della scienza culinaria. Il nostro corpo, la nostra psicologia, l’educazione, la cultura, l’ambiente, la storia, sono elementi fondamentali per ripercorrere e capire l’itinerario del piacere, poiché condizionano non solo la preparazione e la presentazione del cibo, ma anche la percezione visiva, olfattiva e la scelta di alcuni sapori al posto di altri. Esistono poi elementi indirettamente legati al cibo e spesso ignorati: anche il desiderio, la creatività, la voglia, l’immaginazione impiegati nel preparare e servire i cibi assurgono a vero e proprio linguaggio. Chi ama cucinare generalmente scopre, ricerca, studia, fa esperienza, agisce secondo le sue conoscenze, i suoi retaggi e cerca - grazie alla fantasia - di comunicare e condividere stati d’animo e passioni attraverso il cibo. “Convivio” rimanda etimologicamente a “cum vivere”, vivere insieme. Mangiare insieme (carattere tipico, se non esclusivo, della specie umana) è un altro modo ancora per trasformare il gesto nutrizionale dell’alimentazione in un fatto prettamente culturale. Ciò che si fa assieme agli altri, infatti, assume un significato sociale, un valore di comunicazione, che, nel caso del cibo, appare particolarmente forte e complesso, data l’essenzialità dell’oggetto rispetto alla sopravvivenza dell’individuo e della specie. I messaggi possono essere di varia natura ma, in ogni caso, trasmettono valori di identità. *Identità economica*: offrire cibi preziosi significa denotare la propria ricchezza. *Identità sociale*: soprattutto in passato, la quantità e la qualità del cibo erano in stretto rapporto con l’appartenenza a un certo gradino della scala gerarchica (il cibo, anzi, era il primo



↑ Logo-marchi di alcuni tra le principali catene Fast-food statunitensi

modo per ostentare le differenze di classe). *Identità religiosa*: il pane e il vino dei cristiani vanno ben oltre la loro materialità, la dieta dei monaci ha sue regole, la quaresima si segnala con l'astinenza da certi cibi; in altri contesti religiosi, certe esclusioni o tabù alimentari (il maiale e il vino dell'Islam, la complessa casistica di cibi leciti e illeciti dell'ebraismo) hanno il ruolo prevalente di segnalare un'appartenenza. *Identità filosofica*: le diete vegetariane legate al rispetto della natura vivente. *Identità etnica*: il cibo come segno di solidarietà nazionale (la pasta per gli italiani, soprattutto all'estero, non è solo un alimento ma anche un modo per recuperare e riaffermare la propria identità culturale; lo stesso vale per il cuscus degli arabi e per tutti i cibi che, in ciascuna tradizione, costituiscono un segno particolarmente forte della propria storia e della propria cultura).

Anche le modalità di assunzione del pasto possono, di per sé, risultare significative: il *banchetto di festa* (battesimi, matrimoni, funerali) non è una *colazione di lavoro*, ne tantomeno una *cenetta a lume di candela*, quindi non solo dal punto di vista tecnico ma anche sul piano simbolico, l'atto del mangiare assume linguaggi e significati specifici. Tutte queste situazioni esprimono contenuti diversi, perfettamente comprensibili perché comunicati con un linguaggio codificato all'interno di ciascuna società. E appunto trattandosi di un linguaggio, *interculturalità* significa non solo disponibilità allo scambio tra culture diverse (come, ad esempio, sta avvenendo nei paesi europei in seguito alla forte immigrazione dai paesi islamici) ma, anche, conoscenza degli altri linguaggi, giacché è evidente che ciascun elemento può assumere, in contesti diversi, diverso significato. Il comportamento alimentare diviene, quindi, un importante "rivelatore": l'uomo è ciò che mangia, certo, ma è anche vero che mangia ciò che è, ossia alimenti totalmente caratterizzanti la sua cultura. In un sistema consumistico quale è il nostro, di riflesso l'atto di mangiare non può che adeguarsi ed assumere i connotati tipici del consumismo: grandi produzioni per grandi consumi. Aggiungiamo a questo il modificarsi dei ritmi quotidiani di vita, spinti dalla folle corsa alla produzione ed abbiamo il quadro perfetto del contesto nel quale nasce e si sviluppa il cosiddetto fenomeno del *Fast-food*, ossia quei *non-luoghi* (come direbbe Marc Augè) preposti a soddisfare i bisogni alimentari in modo rapido ed economico. Anonimo.

Quei luoghi che nascono come fossero autostrade del mangiare, strade a percorrenza veloce, unicamente votate a soddisfare con velocità una funzione: nutrirsi. Premesso che andrebbe, poi, verificato quanto, in concreto, i fast-food rispondano qualitativamente ai bisogni nutrizionali dell'individuo (riferendosi ai pasti serviti si parla di *junk* e *trash-food*, ossia cibo

↓ Cheese-burger



↓ patate fritte



ilmiolibro.it



↑ Cornetto, cono gelato



↑ Pizza Margherita

spazzatura), c'è da dire che gli stessi cancellano completamente il significato sociale ed edonistico del mangiare (se non attraverso abili strategie di marketing volte ad illudere bambini e sprovveduti genitori).

Lo *Street-food*, anche se spesso confuso con il Fast-food e ritenuto emanazione dei nuovi stili di vita globalizzati, è, invece, un rituale antichissimo, tipico delle città portuali, nelle quali il continuo, frenetico movimento delle genti induceva appunto al consumo del cibo in strada. In Italia, seppur diffuso da sempre, non si è mai arrivati a definirlo, forse anche per le numerose sembianze che, nel corso del tempo, assume lungo lo stivale. Venduto su una bancarella, cucinato al momento ed offerto, il più delle volte, su un cartoccio dal quale lo si gusta con una mano sola ed in piedi. Così, nella tradizione di strada italiana - essenzialmente da friggitorie allestite alla bene e meglio - gustiamo la pizza, la piadina, le crocchette di patate, le arancine di riso, le focacce ma anche le caldarroste, le spighe di grano ed i coni gelato mentre dall'estero abbiamo imparato a confrontarci con i sapori nuovi di felafel, doner kebab, pitas, souvlaki, tortillas, sushi, hot dog, spring-rolls. L'elenco è lungo ed impossibile da confondere, vista la varietà nell'offerta di cotture, aromi, ingredienti - con il gusto omologato del Fast-food. Sicuramente, però, merita un breve approfondimento il cono gelato, potendolo considerare tra i primi significativi progetti di food-design. Circa le origini del cono, circolano due differenti versioni: la prima vuol far risalire l'ideazione del cono a Italo Marchioni, venditore di gelati a New York che per ridurre il capitale destinato all'acquisto di bicchieri di vetro - utilizzati per servire il gelato - studiò in alternativa l'uso di cialde arrotolate, e la seconda che data al 1904 la nascita del cono grazie ad un caso fortuito: durante l'Esposizione Universale di Saint-Louis, un gelatiere rimasto sprovvisto di coppette ricorse alle cialde vendute in un banchetto attiguo. Entrambe le versioni sono attendibili, ma resta il fatto che il brevetto N°746971 di Marchioni è datato 1903. Furono, poi, i soldati americani sbarcati in Europa durante la seconda guerra mondiale a riportare sul vecchio continente, nelle sue nuove e svariate forme, l'antico gelato che, seppur originario dell'Italia, aveva qui trovato uno sviluppo molto circoscritto. È nel dopoguerra, infatti, che nasce il gelato industriale divenendo, negli anni del boom, un genere di consumo di massa. Il *Cornetto* vede i suoi natali "ufficiali" nel 1960, anno in cui dopo aver sviluppato un processo di isolamento del wafer dal gelato, il napoletano G.Spica, registrò il nome Cornetto avviandone la vendita.

↓ Finger-food



ilmioribro.it



Slow Food®

↑Logo-marchio Slow-food

Da qualche anno a questa parte sentiamo, sempre più frequentemente parlare di *finger-food*. Ma cosa si intende per *finger-food*? Di fatto, tutti quei cibi in piccole porzioni singole mangiati senza l'uso delle posate e che quindi tendono a stimolare anche il senso del tatto oltre a quelli della vista e dell'olfatto. Toccare un alimento ci ricollega al nostro bisogno primario di sopravvivenza, e mangiare con le mani è un modo di cogliere l'anima dei cibi. Inoltre il *finger-food*, esploso in Italia con il successo dell'*aperitivo*, nasce per un consumo del cibo che diventa momento sociale, evento collettivo.

Nonostante i ritmi sempre più frenetici, c'è chi fa del tutto per invertire la tendenza e fermare il tempo, almeno per mangiare. Esiste, infatti, una filosofia di pensiero che difende strenuamente la tavola e il gusto della convivialità, che apprezza la cucina più tradizionale e che vuole conservare il piacere legato al momento del mangiare bene, magari in compagnia. Il movimento *Slow-Food* nasce, proprio, in contrasto al modello alimentare del *Fast-food* ed implica il ritrovato piacere di un ritmo di vita meno frenetico, che dia spazio ai piccoli piaceri della nostra esistenza, come per esempio quello della tavola e del mangiare sano nel rispetto della tradizione culinaria, rispettando ritmi più lenti e magari conversando con gli altri commensali.

Per lo statuto di *Slow-Food* Italia sono scopi dell'associazione: far acquisire dignità culturale alle tematiche legate al cibo ed alla alimentazione; individuare i prodotti alimentari e le modalità di produzione legati a un territorio, nell'ottica della salvaguardia della biodiversità; elevare la cultura alimentare dei cittadini e, in particolare, delle giovani generazioni, con l'obiettivo del raggiungimento della piena coscienza del diritto al piacere ed al gusto; promuovere la pratica di una diversa qualità della vita, fatta del rispetto dei tempi naturali, dell'ambiente e della salute dei consumatori, favorendo la fruizione di quei prodotti che ne rappresentano la massima espressione qualitativa; sollecitare l'attenzione dell'opinione pubblica verso le tematiche ambientali ed in particolare verso la salvaguardia della biodiversità e delle tradizioni culinarie.

Il manifesto di *Slow-food*, sembra quasi contrapporsi al modello dell'avanguardia futurista: *"Questo nostro secolo, nato e cresciuto sotto il segno della civiltà industriale, ha prima inventato la macchina e poi ne ha fatto il proprio modello di vita. La velocità è diventata la nostra catena, tutti siamo in preda allo stesso virus: la vita veloce, che sconvolge le nostre abitudini, ci assale fin nelle nostre case, ci rinchioda a nutrirci nei Fast food. Ma l'uomo sapiens deve recuperare la sua saggezza e liberarsi dalla velocità che può ri-*

durlo a una specie in via d'estinzione.

