

# **un modo nuovo di progettare e produrre alimenti**



**Stefania Ruggeri, PhD Senior Scientist  
CREA- Centro di Ricerca Alimenti e Nutrizione. Professoressa  
incaricata Università Sapienza, Roma**

**[stefania.ruggeri@crea.gov.it](mailto:stefania.ruggeri@crea.gov.it) - [www.italianfoodesign.it](http://www.italianfoodesign.it)**



**Che Cos'è il  
DESIGN?**



**Che Cos'è il FOOD  
DESIGN?**

**Che Cos'è ?**

 **Italian  
Food  
Design**



# FIAT 500

IERI, OGGI, DOMANI

GIANNI CANCELLIERI  
LORENZO RAMACIOTTI



GIUNTI

«La parola DESIGN ci fa pensare istintivamente al *“relooking”*, cioè al dare un nuovo e miglior *look* o forma a qualcosa: ad un'auto, una sedia, un coltello, una macchina, un packaging, una lampada, degli interni

cose che altrimenti resterebbero troppo sgraziate, troppo «rigide o troppo spoglie, se lasciate solamente alla loro nuda funzione».

(B.Lautor)

*Un intervento legato quindi alla sola creatività*

# Bruno Munari

**Milano, 24 ottobre 1907,  
Milano 29 settembre 1998**

**Artista, designer, grafico,  
illustratore, scrittore,  
narratore, ideatore di libri  
per bambini.**



*La creatività consiste in tutto ciò che prima non c'era, ma che è realizzabile. Fondamentale inoltre, per essere creativi è la conoscenza, poiché noi creiamo rielaborando cose già presenti nella nostra mente, riproponendole però in una forma alternativa.*

Da cosa  
nasce cosa



Munari



Design è **progettare**  
con uno scopo che  
non sia meramente  
estetico:  
partire da un  
problema e cercare  
soluzioni

**«Il problema di design nasce da un  
bisogno»**

*(L. B. Archer, professor of Design  
Research at Royal College of  
London)*

Il punto di partenza è sempre un oggetto esistente :  
parliamo di RE- Design (Mangano , 2014)





# Il DESIGN parte da un PROBLEMA e cerca Soluzioni

## Grafica nell'architettura

Le insegne dei negozi.  
Insegne di grandi magazzini  
su vaste superfici.  
Insegne pubblicitarie luminose.  
Il nome di un albergo sulla facciata.  
Insegne sporgenti, a bandiera.  
Insegne a più dimensioni,  
con movimento.  
Marchi di fabbrica o simboli molto  
grandi da sistemare sopra l'edificio.  
Segnali a distanza.

## Imballaggi

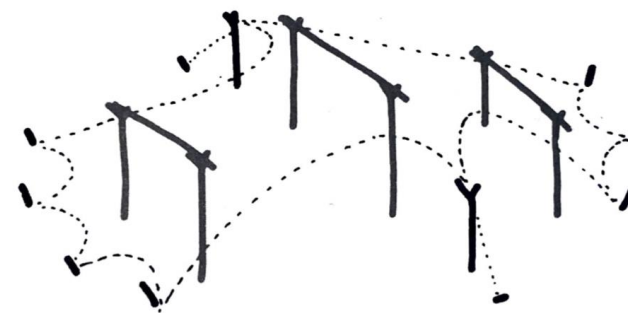
Imballaggi per strumenti musicali.  
Imballaggi per liquidi.  
Per oggetti fragilissimi e voluminosi.  
Per oggetti di peso non uniforme.  
Per serie di piccoli oggetti.  
Sottovuoto.  
Per esposizione nei grandi  
supermarket.  
Con polistirolo, con cartone, con...



Imballaggio per un  
liquido, usabile  
anche come  
contenitore.

