



**Politecnico
di Torino**

Politecnico di Torino
Collegio di Design
Corso di Laurea Triennale in
DESIGN E COMUNICAZIONE VISIVA

TESI DI LAUREA
CiBi Kit

Progettazione di un imballaggio innovativo e funzionale nel campo del Food Design da destinare a situazioni e modalità di consumo emergenziali caratterizzate da povertà alimentare

Relatore:

Campagnaro Cristian

Candidato:

Spanu Lorenzo

A. A . 2020/2021

Sessione di Laurea Dicembre 2021

Indice

| | |
|-----|-----------------------------|
| 5 | Introduzione |
| | Capitolo 1 |
| 9 | 1.1 Contesto progettuale |
| 15 | 1.2 Contesto sociale |
| 19 | 1.3 Povertà alimentare |
| | Capitolo 2 |
| 25 | 2.2 Analisi casi studio |
| 73 | 2.3 Requisiti progettuali |
| | Capitolo 3 |
| 85 | 3.1 Meal Kit |
| 91 | 3.2 Brief |
| | Capitolo 4 |
| 97 | 4.1 Definizione del concept |
| 99 | 4.2 Soluzioni proposte |
| 115 | 4.3 Sperimentazione |
| 125 | Conclusioni progettuali |
| 127 | Ringraziamenti |
| 129 | Bibliografia e sitografia |

O

Introduzione

Premessa e metodologia

In Italia, l'avvento della pandemia di Covid-19 ha stravolto completamente le nostre abitudini e le nostre relazioni sociali costringendoci a prendere delle misure precauzionali d'eccezione nel tentativo di contenere il contagio. Purtroppo, anche a causa dell'incremento delle disuguaglianze provocato dalla pandemia, non tutte le categorie sociali sono state in grado di avere i giusti strumenti per affrontare la situazione emergenziale. In particolar modo, per le persone in condizione di povertà e senza fissa dimora le difficoltà si sono dimostrate amplificate e decisamente più complesse da fronteggiare. All'interno di questo scenario drammatico, vissuto in prima persona dai soggetti più fragili, uno degli aspetti divenuto di primaria importanza, con il susseguirsi degli eventi che hanno segnato gli ultimi due anni, è senza alcun dubbio riguardante le problematiche legate all'accesso al cibo. Se, in una situazione di normalità, si aveva la possibilità di accedere alle

mense e di poter fruire del pasto seduti al tavolo, con l'aumento della circolazione del virus e le criticità date dagli spazi chiusi in termini di sicurezza sanitaria, si è dovuto optare per altre soluzioni. Una delle soluzioni più efficaci e allo stesso tempo più immediate è sicuramente l'asporto. Asporto e *meal delivery*, anche in virtù delle misure restrittive adottate a livello governativo nei confronti del settore della ristorazione, hanno subito un incremento del +39% rispetto al 2020 e addirittura del +197% rispetto al 2019. [1] In questo scenario di cambiamenti radicali, al quale anche enti e associazioni impegnate per facilitare l'accesso al cibo nei confronti delle persone in condizione di povertà alimentare, si sono dovuti adattare, si è sviluppata una nuova forma di servizio, basata appunto sull'asporto, che spesso ha riscontrato diverse criticità o difficoltà di adattamento.

Il seguente progetto di tesi di laurea triennale in Design e Comunicazione

Visiva (indirizzo di Design del Prodotto Industriale) si pone l'obiettivo di definire un sistema/ prodotto nel campo degli imballaggi alimentari con il fine di semplificare la distribuzione dei pasti e migliorarne la fruizione in condizioni di consumo particolari. Il progetto è sviluppato in collaborazione con il Food Design Lab e si sviluppa attorno al workshop Costruire Bellezza, con la partecipazione di tirocinanti provenienti da differenti contesti sociali. Uno dei laboratori del *workshop*, Chef for a day, consiste nella preparazione di un pasto all'interno della sede sita in Via Ghedini 6, il quale una volta terminata la preparazione, viene confezionato per il consumo.

Il progetto prevede il ripensamento del sistema di asporto in un'ottica di risoluzione delle criticità individuate con il fine di migliorare qualitativamente il consumo.

La metodologia applicata all'intervento progettuale è stata suddivisa in vari *step*:

in primo luogo sono stati delineati gli scenari all'interno dei quali veniva sviluppato il progetto (contesto progettuale e contesto sociale), successivamente è stata eseguita un'attenta analisi di casi studio inerenti al campo del *Food Design* con un focus particolare relativo a Meal Kit, analisi dalla quale sono stati estrapolati nell'ordine dei requisiti progettuali e un *brief* di progetto. Nella fase finale della realizzazione, comprendente la fase meta-progettuale, è stato definito un *concept* rispettoso dei requisiti individuati in precedenza ed è stato rappresentato secondo varie tecniche di *visual prototyping*.

Infine, sono state tratte le relative conclusioni nel merito delle risposte fornite dal progetto nei confronti delle esigenze delineate durante la prima fase.

Capitolo 1

1.1

Contesto progettuale

1.2

Contesto sociale

1.3

Povertà alimentare

1.1

Contesto progettuale

Il Food Design

“Food Design è la progettazione degli atti alimentari (Food Facts), ovvero l’attività di elaborazione dei processi più efficaci per rendere corretta e gradevole l’azione di esperire una sostanza commestibile in un dato contesto, ambiente o circostanze di consumo. Il Food Design prende in analisi i motivi per i quali compiamo un atto alimentare per meglio comprendere come progettarlo e soddisfare in maniera adeguata l’esigenza dell’utente. Il Food Design si occupa di prodotti edibili, comunicazione, packaging, servizi e luoghi legati alla vendita e al consumo di cibo.” [2]

Il campo del *Food Design* rappresenta forse uno degli universi progettuali più ampi in assoluto, esso infatti comprende tutto ciò che ha a che fare con la progettazione del cibo, con il cibo e per il cibo. L’espressione *Food Design* unisce due parole: *food* e *design*, ossia cibo e progettazione e tenta di dare una risposta concreta attraverso la progettazione a problematiche legate al vasto mondo del food. Una definizione molto semplificata ma che tenta di delineare alcuni punti cardine del *Food Design* è la seguente:” Il processo di progettazione finalizzato ad innovare prodotti, servizi e sistemi legati al cibo”.



Fig. 1: esempio di progettazione dell’impiattamento secondo i principi e le proporzioni della sezione aurea.

L'ambito *Food Design* può essere anche definito come l'applicazione della metodologia *Design Thinking* ai problemi che affliggono il settore alimentare. Ciò che accomuna la vasta gamma di interventi attraverso i quali il *Food Design* cerca di dare delle risposte a problematiche alimentari da tempo irrisolte è sicuramente l'essere orientati all'innovazione con un approccio *user-centered* che pone al centro di ogni progetto le esigenze dell'utente finale con il fine di migliorare e semplificare i processi e le azioni inerenti agli atti alimentari di qualunque natura. Nel 2014, l'ADI, l'Associazione per il Disegno Industriale, tentò attraverso la stesura del Manifesto del Food Design, di individuare 10 punti cardine che potessero inquadrare, il panorama della progettazione legata al cibo, in maniera dettagliata. Il manifesto, a cura della Commissione tematica ADI Food Design, dopo la prima stesura datata dicembre 2014, venne integrato con l'undicesimo punto nel novembre 2017. Attraverso undici punti, che riassumono tutte le sfumature presenti all'interno dell'ambito del *Food Design* si vuole dare una risposta definita e dettagliata agli interrogativi che questa disciplina potrebbe provocare. Di seguito sono riportati

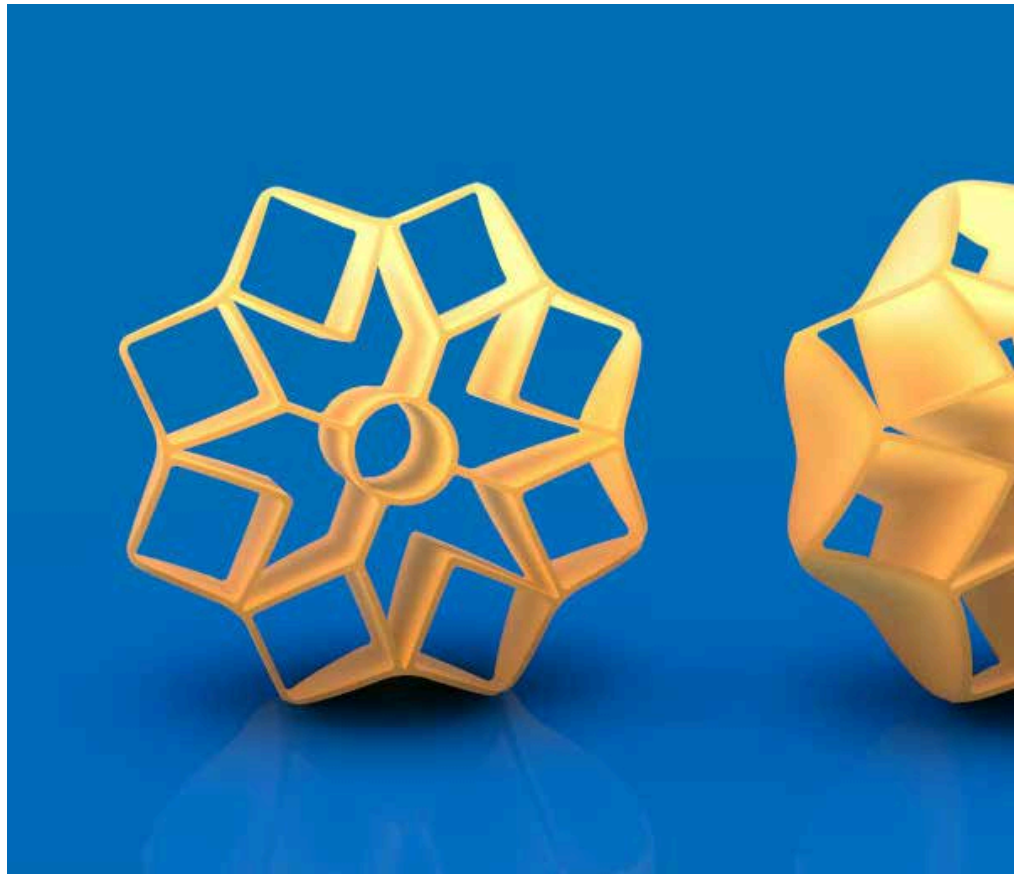


Fig. 2: uno dei progetti vincitori del contest lanciato da Barilla nel 2021, Barilla Ones di Giuliano Chimenti.

nell'ordine, gli undici punti, stilati dalla Commissione tematica ADI Food Design, che compongono, nella sua interezza, l'ADI Food Design Manifesto:

Food Design in 11 punti:

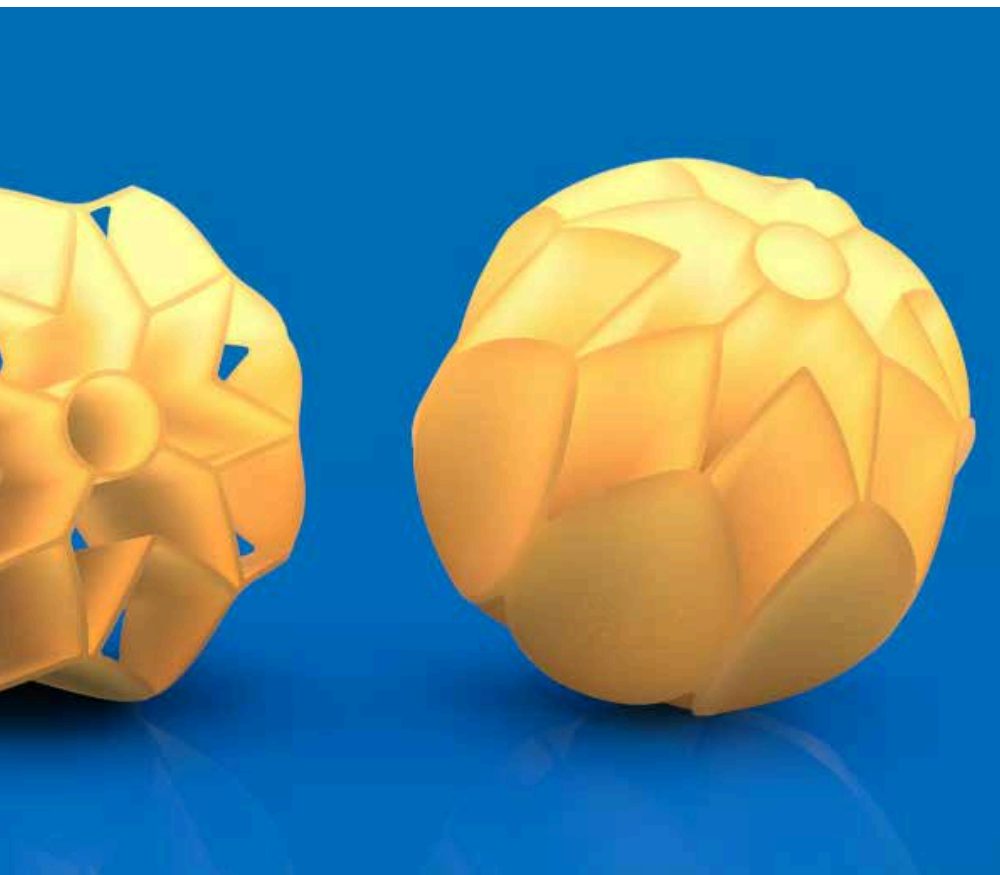
1. *Il Food Design si occupa di progetto in campo alimentare.*
2. *Il Food Design è una specifica area del progetto che si propone di produrre soluzioni efficaci per la fruibilità del cibo in precisi contesti e situazioni.*
3. *Il Food Design si propone di dare forma alle interfacce e ai servizi nel*

modo più adeguato alle circostanze in cui il prodotto viene consumato.

4. *La producibilità e la serialità di un prodotto o di un servizio sono le condizioni per le quali un progetto può definirsi di Food Design.*

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

6. *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.

7. Food Design significa progettare secondo le modalità tipiche del Design che, ben oltre la ricerca puramente formale o decorativa, implicano la ricerca per l'innovazione dei processi di produzione, distribuzione, consumo.

8. Il Food Design è uno strumento privilegiato e particolarmente efficace per la riqualificazione e la promozione del Territorio attraverso la sua ric-

chezza enogastronomica.

9. 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.

10. Un prodotto di Food Design viene studiato con l'unico scopo di generare benefici al suo Utente. Tutto il processo deve interagire per impedire che l'utente sia esposto a rischi derivati da cattiva progettazione o dalla non adeguata attenzione alle norme di conservazione, alla tecnologia produttiva, all'ergonomia e alla microbiologia legata agli alimenti.

logia legata agli alimenti.

11. Il Food Design per l'infanzia progetta con responsabilità etica particolare e attenzione ai processi evolutivi. Progetta artefatti ed atti alimentari che contribuiscono a rendere il contesto e la circostanza dell'esperire una sostanza alimentare un'opportunità formativa sia in ambito collettivo che familiare. Progetta per far acquisire autonomia e consapevolezza attraverso esperienze culturali, conoscitive ed emozionali, nel rigoroso rispetto della sicurezza e dell'identità. [2]

I punti cruciali attorno al quale si dovrebbe sviluppare un progetto di *Food Design* vengono dunque esposti in maniera chiara e definita. In particolare modo, per ciò che concerne il progetto sviluppato spiccano all'interesse alcuni punti imprescindibili per il contesto di riferimento. Si evince come risulti di primaria importanza l'attenzione all'utente finale e tutto ciò che è legato alle sue abitudini e comportamenti in fase di fruizione. Si apprende dal punto n. 2 dell'ADI *Food Design* Manifesto come, un buon progetto di *Food Design* debba tenere conto delle numerose e talvolta impercettibili differenze relative alla molteplicità dei possibili contesti di consumo

in modo da poter offrire sempre la miglior soluzione possibile alle problematiche individuate. L'obiettivo del *Food Design*, nonostante la complessità del campo di riferimento, rimane sempre e solo uno: produrre soluzioni efficaci per la fruibilità del cibo. Tutto ciò che può essere direttamente correlato al mondo del Food e le sue modalità di consumo, dal packaging ai sistemi per la porzionatura, dalla progettazione di interfacce innovative a macchinari per le trasformazioni della materia alimentare, da piatti inediti alla progettazione di spazi destinati alla fruizione, rientra a pieno diritto nel tanto complesso quanto affascinante mondo del *Food Design*. La figura di riferimento in questo particolare ambito è sicuramente quella del *food designer*, la quale spesso viene erroneamente paragonata alla figura dello *chef*. Il *food designer*, al contrario dello *chef* cerca di proporre soluzioni a 360° inerenti al cibo e solitamente possiede conoscenze trasversali e un approccio metodologico differente rispetto ai cuochi professionisti. Il macroscopico campo del *Food Design* si può tuttavia ricondurre a sei categorie ben definite: *Design with Food*, *Design for Food*, *Food Space Design* o *Interior Design*

for Food, *Food Product Design*, *Design About Food* e *Eating Design*. [3] Il *Design with Food* riguarda la manipolazione del cibo stesso e considera il cibo solo come il materiale con cui progettare. [3] *Design with Food* significa, attraverso varie tipologie di trasformazioni, dare vita a nuovi colori, nuove consistenze, nuove texture, nuovi sapori e nuove temperature, sempre partendo dalla stessa materia prima ovvero il cibo. Tutti i progetti relativi al *Design with Food* fanno della sperimentazione sui prodotti edibili il loro punto di forza.

Il *Design for Food* invece

racchiude tutta la sfera legata a ciò che permette di interagire con il cibo, sia in termini di strumenti sia in termini di packaging e imballaggi. Possiamo identificare come *Design for Food* tutti gli strumenti utilizzabili in cucina per compiere azioni come mescolare, tagliare, tritare, conservare qualsiasi tipo di alimento. Allo stesso modo gli imballaggi e il confezionamento di prodotti alimentari, rientrano, assieme agli strumenti dedicati alla fruizione, all'interno del vasto insieme definito *Design for Food*.