*Perciò, contro la follia universale della "fast life", bisogna scegliere la difesa del tranquillo piacere materiale. Contro coloro, e sono i più, che confondono l'efficienza con la frenesia, proponiamo il vaccino di un'adeguata porzione di piaceri sensuali assicurati, da praticarsi in lento e prolungato godimento. Iniziamo proprio a tavola con lo Slow Food, contro l'ap-
piattimento del Fast food riscopriamo la ricchezza e gli aromi delle cucine locali. Se la "fast life" in nome della produttività ha modificato la nostra vita e minaccia l'ambiente e il paesaggio, lo Slow Food è oggi la risposta d'avanguardia. È qui, nello sviluppo del gusto e non nel suo immiserimento, la vera cultura, di qui può iniziare il progresso, con lo scambio internazionale di storie, conoscenze, progetti. Lo Slow Food assicura un avvenire migliore."*

Il Convenience-food può essere considerato un ibrido tra le due tipologie precedentemente esaminate, quella *fast* e quella *slow*: della serie *"mangerei volentieri una fettuccina ai porcini piuttosto che un cheese-burger, ma ho fretta e non ho il tempo né la voglia di prepararla"*. Ed è in risposta a questa diffusa esigenza che l'industria alimentare ha messo in produzione piatti caldi o freddi che non hanno bisogno di nessun'altra lavorazione prima di essere consumati - al massimo vanno scaldati. L'attitudine alla cucina è diventata sempre più rara, sia per mancanza di tempo che di cultura ed i piatti pronti raccolgono un sempre maggior successo tra i consumatori. Nell'offerta del convenience-food è possibile trovare di tutto: piatti classici della tradizione e cibi etnici, oltre ad un vasto campionario di pietanze precotte e surgelate. In linea di massima distinguiamo due categorie di alimenti "convenience": prodotti *freschi* pronti da usare (verdure surgelate, carni, risotti, paste, zuppe in busta) e prodotti precotti *surgelati*, da scaldare in padella o al micro onde. In linea più generale potremmo includere nella categoria del convenience anche la pasta, il pane, le scatolette di carne, di tonno, i pomodori pelati; insomma, volendo appropriarsi di un termine *industriale*, tutti quei prodotti *semilavorati*. Addirittura, negli ultimi anni si è diffusa la tendenza di ricorrere a cibi convenience anche da parte degli operatori della ristorazione (in particolare, tavole calde, bar, mense aziendali), per i quali, spesso, risulta più conveniente limitarsi a riscaldare cibi semi-pronti piuttosto che pagare un cuoco.



↑ Finger fish, bastoncini di merluzzo



↑ Texturas, confezioni di sostanze additive per alimenti

L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA IN CUCINA

Il design, l'arte di progettare può essere intesa come l'abilità simbolica di sottrarre la natura (forse oggi sarebbe meglio dire, ricreare la natura, visto il continuo sviluppo di materiali artificiali) e ridurla in cultura (l'oggetto realizzato). Cucinare significa esattamente la stessa cosa: piegare la natura (gli ingredienti, i materiali grezzi) e trasformarla in cultura (il piatto finito). In entrambi i casi, si tratta di un processo alchemico, quasi magico.

Ad oggi - un designer - per essere competitivo deve non solo avere capacità creative, di sintesi spaziale ed esser dotato di notevole gusto estetico: deve, innanzitutto, conoscere la materia ed essere in grado di plasmarla, se non addirittura reinventarla. Di sedie, librerie e tavoli dalle forme sinuose o spigolose, in stile neo-barocco o minimalista, ne abbiamo visti a migliaia. Quello che differenzia i prodotti e decreta il successo di uno di essi su gli altri, è l'aver utilizzato, per quel progetto, il materiale più performante e la tecnica di produzione più idonea (ossia *rapida ed economica*: dovremmo aggiungerci anche *sostenibile!*). Fare design diviene sinonimo di innovare, considerare una progettualità che parte ancor prima dell'intuizione morfologica ed estetica, ossia che arriva a definire ed a creare il materiale stesso sulla base delle caratteristiche prestazionali desiderate. E l'innovazione non può che, chiaramente, seguire ad una fase di sperimentazione.

La costante ricerca nel campo delle tecnologie, unita alla creatività e al coraggio di progettisti ed aziende, hanno, quindi, contribuito all'ideazione e alla produzione di nuovi utilissimi strumenti per interpretare, utilizzare la natura/materia.

Nel caso della cucina ci riferiamo alla creazione di macchine, attrezzi necessari a cuocere ed a trattare gli alimenti; sofisticati strumenti che anche se, ad oggi, quasi esclusivamente riservati ad un ambito gastronomico professionale, presto diverranno di uso comune e troveranno piena diffusione nelle cucine domestiche. Se per secoli cucinare voleva dire arrostitire sulla *fiamma viva*, poi sulla *brace*, in *buche sotto terra*, in *acqua bollente*, poi sul *gas*, in *forni elettrici* e così via fino alle modalità tipiche dei nostri giorni, da qualche anno si

↓ Sifone



↑ Kit per sferificatore



↑ Ostrica virtuale, Davide Scabin

sono diffuse modalità e tecniche di cottura completamente nuove. L'utilizzo della materia alimentare (gli ingredienti) è molto simile, per modalità ed innovazione, a quello dei materiali compositi sfruttati nel design e in architettura: attraverso particolari lavorazioni, rese possibili dalle sofisticate tecnologie, dall'uso di additivi e grazie al pieno controllo dei processi fisici e chimici che intercorrono nelle varie fasi, si riesce ad ottenere un risultato che va ben oltre il solo fine di plasmare un materiale, dargli una nuova forma - che lo renda *oggetto* - ma che addirittura dona ad esso una nuova materialità, fisicità (e gusto), ampliando così lo spettro percettivo (emozionale, sensoriale) di chiunque ne entri in relazione. Così nasce, ad esempio, *l'Ostrica virtuale* di Davide Scabin, dove una mandorla (abilmente trattata) diventa un'ostrica sia in termini di gusto che di tatto; lo stesso chef, invita i suoi clienti a gustare la portata ad occhi chiusi.

Altrettanto accade per la *cucina molecolare*, nella quale *l'incipit* diventa trattare gli alimenti ed i processi che li coinvolgono - in fase di cottura - in maniera scientifica, ed intervenire, consapevolmente, in tali processi in modo da controllarli e dirigere il risultato verso specifici obiettivi. La cucina molecolare può quindi esser definita una disciplina scientifica che pone come suo fine quello di trasformare l'atto di cucinare da una disciplina empirica ad una vera e propria scienza.

Il complesso di studi e sperimentazioni che definiamo "gastronomia molecolare" si sviluppò sul finire degli anni ottanta presso il Collège de France di Parigi grazie all'opera di Hervé This (fisico e gastronomo) e di Pierre Gilles de Gennes (Premio Nobel per la Fisica nel 1991). In Italia lo studioso di maggior spicco è Davide Cassi, del Dipartimento di Fisica dell'Università di Parma. Nel 2003 lo stesso Cassi insieme al cuoco Ettore Bocchia redigono il "Manifesto della Cucina Molecolare Italiana", che rifacendosi ai dettami francesi tende però a preservare i sapori tradizionali italiani. La nascita ufficiale è comunque da stabilirsi nel 1990 a seguito del primo Atelier Internazionale di Gastronomia Molecolare tenutosi ad Erice in Sicilia. La sua teorizzazione informale è comunque molto antica, andando di pari passo con le ricerche empiriche e non sistematiche degli autori e dei cultori di ambito gastronomico. In ambito applicativo, i principi propugnati dalla gastronomia molecolare hanno portato all'invenzione e sperimentazione di nuove modalità di preparazione, cottura, abbinamento e presentazione dei cibi: il congelamento attraverso *l'azoto liquido*, l'uso alimentare del *tabacco*, la *frittura nello zucchero*, l'uso del *vuoto spinto* per la preparazione di mousse e meringhe, ecc.



↑ Abbattitore di temperatura

Oggi parlare di cucina “molecolare” risulta, quasi, obsoleto e i gastronomi già banchettano con termini nuovi quali cucina *technoemozionale*, *d'avanguardia*, *meta-cucina*. Ma al di là delle etichette, cosa, di fatto, sta accadendo? Dopo il lungo periodo della *Nouvelle Cuisine*, in cui fu la Francia ad avere il predominio gastronomico, la successiva definizione della cucina molecolare e l'affermarsi di un approccio alla destrutturazione del piatto, assistiamo al diffondersi di molteplici identità nazionali gastronomiche e, tratto comune a tutte, al manifestarsi di un primato “concettuale”, delle idee sulla materia prima (gli alimenti); e ciò rappresenta, sicuramente, la volontà di indurre a riflettere su quanto la nostra civiltà, opulenta e sazia di alimenti, abbia l'urgente bisogno di ritrovare idee, valori e concetti capaci di stimolare e divertire. Anche in tavola. Ecco quindi che, grazie alla tecnologia, nuove modalità di presentazione, fruizione dei cibi sono rese possibili; un nuovo approccio al consumo dei cibi viene proposto, *i menù degustazione*, che molto si avvicinano al concetto di sfilata di moda - non intesa come evento *glamour* ma come incontro totale con l'opera dell'artista; per citare Roland Barthes, riguardo al cibo giapponese “...*non è altro che una collezione di frammenti, in cui nessuno appare privilegiato da un ordine di ingestione. Mangiare non significa rispettare un menù, ma prelevare con un tocco leggero del bastoncino, un colore, un altro, in balia di una sorta di ispirazione...*” Con la cucina *technoemozionale*, assistiamo alla diffusione di una nuova forma del gusto, che propone - attraverso il sapiente e creativo impiego della tecnologia - il confronto con sapori, temperature e consistenze ancora sconosciuti, e che si riferisce, principalmente, all'ambito sensoriale ed intellettuale attraverso l'ironia, la riflessione e la provocazione.

E' in corso un significativo dibattito su quanto la tecnologia possa in realtà rischiare di avere il sopravvento sulla cucina intesa come forma d'arte, ossia quanto l'artificio tecnico possa condurre a risultati strabilianti, sul piano formale ed estetico, ma privi di poesia, gusto e significato. Certo l'arte si è sempre alimentata con la sperimentazione; i nuovi linguaggi artistici hanno sempre trovato voce grazie a nuove tecniche e modalità espressive, aventi loro stesse una intrinseca capacità comunicativa. Del resto l'evoluzione tecnologica è strettamente legata alla società, inducendo in essa inevitabili mutamenti e come afferma Gualtiero Marchesi “...*il vero maestro di cucina è colui che non solo interpreta la società nella quale vive, ma ne intuisce le esigenze ancora inconscie o che stanno per rivelarsi...*”. Ecco quindi che la poesia e l'arte in cucina non possono prescindere dall'uso di tecniche e modalità innovative per la preparazione dei cibi.

Per concludere ancora una citazione, di Paolo Lo Priore: *“La tecnica fa parte della persona, l'arte della personalità”*.

Tra le principali novità in fatto di preparazioni e cotture, notiamo l'interesse diffuso per consistenze inusitate, rese possibili dal sempre maggior uso di sostanze additive (come accade nel design in particolare con le materie plastiche) e da nuove e sofisticate modalità di cottura.

Le sostanze additive maggiormente utilizzate (alcune delle quali naturali altre sintetiche) sono i *gelificanti* (agar-agar, colla di pesce, metilcellulosa), gli *addensanti* (farina di semi di Carruba, gomma Xantana), gli *emulsionanti* (Lecitina, Estere di saccarosio) ed i *gas* (anidride carbonica, azoto). Ovviamente l'uso *alchemico* di queste sostanze richiede la profonda conoscenza della materia prima oltre che il pieno controllo delle modalità d'utilizzo dei sofisticati strumenti divenuti indispensabili nelle cucine professionali. *Abbattitori di temperatura, sifoni, roner per cotture sottovuoto, paco-jet, termometri a infrarossi*, ma anche carte speciali come *fatapaper* o ancora tutti quegli strumenti (come gli *sferificatori*) che non intervengono nelle fasi di cottura degli alimenti ma si *limitano* a dar loro forme altrimenti impossibili.



