
Ais/Design Journal

Storia e Ricerche

LES ATELIER DU NORD. MACCHINA DA CAFFÈ ESSENZA, NESPRESSO, 2003



AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE
VOL. 3 / N. 5
LUGLIO 2015

IL DESIGN NELL'INDUSTRIA
ALIMENTARE: CULTURA,
PRODOTTI, COMUNICAZIONE.
SPECIALE EXPO 2015

ISSN
2281-7603

PERIODICITÀ
Semestrale

INDIRIZZO
AIS/Design
c/o Fondazione ISEC
Villa Mylius
Largo Lamarmora
20099 Sesto San Giovanni
(Milano)

SEDE LEGALE
AIS/Design
via Cola di Rienzo, 34
20144 Milano

CONTATTI
journal@aisdesign.org

WEB
www.aisdesign.org/ser/

Ais/Design

Journal

Storia e Ricerche

DIRETTORE Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia
direttore@aisdesign.org

COMITATO DI DIREZIONE Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia
Carlo Vinti, Università di Camerino
editors@aisdesign.org

**COORDINAMENTO
REDAZIONALE** Marinella Ferrara, Politecnico di Milano
caporedattore@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO Giovanni Anceschi
Jeremy Aynsley, University of Brighton
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia
Tevfik Balcioglu, Yasar Üniversitesi
Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Bernhard E. Bürdek
François Burkhardt
Anna Calvera, Universitat de Barcelona
Esther Cleven, Klassik Stiftung Weimar
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Clive Dilnot, Parsons The New School
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire
Kjetil Fallan, University of Oslo
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina
Carma Gorman, University of Texas at Austin
Jonathan Mekinda, University of Illinois at Chicago
Gabriele Monti, Università Iuav di Venezia
Vanni Pasca, past-president AIS/Design
Catharine Rossi, Kingston University
Susan Yelavich, Parsons The New School

REDAZIONE Letizia Bollini, Università degli Studi di Milano-Bicocca
Rossana Carullo, Politecnico di Bari
Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia
Giulia Ciliberto, Università Iuav di Venezia
Paola Cordera, Politecnico di Milano
Gianluca Grigatti, Università di Genova
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Luciana Gunetti, Politecnico di Milano
Chiara Lecce, Politecnico di Milano
Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Alfonso Morone, Università degli studi di Napoli Federico II
Susanna Parlato, Università degli studi di Napoli Federico II
Isabella Patti, Università degli Studi di Firenze
Paola Proverbio, Politecnico di Milano
Teresita Scalco, Università Iuav di Venezia

ART DIRECTOR Daniele Savasta, Yasar Üniversitesi, İzmir

EDITORIALE	IL DESIGN NELL'INDUSTRIA ALIMENTARE: CULTURA, PRODOTTI, COMUNICAZIONE Rosa Chiesa, Ali Filippini, Gianluca Grigatti	7
<hr/>		
SAGGI	EVOLUZIONE DEL CONCEPT FOOD DESIGN: INTERSEZIONI STORICHE TRA CIBO, DESIGN E CULTURA ALIMENTARE OCCIDENTALE Marinella Ferrara, Sonia Massari	12
	IL PROGETTO DEL PRODOTTO ALIMENTARE Alberto Bassi	36
	ICONE ALIMENTARI: IL PACKAGING IN UN SECOLO DI TRASFORMAZIONI Valeria Bucchetti	49
<hr/>		
RICERCHE	DALLA SUBALPINA A GIRMI: UNA STORIA DI INNOVAZIONI ITALIANE Rosa Chiesa	65
	PROGETTARE IL "SELF-SERVICE". ALLESTIMENTI DEI NEGOZI PER LA VENDITA DELL'ALIMENTARE Ali Filippini	91
	MEZZO SECOLO DI VENDING. STORIA DELLA DISTRIBUZIONE AUTOMATICA ITALIANA DAL 1963 AL 2013 Alessandro Fontana	110
<hr/>		
MICROSTORIE	BROOKLYN: IL CASO ITALIANO DELLA GOMMA DA MASTICARE Paola Proverbio	133
	È SOLO UNA QUESTIONE DI SPAZIO? IL RITO DEL CIBO NELLA STORIA DELLE MISSIONI SPAZIALI (1961-2015) Gianluca Grigatti	156
	LA DOPPIA INVENZIONE. UN PROTOTIPO COMUNICATIVO DELL'INDUSTRIA ALIMENTARE. IL CASO STAR Giovanni Baule	164
	ALTARE, O DEL VETRO D'USO. UNA STORIA DI PROGETTAZIONE PER IL QUOTIDIANO Mariateresa Chirico	179
	LA RISTORAZIONE AUTOSTRADALE ITALIANA NEL DOPOGUERRA: PROGETTO E COMUNICAZIONE TRA SPAZI DEL CONSUMO E CIBO INDUSTRIALE Alfonso Morone	193
<hr/>		
RILETTURE	PROGETTO MANGIARE. IL PRIMO NUMERO DELLA RIVISTA ALBUM Giulia Ciliberto	213
	LE RAGIONI DELLA FORMA Augusto Morello	222
<hr/>		
RECENSIONI	CUCINE E ULTRACORPI VERSO IL DESIGN DEGLI ULTRACIBI Matteo Pirola	231
	FOOD DAL CUCCHIAIO AL MONDO Gianluca Grigatti	241