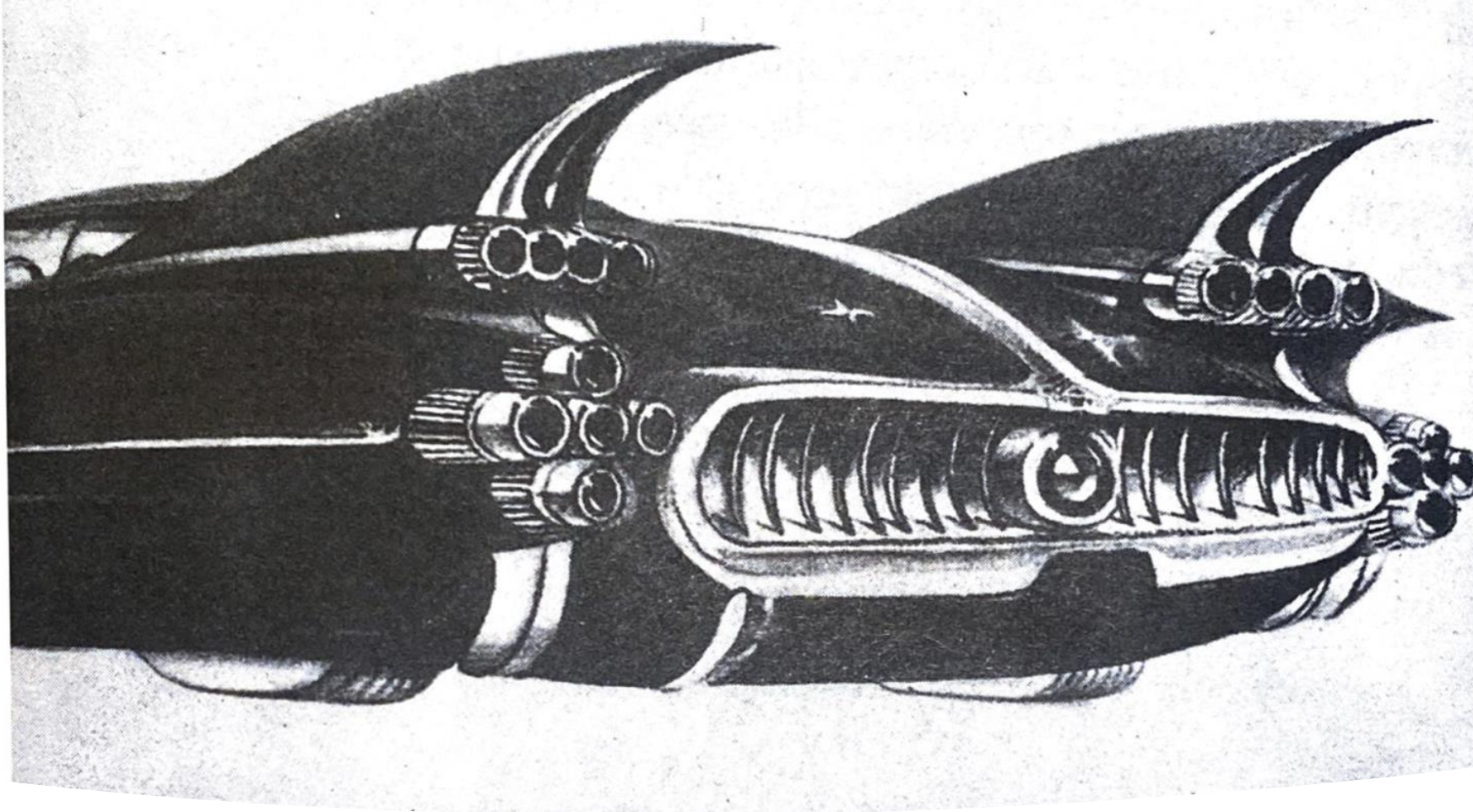
## Campeggio

Tutto il materiale da campeggio,  
quando è progettato senza  
preoccupazioni artistiche, è quasi  
perfetto. L'economicità di base e i  
sottoproblemi di smontaggio e  
trasporto, garantiscono una buona  
progettazione.



Impostazione di  
una tenda dei  
nomadi del deserto.

*B. Munari, «Da cosa nasce cosa», 1981*



**«Lo styling non è design»**

*disegno di Bob Obsorn*

*B. Munari, «Da cosa nasce cosa», 1981*

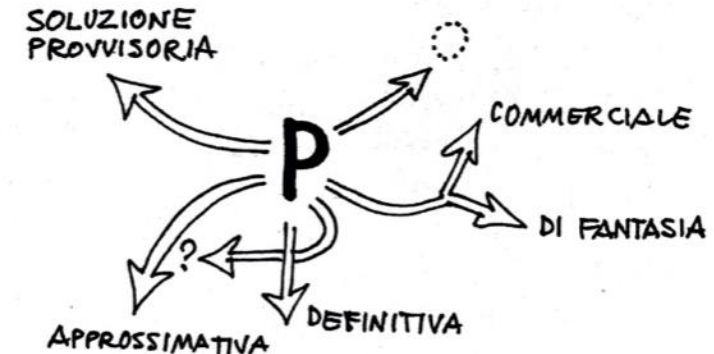


# Metodo di DESIGN



# Metodologia del Design

Una volta definito il problema, può sembrare a qualcuno che basti avere una buona idea per risolverlo automaticamente. Le cose non stanno proprio così poiché occorre anche definire il tipo di soluzione che si vuole raggiungere: una soluzione provvisoria (supponiamo per una esposizione che deve durare un mese) oppure una soluzione definitiva, una soluzione puramente commerciale, una soluzione che duri nel tempo (fuori dalle mode che impongono un certo gusto in quel momento), una soluzione tecnicamente sofisticata o una soluzione semplice ed economica.

