

# ASIMMETRICO

*Estetica in tavola per un  
miglioramento qualitativo.*



Seconda tesi.  
Laurea Specialistica in:  
Design del Prodotto per l'Innovazione  
29 Aprile 2014

---

Stampa tiratura limitata  
by Bonriposi Editori

---

tel 3337885508  
nicola.bonriposi@gmail.com  
[www.nicolaborriposi.wix.com/nicola](http://www.nicolaborriposi.wix.com/nicola)

---



Nasco a Lecco nel 1988. Diplomato in grafica e comunicazione. Laureato al Politecnico di Milano in Prodotto Industriale. Collocandomi geograficamente nei dintorni della Brianza, amplio il mio bagaglio culturale venendo a contatto con varie professionalità del sistema design. Una formazione metà artigianale e metà accademica, con un radicamento sul territorio. In questi anni oltre a frequentare i corsi universitari, partecipo a concorsi, lavori per privati e collaboro con studi.

***“Semplicità significa  
sottrarre l’ovvio  
e aggiungere significato”.***

John Maeda

***Un grazie sentito a chi se lo merita.***

# INDICE

---

ABSTRACT	8
1. INTRODUZIONE	10
2. RICERCA	
2.1 > Breve storia del piatto	13 / 15
2.2 > I luoghi del quotidiano	17 / 18
2.2.1 > Casa	19 / 22
2.2.2 > Fuori casa	23 / 29
2.3 > Analisi dei contesti	31 / 36
2.4 > Influenze che influenzano	38 / 39
2.4.1 > Wabi - Sabi, l'estetica Giapponese	40 / 43
2.4.2 > Ricerca dell'autenticità del prodotto	44 / 45
2.4.3 > Il culto del bello	46 / 47
2.5 > Anche l'occhio vuole la sua parte	49 / 50
2.5.1 > Approccio visivo al cibo	51
2.5.2 > Estetica del piatto nella digestione	52
2.6 > Estetica & Gastronomia	54 / 58
2.7 > Gestalt & Rapporto figura sfondo	60 / 65
2.8 > Illusioni prospettiche, il colore e la fame	67 / 71
2.9 > Atlante degli oggetti	73 / 83
2.10 > Analisi dei cibi	85 / 88
2.11 > Riti culinari	90 / 92
2.12 > Consistenze differenti e abbinamento del piatto	94 / 97

# INDICE

---

2.13 > Riflessione sulle tendenze attuali	99 / 103
2.14 > Materiali da cucina	105 / 107
2.15 > Brief di progetto	109 / 114
3. PROGETTO	116 / 163
ASIMMETRICO Project	
I materiali selezionati	
Palette colori	
Piatto piano	
Piatto fondo	
Piatto piccolo	
Packaging	
Sito Internet	
4. CONCLUSIONI	165
5. BIBLIOGRAFIA	167 / 170
6. INDICE FIGURE / GRAFICI	172 / 173



## ABSTRACT

---

Il tema proposto è quello della messa in scena del piatto in tavola.

Partendo da un'analisi di come il mercato in questione si è mosso e tutt'ora si sta muovendo (in questo momento storico ancor di più che in altri; vedi Masterchef e di conseguenza del filone chef-rockstar o meglio, archi-chef), si vuole andare a capire come la potenzialità del diversificare a livello materico la componibilità di un set da tavola, possa agire su un miglioramento qualitativo ed estetico.

indagando i vari modi di utilizzare e vivere la tavola, si giunge alla domanda di ricerca a cui la tesi dovrà rispondere.

Come l'**estetica**, il **colore**, la **forma** e la **presentazione** possa influire sul binomio cibo - consumatore. Come queste relazioni influiscono nella mente dell'utente andando ad aumentare positivamente la percezione qualitativa e percettiva del cibo consumato.

Visto che nel mondo d'oggi, si fa molta attenzione alla presentazione o impiattamento in questo caso, si indagherà anche sui materiali ritenuti interessanti ed innovativi nel settore. Questo verrà fatto con l'intento di abbinare al cibo il materiale più idoneo.

Non da meno di conseguenza, risulta essere interessante il rapporto tra figura e sfondo che si va a creare rispettivamente tra piatto e tavola. Si instaura così una sorta di messa in scena del piatto creando, un'idea di rappresentazione del cibo nella maniera che più si ritiene idonea.

L'iter progettuale quindi si snoderà attraverso la questione dei "sacrifici degli utenti". Cioè si cercherà di andare a risolvere delle problematiche riscontrate nella vita di tutti i giorni e di conseguenza, trovare la forma più idonea per l'oggetto che si verrà a creare.



introduzione

---

Il cibo serve per sopravvivere.  
L'estetica serve per vivere molto bene.

Dunque, possiamo affermare  
senza problemi che la percezione  
di un piatto cambia con la giusta  
presentazione.

Quindi, l'aspetto estetico (della  
presentazione), ci distrae ed  
arricchisce il piatto stesso.

Un bravo cuoco oltre a saper cucinare  
bene, deve indubbiamente saper  
anche presentare il suo piatto.  
Quante volte siamo stati attirati dal  
piatto di un ristorante che prima  
ancora delle nostre papille gustative  
ha colpito i nostri occhi?

Il giusto e calibrato allestimento di  
una pietanza può giocare un ruolo  
determinante nell'impatto iniziale. Esso  
potrà ben disporci oppure al contrario  
potrà darci una sensazione negativa  
che il nostro cervello registrerà e che  
condiziona anche le successive  
percezioni sensoriali.

Imparare a presentare bene un piatto  
non è semplice perché la qualità  
della materia prima utilizzata deve  
essere valorizzata ma non sopraffatta  
da quello che in gergo si chiama  
'impiatto'. Spesso si rivela vincente la  
scelta di creare tridimensionalità per  
valorizzare gli alimenti che per la loro  
struttura non ne possiedono molta.

I piatti stessi intesi come contenitori  
del cibo con le loro forme e  
colori possono giocare un ruolo  
determinante.

Un semplice pollo alla cacciatora  
con verdure assume tutto un altro  
aspetto se presentato in un modo  
contemporaneo.

Anche la cucina segue tendenze,  
mode e tecnologie.



## BREVE STORIA DEL PIATTO

## LE STOVIGLIE

---

### ***È l'insieme del vasellame per uso da tavola e da cucina. (Treccani)***

Benché la voce indichi più l'uso che la materia, oggi, ovviamente, di ceramica si fa la maggior parte del prodotto. Si può dire che l'arte dello stovigliato, avendo dovuto soddisfare alle elementari necessità della vita, ha un'origine tra le più remote.

Conosciuto e diffuso già nella civiltà cretese, greca, etrusca e romana, il piatto poteva essere prodotto nei materiali più vari, dal vetro al legno, dal coccio al cristallo fino alla terracotta. Sulle mense più ricche potevano esserci anche piatti d'oro o d'argento incastonati di pietre preziose.

Nella ceramica romana, benché scarsa, possiamo notare due grandi classi di stoviglie; la più rozza e comune, destinata agli usi di cucina e di cantina (opus doliare) e la più fina (opus figlinum) in argilla depurata per adornare le mense dei signori.

Plinio avverte che fra la seconda e la terza guerra punica si cominciò a sostituire gli antichi vasellami di coccio con oggetti di metallo nobile.

Nelle grandi case questo lusso passò poi anche agli usi di cucina. L'uso dei metalli più o meno nobili e della ceramica nelle stoviglie, fu determinato nei vari tempi dal lusso e dalle condizioni economiche.

Basta ricordare che fino al Rinascimento le stoviglie da tavola erano poche e i piatti talvolta, venivano sostituiti con fette di pane o focaccia, dette "mensa".

Piatti e ciotole di legno, del resto, formavano l'arredamento delle tavole povere; le classi medie avevano stoviglie di peltro e di stagno, le cui sagome vennero poi imitate dai maiolicari quattrocenteschi italiani; soltanto le classi privilegiate vantavano argenterie e anche vasi d'oro che venivano esposti sulle credenze.

Le stoviglie di stagno ebbero grande diffusione in Francia. In Italia, il grande e sollecito impiego della ceramica fece sì che anche le grandi case straniere se ne procurassero servizi decorati con stemmi e ornamenti intenzionali, dipinti anche da artefici eccellenti. Le botteghe italiane ne fornirono a signori francesi e tedeschi e alle stesse corti di Francia e di Spagna.

---

Col finire del Cinquecento, e più ancora nel secolo successivo, venne in credito l'opinione che le stoviglie di coccio fossero da preferirsi a quelle d'argento e di stagno, perché, come dice il Montaigne, *"più gustevoli per lo mangiare"*; e lo confermò poi l'Aldrovandi nel suo *Museum metallicum* "Certamente le stoviglie maiolicate italiane erano infinitamente migliori della consimile produzione degli altri paesi, che, per di più, costava moltissimo".

Il vasellame d'uso consisteva principalmente in piatti di più fogge, tazze, scodelle, boccali, bottiglie, rinfrescatoj, saliere, bottiglie gemine da olio e aceto ecc.

Con l'introduzione del caffè ai primi del '600 e della cioccolata mezzo secolo dopo, mutarono anche le forme dei recipienti; si ebbero così le cuccume e le tazze.

Nell'età barocca e nel '700 i piatti conservarono un'importante decorazione pittorica, ma la forma da liscia si fece sagomata, con costolature e sbalzi in quelli di maiolica.

Verso l'inizio del XVIII sec. la porcellana, nota ai cinesi sin dal III sec. a.C. ed importata in occidente tramite Bisanzio e Venezia, iniziò ad essere prodotta in Europa grazie alla scoperta della sua composizione fatta da Re Augusto II il Forte di Sassonia. Dalla terra tedesca, il segreto del "bianco oro" passò a

Vienna, Venezia, Firenze e Napoli, dove nacquero le celebri fabbriche. Dal settecento si iniziarono a realizzare anche piatti di grandi dimensioni con funzione di vassoi.

L'Ottocento vide il consolidarsi dell'uso del servizio di piatti formato da esemplari tutti uguali.

ieri



oggi

fig.1

## I LUOGHI DEL QUOTIDIANO

---



## I LUOGHI DEL QUOTIDIANO

---

**“ Non c’è amore più sincero  
di quello per il cibo” .**

*(George Bernard Shaw)*

Ogni strumento nato dal cibo non è soltanto un utensile disegnato da un progettista. E’ portatore di tanti saperi, tra loro anche contraddittori, soprattutto perchè il tempo del consumo non coincide, quasi mai, con il sentimento del tempo e della memoria, che il cibo porta sempre con sé.

Il cibo è veicolo fondamentale e strumento, attraverso cui dialoghiamo con lo spazio e con gli abitanti.

Da sempre il suo consumo avviene all’interno di una particolare ritualità, dove l’essere insieme costituisce l’elemento presente in tutte le società.

Certamente la trasformazione urbana, ha portato con sé cambiamenti non prevedibili fino a qualche decennio fa, soprattutto nel segno di un duplice fenomeno.

Da un lato la tendenza all’isolamento: il consumo del cibo avviene come se vivessimo in una realtà molecolare, ciascuno con il proprio piatto, la propria ritualità, in una sorta di cerimonia davanti allo specchio, narcisistica ed estrema.

Dall’altro un grande, infinito convivio che vede tutti contemporaneamente attori e spettatori all’interno di un grande spettacolo, dove il mercato delle idee e delle cose domina, attraverso la logica dello scambio.

Servire, servirsi ed essere servito individuano relazioni, strumentali e nutritive, fra persone e oggetti. La loro forma e il loro significato sono mutati, creando stili e relazioni di consumo diversi.

Nel secondo Ottocento, un gran piatto con il coperchio a campana, era depositato cerimoniosamente davanti all’anfitrione, la pirofila passerà, nella prima metà de Novecento, dalla cucina direttamente alla tavola; oggi il piatto esce dal microonde e arriva al commensale, nella cucina - pranzo, oppure lo accompagna nelle sue deambulazioni sociali se partecipa a un buffet, a una conferenza con degustazione o a un picnic domenicale.



fig.2

## CASA

---

La casa rappresenta il luogo nel quale tutte le trasformazioni nelle abitudini trovano una propria segmentazione, nell'organizzare degli spazi, nel classificare delle abitudini, e soprattutto per quanto riguarda gli oggetti che ci circondano.

Ovviamente, il cibo è protagonista principale delle mutazioni sociali ed economiche, in quanto coinvolge la vita quotidiana, da un lato, dall'altro le relazioni tra uomo - donna e in generale, tra i componenti della famiglia.

Si potrebbe affermare che è all'interno dei muri domestici dove ritroviamo le mutazioni simboliche che, provenienti dal mondo esterno, filtrate e "digerite" dalla dinamica familiare, riacquistano una sorta di cittadinanza, riconoscibile e fortemente contestualizzata. Come a dire che sono soprattutto gli indizi provenienti dai riti alimentari a farci comprendere che cosa bolle "in pentola", non solo, nel nostro caso, metaforicamente.

Se analizziamo la società italiana, sono evidenti tre fenomeni, rispetto all'organizzazione degli spazi domestici e alla nuova centralità della cucina.

In primo luogo, la cucina non si nasconde più, ma è al centro dei flussi casalinghi, svolgendo così un ruolo dominante sul piano dell'architettura e del design. Se non si nasconde più, è perché sono cambiati i ruoli della figura femminile e di quella maschile;

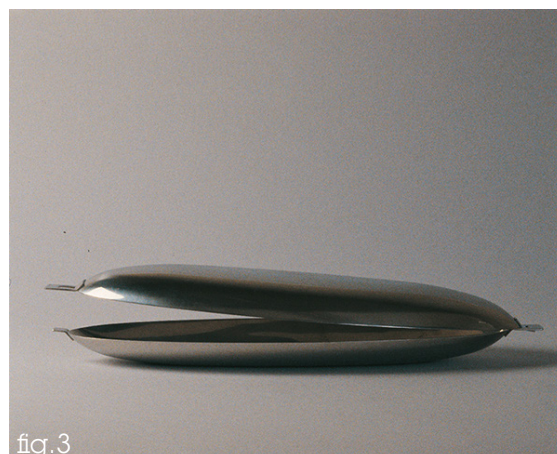


fig.3

PESCIERA - Roberto Sambonet per Sambonet, 1957. Premiata col compasso d'oro nel 1970 perchè univa all'estetica scultorea, la funzionalità di cuocere e servire nello stesso contenitore e per la tecnologia di produzione innovativa.

cucinare e portare in tavola sono due attività non connotate dal punto di vista della divisione del lavoro.

Da qui la cucina, gli strumenti, le tecnologie devono essere alla portata di tutti e non di esclusiva appartenenza, come era in passato, alla figura femminile. Facilità di accesso, spazi aperti, strumenti reperibili e messi in bella vista, perchè anche l'estetica gioca un ruolo fondamentale sul piano della produzione degli utensili.

In secondo luogo, accanto a questo fenomeno di democratizzazione e di libero accesso alla conoscenza in ambito alimentare e culinario, emerge un'altra caratteristica, solo apparentemente contraria alla precedente, ma generata dalla



fig.4



Cucina moderna con alcuni dei suppellettili disponibili.

medesima condizione, nella quale prevale la specializzazione, insieme a competenze molto tecniche che, pur provenendo da settori e profili professionali, sono alla portata di tutti. Quindi un ampliamento della conoscenza e una sorta di sdoganamento di processi e tecnologie che prima erano reperibili soltanto nell'ambito dei cuochi, delle cucine professionali, dei grandi gourmet. In sostanza, questo secondo indizio, ci fa comprendere come la diffusione e la democratizzazione dei saperi possono portare a due effetti, tra di loro molto differenti: imparare il linguaggio basilico della cucina, nel nostro caso, e nello stesso tempo, entrare nei meccanismi, molto sofisticati della produzione, per farne poi un uso quotidiano.

Infine, emerge da questo territorio simbolico, un altro fenomeno, che a sua volta è un indizio molto importante per comprendere il rapporto tra locale e globale; nelle nostre cucine si pratica, da alcuni anni una fusione tra prodotti locali (il concetto dell'orto) e tradizioni culinarie che vengono da paesi molto lontani. Esperienze che, comunque, ritroviamo tutti i giorni appena usciamo in strada.

La commistione tra locale e globale per quanto riguarda il tempo e lo spazio del cibo, significa presenza di modelli, comportamenti, spazi e strumenti che, pur riconoscibili attraverso il nostro codice di riferimento, sono portatori di linguaggi e di patrimoni simbolici,

completamente sconosciuti.

Il design in cucina, da questo punto di vista, ha nella casa la propria palestra dove è possibile esercitarsi tutti i giorni.



fig. 5

MAX LE CHINOIS  
Philippe Starck per Alessi,  
1990

Cinesi, nelle cucine professionali di scuola francese dall' 800 al 900, erano chiamati degli utensili per filtrare e depurare i liquidi. Il progetto sembra quasi voler nobilitare uno strumento da cucina che è generalmente trascurato, usato solo per la sua funzionalità e poi riposto nella credenza, dandogli una presenza fisica.

## FUORI CASA | Contaminazioni e accelerazioni

All'inizio del XX secolo la casa era il baricentro del sistema alimentare e la pagnotta o la manciata di caldarroste divorate per strada rappresentavano la miseria; oggi un pasto su due si fa "in giro", operando e telefonando, in orario o fuoriorario.

La nascita del pasto aziendale è avvenuta nelle vicinanze della fabbrica e si è estesa in insediamenti lavorativi di ogni tipo, mutuando spesso i servizi della ristorazione commerciale.

A caratterizzare la mensa di fabbrica era, nella prima metà del Novecento, la rigidità del pasto con carboidrati e proteine e l'assenza di alcolici e di dolci; l'allargamento a settori terziari ha comportato un alleggerimento calorico, richiesto da minore dispendio energetico, una maggiore varietà gastronomica, una presenza crescente del crudo (insalate e frutta).



fig.6

Momento di vita quotidiana durante un pasto presso un fast food. Gli utenti si aiutano con posate e con le mani per rifocillarsi. Le pietanze sono portate mediante piatti di diverse dimensioni in base a cosa devono contenere.

Gli orari rigidi, i luoghi deputati, i cibi stessi mutano nella società e il binomio nutrizione - lavoro esplodeva in mille forme anomale.

Le vecchie regole sono saltate e la popolazione cittadina non assomiglia a quella del passato.

Si mangia con le mani, camminando o stazionando prima su un piede e poi sull'altro nel corso di un buffet, e il nuovo termine "finger food" viene a designare, al di là dell'onnipresente panino - focaccia - piadina un tipo di cibi non solo da bar e da aperitivi, da turismo e da casa, in una accezione libertaria.

### **Mangiare con le dita è socializzare.**

Si può anche farlo da soli ed estrarre una barretta energetica dalla tasca o prelevare da un sacchetto di biscotti, sempre a passo spedito, i bocconi del pasto; naturalmente sotto gli occhi di tutti.

Il cibo impacchettato, distribuito, offerto alle nostre dita cresce, esercitando queste in movimenti e gesti ignoti al passato.

La scelta della posata è il primo trucco, il colore delle tovoglie e delle stoviglie un secondo e così via sino al piatto, a quel carpaccio di carne e scaglie di parmigiano e ciuffetti di rucola che, se proprio nuovo non è, va bene con il piatto sia tondo che quadrato, purché bianco e ampio, dovendo rendere appetitosi e abbondanti i 40 grammi di manzo crudo.

Sia che il pasto avvenga camminando sia seduti, in mensa o in pizzeria, oggi il cibo non è un elemento stabilizzatore per la sua stessa varietà e occorre riconfigurare tutte le sue componenti, anche quelle edibili per identificarlo.

*Questo lo si può fare solo con il design e serve a stimolare i valori edonistici che vanno dall'appetito, alla messa a fuoco, all'accertamento sensoriale, alla memoria, alla condivisione.*

La struttura del pasto - definita da elementi nutritivi e da componenti spazio-temporali - assiste oggi all'invenzione di modi e linguaggi per mangiare.

Vengono qui a contaminarsi culture un tempo lontane o approcci con esigenze dietetiche precise.



### **La “schiscetta” evoluta.**

*“Chi non lavora non fa l’amore”, ma potremmo anche dire che chi non mangia non lavora e quindi, per proprietà transitiva, non fa l’amore.*

Dunque il lavoro al centro, anche quando si parla di design e di architettura per il cibo.

Mangiare sul lavoro, mangiare durante il lavoro, parliamo di cibo e lavoro in un’epoca dove l’organizzazione della produzione si è fortemente parcellizzata, da qui non deriva ovviamente la scomparsa delle mense, ma un modo diverso di

organizzare la relazione tra lavoro e cibo.

La riflessione parte dall’osservazione della realtà odierna: i ticket, il panino, il ritorno della “schiscetta”, ovvero portarsi da casa il cibo pronto in un contenitore che ne conservi tutte le sue qualità come da generazioni garantiscono i “tupperware”, la strada e l’ufficio, o la fabbrica, come un tutt’uno anche dal punto di vista dell’organizzazione degli spazi di consumo e della progettazione degli strumenti.

**Tre sono gli elementi che caratterizzano il nuovo rapporto tra cibo e lavoro:**



MiniMax - Tupperware, 2011.  
Con un particolare sistema di spessori in silicone si ha la possibilità di comprimere o estendere il prodotto.

fig.7

1. Sono cambiati gli spazi del consumo del cibo, rispetto ai tempi e ai luoghi della produzione.

L'organizzazione è meno "militare" e gerarchica di una volta e questo soprattutto in relazione alla disposizione, alla tempistica, alla scelta del cibo e quindi alla definizione e all'estetica degli strumenti.

Sembra giocare un ruolo più strutturale l'individuo, quindi la possibilità di scegliere, di come organizzarsi la "tavola" e con chi, quel breve momento di pausa giornaliera.



fig. 8



fig. 9

Qui a fianco: sopra pausa pranzo presso un parco, la cosa è molto informale e ognuno decide come e dove stare. Sotto mensa dell'ospedale San Carlo. Sedute preposizionate, spazi già prestabiliti

2. Si dedica meno tempo al consumo necessario di tipo alimentare (legato prettamente alla necessità di nutrirsi) e sono invece più importanti le rappresentazioni, la messa in scena, che si mangi per strada, ai bar o in luoghi deputati al consumo del tempo, tra lavoro e intervallo e lavoro.

Mentre a dominare è:  
la socializzazione, sono le parole, gli sguardi, il dialogo.

Per quanto riguarda il design dei prodotti, accanto agli aspetti strettamente pratici, emergono colori, forme, polifunzionalità, una volta non presenti nella pausa pranzo, perché simbolo di perdita di tempo.



fig. 10

Impiattamento di Hamburger presso  
Al Mercato - Via Sant'Eufemia 16 - Milano

3. è cambiata e migliorata la consapevolezza nei riguardi di una determinata ritualità alimentare, quella appunto legata al tempo-lavoro, anche gli stessi oggetti risentono di questa nuova "filosofia" di consumo: leggerezza, praticità, perché molte volte consumiamo in movimento (*il viaggio fa sempre più parte del tempo-lavoro*), trasportabilità, meno conservazione degli strumenti, "più usa e getta", all'interno comunque di una maggiore sensibilità nei riguardi dei materiali e della sostenibilità ambientale. "Fast Good" significa e dovrà significare, in futuro, mettere al centro la qualità del contenuto, nonostante la velocità del consumo, e in questo caso la palla passa ai produttori alimentari della grande industria; mentre, nel nostro caso, vorrà dire un design del prodotto particolarmente attento al fatto che il consumatore non è più distratto, come una volta, quando mangia nell'intervallo del lavoro quotidiano.



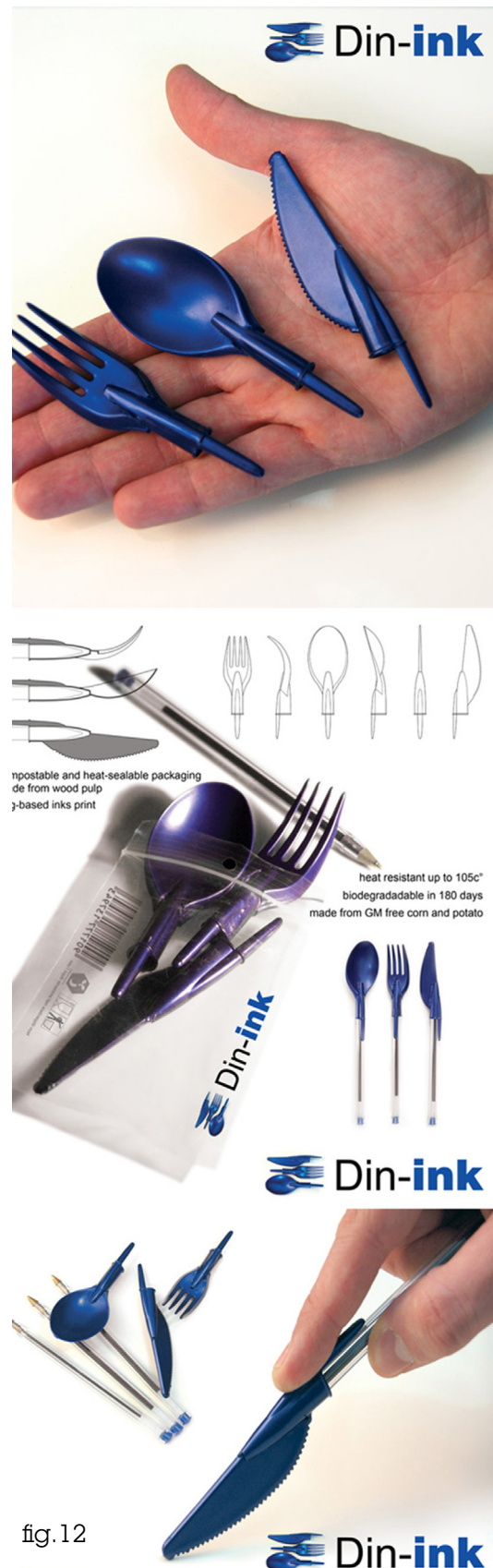
fig.11

Moscardino - Matteo Ragni / Giulio Iachetti,  
 2000 Pandora Design - Materiali: Plastica  
 trasparente o nera Mater-Bi (composto di  
 amido di mais biodegradabile al 100%); XIX  
 Compasso d'Oro (2001)  
 World Best Design Exchange Seoul  
 Best design product (2003)  
 In the design collection of MoMA, New York

Anche nel tempo - lavoro, la qualità del cibo transita nell'organizzazione e nella progettazione sia degli spazi sia degli strumenti, perché non è più tollerabile una gerarchia delle qualità progettuali, in relazione al ruolo svolto nel lavoro e nelle professioni.