↑ Fatapaper, carta speciale per cotture

↓ Gelificante, Agar-agar



ilmiolibro.it



↑ Emulsionante, Lecitina di soia

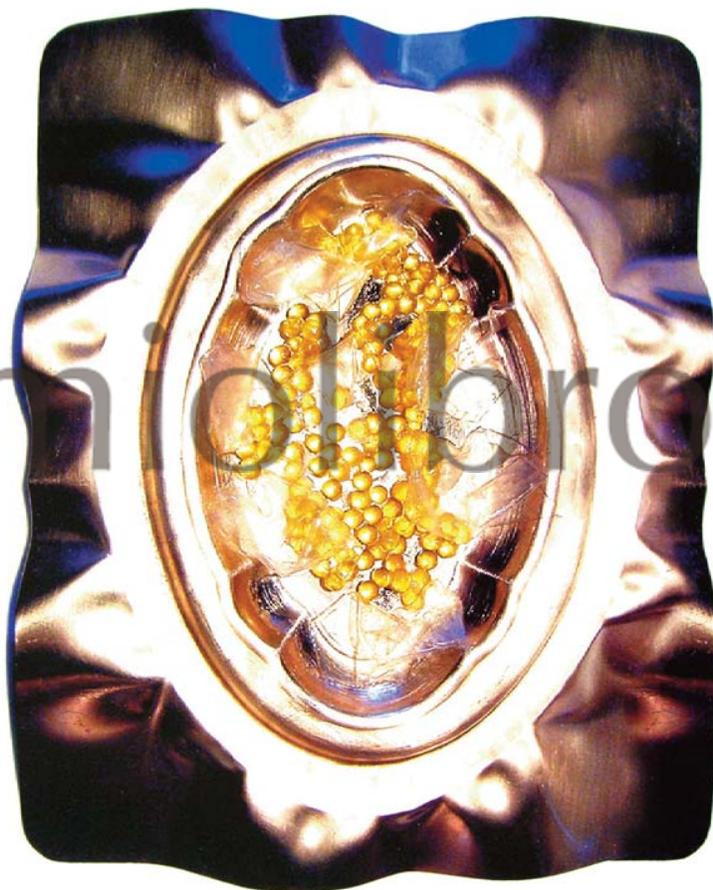
Gli chef e le nuove tendenze gastronomiche

La cucina italiana ha da sempre riscosso notevole successo in tutto il mondo: ciò detto, *a fare scuola* - negli ultimi cinquant'anni - in ambito gastronomico, sono stati prima i francesi, con la loro *Nouvelle Cuisine*, poi gli spagnoli, che capeggiati dal catalano *Ferran Adrià* da circa un decennio hanno rivoluzionato il mondo della cucina, dalla concezione del piatto alla sua fruizione. La *Nouvelle Cuisine*, espressione coniata dai critici, Christian Millau e Henri Gault, fa riferimento allo stile culinario creato da un gruppo di chef, tra i quali Paul Bocuse, Michel Guérard e Roger Verge, la cui attività si impose negli anni '60 e '70, presentando tratti caratteristici ben precisi: l'esaltazione del gusto e del colore degli alimenti, l'uso scarsissimo di grassi, zuccheri e sale o la combinazione di frutta con carne e pesce.

Influenzata dallo stile giapponese, la *Nouvelle Cuisine* si basa sulla presentazione di piccole quantità di cibo, che vengono servite in modo artistico in piatti molto grandi. La presentazione del cibo (che implica quindi un necessario, fondamentale approccio progettuale alla realizzazione del piatto) gioca così una parte determinante nella riuscita di una buona ricetta.

Per quanto riguarda Ferran Adrià basti dire che nel 2004 è stato incluso nella lista, compilata da *Time*, dei cento uomini più influenti al mondo. Nella cucina di Adrià, non ci sono confini e limiti, a priori. L'idea è solo il punto di partenza, a cui segue uno studio di fattibilità. Adrià ha estremizzato il ricorso alle tecniche, a qualsiasi tecnica possa avere un risvolto felice in cucina. Non si nega nulla, anche a livello di materie prime. Al *Bulli*, il suo ristorante, non ci sono ingredienti nobili e ingredienti plebei; l'importanza di un piatto non la determina l'aragosta piuttosto che l'acciuga, ma la qualità del percorso compiuto per giungere a quel risultato.

Dal canto nostro con Gualtiero Marchesi e con giovani professionisti come Massimo Bottura, Carlo Cracco, Paolo Lo Priore e Davide Scabin (alcuni dei quali formati proprio con Marchesi), possiamo vantare una serie di eccezionali e creativi chef il cui indiscusso valore è riconosciuto a livelli internazionali. Riguardo Gualtiero Marchesi, senza alcun dubbio possiamo considerarlo colui che più di tutti (e per primo) ha saputo sprovvincializzare la cucina italiana, rendendola internazionalmente colta e facendola uscire dai rigidissimi e scontati



↑ Ferran Adrià, olio di oliva extra-vergine incapsulato, con pancetta iberica virtuale

canoni del gusto e dell'olfatto per chiamare in causa l'intelletto e l'apparato emozionale. Così lo stesso Marchesi definisce la sua cucina: "... *Cerebrale e passionale al contempo. La cucina deve stupire con la semplicità. Deve coinvolgere il cuore e la mente, oltretutto i sensi, non cedendo però ad emozioni facili ed immediate, che non implicino anche la profondità e la riflessione...*"

Per Marchesi la cucina equivale ad una forma d'arte totale, e come tale, per essere vera deve interpretare il periodo storico nel quale nasce e si sviluppa, in un'opera di recupero continuo del passato e di proiezione verso il futuro. L'innovazione non può quindi prescindere dalle proprie radici: il passato e la tradizione.

E' sono proprio questi gli elementi che segnano una netta differenza con la cucina dello spagnolo Adrià, che al contrario sviluppa i suoi piatti con una modalità creativa a tutto tondo, dall'ideazione di nuove tecniche di cottura e lavorazione degli alimenti fino all'accostamento di sapori e consistenze mai sperimentate prima. Sia che di derivazione catalana, piuttosto che francese o italiana, l'elemento che accomuna le nuove tendenze gastronomiche è la voglia di dar vita ad una cucina che sappia emozionare, stupire e colpire l'intelletto così come il palato. E' una ricerca di un linguaggio *altro*, che va al di là della cucina intesa come il naturale atto di nutrirsi o l'intento conviviale di unire attorno ad una tavola, e che sa superare gli oramai consolidati codici espressivi del cucinare ed andare oltre il limite stesso imposto dalla materia per riappropriarsi della capacità di sorprendere e suscitare emozioni. E' sicuramente questa una dinamica che ritroviamo sia nel design che nell'architettura moderni, ossia la sempre maggior progettualità che tende ad estremizzare il concetto di materiale a vantaggio dell'immateriale, attraverso l'uso di consistenze inusitate e di trasparenze assolute. L'oggetto, sia esso un museo o un personal computer, tende a divenire sempre più leggero, quasi invisibile, effimero. Verrebbe da pensare che si tratta di un processo che tende a materializzare la funzione a scapito della forma. Ma non ritengo sia così. Nel progetto moderno non esiste solo forma e funzione, bensì un nuovo carattere che supera entrambi in importanza e che potremmo considerare come l'anima, la parte emozionale di qualsiasi artefatto: il desiderio di creare relazioni, tra noi, i nostri simili ed il mondo che ci circonda. Quel desiderio frutto della società dell'informazione globale, la società del web e degli ipertesti, nella quale ogni cosa esiste se e solo se in relazione ad un resto e la cui esistenza "digitale" non ha né una forma né tantomeno una funzione materiale, tangibile. Così, se per

↓ **Carlo Cracco**, Verdure essiccate



↑ **Josean Martinez Aluja**, Caseina battuta di latte fresco con succo gelato di fragole e meringa alla violetta

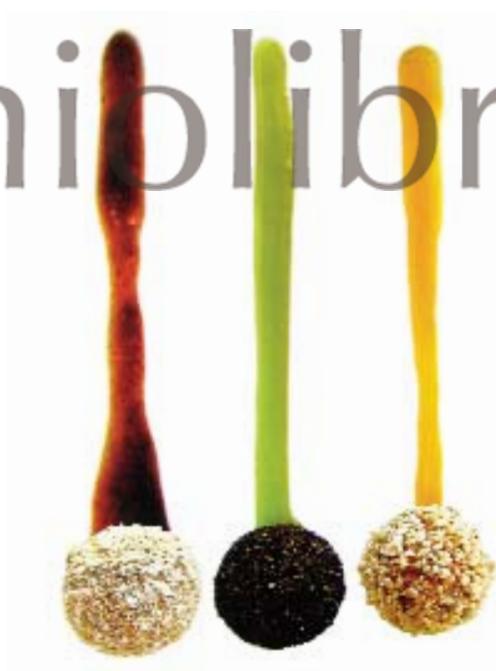
↓ Massimo Bottura, Compressione di pasta e fagioli



Diller+Scofidio, Blur Building ↑

design intendiamo quella disciplina progettuale capace di creare gli strumenti necessari a mettere in relazione l'uomo con le proprie attività, oggi bisogna tener conto che gran parte di queste attività non sono più materiali, ma virtuali. Il progetto è cultura ed in quanto tale si evolve, rispondendo alle esigenze di una società che a sua volta cambia e si trasforma. Sono convinto che è in ragione di ciò, che le nuove forme di progettualità tendono a sollecitare nuovi processi percettivi, ripensando le forme della materia, attraverso nuovi modi di interpretare la materia stessa. La nube gassosa di Diller+Scofidio, resta architettura così come la compressione di pasta e fagioli di Massimo Bottura resta cucina. Anzi non restano, ma liberano, l'architettura dal costruire e la gastronomia dal cucinare. *"L'arte degna di questo nome non rende il visibile, ma suggella gli occhi sull'invisibile."* (Paul Klee)