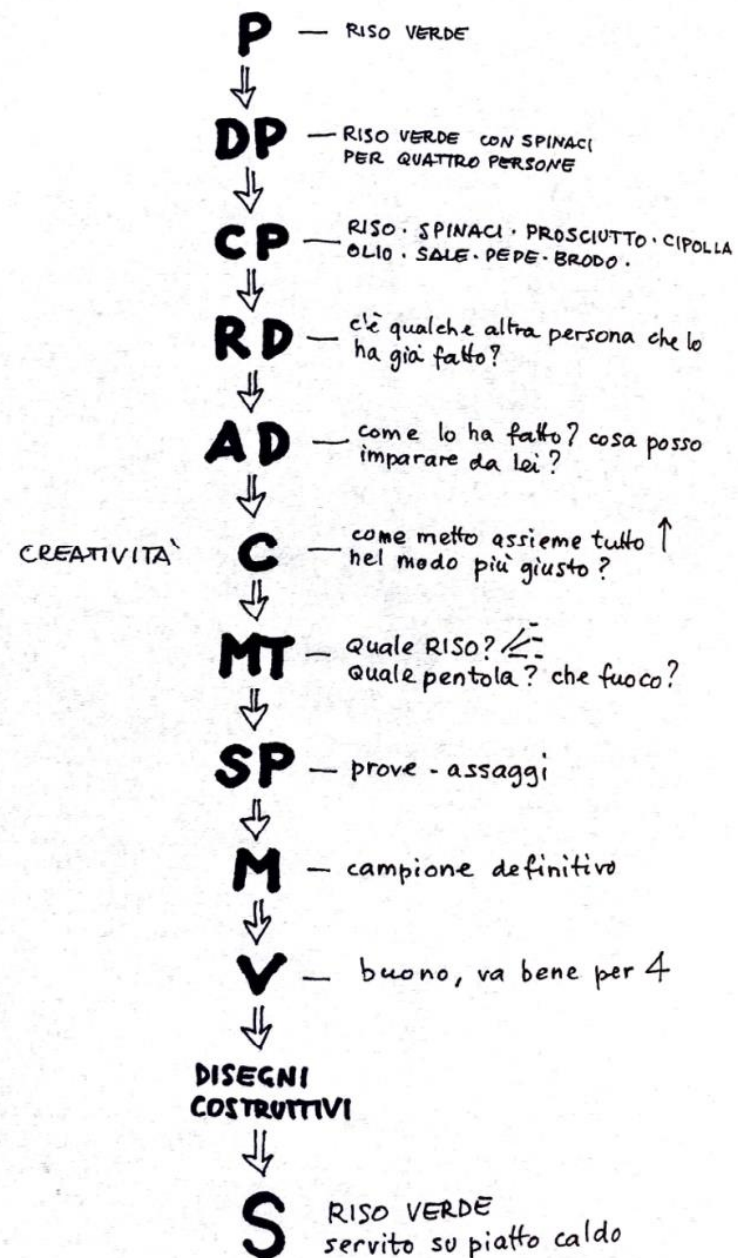


Un problema può avere diverse soluzioni, anche qui occorre decidere quale scegliere.

In qualunque libro di cucina si trova ogni indicazione necessaria per preparare un certo cibo. Queste indicazioni sono talvolta sommarie, per le persone addette ai lavori; oppure più particolareggiate nelle spiegazioni delle singole operazioni, per chi non è tanto pratico. A volte, oltre a indicare la serie delle operazioni necessarie e il loro ordine logico, arrivano addirittura a consigliare anche il tipo di recipiente più adatto per quel cibo e il tipo di sorgente di calore da usare.

Il metodo progettuale non è altro che una serie di operazioni necessarie, disposte in un ordine logico dettato dall'esperienza. Il suo scopo è giungere al massimo risultato col minimo sforzo. Progettare un risotto verde o la terrina in cui cuocerlo, richiede l'uso di un metodo che aiuterà a risolvere il problema. L'importante è che le operazioni siano fatte seguendo l'ordine dettato dall'esperienza.

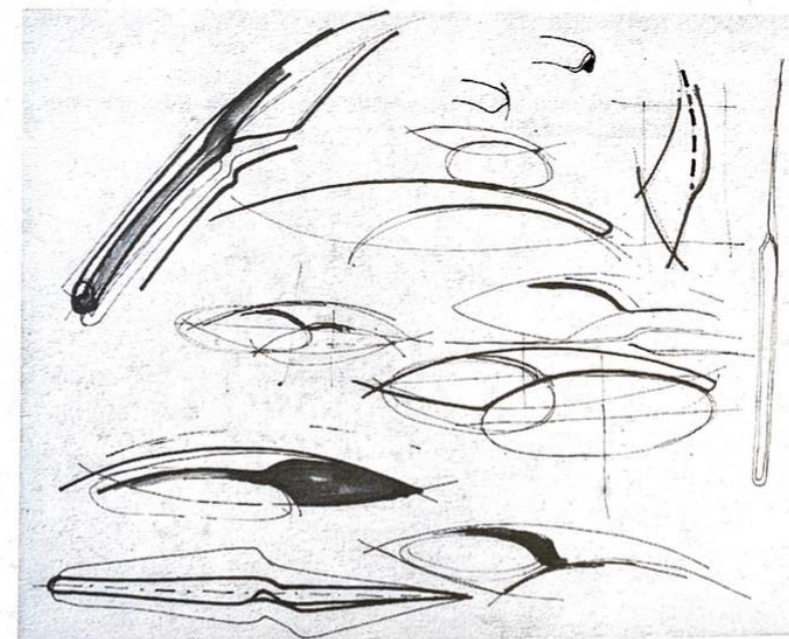
Bruno Munari, *Da cosa nasce cosa*, 1981



**Durante il processo progettuale il designer utilizza vari tipi di disegni, dal semplice schizzo per fissare un pensiero utile alla progettazione, ai disegni costruttivi, alle prospettive, alle assonometrie, al disegno esploso, ai fotomontaggi.**