Se il design è il linguaggio della differenza, in questo caso deve esercitarla nell'ascoltare le diverse tipologie del lavoro, adeguarsi e interpretare correttamente le nuove provenienze culturali di chi lavora, rispondendo non nel segno dell'omologazione, ma appunto del rispetto dei linguaggi e del patrimonio simbolico che ha, nel cibo, il riferimento fondamentale.

L'uomo è, anche, ciò che mangia.



din ink - Andrea Cingoli, 2008  
Vincitore concorso "dining in 2015"  
promosso da design boom

fig.12

## ANALISI DEI CONTESTI

---

## LUOGO [luò-go]

Parte di spazio delimitata, considerata in funzione di ciò che in essa si colloca.  
Costruzione o parte di essa adibita a usi particolari.

---

Come citato nel capitolo precedente, lo stile di vita è notevolmente cambiato a causa del cambiamento dell'orario e del luogo di lavoro, generato da tempi molto frenetici e dall'impossibilità di ritorno a casa per la pausa pranzo.

Secondo l'indagine Ismea- Ac Nielsen le preferenze dei consumi fuori casa sono orientate verso la prima colazione, il pranzo funzionale e la cena.

Il 93% dei giovani dichiara di mangiare fuori casa almeno una volta a settimana non solo per esigenze lavorative, ma anche come occasione di libertà rispetto ai canoni salutistici.

Nel 2012, secondo la FIPE, acronimo di Federazione Italiana Pubblici Esercizi, 12 milioni di persone per pranzo mangiano abitualmente fuori casa, 3 milioni cenano fuori dalle mura domestiche (Fipe, 2012, "la crisi nel piatto").

La popolazione è indirizzata verso ristoranti con cucina italiana e gli snack bar. Questa segmentazione rileva il cambiamento delle abitudini delle persone a fruire di *pasti sempre meno formali*, aumentando le micro-occasioni di consumazione, portando situazioni di difficoltà per i prodotti che richiedono un accompagnamento (ad esempio carni fresche, pesci, formaggi da condimenti e confetture), mentre giovano per quei cibi che si adattano a molteplici occasioni di consumo (prodotti a lunga conservazione, yogurt, lattiero caseari più innovativi, snack monodose, succhi di frutta in piccolo formato tetrapak).

Sono aumentati i pasti fuori casa sia nel settore della ristorazione collettiva, sia quella privata-commerciale. Tuttavia, i pasti possono essere consumati nella propria abitazione o in altri luoghi appositi.

---

Quando sono consumati in casa, i pasti hanno luogo o in una stanza apposita, la sala da pranzo, oppure, come più spesso accade, nella cucina stessa.

Se non avvengono a casa i pasti possono avere luogo in edifici specializzati, i ristoranti.

Esistono anche luoghi di ristorazione collettiva, destinati a persone che mangiano regolarmente fuori casa. Un esempio sono le mense scolastiche o d'ufficio, oppure i ristoranti universitari.

I pasti possono essere consumati anche all'aperto: i pic-nic.

Tornando alla situazione dell'analisi del contesto culinario, i luoghi del mangiare, si possono identificare in due macroaree:

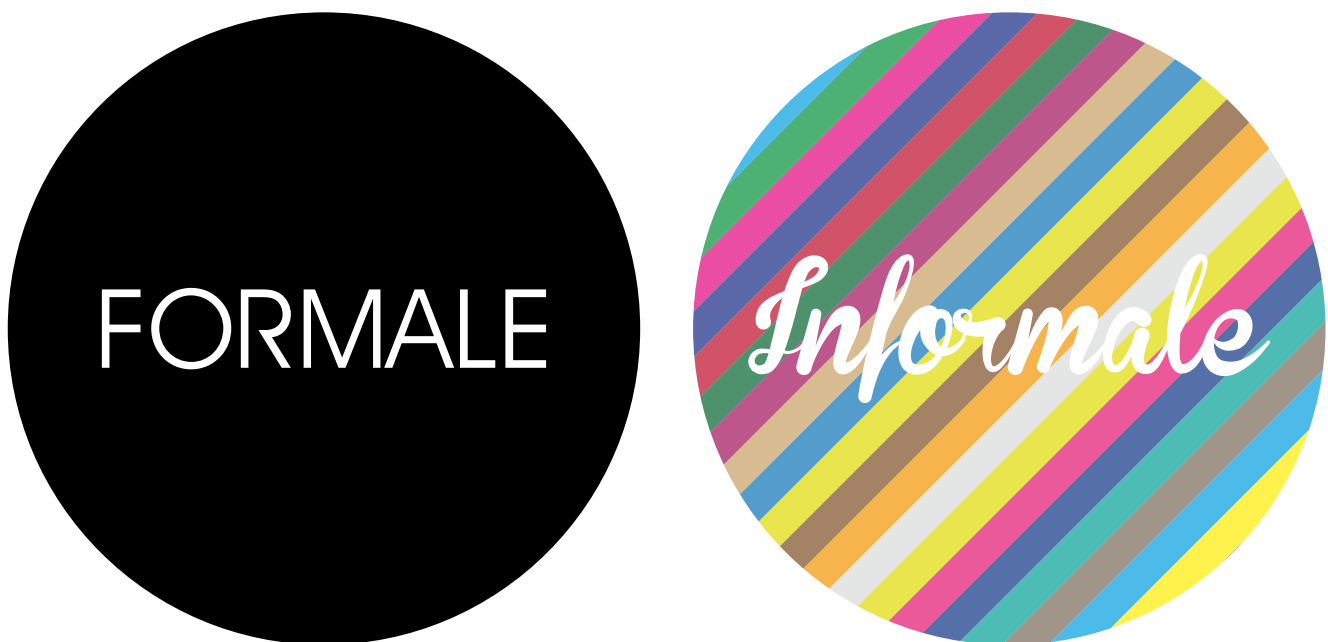


fig.13



---

La ***mise en place*** è un termine della ristorazione. Letteralmente "messa sul posto" o "messa a disposizione", quest'espressione francese indica, nelle cucine professionali, la predisposizione di tutto il materiale necessario per un servizio o per una preparazione.

È un'attività che di solito viene svolta prima dell'arrivo degli ospiti e che, se eseguita con attenzione, garantisce un servizio scorrevole agevolando notevolmente il lavoro in cucina.

Per analizzare il tipo di pasto che si vuole andare a consumare, la prima distinzione da fare riguarda il genere di invito, se informale o formale.

Nel caso di un invito informale, magari fatto all'ultimo momento, tra amici, il comportamento è chiaramente molto disinvolto sia da parte di chi ospita, sia da parte di chi è ospitato. La tavola è apparecchiata con semplicità, i cibi possono essere portati in tavola e passati tra gli ospiti, che si servono personalmente, così come personalmente si versano il vino.

Questo chiaramente non dovrebbe impedire che l'apparecchiatura segua gli stessi criteri di un pranzo formale o che si usino le buone maniere.

L'etichetta regola, invece, con un certo rigore il pranzo formale. In realtà è proprio l'osservanza delle regole di etichetta che fa di un incontro a tavola per mangiare insieme, un pranzo elegante e formale.

Chi fa l'invito, dovrà preoccuparsi in primo luogo del menu, quindi dell'apparecchiatura della tavola, ed infine del servizio.

La preparazione della tavola si adegua al genere di cibo che sarà offerto, cioè si apparecchierà con le stoviglie e le posate necessarie per mangiare ciò che sarà servito.

Ugualmente per i bicchieri. Il criterio è che non deve mancare nulla e che tutto deve essere posto in modo che sia comodo.

Ecco come posizionare piatti, posate, bicchieri:

a sinistra del piatto, le forchette dalla più piccola alla più grande (con le punte verso l'alto), a destra i coltelli (con la lama verso il piatto) e i cucchiaini anch'essi dal più piccolo all'esterno al più grande verso l'interno.

In orizzontale, le posate da frutta e da dessert: in basso il coltello con la punta a sinistra e la lama verso il piatto, poi la forchetta, con le punte verso destra rivolte in alto, infine il cucchiaino, con il manico a destra. Se il menù prevede sia il formaggio sia la frutta, insieme con la fruttiera verranno portate in tavola le posate da frutta appoggiate sul piattino pulito (mai incrociate).

Sopra le posate da frutta, un po' spostati verso destra, i bicchieri: il più grande da acqua e alla sua destra quello più piccolo, da vino.

L'apparecchiatura "formale" ne richiede invece almeno tre: grande, da acqua; medio da vino rosso; piccolo da vino bianco ed eventualmente la flûte da spumante o champagne.

I primi tre si dispongono in modo decrescente (visto che si riempiono da destra); ogni commensale, infatti, dovrebbe prendersi cura della signora seduta alla sua sinistra. La flûte viene spostata verso il centro del tavolo.

Se ci sono problemi di spazio, si può apparecchiare con soli due bicchieri e portare in tavola gli altri quando si cambia vino.

A sinistra del piatto, in alto, all'altezza dei bicchieri, il piattino del pane, oppure un panino o qualche grissino appoggiato sulla tovaglia; in basso il tovagliolo.

Non si mettono mai i portacenere in tavola all'inizio del pasto, ma si offrono agli eventuali fumatori, al momento del dessert.

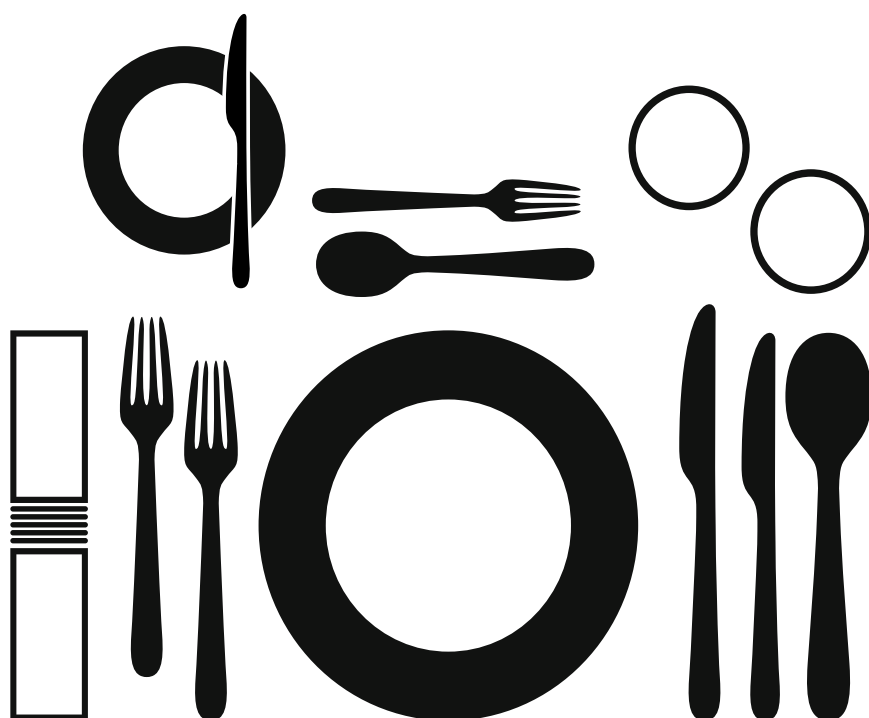
Spesso, dopo cibi, pietanze e frutti che vanno toccati con le mani, vengono portate in tavola le coppette lavadita, con acqua tiepida e una fettina di limone. Poste di fianco sulla sinistra a ogni commensale, servono per risciacquarsi le dita. Le coppette dovrebbero essere accompagnate da un tovagliolino di cotone, da usare per asciugarsi le dita.

Nel caso si voglia mettere un centrotavola, sarà opportuno scegliere fiori inodori, per non coprire i profumi del cibo, e bassi, per non impedire la vista a chi siede di fronte.

Anche oggetti pregiati, magari d'argento o porcellana, possono essere l'idea per un centrotavola, così come, di sera, dei candelabri accesi.

# FORMALE

---



# INFORMALE

---

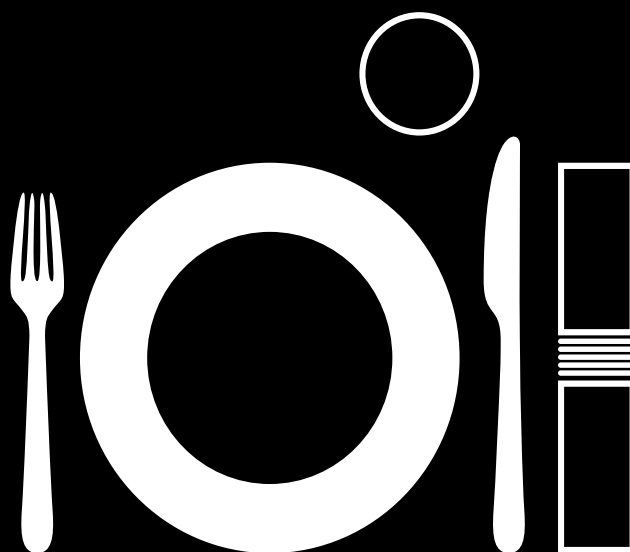


fig.14



fig. 15

## LE INFLUENZE CHE INFLUENZANO

Il processo migratorio porta l'individuo che lo compie da una cultura, la sua, ad un'altra, con effetti sulla sua persona e sul gruppo con cui interagisce.

Il processo di integrazione presiede a questo tentativo di adattamento dell'elemento "esterno" alla società, nel rispetto delle differenti culture che si trovano in contatto. Integrarsi vuol dire acquisire il complesso di norme che regolano il funzionamento della società, mantenendo al contempo il sistema di valori appartenenti alla propria estrazione culturale.

Attraverso l'analisi delle forme che la compongono e delle norme che la regolano la cucina può, a ragione, essere comparata al linguaggio, «costituisce pertanto uno straordinario veicolo di autorappresentazione e di comunicazione: non solo è strumento di identità culturale, ma il primo modo, forse, per entrare in contatto con culture diverse, giacché mangiare il cibo altrui sembra più facile – anche solo all'apparenza – che codificare la lingua. Più ancora della parola, il cibo si presta a mediare fra culture diverse, aprendo i sistemi di cucina a ogni sorta di invenzioni, incroci e contaminazioni».

Il cibo, inoltre, al di là della sua importanza in quanto elemento di affermazione identitaria, è anche un mezzo di scambio culturale, è la prima forma di contatto tra due civiltà, due gruppi sociali, due individui, che

prevede l'abbandono momentaneo delle proprie categorie culturali, presuppone fiducia nell'altro, in colui che ci prepara e ci offre un alimento sconosciuto.

*La cucina è allora «la soglia più accessibile di una cultura. È la soglia più bassa di un confine. Mangiare la cucina degli altri significa attraversare questa soglia».*

Lo scambio culturale, anche grazie alla cucina, non è da intendere come pericolo per la propria identità.

Al contrario, se non esiste identità senza alterità, la conoscenza dell'altro e il confronto con esso, attraverso gli elementi peculiari delle rispettive culture, sono motivo di rafforzamento delle identità. Le culture appaiono «tanto più forti quanto più sono aperte verso l'esterno e inserite in vari percorsi di scambio, d'incrocio, di contaminazione».

A lungo termine lo scambio tra culture attraverso il cibo crea delle variazioni alimentari, le quali, se possiedono radici solide, riescono a modificare le abitudini in modo irreversibile e duraturo.

Se il cibo è lo specchio della cultura, l'immagine riflessa dal contatto prolungato tra individui di estrazione differente è indubbiamente alterata. Deformazione, questa, da interpretare ora in senso positivo, ora negativo. Se infatti, come si è discusso, l'introduzione di spezie, frutti e vegetali

da continenti di nuova scoperta ha aumentato la varietà dei prodotti, ha originato nuove forme di espressività culinaria, in un evolversi di ampiezza storica, trasformando il gusto del Medioevo fino ad influenzare il nostro attuale e ciò è avvenuto in accrescimento del patrimonio

alimentare pre-esistente. In questo caso le culture alimentari, incontrandosi, si sono sovrapposte creando combinazioni nuove, in aggiunta a quelle pre-esistenti.



Un brunch meltin-pot dello Chef Dean Fearing

## WABI-SABI: L'ESTETICA GIAPPONESE

---

La parola Wabi-Sabi, può essere tradotto come "semplice quiete" (wabi), ed "elegante semplicità" (sabi).

E' un'idea estetica che si fonda sull'accettazione della transitorietà, e che riconosce tre semplici realtà:

- > niente dura,
- > niente è finito,
- > niente è perfetto.

Il wabi-sabi dunque insegna ad esercitare il distacco dall'idea di perfezione assoluta, per riscoprire la bellezza di una creazione intuitiva e spontanea, forse incompleta ma sicuramente ricca di originalità.

L'Occidente tenta da tempo di associarlo concretamente a una serie di qualità fisiche, correndo tuttavia il rischio di fraintenderne il significato, trasformandolo in uno standard esportabile da applicare alla creatività.

Il wabi-sabi si può solo riconoscere istintivamente, perché riguarda certe delicate, invisibili tracce che si manifestano al limite del nulla, e adattarlo alla cultura occidentale è certamente una forzatura, anche se, nel pensiero taoista (da cui esso trae origine) questa ingenuità nell'approccio alla sua comprensione, non è del tutto paradossale. Il solo immergersi nella "banalità" della vita quotidiana, infatti, può condurre alla sua più piena comprensione.

---

*"Immaginate un vecchio album in vinile che qualcuno ha ascoltato e riascoltato molte volte, lasciando che la puntina del giradischi ne estraesse il suono, passando sempre negli stessi solchi. L'usura e il tempo hanno inevitabilmente graffiato il vinile: un graffio accidentale, non voluto, che torna ogni volta a segnare quei suoni con la sua imperfezione, ricordando la fragilità delle scanalature e l'incompletezza di quei suoni sabbiosi. Quel vinile sarà assolutamente unico, e in misura solo intimamente percettibile, il suo fascino ne risulterà aumentato."*

---





fig.17

Arredo interno di una casa in stile Wabi-Sabi.  
La fetta di legno parzialmente lavorata, nobilita ed esalta le qualità del legno.

Il termine wabi-sabi come visto prima, è composto da due vocaboli distinti, dal significato piuttosto sfuggente.

“Wabi” suggerisce un concetto di bellezza discreta, generata dalla presenza di un'imperfezione naturale o introdotta in modo casuale dai processi di lavorazione artigianale, ma mai simbolica e intenzionale. Una bellezza viziata dalla presenza di difetti naturali considerata, paradossalmente, perfetta.

“Sabi” sottintende un'idea di bellezza legata al passare del tempo, che può manifestarsi solo in seguito all'usura e all'invecchiamento, come può accadere per le rughe che solcano il volto di un uomo, o la patina che ricopre inevitabilmente gli oggetti che usiamo.

Il wabi-sabi, profondo e multidimensionale, considera i reami più sotterranei dell'esistere trascendendone la mera apparenza, e trae dalla natura le sue tre lezioni fondamentali: nulla è perfetto – nulla è permanente – nulla è completo. La bellezza è quindi intimamente intrecciata con l'imperfezione e la caducità delle cose.

Contrapponendosi alle concezioni occidentali, il wabi-sabi intende la bellezza come un evento silenzioso e dinamico: essa può rivelarsi in modo inatteso, come uno stato alterato della coscienza che ci permette di scendere inaspettatamente a patti

con ciò che fino a quel momento consideravamo brutto. Lo si potrebbe definire un esercizio volontario di inversione percettiva. Non a caso, gli oggetti wabi-sabi sono spesso visti come “rustici”, perché così appaiono a un primo impatto: asimmetrici, rozzi, semplici, realizzati con materiali naturali, con superfici ruvide e irregolari, e di colore non uniforme. Occorrono sensibilità ed esperienza per essere in grado di apprezzarne pienamente il valore estetico.

Nel design, ad esempio, attribuire valore all'imperfezione significherà produrre oggetti capaci di invecchiare ed essere riparati, oggetti intesi come entità vive e mutevoli le cui imperfezioni possano diventare elementi narrativi del loro vissuto, stimolando in tal modo un legame duraturo tra utente e prodotto. Analogo discorso si potrà fare anche in altri campi della creatività, come l'architettura, l'arte, la poesia e la scrittura.

Come spiega Leonard Koren,  
"La strategia principale di questa  
intelligenza è l'economia dei mezzi.  
Sbucciare fino all'essenza, ma senza  
togliere la poesia. Tenere le cose pulite  
e svincolate, ma senza renderle sterili  
[...] Ciò significa anche mantenere le  
caratteristiche cospicue al minimo.  
Ma questo non vuol dire rimuovere il  
tessuto connettivo invisibile che lega  
in qualche modo gli elementi in un  
insieme significativo."

Potremmo insomma definire il wabi-  
sabi come un insolito cambiamento  
di prospettiva, che può generare un  
mutamento interiore molto potente  
e profondo, in grado di spingerci a  
rallentare e considerare i dettagli  
della realtà circostante, in tutte le loro  
sfumature più squisite ed evocative.

Usura e bellezza di un tagliere.



fig. 18

## RICERCA DELL'AUTENTICITÀ DEL PRODOTTO

---

La complessità del significato di autenticità dipende dalla molteplicità di settori a cui il concetto può fare da attributo. Il significato di autenticità è quindi legato alle differenti interpretazioni che si vogliono assegnare al termine etimologico a seconda degli ambiti a cui riferisce. È un concetto che si può attribuire a un oggetto, una persona, un messaggio, un sentimento e un'esperienza.

L'autenticità è quindi un attributo che si applica sia alla contingenza fisica e materiale, sia alla sfera immateriale ed esperienziale.

In questo senso, autenticità è sia intrinseca a una materia, sia estrinseca ad essa, collegata allo stato d'animo del ricevente/fruttore e alle sensazioni che l'oggetto riesce a suscitare in chi lo osserva o lo utilizza (autenticità esperienziale).

In questo caso, non riveste molta importanza se l'oggetto è un originale o una riproduzione, quanto l'esperienza a cui giunge il fruttore quando riesce a interagire ad un livello più profondo e coinvolgente dal punto di vista emotivo e cognitivo.



fig. 19

Enzo Mari, Sedia 1, Artek  
Autoprogettazione, 1974

Enzo Mari nel suo libro *"25 modi per piantare un chiodo"* dichiara e cerca un risposta alla domanda che lo assilla:

*"Come mai la gente non sa distinguere la qualità / autenticità del prodotto? Come posso aiutarla a capire?"*

*Decido di prendere il toro per le corna.*

*Se quella stessa gente provasse a costruirsi da sè un mobile, mi dico, forse non nè capirebbe l'intero orizzonte progettuale, ma potrebbe acquisire quella minima capacità critica utile per quando dovrà comperare, che ne so, un tavolo. Immagino allora di proporre degli esercizi di autoproduzione."*

Questo risulta essere un buon esercizio per comprendere l'autenticità del progetto, ma non tutti sono inclini a questa manualità. Comunque sia riesce a far scattare quella molla nel cervello, che ti fa cercare di comprendere un pochino di più un oggetto.

A questo punto, l'aspetto economico viene momentaneamente accantonato, in favore di una qualità estetica e formale che viene ricercata maggiormente e con maggior coscienza.

Un altro esempio è la collaborazione che il maestro Mari realizza con Corsi Design Factory, la quale ha ha apportato una vera rivoluzione nell'approccio fin qui adottato

dall'azienda nella realizzazione dei prodotti delle sue collezioni.

Il percorso dal progetto al prodotto, diventa un iter formativo, dove l'artista, con la sua colta esperienza accompagna l'artigiano ad una sempre maggiore consapevolezza dei significati dell'oggetto, della sua funzione e del suo valore estetico.

Stimola la passione, l'interesse, l'orientamento delle scelte di come eseguire il prodotto, per ottenere attraverso la ripetizione, la migliore realizzazione possibile.

In questo caso studio ed in generale la maggior parte dei prodotti di Mari, il richiamo al Wabi-Sabi è molto forte in quanto il prodotto è finito artigianalmente uno ad uno. In particolare la bellezza di questi oggetti sono dati appunto dalle leggere imperfezioni che ne esaltano la qualità.



fig.20

## IL CULTO DEL BELLO

---

*Estetismo* > atteggiamento del gusto e del pensiero che, in quanto pone i valori estetici al vertice della vita spirituale, considera la vita stessa come ricerca e culto del bello, come creazione artistica dell'individuo.

(Treccani)

Si tratta di un atteggiamento che sotto vari nomi ricorre nelle epoche più diverse, ma che come formulazione e applicazione coerente di una poetica rappresenta un tardo prodotto del Romanticismo, manifestatosi nella seconda metà dell'Ottocento, anzitutto in Inghilterra con J. Ruskin, O. Wilde, e poi negli altri paesi europei.

Ne furono massimi esponenti in Germania F. Nietzsche; in Italia G. D'Annunzio.

L'Estetismo si manifesta come "devozione alla bellezza e all'arte", ritiene fondamentali e primari i valori estetici e riduce in subordine ad essi tutti gli altri.

Nei valori estetici l'intellettuale di questo periodo ravvisa un mezzo per distaccarsi sprezzantemente dalla massa. Perciò è costretto a rifiutare tutto ciò che è banale, insignificante, meschino.

Una concezione della "vita come arte", dell'esperienza come ricerca della bellezza, della sensibilità come raffinatezza.

L'esteta è un artista raffinato, che coltiva i propri sensi e la propria coscienza al fuoco della bellezza e si propone di "arder sempre di questa salda fiamma gemmea".

Accanto a questa tendenza, nell'Estetismo se n'era sviluppata un'altra, orientata non tanto alla contemplazione dell'arte o alla coltivazione di aristocratici e raffinati modi di vita, quanto piuttosto a elaborare concrete pratiche e produzioni artistiche.

*Concepire la vita come arte poteva anche voler dire proporsi di produrre, fra gli oggetti di consumo, gli attrezzi di lavoro, gli arredamenti e ornamenti della vita quotidiana, "nulla che non fosse bello".*

Anziché, quindi, ritirarsi in piccoli e raffinati mondi di bellezza, si trattava di far divenire bello tutto il mondo, anche quello della nuova società industriale di massa, in base, anzitutto, alla "convinzione idealistica che il bello operi da solo il riscatto nel bene e si ha pertanto veicolo primo di redenzione e fonte di moralità", e poi per "il democratico impegno a fornire a tutti gli elementi e i modi per una convivenza civile che non sia privilegio per alcuni e mortificazione per altri".

Si recuperarono in architettura e nelle arti applicate, stili e sistemi ornamentali del passato, si assorbirono modelli orientali, si elaborarono, nell'insistita ricerca estetizzante, motivi

stilistici ornamentali di tipo floreale, che divennero precise tendenze stilistiche: Art Nouveau in Francia e in Belgio, "judendstil" nei paesi tedeschi, "liberty" in Italia.



fig. 21

Texture piastrelle

ANCHE L'OCCHIO VUOLE LA SUA PARTE



## ***Si mangia prima con gli occhi, poi con la bocca.***

noto motto culinario.