ilmigliolibro.it



↑ **Pedro Subijana**, Palline di foie gras freddo alle cipolle, mele e mais

IL DESIGN E L'ARCHITETTURA NEI LUOGHI DEL CIBO

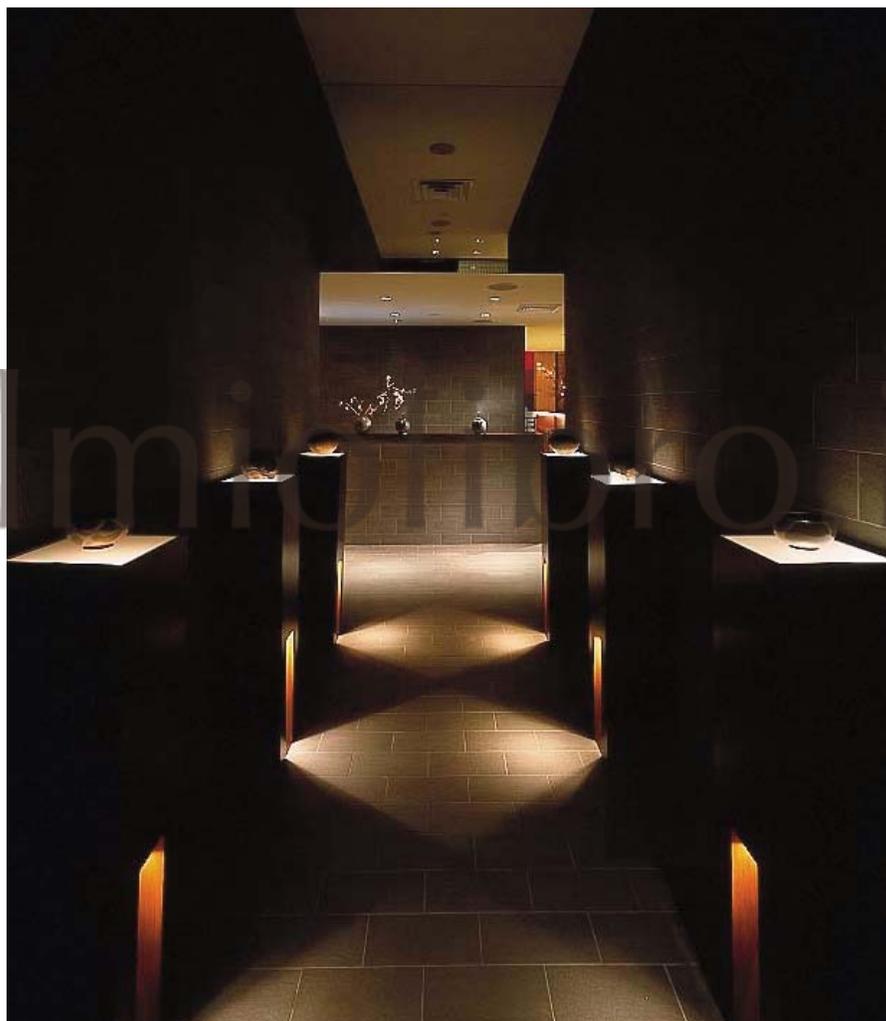
Non solo cibo. Nei locali del mangiar bene si scopre il piacere di gustare ottimi piatti in ambienti che uniscono il piacere di stare in tavola alla ricercatezza di architetture d'interni ed arredi di design capaci di sintetizzare al meglio il concept gastronomico.

La rinnovata attenzione verso il cibo, la sua preparazione, presentazione e fruizione, influisce ed influenza così, inevitabilmente, quegli spazi che al cibo sono dedicati implicando per essi la stessa attenzione progettuale. Sicuramente, oggi, il successo di un ristorante è legato non solo alla qualità dei piatti proposti ma anche alla qualità degli ambienti, che possono essere indistintamente eleganti, piuttosto che informali o trasgressivi.

Mangiare è sempre più un'esperienza totalizzante che coinvolge oltre al palato, altri sensi sollecitati e preparati all'esperienza del mangiare, *di quel mangiare*, proprio attraverso la percezione e l'analisi "concettuale" dello spazio circostante. Più semplicemente potremmo dire che il cibo in quanto "*linguaggio*" porta con sé significati e valori, evoca modi di essere, status sociali che non possono essere stilisticamente "*discordi*" dallo spazio nel quale essi debbono vivere ed alimentarsi.

Da ciò se ne deduce che il progetto d'interni di un locale passi necessariamente attraverso l'analisi dell'offerta gastronomica che si vuole proporre. Ed è vero: come vero è che, in taluni casi, è lo stile degli ambienti a condizionare la proposta gastronomica. Così un locale progettato con materiali innovativi, una divisione degli spazi moderna e dinamica, difficilmente proporrà una cucina di tradizione mentre la rielaborazione di forme e materiali tipici del "territorio", unita al minimalismo delle linee, degli spazi e delle funzioni ad essi associate, sicuramente richiederà ad una cucina semplice e tradizionale. Alla luce di tutto ciò, ecco che nel progetto degli spazi destinati al mangiare diviene sempre più stretta la cooperazione tra architetti, designer e chef, non più finalizzata alla realizzazione di un semplice luogo per mangiare, ma mirata all'ideazione di uno spazio "culturale", significativo eificante all'interno del quale il cibo diventa "*mezzo e messaggio*".

↓ Megu, New York



↓ Gilt, New York



↓ Framebar, Atene



↑ Ketum Bar, Roma

↓ Banq, Boston



↓ Olivomare, London



↑ Least, Amburgo

↓ ↓ **BlkBird**, Chicago



ENODESIGN

Un seppur breve cenno è quanto mai opportuno dedicarlo all'ambito progettuale legato al vino. Tale è infatti il numero di produttori, operatori e/o semplici degustatori ed appassionati del vino, che non possiamo tralasciare di citare alcuni dei progetti che agli stessi si rivolgono.

In una scala ampia è da segnalare la particolare attenzione che i grandi produttori rivolgono alla progettazione architettonica delle loro Cantine, sia per rispondere ad una necessità *tecnica* - ossia "costruire" attorno al vino quell'ambiente ideale alla produzione e conservazione (temperatura, umidità, luce) - ma anche - viste la nuova tendenza delle cantine che si aprono all'esterno divenendo mete di tour e pellegrinaggi all'insegna dell'eno-gastronomia, per rispondere ad un fatto squisitamente estetico e di comunicazione; il buon vino racchiude in se valori artistici, culturali ed edonistici e come tale non può che nascere e maturare in un luogo che al meglio rimanda a tali concetti. Ecco che la cantina diventa un luogo magico, una cattedrale, nelle intenzioni e nelle forme importanti ed esteticamente imponenti, come ad ogni luogo sacro si addice. Tra esse è doveroso menzionare il lavoro realizzato nel 2003 da Franck'O Ghery per le *Cantine del marques de Riscal* ad Elciego in Spagna. Il particolarissimo tetto, in pieno stile *O' Ghery*, è l'elemento più rilevante e visibile, realizzato come fosse una struttura magica, fluente, cangiante, le cui linee fluttuanti sono paragonate sia alla mescolta del vino sia allo scorrere della vita, contribuisce ad inserire questa cantina nei circuiti turistici.

Tra i tanti progetti interessanti, citiamo, inoltre, la cantina *Antinori* realizzata dall'architetto Marco Casamonti e progettata dallo studio Archea Associati di Firenze.

Vero gioiello sotto il profilo progettuale e ingegneristico, la Cantina di Casamonti si presenta come una suggestiva astronave, dolcemente inserita nel paesaggio toscano. Un edificio concepito come una sequenza di volte e navate, incassate nella terra e costruite a partire

ilmiolibro.it



↑ **Swing**, calice da vino di Gum Design

↓ **Cantine del Marques de Riscal**, di Frank O'Ghery - Elciego, Spagna



↑ **Cantine Antinori**, di Casamonti+Studio Archa, Siena

da un drappeggio di cotto, che ne colora la luce interna. Un progetto talmente armonizzato con il contesto naturale in cui è inserito, da presentare come facciata dell'edificio la collina stessa, mentre come copertura il vigneto. Strade, piazzali di carico e scarico merci, parcheggi, impianti e ogni altro elemento accessorio utilizzano il sottosuolo, per non offendere il paesaggio circostante.

L'edificio, che sorge nel cuore del Chianti, oltre a essere concepito come culla che accompagna l'uva dalla sua nascita ai singoli passaggi fino a quello dell'imbottigliamento, è stato pensato anche come luogo di accoglienza per il pubblico; la struttura, al suo interno, ospita infatti un museo, attraverso il quale sarà possibile intraprendere un percorso alla scoperta dei segreti su come viene prodotto e conservato il vino, un frantoio, un forno, uno spaccio con i prodotti tipici della zona e un ristorante.

Riferendoci a progetti in scala più ridotta e più strettamente legati al consumo del vino - insomma al "design" di strumenti ed accessori, assistiamo in questi anni ad un gran proliferare di proposte, alcune rivolte ad un'utenza "professionale" altre, più ironiche, pensate per i semplici appassionati. In negozi specializzati quanto in centri commerciali è facile trovare *oggetti* per il vino dalle forme e dalle funzionalità più disparate, alcuni semplici rivisitazioni di collaudati utensili, altri che rappresentano, invece, vere e proprie novità in fatto di *strumenti* per il vino. Ecco quindi, parallelepidi cavi in alluminio verniciato come vassoi



↑ UU22, Vassoio da vino di Minimula

porta bicchieri, semplicissimi anellini colorati in materiale plastico che diventano segna-bicchieri, cavatappi in acciaio inox dalle forme elegantemente scultoree o totem in alluminio per esibire e conservare la propria collezione di vini.

Non mancano progetti innovativi legati al packaging come i calici mono-uso in plastica, o le eleganti e colorate confezioni di vino francese di qualità in tetra-pack.



↑ **Identity**, segna-calice di Pulltex



↑ **Cino**, cavatappi di Blomus

↓ French Rabbit, packaging in tetrapak per vino



↓ Tulipak di Al Fresco, calici da vino preriempiti in plastica bio



↑ Steo8 Magnum, porta bottiglie di Termini&Lorenzano

MENU' CREATIVO

30 MAGGIO 2004

STORIONE MARINATO, INSALATA DI AGLIO ORSINO

SCATOLA SEGNAPOSTO

SEPIE E ASPARAGI

OSTRICHE BELON SPECIAL N°2 CON ZUCCHINI
E ACETO BALSAMICO DI REGGIO EMILIA

DRINK: ZENZERO THAIANDESE BLOODY MARY

ASPARAGI, SUGO DI TARTUFO NERO
E GANACHE DI CAVOLFIORI

RISO FOGLIA DI ZAFFERANO E ORO
MARCHESI TRAVOLTO DALLE COLLE SPAGNOLE

ANATRA CON LIME E BASILICO

SIS - SAKE' ITALIAN STYLE

TATAKI DI TONNO, WASABI, FINOCCHIO

CEPPA DI BAGNA CAODA, UOVO AFFOGATO CHIPS DI PANE

QUAGLIA SALTIMBOCCA CON PURE' DI PATATE

ZUPPETTA DI PORCINI E CRESCIONE

FILETTO DI WITELLO, ANANAS, BURRO AL CAFFE'
ERRE SPONTANEE

PARFAIT AL CIOCCOLATO - HOT CHIUAO

SOBRETTO AL VERMUTH ROSSO E MELA CARAMPELLATA

CYBERCAFE' CON "EIL-AZZA" E I 40 LADRONI

400

ACC

63334

↑ Davide Scabin, Menu creativo

DESIGN, ARTI VISIVE ED ARTI GASTRONOMICHE

E' a mio avviso impossibile non trovare dei legami tra il design, le arti pittoriche e la cucina. Per quanto riguarda il primo dei tre ambiti citati – ossia prima, le cosiddette arti decorative, poi - con l'avvento dell'industria - il design, hanno da sempre trovato grande ispirazione nella pittura. Si pensi alle produzioni della *Bauhaus*, all'interno della quale insegnavano artisti del calibro di Kandinsky e Klee, ma anche all'influenza del neo-plasticismo di *DeStijl* su alcuni grandi architetti e designer, per arrivare nell'Italia del boom economico con la colonizzazione culturale americana e l'impronta *Pop* su molti progetti storici del *made in Italy*. E la gastronomia, i grandi chef non sono certo stati a guardare; è sicuramente una tendenza recente, ma sempre più chef lavorano con una consapevolezza artistica pari per intenzioni e risultati a quella di pittori e designer. Negli ultimi anni poi, stiamo assistendo ad una vera e propria rivoluzione in quanto l'estetica del piatto va assumendo un ruolo chiave grazie alla capacità di coinvolgere visivamente (ed intellettualmente) il consumatore in una esperienza edonistica totale. La distribuzione dei pieni e dei vuoti all'interno del piatto (che diventa come una tela, un foglio bianco), l'accostamento cromatico, la morfologia e consistenza stessa degli alimenti assumono una valenza simbolica, significativa e significante, capace di comunicare concetti e veicolare emozioni, rifacendosi ai linguaggi espressivi tipici dell'arte del passato o nei casi più interessanti sviluppandone di nuovi.