Il *Food Space Design* o *Interior Design for Food*,



Fig. 4: Food Moving è un progetto dello studio Spagnulo & Partners svolto nel campo del *Food Product Design* realizzato nel 2015.

comprende la progettazione di spazi del *food*, tenendo conto di molti aspetti legati al campo dell'*Interior Design* come ad esempio interni, materiali, colori e illuminazione.

Il *Food Product Design* invece considera il designer come parte integrante del processo industriale. Il cibo in questa categoria viene comunque affrontato come se fosse materia prima ma i progetti sono tendenzialmente destinati a una produzione di massa.

Il *Design about Food* racchiude semplicemente tutti gli oggetti d'arredo e non ispirati al cibo. Il cibo in questo caso non viene trattato come materiale quanto più come oggetto d'ispirazione per enfatizzare e veicolare i messaggi intrinseci al prodotto.

L'*Eating Design* infine tratta la progettazione delle interazioni tra utenti e cibo, tenendo in considerazione contesti di consumo, *environment*, elementi circostanziali ma pone sullo stesso piano anche fattori più tecnici e funzionali legati alla fruizione stessa. Ad ogni modo, questa categoria, è focalizzata sugli ambienti e le situazioni nei quali potrebbe avvenire il consumo di cibo e le modalità con cui esso avviene.



Fig. 4: esempio di *Food Space Design*, ovvero la progettazione di luoghi e spazi destinati alla fruizione di cibo. Nella foto Eat Me & Go, dedicato allo *street food*.

1.2

Contesto sociale

Nazionale e locale

Tra le tragiche conseguenze legate alla pandemia di Covid-19 non si può non considerare l'enorme impatto avuto per quanto riguarda l'aumento delle disuguaglianze nel nostro paese. Nel 2020, è stato registrato un numero di famiglie collocabili al di sotto della soglia di povertà relativa sono poco più di 2,6 milioni, il 10,1% contro l'11,4 del 2019, mentre di le famiglie in condizione di povertà assoluta superiore ai 2 milioni, con un'incidenza del 7,7% [tab. B]. Secondo il Rapporto Annuale Istat 2021: "Sono classificate come assolutamente povere le famiglie (e i loro componenti) con una spesa mensile pari o inferiore al valore della soglia di povertà, che rappresenta la spesa minima necessaria per acquisire un paniere di beni e servizi che, nel contesto italiano, vengono considerati essenziali per conseguire uno standard di vita accettabile". [4] Il medesimo dato relativo al 2019 registrava un'incidenza del 6,4% [tab. B], si può dunque notare come vi sia stato un incremento

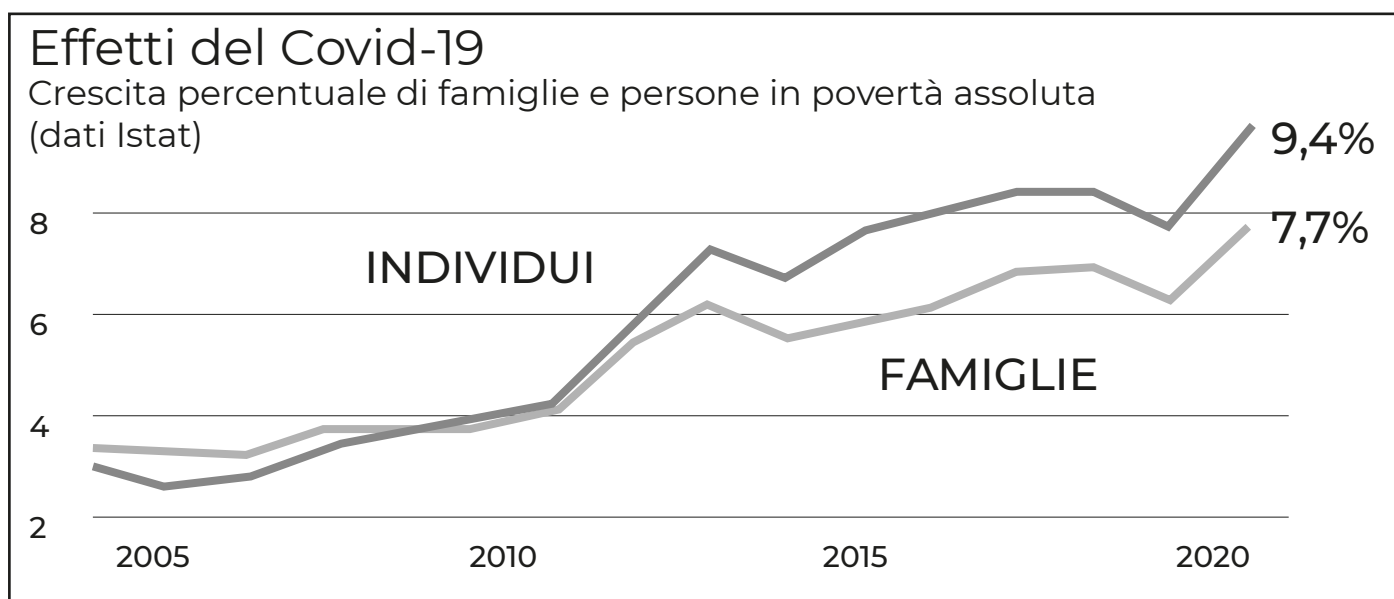
di 1,3 punti percentuali. Gli individui in condizione di povertà assoluta presenti all'interno del territorio nazionale risultano 5,6 milioni, pari al 9,4%, aumentato significativamente rispetto al 7,7% del 2019. [4] Questo a dimostrazione di come la pandemia abbia drammaticamente influito sull'economia delle famiglie italiane trascinando

quelle più fragili al di sotto della soglia di povertà. Il rapporto Istat pubblicato il 10 dicembre 2021 sulle persone senza dimora riportava già al tempo dati allarmanti, i quali è facilmente ipotizzabile che si siano aggravati nel corso degli ultimi sei anni, specialmente con l'avvento della crisi causata dalla pandemia di Covid-19. I

Tab. A: dati sulla povertà assoluta in Italia.

| Effetti del Covid-19 | | |
|---|-----------|-----------|
| Famiglie e persone in povertà assoluta (dati Istat) | | |
| | 2019 | 2020 |
| FAMIGLIE | 1.674.000 | 2.007.000 |
| Quota sulla popolazione | 6,4% | 7,7% |
| Intensità | 20,3% | 18,7% |
| FAMIGLIE | 4.593.000 | 5.602.000 |
| Quota sulla popolazione | 7,7% | 9,4% |
| Fino a 17 | 11,4% | 13,5% |
| 18-34 | 9,1% | 11,3% |
| 35-64 | 7,2% | 9,2% |
| Più di 65 | 4,8% | 5,4% |

Tab. B: andamento indice di povertà assoluta in Italia (dati Istat 2020).



dati pubblicati all'interno del rapporto, risalenti al 2014, evidenziano alcuni fattori da tenere assolutamente in considerazione in termini di povertà e servizi. Sul territorio italiano, nel 2014, si è registrato un numero di persone senza dimora stimato tra 48.966 e 52.482. [4] Inoltre, è stato osservato come il Nord-ovest accolga circa il 38% delle persone senza fissa dimora garantendo loro il 32,5% dei servizi presenti su territorio nazionale. Per quanto riguarda il comune di Torino, il dato di persone registrate senza dimora corrisponde a 1.729, circa il 3,4%, mentre a livello di servizi si è passati da 25 nel 2011 ai 31 registrati nel 2014, passando in percentuale dal 3,1% al 4% dei 768 servizi di mensa e accoglienza notturna presenti in Italia.

Inoltre, è stato osservato come, tra novembre e dicembre 2014 circa 50.724 persone abbiano utilizzato almeno un servizio di mensa o accoglienza notturna nei 158 comuni italiani in cui è stata condotta l'indagine. Un altro dato di particolare importanza dimostra come siano aumentate le prestazioni ma al contrario si sia registrata una diminuzione del numero dei servizi. La diminuzione dei servizi registra un -4,2% mentre le prestazioni offerte sono aumentate del 15,4%. Sul territorio torinese è stata condotta un'indagine più dettagliata relativa alle persone in condizione di *homelessness*, che ha rilevato, dopo aver intervistato 50 persone, aver avuto contatti con 218 e averne avvistate 60, che circa la metà degli in-

tervistati (47,9%) frequenta servizi di mensa o di accoglienza notturna diffusi sul territorio. [4] Dalla raccolta di questi dati emerge come, in una grande città come Torino, sebbene vi sia una forte presenza di persone in difficoltà, la risposta dei servizi, almeno per quel che riguarda i numeri, risulti adeguata, nonostante una lieve flessione tra il 2011 e il 2014. All'interno di un quadro sociale già drammatico si sono aggiunti i problemi, non solo di tipo sanitario, provocati dall'avvento del virus. Nel periodo caratterizzato dal *lockdown* nazionale, iniziato a marzo 2020, molte associazioni ed enti impegnati in contesti di grave marginalità si sono ritrovati di fronte a problematiche e situazioni mai affrontate prima.

Come emerge dall'Istant Report, condotto da Fio. PSD in collaborazione con Caritas datato novembre 2020, le associazioni e gli enti che si occupano di servizi mensa e accoglienza notturna si sono ritrovati in un primo momento a dover fornire i necessari dispositivi di protezione individuale per contrastare il contagio, a coloro che occupavano stabilmente i luoghi di accoglienza notturna e parallelamente facendo informazione e sensibilizzando le persone più fragili sui rischi derivati da una possibile infezione virale. [5] All'interno di questa consistente riorganizzazione dei servizi ci si è trovati costretti a sospendere e annullare attività di inclusione in presenza quali tirocini e altri percorsi di inclusione, lasciando priorità assoluta ai servizi che rispondevano a bisogni primari dell'individuo. Alcune delle strategie di *coping* proposte, come ad esempio dilatare gli orari, aumentare la partecipazione degli ospiti all'interno dei servizi, si sono rivelate molto efficaci per fronteggiare le fasi più impattanti della pandemia. Per quanto riguarda i servizi di mensa, non potendo più garantire il servizio in presenza, ci si è dovuti necessariamente orientare verso modalità d'asporto che potessero fornire più garanzie a livello sanita-

rio. [5] In questo scenario di rapido adattamento è emerso che, attraverso il passaggio all'asporto, si è stati in grado di aumentare la distribuzione dei pasti andando anche ad intercettare un target di beneficiari ben più differenziato rispetto ai mesi precedenti.

1.3

Povert  alimentare

Food poverty e Food Design Lab

“L’incapacit  di permettersi, o di avere accesso, a un cibo che permetta una dieta salutare.”

- The Department of Health

“L’incapacit  di ottenere cibo accessibile e salutare.”

- Professor Tim Lang

“L’incapacit  di consumare un cibo adeguato, o sufficienti quantit  di cibo in modi socialmente accettabili o l’incertezza che sar  possibile farlo.”

- Professor Elizabeth Dowler

Nel 2020, sono state registrate, in condizione di povert  assoluta, poco pi  di due milioni di famiglie italiane, aumentando dal 6,4% del 2019 fino a una percentuale di incidenza del 7,7%. Questo dato impietoso corrisponde a oltre 5,6 milioni di individui, caratterizzando un aumento dal 7,7% al 9,4%. Dopo il miglioramento rilevato del 2019, riguardante il dato relativo alle persone in condizione di povert  assoluta, durante l’anno della pandemia si   rilevato un aumento fino ad arrivare al livello pi  elevato dal 2005. [4] Per quanto riguarda la povert  relativa, le famiglie sotto la soglia sono poco pi  di 2,6 milio-



Fig. 5: definizioni e caratteristiche date dalla FAO che definiscono l’insicurezza alimentare.

ni (10,1%, da 11,4% del 2019). [4] Nel 2017 secondo un rapporto di Coldiretti sono state 2,7 milioni le persone che hanno beneficiato di aiuti alimentari rivolgendosi a mense o ricevendo pacchi alimentari distribuiti da Caritas, Banco Alimentare e Croce Rossa. [7] Nel 2019 gli aiuti di Banco Alimentare hanno raggiunto 1.494.102 persone in tutta Italia, ma tra marzo e giugno del 2020 le due più importanti realtà di assistenza alimentare, ovvero Caritas e appunto, Banco Alimentare, hanno registrato un aumento nella distribuzione di pacchi alimentari del 40%, con picchi nel meridione anche del 70%. Inoltre, un altro dato significativo è rappresentato dall'aumento delle domande di assistenza in un numero pari a 153.000 unità. [6]

Secondo quanto emerso dal Rapporto FAO (*Food and Agriculture Organization of the United Nations*) pubblicato nel 2021 si possono delineare tre differenti tipologie di dieta in rapporto alla loro accessibilità economica: quella che garantisce un apporto energetico sufficiente, una dieta adeguata dal punto di vista nutrizionale e infine la dieta sana. Queste tre categorie di diete hanno un costo crescente e di conseguenza un'accessibilità che va via via ridu-



Fig. 6: l'ingresso del laboratorio situato al pian terreno di Via Ghedini 6.

cendosi con la diminuzione del reddito disponibile. All'interno del contesto italiano, la dieta sufficiente dal punto di vista nutrizionale costa in media il 3,6% del reddito pro-capite e, alla luce di questi dati, si stima che circa l'1% della popolazione, vale a dire che 600.000 persone non sia nelle possibilità di accedervi. Per ciò che riguarda la dieta adeguata, invece, è stato osservato che, in media, richieda l'investimento di circa il 25,4% del reddito pro-capite e il numero di persone che non possiedono il potere d'acquisto adeguato è pari a 1.140.000, con un tasso di incidenza

percentuale sulla popolazione di 1,9%. Infine, prendendo in analisi la dieta sana, la quale prevede un costo medio pari a circa il 34,7% del reddito pro-capite, si può osservare come essa non sia accessibile per 1.500.000 persone, pari a un tasso di incidenza del 2,5%. Cercando di ottenere il totale di coloro che non possono accedere a nessuna delle diete sopracitate notiamo che 3.240.000 persone non hanno la possibilità di condurre una dieta adeguata (il 5,4% del totale). [9] Il suddetto dato tenterebbe di individuare il numero di persone che in Italia si ritroverebbero in

una situazione caratterizzata da povertà alimentare, numero che, alla luce delle catastrofiche conseguenze economiche provocate dalla pandemia di Covid-19 rispecchia in maniera evidente il notevole incremento delle disuguaglianze.

Tra le molteplici realtà italiane che tentano di dare una risposta concreta alle criticità sociali dovute a situazioni di povertà alimentare, Caritas, Banco Alimentare e Croce Rossa Italiana su tutte, ma come anche all'interno dei numerosi servizi di mensa distribuiti a livello locale, spesso, si cerca di rispondere soltanto a dei bisogni di tipo quantitativo tralasciando aspetti legati alla qualità del cibo e alle relazioni umane. Esiste però una realtà locale, situata nel contesto metropolitano della città di Torino, che da anni cerca di contrastare la povertà alimentare attraverso un approccio meno basato sulla semplice sussistenza di beni ma più orientato sull'inclusività e sulla ricerca di dignità per coloro che fanno domanda di assistenza: il Food Design Lab.

Nato nel 2016, il Food Design Lab, nell'ambito del progetto Fighting Food Waste Design Focus) si è da sempre contraddistinto per un approccio e una metodologia diverse

dai normali servizi di sussistenza alimentare. Uno dei principali punti di forza di questa realtà che opera sul territorio locale torinese è da sempre stato l'interesse verso percorsi di reinserimento sociale, anche didattici per contrastare la povertà alimentare attraverso la creazione di soluzioni per combattere il food waste. Il Food Design Lab si presenta come laboratorio multidisciplinare e contribuisce a prevenire lo spreco del cibo attraverso soluzioni innovative e design-led, cercando di individuare le relazioni tra food e design così come tra innovazione e sostenibilità. Un altro aspetto fondamentale è l'attenzione alle azioni progettuali e di comunità in un'ottica di contrasto alla povertà alimentare. Un'area strategica, dunque, all'interno della quale è necessario sviluppare i progetti sensibili agli aspetti sociali, in particolare modo attenta in termini di inclusione sociale e diminuzione delle disuguaglianze. Il Food Design Lab si basa sulle tematiche di food waste, food poverty e design sostenibile con una particolare attenzione agli aspetti sociali e di inclusione, il tutto con un approccio design thinking caratterizzato da una forte componente sperimentale. [10] Il laboratorio interdisciplinare, Costruire Bellezza [fig. 6], è uno degli

esiti sperimentali provenienti dal progetto di ricerca Abitare il Dormitorio intrapreso nel 2009, da parte del Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione dell'Università di Torino e dal Dipartimento di Architettura e Design del Politecnico di Torino in collaborazione con la Fio.PSD. [11] Il laboratorio si sviluppa attorno alla promozione dell'inclusività sociale attraverso processi ed attività volte alla socializzazione e all'apprendimento learning by doing. All'interno di questo scenario multidisciplinare, portato avanti con cadenza regolare dal 2014, possiamo trovare il laboratorio di cucina, il quale oltre a fornire, due volte a settimana, un pasto caldo, ai tirocinanti contribuisce attraverso la compartecipazione e il ruolo pro-attivo che essi assumono a creare un ambiente stimolante e familiare all'interno del quale potersi esprimere e socializzare. Inoltre il laboratorio vuole assumere la funzione di catalizzatore sociale, facendo assumere nuove competenze ai tirocinanti, in modo da velocizzare e rendere possibile un auspicabile reinserimento sociale, che nel caso di contesti di forte marginalità, spesso si prospetta difficoltoso e senza esito.