---

Come introdotto nel capitolo precedente, l'attenzione all'estetica dei piatti ha sempre fatto la differenza a tavola.

Dunque è facile dedurre che la nostra vista presta subito attenzione al modo in cui una pietanza viene messa in tavola.

*Nel piatto quindi, ci deve essere un giusto e piacevole contrasto di colori.*

Con questo focus "progettuale", nel corso degli anni, si sono sviluppati, data l'impostazione e il background dello chef differenti stili nell'impiattare: passando dal rustico alla nouvelle cuisine, dallo sperimentale al fusion, dalla mediterranea alla cucina molecolare.

Successivamente diventa una vera e propria disciplina tanto che la stessa parola viene insignita e definita nei dizionari.

**impiattare** > disporre nel piatto una preparazione pronta.

Ritengo la definizione incompleta in quanto, forse sarebbe il caso di aggiungere che

*impiattare non è solo disporre nel piatto una preparazione pronta, ma è anche allestire con gusto ciò che si è preparato accompagnandolo, all'occorrenza, con elementi decorativi anch'essi commestibili, al fine di rendere il tutto gradevole alla vista dei commensali.*

Impiattare il cibo fa parte dello spettacolo dell'alta cucina. Partendo da bizzarrie storiche come uccelli vivi che volano da una torta, fino ad arrivare alle composizioni originali della cucina moderna,

***l'impattamento è una forma d'arte.***

Iniziare dalle fondamenta.

Scegliere i piatti e i bicchieri giusti e le posate e le tovaglie adatte, migliorerà l'aspetto globale del piatto sul tavolo.

***Il piatto stesso dovrebbe aggiungere interesse e attrattiva al cibo.***

Spesso gli chef si affidano ai *colori* uniformi, soprattutto il bianco, per far risaltare il cibo.

Oltre al colore, esistono molti **stili** e molte **forme** tra cui scegliere e se non hai già dei piatti interessanti, puoi procurartene molti per poco denaro.

Valutare la **dimensione** del piatto

fig.22



## APPROCCIO VISIVO AL CIBO

---

Per essere in grado di esprimere un giudizio sull'armonia complessiva di un piatto, il primo passo da compiere è una corretta analisi sensoriale del cibo. L'analisi sensoriale, è articolata in tre fasi che consistono nell'esame visivo, nell'esame olfattivo e nell'esame gustativo.

### **Esame visivo**

rappresenta la prima fase dell'analisi sensoriale di un alimento o preparazione. Attraverso l'esame visivo ci si propone quindi di valutare: aspetto e presentazione.

### **Aspetto**

L'aspetto di un alimento o di una preparazione si riferisce al suo stato di integrità e di freschezza. E' evidente l'impatto che l'aspetto può avere sul giudizio complessivo, poiché può immediatamente predisporre favorevolmente o negativamente verso il consumo del piatto.

### **Presentazione**

La presentazione di una preparazione rappresenta la cura della disposizione dei cibi nel piatto, la composizione dei colori e la combinazioni originale degli ingredienti. Questo aspetto punta molto sul valore estetico del piatto, mettendo in particolare evidenza la creatività dello chef e la sua abilità in cucina.



fig.23

## MANGIA BENE, DIGERISCI PRIMA

---

Preparare in piatti in modo che risultino gradevoli alla vista non è solo un atto estetico. In realtà una buona presentazione facilita la digestione di quanto ingeriamo. La cosa non è da trascurare, soprattutto per chi ha qualche problema.

La digestione, infatti, si innesca ben prima di quanto si creda.

Se è vero che il processo principale è quello meccanico e chimico che avviene nello stomaco, va tenuto presente che la masticazione ha un ruolo importante non solo perché tritura i cibi, ma anche perché la saliva contiene enzimi che iniziano la disgregazione molecolare degli amidi.

In ciò, però, vi sono importanti meccanismi di stimolazione psicologica.

Quando si dice "ho l'acquolina in bocca"? Si tratta di un modo di dire che ha un preciso riscontro nella realtà e che ha un effetto decisamente positivo per la digestione, perché avvia i processi chimico-organici che avvengono nella nostra bocca.

Un piatto di bell'aspetto, quindi, aiuta proprio in questa fase di iniziale stimolazione psicologica, di produzione della saliva.

Se può sembrare difficile da accettare, provate a pensare l'inverso, cioè a quanto possa risultare indigesto un piatto che non vi piace, sia per l'estetica, sia per la consuetudine.

Tutta la nostra vita è regolata da complessi processi mentali inconsci e l'alimentazione non fa eccezione.

# ESTETICA & GASTRONOMIA

I termini "estetica" e "gastronomia" compaiono rispettivamente in contesti anche diversissimi; tuttavia, nel loro utilizzo prevalente, si segnala un minimo comune denominatore, quello del buon gusto, della sensibilità e dell'attenzione verso un certo modo di manifestarsi e di apparire degli oggetti del loro campo.

Un "ristorante gastronomico" è un'espressione della lingua francese per segnalare un luogo dove il cibo è trattato e proposto con cura, sensibilità e attenzione rispetto alla sua qualità; è un luogo dove si postula un gusto – e un gusto come buon gusto – tanto nella proposizione che nella ricezione del cibo, tale da differenziarlo da un ristorante qualsiasi.

*Curare l'estetica* è un modo di dire che richiama sensibilità e attenzioni superiori verso forme, modalità di espressione o di rappresentazione negli ambiti più diversi, e anche in questo caso, spesso "estetica" sta per "buon gusto". Essere attenti all'estetica significa avere sensibilità per qualità e bellezza, per la buona e piacevole reazione dei sensi a determinati oggetti o esperienze.

La storia del termine "estetica" è nota, ed è appena il caso di richiamarla. Esso compare per la prima volta nel 1735, in Germania, in un trattato di poetica e retorica dal titolo *Meditationes de nonnullis ad poema pertinentibus*, per poi guadagnare la posizione privilegiata

di una grossa opera filosofica, sistematica e programmatica anche se rimasta incompiuta, nel 1750: la *Aesthetica*. L'inventore del termine e autore delle due opere è Alexander Gottlieb Baumgarten

Il sostantivo *aesthetica* viene coniato a partire dall'aggettivo femminile greco *aisthetikè*, che sottintende che l'estetica è la scienza della sensibilità.

Tornando a noi, Estetica e Gastronomia si potrebbero vedere come due grecismi, "inventati" o riesumati in piena modernità e destinati ad attraversare con alterne vicende e fortune la storia della cultura occidentale degli ultimi due secoli, dalla quasi totale marginalità al loro attuale rilancio proprio in virtù della trasversalità che li caratterizza.

***"giusto, del resto si mangia anche e prima di tutto con gli occhi!"***

La mise en place del prodotto cibo, si esprime anche attraverso una scenografia completa, nel senso che concetti quali "bontà" e "piacere" risultano da un complesso di elementi sensoriali indissociabili: vista, udito, tatto hanno un ruolo importante almeno quanto olfatto e gusto.

Dunque, se dovessimo svolgere un'indagine estetologica, potremmo facilmente affermare che le scelte cromatiche nell'accostamento dei prodotti sono strutturalmente legati alle attività dei sensi.

Viviamo oggi, come molti sostengono, una "età estetica", un regime di "estetività diffusa" che riguarda ogni aspetto della vita quotidiana. Un'estetica del cibo rientra nelle "estetiche del quotidiano" e nelle estetiche pratiche, in una prospettiva che mina la gerarchia tra quotidiano ed eccezionale e tra pratica e teoria.

Al cibo appartengono tre grandi campi solidali:

- > quello della materia prima,
- > quello della manipolazione,
- > quello del consumo.

A questi se ne aggiunge un quarto, che attraversa tutti gli altri in modo trasversale ma che ha caratteristiche proprie e differenti,

- > il cibo rappresentato.

Una storia dell'estetica del cibo rappresentato è certamente possibile, a patto però di chiarire preliminarmente - e non è facile - lo specifico del rapporto tra esperienza e rappresentazione del cibo.

Infatti, a differenza di altri "oggetti" dell'estetica (la poesia, le arti visive, gli edifici...) il cibo "in sé" non lascia traccia, scompare essendo consumato. Il cibo come forma che sopravvive alla vita, finita e mortale, al superamento dell'effimero, del caduco, del consumato, può esistere certamente in quanto rappresentazione (cibo e pittura, cibo e cinema...) ma non esiste come oggetto d'esperienza.

La sua forma, effetto delle trasformazioni e delle manipolazioni cui è sottoposto, dura il tempo, variabile, della sua conservazione, la quale, però, a differenza degli altri oggetti "tradizionali" dell'estetica, ha il fine di preparare il suo deperimento, il suo consumo, la sua scomparsa.

Un'estetica degli elementi di cottura appare pertinente rispetto ai temi della forma e della consistenza, del colore e del gusto.

Esistono tre tipi di cottura:

- > per concentrazione (l'alimento è sottoposto a calore intenso),
- > per espansione (l'alimento è immerso in un liquido),
- > per mescolanza dei due modi suddetti.

Il fuoco e l'acqua modellano diversamente il prodotto alimentare, definendone rappresentazioni sociali e culturali sia dal punto di vista della natura sia del gusto.

*Un'estetica del cibo deve concentrarsi sulla qualità definita attraverso i sensi e sul piacere ricavabile di conseguenza.*

*La creatività di rappresentazione invece dipende in gran parte dal nostro background. La felicità, o l'infelicità, di ognuno di noi emergerà sempre nelle nostre opere. E' il riflesso delle nostre emozioni e le due cose non possono essere mai separate.*







Ho voluto, così, illustrare il processo che trasforma una tavola da luogo di consumo a luogo estetico: come il cibarsi non è mera azione di nutrirsi, così la tavola è lo scenario in cui il cibo diventa eccellenza arricchito dalla creatività, dall'esibizione dell'ospitalità, dalla convivialità.

Tutti i popoli hanno la loro cultura della tavola, ogni epoca ha avuto la sua espressione artistica in tavola.

Il segno, espresso nel design più funzionale e accattivante, ha sostenuto la diffusione, nel mondo intero, della nostra cultura sia del cibo che dell'ospitalità.

Ogni volta che siamo ospiti, di uno chef nel suo ristorante o di amici in casa, il nostro sguardo insegue, come prima cosa, i dettagli della tavola e quello che vediamo, condiziona le nostre percezioni anche del gusto.

## GESTALT & RAPPORTO FIGURA SFONDO

**“Usare gli ingredienti come tocchi  
di colore ed i piatti come sfondi  
per rappresentazioni cromatiche e  
architettoniche.”**

*chef Luca Landi, Ristorante Lunasia - Green Park Resort*

---

Il fenomeno della percezione rappresenta la prima e fondamentale forma di rapporto organizzato che l'individuo ha con il proprio ambiente vitale.

La percezione, costituisce infatti quel processo interno alla nostra esperienza del mondo che coniuga la semplice ricezione sensoriale degli stimoli esterni, con il processo della loro elaborazione intellettuale.

Nella percezione non si verifica infatti, né una condizione di passività del soggetto, che limita l'uso delle proprie facoltà alla sola ricezione dei messaggi provenienti dalla realtà esterna, né una sua posizione di dominio, ma si realizza piuttosto una situazione di incontro partecipativo tra uomo e mondo.

Da una parte gli elementi del mondo esterno, dall'altra il soggetto che, a partire da questi, organizza autonomamente l'immagine.

Tale peculiarità della percezione, ossia il suo essere allo stesso tempo inconscia e capace di dare al soggetto una prima immagine organizzata ed unitaria del mondo esterno, ha suscitato il vivo interesse di studiosi e ricercatori.

---

## **LA PSICOLOGIA DELLA GESTALT.**

Tra le più importanti correnti di pensiero psicologico che si affermano tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento in Germania si fa strada la teoria della Gestalt o della anche teoria della Forma.

Il fondatore di questa corrente fu M. Wertheimer che nel 1912 pubblicò una ricerca sul fenomeno "phi" , un particolare tipo di movimento chiamato apparente perché viene percepito pur non esistendo nella realtà.

Secondo la psicologia della forma, quando percepiamo un oggetto non abbiamo a che fare con un insieme di sensazioni frammentarie, che vengono analizzate e poi riunite in una sintesi, ma abbiamo sempre di fronte un'unità strutturata.

Secondo Wertheimer esistono degli insiemi unitari, nei quali ciò che avviene a livello globale non è deducibile né dalle proprietà dei singoli elementi, né dal modo in cui questi elementi si rapportano tra loro. Al contrario, sono le leggi strutturali dell'unità globale che determinano il rapporto tra gli elementi: le forme sono dati primari e immediati dell'esperienza psichica. Nel riconoscere una persona, un volto che pareva dimenticato, non siamo

soliti mettere insieme le varie parti, ma l'atto conoscitivo avviene per qualcosa che deriva dall'insieme delle parti.

Solo successivamente, con un atto intellettuale, tali forme possono venir analizzate e suddivise.

I gestaltisti quindi criticarono apertamente la concezione dello strutturalismo secondo la quale era possibile assemblare le parti per formare un tutto. Essi avevano ripreso un concetto espresso nel 1890 dallo psicologo tedesco Von Ehrenfels il quale aveva sostenuto che se dodici uomini avessero ascoltato separatamente uno solo dei dodici suoni che compongono una melodia, la somma delle loro esperienze non avrebbe corrisposto a quella che un solo uomo avrebbe percepito ascoltando la stessa melodia. Così la mente deve essere considerata nella sua globalità e non come una serie di elementi che si assemblano. Si parte dunque dalla forma che è un dato primario ed è strutturata ed organizzata secondo leggi percettive che regolano il rapporto tra gli elementi determinando a volte illusioni percettive.

La teoria della composizione, della percezione e delle implicazioni di ordine psicologico prende forma e definisce scientificamente le sue regole nel primo novecento con la nascita della Gestalt.

Da qui la frase:

**«Il tutto è più della somma delle singole parti».**

I loro studi psicologici si focalizzarono soprattutto sugli aspetti percettivi e del ragionamento/problem-solving.

La Gestalt contribuì a sviluppare le indagini sull'apprendimento, sulla memoria, sul pensiero, sulla psicologia sociale.

Le teorie della Gestalt, si rivelarono altamente innovative, in quanto rintracciarono le basi del comportamento, nel modo in cui viene percepita la realtà, anziché per quella che è realmente; quindi il primo pilastro della teoria della Gestalt fu costruito sullo studio dei processi percettivi e in una percezione immediata del mondo fenomenico.

Per la psicologia della Gestalt non è giusto dividere l'esperienza umana nelle sue componenti elementari. Occorre invece considerare l'intero come fenomeno sovraordinato rispetto alla somma dei suoi componenti: "L'insieme è più della somma delle sue parti"

Da questo punto di partenza la Gestalt ha enunciato i suoi principi base che sono:

**La legge della Chiusura.**

Questo principio si riferisce ad una particolare capacità percettiva tale per cui le linee e le forme familiari, anche se non sono chiuse e complete, vengono comunque considerate tali. La nostra mente è predisposta a fornire le informazioni

**La legge della Continuità.**

Il principio della continuità di direzione o di buona continuazione è fondamentale per l'organizzazione delle forme, glifi e caratteri in una realizzazione grafica: si basa sul concetto che la percezione tende ad evidenziare quella forma che presenta il minor numero di cambiamenti e interruzioni nelle linee o nei contorni.

**La legge della Somiglianza.**

Elementi che sono tra loro simili, o meglio hanno caratteristiche comuni, vengono percepiti come un'unica forma, collegati. Quindi, attraverso l'utilizzo di insiemi di elementi accomunati da caratteristiche simili, si può aggiungere "ritmo" all'interno di una realizzazione grafica, rompendone la staticità e la monotonia dovuta ad elementi magari piacevoli, ma scollegati.

***La legge della Vicinanza.***

La vicinanza nello spazio di due o più elementi induce con buona probabilità a considerarli come un'unica figura e questo principio deve essere tenuto in considerazione, perché chiarisce l'importanza di gestire al meglio la vicinanza spaziale tra gli elementi di una realizzazione.

***La legge del Destino Comune.***

gli elementi che hanno un movimento solidale tra di loro, e differente da quello degli altri elementi, vengono uniti in forme.

In una configurazione tendono a unificarsi le linee con la stessa direzione od orientamento o movimento, secondo l'andamento più coerente, a difesa delle forme più semplici e più equilibrate.

***La legge della Esperienza Passata.***

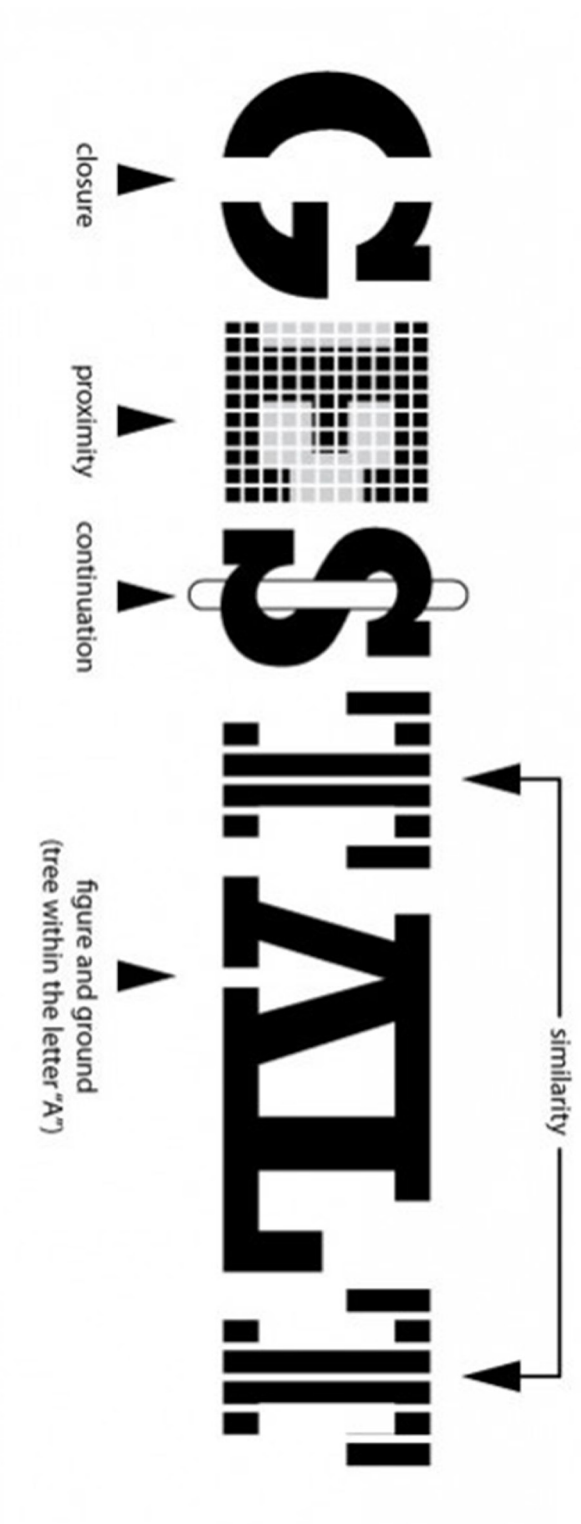
elementi che per la nostra esperienza passata sono abitualmente associati tra di loro tendono ad essere uniti in forme.

***Legge della Pregnanza.***

la forma che si costituisce è tanto "buona", quanto le condizioni date lo consentono. In pratica ciò che determina fundamentalmente l'apparire delle forme è la caratteristica di "pregnanza" o "buona forma" da esse posseduta: quanto più regolari, simmetriche, coesive, omogenee, equilibrate, semplici, concise esse sono, tanto maggiore è la probabilità che hanno d'imporsi alla nostra percezione.

***La legge della Figura / Sfondo.***

Il principio della figura/sfondo, ovvero del rapporto tra figura e sfondo, è noto anche come principio del contrasto ed è il fondamento della percezione visiva: uno stimolo è percepito solo per contrasto con il suo sfondo. In ambito grafico il principio della figura/sfondo suggerisce come un contrasto di colori adeguato possa aggiungere interesse in determinate zone di una realizzazione, in modo da focalizzare l'attenzione del destinatario.





# GLI ELEMENTI COSTITUTIVI DELL' APPROCCIO GESTALTICO

La relazione figura/sfondo,

*"Primo piano e sfondo devono essere facilmente intercambiabili, secondo le esigenze del mio essere. Se così non è, abbiamo accumulazione di situazioni non finite, di idee fisse, di rigida struttura caratteriale.*

*Ai confini avremo turbe del sistema dell'attenzione: confusione, la perdita di contatto, capacità di concentrarsi e di coinvolgersi" (F. Perls, 1969, 16).*

Da qui il motto: **"Il tutto è più della somma delle singole parti"**.

Perls fa sua senza riserve la dinamica figura/sfondo ed anzi, ancora una volta, ne estende il significato dal campo dei fenomeni percettivo-visivi, a quello più generale che riguarda la modalità di rapportarsi dell'individuo nei confronti dell'ambiente esterno, come pure dell'ambiente interno. L'attitudine di cogliere la realtà emergente, l'elemento che è più carico di significato e di energia in un preciso momento, consente all'individuo sano di concentrare sullo stesso le sue facoltà di attenzione, di mobilitare le strategie utili a realizzare con lo stesso elemento uno scambio vantaggioso di dare-avere ed in

definitiva di assorbire gli elementi di cui abbisogna, per poi muoversi verso altre realtà che successivamente si saranno caricate di maggiori valenze energetiche.

Tale operazione presuppone ovviamente la contemporanea capacità di lasciare sullo sfondo gli elementi meno significativi ed ottenere quindi quella concentrazione energetica che unicamente consente di finalizzare utilmente le operazioni di pensiero ed i comportamenti destinati al raggiungimento di obiettivi specifici.

Il principio del contrasto è un principio che opera nell'ambito della percezione umana. Esso nasce dallo studio della differenza che noi esseri umani avvertiamo fra due cose presentate in successione e consente di asserire quanto segue: in presenza di due stimoli che si succedono, se il secondo stimolo differisce abbastanza dal primo, noi tendiamo a vederlo diverso dal primo in misura maggiore di quanto lo sia in realtà. Ad es. se solleviamo prima un oggetto leggero e poi uno pesante, quest'ultimo ci sembrerà più pesante di quanto ci sembrerebbe se l'avessimo sollevato per primo.

Il principio del contrasto è saldamente accertato nel campo della psicofisica e vale per tutti i tipi di percezione, non solo per il peso: se stiamo parlando con una bella donna ad una festa e poi sopraggiunge un'altra donna che bella non è, quest'ultima ci sembrerà più brutta di quello che è veramente.

ILLUSIONI PROSPETTICHE,  
IL COLORE E LA FAME

---

Alla domanda:

*"Il colore del piatto influenza la quantità di cibo che si va a mangiare?"*

Secondo Brian Wansink, studioso del Food e Brand Label di Cornell University, e Koert van Ittersum, docente di comportamento del consumo e strategic brand management a Georgia Tech's College, sì, in virtù del contrasto di colore tra cibo e piatto, sulla falsariga dell'illusione di Delboeuf, dal nome dello scienziato belga, Joseph Leopold, che la scoprì nel 1865.

Un'illusione che, di fatto, induce a mettere nel piatto più cibo di quanto si vorrebbe. Secondo l'illusione, se due cerchi di identiche dimensioni vengono posti l'uno vicino all'altro, e in uno dei due cerchi viene posto all'interno di un anello esso apparirà più grande del cerchio non circondato.

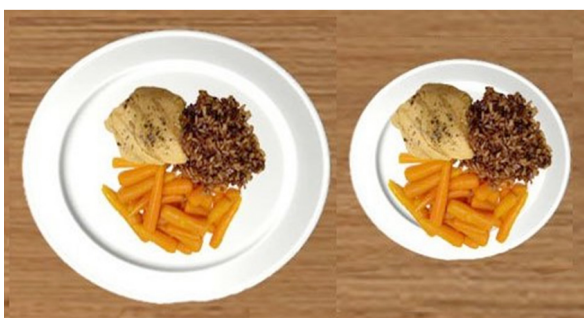
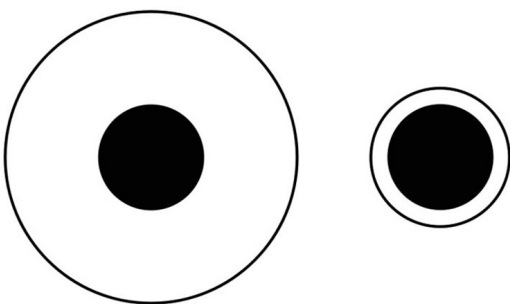


fig.27

Illusione di Delboeuf

Se invece l'anello è distante, apparirà più piccolo. Ma cosa c'entra con le porzioni dei cibi e il colore del piatto?

Questa ricerca sta continuando ed in particolare, si stanno studiando altri possibili effetti dell'illusione in relazione al comportamento alimentare, esaminando il contrasto cromatico tra piatto e cibo, e tra stoviglie e tovaglia.

Risultati simili erano già stati ottenuti nel 2012 da Oliver Genschow, ricercatore presso la Facoltà di Psicologia di Basilea. Tuttavia, l'esperimento svizzero non consentiva di definire se la quantità di cibo mangiata in relazione al colore del piatto fosse originata dal contrasto tra piatto e alimento piuttosto che dal colore del piatto di per sé.

A questo proposito, un'altra ricerca nel campo dell'alimentazione (van Ittersum e Wansink, 2012) dimostrava, in effetti, come un contrasto abbastanza elevato tra piatto e pietanza (ad esempio pasta condita al pomodoro servita su piatto bianco) potesse indurre le persone a collocare nel piatto quantità più misurate di cibo rispetto a quando il contrasto tra i due era inferiore (ad esempio pasta in bianco su piatto bianco).

Lo studio italiano (2012) conferma, invece, come sia effettivamente il colore del piatto e non la variazione di luminanza e contrasto a modificare il comportamento di consumo. Questa ipotesi è stata dimostrata attraverso tre esperimenti che hanno coinvolto un totale di 240 volontari.

Nel primo esperimento sono stati serviti popcorns in piatti rossi, blu e bianchi a tre gruppi indipendenti di partecipanti.

Nel secondo caso i piatti sono stati riempiti con una quantità costante di gocce di cioccolato fondente, cromaticamente quindi opposte al popcorn. Sia nel caso dei popcorns che in quello della cioccolata i soggetti appartenenti ai gruppi con i piatti rossi hanno consumato in media significativamente meno rispetto a quelli con il piatto bianco e blu.

Tre, anziché un alimento, è stata presentata una dose di crema idratante da testare sulle mani?

Anche in questo caso il gruppo con i piatti rossi ha provato sulle proprie mani un quantitativo di prodotto significativamente inferiore rispetto agli altri due.