L'influenza fra arte e gastronomia è stata sicuramente reciproca: il cibo, la mercificazione dello stesso, il cibo che diventa oggetto assume a simbolo della società consumistica americana rappresentata da Andy Warhol, così come, un altro simbolo del costume statunitense - il quantone da baseball – diventa, in un ironico fuori-scala, oggetto di design, la soffice e comoda poltrona "Joe" di De Pas, D'Urbino e Lomazzi, anch'essa ispirata all'arte POP, ed

↓ Andy Warhol, Campbell's Soup



↑ De Pas, D'urbino, Lomazzi, Joe, poltrona

↓ Carlton, libreria di **Ettore Sottsass (Memphis)**



in particolare al lavoro di Claes Oldenburg.

Ed ancora, l'atto di impacchettare - processo fondamentale per la conservazione ed il trasporto degli alimenti - diventa la modalità espressiva di Christo e Jeanne-Claude, che basano tutta la propria opera sul concetto di "*nascondere per svelare*", lo stesso criterio per il quale l'imballaggio alimentare pur nascondendone il contenuto diventa lo strumento attraverso il quale fornire molteplici informazioni sul prodotto, nonché amplificarne l'immagine e l'immaginario attraverso il sapiente uso di grafica e colori. Similmente tutto il *design streamlining* di derivazione statunitense, ha da sempre cercato di nascondere, ricoprire con una forma elegante le parti meccaniche, funzionali, con il solo scopo di renderle indirettamente più attraenti e riconoscibili. Proprio come le opere di Christo e Jeanne-Claude. Non solo. Le affinità e le reciproche influenze non sono manifeste solo in ambito formale, ma anche progettuale: si pensi alle ricerche su materiali e consistenze per la rivoluzionaria (anche per il messaggio e significato ad essa sotteso) poltrona "Up", di Gaetano Pesce e alla continua sperimentazione che proprio gli chef perseguono nella ricerca di nuove consistenze.



↑ Christo, auto-ritratto



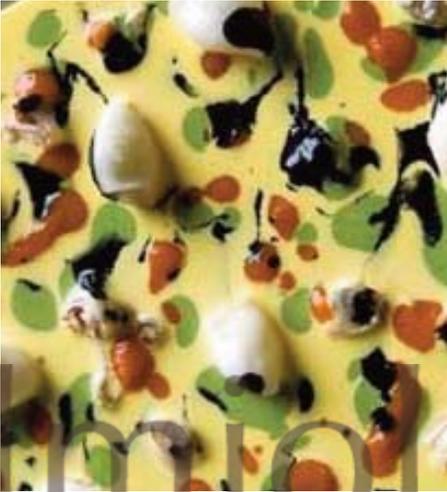
↓ Andy Warhol, Green Coca Cola bottles

↓ **Gaetano Pesce**, UP, poltrona in poliuretano espanso

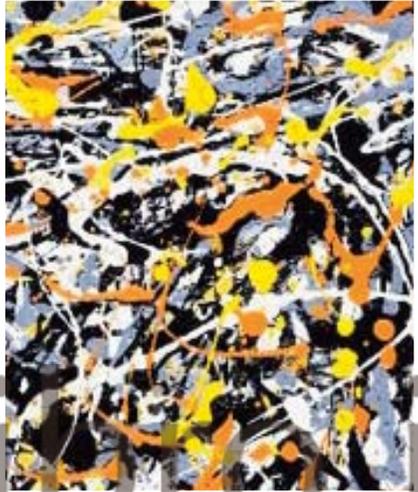


↑ **Carlo Cracco**, Ravioli di maionese con semi di basilico e ricci di mare

↓ **Gualtiero Marchesi**, Dripping di pesce



↓ **Jackson Pollock**, Number 8

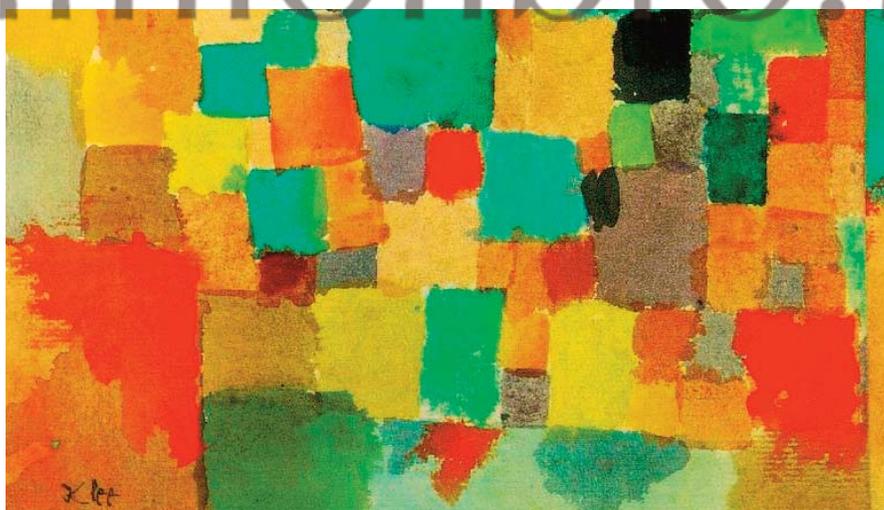
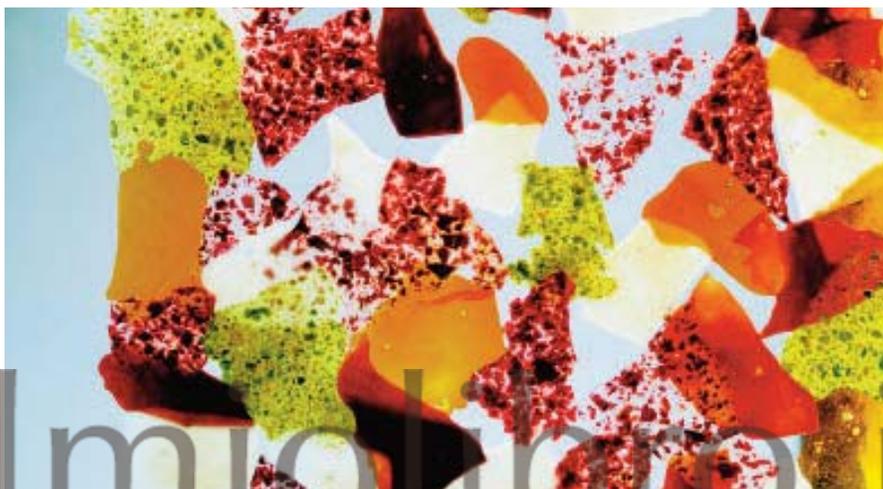


↑ **Michelle e Sebastien Bras**, Torta di patate con mandorle marcona, gelato di peperone e sciroppo di foglie di Kaffir



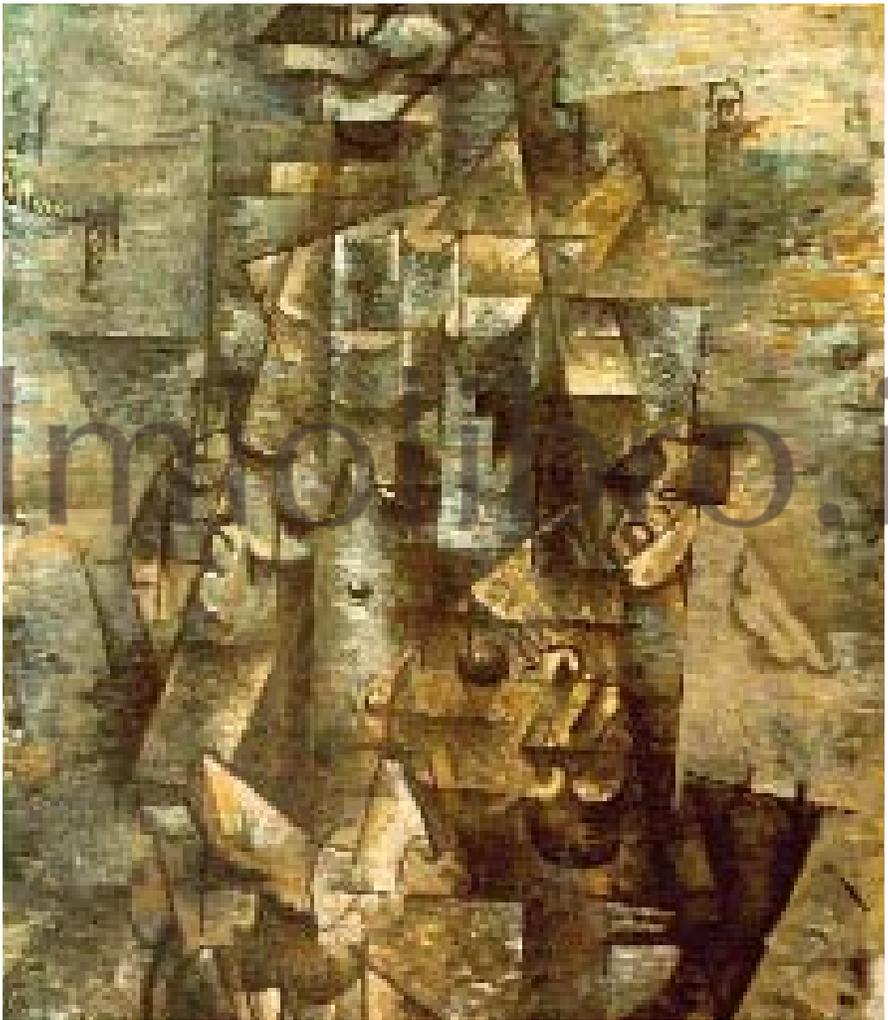
↑ **Wassily Kandinsky**, Composition VIII

↓ Ferran Adrià, Croccante Gaudi



↑ Paul Klee, Southern (Tunisian) Garden

↓ **Georges Braque**, Uomo con chitarra



Parlando della nuova scuola catalana di Ferran Adrià e della *cucina destrutturata*, non possiamo non notare un'affinità con l'avanguardia cubista: dal vocabolario Garzanti della lingua italiana: “*Destutturazione: scomposizione di una struttura per riorganizzarla...*”

Nelle opere cubiste il soggetto è spezzato, analizzato e riassembleto in una forma astratta. L'artista tende a ritrarre l'oggetto in un contesto più vario, raffigurandolo da più punti di vista, comportando un procedimento di scomposizione e ricomposizione dell'oggetto sulla tela. Tale operazione obbliga l'artista ad analizzare in maniera approfondita la struttura stessa dell'oggetto e il suo funzionamento. In questo modo il cubismo introduce un nuovo elemento analitico nell'arte, nella stessa misura in cui le gastronomie destrutturata e molecolare hanno introdotto un approccio scientifico in cucina, divenendo strumento che si rivolge non più unicamente al palato, ma anche direttamente all'intelletto.