Capitolo 2

2

2.1

Analisi casi studio

2.2

Requisiti progettuali

2.2

Analisi casi studio

Esperienze di consumo e packaging

Al fine di effettuare un'analisi completa dell'ambito *food design* sono stati presi in considerazione e analizzati 45 casi studio provenienti da vari contesti progettuali. L'analisi è stata condotta suddividendo il macro insieme in 6 differenti categorie, in modo da fornire una catalogazione dettagliata cercando di comprendere e descrivere le scelte progettuali prese in esame. L'intento ultimo dell'analisi è fornire un quadro dettagliato del maggior numero possibile di proposte progettuali in grado di rispondere in maniera innovativa e originale a determinate problematiche che comunemente sorgono in contesti legati al cibo. Le categorie prese in analisi differiscono per caratteristiche semantiche e formali e si possono a loro volta suddividere in due macro categorie: una per le esperienze di consumo, l'altra per i *tools* e *packaging*.

Esperienze di consumo

1. Finger food

Stuzzichino, spuntino, e sim., in forme appositamente predisposte (barrette, spiedini, ecc.), che si porta alla bocca usando le mani.

2. Street food

Cibo tradizionale, specialità gastronomica tipica della cucina locale, regionale, etnica, che si consuma spesso passeggiando, anche in occasione di fiere e manifestazioni popolari.

3. Take away

Cibo che comunemente non viene consumato all'interno dei ristoranti in cui viene acquistato. Solitamente è servito all'interno di un *packaging* progettato per l'asporto. Può anche essere a domicilio.

Tools e packaging

4. Tools for food

Strumenti che svengono specifiche funzioni legate alla fruizione di pasti o cibi particolari. Spesso sono molto vicini alle posate tradizionali ma in molti casi si dimostrano più funzionali rispetto a determinate situazioni.

2. Beverage

Il *packaging* dei liquidi, quando si parla di *take away*, adotta spesso soltanto imballaggi di plastica. In questo caso vengono fornite alcune valide alternative più sostenibili più funzionali al trasporto

3. Lunch box

Un *lunch box*, tende ad essere più attento alla qualità del cibo che può accogliere e più organizzato dal punto di vista funzionale. Avendo più scompartimenti permette una dieta più varia e più sana.

Finger food

prodotto: **FINGERFOOD**
 designer: **KEN GOLDMAN**
 anno: **2008**

caratteristiche:
 • dimensioni ridotte
 • pratico da utilizzare
 • permette di reggere il bicchiere
 • evita l'eccessivo uso di tovaglioli

problematiche:
 mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Finger food"

categorie:
 for food / tools
 utilizzi:
 catering / buffet
 materiale:
 plastica



Fig. 7: dettaglio del prodotto in uso.

descrizione

Un anellino a forma di piattino, realizzato in ceramica, ideato per accogliere le mini-porzioni finger food tipiche di un buffet. Rappresentano un'ottima alternativa all'utilizzo di un tovagliolo o di un piattino di dimensioni più grandi che renderebbe difficile reggere contemporaneamente anche il bicchiere. Piccoli e comodi, sono l'ideale per togliere un po' di imbarazzo durante gli eventi caratterizzati da questa modalità di consumo, specialmente per il fatto che si svolgono tendenzialmente in piedi. Si possono trovare in confezioni da 10, di vari diametri, in modo da potersi adattare a tutti i tipi di mani. [12] [13]



Fig. 8: finiture del prodotto.

2

Finger food

prodotto: **FOODRINGS**

designer: **ALESSI**

anno: **2016**

caratteristiche:

- diverse funzionalità
- pratiche da utilizzare
- consentono di compiere diverse azioni
- lavabili e riutilizzabili

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Finger food"

categorie:

for food / tools

utilizzi:

catering / buffet

materiale:

plastica



Fig. 9: finiture del prodotto.

descrizione

Questa famiglia di utensili si basa sull'utilizzo di semplici posate con un anello integrato. Sono comode da utilizzare in contesti quali buffet o aperitivi durante i quali non ci si voglia sporcare le mani. Gli utensili vengono semplicemente indossati sulle dita e acquisiscono la funzione di vere e proprie posate, assumendo una funzionalità molto vicina a quella delle bacchette orientali consentendo di afferrare il cibo in maniera indiretta senza farlo entrare in contatto con le dita. [14]



Fig. 10: dettaglio del prodotto in uso.

Finger food

prodotto: **CUTLERY LINE**

designer: **MARTELLATO**

anno: /

caratteristiche:

- dimensioni ridotte
- pratiche da utilizzare
- per situazioni eleganti
- lavabili e riutilizzabili

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Finger food"

categorie:

for food / tools

utilizzi:

catering / buffet / aperitivi

materiale:

plastica



Fig. 11: dettaglio del prodotto in uso.

descrizione

Ideali per buffet e portate composte da finger food, permettono una mini-porzionatura offrendo una soluzione gradevole anche a livello di estetica e presentazione. Questi spiedini a 3 rebbi hanno la funzione di sostenere il cibo in modo che, al momento della fruizione, non entri mai in contatto con le dita. Il supporto, alto 75 mm, inoltre consente al cibo di rimanere rialzato rispetto al piatto sottostante di portata. Una modalità alternativa e simpatica da poter utilizzare sia in contesti più eleganti sia per aperitivi o buffet. Disponibili sia trasparenti che in altre colorazioni, vendute in confezioni da 250 pezzi. [15]



Fig. 12: dettaglio finiture del prodotto.

Finger food

prodotto: *PICK-IT*
 designer: *STUDIO DEEZIGN*
 anno: 2007

caratteristiche:
 • dimensioni ridotte
 • pratico da utilizzare
 • permette di reggere il bicchiere
 • evita l'eccessivo uso di tovaglioli

problematiche:
 mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Finger food"

categorie:
 for food / tools

utilizzi:
 catering / buffet

materiale:
 alluminio



Fig. 13: dettaglio del prodotto in uso.

descrizione

Questo accessorio, realizzato dallo Studio Deezign, è pensato per comuni situazioni in cui si ha a che fare con portate di tipologia finger food. Pick-it, una volta applicato su un dito, permette di fruire le porzioni senza toccare il cibo con le mani. I due rebbi principali fanno sì che si possa mangiare cibi solidi e di dimensioni ridotte in maniera accessibile. Una volta terminato l'utilizzo si può piegare, riducendo notevolmente il volume, lavare e riporre per essere riutilizzato successivamente. Il diametro non può essere regolato, di conseguenza non si adatta facilmente alle varie tipologie di dita e può talvolta non essere confortevole da utilizzare. [13]



Fig. 14: dettaglio finiture del prodotto.

5

Finger food

prodotto: **TRONGS**
designer: **ZIMMERMAN, FERRARA**
anno: **2007**

caratteristiche:
• lavabili e riutilizzabili
• pratiche da utilizzare
• dimensioni ridotte
• evita l'eccessivo uso di tovaglioli

problematiche:
mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Finger food"

categorie:
for food / tools

utilizzi:
solo per determinati cibi

materiale:
plastica



Fig. 15: dettaglio prodotto in uso.

descrizione

Queste semplici pinze in plastica sono in grado di sostituire completamente l'uso di posate rivoluzionando il modo di mangiare con le mani. Si applicano tra pollice, indice e medio e consentono di mantenere saldi cibi grassi o unti durante la fruizione del pasto evitando di sporcarsi le mani. Pensiamo alle patatine fritte, alle costine o alle ali di pollo, tutte pietanze che se mangiate con le posate perdono quasi parte della loro bontà. L'utilizzo di queste pinze dentate permette inoltre di poter interrompere il pasto per fare altre semplici attività senza la necessità di alzarsi a lavarsi le mani. [13]



Fig. 16: dettaglio del prodotto in uso.

6

Finger food

prodotto: *EAT WITH YOUR FINGER*

designer: *MERRY, KAVAMURA*

anno: **2007**

caratteristiche:

- dimensioni ridotte
- ridotta mobilità delle dita
- dimensioni standard
- lavabili e riutilizzabili

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Finger food"

categorie:

for food / tools

utilizzi:

catering / buffet / catering / daily use

materiale:

plastica



Fig. 17: dettaglio prodotto in uso.

descrizione

Eat With Your Finger è composto da un set di tre mini posate in grado di adattarsi alla forma delle nostre dita reinventando un po' l'esperienza del mangiare e trovando una via di mezzo igienica tra la regola del galateo e la nostra routine quotidiana. Il set raggruppa le tre posate più classiche, forchetta, cucchiaio e coltello ma riadattate al contesto del Finger Food. [16]



Fig. 18: dettaglio del prodotto indossato.

7

Finger food

prodotto: *FINGER DIP*
designer: *STUDIO AMEBE*
anno: 2010

caratteristiche:

- monouso
- pratiche da utilizzare
- elasticità
- lattice per alimenti

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Finger food"

categorie:

for food / tools

utilizzi:

occasioni informali / daily use

materiale:

lattice naturale



Fig. 19: dettaglio del prodotto in uso.

descrizione

I Finger-dip sono dei ditali monouso in lattice da utilizzare in sostituzione delle posate. Si indossano su tre dita, tendenzialmente indice, pollice e medio, e permettono di afferrare le porzioni tipiche del Finger Food senza rischiare di sporcarsi le mani. Finger-Dip è 100% made in Italy. Ogni confezione contiene n. 3 ditali monouso in lattice naturale per mangiare con le mani. Il progetto Finger-dip inoltre è stato il vincitore del RedDot Design award 2010. [17]



Fig. 20: dettaglio del prodotto in uso.

Finger food

prodotto: **FINGER BISCUITS**

designer: **PAOLO IULIAN**

anno: **2004**

caratteristiche:

- realizzati in cialda
- monouso
- dimensioni standard
- semplici e intuitivi da utilizzare

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Finger food"

categorie:

with food / biscotto

utilizzi:

catering / buffet / catering / daily use

materiale:

cialda



Fig. 21: dettaglio del prodotto indossato.

descrizione

Simili a dei ditali da cucito, i Nutella Finger Biscuits, sono perfetti per gli amanti della golosità. Infatti, basta semplicemente appoggiarli sulla punta di un dito per poi intingerli in un barattolo di Nutella o di qualsiasi altra crema spalmabile, rendendo il momento del pasto semplice, rapido ed intuitivo. Di fatto, questi copri-dita in cialda rendono ancora più gustoso uno dei gesti più istintivi in materia di cibo, specialmente quando si parla di dolci. [18]



Fig. 22: dettaglio del prodotto in uso.

9

Finger food

prodotto: **SPOONACHOS**

designer: **DANIEL BOSTDANZIC**

anno: **2010**

caratteristiche:

- monouso
- semplici e intuitivi da utilizzare
- realizzati in tortilla di mais
- utilizzabili con creme spalmabili

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Finger food"

categorie:

with food / snack

utilizzi:

occasioni informali / snack

materiale:

tortilla di mais



Fig. 23: dettaglio del concept del prodotto.

descrizione

Nati dall'unione di un cucchiaino, per la forma e dei nachos, per la consistenza nascono gli Spoonachos. Questa particolare tipologia di appetizer è l'ideale per aperitivi od occasioni informali in cui poter sperimentare la propria creatività. Un'idea simpatica e utile dal punto di vista della fruizione del pasto poiché permette di non utilizzare posate evitando comunque di sporcarsi le mani. [13]



Fig. 24: dettaglio del prodotto in uso.

prodotto: **SCHOCKINO**

designer: **D'ABATE**

anno: **2015**

caratteristiche:

- componibile
- monouso
- dimensioni ridotte
- realizzato con materia edibile

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Finger food"

categorie:

with food / cioccolatino

utilizzi:

occasioni informali / snack

materiale:

cioccolato



Fig. 25: dettaglio del prodotto scomposto.

descrizione

Cioccolatino modulare prodotto artigianalmente per colata composto da tre diversi componenti una base, un anello esterno ed un perno, disponibili in vari tipi di cioccolato (blend di cacao criollo, trinitario e forastero), una volta montati costituiscono un cioccolatino di circa 14gr. Può essere composto da gusti diversi in base alle combinazioni scelte dal consumatore. [19]



Fig. 26: dettaglio del prodotto.

prodotto: **LITTLE POCKET**
 designer: **DONG JIANG UESTC**
 anno: **2017**

caratteristiche:

- monouso
- imballaggio in cartoncino
- compartimentazione interna
- utilizzabile in movimento

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Street food"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

street food / snack

materiale:

cartoncino



Fig. 27: dettaglio del prodotto in uso.

descrizione

A quanti sarà capitato di ordinare una confezione di patatine fritte senza sapere dove mettere le salse? Grazie a Little Pocket non si dovranno più spalmare direttamente sopra le patatine ma si potrà versare la salsa all'interno di un piccolo scomparto presente nel packaging che consentirà di mantenere separati i due elementi e di fruire della salsa in maniera più libera. Inoltre, grazie a questo sistema si eviterà di sporcarsi le mani in situazioni spesso fuori casa e in generale senza la possibilità di poterselo lavare. [20]



Fig. 28: dettaglio del prodotto in uso.

prodotto: *HOT DOG COREANI*
MODALITÀ DI CONSUMO

caratteristiche:

- monouso
- imballaggio in cartoncino
- due componenti
- utilizzabile in movimento

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Street food"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

street food / snack

materiale:

cartoncino / legno



Fig. 29: dettaglio della modalità di consumo.

descrizione

Questo tipico street food di origini coreane ma diffuso ormai in tutto il mondo presenta una modalità di consumo tanto semplice quanto efficace. La fruizione avviene attraverso l'utilizzo di uno stecchino e una sorta di piattino-contenitore in cartoncino con la doppia funzione di appoggio e protezione. Nei due esempi riportati sopra si può notare come il consumo si possa a sua volta differenziare in due casi: a sinistra notiamo come si possa utilizzare una sola mano, mentre, a destra, è necessario l'utilizzo di entrambe.



Fig. 30: dettaglio della modalità di consumo.



Fig. 31: dettaglio del prodotto.

prodotto: **NOODLE BOX**
MODALITÀ DI CONSUMO

caratteristiche:

- monouso
- imballaggio in cartoncino
- due componenti
- utilizzabile in movimento

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Street food"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

street food

materiale:

cartoncino / legno / plastica

descrizione

Molto diffuso nei paesi orientali, il Noodle Box è l'ideale per le situazioni in cui bisogna consumare il pasto durante una pausa o in generale in un momento non propriamente di calma e tranquillità. Comunemente è realizzato in cartoncino e viene servito insieme alle bacchette, fondamentali per la corretta fruizione del pasto. Il box è richiudibile in modo da tenere al caldo il cibo ed evitare di farlo fuoriuscire durante gli spostamenti.



Fig. 32: dettaglio del prodotto.



Fig. 33: dettaglio di un cono gelato.

descrizione

Una delle forme più ricorrenti quando parliamo di Street food è sicuramente il cono. Esistono varie tipologie di coni pensati per mangiare in situazioni di movimento o più comunemente in situazioni caratterizzate da modalità di consumo fast. Dai coni in cartoncino per cibi grassi ai classici coni gelato la caratteristica principale che accomuna questa tipologia di contenitore per lo street food è sicuramente la possibilità di poter tenere il cono con una sola mano ed eventualmente potersi aiutare con l'altra per fruire meglio il cibo. Possono essere di materia edibile come, ad esempio, la cialda dei coni gelato, altre di materiali leggeri e facilmente piegabili come carta o cartoncino. Nel caso dei coni di carta questi tendono ad essere tipicamente anti-unto poiché destinati a cibi grassi.

prodotto: **CONI DA ASPORTO**
MODALITÀ DI CONSUMO

caratteristiche:

- monouso
- in cartoncino o materia edibile
- da tenere con una mano sola
- utilizzabile in movimento

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Street food"

categorie:

for food / with food / packaging

utilizzi:

street food / snack

materiale:

cartoncino / materia edibile



Fig. 34: dettaglio di un cono di cartoncino, comunemente usato per contenere cibi grassi.



Fig. 35: dettaglio di una tipica pizza a libretto mangiata durante una passeggiata.

prodotto: **PIZZA A LIBRETTO**
MODALITÀ DI CONSUMO

caratteristiche:

- monouso
- in carta
- da tenere con una mano sola
- utilizzabile in movimento

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Street food"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

street food / snack

materiale:

cartoncino / carta

descrizione

Tipico Street food della tradizione napoletana, non presenta nessun tipo di packaging particolare ma viene semplicemente servito all'interno di un tovagliolo o cartoncino ripiegato. Comodo da tenere con una sola mano, è l'ideale per essere consumato mentre si passeggia (viene anche definita "pizza da passeggio").



Fig. 36: dettaglio di una tipica pizza a libretto servita in una pizzeria di Napoli.

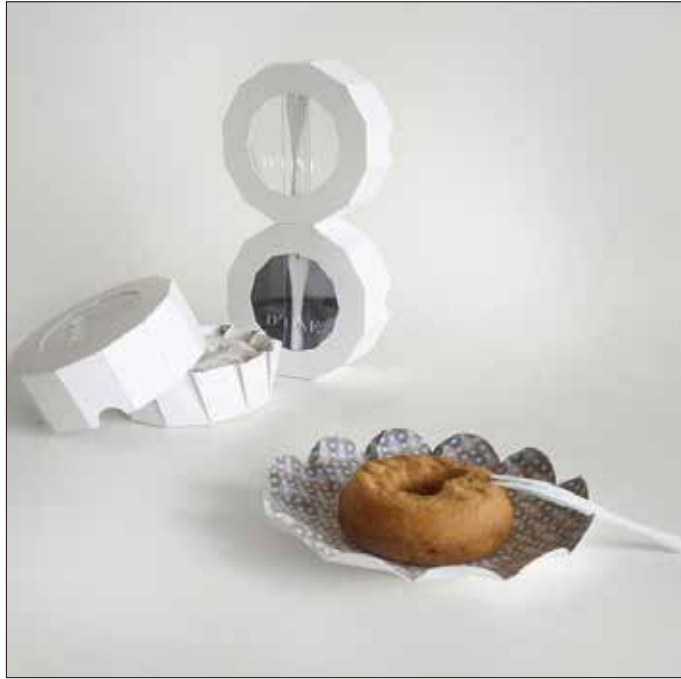


Fig. 37: dettaglio del contenitore in condizione di utilizzo.

prodotto: **D ONE PACKAGING**

designer: **JIA-RU LIN**

anno: **2017**

caratteristiche:

- monouso
- in carta
- due componenti
- utilizzabile in movimento

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Take away"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

take away / snack

materiale:

cartoncino / carta

descrizione

Questo packaging innovativo pensato per l'assortimento di ciambelle è in grado di rispondere a tutti i bisogni che entrano in gioco durante la fruizione del cibo in contesti distanti dal classico tavolo. Infatti, grazie a D One, si può consumare in totale comodità senza utilizzare altri strumenti al di fuori di quelli già presente all'interno del packaging. Grazie alla sua versatilità si passa da contenitore chiuso a piattino in maniera rapida, inoltre ci si può aiutare con la forchettina inclusa in modo da non dover nemmeno utilizzare tovaglioli aggiuntivi. [21]



Fig. 38: dettaglio del contenitore in condizione di utilizzo.