Tutti e tre gli esperimenti prevedevano poi la compilazione di un questionario fittizio riguardante aspetti sensoriali e il livello di gradimento/piacevolezza del prodotto. Curiosamente, dall'analisi delle risposte fornite dai volontari è emerso come la diminuzione di consumo con il piatto rosso non sia correlata ad un'altrettanta riduzione dell'appeal dei cibi e della crema posati su di esso.

***Le persone pur consumando meno con il piatto rosso esprimono un giudizio di gradimento comunque positivo, non dissimile da quello espresso per gli altri piatti.***

All'apparenza un presupposto lapalissiano, eppure chissà come cambierebbe l'attitudine di molti se sapessero cosa genera questo effetto.

Cambierebbe, in parte, la loro consapevolezza, come dimostrava l'esperimento condotto in precedenza dagli stessi studiosi, tesi a dimostrare, secondo il principio dell'illusione di Delboeuf, che a piatti più grandi seguono porzioni di cibo più grandi, ma non nella percezione di chi le consuma.

### ***Scendiamo sul piano empirico:***

> Quanta verdura in più si mangerebbe se le stoviglie usate fossero di colore verde?

> Se il nostro obiettivo è quello di mangiare meno, si dovrebbe scegliere piatti che abbiano un alto contrasto con quello che andremo a servire.

> Le illusioni percettive. Soppesiamo il volume considerando più l'altezza di un oggetto che la sua larghezza, quindi la stessa quantità di alimento la percepiamo in realtà come più voluminosa se presentata in altezza.

> La forma. Il confezionamento in forma quadrata viene percepito come più grande rispetto ad un ugual volume in forma tonda.

**MANGIO  
TANTO**

MANGIO  
POCO

CROMIA

*tono su tono*

**contrasto**

ILLUSIONE  
PROSPETTICA

presentazione piana

pre-  
sentazi-  
one verticale

FORMA

quadrata

tonda

DIMENSIONE

**grande**

*piccola*

**Colori che aiutano a mantenersi in forma:**

Piatti neri tendono a far sembrare le porzioni più grandi.

Il rosso pare sia uno dei colori che favorisce maggiormente il senso di sazietà. Ciò sembra dipendere dal fatto che il colore rosso sia associato al senso del pericolo, sollecitando quindi la persona a finire velocemente il pasto e a non desiderare il bis.

Il grigio-blu inibisce il senso di appetito perché è il colore che associamo a ciò che è in via di deterioramento (ad esempio al cibo ammuffito).

Al colore blu / viola si associa l'idea di qualcosa di velenoso andando così a perdere appetenza.

L'arancione: gli alimenti di questo colore vengono mangiati con cautela perché la nostra mente associa questa sfumatura a qualcosa di piccante, come il curry o la polvere di peperoncino.

Il verde aumenta l'appetenza, in quanto andiamo ad associare al colore roba sana e che fa bene.

Il giallo fa venire fame in quanto è associato al colore della felicità.

Una buona presentazione facilita la digestione di quanto ingeriamo.

La masticazione ha due ruoli importanti: tritura i cibi, bagna i cibi con la saliva che contiene enzimi che iniziano la disgregazione molecolare.

In ciò, però, vi sono importanti meccanismi di stimolazione psicologica.

Quando si dice "ho l'acquolina in bocca", si tratta di un modo di dire che ha un preciso riscontro nella realtà: ha un effetto decisamente positivo per la digestione, perché avvia i processi chimico-organici che avvengono nella nostra bocca.

Un piatto di bell'aspetto, quindi, aiuta proprio in questa fase di iniziale stimolazione psicologica di produzione della saliva.

Se può sembrare difficile da accettare, provate a pensare l'inverso, cioè a quanto possa risultare indigesto un piatto che non vi piace, sia per l'estetica sia per la consuetudine.

**APPETENZA**

**INAPPETENZA**

***Si associa  
alla felicità***

***Le porzioni  
sembrano  
più grandi***

***Si associa a  
qualcosa che  
fa bene ed è  
sano***

***Si associa a  
qualcosa di  
velenoso***

***Si associa a  
qualcosa che è  
piccante***

***Si avverte la  
sensazione di  
pericolo, si  
finisce  
velocemente,  
sazietà***

***Si associa a  
qualcosa in  
deterioramento***

# ATLANTE DEGLI OGGETTI



Nel caso del piatto, solo di recente si sta cominciando a dare nuova enfasi all'oggetto; non più quindi solo oggetto utile al contenere il prodotto cucinato ad hoc dallo chef di turno, ma parte complessa e viva del progetto culinario.

Di seguito una carrellata di progetti che mirano a rivalutare questo andamento più innovativo dell'oggetto PIATTO.



fig.30

Petal Plate - Stefan Andersson  
Argilla naturale



fig.31

Shizuku Plate in Walnut - Hiroyuki Sugawara,  
legno



fig.32

Snap & Dine - Demelza Hill

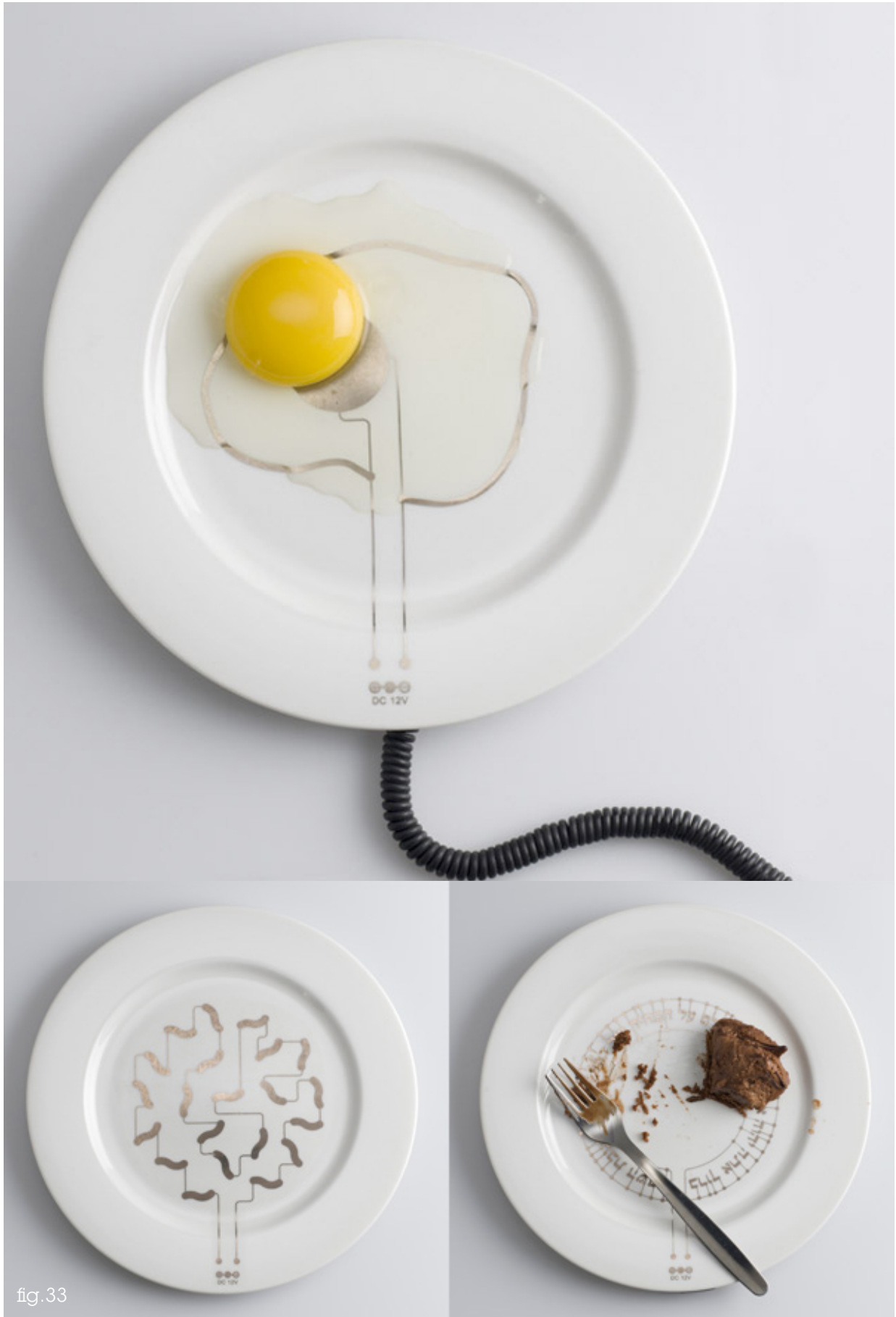


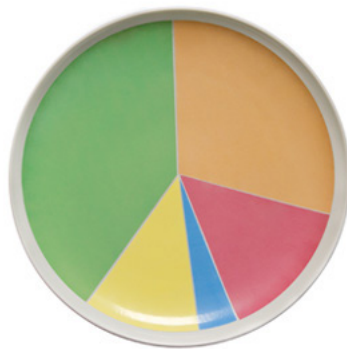
fig.33

'+/ hot plate' by ami drach and dov ganchrow  
dining in 2015 competition 2008

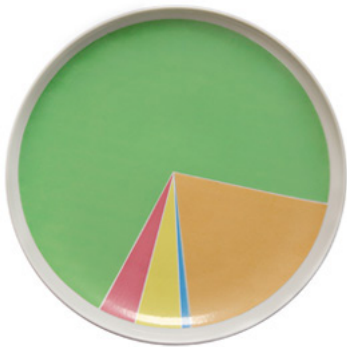
fig.34



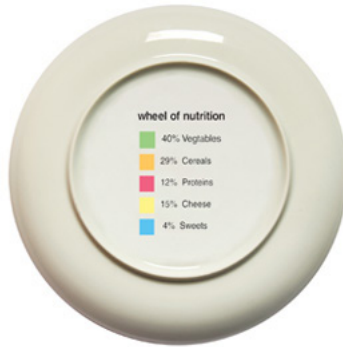
Super Size



Extra Ordinary



The Diet



Back of the plate

Wheel of Nutrition - Rui Pereira and Hafsteinn Juliusson



fig.35

Bread Plate in Cherry - Fujii  
Works, legno di ciliegio



Entresuelo la





Finger food -Ken Goldman



fig.38

Go plate



One for all  
Yuri Naruse e Jun Inokuma

## ANALISI DEI CIBI

---

**ALIMENTI** *materiali che, nelle loro forme naturali o variamente preparate, vengono consumate per la nutrizione e il piacere.*

La distinzione tra “nutrizione” e “piacere” non è né banale, né arbitraria, ma introduce due importanti proprietà degli alimenti: il valore nutritivo e quello edonistico.

Il valore nutritivo è relativamente semplice da quantificare, dato che le sostanze nutrienti principali sono in numero limitato e sono tutte conosciute assieme ai loro effetti.

Al contrario, la definizione del valore edonistico di un alimento è più difficile, perché una tale definizione deve rendere conto delle proprietà visive, olfattive, gustatorie e tattili. Tali proprietà possono essere influenzate da un gran numero di sostanze, che possono anche essere in parte sconosciute.

**Caratteristiche organolettiche degli alimenti** rispecchiano le qualità percepibili attraverso uno o più organi di senso.

Aspetto, colore, forma, aroma, sapore, consistenza e caratteristiche ad essa collegate (fluidità, viscosità, friabilità), sono solo alcuni dei caratteri organolettici più importanti e conosciuti.



---

Tutti i 5 sensi (gusto, olfatto, vista, tatto, udito) sono coinvolti nella percezione di queste caratteristiche.

Si può così valutare colore, forma (vista), consistenza (vista, udito, tatto), odore (olfatto) e sapore (olfatto, gusto) di un determinato alimento.

### **Colore degli alimenti**

È una caratteristica organolettica importantissima dal punto di vista psicologico, sulla loro capacità di attrarre il consumatore.

### **Gusto degli alimenti**

Può essere modificato grazie ad una o più sostanze che interferiscono con la percezione delle quattro caratteristiche principali (o base) del gusto: il salato, il dolce, l'aspro (o acido) e l'amaro.



fig.41

## I 7 GRUPPI ALIMENTARI

---

La suddivisione ha seguito un criterio di omogeneità, ovvero differenzia i vari prodotti in base alla loro prevalenza nutrizionale. Questa classificazione assume un ruolo essenziale nella "gestione autonoma" di una buona e sana alimentazione in quanto, per favorire il bilancio nutrizionale, sarebbe opportuno consumare con frequenza giornaliera almeno un prodotto appartenente a ognuno dei 7 gruppi fondamentali degli alimenti.

Piramide alimentare



fig. 42

---

## CARNE, PESCI E UOVA

---

Apportano proteine ad alto valore biologico, ferro biodisponibile, vitamine del gruppo B.

Apportano anche notevoli quantità di colesterolo e grassi saturi che NON sono nutrienti salutari, se introdotti in eccesso, soprattutto in presenza di patologie metaboliche.

## LATTE E DERIVATI

---

Forniscono proteine ad alto valore biologico, ma a differenza del gruppo 1 contengono poco ferro e tanto calcio e fosforo.

Apportano anche notevoli quantità di colesterolo e grassi saturi che NON sono nutrienti salutari, se introdotti in eccesso o in presenza di patologie metaboliche.

## CEREALI E DERIVATI, TUBERI

---

Include il pane, i prodotti da forno, i biscotti, la pasta alimentare, le farine, i fiocchi per la prima colazione e le patate.

Apportano elevate quantità di amido, le proteine sono di basso valore biologico.

## LEGUMI

---

I fagioli, le lenticchie, le fave, i piselli, i ceci, la soia, i lupini, le cicerchie ecc.

Forniscono proteine di medio valore biologico, amido (meno dei cereali), vitamine del gruppo B, molti sali minerali e fibra alimentare.

## GRASSI E OLI DA CONDIMENTO

---

Contengono soprattutto grassi di ogni genere e relative vitamine liposolubili (A-D-E-K); dal punto di vista metabolico, alcuni lipidi sono più salutari mentre altri, se introdotti in eccesso, possono risultare nocivi.

## ORTAGGI E FRUTTA FONTI DI VITAMINA "A"

---

Appartengono a questo gruppo gli ortaggi e frutta di colore giallo, verde e arancione.

Sono ottimi antiossidanti e apportano anche molta acqua, fibre, sali minerali (molto potassio) e glucidi semplici.

## ORTAGGI E FRUTTA FONTI DI VITAMINA C

---

Fanno parte di questo insieme tutti gli ortaggi a gemma e la frutta acidula.

Se mangiati crudi, assicurano elevate quantità di vitamina C, sali minerali, fibra e acqua. Interessante la quantità di zuccheri semplici della frutta.



## RITI CULINARI

I pasti quotidiani o quelli festivi, sono strutturati in più portate ben definite, di cui solo la principale è obbligatoria; le altre potranno essere eliminate o sostituite secondo l'appetito, il tempo di cui si dispone, il grado di raffinatezza cercato...

Un pranzo completo sarà così composto: *aperitivo, antipasto, primo piatto, secondo piatto, contorno, dessert, frutta, caffè.*

### **APERITIVO**

E' l'annuncio del menu che predispone al pasto. Anche se può essere servito a tavola, solitamente viene separato nel tempo e nello spazio dallo svolgimento del resto del pasto.

### **ANTIPASTO**

Rappresenta l'atto d'avvio. Secondo le epoche e gli stili di servizio, l'antipasto ha avuto importanza maggiore o minore ed una diversa collocazione all'inizio del pranzo.

Il servizio degli antipasti si divide in:

- >antipasti caldi
- >antipasti freddi

Dato che nella moderna ristorazione non esiste soluzione di continuità tra questa portata e le successive, l'antipasto è a tutti gli effetti una ricetta paragonabile alle altre che compongono il menu.



## PRIMI PIATTI

I primi piatti sono preparazioni diffuse nelle tradizioni e nelle abitudini alimentari di molte nazioni ed in particolare di quelle mediterranee, dove per lungo tempo hanno rappresentato il piatto principale e spesso unico per le classi più umili.

Nella tradizione italiana, sotto questa locuzione si annoverano le minestre, le zuppe e tutte le preparazioni a base di pasta e riso in composizioni mediamente brodose. E' anche corrente l'uso dell'espressione "minestre asciutte", la quale comprende tutto, dai risotti agli spaghetti.

## SECONDI PIATTI

E' considerata la parte centrale del menu. A questa portata è abbinato il vino più prestigioso dell'intero pasto. Può essere costituita da un piatto di carne o da una preparazione di pesce.



## CONTORNI

Di questa portata fanno parte tutte le preparazioni di verdure, uova, frattaglie es. soufflè, sformati, timballi ect...

## DESSERT

Consiste nella preparazione di dolci al cucchiaio seguiti dalla piccola pasticceria. Può comprendere anche il formaggio e la frutta.

## CAFFE'

Segna l'epilogo del menu. Il caffè conclude il convivio e va servito con cioccolatini e canditi. Al caffè possono seguire liquori, amari.



CONSISTENZE DIVERSE E  
ABBINAMENTO DEL PIATTO

I cibi si dividono in:

### **LIQUIDI**

Comprendono le bevande: acqua, tè, camomilla, latte, caffè, ecc. Esistono anche i cosiddetti liquidi con scorie (così chiamati perché contengono piccole particelle di consistenza maggiore), tra i quali troviamo succhi di frutta, yogurt "da bere", sciroppi, brodi vegetali.

### **SEMILIQUIDI**

A questa categoria appartengono: gelati, creme, passati di verdure, frullati e omogeneizzati di frutta.

### **SEMISOLIDI**

Comprendono passati e frullati densi, omogeneizzati di carne e pesce, purè, uova strapazzate, formaggi morbidi e cremosi, budini.

### **SOLIDI**

Sono alimenti quali pasta cotta, uova sode, pesce, verdure cotte non filacciose, frutta, pane, biscotti, ecc...

Nel buon galateo si insegna che per ogni piatto c'è una portata diversa.

*Ad ogni piatto il suo ruolo dunque...*

**Il piatto piano** è indispensabile per servire i cosiddetti "secondi" (carne e pesce) e gli antipasti. Assolutamente da evitare per servire minestre e pasta. Il piatto piano spesso fa da appoggio al piatto fondo e lo accompagna per il corso di tutto il pranzo/cena.

Qui subentra però **il sottopiatto** che fa da alzatina al piatto piano.

**Il piatto piano più piccolo** invece è utilizzato per servire formaggi e frutta oppure i contorni.

**Il piatto fondo** è per servire le pietanze che in ordine di uscita è la prima; ovvero la pasta, le minestre e le zuppe.

Da corredo ai piatti principali vi sono poi i **piattini** per servire il burro, i dolci, il pane. Di dimensioni più piccole e risultano indispensabile per banchetti dal tono importante.

**Il piatto da portata** che come suggerisce la parola stessa, serve per portare e presentare in tavola la pietanza cucinata in modo tale che si possa fruire visivamente e poi successivamente assaggiando il contenuto.

Molto più contemporanea ma non troppo è l'utilizzo dell'**insalatiera** come contenitore per verdure; dalle alte pareti per evitare così una fuoriuscita del contenuto.

**I piatti / ciotole per le salse** che si sono presenti nei set da cucina ma, che per fattori culturali e di dinamicità della vita contemporanea, stanno andando via via ad estinguersi in quanto si cerca di applicare il tutto direttamente nel piatto.

**Una particolarità del servizio da tavola**, sta nel fatto che un classico servizio, può essere composto per servire pranzo o cena a sei o più persone, sempre però ad un multiplo di sei.

Quindi, un servizio da tavola base è formato da 24 pezzi in tutto, quattro per ogni commensale che siede alla nostra tavola.

Ma anche a questa regola esistono delle eccezioni: esistono al momento anche servizi da tavola composti da più o meno pezzi rispetto a quello tradizionale.

Ricapitolando; un servizio da tavola è composto da:

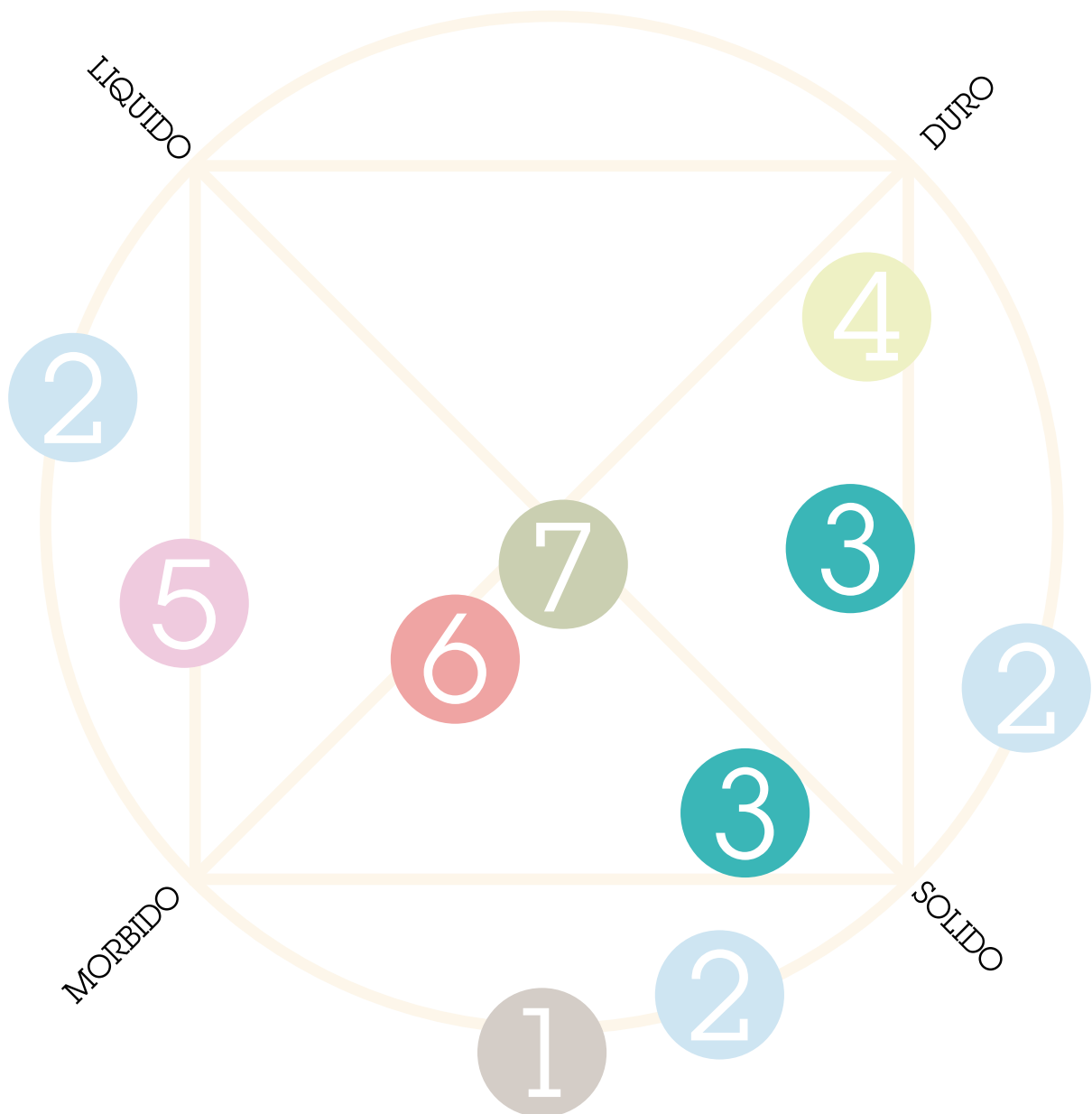
- > piatto fondo
- > piatto piano
- > piatto da frutta
- > coppetta
- > ciotola
- > insalatiera
- > piatto da portata
- > piatto per salsa





fig.47

1. carne / pesce / pollame
2. latte & derivati
3. cereali & derivati, tuberi
4. legumi
5. oli & grassi
6. ortaggi & frutta vitamina A
7. ortaggi & frutta vitamina C



## RIFLESSIONE SULLE TENDENZE ATTUALI

## 1950.1960

Gli anni del boom economico postbellico portarono in ogni casa il frigorifero, il forno, la cucina a gas, gli elettrodomestici multiuso, e di conseguenza si modificò profondamente il modo di cucinare.

L'entrata della donna nel mondo del lavoro ha poi sconvolto i ritmi della vita familiare, col risultato di avere sempre meno tempo da dedicare alla cucina.

Ecco quindi che il modo di mangiare subisce un cambiamento, diventando più rapido. Fanno la loro comparsa cibi che prima erano considerati troppo costosi e poco "gastronomici", come la fettina di bovino o il petto di pollo ai ferri.

Nel contempo scompaiono dalla cucina alcuni piatti considerati "prebellici" e di lunga preparazione, quali la polenta, i legumi, le frattaglie e alcuni ortaggi ( rape, verze, cavoli ecc.).

## 1970.2000

> *LA RISCOPERTA* delle tradizioni regionali, con un rilancio dell'artigianato alimentare locale, legato soprattutto all'incredibile aumento del turismo di massa e al conseguente incremento dei festival gastronomici e delle sagre paesane;

> l'adozione di modelli di *CUCINA RAPIDA*, sana e attenta alla dietetica, che utilizza sistemi di cottura pseudo-innovativi, come la cottura al vapore, o apparecchiature di nuova concezione (forno a microonde, cottura sottovuoto ecc.);

> la *NOUVELLE CUISINE* francese, opportunamente riadattata ai gusti italiani.

# 2000.OGGI

Oggi la Nouvelle Cuisine è in crisi.

Oggi giorno, viene promossa una cucina semplice, dai buoni odori, "che riscalda il cuore".

L' industrializzazione dell'alimentazione e l'avvento della distribuzione di massa hanno favorito la riscoperta dei mercati rionali con la vendita diretta da parte degli agricoltori dei loro prodotti.

La cucina nel terzo millennio si identifica sempre più nei fornelli dei ristoranti.

Le preferenze gustative vanno verso sapori netti ma non forti, piatti dietetici con poche spezie, poco sale e cotture rapide, ottenute grazie ad attrezzature tecnologicamente all'avanguardia che rispettino il più possibile la freschezza e le caratteristiche organolettiche della materia prima.

Ci si sta sforzando di trovare delle armonie semplici mediante l'accostamento di sapori primari e presentazioni nuove piene di colore e senso estetico.

Quindi una gastronomia all'insegna del cibo salutare, leggero e decisamente più libero rispetto alle tradizioni del passato.

Un fenomeno rilevante è l'affermarsi di un consumatore più consapevole e attento alla qualità degli alimenti.

Altra tendenza, è la crescente attenzione per i problemi legati agli aspetti materiali e immateriali della propria soggettività.