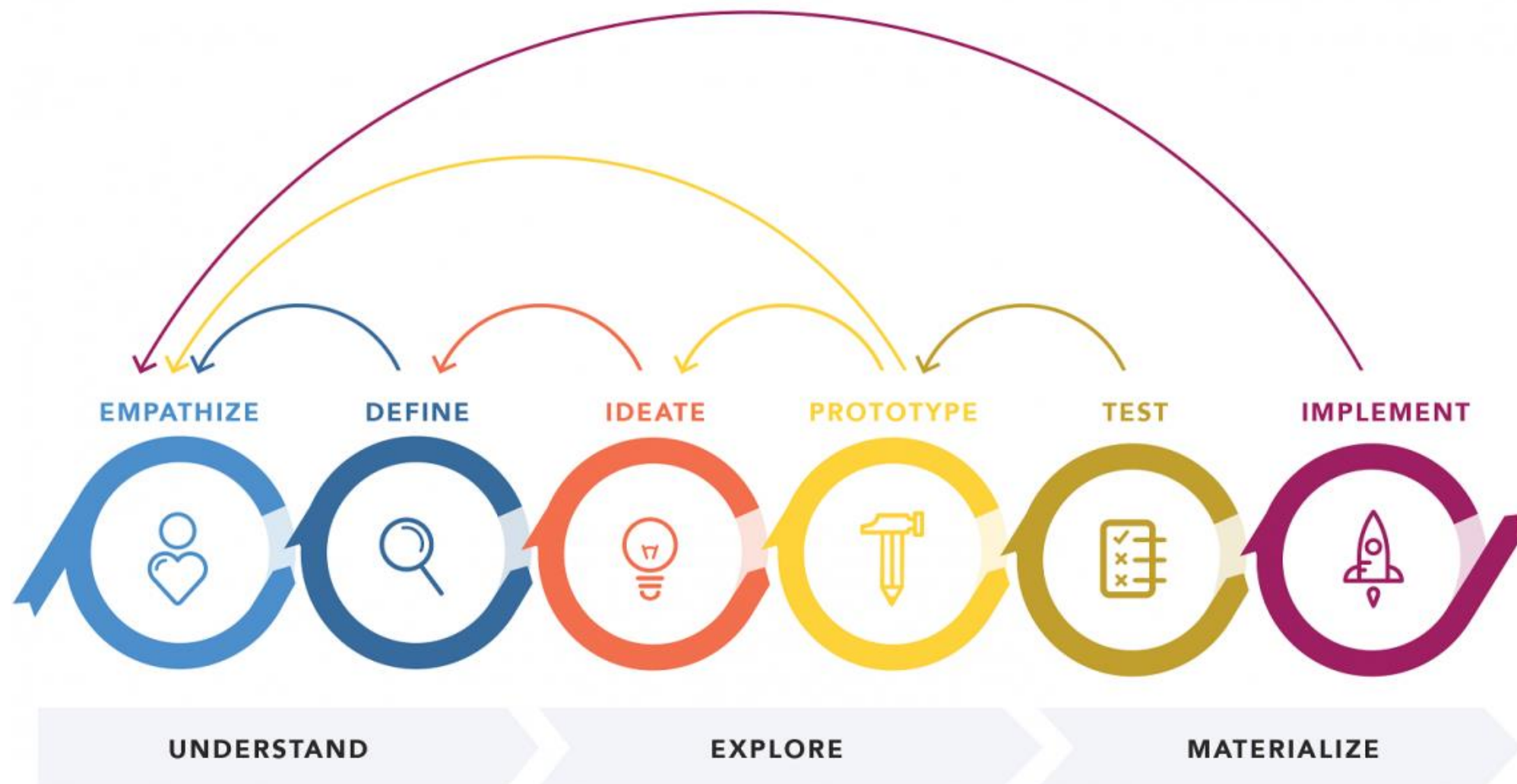
Disegno sintetico per un marchio per i prodotti Delfino. Nella presentazione di un marchio si deve vedere anche il marchio ridotto a cinque millimetri per verificare se è riconoscibile.



Schizzo di Lino Sabattini per identificare la linea di un servizio di posate da realizzare partendo dal metallo in lastra, attraverso tre tempi: tranciatura, formatura e finitura.



# DESIGN THINKING PER RISOLVERE PROBLEMI COMPLESSI





**Metodo progettuale codificato all'Università di Stanford in California nel 2000 per risolvere problemi complessi impiegando processi cognitivi, visione e gestione creativa.**