Fig. 39: dettaglio del contenitore nel volume chiuso.

prodotto: **TOGO**
 designer: **SEULBI KIM**
 anno: **2010**

caratteristiche:

- monouso
- trasporto con una sola mano
- più componenti
- utilizzabile in movimento

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Take away"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

take away / snack / lunch

materiale:

cartoncino / plastica

descrizione

Comodamente chiamato TOGO, il packaging ha un design semplice, che riduce il volume dei sacchetti del 50% rispetto all'opzione che abbiamo oggi negli snack bar, oltre a ridurre al minimo la quantità di carta utilizzata. È più facile da trasportare e più compatto, lasciando una mano libera. Forse non è il pacchetto ideale per il drive-thru, che siamo abituati a mettere sulle ginocchia o sul sedile del passeggero, ma per i pasti che prendiamo al banco (singoli o per 2 persone). [22]



Fig. 40: dettaglio del contenitore nella forma aperta.

prodotto: **HAPPY MEAL**
 designer: **BOB BERNSTEIN**
 anno: **1977**

caratteristiche:

- monouso
- trasporto con una sola mano
- il cibo dentro si muove
- take away

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Take away"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

take away / lunch

materiale:

cartoncino / plastica



Fig. 41: packaging happy meal.

descrizione

Bob Bernstein ha immaginato una piccola scatola, fatta per sembrare un secchio per il pranzo con archi dorati come maniglie. L'iconico packaging di McDonald's oltre alla forte valenza comunicativa e all'alta riconoscibilità possedeva anche tratti funzionali spiccati. In particolar modo si notano la facile trasportabilità pensata per bambini che attraverso le maniglie, non particolarmente ergonomiche, consente il trasporto dal bancone al tavolo o all'esterno. Altre note particolari sono la direzione sostenibile che ha preso questo tipo di packaging negli ultimi anni andando ad eliminare quasi completamente la plastica, per quanto riguarda la compattezza non vi è stata una ricerca particolare in quanto all'interno si trova abbastanza spazio vuoto. [23]



Fig. 42: la famiglia di contenitori di McDonald's.

prodotto: **TOT**

designer: **GLORIA KELLY**

anno: **2012**

caratteristiche:

- monouso
- trasporto con una sola mano
- cibi in contenitori separati
- take away

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Take away"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

take away / lunch

materiale:

cartoncino



Fig. 43: dettaglio del contenitore nella forma aperta.

descrizione

Packaging per il take away pensato per portare con sé anche cibi diversi attraverso l'utilizzo di un'unica struttura, apribile, realizzata con le piegature del cartoncino. Questa tipologia di packaging, a differenza di altri, tiene in considerazione gli aspetti salutari e nutrizionali del cibo trasportato consentendo appunto di poter comporre un pasto completo tramite l'utilizzo dei tre contenitori. Una volta raggiunto il luogo dove si vuole consumare il pasto basterà aprire la fascetta in cartoncino più esterna e si potranno utilizzare i contenitori come veri e propri piattini. Non sono previste posate aggiuntive poiché destinato a cibi fruibili con le mani. [24]



Fig. 44: dettaglio del contenitore nel volume chiuso.

prodotto: **2 GO SANDWICH**

designer: **MEGAN LIN**

anno: **2013**

caratteristiche:

- monouso
- trasporto con una sola mano
- porzionatura facilitata
- take away

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Take away"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

take away / lunch

materiale:

cartoncino / plastica



Fig. 45: dettaglio del contenitore.

descrizione

Questo contenitore per tramezzini è l'ideale quando ci si trova a dover consumare un pasto fuori casa o durante delle brevi pause. La rigidità della struttura, realizzata in cartoncino, garantisce la giusta protezione agli alimenti contenuti all'interno. La particolarità di questa confezione è la linea di taglio a 45° presente lungo tutta la superficie esterna che permette di separare in maniera molto semplice e comoda le due metà triangolari del panino. In questo modo viene posto l'accento anche sull'aspetto sociale della condivisione, fondamentale durante un pasto. [25]



Fig. 46: dettaglio del contenitore diviso in due parti.



Fig. 47: dettaglio del contenitore chiuso e aperto.

prodotto: **TAKE AWAY**
 designer: **ANA SOLANO**
 anno: **2011**

caratteristiche:

- monouso
- fruizione facilitata
- versatilità d'uso
- take away

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Take away"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

take away / box

materiale:

cartoncino

descrizione

Packaging per il take away pensato per portare con sé anche cibi diversi attraverso l'utilizzo di un'unica struttura, apribile, realizzata con le piegature del cartoncino. Questa tipologia di packaging, a differenza di altri, tiene in considerazione gli aspetti salutari e nutrizionali del cibo trasportato consentendo appunto di poter comporre un pasto completo tramite l'utilizzo dei tre contenitori. Una volta raggiunto il luogo dove si vuole consumare il pasto basterà aprire la fascetta in cartoncino più esterna e si potranno utilizzare i contenitori come veri e propri piattini. Non sono previste posate aggiuntive poiché destinato a cibi fruibili con le mani. [26]



Fig. 48: dettaglio del contenitore chiuso e aperto.

prodotto: *ENSO SUSHI BOX*

designer: *TOM DECLAN*

anno: 2012

caratteristiche:

- monouso
- compattezza
- duplice funzionalità
- take away

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Take away"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

take away / box

materiale:

cartoncino



Fig. 49: dettaglio del contenitore chiuso.

descrizione

Questa confezione grazie alla sua forma compatta rappresenta un ottimo esempio per il concetto di Take Away. Comoda da portare in giro, la Enso Sushi Box è l'ideale per gli amanti del sushi che non hanno il tempo materiale di sedersi a un tavolo e consumare in tranquillità. La maniglia è composta attraverso l'uso delle bacchette che assumono dunque la duplice funzione di maniglia e utensili per la fruizione. All'interno il cibo risulta fermo e stabile durante la fase di trasporto. [27]



Fig. 50: dettaglio del contenitore chiuso.



Fig. 51: dettaglio del set di contenitori.

prodotto: *MCDONALD-TO-GO*

designer: *IAN GILLEY*

anno: 2011

caratteristiche:

- monouso
- fruizione facilitata
- versatilità d'uso
- trasporto

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Take away"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

take away

materiale:

cartoncino

descrizione

Questo packaging innovativo realizzato da Ian Gilley nel 2011 si basa sul trasportare in maniera sicura e con una sola mano tutti i componenti di un tipico pasto da fast food. In questo specifico caso viene presa in considerazione l'opportunità di unire bicchiere, contenitore di patatine e panino in un unico sistema in modo da poter sorreggere con una mano il tutto e con l'altra poter fruire in maniera comoda del cibo. Rimane una buona soluzione da adottare in questa specifica soluzione poiché non vincola a consumare il pasto necessariamente seduti ed è quindi l'ideale quando ci si trova lontano da casa. [28]



Fig. 52: dettaglio del contenitore in uso.



Fig. 53: dettaglio del contenitore chiuso.

prodotto: **FOODIE BAG ZEROPAC**

designer: **LEGAMBIENTE**

anno: **2020**

caratteristiche:

- trasporto
- compattezza
- riutilizzabile
- take away

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Take away"

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

take away

materiale:

cartoncino / polpa di cellulosa

descrizione

Tra i selezionati Adi Index Design 2020 troviamo la Foodie Bag Zeropac, nata con l'intento di evitare gli sprechi derivati dal mondo della ristorazione. Questa tipologia di packaging si compone solamente di due elementi: una fascetta in cartoncino, ottenuta tramite fustellatura e un box di cellulosa realizzato tramite stampaggio a caldo. Il sistema si basa su due semplici fessure sulla fascia di cartoncino che accolgono il contenitore in modo da poterlo trasportare in maniera sicura e con una sola mano. [29]



Fig. 54: dettaglio del contenitore scomposto.



Fig. 55: dettaglio del prodotto.

prodotto: **COOKIE CUP**

designer: **LAVAZZA**

anno: **2003**

caratteristiche:

- monouso
- sostenibilità del prodotto
- commestibile
- take away

problematiche:

mangiare il cibo comodamente in situazioni caratterizzate da una modalità di consumo "Take away"

categorie:

for food / tazza da caffè

utilizzi:

consumazione

materiale:

cialda

descrizione

La Cookie Cup Lavazza nasce nel lontano 2003 con l'intento di realizzare una tazza monouso commestibile in cialda in un'ottica di sostenibilità ambientale. La tazza è composta da due diversi strati, uno interno e uno esterno, in modo che lo strato interno in glassa possa in qualche modo rendere impermeabile la superficie a contatto con il caffè pur rimanendo commestibile mentre lo strato esterno è in cialda. [30]



Fig. 56: dettaglio della fruizione del prodotto.



Fig. 57: dettaglio della fruizione del prodotto.

prodotto: **STARBUCKS CUP**

designer: **STARBUCKS**

anno: **1987**

caratteristiche:

- monouso
- comunicazione
- consumazione
- take away

problematiche:

contenimento di liquidi sia durante la fase di trasporto che durante la fruizione

categorie:

for food / tazza da caffè

utilizzi:

consumazione / take away

materiale:

cartoncino / plastica

descrizione

Uno dei prodotti più iconici all'interno del mondo del packaging, la tazza di Starbucks, brevettata nel 1987, rappresentò uno dei passi più innovativi per quel che riguarda il confezionamento di bevande. Il bicchiere di carta oltre alla forte valenza iconica e comunicativa, è in grado di accogliere il coperchio di plastica sulla sommità, pensato per contenere il liquido senza schiacciare la schiuma tipica delle bevande della nota catena americana. Un altro elemento iconico inserito da Starbucks negli anni successivi è la fascetta di cartoncino, la quale andava a risolvere un problema molto semplice: il calore della tazza. Grazie a questo piccolo accorgimento venne reso più confortevole tenere in mano le bevande bollenti appena preparate. [31]



Fig. 58: dettaglio del prodotto in uso.

prodotto: *PHIL THE BOTTLE*

designer: *PALOMAR*

anno: 2019

caratteristiche:

- riciclabile
- sostenibilità del prodotto
- comunicazione
- riutilizzabile

problematiche:

contenimento di liquidi sia durante la fase di trasporto che durante la fruizione

categorie:

for food / borraccia

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

plastica



Fig. 59: dettaglio del trasporto del prodotto.

descrizione

Un'Urban Bottle interamente riciclabile, che invita a utilizzare l'acqua pubblica offerta dalle fontane nei parchi, nei giardini, nelle piazze e per le strade. Aderisce ai programmi municipali delle città contemporanee, impegnate a promuovere l'uso dell'acqua cittadina in modo più convinto e responsabile, curandone e garantendone la qualità. Ogni bottiglia è dedicata a una città di cui porta il nome – Parigi, Londra, Tokyo, Milano – fino a comporre una collezione di venti città che cresce nel tempo. Sul retro di ogni bottiglia sono elencati i luoghi della città dove si possono trovare fontane per riempirla: fonti di acqua potabile scrupolosamente controllate e facili da trovare nei vari quartieri. La forma rettangolare e le dimensioni della bottiglia ne ottimizzano la portabilità. [32]



Fig. 60: dettaglio del riempimento della borraccia.

prodotto: **ORIGAMI BOTTLE**

designer: **YANKO DESIGN**

anno: **2020**

caratteristiche:

- doppia configurazione
- folding design
- riutilizzabile
- riciclabile

problematiche:

contenimento di liquidi sia durante la fase di trasporto che durante la fruizione

categorie:

for food / borraccia

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

arnitel eco



Fig. 61: differenza di volumi tra la configurazione aperta e quella chiusa.

descrizione

La borraccia Origami Bottle, attraverso un approccio folding design, è in grado di offrire una doppia configurazione ultra-funzionale adattabile a più situazioni d'uso. Sulla superficie esterna della bottiglia sono presenti varie piegature che consentono di aprire e chiudere la bottiglia in base all'utilizzo. Nella configurazione aperta la bottiglia ha la funzione di una comunissima borraccia con una capienza di 0,5 L. Una volta ripiegata il volume si riduce drasticamente e si può comodamente riporre anche in spazi molto ridotti. Molto interessante la semplicità d'utilizzo e la modalità con cui si passa da una configurazione all'altra. [33]



Fig. 62: dettaglio del prodotto in entrambe le configurazioni.

prodotto: *PAPER WATER BOTTLE*
 designer: *PAPER WATER BOTTLE*
 anno: 2021

caratteristiche:

- riciclabile
- sostenibilità del prodotto
- compostabile
- chiusura riutilizzabile

problematiche:

contenimento di liquidi sia durante la fase di trasporto che durante la fruizione

categorie:

for food / borraccia

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

carta riciclata



Fig. 53: dettaglio della bottiglia.

descrizione

Paper Bottle è un esempio di sostenibilità ambientale in quanto cerca di risolvere il problema dei rifiuti provenienti da bottiglie di plastica. La bottiglia, interamente realizzata in carta riciclabile vuole sostituire l'eccessivo utilizzo di plastica. Il materiale interno a contatto con l'acqua è eco-sostenibile in buona percentuale, mentre la struttura esterna realizzata in polpa è 100% compostabile e biodegradabile. [34]



Fig. 64: dettaglio della bottiglia.



Fig. 65: dettaglio dell'imballaggio secondario.

prodotto: **WEDGE JUICE PACK**

designer: **PRESTON GRUBB**

anno: **2012**

caratteristiche:

- due packaging
- dimensioni ridotte
- comunicazione
- trasporto

problematiche:

contenimento di liquidi sia durante la fase di trasporto che durante la fruizione

categorie:

for food / packaging

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

tetra pack

descrizione

Realizzato da Preston Grubb, questo particolare packaging per il succo d'arancia è reso particolarmente funzionale dalla sua forma, la quale ricorda uno spicchio di arancia. Come si può notare in figura la forza di questo progetto viene a galla quando si parla di imballaggio secondario, ovvero quando più confezioni vengono raggruppate per la fase di stoccaggio. Una volta che otto confezioni vengono messe assieme assumono la forma di un'arancia, il tutto è ancor di più esplicitato dalla rete esterna, che ricorda quelle utilizzate in campo ortofrutticolo per lo stoccaggio degli agrumi. [35]



Fig. 66: dettaglio dell'imballaggio primario.

prodotto: **BUTTER BETTER**
 designer: **YEONGKEUN JEONG**
 anno: **2010**

caratteristiche:

- monouso
- coperchio multifunzionale
- due componenti
- chiusura riutilizzabile

problematiche:

risolvere specifiche problematiche legate alla fruizione di cibi particolari

categorie:

for food / packaging / tool

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

plastica / legno



Fig. 67: dettaglio del set di contenitori.

descrizione

Burro! Meglio! E in quattro gustosissimi gusti! L'idea qui è di confezionare il burro in un modo molto conveniente in quanto monodose. Siccome le porzioni singole vengono solitamente consumate durante i viaggi o i picnic, questa confezione include un coperchio composto da un cucchiaino di legno. Il cucchiaino solido viene utilizzato per spalmare il burro ed elimina la necessità di portare posate aggiuntive. L'idea sembra carina e può essere estesa anche a yogurt e gelati. Anche se si consiglia una copertura in plastica sicura. [36]



Fig. 68: dettaglio del packaging in uso.

prodotto: **PROEF**
 designer: **LOUISE KNOPPERS**
 anno: **2014**

caratteristiche:

- riutilizzabili
- vari modi di fruizione
- più componenti
- lavabili

problematiche:

risolvere specifiche problematiche legate alla fruizione di cibi particolari

categorie:

for food / packaging / tool

utilizzi:

consumazione / usi particolari

materiale:

plastica / gomma



Fig. 69: dettaglio del set di tools.

descrizione

Con il set di strumenti sviluppati da Louise Knoppers si è in grado di creare una nuova food experience. Il set include una varietà di sensazioni, sapori, sentimenti, movimenti, azioni, ecc. I sapori sono legati a particolari cucine o eventi in maniera tale che le persone possano relazionarsi correttamente con ciò che gli altri intorno a loro stanno avendo. Il set si compone con vari strumenti che permettono di compiere determinate azioni in modo da sentire il gusto e provare correttamente le conseguenze sensoriali che un determinato cibo può provocare. [37]



Fig. 70: dettaglio di uno dei tools in uso.

prodotto: **STIR THEN SQUEEZE**

designer: **YU-REN LAI**

anno: **2012**

caratteristiche:

- tool multifunzionali
- dimensioni ridotte
- intuitività di utilizzo
- monouso

problematiche:

risolvere specifiche problematiche legate alla fruizione di cibi particolari

categorie:

for food / packaging / tool

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

plastica



Fig. 71: dettaglio del prodotto prima e dopo l'utilizzo.

descrizione

Lo Stir Then Squeeze non è né il primo né l'ultimo tentativo di unificare il processo che porta alla consumazione della crema di caffè. Infatti con questo tentativo si cerca di unire la fase in cui viene rilasciata la crema con la fase di mescolamento della bevanda. Premendo l'estremità del cucchiaino, la crema di caffè fuoriesce all'interno della tazza andando a facilitare anche lo scioglimento e l'omogeneità del tutto. Con il medesimo cucchiaino si può agitare la bevanda e rendere il composto del tutto omogeneo. L'obiettivo finale è quello di semplificare l'assunzione di caffè. [38]

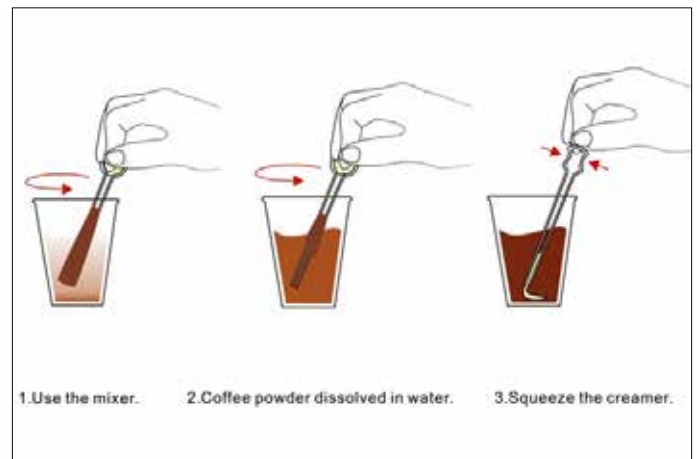


Fig. 72: dettaglio dello storyboard di utilizzo.