Nell'ambito della dimensione immateriale la persona mira anche alla realizzazione edonistica, soddisfacendo desideri di distinzione e realizzazione della propria personalità, sia sotto il profilo sensoriale-gustativo, sia sull'aspetto che il consumatore desidera essere.

Dunque il bisogno d'identificazione con sistemi di valori e di comportamenti che costituiscono un ritorno - riavvicinamento ai valori del mondo rurale.



fig.48

1950

1970

**introduzione elettrodomestici****la donna entra nel mondo del lavoro****cibo rapido da consumare****ri-comparsa del cibo pregiato****scompaiono piatti lunghi da preparare**

1970

2000

**riscoperta del locale****sviluppo di cotture alternative****cucina ricercata NOUVELLE CUISINE****cucina rapida**

2000

OGGI

**mercato a Km 0****cucina semplice****sapori netti ma non forti****cotture rapide****consumatore consapevole****senso estetico**

# ***OGGI: il gusto visto come***



## MATERIALI DA CUCINA



Sono definiti "materiali a contatto" quei materiali e oggetti destinati a venire a contatto con gli alimenti (utensili da cucina e da tavola quali pentole, posate, piatti e bicchieri, i recipienti e contenitori, le pellicole-fogli etc). Con tale termine si indicano anche i materiali ed oggetti che sono in contatto con l'acqua ad esclusione degli impianti fissi pubblici o privati di approvvigionamento idrico.

I materiali e oggetti destinati a venire a contatto con gli alimenti sono disciplinati sia da provvedimenti nazionali che comunitari. Per quanto riguarda la disciplina comunitaria il Regolamento (CE) n. 1935/2004 (norma quadro) stabilisce i requisiti generali cui devono rispondere tutti i materiali ed oggetti in questione, mentre misure specifiche contengono disposizioni dettagliate per i singoli materiali (materie plastiche, ceramiche etc).

In particolare il regolamento stabilisce che tutti i materiali ed oggetti devono essere prodotti conformemente alle buone pratiche di fabbricazione e, in condizioni d'impiego normale o prevedibile, non devono trasferire agli alimenti componenti in quantità tale da:

- > costituire un pericolo per la salute umana,
- > comportare una modifica inaccettabile della composizione dei prodotti alimentari
- > comportare un deterioramento delle caratteristiche organolettiche.

### **Art 15 - Etichettatura e presentazione dei materiali**

I materiali e oggetti non ancora venuti a contatto con i prodotti alimentari, quindi al momento dell'emissione sul mercato, devono essere corredati dalle seguenti informazioni:

- Idoneità al contatto alimentare del materiale, utilizzando alternativamente:
  - la dicitura "per contatto con i prodotti alimentari", oppure
  - una indicazione specifica circa l'impiego ( ad es. "bottiglia per vino") oppure
  - il simbolo riprodotto qui sotto



fig.51

- L'informazione può essere omessa qualora l'uso sia inequivocabile (es. caffettiera, scolapasta), cioè per oggetti chiaramente destinati a venire in contatto con i prodotti alimentari.

- se del caso, specifiche istruzioni che debbono essere rispettate al momento del loro impiego.

- Identificazione (nome o ragione sociale, indirizzo o sede o marchio depositato) del fabbricante.

- Etichettatura o identificazione per consentire la rintracciabilità (numero di lotto)

***Elenco delle sostanze autorizzate per la preparazione di oggetti destinati al contatto con alimenti***

• *Sezione I – Materie plastiche*

– Parte A – Resine

– Parte B – Additivi per materie plastiche

• *Sezione II – Gomme*

– Parte A – Elastomeri

– Parte B – Additivi per elastomeri

• *Sezione III – Cellulosa rigenerata*

– Parte A – Pellicole di cellulosa rigenerata normale

– Parte B – Vernici per pellicole mono o bilaccate

– Parte C – Solventi

– Parte D - Adesivi di accoppiamento

• *Sezione IV – Carte e cartoni*

– Parte A – Costituenti della carta e dei cartoni

– Parte B – Coadiuvanti tecnologici di lavorazione

• *Sezione V – Vetro*

• *Sezione VI – Acciai inossidabili*

– Tipi di acciai autorizzati all'impiego



fig. 52

# BRIEF DI PROGETTO

---

Ogni progetto che si rispetta dovrebbe avere delle caratteristiche base.

In questo caso, risultano essere:

- > resistere alle rigature,
- > resistere alle alte temperature,
- > resistere alle deformazioni da peso,
- > idrofobo,
- > di facile presa,
- > facilmente impilabile,
- > mantenere la temperatura,
- > superficie mista,
- > facilmente lavabile.

Non si è volutamente scelto di entrare nello specifico dei materiali poichè, non c'è, in questo momento, l'intenzione di limitare le ipotesi e/o le suggestioni per i materiali.

Invece, come si è potuto capire dalla ricerca effettuata, il concetto di estetica culinaria nel mondo della cucina e di tutto ciò che gli orbita attorno, è molto forte.

Nella formulazione del Brief quindi non si può fare a meno dall'estetica. La diversificazione diventa parte integrante e intrigante del progetto.

Interessante è anche l'utilizzo del colore, in quanto può essere veicolo di riflessioni inconsce, con conseguenti impulsi da parte dell'utilizzatore.

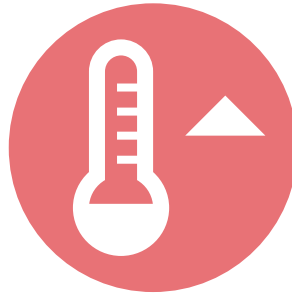
La frase, "La forma segua la funzione" ("form follows function") attribuita a Louis Sullivan, non potrebbe essere più corretta. Le forme di questi oggetti saranno quelle ritenute più idonee per le funzioni che andranno a svolgere.

I materiali, come detto prima, sono un campo molto importante per l'esplorazione del progetto. Potrebbe creare quella rottura tra rustico e tech, tradizionale ed innovativo, andando a creare così un binomio bilanciato.

Di seguito, andrò a presentare il brief sotto forma di grafici: il tutto per una migliore, veloce e facile lettura.



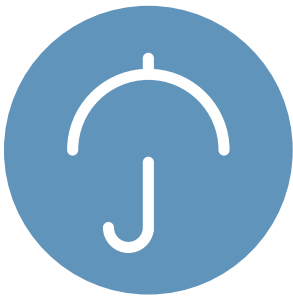
resistere alle rigature



resistere alle alte temperature



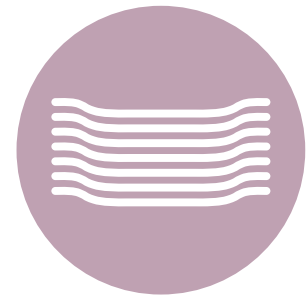
resistere alle deformazioni da peso



idrofobo



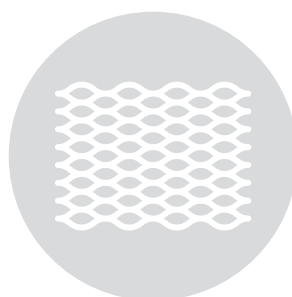
di facile presa



facilmente impilabile



mantenere la temperatura



superficie rugosa



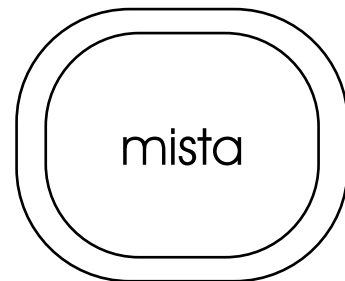
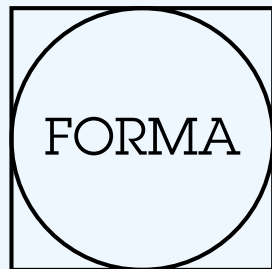
facilmente lavabile



CROMIA



presentazione mista



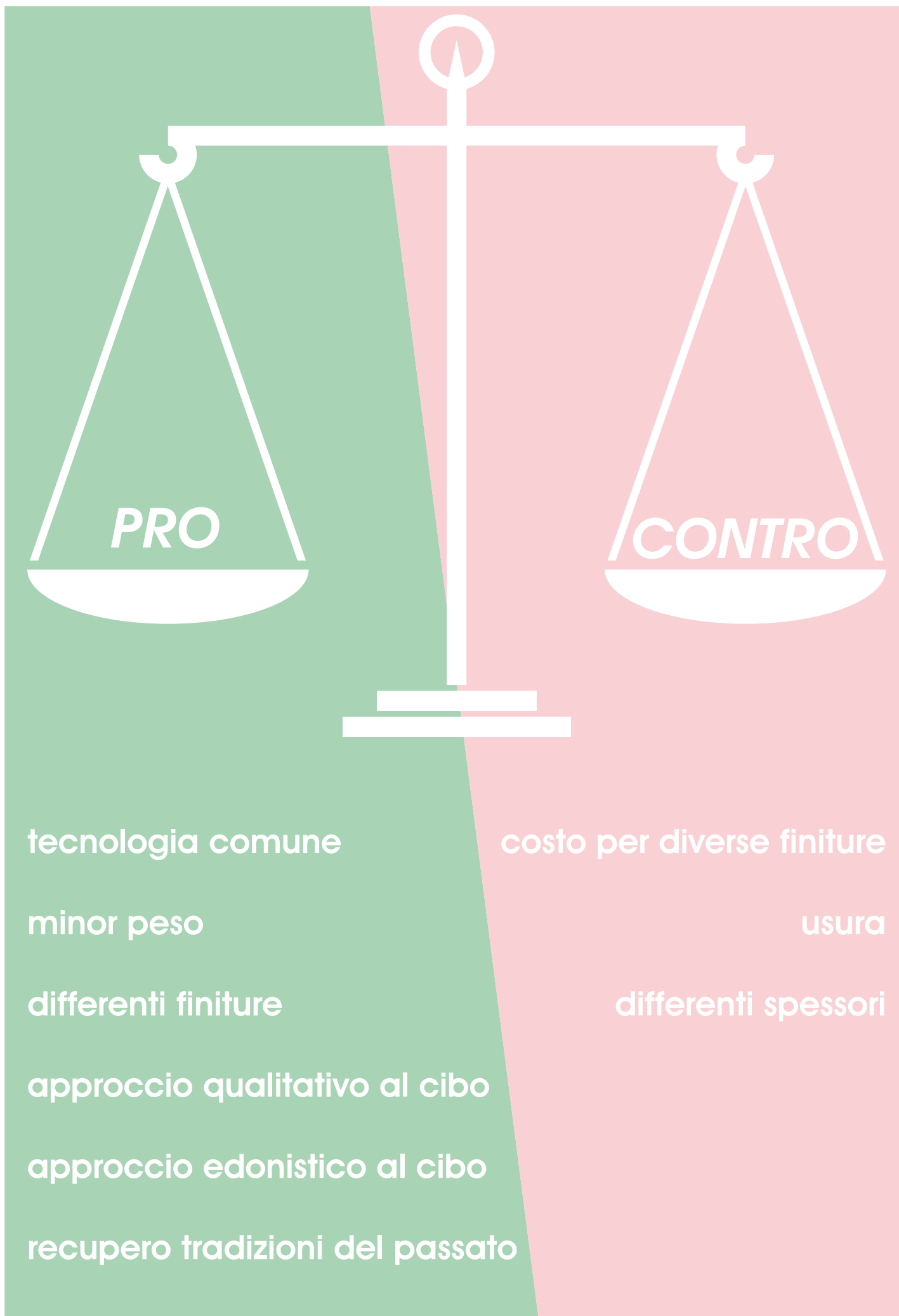
La ricerca materica che andrò a realizzare, vertirà su questi punti cardine.

Il connubio tra porcellana e materiali inusuali e non, è stata l'idea che ha portato allo sviluppo di questa tesi.

Dunque, i materiali risponderanno alle esigenze di un feeling sensoriale, tattile, visivo, percettivo, olfattivo, così riassunto in tre differenti keywords di tre diverse macroaree.







progetto

## **ASIMMETRICO**

è il risultato di un'accurato studio sulla morfologia dei cibi ed una attenta analisi dei riti culinari.







*\* piatti piani a doppio livello con tagliere*

*\* piatti fondi*

*\* piatti antipasto*

## I MATERIALI SELEZIONATI

---

***Ad ogni cibo,  
il suo materiale.***

---

Questa è stata la frase pilota nella selezione ed affinamento dei materiali di progetto.

Come descritto nella parte di ricerca, i materiali che vanno a corredo del piatto che rispondono alle esigenze

di un feeling sensoriale, tattile, visivo, percettivo e olfattivo che rientravano nelle tre macroaree **sensoriale - prestazionale - insolito** sono le seguenti.



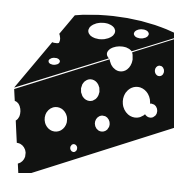
## **LEGNO**

*leggero, riciclabile, pulibile,  
fendibile, resistente alla  
flessione, ecosostenibile,  
non rovina la lama del  
coltello, antisettico*

TEMPERATURE  
Di UTILIZZO



GRUPPO ALIMENTARE







**PIETRA**  
*resistente all'abrasione,  
resistente al sale,  
ecosostenibile, riciclabile,  
resistente alla compressione,  
resistente alle alte  
temperature, mantiene /  
trattiene il calore*

TEMPERATURE  
Di UTILIZZO



GRUPPO ALIMENTARE

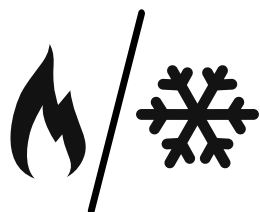




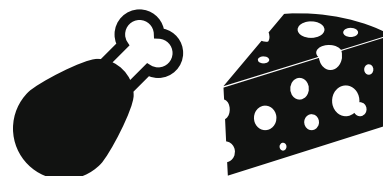
## **SUGHERO NATURALE**

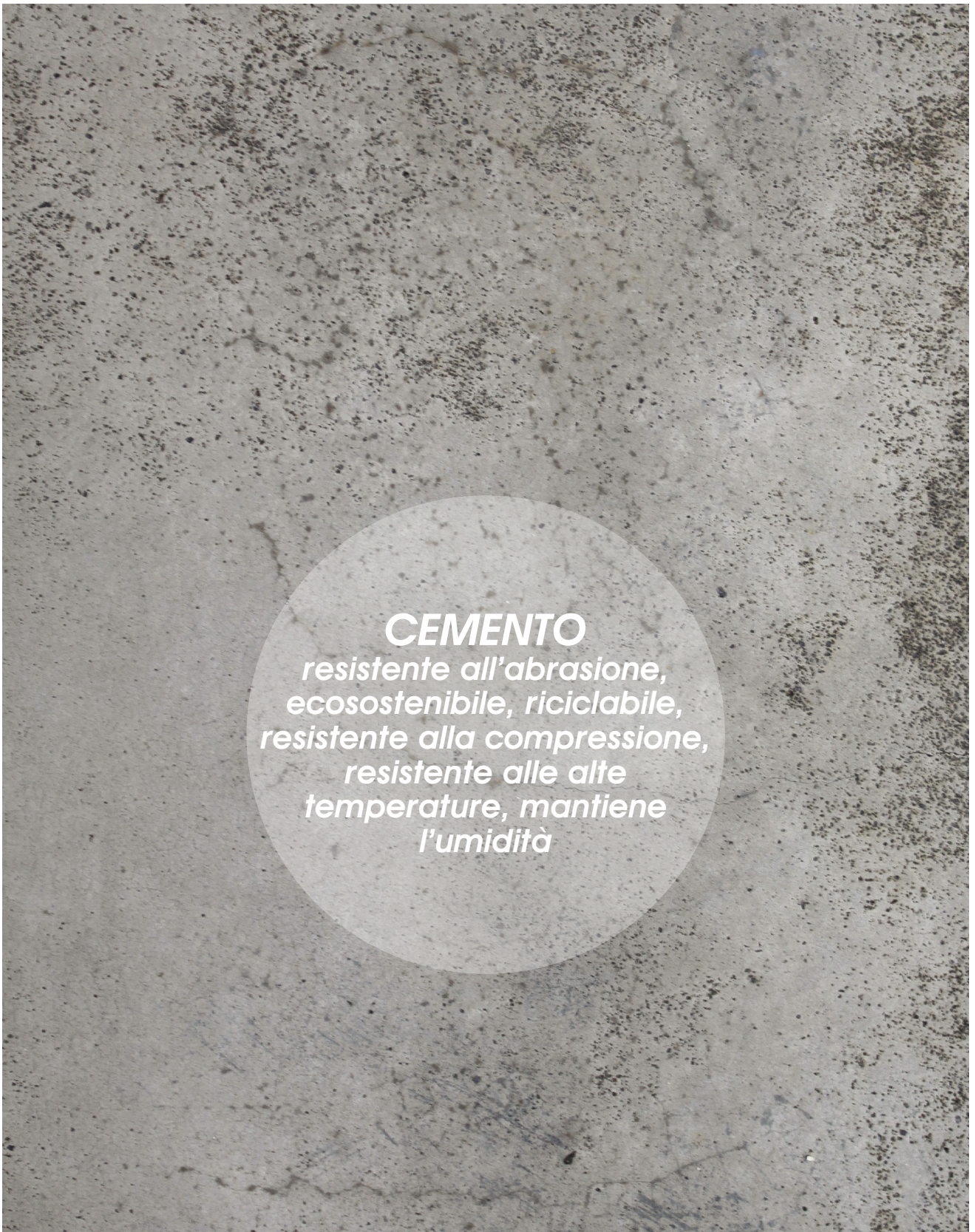
*leggero, isolante,  
impermeabile, ignifugo,  
riciclabile,  
ecosostenibile*

TEMPERATURE  
Di UTILIZZO



GRUPPO ALIMENTARE

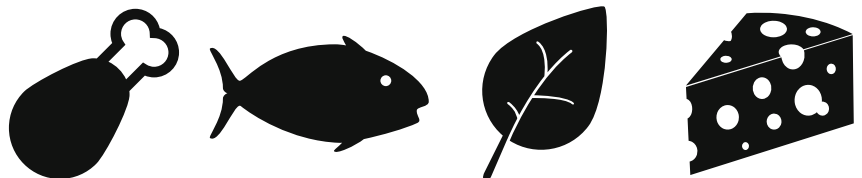




TEMPERATURE  
Di UTILIZZO



GRUPPO ALIMENTARE

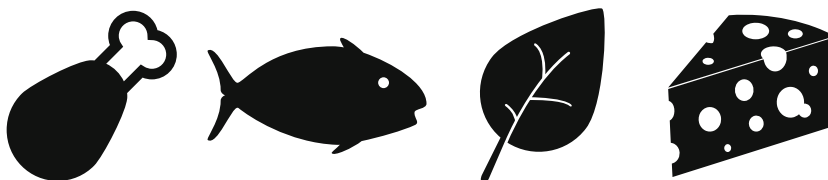


**POLIETILENE**  
*resistente all'abrasione,  
ecosostenibile, riciclabile,  
resistente alla compressione,  
resistenza all'urto, resistente  
alle alte temperature,  
antisettico, non rovina la  
lama del coltello*

TEMPERATURE  
Di UTILIZZO



GRUPPO ALIMENTARE



## PALETTE COLORI

---

Come descritto nella parte di ricerca, il colore influenza molto il nostro approccio al cibo. Per questo motivo è stata scelta una Palette colori dalle tinte pastello caratterizzate da forte contrastante.

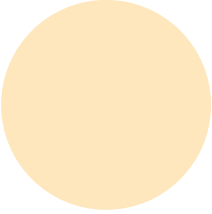
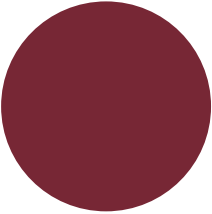
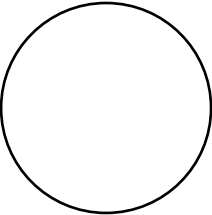
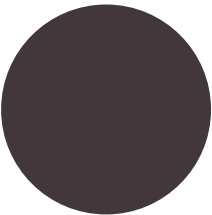



fig.64



fig.65

---

<i>cool banana</i>		<b>C</b> 0 <b>M</b> 10 <b>Y</b> 30 <b>K</b> 0
<i>cool bordeaux</i>		<b>C</b> 38 <b>M</b> 90 <b>Y</b> 62 <b>K</b> 40
<i>white</i>		<b>C</b> 0 <b>M</b> 0 <b>Y</b> 0 <b>K</b> 0
<i>light dark</i>		<b>C</b> 66 <b>M</b> 66 <b>Y</b> 56 <b>K</b> 52
<i>light pink</i>		<b>C</b> 10 <b>M</b> 12 <b>Y</b> 4 <b>K</b> 0



piatto piano



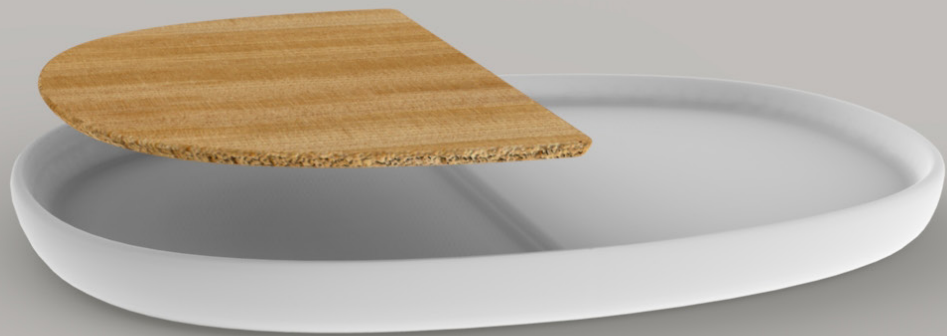
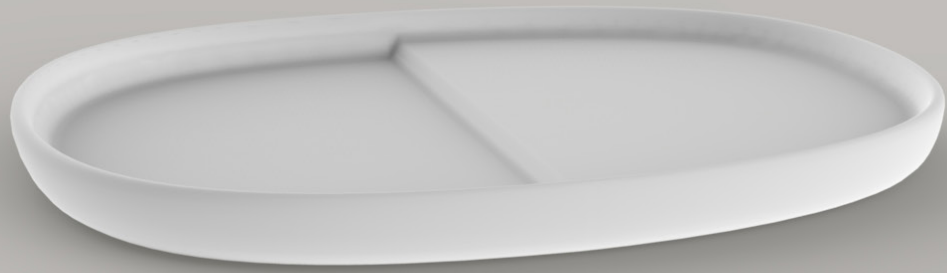


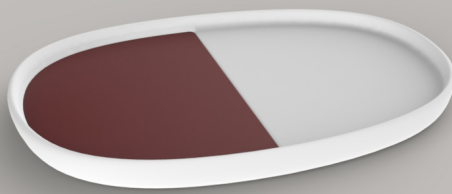


fig.68

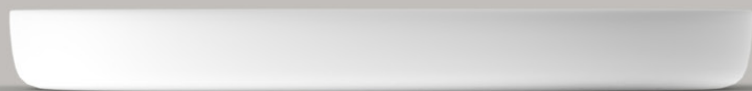
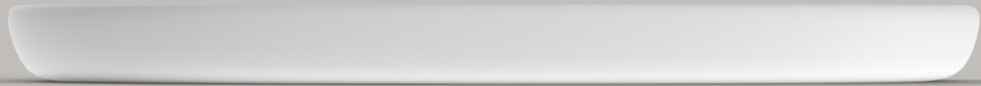








Differenti possibilità materiche e cromatiche del tagliere.