Altrettanto affini sono i provocatori e ironici happening dadaisti in cui tutto poteva succedere, con lo spettatore che sovente veniva coinvolto direttamente nella performance artistica, e i nuovi *menù degustazione* dei grandi chef attraverso i quali il consumatore non si limita passivamente a gustare le 3-4 portate che ordina e che gli vengono servite ma è chiamato a confrontarsi e ad interagire con concetti e sensazioni che gli sono proposti attraverso una dozzina di piccoli capolavori (rappresentativi dell'opera dello chef) in grado di coinvolgere tutti i sensi. Fin qui abbiamo parlato di food “in tutte le salse”, ora proviamo ad affrontare l'argomento *food-design*.



↑ **Pedro Subijana**, Sardine affumicate con pesto di Borragine e peperoncino fresco in tempura



IL FOOD DESIGN

Oggi il cibo non è più semplice nutrimento, ma assume una funzione complessa che invade i cinque sensi, primo fra tutti la vista. Ci sarebbe da chiedersi quanto la percezione del sapore di un cibo sia influenzata dalla sua composizione. Ma allora il cibo è più una questione di gusto o di forma?

Le provocazioni di alcuni designer da un lato, l'incursione di alcuni grandi chef nelle categorie del progetto dall'altro, sono stati elementi determinanti nel suscitare il grande interesse attuale per il *food-design*, divenuto ormai materia di seminari, corsi universitari, iniziative culturali e pubblicazioni, probabili premesse a una futura frequente collaborazione tra designer, grandi chef e industria.

Il cibo artisticamente, artigianalmente creato e cucinato e il design, come operazione di disegno e progettazione creativa, si uniscono facendo diventare il materiale alimentare oggetto d'uso funzionale, utilizzabile e appetibile. Non è solo più una questione di gusto. Oggi i cibi devono anche essere esteticamente appetibili, evocativi, piacevoli da maneggiare e altamente caratterizzanti, come fossero preziosi "pezzi unici".

Progettare un cibo non significa solo farlo buono e sano, ma anche farlo *apparire* buono e sano e, in quanto tale, *desiderabile*. Se diamo al design il suo significato più classico, quello di disegno industriale, appare, ad oggi, evidente la connessione fra il cibo e il design in quanto il cibo è divenuto un prodotto per il consumo di massa, un prodotto industriale che necessita di una approfondita progettazione di tutto il *ciclo di vita*, attraverso fasi di ricerca e sviluppo, ingegnerizzazione, marketing ecc. Sembra evidente che, più avanzano le tecnologie legate alla produzione alimentare, più spazio si apre per la progettazione in questo settore.

Il cibo industriale si trova a dover competere con l'immaginario emotivo e funzionale dei beni e servizi industriali di largo consumo che alimentari non sono. Ossia con i piccoli e grandi elettrodomestici, le suppellettili, gli utensili, le esperienze e quant'altro affolla quotidianamente la nostra vita, creando un'ossessionante condizione di iperscelta. Il cibo industriale infatti è, per grossa parte e a tutti gli effetti, un bene industriale di largo consumo: tuttavia è un bene assolutamente speciale, dotato di un'importanza e di una valenza sensoriale del tutto straordinarie ed uniche.

Se, per ricorrere a categorie note, parliamo di "valore aggiunto", che riguardo al cibo è il derivante dallo scarto fra il potere nutritivo e la sua funzione non alimentare (le sue componenti di sogno, di simbolo, ma anche di vantaggio e quant'altro), non è difficile capire come in realtà questa parte di valore sia anche superiore a quella nutritiva, tanto in termini di percezione (e quindi preferenza) del consumatore, che di costi che alla fine compongono il prezzo del bene.

Oggi, inoltre, è in corso una trasformazione delle tecnologie di preparazione, conservazione e distribuzione del cibo così sostanziale, da rendere sovente necessaria la progettazione di identità alimentari radicalmente nuove, che materializzino valori nuovi e diversi da quelli sui quali è fondato il linguaggio tradizionale.

Ma cerchiamo di definire con maggior precisione gli scenari e le modalità con le quali la cultura del progetto si confronta con il cibo. L'analisi parte, quindi, suddividendo il nostro ambito di interesse in due sistemi principali: quello del **DESIGN** e quello della cucina, ossia gastronomico, che per praticità chiameremo **FOOD**. Supponiamo che ognuno dei due sistemi si alimenti con progetti ben specifici, realizzati da precisi attori - rispettivamente designer ed architetti, il primo - chef, il secondo, utilizzando tecnologie e materiali tipici del proprio ambito di riferimento, come metalli, plastiche per i designer e farina, ortaggi e carne per gli chef.

Se fosse tutto così lineare saremmo già a buon punto: ma non è, ovviamente, così. Focalizziamo la nostra attenzione sul primo sistema, ossia il **DESIGN**, e prendiamo in rassegna qualche recente progetto; oltre al classico set di posate - magari dise-

↓ **Mint**, Salad song, olio e aceto↓ **Din-Ink**, Cingoli/Bellisario/Cellini/Fontana

ilmiolibro.it

↑ **G.Jacchetti**, St.Peter squeezer, spremiagrumi

gnate con forme più o meno sinuose, spigolose, barocche o minimaliste, in metallo piuttosto che in plastica ma rimanendo pur sempre coltello, forchetta e cucchiaio – ci potremmo imbattere in un curioso, piccolo oggetto in plastica semitrasparente, dalle forme zoomorfe e vagamente somigliante ad un polipetto, per l'esattezza, ad un Moscardino. Quel moscardino è una posata: forchettina e cucchiaio insieme. Certo, a vederlo lo si immagina un po' scomodo per mangiarci una zuppa bollente o per infilzare una costata fiorentina. Ed infatti moscardino (si chiama proprio così) è stato ideato espressamente in relazione ad un tipo di cibo ed al modo in cui quel cibo si consuma; aperitivi, buffet, cene in piedi, sono le classiche occasioni in cui si consuma il finger-food e l'informalità unita all'assenza di una tavola imbandita renderebbe inadatto l'uso consueto di posate. Ecco perché nasce moscardino ed ecco perché si è guadagnato un Compasso d'Oro. A questo punto ne deduciamo che nel sistema DESIGN, si muovono designer che progettano oggetti la cui forme ed il cui uso sono consolidati, reinterprestandoli nello stile e nei materiali, ma esistono anche designer che lavorano creando oggetti inediti il cui bisogno nasce in risposta all'avvento di nuovi cibi o nuovi modi di consumare il cibo. Per sintetizzare potremmo dire che il sistema design può a sua volta essere scomposto in due sottosistemi che chiamiamo l'uno, **food e design** e l'altro, **food nel design**. La differenza è sottile e sottintende che se, nel primo sottosistema, il mondo del food si accosta a quello del design e viceversa, ma entrambi mantengono, però, le proprie peculiarità, nel secondo sottosistema, **food nel design**, accade che il **food**, il cibo, diviene l'elemento focale attorno al quale si sviluppa il lavoro di progettazione del designer. E' opportuno sottolineare che in ambito **food e design**, che come detto è popolato da oggetti "noti", l'attenzione progettuale è maggiormente rivolta al miglioramento delle qualità prestazionali dell'oggetto, delle sue funzionalità e caratteristiche ergonomiche attraverso un uso sapiente di materiali e tecnologie. Ma proviamo a fare ancora qualche esempio. Una bottiglia in vetro o in plastica, destinata a contenere acqua da consumarsi in tavola avrà forme più o meno originali, ma comunque avrà nella maggioranza dei casi un tappo a vite o in latta che

↓ **Deluxe**, set di posate in materiale plastico, Pandora Design



↓ **Ragni/lacchetti**, Moscardino



ilmio libro.it



↑ **Enervit**, bottiglia in Pet per bevanda energetica



↑ **Lauretana**, bottiglia in vetro per acqua minerale

ne garantisca la migliore conservazione. Una bevanda energetica, pensata per gli sportivi, sarà sicuramente contenuta in una bottiglia leggera, piccola ed avrà sicuramente un sistema di apertura/chiusura, sicuro e semplice da azionare - magari con una sola mano e mentre si è in corsa. Nel primo esempio il progetto della nostra bottiglia deve rispondere a dei requisiti essenzialmente estetici, individuati dalle indagini di mercato effettuate sullo specifico target che si vuole raggiungere. Nel secondo esempio, oltre a valere quanto detto per i canoni estetici, il contenitore, ossia la bottiglia, dovrà rispondere a specifici requisiti legati alla natura della bevanda ed alle modalità di consumo della stessa. Considerando ora, entrambi i casi - il set di posate e moscardino, la bottiglia per l'acqua e la bottiglia per la bevanda - potremmo arrivare a dire che: nel sottosistema *food e design* troviamo quegli oggetti che si pongono come tramite tra due distinte entità, l'uomo ed il cibo, ossia elementi terzi che rendono possibile una ed una sola relazione - l'attività del mangiare/bere - che proprio attraverso di essi si espleta; nel *food nel design* troviamo, invece, quegli strumenti che si collocano tra uomo e cibo ma in un contesto dinamico e vario - le molteplici attività che l'individuo svolge - quindi elementi di design che non sono più terzi bensì parte integrante di una attività complessa. In sintesi, *food nel design*, rappresenta il tentativo di una progettualità che tiene in conto le nuove peculiarità della società odierna: il dinamismo e la tendenza (mutuata dai processi informatici) al multi-tasking.

Torniamo alla divisione principale nei sistemi DESIGN e FOOD ed occupiamoci ora di definire il secondo sistema: il FOOD. Come abbiamo precedentemente affermato l'ambito FOOD si riferisce al mondo del cucinare e della gastronomia in genere. All'interno di tale contesto individuiamo il sottosistema che intendiamo approfondire e che chiameremo ***design nel food***, nel quale collocheremo quegli chef che utilizzano un approccio progettuale nell'ideazione e nella preparazione dei propri piatti - sia da un punto vista prettamente *estetico* che *concettuale*, avvalendosi di tecnologie e procedimenti di cottura ed elaborazione dei cibi totalmente innovativi. Si pensi, in primis, alla rivoluzione operata dagli chef della Nouvelle Cuisine, uno

su tutti Paul Bocuse, e alla *cucina creativa* che - oltre che modificare gusto ed abitudini alimentari - ha reso fondamentale la progettazione dei piatti nonché l'uso che si fa di forme ed accostamenti cromatici quali elementi caratterizzanti la portata, quindi alla scuola della *gastronomia molecolare*, alle portate "destrutturate" di Ferran Adrià, ai nuovi esperimenti *tecno-emozionali* e più in generale a tutti quei piatti che arrivano a modificare la consistenza degli alimenti, offrendo possibilità di composizioni e abbinamenti inusitati nonché in grado di dare *significati*, totalmente nuovi, al cibo. Progetti di questo tipo implicano la presenza di questi elementi:

- la creatività;
- l'attitudine alla sperimentazione;
- la conoscenza della materia;
- l'industria e la tecnologia.