Fig. 73: dettaglio del cucchiaino.

prodotto: **YOUSPOON**

designer: **ALESSI**

anno: **2015**

caratteristiche:

- riutilizzabili
- linea morbida
- gradevole al tatto
- lavabili

problematiche:

risolvere specifiche problematiche legate alla fruizione di cibi particolari

categorie:

for food / tool

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

acciaio

descrizione

È un cucchiaino impreziosito da una moneta traforata che riproduce la forma di un fiore stilizzato. Immaginato come un dono per una nuova nascita oppure come accessorio per quanti amano consumare uno yogurt fuori casa, Youspoon ha una linea estremamente morbida: gli spessori variabili e la finitura lucida dell'acciaio con il quale è realizzato lo rendono un oggetto particolarmente gradevole al tatto. [39]



Fig. 74: dettaglio del cucchiaino in uso.

prodotto: *CHOPSTICK PLUS*

designer: *AISSA LOGEROT*

anno: 2009

caratteristiche:

- tool multifunzionale
- due componenti
- interscambiabilità
- riutilizzabile

problematiche:

risolvere specifiche problematiche legate alla fruizione di cibi particolari

categorie:

for food / tool

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

legno / ceramica



Fig. 75: dettaglio del prodotto in uso.

descrizione

Dall'unione di due bacchette e un contenitore nasce Chopstick Plus. Questo particolare tool, pensato prevalentemente per il mercato asiatico, dove si richiedono strumenti per i pasti che siano in grado di svolgere più di una singola azione, consente all'utilizzatore di avere a disposizione sia due bacchette e un contenitore (nelle immagini utilizzato per la salsa di soia) sia un cucchiaio. Questo strumento inoltre consente di utilizzare anche bacchette diverse a seconda dell'uso, in questo modo, sebbene la parte in ceramica sia riutilizzabile, è possibile utilizzare sempre bacchette nuove durante ogni utilizzo. [40]



Fig. 76: dettaglio del prodotto in uso.



Fig. 77: dettaglio del prodotto in uso.

prodotto: **INTEGRAL**
 designer: **ISABEL HEUBL**
 anno: **2018**

caratteristiche:

- tool multifunzionale
- linea morbida
- ergonomico
- lavabili

problematiche:

risolvere specifiche problematiche legate alla fruizione di cibi particolari

categorie:

for food / tool

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

acciaio

descrizione

Progettate ergonomicamente per dare maggiore sicurezza al tavolo alle persone con difficoltà di presa e limitato raggio di movimento del polso. Integral è un set di posate sviluppato appositamente per le persone con difficoltà di presa e un limitato raggio di movimento del polso. L'aspetto estetico e la comprovata funzionalità consentono agli utenti di mangiarle in autonomia e rendono ancora più piacevoli i piaceri quotidiani della buona tavola. L'impugnatura a forma di proiettile si adatta perfettamente al palmo della mano e ne facilita la presa. [41]



Fig. 78: dettaglio del set di prodotti.



Fig. 79: dettaglio del prodotto.

prodotto: **JAMES**
 designer: **GROSSFUSS, KIESSLING**
 anno: **2008**

caratteristiche:

- tool multifunzionale
- due componenti separabili
- utilizzabile con una sola mano
- riutilizzabile

problematiche:

risolvere specifiche problematiche legate alla fruizione di cibi particolari

categorie:

for food / tool

utilizzi:

consumazione / buffet

materiale:

ceramica

descrizione

Un altro interessante progetto di Food Design, realizzato per risolvere le problematiche legate alle imbarazzanti cene in piedi. L'obiettivo ultimo è sempre lo stesso: liberare quanto più possibile le mani. Questo strumento rappresenta un ottimo tentativo di accorpare piatto e bicchiere in modo tale da poter sorreggere l'intero sistema con una sola mano. Il bicchiere, comunemente un calice, viene inserito all'interno dell'apposita rientranza presente nel piatto. Così facendo si potrà bloccare il bicchiere in una posizione stabile senza la necessità di mantenerlo in mano. [42]



Fig. 80: dettaglio del prodotto in una comune situazione di utilizzo.



Fig. 81: dettaglio di come il prodotto si presenta in vendita.

prodotto: **DIN-INK**
 designer: **ANDREA CINGOLI**
 anno: **2015**

caratteristiche:

- set di strumenti
- integrazione con oggetti terzi
- riutilizzabili
- lavabili

problematiche:

risolvere specifiche problematiche legate alla fruizione di cibi particolari

categorie:

for food / tool

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

plastica

descrizione

Un set di cappucci per le penne a forma di posate, un'idea simpatica e funzionale. Il set composto da tre tappi diversi: una forchetta, un coltello e un cucchiaio; si adatta perfettamente alle penne a sfera più comuni presenti negli uffici. In questo modo basterà sostituire il proprio cappuccio della penna durante la pausa pranzo e si avranno tre pratiche posate. Tutti i tappi sono realizzati con risorse rinnovabili annualmente, come amido naturale e fibre, per essere biodegradabili e atossici al 100%, garantendo il miglior uso alimentare. Dispensando ogni set in una confezione compostabile, l'intero set è progettato per rispettare l'ambiente. Ora dai alla penna a sfera dell'ufficio una buona scusa per essere rosicchiato dai denti: usali per l'inchiostro. [42]



Fig. 82: dettaglio del set di componenti.

prodotto: **MOSCARDINO**
 designer: **GIULIO IACCHETTI**
 anno: **2000**

caratteristiche:

- tool multifunzionale
- monouso
- utilizzabile con una sola mano
- biodegradabile

problematiche:

risolvere specifiche problematiche legate alla fruizione di cibi particolari

categorie:

for food / tool

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

mater-bi



Fig. 83: dettaglio del prodotto.

descrizione

Pensata per riunire in sé le funzioni della forchetta e del cucchiaino, questa posata usa e getta sintetizza in un unico artefatto due degli attrezzi indispensabili per portare il cibo alla bocca. I rebbi della forchetta diventano impugnatura del cucchiaino, che a sua volta si fa impugnatura della forchetta, in un rapporto di perfetta reversibilità. L'invenzione progettuale è funzionale ai mutamenti in atto nella pratica della nutrizione (mangiare in fretta, in piedi ed in maniera informale). Di ridotte dimensioni, adatta anche ai bambini, questa posata è realizzata in Mater-bi, una bioplastica ricavata dall'amido di mais completamente biodegradabile. [43]



Fig. 84: dettaglio del prodotto in uso.

prodotto: *GET ON BOARD*
 designer: *PRIESTMAN GOODE*
 anno: 2019

caratteristiche:

- compartimentazione interna
- biodegradabile
- monouso
- più componenti

problematiche:

riuscire a fornire un unico contenitore per
 fruire di un pasto completo

categorie:

for food / box

utilizzi:

consumazione / voli di linea

materiale:

chicchi di caffè macinati



Fig. 85: dettaglio del prodotto.

descrizione

Il progetto Get On Board nasce con l'obiettivo di eliminare la plastica monouso dai voli di linea offrendo un'alternativa a base di chicchi di caffè macinato. Il lunch box è composto da cinque diversi scompartimenti, quattro dei quali pensati per accogliere del cibo mentre uno destinato al bicchiere. Gli scomparti dedicati al cibo sono di forme regolari, e, sebbene tre siano della stessa dimensione, il quarto risulta di dimensioni maggiori, poiché destinato alla portata principale. Get On Board risulta un progetto vincente sotto vari punti di vista: il primo è sicuramente il superamento dell'utilizzo della plastica, in secondo luogo viene offerto un sistema particolarmente funzionale e compatto, inoltre il design mantiene una linea pulita ed esteticamente efficace. [44]



Fig. 86: dettaglio del prodotto in uso.

Lunch box

prodotto: **FITTBO**

designer: **FITTBO**

anno: **2017**

caratteristiche:

- compartimentazione interna
- isolato termicamente
- riutilizzabile
- più componenti

problematiche:

riuscire a fornire un unico contenitore per fruire di un pasto completo

categorie:

for food / box

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

gomma / plastica / legno compensato



Fig. 87: dettaglio del prodotto in uso.

descrizione

Di dimensioni ridotte, il lunch box bianco e legno è facilmente trasportabile o può essere riposto verticalmente in una borsa. Una volta aperto, il lunchbox rivela scomparti pre-proporzionati per un pasto principale e snack, con una sezione per contenere posate e tovaglioli. I coperchi della sezione principale sono dotati di una guarnizione in gomma per ogni scomparto. Il vassoio del cibo ha anche una guarnizione che tiene insieme l'intero corpo e il guscio esterno come un unico pezzo. Anche nel caso improbabile che tu faccia i bagagli in fretta e non chiuda correttamente i coperchi, il guscio progettato unibody non permetterà alcuna perdita. [45]



Fig. 88: dettaglio dei componenti del prodotto.

Lunch box

prodotto: *LUNCH FOR TWO PEOPLE*

designer: *AMY LOUISE BAKER*

anno: 2011

caratteristiche:

- compartimentazione interna
- condivisione
- monouso
- condivisibile

problematiche:

riuscire a fornire un unico contenitore per fruire di un pasto completo

categorie:

for food / box

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

cartone



Fig. 89: dettaglio del prodotto in uso.

descrizione

Questa particolare tipologia di packaging, a differenza di altre, prende in considerazione il concetto di condivisione del pasto. Infatti, una volta aperta la confezione ci si troverà di fronte a due postazioni speculari, ciascuna fornita di tutto il necessario per la consumazione. Le tovagliette, che si rifanno alla cultura del pasto asiatica, si possono aprire e richiudere garantendo flessibilità e versatilità di utilizzo. Packaging ideale in situazioni nelle quali ci si trova a mangiare in due persone. I tappetini perforati si possono separare dalla base principale. [46]



Fig. 90: dettaglio dell'apertura del contenitore.



Fig. 91: dettaglio delle dimensioni dei contenitori secondari.

prodotto: **PREPD COLORS**

designer: **PREPD**

anno: **2018**

caratteristiche:

- compartimentazione interna
- personalizzazione dei pasti
- riutilizzabile
- modulare

problematiche:

riuscire a fornire un unico contenitore per fruire di un pasto completo

categorie:

for food / box

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

plastica / gomma

descrizione

Lunch box molto innovativo dal punto di vista della personalizzazione del pasto. Insieme al contenitore principale vengono forniti anche contenitori di tre diverse misure, modulari tra loro, che possono essere disposti secondo varie combinazioni. In questo modo oltre a poter personalizzare le porzionature e le quantità si può anche decidere di equilibrare i vari cibi contenuti all'interno dei contenitori minori in modo da riuscire a perseguire più facilmente una dieta sana, varia ed equilibrata. [47]



Fig. 92: dettaglio del prodotto.

prodotto: **ELEMENTAREE**

designer: **MAXIM ALI**

anno: **2014**

caratteristiche:

- compartimentazione interna
- personalizzazione dei pasti
- comunicazione
- modulare

problematiche:

riuscire a fornire un unico contenitore per fruire di un pasto completo

categorie:

for food / box

utilizzi:

consumazione / a domicilio

materiale:

cartone / alluminio / carta



Fig. 93: dettaglio del prodotto.

descrizione

Progetto molto interessante che unisce l'esperienza della buona cucina alla consegna a domicilio. Spicca il packaging come portatore di un messaggio, attraverso il quale si cerca di veicolare una dieta sana ed equilibrata. Il contenitore, invece, è suddiviso in vari scompartimenti: due più ampi dedicati ai cibi da consumare in quantità maggiore, quattro di dimensioni medie da destinare a frutta o contorni meno importanti, mentre i restanti tre servono per contenere salse o condimenti. [48]



Fig. 94: dettaglio del prodotto.

prodotto: **FOOD A PORTER**

designer: **SAKURA ADACHI**

anno: **2021**

caratteristiche:

- compartimentazione interna
- maniglie
- componenti separabili
- modulare

problematiche:

riuscire a fornire un unico contenitore per fruire di un pasto completo

categorie:

for food / box

utilizzi:

consumazione / daily use

materiale:

resina termoplastica



Fig. 95: dettaglio del prodotto scomposto

descrizione

Food à porter è un lunch box che non sembra un lunch box, ma un raffinato accessorio di moda. Lontano dal design anonimo dei tradizionali contenitori per alimenti, uno spazioso lunch box, compatto e versatile, suddiviso in tre contenitori con possibilità di scelta tra due coperchi, a seconda della scelta del pranzo. Per gustare il pranzo dove vuoi, al lavoro o all'aria aperta. Ideale per chi vuole gustare cibi preparati in casa, o per chi segue una dieta specifica. [49]



Fig. 96: dettaglio del prodotto chiuso.

2.2

Requisiti progettuali

Journey map e tabella esigenziale

Nel tentativo di individuare i corretti requisiti progettuali, in seguito all'analisi dei casi studio, è stato introdotto un secondo livello di analisi derivante direttamente dalla routine giornaliera svolta durante il workshop Costruire Bellezza. La mattinata, solitamente con orario 9-13 si suddivide in varie fasi, ciascuna di esse denota sia una serie di esigenze dal punto di vista tecnico sia una serie di spunti relativi all'aspetto comportamentale ed emozionale. Sono state prese in considerazione due specifiche utenze, le quali, durante il laboratorio sono a stretto contatto e collaborano in maniera inclusiva ed efficace. Le utenze che entrano in gioco durante la progettazione di un prodotto o di un sistema, destinato non per forza all'ingresso sul mercato, quanto più all'interazione con degli utenti appartenenti ad un determinato target individuato, sono, in accordo con il metodo esigenziale sono le seguenti:

Utenza d'uso : corrisponde

all'insieme di utenti finali che interagiranno con il prodotto o sistema finito.

Utenza di gestione e manutenzione: questa tipologia di utenza è quella che si occupa di tutti gli aspetti legati alla gestione e alla manutenzione di un determinato prodotto, sistema o servizio, a partire dal trasporto fino alla vendita. In molti casi la manutenzione può essere a carico dell'utente finale.

Utenza di produzione: è l'insieme dei soggetti coinvolti con la fase di produzione. Comprende gli attori che possono entrare in contatto con la produzione durante ciascuna delle sue fasi.

Utenza ambientale: questa tipologia di utenza può essere di due categorie diverse. Può essere interpretata in due modi diversi: ambiente definito come spazio fisico (spazio, paesaggio) e ambiente inteso come eco-ambiente, inteso e interpretato a livello di consumo di risorse e produzione di rifiuti. Nello

specifico caso della presente tesi di laurea sono state tenute in considerazione soltanto utenza d'uso e utenza di gestione e manutenzione. Le suddette definizioni sono state applicate al contesto del *workshop* Costruire Bellezza e, di conseguenza, la categoria dell'utenza d'uso è stata associata ai tirocinanti, ospiti della struttura, mentre, per quel che riguarda l'utenza di gestione e manutenzione si è potuta identificare negli *host* e nei ragazzi e le ragazze che gestiscono il laboratorio sia sul piano logistico sia sul piano di organizzazione giornaliera e gestione dei momenti, L'utenza di gestione, nel caso del *workshop*, si occupa inoltre di assicurarsi che le varie attività previste per la giornata vengano svolte correttamente. Tra le attività individuate si è potuta fare una divisione in 8 momenti differenti tra cui: *warm-up*, preparazione, porzionatura, imballaggio, consegna, trasporto, sosta e consumo. Ovviamente ciascuna fase è riferita al pasto.

Journey map tecnica 1/2

Utenza d'uso

Tab. C: journey map tecnica dell'utenza d'uso, 1/2

| | 1 WARM UP | 2 PREPARAZIONE | 3 PORZIONATURA | 4 IMBALLAGGIO |
|---------------------|---|--|--|---|
| utenza d'uso | <p>Il momento dell'accoglienza rappresenta la prima fase della giornata. Durante questa prima parte si inizia davanti a una tazza di caffè. Questa fase di "riscaldamento" risulta essere molto importante perchè consente di rompere il ghiaccio e di iniziare a concentrarsi sulle fasi cruciali della mattinata.</p> | <p>La fase di preparazione comprendente tutte le trasformazioni in cucina è la parte più attiva in cui si concentra il massimo coinvolgimento dell'utenza d'uso. Ognuno ricopre ruoli specifici effettuando trasformazioni semplici e a basso impiego tecnologico. La non complessità dei compiti consente a chiunque di poter svolgere tali azioni.</p> | <p>La fase di porzionatura viene preceduta dalla preparazione dei kit, effettuata da uno degli utenti finali. Durante questa fase si utilizzano utensili e strumenti di uso comune e viene svolta a mano da un operatore. In un secondo momento vengono suddivise le porzioni in modo da garantire un'offerta omogenea e uguale per tutti.</p> | <p>La fase di imballaggio, avendo preparato i kit in precedenza, viene notevolmente semplificata e accelerata. In questa fase vi è un coordinamento tra chi porziona il cibo e chi organizza i contenitori. La porzionatura vede una partecipazione attiva dell'utenza d'uso.</p> |



Fig. 97: warm-up, momento dell'accoglienza.