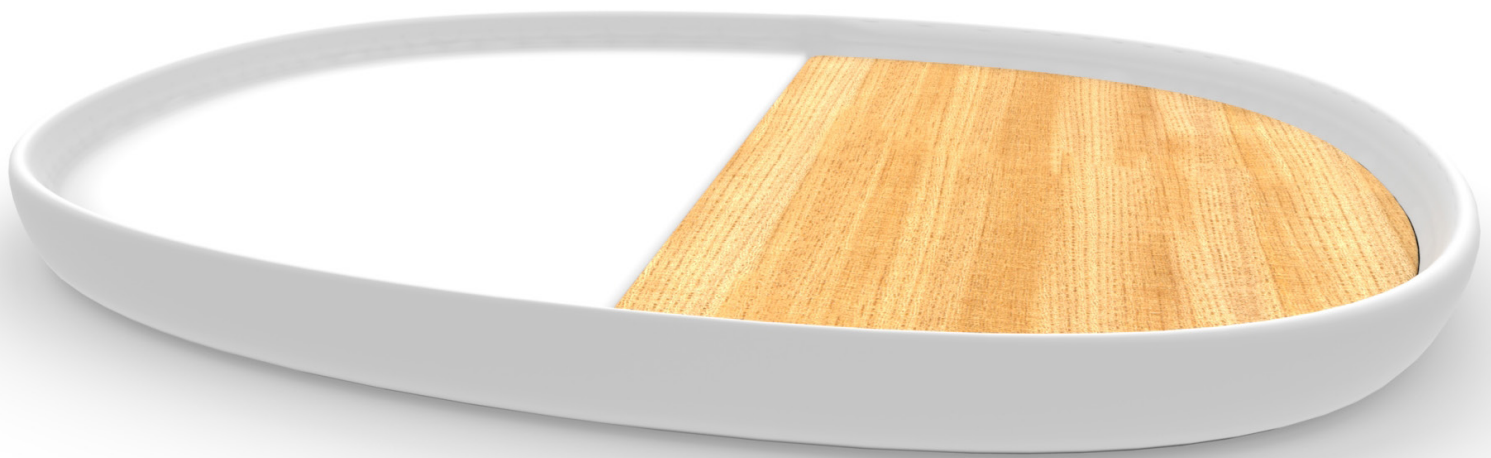


fig.73

fig.74



Dettaglio estrazione taglieri, lo smusso presente su un'angolo del tagliere, permette una più rapida e facile estrazione del pezzo dalla sede.



fig.75

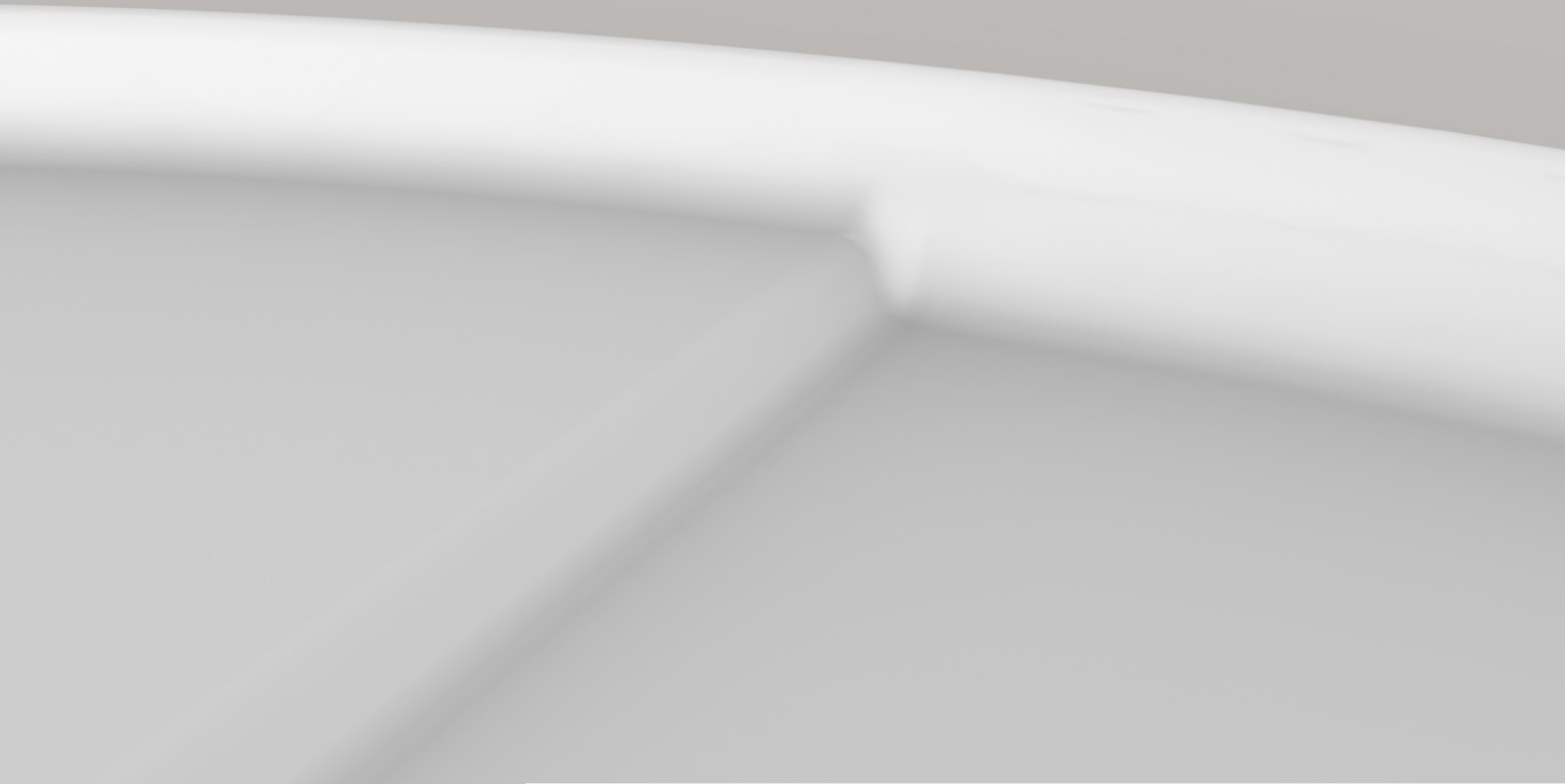
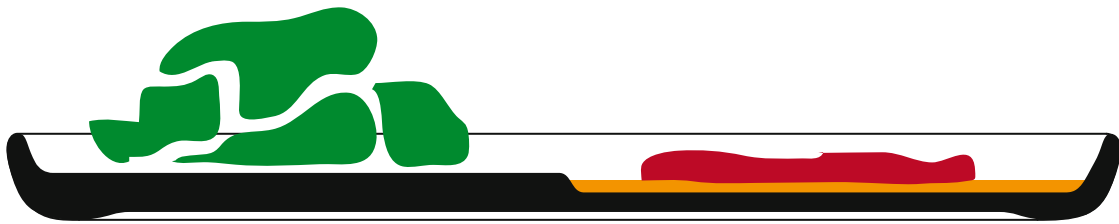


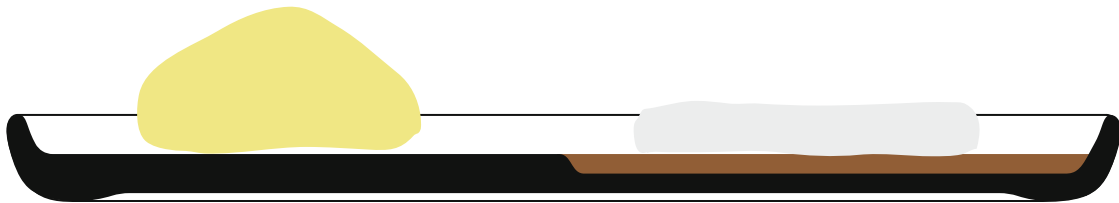
fig.76



Dettaglio gradino del piatto e taglio per estrazione del tagliere

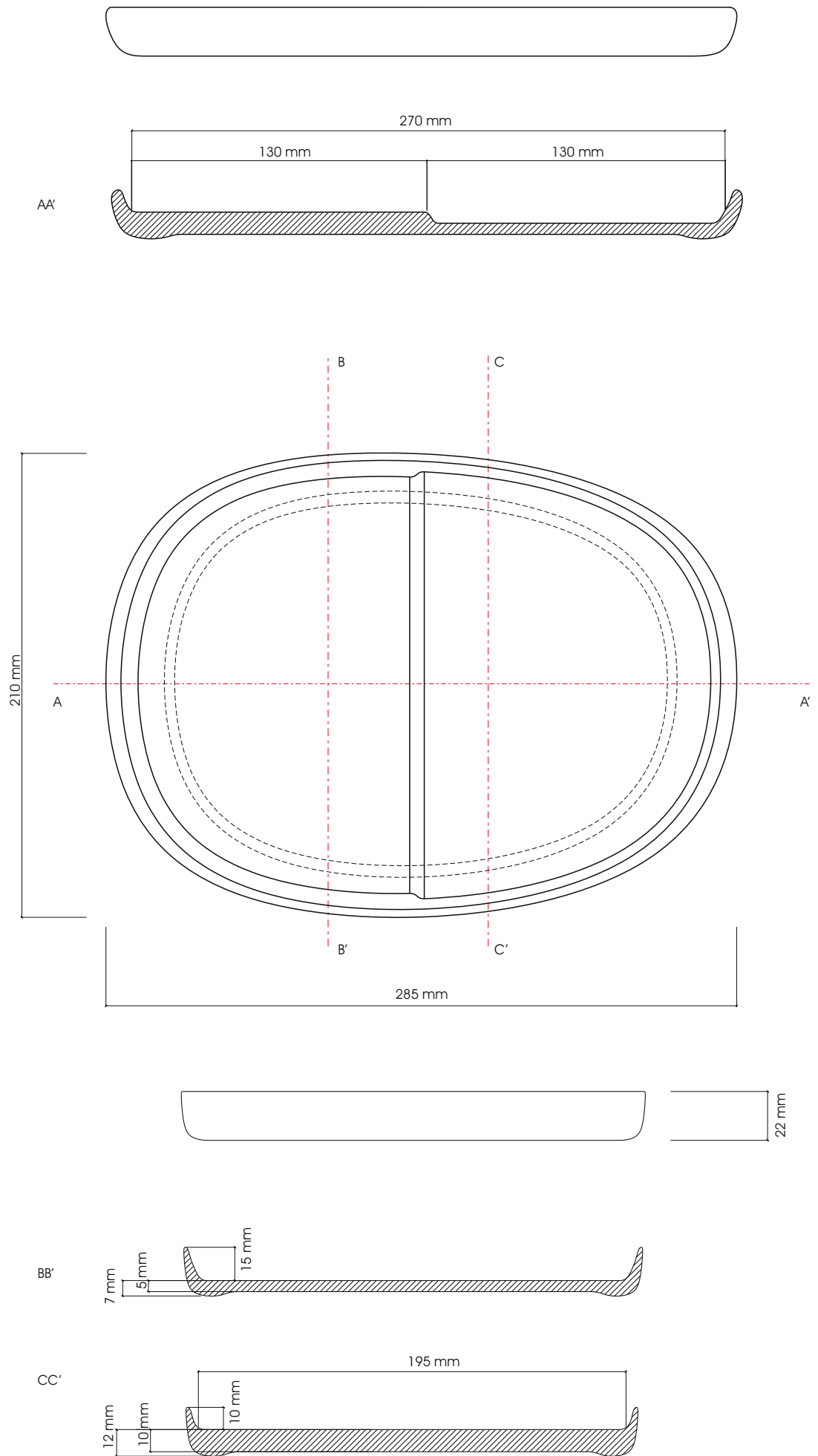


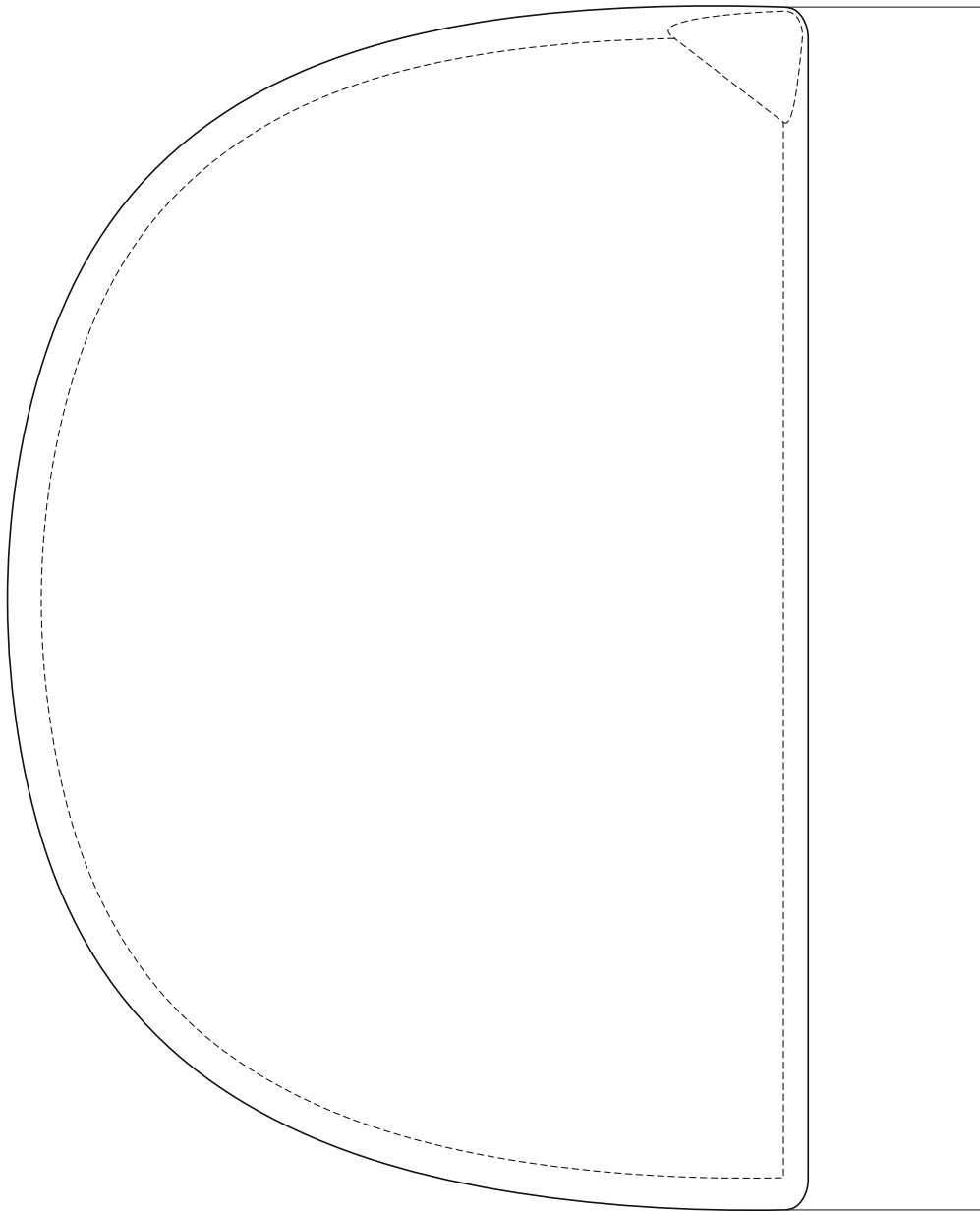
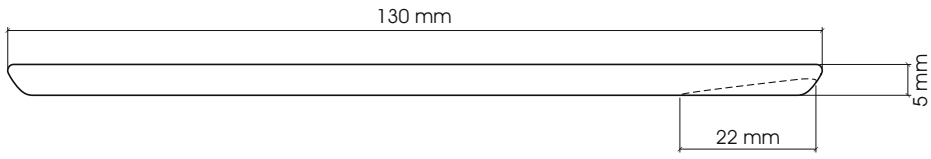
1. L'asimmetria intrena fa si che i diversi prodotti contenuti nel piatto non entrano in contatto tra di loro preservando così il gusto coretto della pietanza. Solo in un secondo momento se è intenzione dell'utente si possono mixare i contenuti.



2. Nella parte più bassa, si può applicare un tagliere di diversa finitura così da ottenere un piatto con stessa altezza e avendo così la possibilità di compenetrazione tra i diversi componenti del piatto.

fig.78

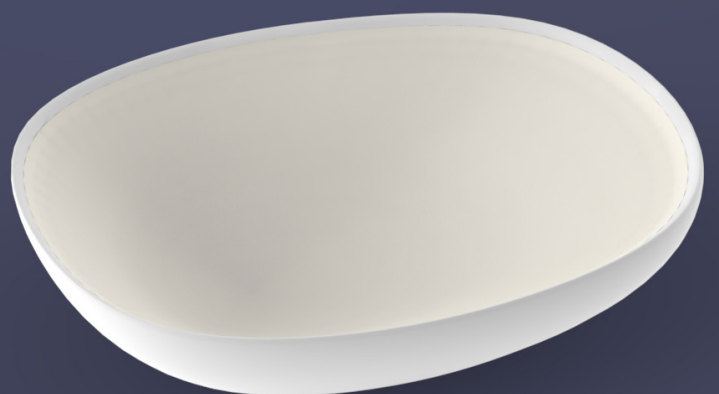
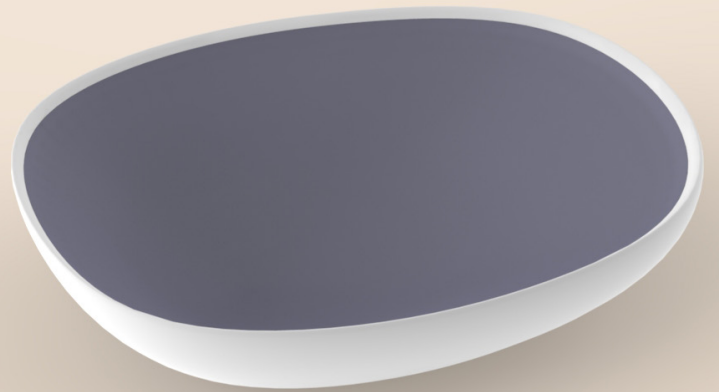
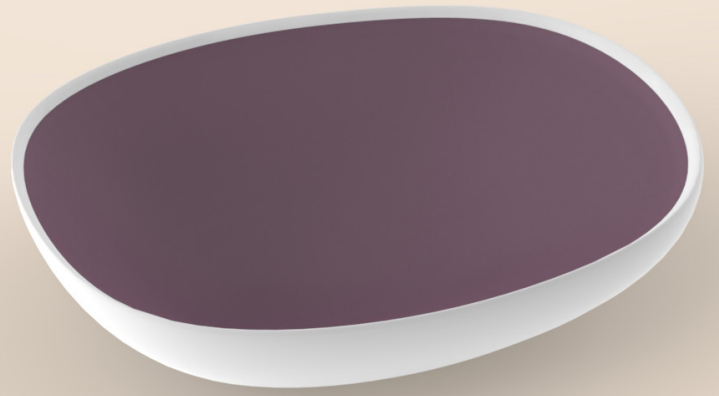




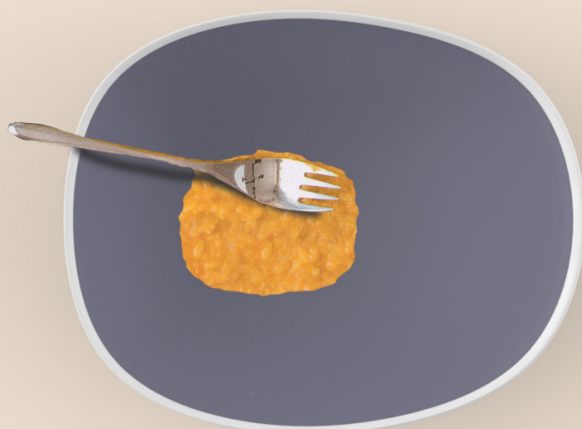
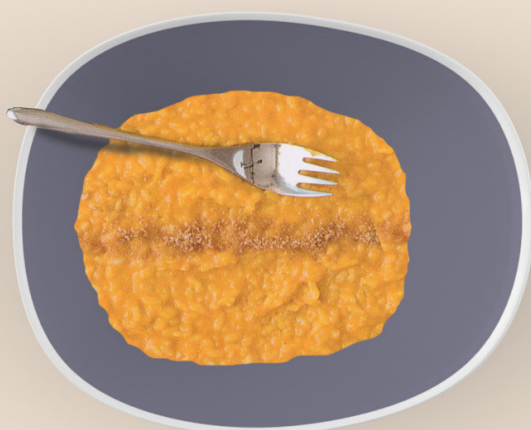


piatto fondo



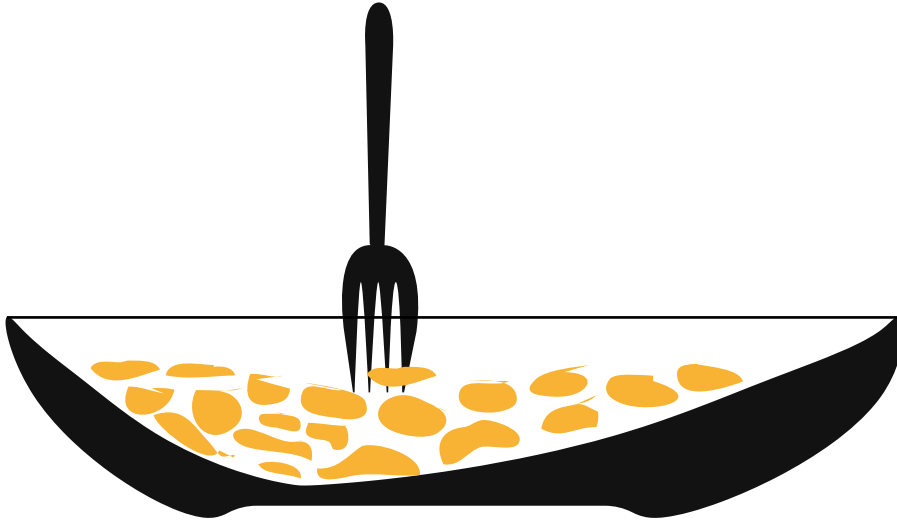


Differenti possibilità cromatiche dell'interno.

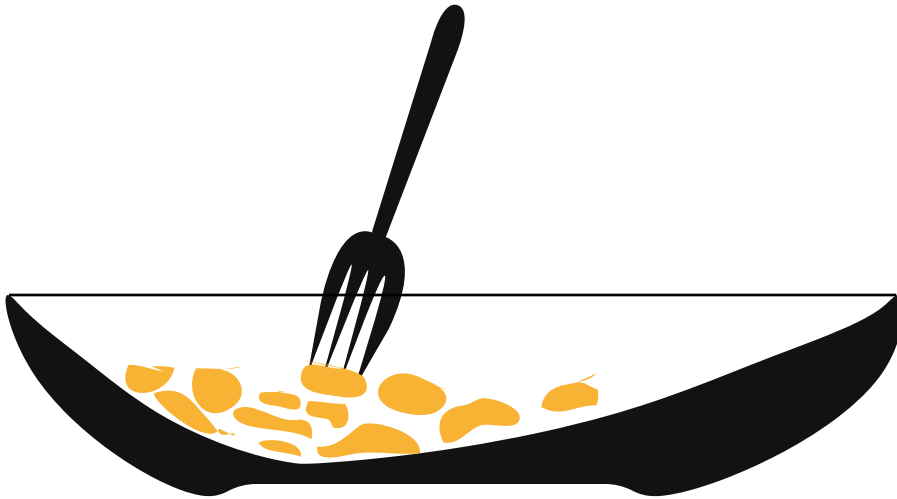


Dettaglio asimmetria interna consumo alimentare

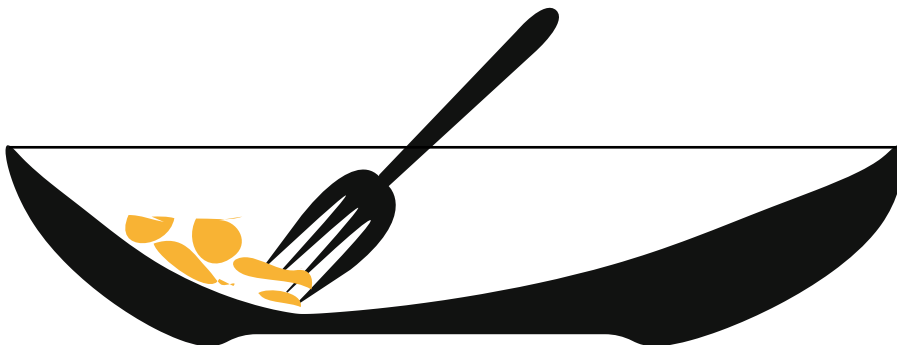




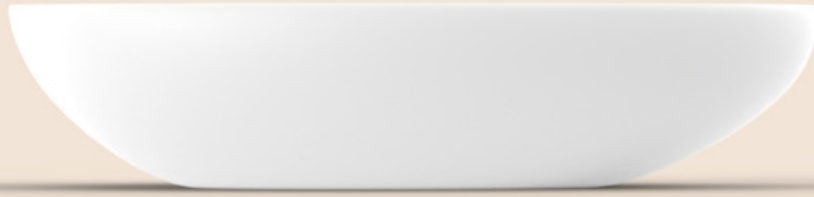
1. Quando pieno, si comporta come un piatto qualsiasi.

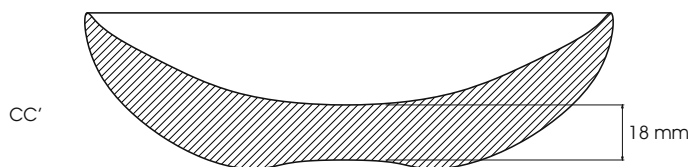
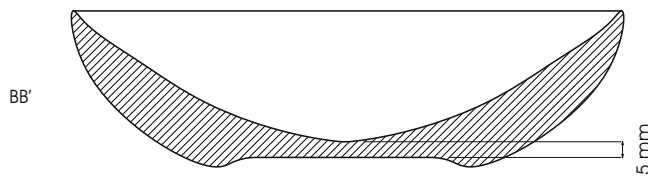
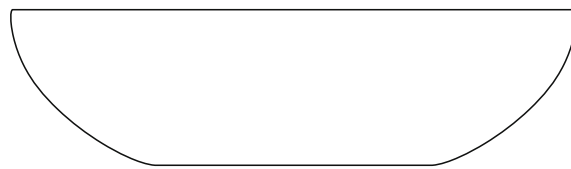
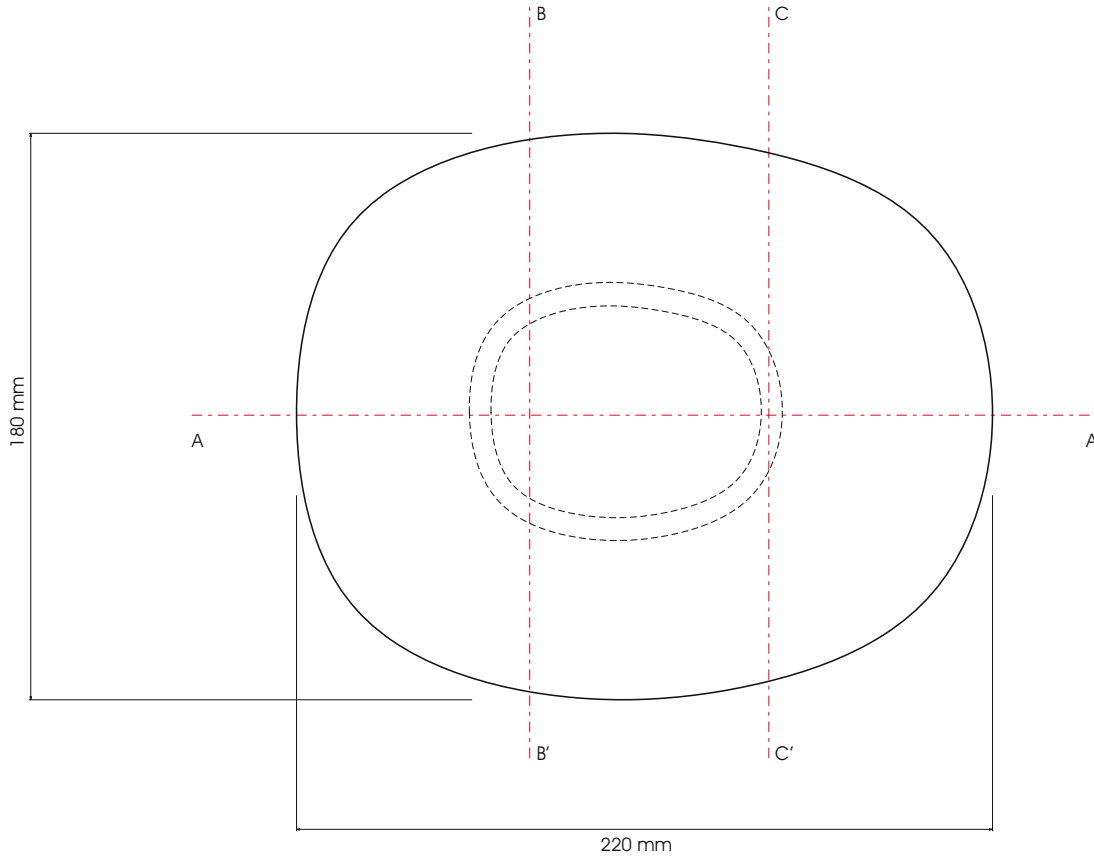
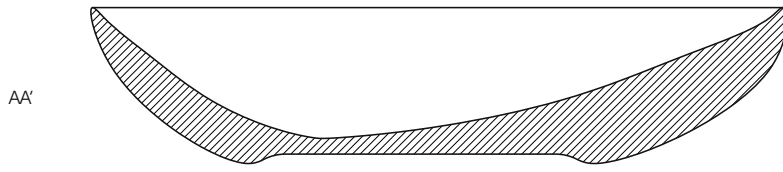