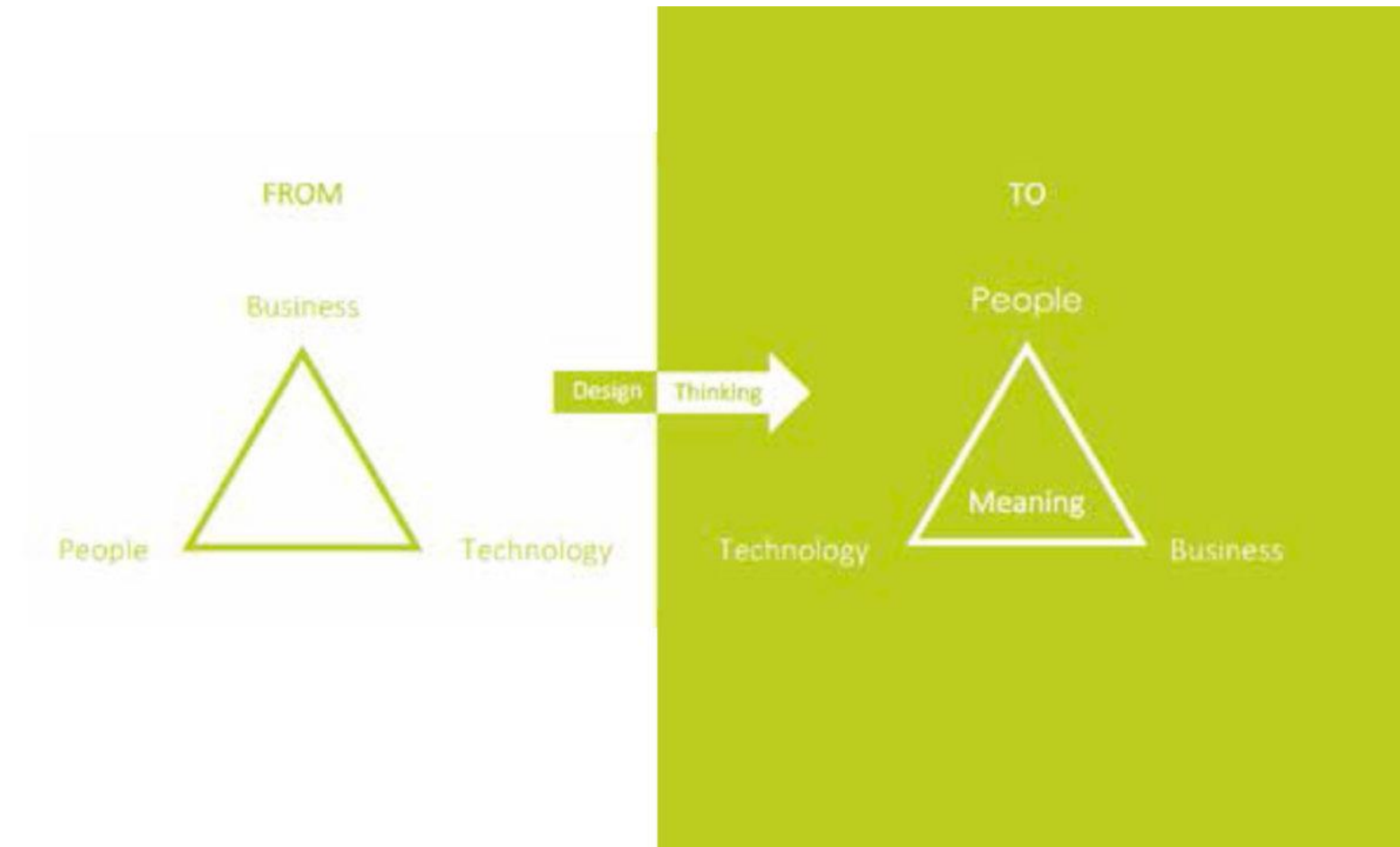
**È considerato un approccio democratico capace di mobilitare tutte le risorse aziendali, visto che consente ai membri di contribuire alle soluzioni. È centrato sulla persona e sulla sua capacità di sviluppare un pensiero sia come soggetto ideatore sia come destinatario del progetto.**

# Design thinking

- Il DT può essere suddiviso in tre macro-argomenti, in modo semplificato:
- **avvicinarsi al target** , ad esempio quelli etnografici (per definire il contesto d'uso) o le tecniche di empatia (per mettersi nei panni del cliente e sperimentare il customer journey).
- **Attivare il pensiero creativo e generare idee**, tecniche di brain storming, mappe mentali,...
- **Sperimentare rapidamente** le idee attraverso la realizzazione di prototipi, grazie a strumenti come minimum viable product, fast prototyping,...

# L'approccio DT pone nel vertice della sua piramide mentale **LA PERSONA**

«Partiamo dai sogni e dai problemi delle persone e creiamo prodotti che li soddisfino».



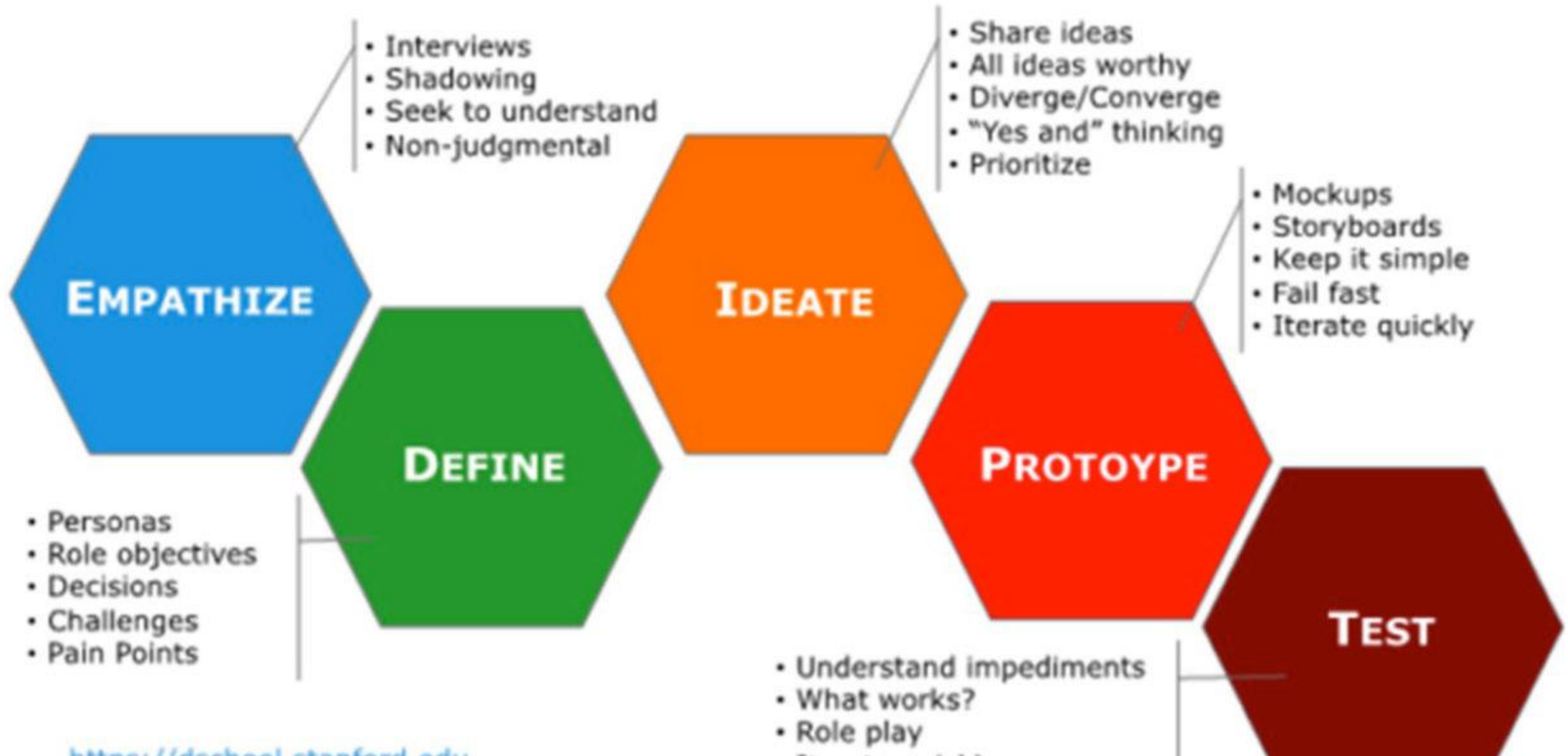
# Il Design Thinking aiuta a ridefinire i problemi