Fig. 98: fase della preparazione.



Fig. 99: fase della porzionatura.



Fig. 100: fase dell'imballaggio.

Journey map tecnica 2/2

Utenza d'uso

Tab. D: journey map tecnica dell'utenza d'uso, 2/2

| 5 CONSEGNA | 6 TRASPORTO | 7 SOSTA | 8 CONSUMO |
|--|--|---|---|
| <p>Durante il momento della consegna si può notare come si prendano i sacchetti attraverso modalità differenti. Alcuni tendono ad afferrarlo dall'alto dopo essersi preoccupati di averlo richiuso in maniera sicura, altri richiedono una borsa di plastica per portare il kit in maniera più comoda, altri ancora, invece, infilano il sacchetto in uno zaino o una borsa in modo da portarlo più comodamente e lasciare le mani libere.</p> | <p>La fase di trasporto risulta essere una delle fasi più delicate. Il sacchetto di carta all'interno del quale vengono posti i vari contenitori non offre una presa ergonomica ma, al contrario, se pieno, non garantisce un'ampia superficie di presa. Inoltre essendo di carta, può causare disagi in condizioni atmosferiche come pioggia o umidità.</p> | <p>La sosta prevede il momento in cui si decide il luogo dove consumare il proprio pasto, spesso ci si ritrova a consumare in situazioni di semi normalità prediligendo tavoli o in generale ambienti comodi. Può capitare che ci si fermi a consumare in zone meno contesti meno confortevoli o di fortuna che non favoriscono di consumare in tranquillità.</p> | <p>La fase di consumo, una volta stanziati, consiste nel disporre i vari contenitori e scegliere quello con cui iniziare (solitamente il primo ma si ha totale libertà). Essendo contenitori separati il consumo viene reso un'esperienza completamente personalizzabile. Un altro livello di personalizzazione che impreziosisce il consumo è la possibilità di poter condire a proprio piacimento con sale, olio, pepe, aceto e spezie.</p> |

Journey map tecnica

Utenza di gestione

Tab. E: journey map tecnica dell'utenza di gestione

| | 1 WARM UP | 2 PREPARAZIONE | 3 PORZIONATURA | 4 IMBALLAGGIO | 5 CONSEGNA |
|---------------------------|---|---|---|--|---|
| utenza di gestione | <p>L'utenza di gestione ricopre il ruolo di host durante questa fase e si assicura che tutti prendano posto e siano pronti a incominciare il laboratorio. L'utenza di gestione in questo caso si occupa in prima persona della preparazione e del servizio del caffè. Il caffè viene preparato tramite caffettiera e viene servito in bicchierini di carta.</p> | <p>L'utenza di gestione ha il compito di procurare i dispositivi individuali per la sicurezza in cucina quali guanti, grembiule e retina per capelli. Dopo aver assicurato il corretto indossamento, previsto per chiunque entri in contatto con le preparazioni, l'utenza di gestione ha il compito di coordinare le attività di trasformazione.</p> | <p>Durante la fase di porzionatura si ha nuovamente una collaborazione tra utenza d'uso e di gestione, tuttavia le operazioni di porzionatura rimangono sempre sotto la supervisione dell'utenza di gestione.</p> | <p>Durante la fase di porzionatura l'utenza di gestione si occupa di monitorare la suddivisione del cibo in modo da completare i Meal Kit in maniera corretta. Si tratta dell'ultimo intervento da parte dell'utenza di gestione in questa fase.</p> | <p>L'utenza di gestione in questa fase si concentra sul far rispettare l'ordine di consegna in modo che ognuno riceva il proprio kit. Viene posta un'attenzione particolare sui kit personalizzati in modo che non vengano scambiati in fase di consegna. Per il resto il prelievo viene svolto in maniera autonoma da parte dell'utenza d'uso.</p> |

Journey map emozionale 1/2

Utenza d'uso

Tab. F: journey map emozionale dell'utenza d'uso, 1/2

| | <i>WARM UP</i> | <i>PREPARAZIONE</i> | <i>PORZIONATURA</i> | <i>IMBALLAGGIO</i> |
|---------------------|---|--|--|--|
| utenza d'uso | <p>Dal punto di vista emotivo, la fase del warm up, lato utenza d'uso, si svolge all'inizio della mattinata e l'ambiente si rivela quasi intorpidito in un primo momento. Grazie al caffè e alle prime situazioni di socialità si rompe subito il ghiaccio e si contribuisce notevolmente alla costruzione dell'ambiente disteso e conviviale all'interno del quale lavorare successivamente.</p> | <p>La preparazione, essendo una delle fasi più partecipate e collaborative si rivela essere quella con il maggior numero di relazioni. Il clima risulta essere accogliente, aperto e disteso e i tirocinanti si trovano a proprio agio a dover compiere qualsiasi tipo di attività. Talvolta può capitare qualche imprevisto ma viene puntalmente risolto attraverso il dialogo e senza alcun tipo di pressione. La musica contribuisce a distendere l'ambiente.</p> | <p>Il momento della porzionatura è un momento di dialogo e di confronto che accresce la partecipazione e in qualche modo contribuisce a rendere quasi una dimensione familiare la cucina di CB. L'attenzione nel fare porzioni uguali rappresenta una parte molto importante in quanto fa acquisire a tutti una sorta sia di responsabilità verso il prossimo sia di coesione come gruppo. Il coinvolgimento di tutti è fondamentale per aumentare il numero di relazioni.</p> | <p>In questa situazione perfettamente organizzata ma allo stesso tempo cordiale e distesa vengono preparati i kit con il contributo di tutti. La partecipazione pro attiva in questa fase contribuisce a creare una coesione di intenti e di compiti che durante la preparazione naturalmente era difficile riscontrare. L'imballaggio e il successivo prelievo del kit garantiscono una dignità superiore rispetto ad altri contesti simili poichè ognuno preleva il suo kit senza fretta e con i propri tempi.</p> |

Journey map emozionale 2/2

Utenza d'uso

Tab. F: journey map emozionale dell'utenza d'uso, 2/2

| <i>CONSEGNA</i> | <i>TRASPORTO</i> | <i>SOSTA</i> | <i>CONSUMO</i> |
|---|--|--|--|
| <p>La consegna è il momento in cui si può toccare con mano la ricompensa materiale per il lavoro e la fatica svolti durante la mattinata. Sicuramente, risulta essere il momento più appagante della giornata. Viene solitamente effettuata velocemente anche per l'impazienza di mangiare dopo una mattinata faticosa.</p> | <p>La parte del trasporto potrebbe essere quella definita come maggiormente stressante in quanto, specialmente nel corso di tragitti molto lunghi, bisogna fare attenzione a non rovesciare i contenitori o rompere il sacchetto di carta. Un altro motivo per cui può risultare una fase stressante è proprio per via dell'attesa del pasto, che, durante spostamenti medio lunghi potrebbe creare qualche forma di stress.</p> | <p>La sosta, ovvero la scelta del luogo dove fermarsi a consumare il pasto, rappresenta uno dei momenti più distensivi. Chiaramente le emozioni provate in questa circostanza sono condizionate da dove ognuno ha la possibilità di consumare il pasto. In caso ci si trovi in compagnia o in luoghi frequentati dove si possono intraprendere relazioni sociali risulta un momento estremamente socializzante, al contrario in caso in cui ci si trovi in solitudine può essere un momento non particolarmente positivo e sereno.</p> | <p>Il consumo si può dividere in vari momenti della giornata ma si può individuare il consumo delle portate principali come consumo centrale del kit. In questa occasione si ha la possibilità di trasformare il momento della fruizione in un momento estremamente socializzante. Talvolta può essere anche un momento di scambio di beni e cibi diversi che aiuta notevolmente nella creazione di relazioni sociali e il loro mantenimento. Il momento del consumo è quello con le maggiori potenzialità dal punto di vista del dialogo e della socialità.</p> |

Dopo aver seguito e analizzato attentamente le varie fasi del laboratorio si è potuta osservare la fase della consegna del kit, cercando di porre l'attenzione sui vari modi in cui gli utenti ritiravano il sacchetto. A partire dall'osservazione, supportata dall'utilizzo di una videocamera, sono emerse alcune importanti informazioni su come gli utenti percepiscono il kit e di conseguenza su come scelgano di prelevarlo. Si può osservare in maniera chiara come il ritiro avvenga sempre afferrando il sacchetto dall'alto dopo averlo richiuso. In alcuni casi però, è stato necessario l'utilizzo di una borsa di plastica, dotata di maniglie, per semplificare la fase di trasporto del kit. In altri, invece, il kit è stato inserito direttamente all'interno di uno zaino o di una borsa al fine di trasportarlo più comodamente. Si può dunque denotare in maniera piuttosto chiara come, l'esigenza di un trasporto comodo e semplice sia estremamente importante per gli utenti e, allo stato attuale, non sempre viene rispettata. Inoltre, un altro elemento osservabile dalla fase di consegna risulta essere la possibilità di scelta delle spezie, un fattore fondamentale in termini di personalizzazione e soddisfazione dei gusti personali degli utenti.



Fig. 101: il momento della consegna del kit.



Fig. 102: il momento della consegna del kit.

Un altro aspetto significativo di cui si ha avuto riscontro è il fatto che molti utenti non prelevano le spezie in quanto si ha la possibilità di conservarle e riutilizzarle. Alcuni utenti infatti dichiarano di avere parecchie spezie avanzate che riutilizzano e di conseguenza non hanno necessità di prelevarne di nuove. Si può inoltre notare come la consegna risulti il momento più appagante della giornata in quanto si ha un riscontro concreto del lavoro svolto. Il momento della consegna ha una durata che può variare dai cinque ai dieci minuti ma tendenzialmente si presenta come una fase piuttosto scorrevole. La velocità di prelievo del kit spesso corrisponde alla necessità di fare spostamenti medio lunghi e di conseguenza si cerca di ottimizzare i tempi per avvicinarsi al pranzo. Inoltre, si cerca di rendere rapida questa fase anche per dare la possibilità agli utenti che consumano il pasto all'interno del locale di mangiare nella più totale tranquillità. Successivamente o contemporaneamente a questo momento anche l'utenza di gestione ha la possibilità di pranzare.



Fig. 103: il momento della consegna del kit.



Fig. 104: il momento della consegna del kit.

Successivamente all'analisi condotta durante le varie fasi della mattinata si sono potuti riscontrare alcuni aspetti rilevanti. Innanzitutto, alcune fasi sono state escluse a posteriori da un possibile intervento progettuale in quanto vanno a interferire in minima parte con le esigenze dell'utenza d'uso. In compenso sono state individuate quattro fasi cruciali, rispettivamente: consegna, trasporto, sosta e consumo sulle quali poter effettuare un intervento concreto di progettazione. Le aree selezionate vanno, seppur non sempre in maniera evidente, ad interlacciarsi con le fasi precedenti e successive andando a creare una stretta concatenazione di eventi. In particolar modo è stato osservato che, andando ad intervenire, a priori della consegna, sulle fasi di porzionatura ed imballaggio, si può rendere più agevole la fase di ritiro da parte degli utenti. Allo stato attuale, specialmente per quella che riguarda la porzionatura, non vi è un ampio margine di intervento in quanto questa viene svolta attraverso tecniche e strumentazioni classiche con un approccio *low-tech*. Inoltre, essendo una fase regolata dall'utenza di gestione non comporta *weak points* particolari. Le fasi che invece hanno maggiore necessità di in-

terventi migliorativi sono senza dubbio il trasporto e il consumo. Per ciò che concerne il trasporto, esso viene caratterizzato e indirizzato già durante la fase di consegna. Infatti in base alle modalità con cui viene ritirato il kit ci si può fare un'idea ben precisa di come quest'ultimo verrà trasportato e di quali criticità potrebbero verificarsi. Successivamente al trasporto vi è la fase cosiddetta di sosta, la quale rappresenta la scelta del luogo e la sistemazione per prepararsi al consumo. Questa fase non viene particolarmente influenzata dal trasporto quanto più, al contrario, dalla fase successiva ovvero il consumo. Il consumo risulta, in seguito alle testimonianze degli utenti la fase più variabile ed in qualche modo personalizzabile. Sono emerse svariate modalità di consumo, in prevalenza in ambienti chiusi ma con la volontà di consumare all'aperto, specialmente in condizioni climatiche positive. Le modalità di consumo, inoltre, riscontrano delle variazioni anche in base ai gusti e alle abitudini personali, infatti nonostante il kit venga ritirato completo si può scegliere di consumare le porzioni anche in momenti separati. Per fare ciò è importante che vi sia la possibilità di riscaldare le pietanze, solitamente in un forno a mi-

croonde e di conseguenza è fondamentale che i cibi siano facilmente estraibili dai contenitori dal momento che alcuni materiali non si prestano al riscaldamento tramite microonde.

In seguito a questa analisi, tenendo conto di tutte le considerazioni del caso è stata stilata una tabella esigenziale [Tab. G], la quale tenesse conto prevalentemente delle esigenze da parte dell'utenza d'uso. All'interno della tabella le esigenze individuate sono state, in un secondo momento, tradotte in requisiti tecnici.

Tabella esigenziale

Classi di esigenza, esigenze e requisiti

Tab. G: tabella esigenze-requisiti

| Classi di esigenze | Utenza | Esigenze | Requisiti |
|----------------------------|--|--|---|
| SICUREZZA | Utenza d'uso | <p>L'utente deve poter consumare il pasto senza mettere a rischio la propria salute</p> <p>L'utente deve poter trasportare il prodotto in sicurezza senza il rischio di mutare l'aspetto del cibo</p> <p>L'utente deve poter trasportare il prodotto in sicurezza senza il rischio di disperdere cibo</p> <p>L'utente deve poter consumare il cibo in maniera sicura senza che ne vengano alterate le caratteristiche organolettiche</p> | <p>I materiali utilizzati per gli imballaggi non devono trasferire agli alimenti componenti in quantità tale da costituire un rischio per la salute umana</p> <p>I materiali utilizzati per gli imballaggi dovranno avere adeguate proprietà meccaniche in modo da resistere a urti, sollecitazioni e pressione preservando il cibo</p> <p>Gli imballaggi dovranno avere una chiusura adeguata che eviti la dispersione e la fuoriuscita di cibo</p> <p>Gli imballaggi dovranno mantenere invariate le proprietà organolettiche del cibo per tutto il tempo che intercorre tra il ritiro del kit e il consumo</p> |
| BENESSERE | Utenza d'uso | <p>L'utente deve percepire, attraverso il prodotto, una sensazione di dignità e di cura</p> <p>L'utente deve trasportare il kit senza che provochi carichi eccessivi, dati dal peso e dalla portabilità, durante il trasporto</p> <p>L'utente deve avere la possibilità di personalizzare il pasto secondo i propri gusti e le proprie esigenze personali</p> <p>L'utente non deve provare sensazioni di stress provocate dall'attesa della consegna del kit</p> | <p>Gli elementi e i componenti utilizzati dovranno trasmettere dignità e cura all'utente</p> <p>Il kit non dovrà avere un peso eccessivo e dovrà garantire modalità di trasporto che evitino di gravare sull'utente rischiando di causare problemi di salute</p> <p>Il kit non dovrà avere degli elementi che permettano la personalizzazione, essi dovranno essere sia di carattere culturale che di gusto</p> <p>La consegna del kit dovrà essere effettuata in un ambiente sereno e in maniera ordinata in modo che non si provochi stress agli utenti</p> |
| FRUIBILITÀ | Utenza d'uso | <p>L'utente deve poter consumare il pranzo in maniera comoda e pratica anche in condizioni poco confortevoli</p> <p>L'utente deve avere la possibilità di consumare le varie portate anche in momenti diversi</p> <p>L'utente deve avere la possibilità di trasportare il kit all'interno di borse o zaini in maniera semplice e comoda</p> <p>L'utente deve poter riconoscere senza difficoltà il proprio kit in caso in cui abbia delle specificità particolari legate al cibo contenuto all'interno</p> | <p>Gli elementi dovranno essere facili da maneggiare, compatti e pratici per essere utilizzati anche senza una superficie d'appoggio</p> <p>Gli imballaggi dovranno necessariamente essere separati in modo da garantire un'autonomia di consumo</p> <p>Il kit dovrà avere una variante che semplifichi e renda migliore l'inserimento all'interno di borse o zaini in modo da semplificare il trasporto</p> <p>Il kit avrà alcuni elementi grafici o colorati che ne facilitino la riconoscibilità nel caso in cui abbia alcune variabili specifiche</p> |
| ASPETTO | Utenza d'uso | <p>L'utente deve percepire una riconoscibilità formale del kit</p> <p>L'utente deve percepire una ricerca estetica negli elementi del kit e nella sua composizione</p> <p>L'utente non dovrà percepire dal kit sensazioni o richiami ad aspetti negativi</p> | <p>Il kit dovrà essere riconoscibile grazie alla propria composizione formale data dalla quantità e dalla qualità dei componenti</p> <p>Il kit dovrà includere alcuni elementi che conferiscano un'estetica piacevole dal punto di vista visivo, potranno incidere anche i colori del cibo</p> <p>Il kit dovrà mantenere una adeguata ricerca dal punto di vista semantico in modo che non rimandi a contesti negativi</p> |
| GESTIONE | Utenza d'uso | <p>L'utente deve poter utilizzare tutti i componenti del kit in maniera intuitiva e comoda</p> <p>L'utente non deve essere condizionato nell'utilizzo da fattori derivanti da caratteristiche tecniche del kit</p> <p>L'utente deve avere la possibilità di consumare il pasto senza che si raffreddi in maniera eccessiva in seguito al trasporto</p> | <p>I componenti del kit dovranno essere facili ed intuitivi da utilizzare evitando ambiguità</p> <p>I materiali e le caratteristiche dei contenitori non devono vincolare o condizionare l'utilizzo</p> <p>I materiali devono mantenere la temperatura dei cibi evitando l'eccessiva dispersione di calore</p> |
| INTEGRABILITÀ | Utenza d'uso Utenza di gestione | <p>L'utente deve poter integrare ai componenti del kit anche elementi provenienti da terze parti senza difficoltà</p> <p>L'utenza di gestione non deve avere alcun tipo di difficoltà ad interscambiare le tipologie di contenitori senza modificare l'assetto del kit</p> | <p>Alcuni componenti del kit saranno in possesso dell'utente e dovranno essere utilizzabili assieme al kit senza alcun tipo di difficoltà</p> <p>Il kit dovrà mantenere una modularità ben definita in modo da poter essere modificato in base alle esigenze</p> |
| SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE | Utenza d'uso | <p>L'utente deve poter smaltire correttamente gli elementi del kit senza difficoltà date dalla riconoscibilità del materiale</p> <p>L'utente, ove possibile, deve avere la possibilità di riutilizzare alcuni elementi del kit in modo da limitare la produzione di rifiuti</p> | <p>I componenti del kit non dovranno presentare ambiguità dal punto di vista materico in modo da favorire un corretto smaltimento</p> <p>Alcuni elementi del kit, se opportunamente lavati, possono essere destinati al riuso</p> |