2. A metà piatto, comincia a vedersi l'asimmetria interna.



3. L'asimmetria interna fa sì che la scarpetta sia resa più facile da effettuare evitando così quelle fastidiose inclinazioni del piatto.





piatto piccolo





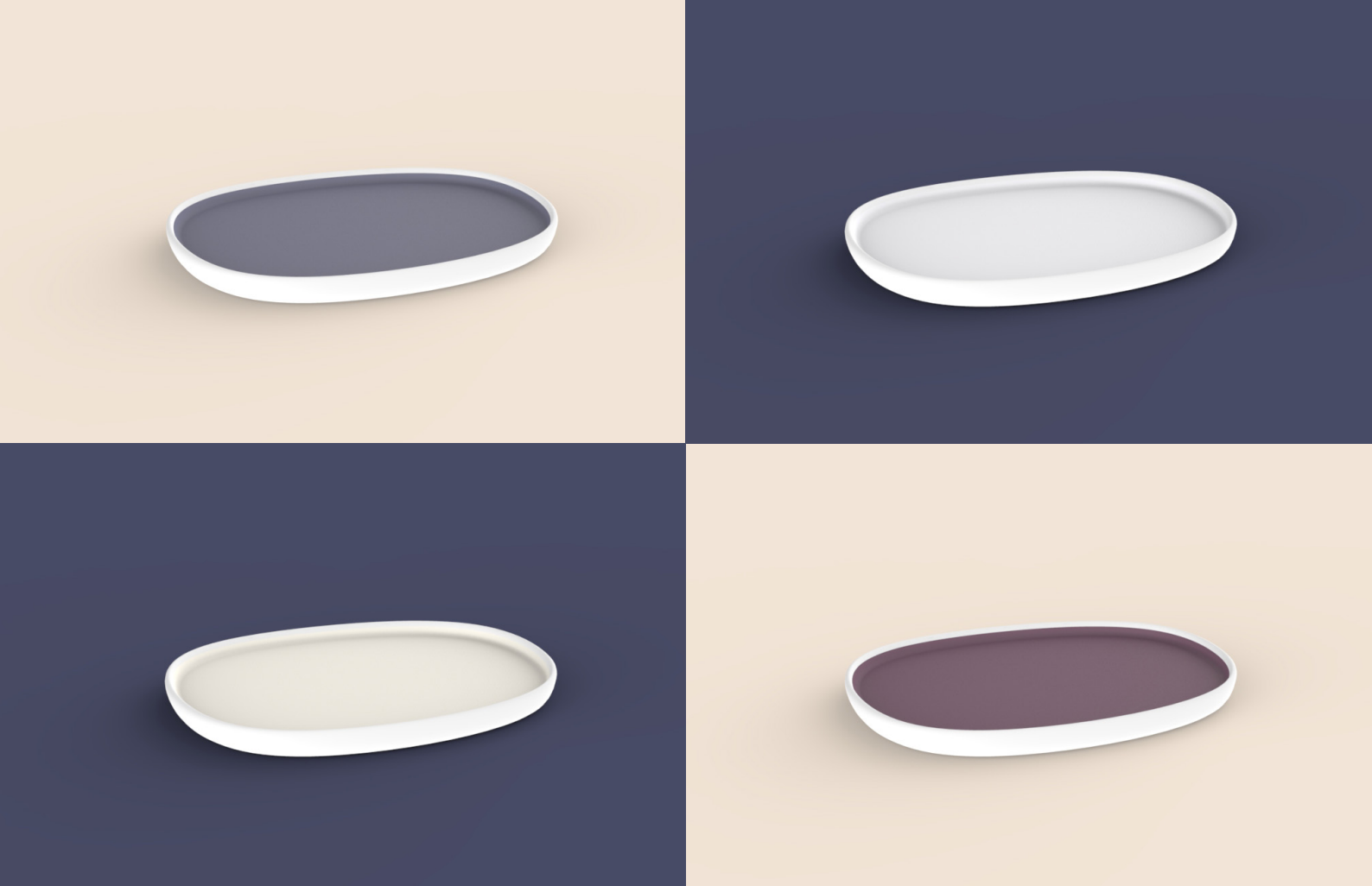
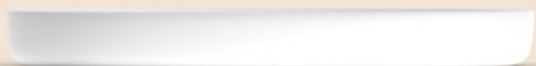
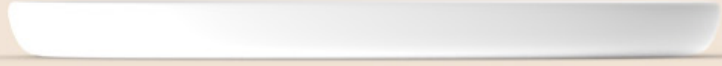


fig.89  
accanto  
fig.90



Viste descrittive





fig.92

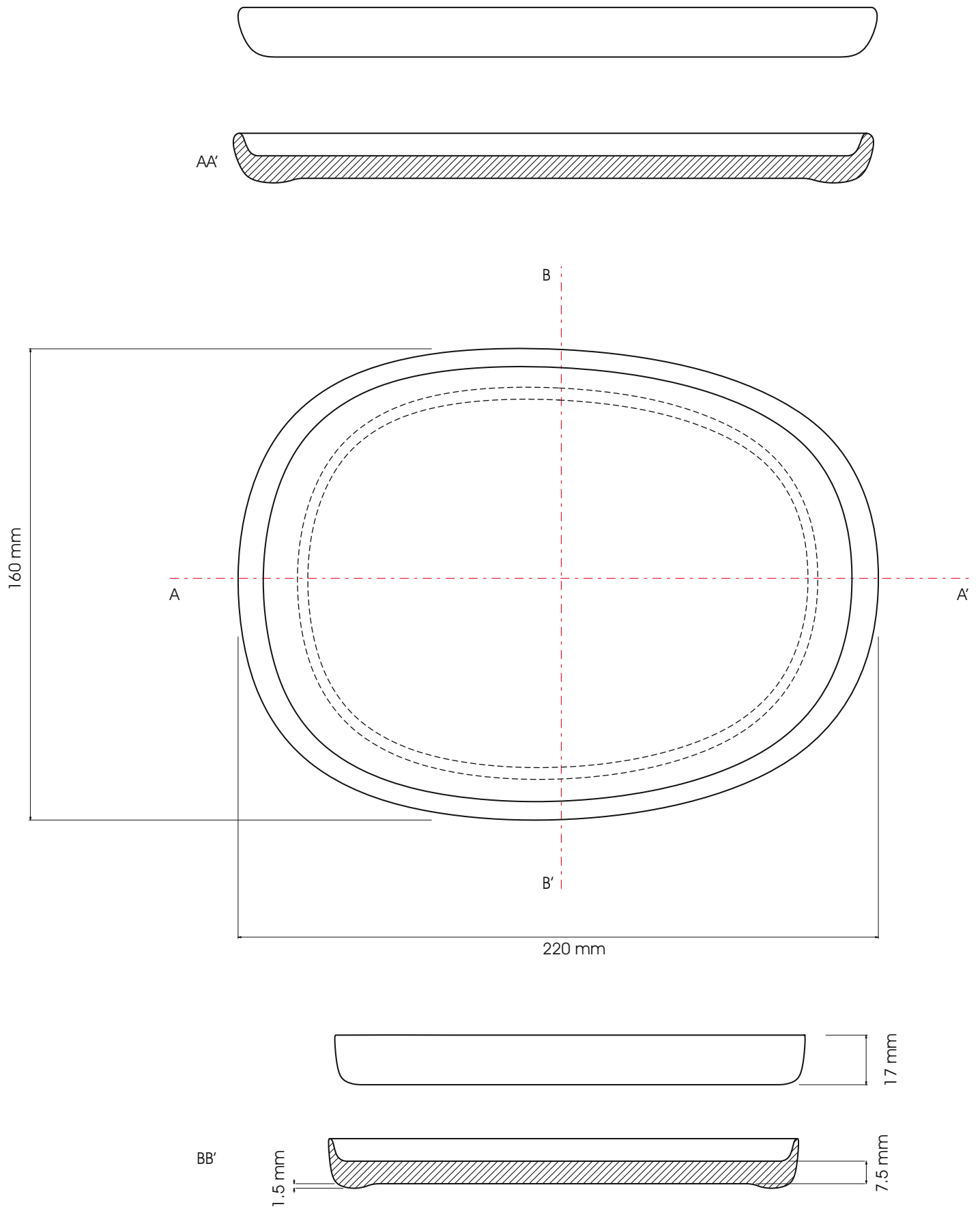
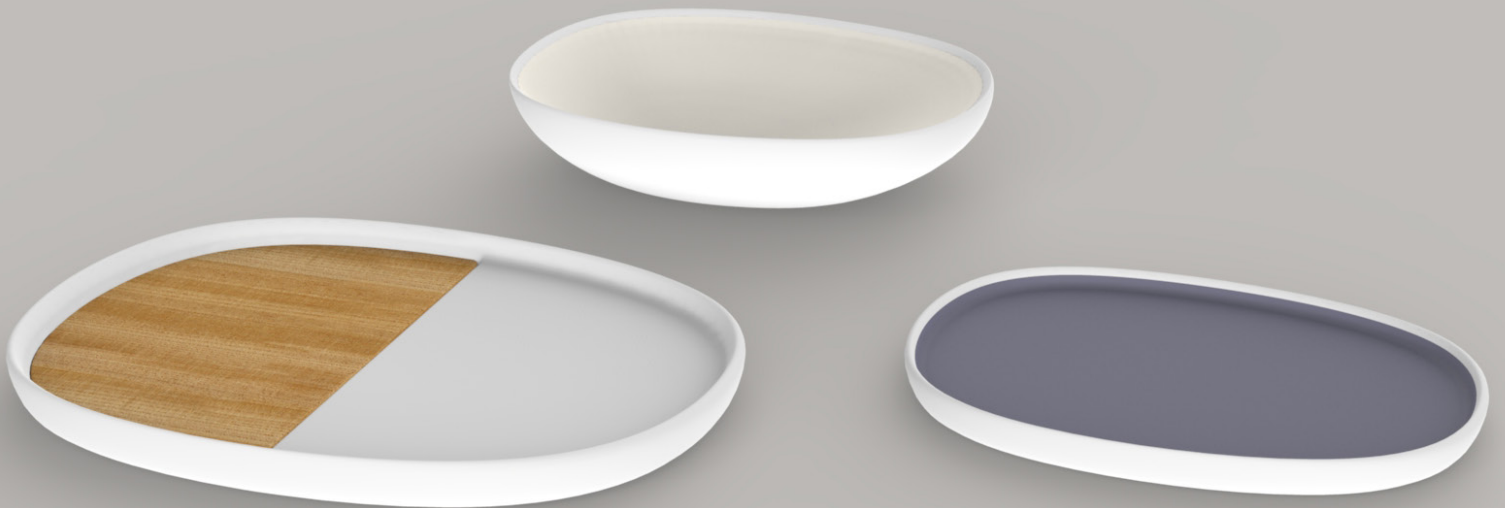
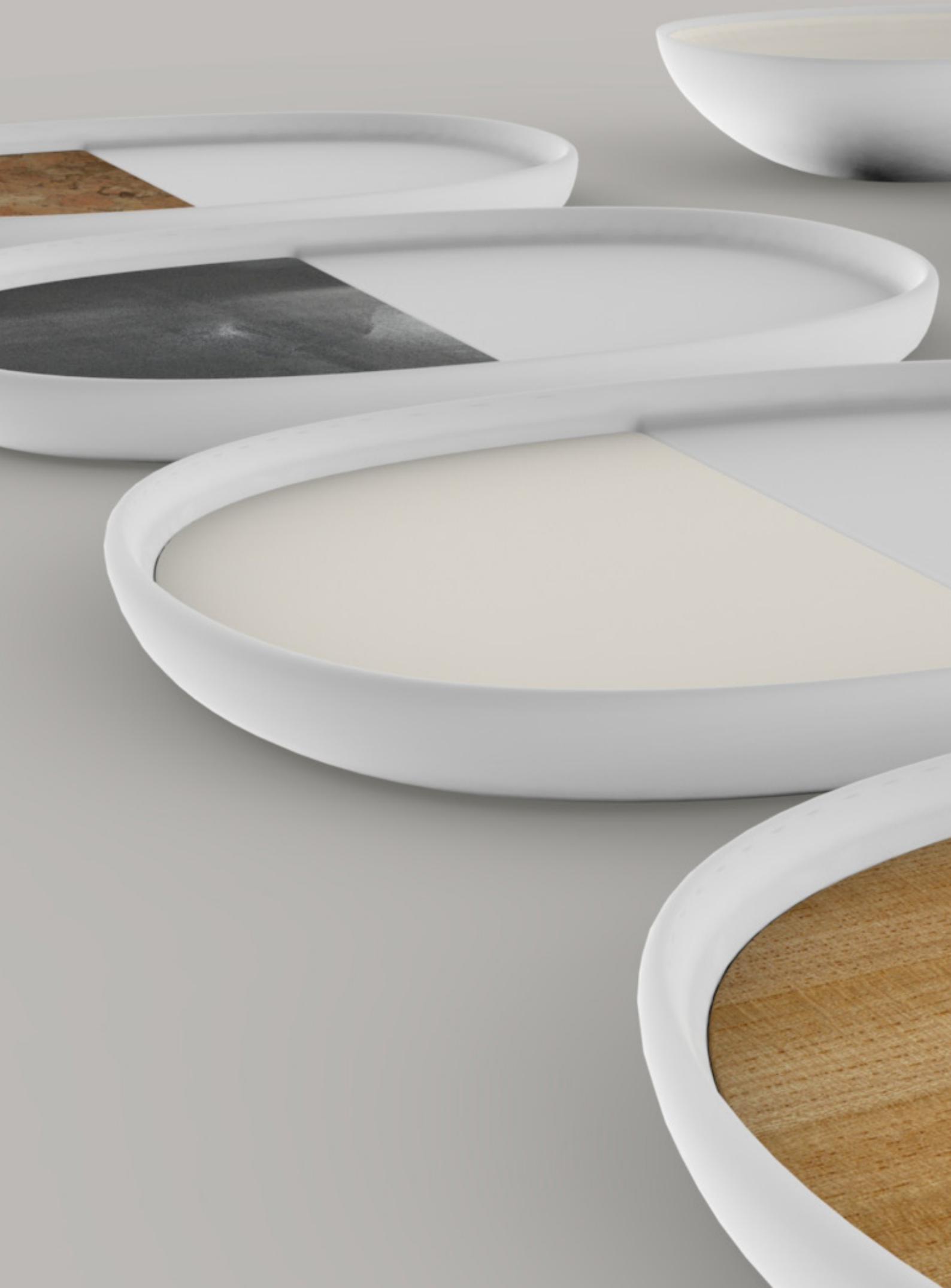




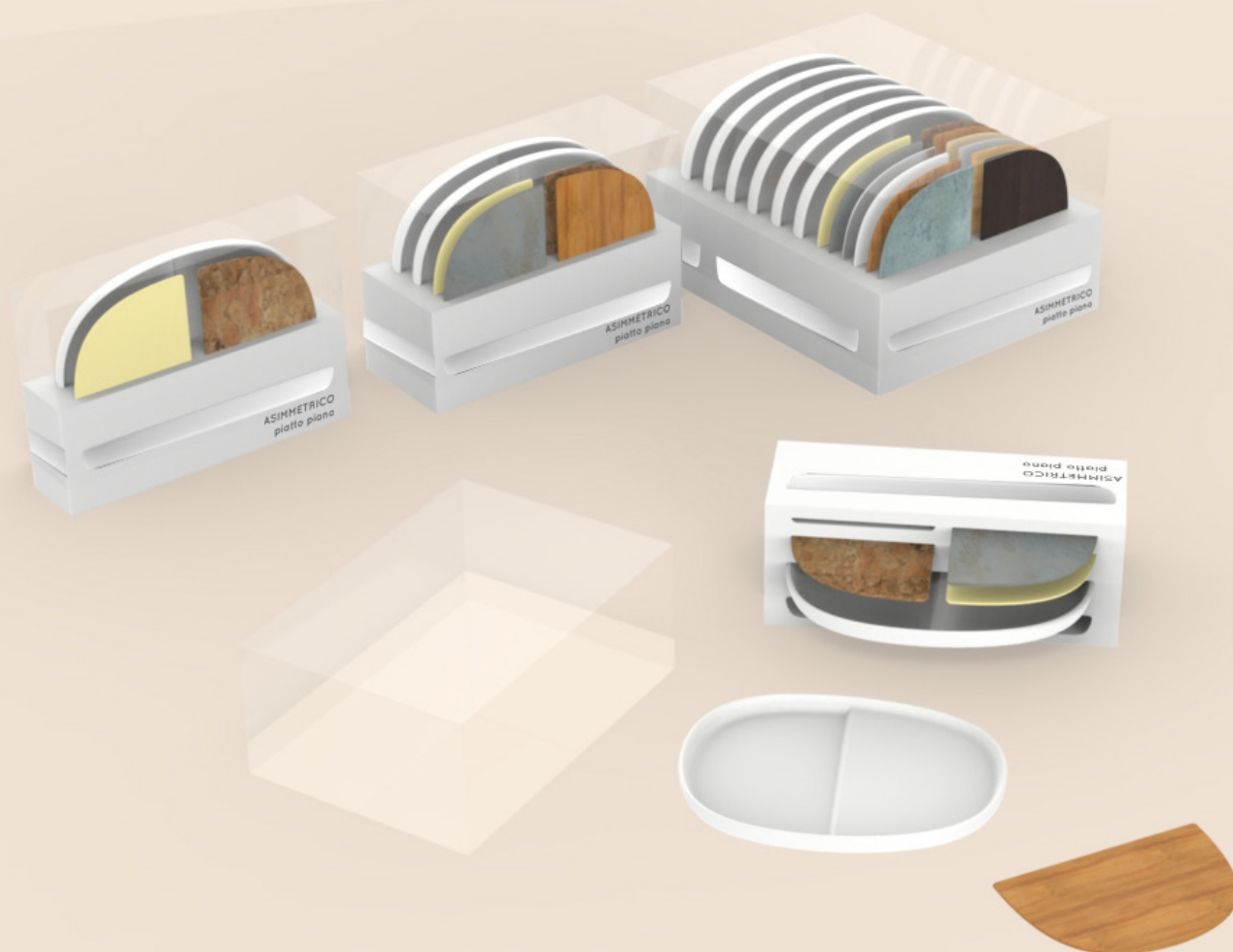
fig.93

fig.94









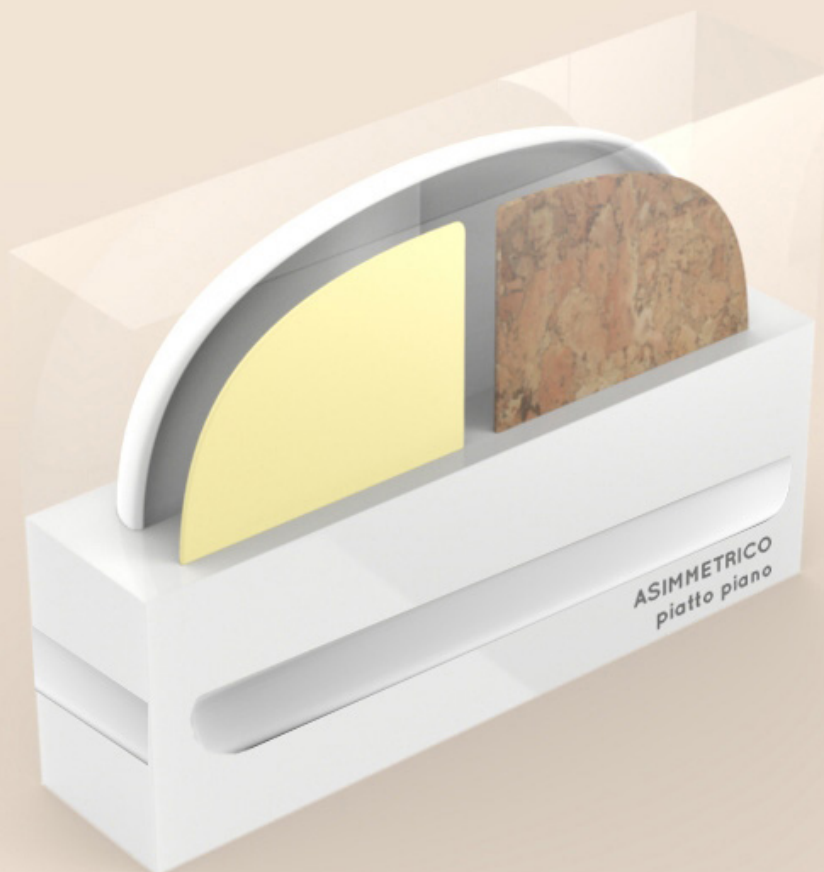
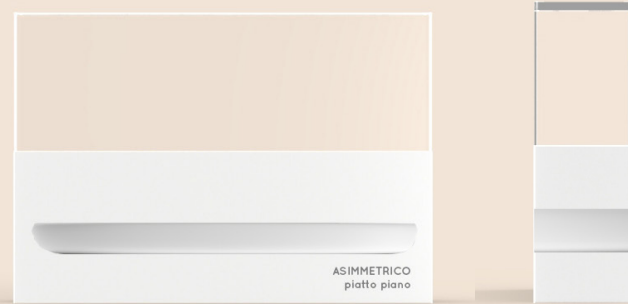
Il packaging di ASIMMETRICO verte sulla possibilità di libera selezione dei differenti taglieri da parte dell'utente.

Ricordiamo che ogni tagliere ha delle differenti qualità in relazione agli alimenti che si vuole andare a mangiare.

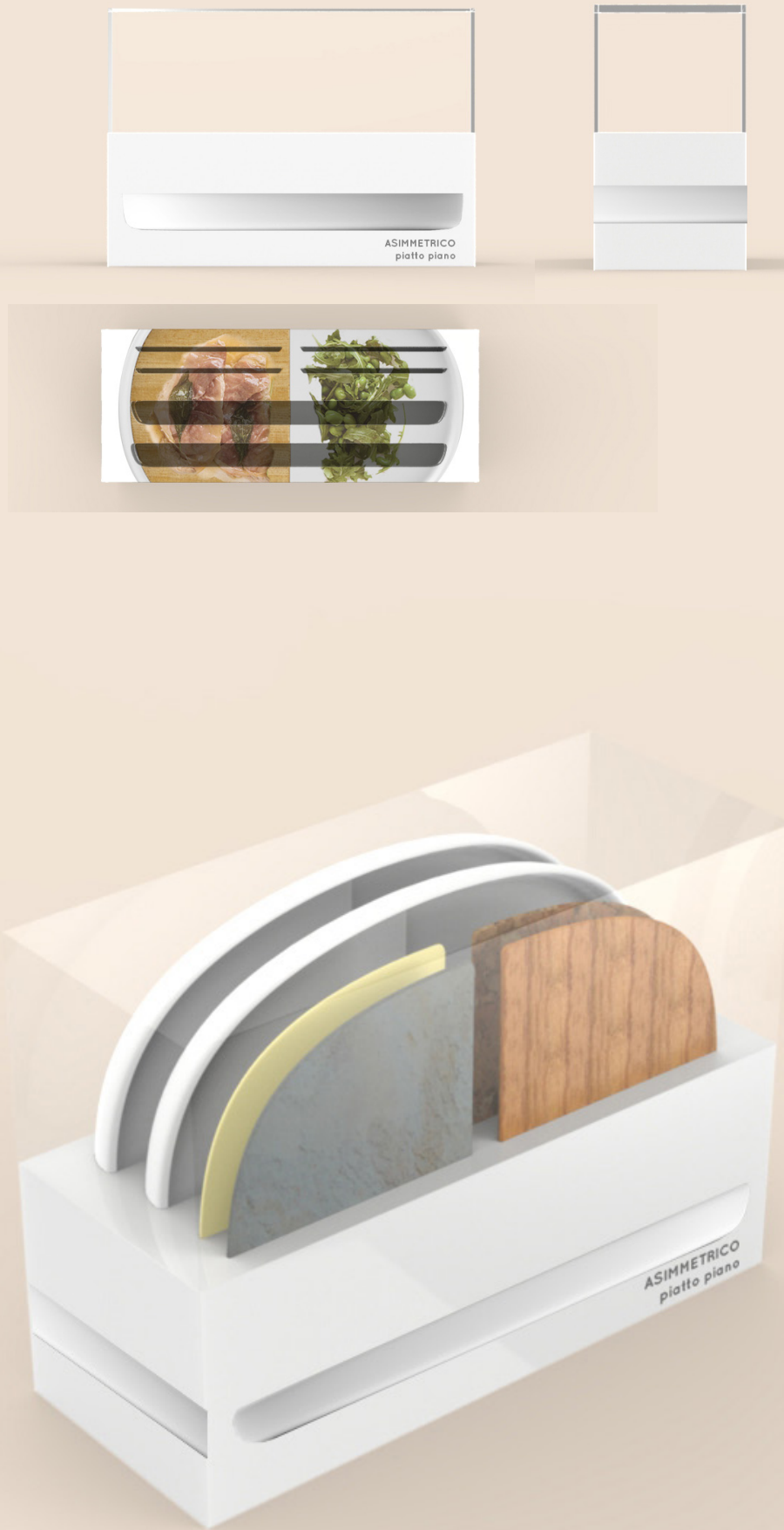
Questa scelta ( di customizzare il proprio pack) è stata effettuata in quanto la libertà creativa, di espressione e funzionale non sia compromessa, lasciando spazio al cliente di scegliere solo ciò che realmente serve o piace.

La copertura trasparente permette di visionare il prodotto in qualsiasi momento. Il fondo è realizzato in cartone e sovrastampato con le viste descrittive del prodotto impiattato.

Nella base di cartone, dove si inserisce il piatto, quest'ultimo risulta essere per metà inserito e per metà no. Questa soluzione, permette di mostrare in qualsiasi momento la diversità di questo servizio di piatti rispetto la concorrenza.