Ragionamento analogico (Analogical reasoning), del pensiero associativo (Associative Thinking) e dell'Abductive reasoning (ragionamento abduttivo).

- Nel primo caso si estrae conoscenza da una fonte e la si trasferisce a un obiettivo; ma il ragionamento analogico risulta meno efficace di quelli seguenti nelle sfide dell'innovazione non ben definite.
- Il pensiero associativo, che cioè trova link tra conoscenze differenti, permette una trasformazione delle informazioni che è particolarmente utile.
- Infine, il ragionamento abduttivo è prezioso perché promuove scenari *what-if cosa succede se...* presentando più spiegazioni possibili



# Stanford d.school Design Thinking Process



*f*ood  
.  
*design*



**Che Cos'è il DESIGN?**



**Che Cos'è il FOOD  
DESIGN?**



**Baguette, 2000  
Biennale  
Internazionale  
Saint -Etienne**



**Caviale di melone di  
Ferran Adrià**



# IL FOOD DESIGN

*è la progettazione di «atti alimentari» e cioè tutto ciò che ha relazione con l'ideazione, la preparazione, la realizzazione, la produzione, la comunicazione, la vendita e il consumo del cibo*

**Design con il cibo:** un certo modo di preparare ricette, piatti, portate

**Design per il cibo:** es. posate, pentole, bicchieri

**Design del cibo:** i formati di pasta, dei biscotti



# Design con il cibo

---

## DESIGN PER IL CIBO

### posate commestibili

un progetto realizzato da un chir  
re utensili commestibili



Juice Salif – Paul Smith Alessi





# Food Design del cibo

Progetto integrale che  
prende in considerazione  
le caratteristiche  
organolettiche, la forma,  
ingredienti aspetti  
tecnologici,  
comunicazione e consumo  
del ciclo

Elemento simbolico –  
Iconico del cibo  
Copertura di nuovi mercati

# Criteri

I principali criteri ai quali un prodotto edibile di Food Design deve sottostare sono: **porzionabilità, modularità**, formato adeguati al contesto e agli strumenti con i quali verrà consumato, **replicabilità per grandi numeri**.

Un progetto di Food Design è realizzato per offrire un servizio ad una o più persone che manifestino determinati bisogni o per rendere più efficace un'azione legata al cibo attraverso uno strumento derivato dal progetto.

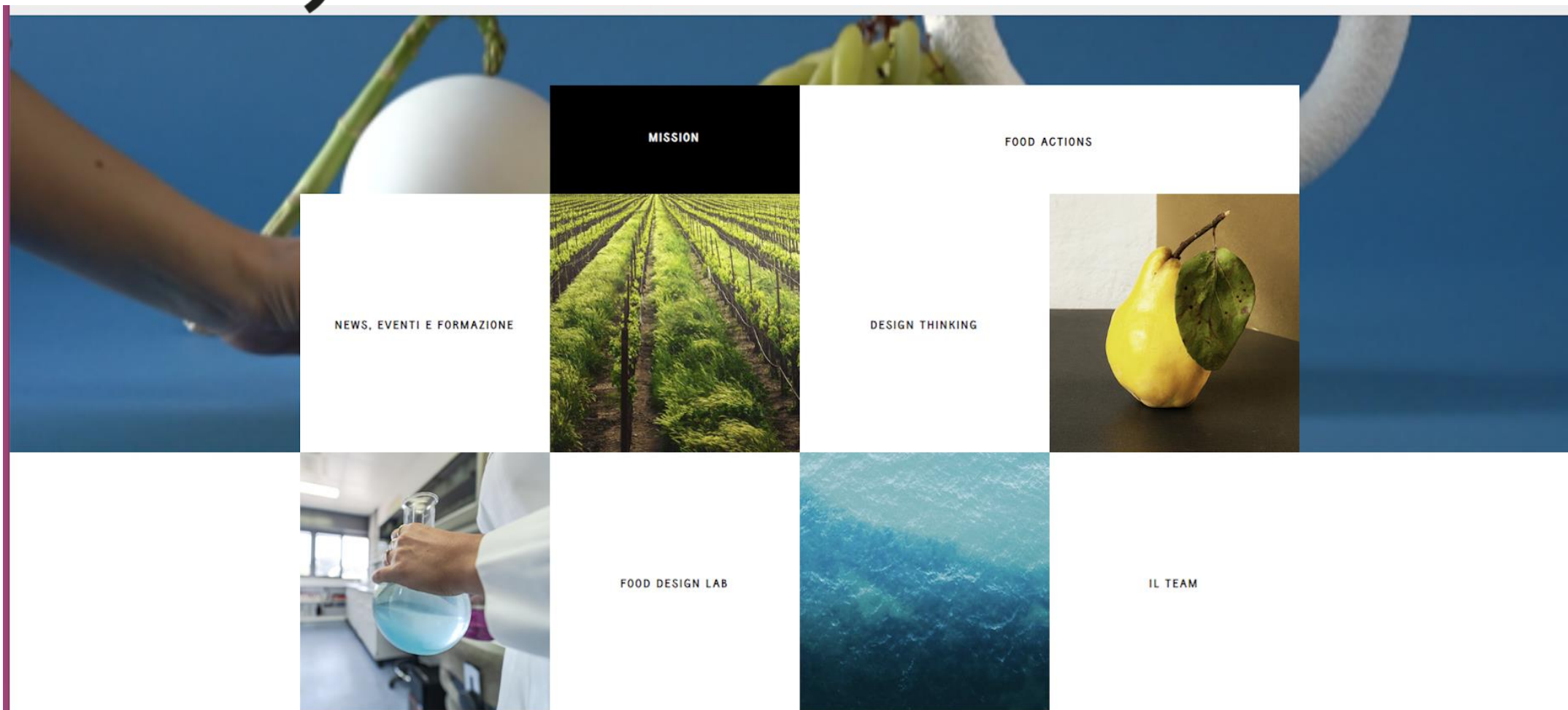
Il progetto di Food Design, per le sue peculiarità legate alla nutrizione, può rientrare nell'area del Social Design e contemplare collaborazioni con enti e associazioni no-profit.