Capitolo 3

3

3.1

Analisi Meal Kit

3.2

Brief

3.1

Analisi Meal Kit

Evoluzione e aree di intervento

La preparazione dei Meal Kit, nel corso del tempo, ha subito varie fasi di perfezionamento con l'obiettivo di accrescere la qualità percepita da parte degli utenti. Ogni tipo di accorgimento relativo al componente del kit e alla modifica di alcuni elementi chiave è stato effettuato in seguito a sperimentazioni e osservazioni sul campo da parte del team del Food Design Lab all'interno del laboratorio multidisciplinare Costruire Bellezza. Sin dalle prime versioni del kit si può osservare una coerenza e una ricerca dal punto di vista formale e dei componenti. In seguito all'analisi dell'evoluzione della composizione del kit, risulta evidente la presenza ricorrente di alcuni elementi. All'inizio della sperimentazione molte delle scelte effettuate in termini di packaging erano caratterizzate da una situazione emergenziale causata dalla pandemia di Covid-19, di conseguenza anche le scelte in fase di acquisto erano strettamente correlate alle difficoltà nella ricerca degli imballaggi sul mercato. Le evoluzioni



Fig. 101: kit pronti per essere consegnati.

principali nella composizione del kit hanno riguardato in particolar modo la ricerca del dettaglio e la scelta di determinati elementi che potessero migliorare l'esperienza complessiva dal punto di vista dell'utente. In un primo momento [fig. 106] si può notare come, la scelta per alcuni specifici elementi ricadesse su prodotti con-

fezionati, come ad esempio pane e grissini. Queste scelte, dovute alla situazione di emergenza, non rappresentavano le opzioni migliori a livello qualitativo e di qualità percepita, infatti nelle successive versioni, ove ci si è trovati nelle condizioni di poter apportare dei miglioramenti, si è optato per l'inserimento di pane fresco [fig. 107]



Fig. 106: prima e seconda versione del kit.



Fig. 107: terza e quarta versione del kit.



Fig. 108: quinta e sesta versione del kit.



Fig. 109: settima e ottava versione del kit.



Fig. 110: nona e decima versione del kit.



Fig. 111: undicesima e dodicesima versione del kit.

con la conseguente eliminazione dei grissini. Questo primo accorgimento si è rivelato molto impattante sia a livello di percezione da parte dell'utenza, sia dal punto di vista della personalizzazione del pasto, altro aspetto fondamentale della sperimentazione. La presenza di pane fresco all'interno del kit ha aperto ulteriori scenari di personalizzazione sia in termini di modalità di fruizione del pasto che in termini di tempistiche. Un altro aspetto del kit che è stato posto sotto osservazione e ha subito alcuni accorgimenti nel corso della sperimentazione è stata la scelta del packaging secondario, rappresentato da una busta di carta. Infatti, si è potuto osservare come, passando da una busta di carta avana ad una busta di carta bianca [fig. 108], gli utenti avessero una percezione completamente diversa del Kit in virtù del fatto che il colore bianco venga comunemente associato a concetti quali eleganza e prodotti costosi. Altri elementi cruciali che hanno riscontrato dei cambiamenti significativi sono rispettivamente la presenza delle spezie e le modalità con cui veniva proposta la frutta. Per quanto riguarda le spezie, uno degli elementi principali in termini di personalizzazione, sono stati adottate diverse tipo-

logie di packaging. In un primo momento venivano poste in contenitori richiudibili in plastica che consentivano una buona fruizione da parte dell'utente, in una fase successiva, invece, anche in accordo alla disponibilità sul mercato, i contenitori sono stati sostituiti da bustine di plastica richiudibili. L'adozione di questa tipologia ha riscontrato diverse criticità sia per l'utenza d'uso che per l'utenza di gestione ma si sono rivelate efficaci dal punto di vista della conservazione e del poco volume occupato. La frutta invece, ha subito alcuni accorgimenti relativi alle modalità con cui veniva proposta, infatti, al frutto intero si è aggiunta la presenza sporadica della macedonia. Al termine dell'analisi che ha coinvolto tutte le possibili combinazioni di kit proposti è stato possibile delineare almeno otto elementi ricorrenti e fondamentali nella composizione del Kit.

Di seguito sono elencati gli elementi ricorrenti e comunemente più utilizzati da quanto emerso dalla precedente analisi:

1. Primo piatto o portata principale

Questo elemento del kit risulta essere quello più soggetto a cambiamenti, necessari per garantire una dieta il più possibile varia ed equilibrata agli utenti.

Di conseguenza il *packaging* utilizzato può variare in base al contenuto.

2. Contorno o portata secondaria

In questo caso solitamente si tratta di verdura sottoposta a trasformazioni in cucina. Solitamente viene servita in contenitori di plastica trasparenti richiudibili, ma anche in questo caso possono esserci delle variazioni dovute alle circostanze.

3. Frutta

La frutta viene proposta o in forma intera o sotto forma di macedonia, nel caso venga proposta come macedonia richiede l'utilizzo di un contenitore in plastica richiudibile.

4. Pane

Il pane, solitamente un panino fresco, viene inserito all'interno di una busta di carta di piccole dimensioni.

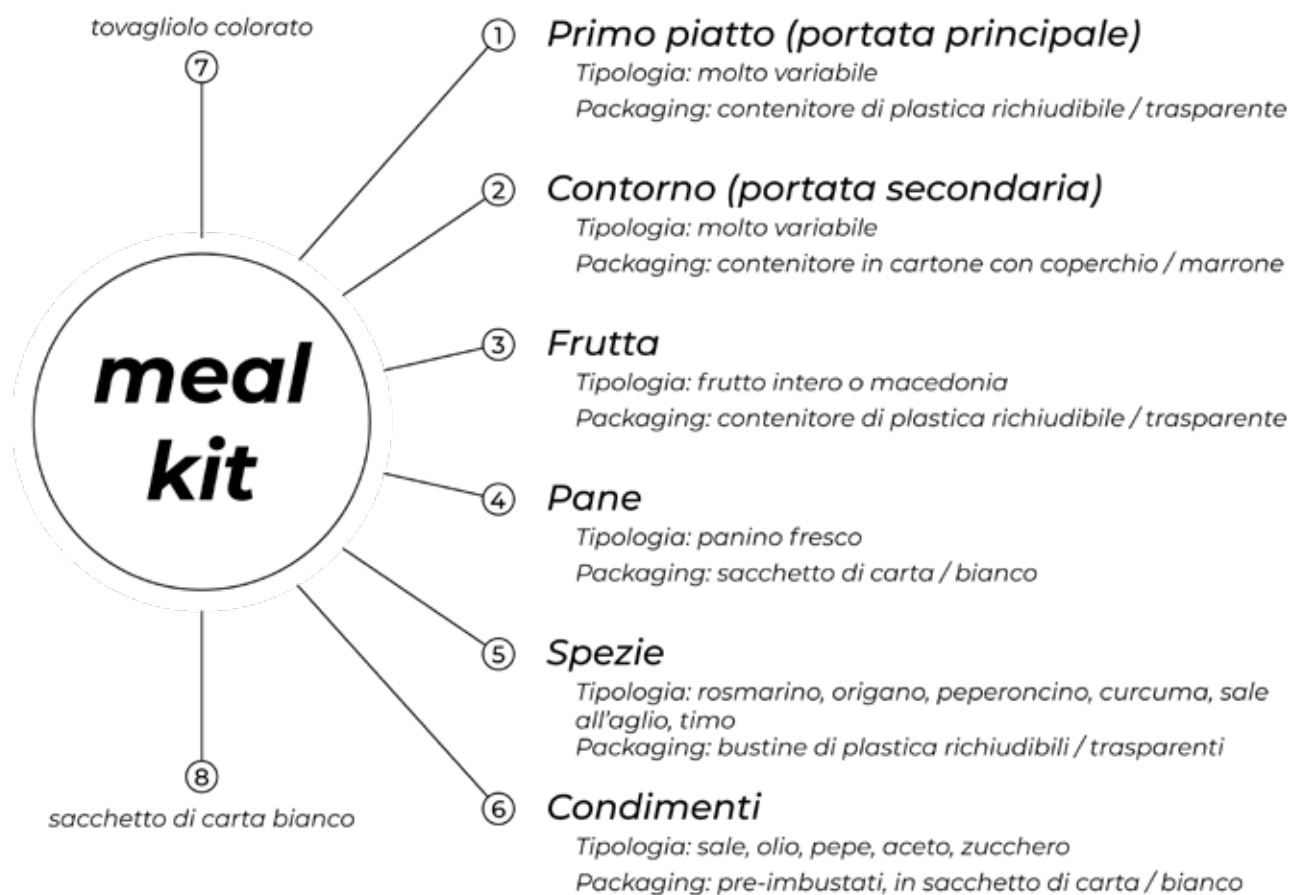
5. Spezie

Le spezie proposte, tra le quali l'utente può scegliere in totale autonomia, vengono poste all'interno di bustine di plastica richiudibili.

6. Condimenti

Sale, pepe, olio e aceto sono elementi pre-imbustati e vengono inseriti in una busta di carta che ha funzione di imballaggio secondario.

7. Tovagliolo



Il tovagliolo inserito all'interno del kit può essere di colori diversi.

8. Imballaggio secondario
 L'imballaggio secondario, comunemente una busta di carta, consente di racchiudere tutti gli elementi del kit all'interno di un unico volume, aspetto fondamentale per favorire la comodità di trasporto.

Secondo quanto emerso dall'analisi dei *focus group*, inoltre si possono delineare alcuni elementi che hanno ricevuto un apprezzamento particolare. A livello di cibi proposti, la zuppa è risultata la più ap-

prezzata sia per il fatto di essere un pasto caldo sia per il sapore gradevole. Un altro elemento che dalle testimonianze indirette ha riscosso molto successo è la presenza o meno del cioccolatino all'interno dei Kit. In questo caso, la cura del dettaglio rappresentata dall'inserimento del cioccolatino ha aumentato la percezione di cura e di dignità trasmessa dalla preparazione dei kit. Altri elementi significativi in termini di gradimento sono stati, su tutti, la possibilità di ricevere le spezie che sono risultate l'elemento chiave in termini di personalizzazione. È inol-

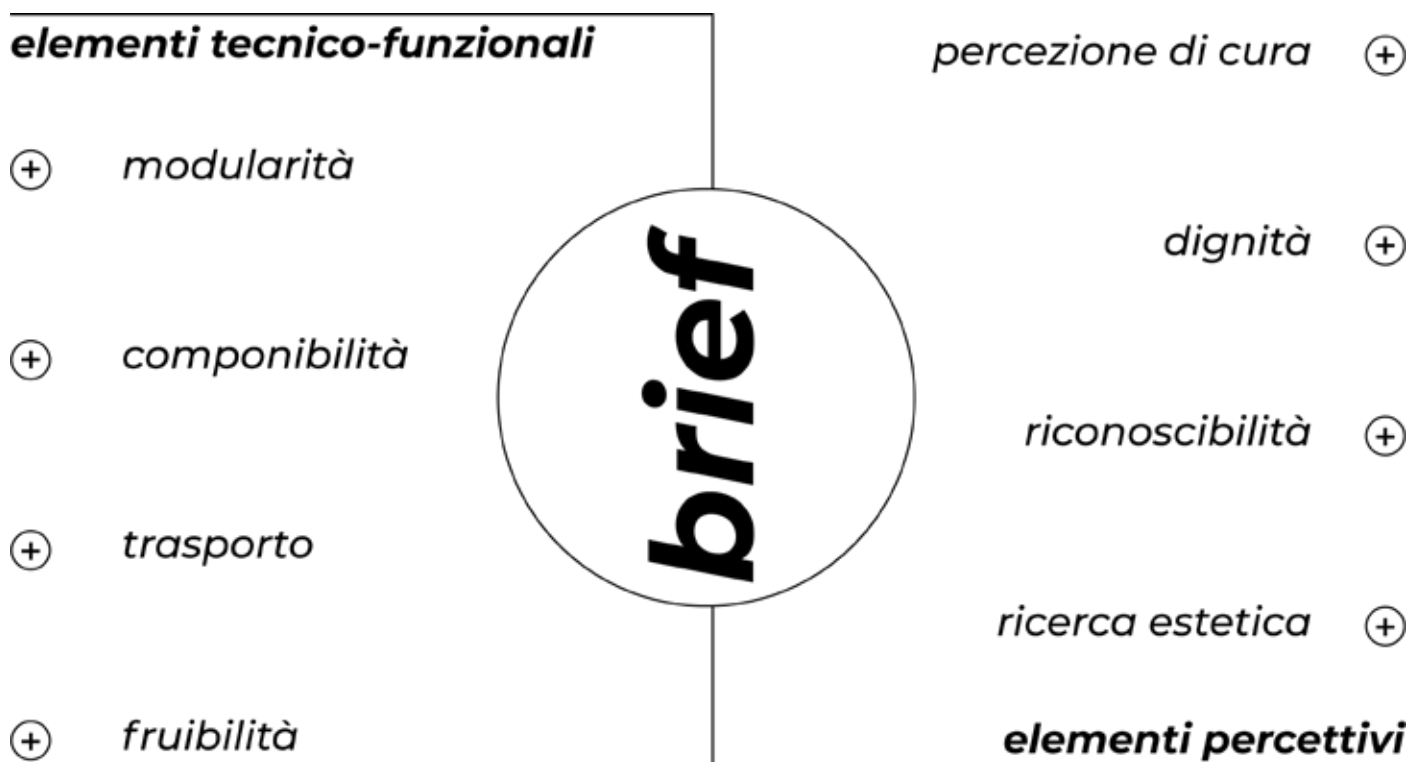
tre emerso che la maggior parte degli utenti tende a conservare le spezie per i pasti successivi. In linea generale tutti gli interventi in grado di trasmettere all'utente una sensazione di dignità e di fargli percepire di essere trattati come individui e non come utenti di un servizio ha generato riscontri positivi. [50]

3.2

Brief

Definizione e approfondimento

“Ripensare il sistema Meal Kit fornendo un asset di componenti componibili che ottimizzi la fruibilità generale del kit. Possiamo individuare due sfere principali di intervento: la prima di carattere tecnico-funzionale mentre la seconda racchiude tutti gli aspetti legati alla percezione.”



Per la definizione del *brief* si è cercato di individuare alcuni ambiti di intervento da affrontare attraverso la sfida progettuale. In seguito all'attenta osservazione diretta e all'analisi dei focus group relativi alle precedenti edizioni

del workshop si è potuto classificare in maniera chiara alcuni aspetti da implementare. In seguito all'osservazione durante le varie fasi del laboratorio e da un confronto con i *tutor* è apparso subito chiaro come ci fosse un'esigenza

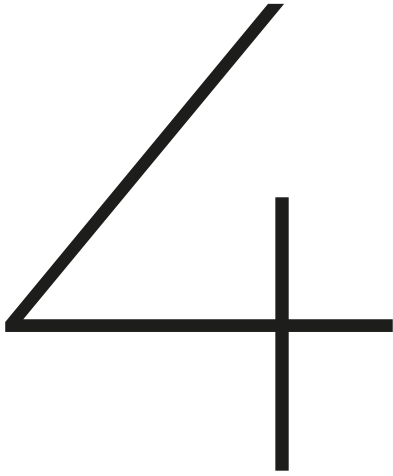
di rinnovamento di alcuni aspetti, del kit, con l'obiettivo di mantenere integra l'identità del laboratorio. In primo luogo sono state definite due classi di interventi, una più tecnica riferita ad aspetti di fruibilità e funzionalità, l'al-

tra emozionale legata alla percezione da parte degli utenti. La prima categoria di interventi progettuali si è rivelata decisamente più oggettiva rispetto a quella relativa agli aspetti percettivi. Tra i momenti osservati, l'attenzione principale è stata posta su preparazione, consegna, trasporto e fruizione. Le fasi riportate si sono rivelate estremamente concatenate e di conseguenza alcune di esse possono trarre risposte da interventi comuni. Il *brief* ha evidenziato tra gli elementi tecnico-funzionali come non si potesse prescindere da una ricerca di modularità, componibilità, trasporto e fruibilità. Per quanto riguarda gli elementi percettivi si è scelto di porre l'attenzione su percezione di cura, dignità, riconoscibilità del kit e la ricerca estetica e del dettaglio nella sua composizione.

All'interno di queste due macrocategorie si è cercato poi di delineare alcuni ambiti più chiari e definiti. In primo luogo, l'aspetto di maggiore interesse sul quale poter avere risposte concrete grazie ad un intervento progettuale è stato il trasporto. La trasportabilità del kit si è rivelato sin da subito un aspetto con varie criticità, di conseguenza si è scelto di proporre un intervento relativo all'imballaggio se-

condario del kit , in modo da migliorare l'esperienza di trasporto da parte degli utenti. Un altro aspetto che ha destato alcune perplessità è quello inerente alla riconoscibilità del kit. Questo ambito individuato consente due possibili vie di interpretazione: la prima si riferisce alla riconoscibilità del kit in fase di preparazione e consegna specialmente quando si hanno di fronte cibi diversi o esigenze particolari legate al cibo e coinvolge sia l'utenza di gestione che l'utenza d'uso. La seconda interpretazione, in termini di riconoscibilità, fa riferimento al riconoscimento del kit come modalità di consumo che si distingue dagli altri servizi di assistenza alimentare. Il terzo e ultimo indirizzo progettuale preso in considerazione è quello riferito alla fruibilità del prodotto. Infatti, è stato appurato che, in fase di utilizzo, molti utenti riscontrassero diverse difficoltà confrontandosi con l'utilizzo delle spezie, le quali, nonostante rappresentino un elemento chiave a livello di personalizzazione, presentano alcune carenze funzionali determinate dal *packaging*.