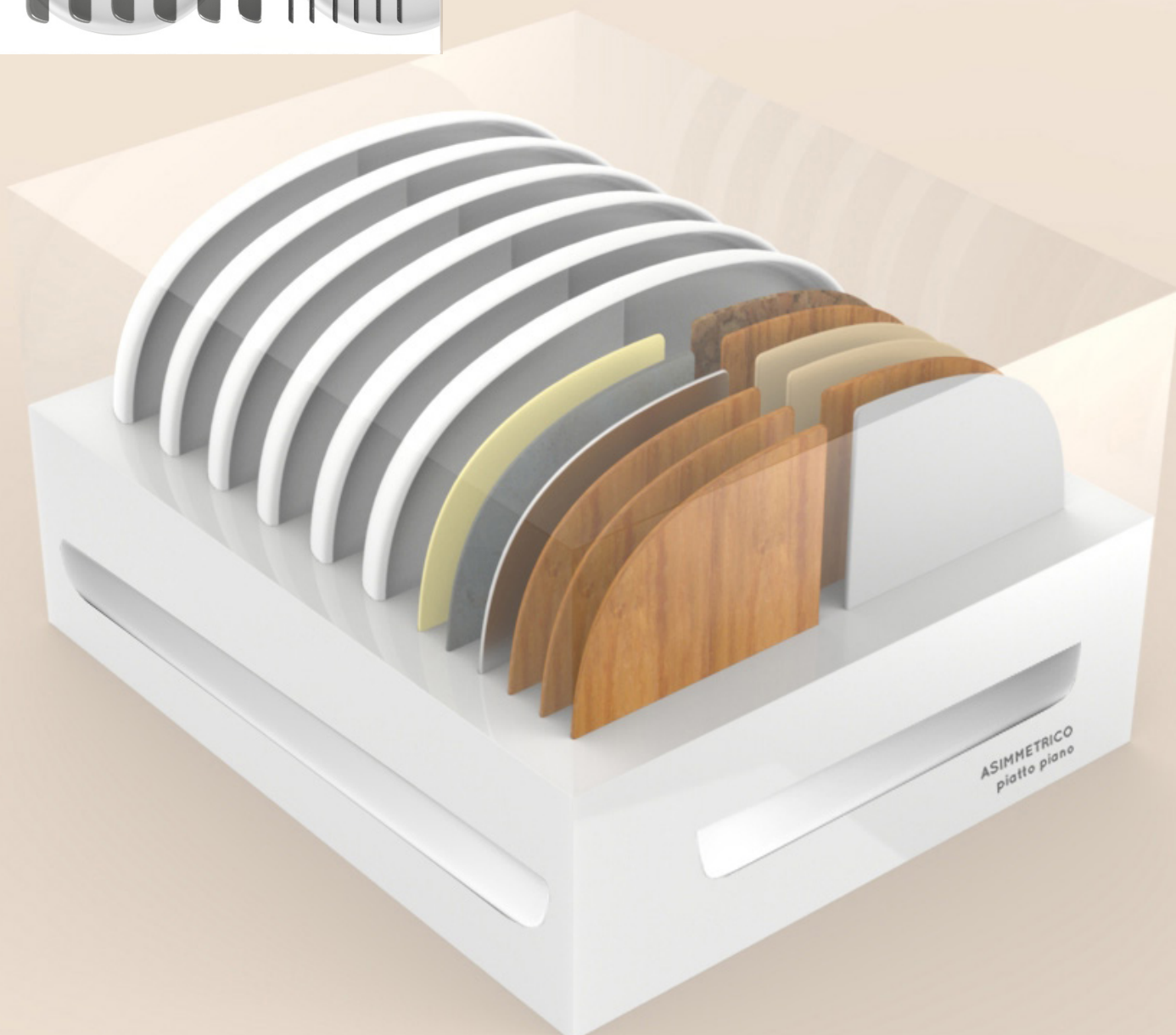
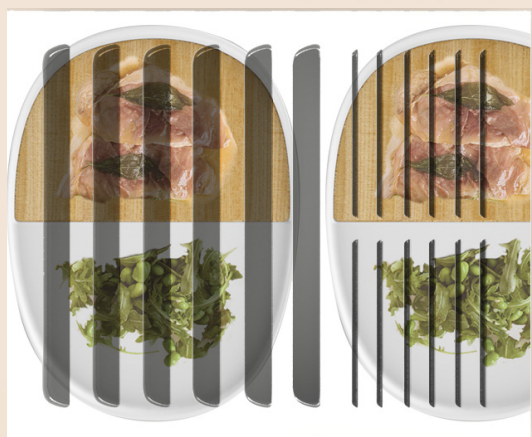
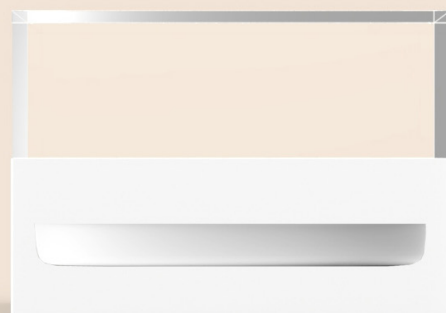
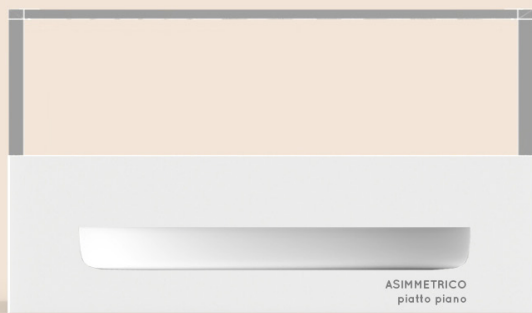


Packaging confezione 1 piatto e 2 taglieri a scelta



Packaging confezione 2 piatti e 4 taglieri a scelta





Packaging confezione 6 piatti e 12 taglieri a scelta

Nel mondo contemporaneo dove tutto è on-line, compreso il mercato, non poteva mancare una piattaforma simile di business ad ASIMMETRICO.

Quasi fosse il bigliettino da visita, il sito (con un paio di click) permette all'utente interessato di esplorare il progetto e configurarsi il prodotto. Nulla di nuovo se prendiamo come esempio il capostipite della configurazione personale NikeiD.

Nel nostro caso, al cliente è lasciata la massima "flessibilità controllata", lasciando la libera componibilità dei materiali e dei colori all'utente finale. Ciò per dare maggior scelta al cliente.

In un mercato attuale dove il libero commercio regna, trovo interessante il

caso studio di Internoltaliano, progetto fortemente voluto e portato avanti da Giulio Iachetti (noto designer italiano).

Giulio, ha pensato che la collaborazione con alcuni maestri, (qualità del prodotto garantita) fosse fatta solo su commessa da parte di un cliente il quale, una volta ordinato il prodotto, aspetterà il tempo necessario affinché venga realizzato. Questa visione, nasce dal fatto di ottimizzare e minimizzare gli scarti.

Proseguendo poi nella navigazione si potrà conoscere meglio il progetto ASIMMETRICO, come nasce, con la sua storia. Cliccando su un prodotto, si aprirà quindi la schermata ad esso dedicata con il possibile allestimento del proprio set da tavola.



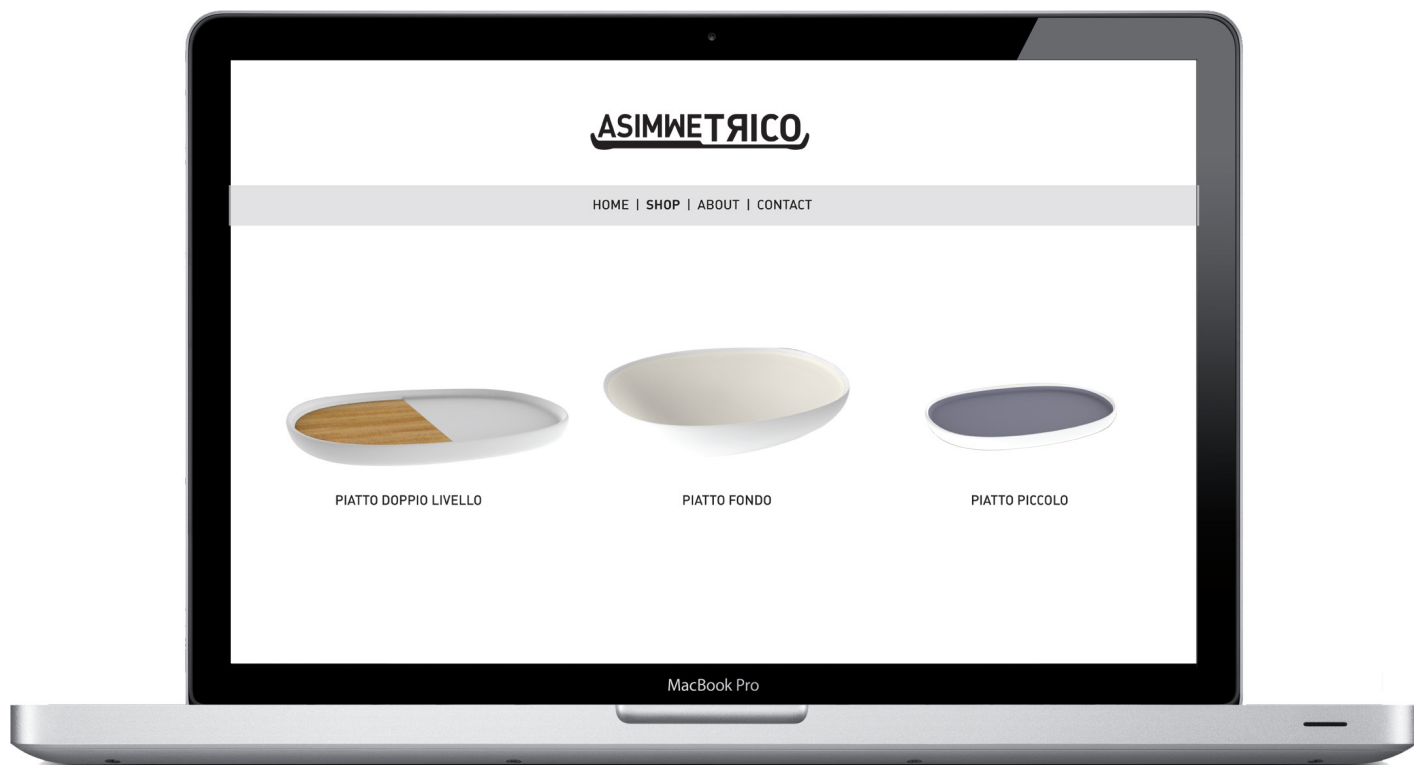


fig.102

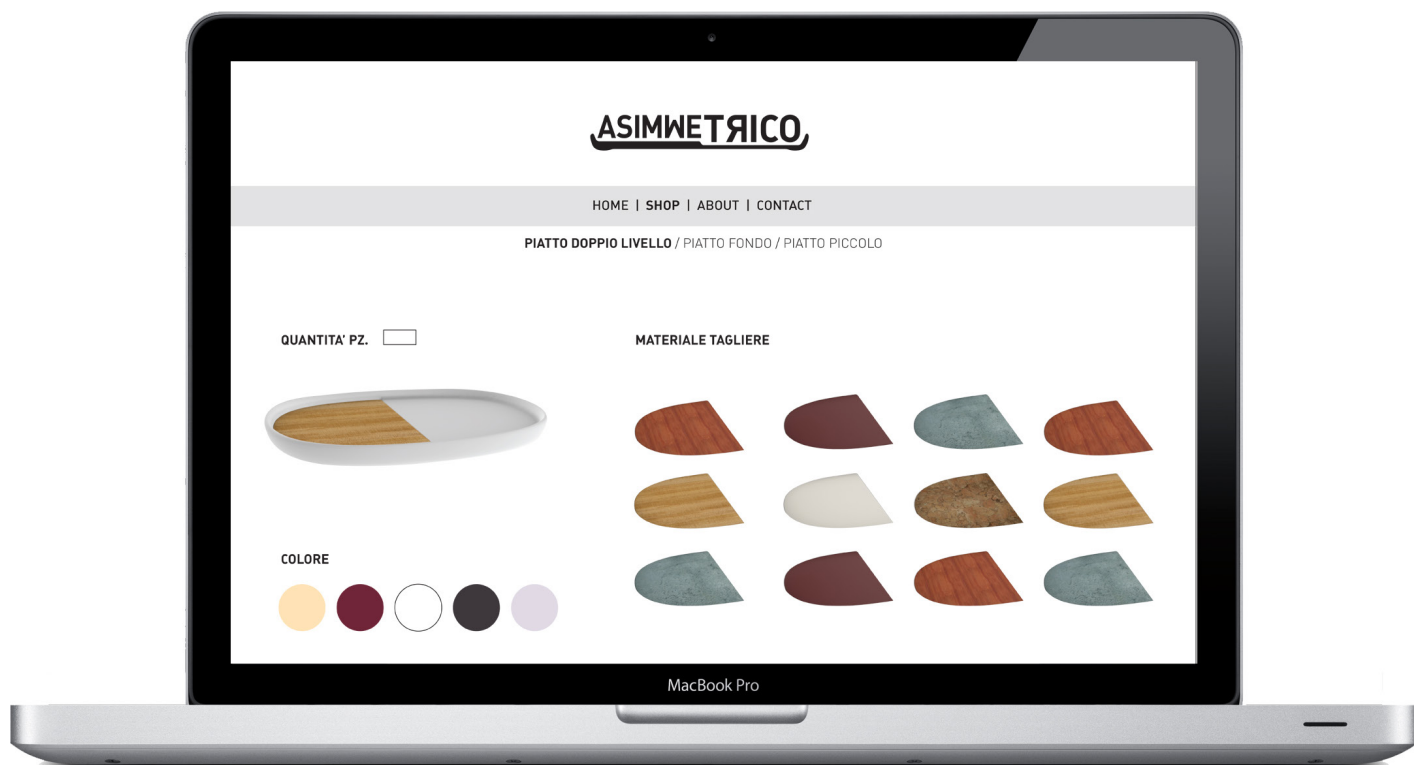


fig.103



---

Con il Progetto ASIMMETRICO, si è voluto rispondere a delle esigenze emerse mediante un'accurato studio sulla morfologia dei cibi ed una attenta analisi dei riti culinari.

Nel percorso progettuale si sono affrontati e approfonditi gli aspetti del come le illusioni prospettiche, il colore, la forma e l'impattamento influisca sul rapporto che una persona ha col cibo e di conseguenza come ne influisce il consumo. L'obiettivo era quello di riuscire a dare una risposta efficiente attraverso un progetto funzionale, capace di sensibilizzare e stimolare chi utilizza tale prodotto.

Data la mia passione per la cucina, indagare questo campo è stato molto stimolante. Riuscire a dare la possibilità a chi ha voglia di cimentarsi nelle ricette di esprimersi oltre che cucinando bene, mediante un'impattamento che segua la propria creatività e che ne esalti le qualità del cibo stesso, è stato ancora più stimolante.

## bibliografia

---

**BIBLIOGRAFIA**

- > 25 modi per piantare un chiodo - ENZO MARI - Strade Blu Mondadori
- > Ceramica viva – Nino Caruso – Ed. U. Hoepli.
- > Cibo e salute –S. Rodato, I. Gola – Clitt - pag 158:201.
- > Come si fa una tesi di laurea, le materie umanistiche. - Bomnpani - U.Eco
- > Corso completo di ceramica - Piero Cademartori - Ed. De Vecchi.
- > Da cosa nasce cosa - Bruno Munari - Edizioni Laterza
- > Design in cucina - oggetti, riti, culti. - Giunti Editori - 2012 - V. Auricchio
- > Design per la sostenibilità ambientale. - Zanichelli - C. Vezzoli, E. Manzini - 2007
- > Fast Food Nation, SCHLOSSER E., 2002, Milano, Marco Tropea Editore.
- > Foglio & forma; piegature e tecniche per grafica e design - Paul Jackson - Logos
- > Foglio & forma; creare materiali promozionali con la carta - Paul Jackson - Logos
- > Food Mood - S. Maffei, B. Parini - Electa - 2011
- > Il cibo dell'altro. Movimenti migratori e culture alimentari nella Torino del '900, Roma, Lavoro. FILIPPA M., 2003
- > Illusioni ottico-geometriche: una rassegna di problemi - GIOVANNI BRUNO VICARIO - Istituto Veneto di Scienze Lettere ed Arti
- > Il mondo in cucina. Storia, identità, scambi. MONTANARI M., 2002, Roma, Laterza.
- > "Le Armi della Persuasione" di R. Cialdini, edizioni Giunti.
- > Le leggi della pienezza. Creare, innovare, produrre cose. - Bruno Mondadori - R. Gold - 2007
- > Le leggi della semplicità. - Bruno Mondadori - J. Maeda - 2007
- > Le tecniche della ceramica – P. Rada, M. Hucek – Ed. Melita.

- 
- > Mangiare inconsapevole. Sai cosa c'è nel tuo piatto? - Brian Wansink - Pisani - 2012
  - > Manufacturing processes for design professionals. - Thames & Hudson - 2010 - R. Thompson
  - > Minerali industriali e minerali delle rocce – Emanuele Grill – Ed. U. Hoepli.
  - > Progetto CIBO. La forma del gusto. Catalogo della mostra - Electa - P. Antonelli

### **ARTICOLI / SAGGI & TESI**

- > Analisi e certificazioni degli alimenti - Alessandro Bagno - 2003
- > Ceramiche: Chimica e tecnologia dei materiali
- > Il cibo come elemento di identità culturale nel processo migratorio.  
Di Riccardo Pravettoni
- > Materiali e oggetti a contatto con alimenti: Normativa generale e speciale - di Alfredo Mengoli
- > Portion Size: What we Know and what we need to know. Critical Review in Food Science and Nutrition. Advance of Press. David Benton. 2013.
- > Psicologia generale - Dr. Alessandra Galmonte
- > Tesi di Laurea In Scienze e Cultura della Gastronomia e della Ristorazione - Modelli Innovativi nel Consumo Alimentare - Laureando: Alberto Bellotto - Relatore: Prof. Giacomo Boesso - ANNO ACCADEMICO 2011 - 2012
- > The effect of the color red on consuming food does not depend on achromatic (Michelson) contrast and extends to rubbing cream on the skin - Nicola Bruno, Margherita Martani, Claudia Corsini, Claudio Oleari - 02 / 09 / 2013
- > REGOLAMENTO (CE) N. 1935/2004 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 27 ottobre 2004 riguardante i materiali e gli oggetti destinati a venire a contatto con i prodotti alimentari e che abroga le direttive 80/590/CEE e 89/109/CEE - Gazzetta ufficiale dell'Unione europea
- > SOCIOLOGIA, CIBO , ALIMENTAZIONE: ALCUNI APPUNTI - Simone Tosi



---

**LINKOGRAFIA**

- > <http://www.treccani.it/enciclopedia/stoviglie/>
- > <http://www.beniculturali.it/mibac/multimedia/MiBAC/minisiti/alimentazione/sezioni/etastorica/roma/articoli/galateo.html>
- > <http://www.my-personaltrainer.it/alimentazione/gruppi-di-alimenti.html>
- > <http://galateo.dossier.net/a-tavola.htm>
- > [http://www.galateoitaliano.it/g\\_oggi/galateo\\_oggi.php?id=3&art=17](http://www.galateoitaliano.it/g_oggi/galateo_oggi.php?id=3&art=17)
- > [http://www.veterinariaalimenti.marche.it/viewdoc.asp?CO\\_ID=4678](http://www.veterinariaalimenti.marche.it/viewdoc.asp?CO_ID=4678)
- > <http://www.efsa.europa.eu/it/topics/topic/foodcontactmaterials.htm>
- > [http://www.japaneseartfurniture.com/japanese\\_furniture.html](http://www.japaneseartfurniture.com/japanese_furniture.html)
- > <http://shop.iltranciato.com/descrizioni>
- > <http://www.tendenzialmente.com/tendenze/37-food-design-arte%20nel%20cibo/>
- > <http://www.recensionifilosofiche.it/crono/2009-03/perullo.htm>
- > <http://blog.mytable.it/rubriche/apparenza-e-sostanza/quando-locchio-vuole-la-sua-parte/>
- > [http://www.peradam.it/peo/ipercorso/lper-800/percorsi/L'illusione/testi/i\\_principi\\_di\\_unificazione\\_formale\\_di\\_wertheimer.htm](http://www.peradam.it/peo/ipercorso/lper-800/percorsi/L'illusione/testi/i_principi_di_unificazione_formale_di_wertheimer.htm)
- > <http://blog.zenzerocomunicazione.it/decalogo-per-far-impazzire-un-grafico-4-sfruttiamo-gli-spazi>
- > [http://www.glamfood.it/leggi\\_articolo.aspx?id=142](http://www.glamfood.it/leggi_articolo.aspx?id=142)
- > <http://www.reportergourmet.com/photogallery/l-estetica-del-cibo-food-aesthetic-le-piu-belle-immagini-dei-fotografi-food/37/>
- > [http://formulavino.it/cgi-bin/corso-di-degustazione.cgi?id\\_corso=28&corsi](http://formulavino.it/cgi-bin/corso-di-degustazione.cgi?id_corso=28&corsi)

- 
- > [http://www.maisazi.com/2007/06/estetica \\_ del \\_ piatto \\_ e \\_ digestione.php](http://www.maisazi.com/2007/06/estetica_del_piatto_e_digestione.php)
  - > <http://www.lastampa.it/2012/06/06/societa/cucina/protagonisti/chef-regionale/luca-landi-l-estetica-del-gusto-aO5aiUYy518qf9U9dpTIWL/pagina.html?exp=1>
  - > <http://elkaprun.altervista.org/blog/il-tutto-e-piu-della-somma-delle-singole-parti/>
  - > <http://leganerd.com/2013/11/06/le-leggi-della-gestalt/>
  - > <http://labwebdesign.wordpress.com/2007/03/19/leggi-della-gestalt/>
  - > <http://awoltrends.com/category/trends/>
  - > <http://salvatore-coddetta.blogspot.it/2007/07/il-principio-del-contrasto.html>
  - > <http://it.finance.yahoo.com/notizie/colore-del-piatto-quantita-cibo-173237647.html>
  - > [http://www.ansa.it/web/notizie/rubriche/cronaca/2013/12/09/Piatti-rossi-tavola-segreto-anti-abbuffata \\_ 9750156.html](http://www.ansa.it/web/notizie/rubriche/cronaca/2013/12/09/Piatti-rossi-tavola-segreto-anti-abbuffata_9750156.html)
  - > <http://www.vogue.it/beauty/wellness-e-fitness/2013/12/natale-dieta-alimenti-rossi-cibo-anti-abbuffata-colore-cibo>
  - > <http://www.sicurezzaalimentare.it/nutrizione/Pagine/Quant%E2%80%99%C3%A8unap orzioneDiversifattoricheguidanolescelte.aspx>
  - > <http://www.softwareparadiso.it/studio/materiali-sughero.htm#Uso>
  - > <http://amorimcorkitalia.com/>
  - > <http://www-materials.eng.cam.ac.uk/mpsite>
  - > <http://www.flavourjournal.com/content/3/1/1>
  - > <http://www.stateofmind.it/2014/02/mangiare-meno-piatti-rossi-alimentazione-psicologia/>
  - > [http://www.huffingtonpost.com/james-clear/weight-loss \\_ b \\_ 3021667.html](http://www.huffingtonpost.com/james-clear/weight-loss_b_3021667.html)
  - > <http://www.rigon.com/manuale.html>

indice figure

fig.	descrizione	pag.	fig.	descrizione	pag.
1	> Evoluzione del piatto	> 15	42	> Piramide alimentare	> 87
2	> Zuppa di gamberi	> 18	43	> Aperitivo	> 90
3	> Pesciera Sambonet	> 19	44	> Primo	> 91
4	> Cucina moderna	> 20	45	> Dessert	> 92
5	> Max le Chinos	> 22	46	> Ovale collection	> 96
6	> Al fast food	> 23	47	> Diverse consistenze	> 97
7	> MiniMax	> 25	48	> Il cibo oggi	> 101
8	> Nutrirsi all'aperto	> 26	49	> l'evoluzione in cucina	> 102
9	> Nutrirsi in mensa	> 26	50	> Oggi il gusto	> 103
10	> Al Mercato	> 27	51	> Simbolo alimentare	> 105
11	> Moscardino	> 28	52	> Icone cucina	> 107
12	> Din Ink	> 29	53	> Icone brief	> 110
13	> Formale Vs informale	> 32	54	> Direzione sviluppo prog.	> 111
14	> Tipologie Mise en Place	> 35	55	> Direz. ricerca materiale	> 113
15	> Mise en Place	> 36	56	> Pro / contro	> 114
16	> Brunch meltin-pot	> 39	57	> Asimmetrico	> 116/117
17	> Arredo Wabi-Sabi	> 41	58	> Viste descrittive	> 118
18	> Usura e bellezza tagliere	> 43	59	> Legno	> 120
19	> Sedia 1 Artek	> 44	60	> Pietra	> 121
20	> Vasi Corsi Design	> 45	61	> Sughero	> 122
21	> Texture piastrelle	> 47	62	> Cemento	> 123
22	> Pinzimonio chic	> 50	63	> Polietilene	> 124
23	> Impiattamento	> 51	64	> Palette cromatica 1	> 125
24	> Alessi & design	> 57	65	> Palette cromatica 2	> 125
25	> presentazione artistica	> 58	66	> Immagine evocativa	> 127
26	> Gestalt	> 64	67	> Vista d'assieme	> 128
27	> Illusione di Delbeuf	> 67	68	> Impiatto	> 129
28	> Mangio tanto Vs poco	> 69	69	> Ambientazioni	> 130/131
29	> Appetenza/inappetenza	> 71	70	> Con e senza tagliere	> 132
30	> Petal plate	> 74	71	> Comb. cromatiche	> 133
31	> Shizuku plate	> 75	72	> Viste descrittive	> 134
32	> Snap & dine	> 76	73	> Con legno	> 135
33	> + / hot plate	> 77	74	> Estrazione tagliere	> 136
34	> Wheel of nutrition	> 78	75	> Dettaglio gradino piatto	> 137
35	> Bread plate	> 79	76	> Dettaglio taglio tagliere	> 137
36	> Entresuelola	> 80	77	> Asimmetria piatto piano	> 138
37	> Finger food	> 81	78	> Tecnici piatto	> 139
38	> Go plate	> 82	79	> Tecnici tagliere	> 140
39	> One for all	> 83	80	> Evocativa p. fondo	> 141
40	> I sensi & analisi dei cibi	> 85	81	> Impiatto fondina	> 142
41	> Salmone in crosta	> 86	82	> Comb. cromatiche	> 143

---

fig.	descrizione	pag.
83	> Ambientazione	> 144
84	> Scarpetta facilitata	> 145
85	> Descrittive	> 146
86	> Tecnici fondina	> 147
87	> Evocativa p. piccolo	> 148
88	> Impiatto piatto piccolo	> 149
89	> Combo cromatiche	> 150
90	> Descrittive	> 151
91	> Ambientazione	> 152
92	> Tecnici piatto piccolo	> 153
93	> ASIMMETRICO project 1	> 154
94	> ASIMMETRICO project 2	> 155
95	> ASIMMETRICO project 3	> 156
96	> Caratteristiche	> 157
97	> Packaging	> 158
98	> Pack 1 piatto	> 159
99	> Pack 2 piatti	> 160
100	> Pack 6 piatti	> 161
101	> sito ASIMMETRICO 1	> 162
102	> sito ASIMMETRICO 2	> 163
103	> sito ASIMMETRICO 3	> 164