

# Food Design

Oggi il cibo non viene più scelto solo per il sapore e il profumo: contano molto anche l'estetica, il packaging, la sostenibilità e i rituali d'uso. Tutto questo e altro ancora è food design, un nuovo modo di pensare e progettare il cibo che sta innovando tutti i livelli della filiera agroalimentare **a cura di Tiziana Conte**

**N**egli ultimi anni, nel campo del cibo, soprattutto grazie a Expo 2015 Milano, molto è stato fatto in termini di strategia e di comunicazione. Abbiamo assistito ad una rivoluzione copernicana: il passaggio dall'idea di food design in senso stretto, quindi come design del prodotto, alla dimensione del design dei sistemi, cioè di quei processi che vengono generati dal mondo del food. «Il tema del food design è il più frain-teso sul panorama dei media», ci fa sapere **Nerina Di Nunzio** già direttore IED Roma, fondatore di Food Confidential, che partendo dalla definizione spiega: «È la progettazione degli atti alimentari, quindi l'attività di elaborazione dei processi più efficaci per rendere corretta e gradevole l'azione di esperire una sostanza commestibile in un dato contesto ambiente o circostanze di consumo». Entrando nel dettaglio «Il food design si

occupa di chi mangia, dove mangia e cosa mangia, facendo in modo che tutto questo sia corretto: naturale, sostenibile, salutare e proporzionato, ma anche piacevole, gradevole, quindi bello; inoltre, prende in analisi i motivi per i quali compiamo un atto alimentare, le ragioni, e lo fa per meglio comprendere come progettarlo e soddisfare in maniera adeguata l'esigenza del cliente». La definizione di food design è stata scritta e voluta dall'ADI Associazione del design industriale e in particolare dalla Food Commission che ha, tra l'altro, curato il Food Design Manifesto, documento in 11 punti su cibo, alimentazione e condizioni di vita universale, sottoscritto da 300 firmatari.

## Una materia complessa

Insomma parliamo di una "materia" complessa che ingloba prodotti edibili, comu-

Gualtiero Marchesi  
il 18 giugno del 2014  
inaugura l'omonima  
Accademia





Nerina di Nunzio: «Il tema del food design è il più frainteso sul panorama dei media»

nicazione, packaging, servizi, luoghi legati alla vendita e consumo di cibo e che necessita di «nuove figure professionali per soddisfare la richiesta di quelle aziende che pensano in grande, che sanno guardare avanti perché hanno recepito l'importanza di quelle componenti che definiscono il food design. Per questo, sono in aumento i corsi e master di specializzazione. Come il Master in Food Design Project Experience IED Roma che forma professionisti attenti alle esigenze dei consumatori nell'ambito della produzione alimentare e del consumo di cibo e bevande, senza trascurare i trend e l'impatto sociale e ambientale del loro operato. Il master si avvale di partner come Niko Romito, Alce Nero e Eataly e docenti professionisti nell'ambito del design, del management, dell'editoria, della comunicazione e del marketing fra i quali Cristina Bowerman, chef stellata e presidente degli Ambasciatori del Gusto; Chiara Maci, food blogger e influencer, Federico De Cesare Viola, critico enogastronomico. Il Master è patrocinato da ADI Associazione Disegno Industriale (Delegazione Lazio).

### L'esperienza di Romito

Cuoco autodidatta e tre stelle Michelin, **Niko Romito** con la sua Casa Donna inaugurata nel 2011 e ricavata da un ex convento del 1510 a Castel di Sangro, nella riserva della Maiella, è riuscito a creare un luogo che rispecchia il suo linguaggio gastronomico, dopo un percorso