Editoriale

IL DESIGN NELL'INDUSTRIA ALIMENTARE: CULTURA, PRODOTTI, COMUNICAZIONE

Rosa Chiesa, Ali Filippini, Gianluca Grigatti

PAROLE CHIAVE

Atti alimentari, Cultura materiale, Food design, Industria alimentare

Come affrontare il delicato rapporto tra design e cibo? Il titolo del numero speciale della rivista non riserva troppe sorprese rispetto ai contenuti.

Viviamo un momento in cui la locuzione *food design*, categoria dai confini incerti e sulla cui definizione ci si sta ancora confrontando, insieme al più generale tema del cibo è assolutamente diffuso, e a volte pure abusato. Tale interesse, generalista e specialistico, riguardo al cibo/progetto e alla filiera alimentare emerge sulla spinta di una crescente attenzione di massa attorno al cibo e al contempo convive con il proliferare di una serie di pubblicazioni e di mostre sul tema, nutrite oggi più che mai dalla relazione diretta con il tema di Expo 2015.

Andando un po' controcorrente, abbiamo deciso di adottare i termini "cibo" e "alimentazione" in luogo del più altisonante *food design*, spesso caratterizzato da una certa indefinitezza, almeno per quanto concerne l'eterogeneità dei settori e delle figure professionali coinvolte in tale settore. Ci siamo così allineati alla scelta di alcuni progettisti dediti allo studio della cultura alimentare, dei processi di preparazione e delle forme di assunzione del cibo, che preferiscono oggi definirsi progettisti degli atti alimentari (*eating designer*).

È stata nostra intenzione legare il tema dell'alimentazione alla cultura del design attraverso gli strumenti che ci sono più consoni: la rivalutazione e la diffusione della metodologia della ricerca storica, storiografica e critica. Dal punto di vista storico il tema del rapporto tra alimentazione e design è stato finora indagato in modo piuttosto discontinuo e disomogeneo, nei suoi aspetti progettuali legati ai brevetti, in quelli più strettamente funzionali e attinenti la configurazione di prodotto, infine nella comunicazione e consumo. Ma il cibo rientra a pieno titolo tra gli argomenti di interesse per la storia del design, in quanto elemento essenziale della cultura materiale e, dal momento della sua industrializzazione, della storia d'impresa. I temi individuati come spunti per la ricerca sono: il rapporto tra cibo e progetto, cibo e produzione, cibo e distribuzione.

L'incontro tra la cultura industriale e gli alimenti mette in luce la relazione tra macchina e materia prima, tra tecnologie del sistema produttivo e trasformazioni del cibo, così come illustra il progetto dell'artificialità.

Tutti questi aspetti sono nel loro insieme inquadrati nella fenomenologia proposta da Marinella Ferrara e Sonia Massari che ripercorrono nel loro saggio l'evoluzione del concept food design, Intersezioni storiche tra cibo, design e cultura alimentare occidentale, ricordandoci come "gli studi di design relativi al prodotto alimentare e gli studi sulla produzione agroalimentare (i food studies) siano due campi di ricerca relativamente nuovi che fra di loro sembrano avere molto in comune" e che i loro ambiti di applicazione e di intersezione sono molto ampi e non sempre facili da definire.