# Obiettivi possibili di un progetto di Food Design

- Migliorare le proprietà nutrizionali/nutraceutiche di un alimento, in un'ottica in più riguardo la «funzionalità»
- Migliorare lo stato di nutrizione – di salute di una fascia di popolazione
- Riqualificazione di un territorio
- Riqualificazione di un'azienda
- Elemento sociale: target svantaggiati /disabilità
- Migliorare la sostenibilità ambientale

## Piattaforma di Ricerca del CREA- Alimenti e Nutrizione





 **Italian  
Food  
Design**



**Laboratori per lo studio della composizione chimico-nutrizionale e determinazione di texture e colore degli alimenti**

**Laboratorio di reologia**

**Laboratorio mulino-panificio-pastificio**

**Stampante 3D**

**Laboratorio di microbiologia degli alimenti**

**Laboratorio di analisi sensoriale e stanza multimediale**

**Laboratorio di analisi del profilo aromatico degli alimenti,  
laboratorio di olfattometria**





# SVILUPPO DI PRODOTTI DA FORNO AD ALTA VALENZA SALUTISTICA' AMBIENTALE E DI SICUREZZA D'USO PER LA VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA CEREALICOLA LAZIALE" (PRO-FORNO)



**Pane a basso contenuto in FODMAPS** per soggetti che soffrono di **sindrome Intestino Irritabile**

1 porzione non supera il limite massimo del contenuto in FODMAPs, pari a 0,3 g/porzione. per l'utilizzo da parte dei soggetti affetti da IBS, zero acrilamide, alto potere nutrizionali



# REDESIGNING TWO TRADITIONAL ITALIAN PASTRIES

Introducing a New 'Maritozzo Laziale' and 'Occhio di Bue' with Low Glycemic Index and High Nutritional Value

Susanna Lelli, Sahara Melloni, Valeria Turfani,  
Irene Baiamonte, Paolo Gabrielli,  
Pasquale Buonocore & Stefania Ruggeri



Italian traditional sweet pastries consumption is not recommended due to their high carbohydrate content, high glycemic index and low nutritional value. However, these products are often loved by children and their nutritional characteristics could be improved.

To address this issue, the Italian project "Sviluppo di PRODotti da FORNO ad alta valenza salustica, ambientale e di sicurezza d'uso per la valorizzazione della filiera cerealicola laziale" (acronym PRO-FORNO) was carried out to redesign two traditional Italian pastries: the "Maritozzo Laziale" and the "Occhio di Bue" with a low glycemic index and high nutritional properties.

Nineteen Italian soft wheat cultivars were analyzed to identify the most suitable for our purpose. The Providence cultivar was chosen for its peculiar characteristics and its breadmaking ability. Its 12% debranning by-products contain high fiber and micronutrients and were used to make the two new products.

For the new "Maritozzo", about 20% of these wheat debranning by-products were used,

resulting in more than four times the fiber content of the traditional product and a folate content 39% higher compared to the traditional recipes.

The "Occhio di Bue" recipe was made with 50% of the wheat debranning by-products. Orange peel marmalade was added with a view to recycling waste and increasing the folate content, resulting in a doubling of the latter. Fiber content was quadrupled by using more wheat debranning by-products.

The new reformulated "Maritozzo" and "Occhio di Bue," preserving their authentic taste and textures, represent two innovative reinterpretations of traditional Italian pastries. These updated versions focus on lowering their glycemic index and enhancing nutritional value by incorporating high-fiber wheat flour and enriching the recipes with natural ingredients like antioxidant-rich orange peel marmalade, offering healthy options that align with contemporary dietary preferences, ensuring both taste and nutritional benefits.

Furthermore, these redesigned products are sustainable because they are made with wheat debranning by-products and orange peels.