professionale che ha raccontato durante un incontro organizzato dallo IED Roma al MAXXI. «Non ho fatto esperienze in scuole di grandi cuochi ma ho incominciato da una trattoria di montagna. Studiando e imparando a capire il mondo della gastronomia intesa come esperienza del cibo a 360 gradi, man mano che crescevo modificavo l'offerta gastronomica e il mio ristorante che non era più adeguato alla mia idea di cucina». Incomincia, quindi, la sua nuova avventura con Casa Donna che «nasce e si sviluppa con la stessa coerenza dei miei piatti; che rispecchia il mio linguaggio gastronomico». Un linguaggio, il suo, che è quello di una cucina essenziale: «che non cerca orpelli ma va al cuore del prodotto; che cerca di non stupire a livello visivo ma fare in modo che la materia, una volta trasformata, diventi l'estetica stessa del piatto». Addirittura «ho cercato piatti bianchi che non avessero neanche il bordo, dove il cibo diventasse protagonista assoluto» e a questo scopo la sala ristorante è stata pensata e disegnata come una scatola bianca con i tavoli senza tovaglia e luci tecniche. «Per una sala così pensata, con le esigenze descritte, l'architettura da solo non basta. Ecco perché gli chef sono designer e food designer». Niko fa ruotare la sala intorno al piatto: «Non è ammessa la distrazione da parte del cliente, l'attenzione dei commensali è rivolta al piatto e l'ambiente deve accompagnare ma non distrarre».

### L'arte è servita

Quando il cibo diventa più di un semplice nutrimento per il corpo, il design entra in modo preponderante sulla tavola facendo convivere forme, geometrie e colori, di cui godere non solo con il pala-

Niko Romito: «Gli chef sono designer e food designer. L'attenzione dei commensali è rivolta al piatto e l'ambiente deve accompagnare ma non distrarre»





Andrea Migliaccio: «L'aspetto visivo è il primo elemento di giudizio. In ogni singolo boccone ci deve essere il giusto equilibrio in modo da soddisfare la vista e il palato»

to. Lo sa bene **Andrea Migliaccio**, classe 1980, con un curriculum di tutto rispetto, che dal 2013 al 2015 è stato executive chef del ristorante LARTE di Milano per un progetto in collaborazione con la Fondazione Altagamma volto ad unire le eccellenze italiane nel campo della ristorazione e del design. Executive chef dei ristoranti l'Olivo (2 stelle Michelin) e il Riccio (1 stella Michelin) del Capri Palace, e del ristorante Assaje (1 stella Michelin) dell'Adrovandi Villa Borghese, Migliaccio, nella sua cucina, non tradisce le origini campane e, in un sapiente connubio di innovazione, tradizione e creatività, crea dei veri e propri capolavori d'arte, omaggio all'estetica oltre che al gusto perché, «l'aspetto visivo è il primo elemento di giudizio; in ogni singolo boccone ci deve essere il giusto equilibrio in modo da soddisfare la vista e il palato». «Ogni piatto trae ispirazione da un ricordo legato alla mia terra, alla mia infanzia, a un profumo», ci fa sapere, «ma anche ai territori».

Simona Marchesi, Lara Magoni e gli chef Ghilardi e Leemann durante la presentazione della terza edizione della Settimana della cucina italiana nel mondo



## Marketing e promozione

Food design è anche marketing e promozione aziendale e del Made in Italy. Un esempio di successo è quello che ha coinvolto GICO e Cucina Italiana (spazio dedicato alla diffusione della cultura gastronomica italiana in Olanda) alla **Dutch Design Week di Eindhoven** con tre "Dinner Experience" in cui lo chef Giovanni Zorzolo e l'artista No Curves hanno realizzato un'installazione d'arte sulle cucine GICO, davanti agli occhi dei partecipanti. Cibo, design e creatività per fondere diverse forme d'arte e dare origine a un'esperienza che coinvolge tutti i sensi con il colore dei nastri di No Curves e la pasta fresca dello chef realizzata e "colorata" a mano con ingredienti naturali (spinaci, pomodoro, barbabietola, cioccolato, curcuma e zafferano). Tre giorni di scoperta in cui il cibo si è trasformato in design e l'arte in cibo al più grande evento di design di tutto il Nord Europa che ha visto in 9 giorni 2600 designer impegnati in 110 location e 400 eventi.