A cominciare dalla creazione degli strumenti, effettivamente necessari per potersi procurare il cibo, per coltivarlo, raccoglierlo e prepararlo, è facile comprendere la relazione inestricabile tra cibo e strumento, tra cibo e progetto, tra cibo e tecnologia. Dalla lettura, storica e metodologica, proposta da Alberto Bassi, ancora più aderente e interna alle pratiche dell'industrial design, emerge come "dentro il sistema complessivo dell'età industriale, il cibo risponda pienamente alle logiche e pratiche caratteristiche del design". Il contributo di Bassi, intitolato *Il progetto del prodotto alimentare*, ci ricorda che l'artefatto alimentare industriale, pensato per essere replicabile in grandi numeri, deve essere indagato come un progetto integrale: dai caratteri organolettici alla sua forma; dai sistemi tecnologici e organizzativi per la produzione a come si colloca in un contesto di valorizzazione, comunicazione e consumo, fino alla gestione completa del ciclo di vita. Il tema dell'organizzazione moderna del cibo, così come si viene configurando nel nostro paese dagli anni venti ai sessanta, è quindi messo in relazione da Rosa Chiesa con la ricerca dedicata a un caso imprenditoriale *Dalla Subalpina a Girmi: una storia di innovazioni italiane*, che documenta l'introduzione degli elettrodomestici in cucina come vero e proprio ambito di "post-produzione" domestica legata al cibo. Mentre il punto di vista più "estremo", legato all'artificialità e al progetto del cibo, è analizzato da Gianluca Grigatti nel saggio *Storia dell'alimentazione spaziale 1961-2015* dedicato al cibo per le missioni spaziali (peraltro di grande attualità nella contingenza dell'ultima missione che vede un'astronauta italiana coinvolta) dove l'autore mette in rilievo, tra gli aspetti, le relazioni tra la forma e confezione del cibo con le modalità d'assunzione che si inseriscono in una sorta di sistema rituale.

Il progetto della comunicazione legata al cibo è il secondo tema che coinvolge lo sviluppo del packaging e dei progetti grafici come risposta alle esigenze commerciali e di distribuzione legati all'industria alimentare.

Il saggio di Valeria Bucchetti sulle *Icone alimentari (il packaging in un secolo di trasformazioni)* ripercorre la storia della confezione attraverso prodotti passati alla storia ed entrati nella nostra memoria collettiva, mettendo in evidenza come l'imballaggio sia uno dei dispositivi attorno ai quali si è venuto progressivamente a costruire lo scenario contemporaneo delle forme di rappresentazione del cibo. Il packaging, ricorda l'autrice, è rappresentazione del proprio contenuto, forma necessaria di autopresentazione, ma anche cerniera tra l'atto di alimentazione e consumo. La progettazione del packaging segna anche il passaggio dall'alimento sfuso a quello confezionato e predetermina il passaggio da prodotto artigianale a prodotto industriale.

Rimanendo in un ambito attiguo, quello dei "contenitori e contenuti", anche il saggio di Maria Teresa Chirico su *Vetro e alimentazione* - dedicato ai maestri vetrai di Altare e alla *Società Artistica Vetraria* - ripercorre la storia iniziata a metà Ottocento e durata fino al 1978 del cosiddetto vetro d'uso, ricordandoci come la storia dell'imballaggio alimentare sia anche storia di recipienti antichi (ovvero anfore, vasi vinari, olle, orcioli, albarelli, vaselli, boccali di terracotta, che hanno condizionato la forma degli imballaggi industriali) e di come alcune

produzioni locali e artigianali siano riuscite a imporre degli standard che possiamo leggere oggi come esiti di un protodesign: nel caso dei maestri vetrai di Altare, la bottiglia della gazzosa, realizzata dal 1914 al 1938 e il barattolo con coperchio in vetro dalla chiusura a vite del 1941.

L'imballaggio trasferisce il cibo in un'altra dimensione, lo rende oggetto di scambio e oggetto informativo e poi comunicante. Determina, dunque, un percorso che si interseca strettamente con la storia della comunicazione visiva e della grafica progettata. Così rileggere il packaging significa leggere la storia delle imprese, la storia delle tecnologie di confezionamento e di produzione dei prodotti alimentari, la storia del sistema distributivo e delle sue logiche di visual merchandising. I contributi di Giovanni Baule, *La doppia invenzione. Un prototipo comunicativo dell'industria alimentare. Il caso Star*, e di Paola Proverbio con *Perfetti, una storia italiana* approfondiscono proprio questa relazione. In particolare il testo che ricostruisce le vicende della comunicazione Star, l'azienda fondata nel 1948 da Regolo Fossati, esemplifica con la metafora della "doppia invenzione-innovazione" del prodotto la duplicità progettuale intesa come contributo effettivo sia sul piano produttivo in senso stretto che sul piano comunicativo.