Sono queste, quattro caratteristiche comuni all'esperienza del design e senza le quali nessun buon progetto potrebbe mai nascere. Ecco cosa si intende per *design nel food*.

La nostra schematizzazione non si esaurisce qui, in quanto, i due sistemi principali DESIGN e FOOD finiscono per confluire in un ulteriore sotto-sistema che chiameremo **foodesign**, all'interno del quale si muovono indistintamente designer e chef e la cui attività si concretizza in lavori nei quali l'oggetto per il cibo ed il cibo stesso diventano parti di un unico progetto.



↑ Gualtiero Marchesi, raviolo aperto



↑ Ferran Adrià, Spirale



ilmio.it

CASE STUDIES

8 + 8. PROGETTISTI E PROGETTI

FOOD E DESIGN

ENZO MARI **BASE**
DESIGNTRIP **CITRUS**

FOOD NEL DESIGN

DELMEZA HILL **SNAP&DINE**
M.RAGNI/G.IACCHETTI **MOSCARDINO**

DESIGN NEL FOOD

MASSIMO BOTTURA **COTECHINO E LENTICCHIE**
PAOLO LOPRIORE **LINGUA DI VITELLO IN SALSA VERDE**

FOODESIGN

DAVIDE SCABIN **HAM-BOOK**
LAVAZZA LAB **COOKIE-CUP**

FOODDESIGN

FOODNEL DESIGN



ENZO MARI
BASE



DELMEZA HILL
SNAP&DINE

DESIGNTRIP
CITRUS



RAGNI/IACCHETTI
MOSCARDINO

↑ grafico riepilogativo delle quattro tipologie di food-design

DESIGN **NEL** FOOD

FOOD DESIGN



PAOLO LO PRIORE
LINGUA DI VITELLO IN
SALSA VERDE E UOVO



MASSIMO BOTTURA
COTECHINO CON
LENTICCHIE



DAVIDE SCABIN
HAM-BOOK



LAVAZZA LAB
COOKIE CUP



ilmiolibro.it

FOODEDESIGN

Il **PROGETTO** di tutto ciò che ruota
attorno al CIBO ma che ad esso si re-
lazona in termini già **NOTI** ed il cui
USO è consueto.

STILI, forme e materiali,
COLORI e interpretazioni

- ironi**CHE** o iper**TECNO**logiche -
applicati agli **OGGETTI** della **CUCINA**.

↓ Ragni/lacchetti, posate da pizza per Guzzini



ilmigliolibro.it

↓ Philippe Starck, Juicy Salif, spremiagrumi



↑ Alberto Mantilla, Hug



↓ **Microplane**, grattugia multiuso



↓ **C. Contin**, Satellite Blow, portafrutta



↓ **P. Matteoda**, Sharky, infusore da the



ENZO MARI

BASE

1999



La qualità progettuale degli oggetti disegnati da Enzo Mari parla da sola. Le pentole della serie “Base” sono realizzate in acciaio inox o zincato, lucidato a specchio o satinato all'esterno, hanno il fondo di tre strati (acciaio, alluminio, acciaio) per migliorare la resa termica, la cottura degli alimenti ed adattarsi meglio alle diverse fonti di calore. I manici tubolari, cavi al loro interno - così da non riscaldarsi - sono leggermente inclinati per rendere più naturale la presa. La linea “Base”, naturale evoluzione della precedente serie “Copernico” del 1990, di cui ne riprende il disegno ma ne perfeziona le prestazioni, è prodotta da *Zani&Zani* e riassume egregiamente i caratteri tipici del *food e design*, ricerca sui materiali ed ottimizzazione delle prestazioni e delle funzionalità dell'oggetto.

Il progetto dello spremiagrumi realizzato da *Designtrip*, ovvero Nunzia Paola Carallo e Jacopo Romano Grandis, è una semplice ed economica buccia in silicone, che permette di spremere le fette del frutto, e di raccoglierne il succo, senza sporcarsi le mani. Distante anni luce da *Juicy Salif*, il progetto-scultura di P. Starck, lascia intendere una certa assonanza, nella ricerca e nel carattere evocativo, con il prodotto di Gino Colombini per Kartell, *KS148*. Non si può, infatti, non notare che entrambi i progetti oltre ad una particolare ed approfondita analisi *ergonomica* puntano sull'uso di materiali plastici innovativi: ed il *polietilene*, di Colombini, negli anni '50 sicuramente lo era così come lo è il *silicone* utilizzato da Designtrip in epoca più recente.

Allo stesso modo, le "forme" dei due progetti raccontano i tratti tipici della società e della cultura che li caratterizza: la forma *statica, solida* e che "*sta in piedi da sola*" di Colombini (gli anni '60 con il boom economico, il benessere), rispetto all'altra forma di DesignTrip, *dinamica, morbida e fluida* (il nomadismo e l'instabilità della società odierna).



DESIGNTRIP
CITRUS
2006



ilmiolibro.it



FOOD**NEL**DESIGN

IL CIBO che diventa perno,
FULCRO fondamentale attorno al quale
si snoda il **PROGETTO**.

E' il cibo, o la **MODALITA'** con cui esso
viene consumato, a **DETERMINARE** la
forma e la **FUNZIONE** dell'oggetto
disegnato.

↓ **Baccano**, piatto e ciotolina per salse



↑ **Berta Riera**, Tapa, piattino per finger-food

↓ Pillow, J. Hackett, vassoio

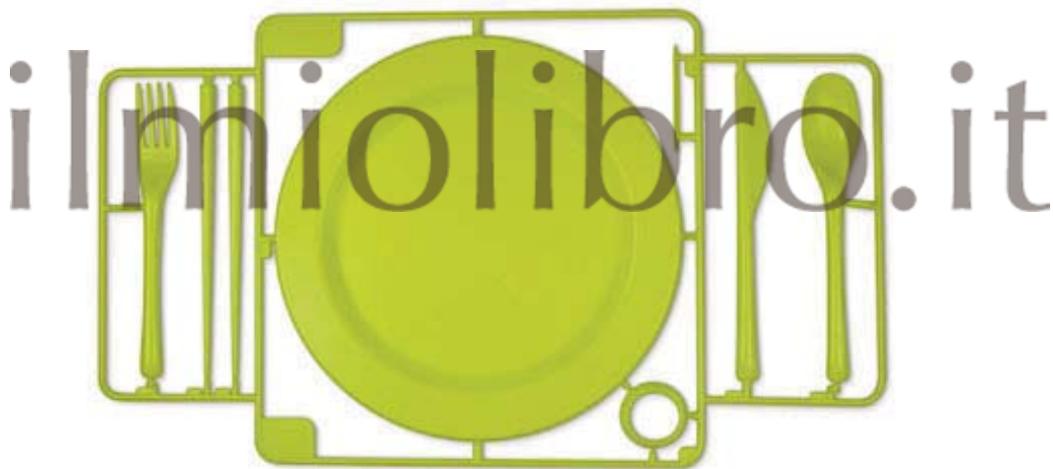


↑ Pringles, packaging in poliaccoppiato



↑ Bazar, Miki Astori per DriadeKosmo, set piatti e ciotole

Apparentemente piatto e posate, ma anche vassoio, Snap & Dine, interpreta la vocazione nomade e mobile della società odierna. Unisce all'*ironia* - riprende lo stile dei componenti per il modellismo - aspetti fondamentali quali praticità d'uso, sostenibilità e gradevolezza estetica il tutto pensato per le nuove *fast-modalità* di consumare il cibo: bar, tavole calde, mense aziendali, contesti dinamici ed informali. Il progetto di Delmeza Hill risulta sostenibile ed intelligente: usa e getta *biodegradabile*, riduce al minimo l'uso di materiale plastico per il vassoio.



DELMEZA HILL

SNAP & DINE

2006

M.RAGNI/G.IACCHETTI
MOSCARDINO
2001



Pensata per riunire in sé le funzioni della forchetta e del cucchiaino, questa posata *usa e getta* sintetizza in un unico artefatto due degli attrezzi indispensabili per portare il cibo alla bocca. Di ridotte dimensioni, è realizzata in Mater-bi, una bioplastica ricavata dall'amido di mais completamente *biodegradabile*. Un oggetto che, oltre ad essere bello, esemplifica una corretta progettazione: consapevole delle forme, dei materiali e dell'ambiente.

Disegnato da *Giulio Iacchetti* e *Matteo Ragni* per Pandora Design, è stato insignito nel 2001 del Compasso d'oro ADI.



ilmiolibro.it



DESIGN **NEL** FOOD

Il cibo diviene esso stesso progetto. Forme, colori, materiali/**ALIMENTI**, consistenze e presentazione dei **PIATTI**, diventano elementi di studio per una modalità **NUOVA** di intendere la gastronomia.

E mangiare diventa un'esperienza **TOTALE**, che coinvolge non solo il palato, ma tutti i **SENSI**.

↓ **Daide Scabin**, Cyber-egg.

↓ **Enrico Crippa**, Creami di ceci e maialino di latte



↑ **Santini**, Spigola e astice in padella con aromi dell'orto punte d'asparago e verdure

↓ Massimo Bottura, trasparenze di baccalà, con patate, pomodori e polenta



↓ Ferran Adrià, Terra.



↑ J.M.Alija, Caseina battuta di latte fresco con succo gelato di fragole e meringa alla violetta

“Proprio pensando al Food ed al Design ho avuto la netta visione di questo piatto in cui dialogano insieme la tecnologia, il colore, la forma e la materia.” Questo è quanto dice Paolo Lo Priore a proposito del suo piatto. A guardarlo, oltre sicuramente gli accostamenti cromatici, colpiscono i richiami a forme archetipe e le relazioni spaziali che tra esse si instaurano, quasi fossero distinte strutture che dialogano in un complesso disegno “architettonico”. Gli elementi che compongono il piatto di Lo Priore *“diventano oggetti che intendono affermare - facendo ricorso agli strumenti elementari della geometria e ad un repertorio di forme assai semplici - il primato del linguaggio nei confronti della denotatività esterna”*¹⁸, come per l’opera architettonica di Costantino Dardi ed a dimostrazione di quanto, seppur con scale, tecnologie e materiali differenti, possano essere affini l’architettura e la gastronomia.

ilmiolibro.it



PAOLO LO PRIORE
**LINGUA DI VITELLO
IN SALSA VERDE E UOVO**
2002

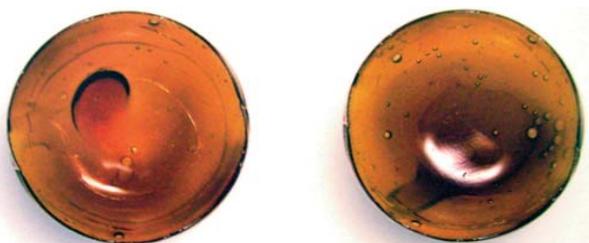
MASSIMO BOTTURA

COTECHINO CON LENTICCHIE

2000



E' un forte e radicato richiamo alla tradizione che spinge Massimo Bottura a "progettare" il classico *Cotechino con le lenticchie*. Il suo non è solo un progetto formale - Bottura non si limita a dare una nuova forma al piatto seguendo una personale interpretazione creativa - ma un progetto ben più ampio che persegue una volontà di ricerca sulla materia prima, sulle consistenze, sulle tecniche di cottura che garantiscono la migliore resa qualitativa, nutrizionale. Non si tratta quindi di una semplice applicazione creativa ma di un lavoro concettuale che mira a svelare, attraverso la reinterpretazione della materia "cibo", simboli, valori e significati di un territorio.