The new "Maritozzo" and the new "Occhio di Bue" will be included in the "Jubee Box", showcases containing both innovative and traditional Roman food products for pilgrims during the Jubilee. The "Jubee Box" project will also be featured on digital media to promote the goodness, beauty, and wholesomeness of the products of the city of Rome for a healthier lifestyle.




# SUSTAINABLE FOOD DESIGN TO IMPROVE TARGETED POPULATIONS HEALTH -DESIRE HEALTH-



Principal Investigator: Emanuele Marconi  
Other Participants: Stefania Ruggeri (CREA-AN)  
Margherita Amenta (CREA-OFA)

Other partners:





Alimenti ad  
alto valore  
nutritivo e a  
basso impatto  
ambientale

nuova cultura del cibo

**Economia circolare**

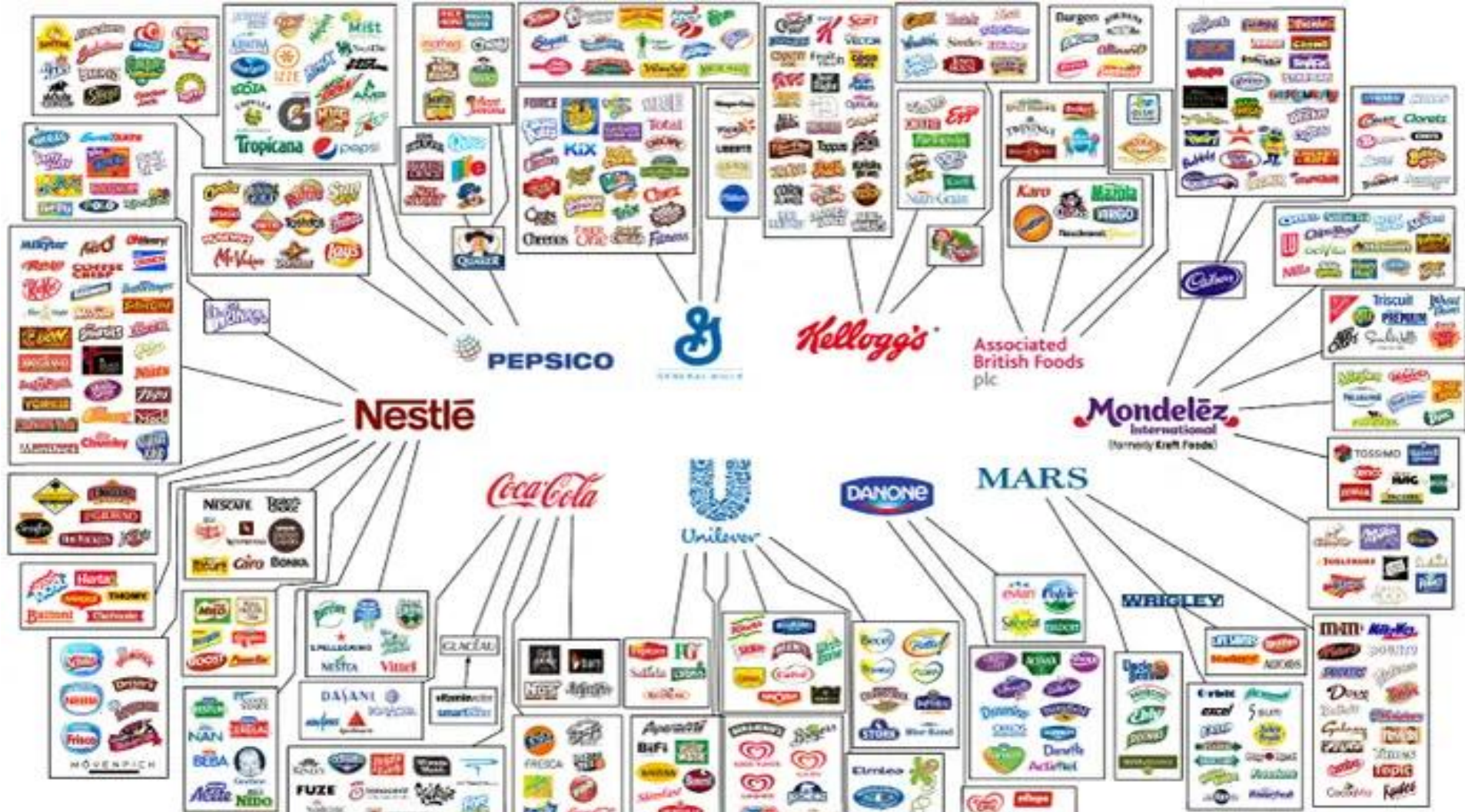
**Valorizzazione dei territorio**

# **Alcune delle nostre sfide**

**Digitalizzazione dell'agricoltura**

**Cibo e produzioni etiche**





**Agri-food companies have all the necessary tools to face the changes requested by the ecological transition,**



Meanwhile the smaller farms may experience some/many troubles in achieving a sustainable production.

In Italy, for example, medium and small agri-food farms represent about the 80% of the total

| Numbers of employees of Italian | Numbers of agri-food farms/companies in Italy |
|---------------------------------|---|
| 0-9 employee                    | 2.724 (42%)                                   |
| 10-49 employee                  | 2.482 (38.5%)                                 |
| 50-249 employee                 | 565 (8.75%)                                   |
| 250 employee and more           | 106 (1.6%)                                    |
| not registered                  | 554   |





# SPACE FOOD



Ferrari Farm® *Biologicamente Differenti*