Infine, il tema della distribuzione del cibo correlato ai luoghi della sua presentazione, vendita e consumo. Rispetto a un processo di design che favoriva il prodotto e la sua comunicazione oggi si utilizza sempre più spesso l'espressione "progettazione degli atti alimentari", con cui si comprendono anche i luoghi e i modi della produzione e del consumo. Appartengono a questo ambito alcuni saggi come quello di Alfonso Morone, *La ristorazione autostradale italiana nel dopoguerra: progetto e comunicazione tra spazi del consumo e cibo industriale*, che indaga il tema della ristorazione autostradale italiana nel dopoguerra. Nell'offerta italiana di quegli anni, l'Autogrill fornisce una nuova tipologia commerciale che si aggiunge a quelle della grande distribuzione.

Con la nascita dei primi autogrill il modello del ristorante viene integrato a quello del supermarket, creando un ibrido che unisce al pranzo veloce un self-service di prodotti confezionati, così come il contributo *Progettare il "self service": allestimenti dei negozi per la vendita dell'alimentare in Italia* di Ali Filippini ci riassume le tappe legate all'introduzione della vendita degli alimentari a self-service in Italia, dove il reparto alimentari si integra all'offerta, e all'architettura, del grande magazzino di vendita; mentre in parallelo sul fronte dei supermercati e dei negozi, fiorisce un'industria legata alla progettazione e vendita di attrezzature per l'arredamento adatte ai nuovi interni commerciali.

In approfondimento di tematiche legate ai luoghi e ai modi del consumo di cibo si inserisce ancora il contributo di Alessandro Fontana dedicato a *Mezzo secolo di vending. Storia della distribuzione automatica italiana dal 1963 al 2013*, focalizzato su questo "prodotto-servizio" come esempio di distribuzione dei nuovi prodotti alimentari di natura industriale. Il canale della distribuzione automatica è una delle grandi eccellenze italiane con aziende costruttrici di distributori e sistemi di pagamento, prestigiosi marchi di prodotti (un mondo edificato da una straordinaria generazione d'imprenditori italiani come il "signor Faema", Ernesto Valente) e aziende di gestione del servizio dal modello di business considerato il più avanzato nel mondo.

Non potevamo, infine, non lasciar spazio alla critica e al dialogo con l'attualità attraverso le recensioni di mostre recenti sul tema: come la grande rassegna di opere d'arte e prodotti *Arts and Foods* e *Cucine & Ultracorpi* di Germano Celant alla Triennale di Milano, recensite da Matteo Pirola e *Food. Dal cucchiaino al mondo*, curata da Pippo Ciorra al Maxxi di Roma.

Per ricordarci e ricordare come esista una letteratura critica legata al prodotto alimentare e alle sue relazioni con il sistema del design, si è deciso di proporre la rilettura di un saggio di Augusto Morello del 1996, *Le ragioni della forma*, contenuto in un numero monografico di "Stile Industria", dove l'autore affronta in modo acuto il tema del cibo in relazione al progetto. Sempre ripercorrendo la letteratura sul cibo e il progetto, il saggio di Giulia Ciliberto dedicato al primo numero della rivista Album di Mario Bellini, del 1981, intorno al "progetto mangiare", rilegge agli occhi dell'attualità i contenuti dei vari autori (tra questi Daniele Baroni, Filippo Alison, Omar Calabrese) commentandone l'approccio storico e critico al tema. Augurandovi una buona lettura, siamo soddisfatti soprattutto per la rispondenza dei contributi agli spunti proposti e per il paesaggio variegato che si prospetta nel rapporto tra design e cibo.

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE
VOL. 3 / N. 5
LUGLIO 2015

IL DESIGN NELL'INDUSTRIA
ALIMENTARE: CULTURA,
PRODOTTI, COMUNICAZIONE.
SPECIALE EXPO 2015

ISSN
2281-7603