FOODESIGN

Ogni distinzione tra **PROGETTARE** e **CUCINARE** viene eliminata. Il cibo e l'oggetto **diventano tutt'UNO** ed il designer e lo chef determinano e sviluppano insieme il concept del progetto. Il cibo come **"PRODOTTO CULTURALE"** di cui ci alimentiamo.



↑ P. Ulian, Finger Biscuit, biscotto da dito.

↓ Massimo Bottura, Magnum di Foie Gras.



↑ T. Tobler, Toblerone, barretta di cioccolato.

ilmiolibro.it

↓ Lavazza Lab+Ferran Adrià, Coffee Sphere.



ilmiolibro.it

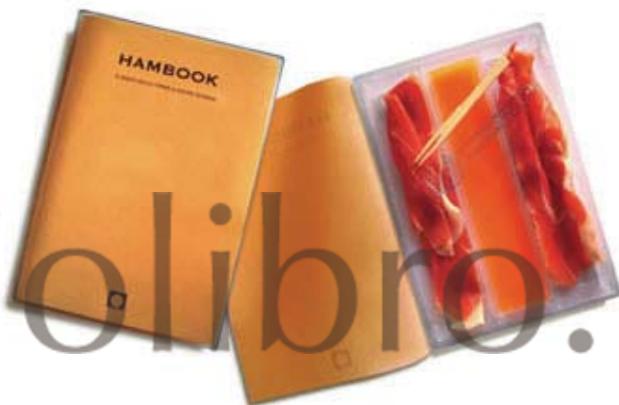


↑ Lavazza Lab+Ferran Adrià, caviale di caffè.

DAVIDE SCABIN

HAM-BOOK

2005



Il progetto di Davide Scabin, che ai più potrebbe risultare il prodotto di una semplice ricerca sul *packaging*, in realtà supera il concetto stesso di imballaggio annullando le consuete divisioni tra contenuto e contenitore. E l'*Ham-book*, nasce con questa precisa intenzione: il *cibo diventa oggetto*, pezzo d'arredo, libro per l'esattezza, quindi oggetto di *cultura*, da esibire in libreria.

E' realizzato in *polipropilene* trasparente al cui interno, in apposite vaschette, trovano alloggio una gelatina di melone, due fette di prosciutto crudo *Pata Negra*, un cucchiaino da gelato e una forchettina di legno.

Cookie Cup è la tazzina commestibile ideata dal designer Enrique Luis Sardi in collaborazione con il team del Training Centre Lavazza.

Il protagonista è il caffè insieme alla sua tazzina, perché una volta degustata la bevanda è possibile mangiare anche la tazzina. La tazzina è realizzata in pasta frolla con una particolare glassa che ha un *effetto isolante* e impermeabilizza la tazzina garantendone il completo utilizzo e assaggio, esaltandone al tempo stesso il gusto, bevendo e mangiando in un tutt'uno "caffè e biscotti".

Il progetto risolve perfettamente in sé le ricerche *formali* applicate alla "materia" cibo. *Cookie Cup* insieme all'*Ham Book*, esprimono in perfetta sintesi gli elementi caratterizzanti il FOODDESIGN; uno chef da un lato ed un designer e l'industria dall'altro si cimentano congiuntamente, avvalendosi della ricerca sulla materia e sulle tecnologie di lavorazione della stessa, per dar vita a due prodotti che segnano un ulteriore percorso nella cultura progettuale che si apre ad un mondo nuovo di significati e funzioni dell'"oggetto".

LAVAZZA LAB + ENRIQUE LUISE SARDI

COOKIE CUP
2003



ilmiolibro.it

ilmiolibro.it

ilmiolibro.it

Note:

¹: la testimonianza più antica, databile intorno ai 4000 anni fa, è data da un piatto di spaghetti di miglio rinvenuti nel nord-ovest della Cina presso Lajia sotto tre metri di sedimenti. L'invenzione cinese viene tuttavia considerata indipendente da quella occidentale perché all'epoca i cinesi non conoscevano il frumento caratteristico delle produzioni europee e arabe. In verità possiamo trovare tracce di paste alimentari già tra gli Etruschi, Arabi, Greci e Romani.

²: Comune della provincia di Napoli.

³: l'essiccazione si effettua attraverso la disidratazione utilizzando il calore naturale (al sole) oppure artificialmente per mezzo di essiccatoi areati con aria calda, gas inerti o tramite l'utilizzo del vapore. Gli alimenti essiccati sono di norma di origine vegetale, ma troviamo anche il latte (in polvere), uova, carne e pesce.

⁴: la pianta del pomodoro fu importata in Spagna dal nuovo mondo e successivamente si diffuse in Europa, trovando un clima ideale per la sua coltura nei paesi mediterranei.

⁵: è uno dei metodi più antichi di conservazione. L'azione del sale disidrata i tessuti cellulari con i quali viene a contatto, creando un ambiente poco adatto alla proliferazione batterica. Gli alimenti conservati con queste tecniche sono di norma la carne e il pesce.

⁶: processo consistente nel portare l'alimento, inscatolato o imbottigliato a chiusura ermetica, a circa 120° per 15-30 minuti. Con la sterilizzazione eliminiamo quasi tutti i microrganismi ma con una perdita non indifferente di principi nutritivi.

⁷: processo consistente nel porre l'alimento da conservare in un recipiente ermetico, che viene poi portato a temperature tra i 110-120° C così da distruggere i microrganismi contaminanti.

⁸: i metodi per la "conservazione a freddo" si possono dividere in refrigerazione e congelamento. Il primo consiste nel sottoporre un alimento a temperature tra 0° e 6°/7°C. Il secondo, consiste nel sottoporre l'alimento a temperature che raggiungono i -18°C al centro (cuore) dell'alimento. A seconda del tempo impiegato al raggiungimento di questa temperatura possiamo definire un alimento congelato o surgelato. Si definisce alimento surgelato quel prodotto che ha raggiunto la temperatura di -18°C in un tempo inferiore alle quattro ore. Superate le quattro ore l'alimento viene definito congelato.

⁹: se trattati a temperature sotto i 100°C vengono definiti alimenti pastorizzati. Nella pastorizzazione otteniamo una riduzione della carica batterica e una completa eliminazione dei microrganismi patogeni.

¹⁰: questa tecnica deve essere abbinata a una conservazione successiva del prodotto in ambienti refrigerati per evitare la proliferazione di batteri anaerobi (che vivono senza ossigeno) come il botulino, che è anche responsabile della produzione di una tossina mortale. Alcune volte, se dobbiamo conservare alimenti particolarmente delicati possiamo unire la tecnica di sottrazione dell'ossigeno all'introduzione di gas inerti come l'azoto.

¹¹: lega anticamente anticamente da argento e piombo.

¹²: architetto, professore emerito di "Storia dell'Architettura", presso la Facoltà omonima dell'Univ. Federico II di Napoli.

¹³: è quell'insieme di azioni che un oggetto "invita" a compiere su di esso. Ad esempio l'aspetto fisico di un oggetto permette all'utilizzatore di dedurre le funzionalità o i meccanismi di funzionamento.

¹⁴: Il premio Compasso d'Oro ADI è il primo e il più autorevole premio europeo dedicato al Design, istituito nel 1954. Nato da un'idea di Gio Ponti e per volontà dei grandi magazzini la Rinascente, ha lo scopo di mettere in valore la qualità del design italiano. Dal 1964 viene gestito esclusivamente dall'ADI.

¹⁵: detta anche argentone o argento tedesco, è una famiglia di leghe nichel-zinco-rame, con rame al 50-60%, zinco al 15-30% e nichel al 10-30%, aventi buone caratteristiche meccaniche e di resistenza alla corrosione.

¹⁶: l'orticoltore ed il venditore di ortaggi. Da parula, ossia il campo dove si coltivano ortaggi, campi.

¹⁷: Il compost, detto anche terriccio o composta, è il risultato della decomposizione e dell'umificazione di un misto di materie organiche da parte di macro e microrganismi in condizioni particolari: presenza di ossigeno ed equilibrio tra gli elementi chimici della materia coinvolta nella trasformazione.

¹⁸: tratto da "Semplice lineare complesso", Costantino Dardi, Editrice Magma, 1976

ilmiolibro.it

Riferimenti web e bibliografici:

www.cuochepercaso.it, www.designtrip.it, www.adieffe.com, www.ilcanto.it, www.osteriafrancescana.it, www.designerblog.it, www.architetturaedesign.it, www.lavazza.it, www.coscablog.it, www.design101.it, www.ecoblog.it, www.designbuzz.it, www.frizzifrizzi.it, www.untoccodizenero.it, www.liquida.it, designblogsociale.it, blog.gamberorosso.it, barbarafalcone.wordpress.it.

Un giorno a El Bulli, Ferran Adrià, Phaidon, 2009_Grandi chef di Spagna, A.Meldolesi/B.Noto, Giunti Editore, 2007
Mo...Moplen, C.Cecchini, Designpress, 2006_Semplice lineare complesso, C.Dardi, Magma, 1976
Posate, Mostre Giorgetti, Corraini Editore, 1997_Aceto Balsamico, M. Bottura, Bibliotheca Culinaria, 2005
0-24:una giornata in cucina, P. Lo Priore, Bibliotheca Culinaria, 2005_El Bulli, 1998-2002, F. Adrià, J. Soler, A. Adrià, 2002
PRO, Tradizione & Innovazione, C. Sultano e M. Bottura, Bibliotheca Culinaria, 2006.

ilmiolibro.it

Progetto grafico:
Michele Mancaniello

Ringraziamenti:

*alla prof.ssa **Cecilia Cecchini**,
per aver sostenuto il progetto;*

*all'Arch. **Valeria Vocaturo**,
per la disponibilità ed il tempo concessomi,
ma soprattutto per aver condiviso con me la sua cultura ed esperienza;*

*a **Cuochepercaso**,
per avermi concesso il prezioso uso della biblioteca e del laboratorio di cucina;*

*all'Arch. **Michele Fanfulli**,
per lo spazio dedicatomi in occasione di Moacasa 2009;*

*a **Designtrip** (Nunzia Paola Carallo e Jacopo Romano Grandis)
ed **Adieffe** (Cinzia Curitti+Ferruccio Palombo),
a **Paolo Lo Priore** (Ristorante "Il Canto") ed a **Massimo Bottura** (Ristorante "La Francescana")
per la collaborazione gentilmente offertami.*