Pioniere del food design è stato il grande Gualtiero Marchesi. In coincidenza con l'inizio della terza edizione della "Settimana della cucina italiana nel mondo", la Fondazione Gualtiero Marchesi, ha inaugurato a Chicago, il 12 novembre scorso, la prima delle dieci tappe del tour che, nel nome del Maestro, afferma il primato delle nostre produzioni agricole e di chi, interpretandole, ne fa delle vere e proprie opere d'arte. Con questo giro del mondo la Fondazione, che ne è la promotrice insieme a ENIT, con i patrocini dei Ministeri degli Affari Esteri, della Cultura e delle Politiche Agricole, del Turismo, di Regione Lombardia, di Fipe e di Altagamma, intende non solo celebrare il cuoco che ha elevato un onorevole mestiere artigiano alla dignità di arte, in un dialogo costante con la musica, le arti figurative, il design, la moda, ma segnare un punto di partenza per una riflessione e un dialogo costanti sulla formazione, la ricerca e la conoscenza in ambito alimentare. Da Milano, dopo le tappe negli Stati Uniti (Chicago e New York), in Cina e Giappone, il tour sarà in Europa con 4 tappe a Parigi, Londra, Berlino, Mosca e si chiuderà a Milano, il 19 marzo 2019, anniversario della nascita di Marchesi. I piatti capolavoro, in degustazione sulle

tavole del mondo, firmati Gualtiero Marchesi, saranno 12: crema di zucca e zenzero, Involtino di spinaci e branzino, senape in grani, Pomodoro, mozzarella e pesto leggero, Omaggio a Pollock: "Dripping di pesce", Omaggio a Fontana: "Il Rosso e il Nero", Insalata di capesante, zenzero e pepe rosa, Salmone marinato all'aneto, salsa dolce-forte alle pere, Insalata di spaghetti al caviale, erba cipollina, Ciotola di risotto allo zafferano, scaglie d'oro, Filetto di vitello alla Rossini, Code di gambero in crema di peperoni dolci, Zabaione freddo al marsala, spaghetti di riso fritti. Antonio Ghilardi, tra i primi cuochi della scuderia di Marchesi dai tempi di Bonvesin de la Riva, firmerà la cucina di tutte le tappe e sarà affiancato a New York da Pietro Leemann e sarà



Sora, dg di Calvisius parlando di Marchesi fa sapere che «il suo celebre spaghetti al caviale ha saputo unire innovazione e italianità», mentre **Riccardo Felicetti**, Ceo del Pastificio Felicetti, precisa: «Marchesi è stato probabilmente il primo a riconciliare la pasta e l'alta cucina, dopo l'ostracismo - nel periodo successivo alla nouvelle cuisine - nei confronti dei piatti della tradizione e dunque anche della pasta secca, facendola entrare nel suo menu in piatti geniali come "le quattro paste", che coniugava la bontà del prodotto con l'attenzione al food design».

Tre dei 12 piatti capolavoro firmati Gualtiero Marchesi, in degustazione durante il tour della Cucina italiana nel mondo



insieme a Luca Fantin alla Bulgari Ginza Tower di Tokyo e a Simone Cantafio. «L'enogastronomia costituisce il principale volano dell'industria turistica italiana», ha commentato **Alberto Capatti**, presidente della Fondazione Gualtiero Marchesi. Non a caso ENIT ha deciso di collaborare al roadshow ritenendolo una grande occasione per promuovere il brand Italia su scala mondiale. **Andrea Illy**, presidente di illycaffè ricorda: «Ad ogni nostro incontro Gualtiero amava citare una frase che mio padre Ernesto gli aveva detto: «I cuochi sono i chimici dell'intuizione». L'aveva fatta sua, perché in effetti era insieme un artista, uno scienziato e soprattutto un amante del bello e del buono, come dimostrano i piatti e gli insegnamenti che ci ha lasciato». **Carla**