Capitolo 4



4.1

Concept

4.2

Soluzioni proposte

4.3

Sperimentazione

4.1

Concept

Definizione

Individuate fruibilità, trasporto e riconoscibilità come aree di intervento sono stati ideati sei diversi spunti progettuali, due per ciascun ambito.

1. Trasporto

Imballaggio secondario, ampio e senza compartimentazioni interne, dotato di maniglie per favorire le modalità di trasporto a mano ma che possa anche essere comodamente inserito in borse o zaini e che trasmetta qualità, pulizia e cura nella preparazione.

2. Fruibilità:

Imballaggio innovativo per favorire la fruizione delle spezie realizzato attraverso tecniche di folding design, a basso costo, personalizzabile e replicabile tramite operazioni di semi serialità.

3. Riconoscibilità:

Serie di interventi grafici che favorisca la riconoscibilità del kit in base alla preparazione e che possa rappresentare la cura del dettaglio in modo da essere riconoscibile rispetto agli altri servizi di assistenza alimentare.

In seguito alla fase di analisi sul campo, delle osservazioni ricavate dai focus group e dalle testimonianze dirette degli utenti e dei tutor, sono state elaborate sei differenti proposte progettuali, due per ciascuna area di intervento. In risposta alle esigenze individuate, relative al trasporto dei kit, si è scelto di proporre due proposte differenti in seguito alla fase metaprogettuale, che fossero in grado di sopperire alle carenze dello stato attuale. In seguito alla fase di

esplorazione, comparando i costi e valutando anche alternative *do-it-yourself*, si è potuto osservare come la migliore soluzione, dal punto di vista del costo e del risultato ottenuto, fosse sostituire l'imballaggio secondario in dotazione con buste dotate di maniglie, più ampie e più resistenti. Per quanto riguarda invece gli interventi ideati per migliorare la riconoscibilità del prodotto si è scelto di agire su due livelli differenti: il primo riguardante la riconoscibilità da parte

dell'utenza di gestione e il secondo dal punto di vista dell'utenza d'uso, con l'intento di proporre un set di elementi grafici in grado di migliorare questa caratteristica dei kit. L'intervento sul *packaging* primario delle spezie si è focalizzato su trovare una soluzione a basso costo in grado di migliorarne la fruibilità, replicabile su piccola scala e personalizzabile.

4.2

Trasporto

Soluzioni proposte

Evoluzione e prototipazione

1. Busta S

Materiale: *carta*

Richiudibile: *no*

Maniglie: *sì*

Dimensioni: *27x17x29 cm*

Costo: *0,27 € (300 pz.)*

Fai-da-te: *no*

La busta di carta take away di dimensioni 27x17x29 è una delle possibili soluzioni proposte. Adatta per essere riposta in borse o zaini poiché compatta e più resistente. Costo di 0,27 € al pezzo.



Fig. 112: dettaglio della busta in vista frontale e di tre quarti.



Fig. 113: dettaglio della busta M in vista frontale e laterale

1. Busta M

Materiale: *carta*

Richiudibile: *no*

Maniglie: *sì*

Dimensioni: *32x22x34 cm*

Costo: *0,30 € (300 pz.)*

Fai-da-te: *no*

La busta di carta take away di dimensioni 32x22x34 è l'alternativa proposta. Più adatta al trasporto a mano grazie alle maniglie, garantisce più libertà all'interno. Costo unitario di 0,30 €.

Fruibilità

1. Bustina DIY 1

Materiale: *carta avana*

Richiudibile: *sì*

Maniglie: *no*

Dimensioni: *10x10 cm*

Costo: *0,008 € (60 pz.)*

Fai-da-te: *sì*

La bustina per dosare le spezie, è realizzata da un foglio di dimensioni 10x10. Consente di migliorare la fruizione, ha un costo minore rispetto allo stato attuale ma è fai-da-te. Costo unitario di 0,008 €.



Fig. 114: dettaglio della bustina in vista frontale e laterale

2. Bustina DIY 2

Materiale: *carta oleata*

Richiudibile: *sì*

Maniglie: *no*

Dimensioni: *10x10 cm*

Costo: *0,008 € (60 pz.)*

Fai-da-te: *sì*

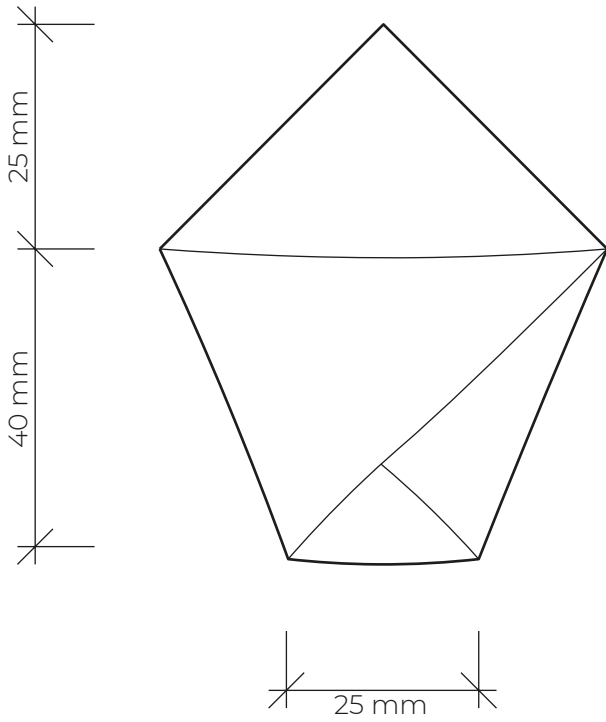
L'alternativa varia nella tipologia di carta utilizzata ma presenta le stesse caratteristiche. Consente di migliorare la fruizione, ha un costo minore rispetto allo stato attuale ma è fai-da-te.



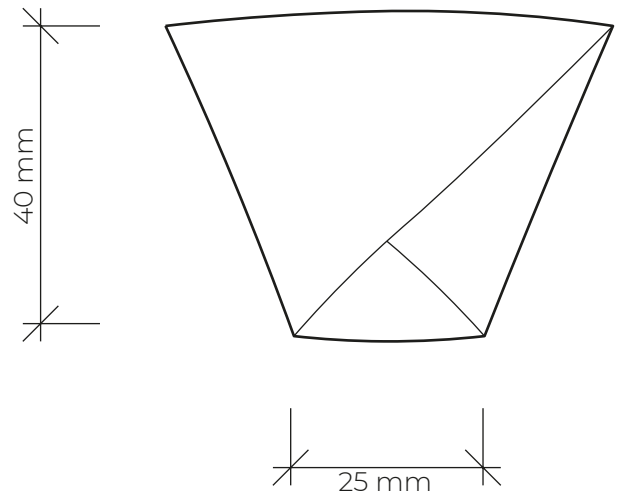
Fig. 115: dettaglio della bustina in vista frontale e laterale

Viste

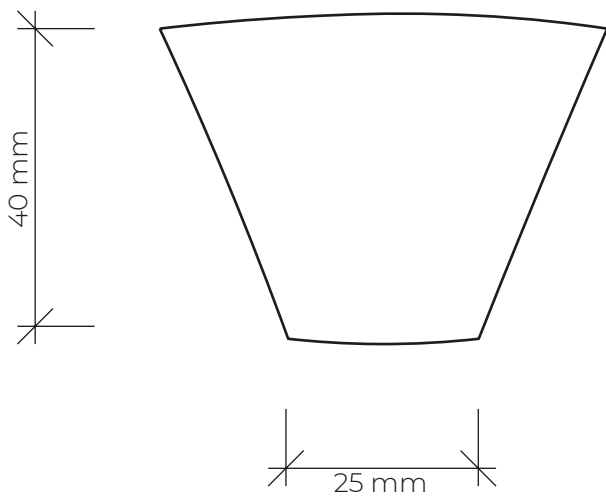
vista frontale aperta



vista frontale chiusa



vista posteriore

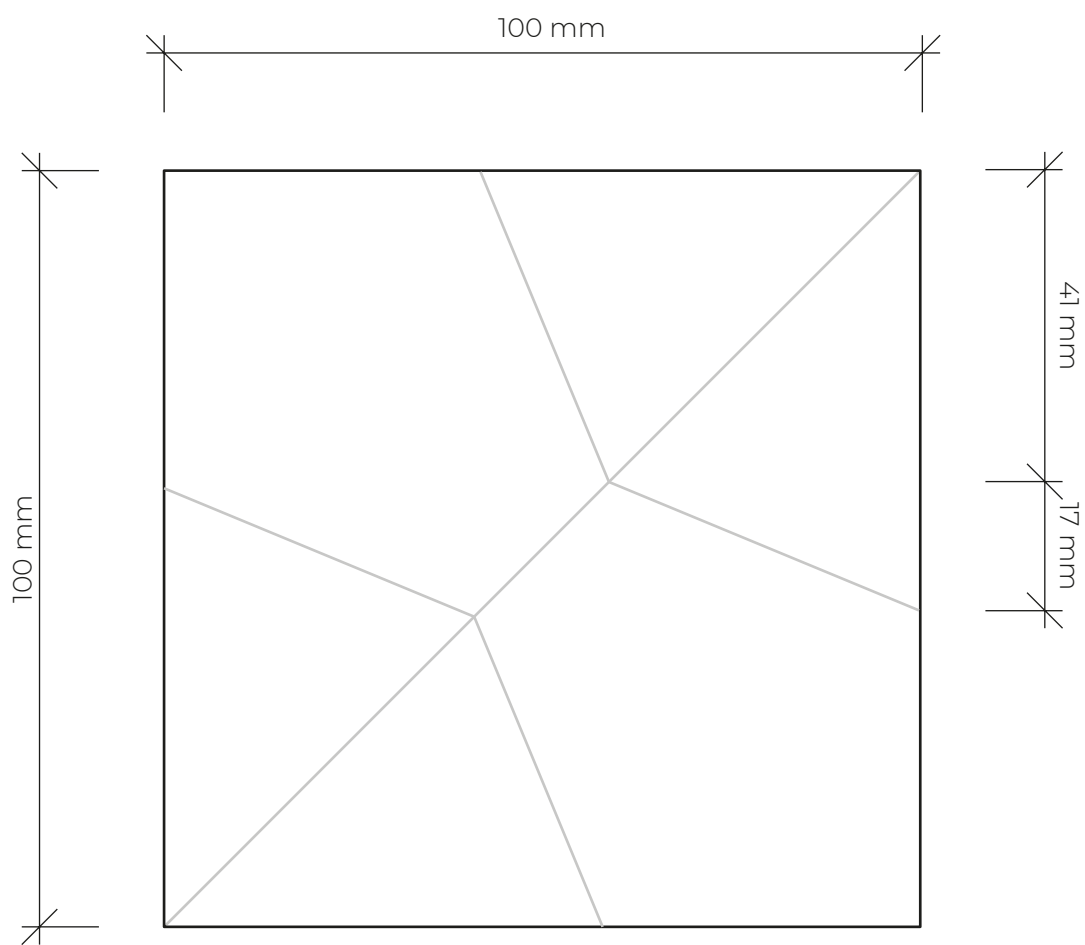


vista laterale



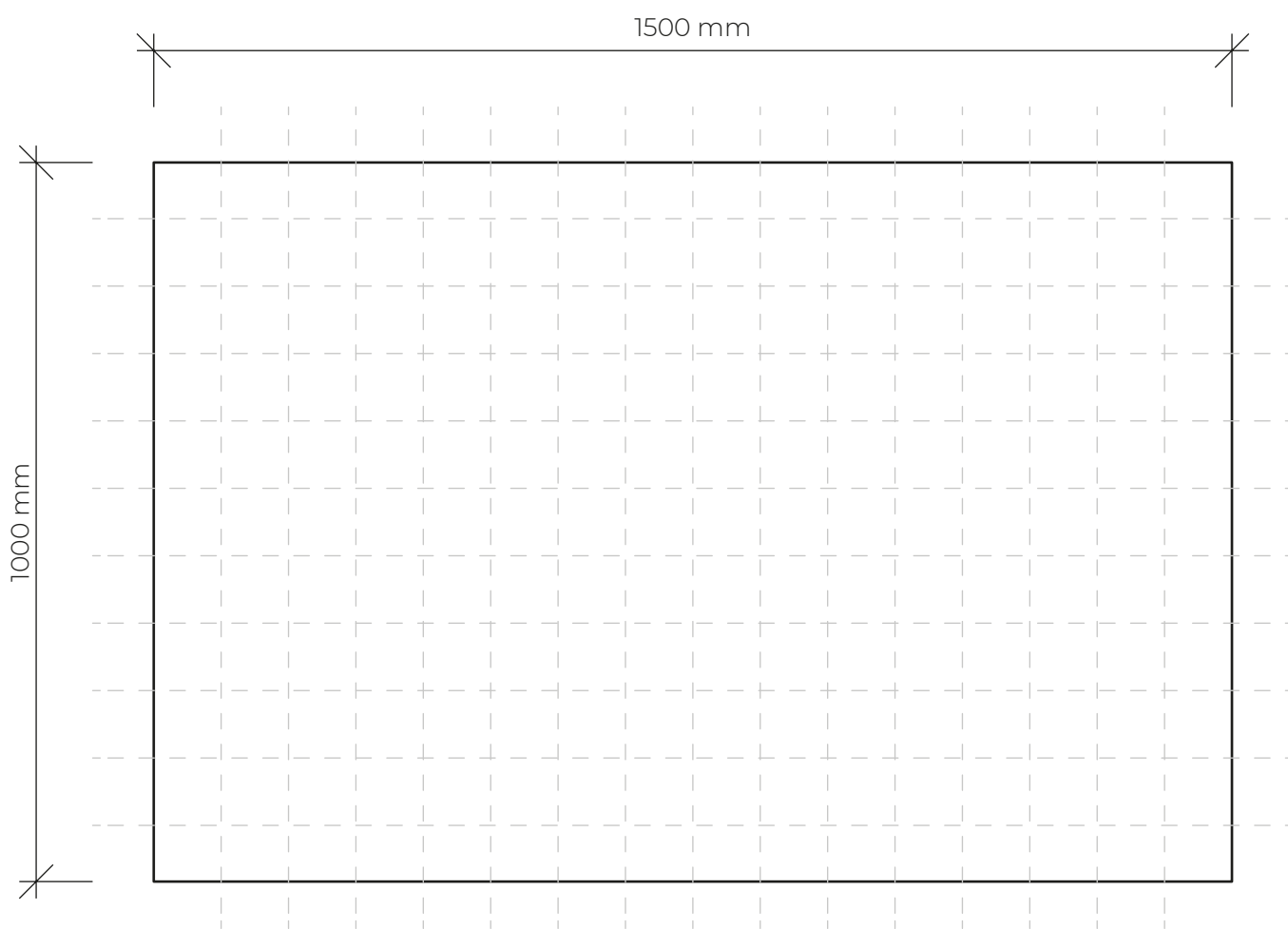
scala 1:1
quote in mm

Piegature



scala 1:1
quote in mm

Taglio



scala 1:10
quote in mm

Storyboard

1. Divisione del foglio



Fig. 116: dettaglio della divisione del foglio.

2. Taglio



Fig. 117: dettaglio della fase di taglio.

3. Piegatura in due



Fig. 118: dettaglio della prima piegatura.

4. Piegatura aletta sx

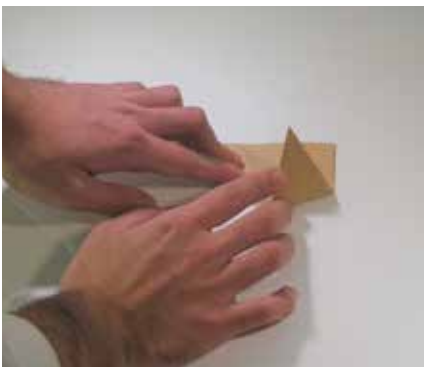


Fig. 119: dettaglio della piegatura dell'aletta sinistra.

5. Piegatura aletta dx



Fig. 120: dettaglio della piegatura dell'aletta destra.

6. Chiusura



Fig. 121: dettaglio della chiusura.

7. Marchiatura



Fig. 122: dettaglio della marchiatura a penna con il nome della spezia.

8. Riempimento



Fig. 123: dettaglio della fase di riempimento della bustina.

9. Utilizzo



Fig. 124: dettaglio dell'utilizzo.

Riconoscibilità

il mio nome: _____

carnev eg

pesce altro: _____

Fig. 125: dettaglio dell'etichetta calligrafica.

1. Set calligrafico

Materiale: *carta adesiva*

Personalizzabile: *sì*

Colore: *bianco e nero*

Dimensioni: *10x10 cm*

Costo: *0,10 €*

Stampa a caldo: *sì*

L'etichetta proposta serve a riconoscere eventuali differenze nei pasti e favorisce l'instaurazione di un livello più profondo di dignità e personalizzazione. Può essere sia un timbro che un adesivo.

2. Set iconografico

Materiale: *carta adesiva*

Personalizzabile: *sì*

Colore: *bianco e nero*

Dimensioni: *10x10 cm*

Costo: *0,10 €*

Stampa a caldo: *sì*

L'etichetta proposta serve a riconoscere eventuali differenze nei pasti e favorisce l'instaurazione di un livello più profondo di dignità e personalizzazione. Può essere sia un timbro che un adesivo.

il mio nome: _____

altro: _____

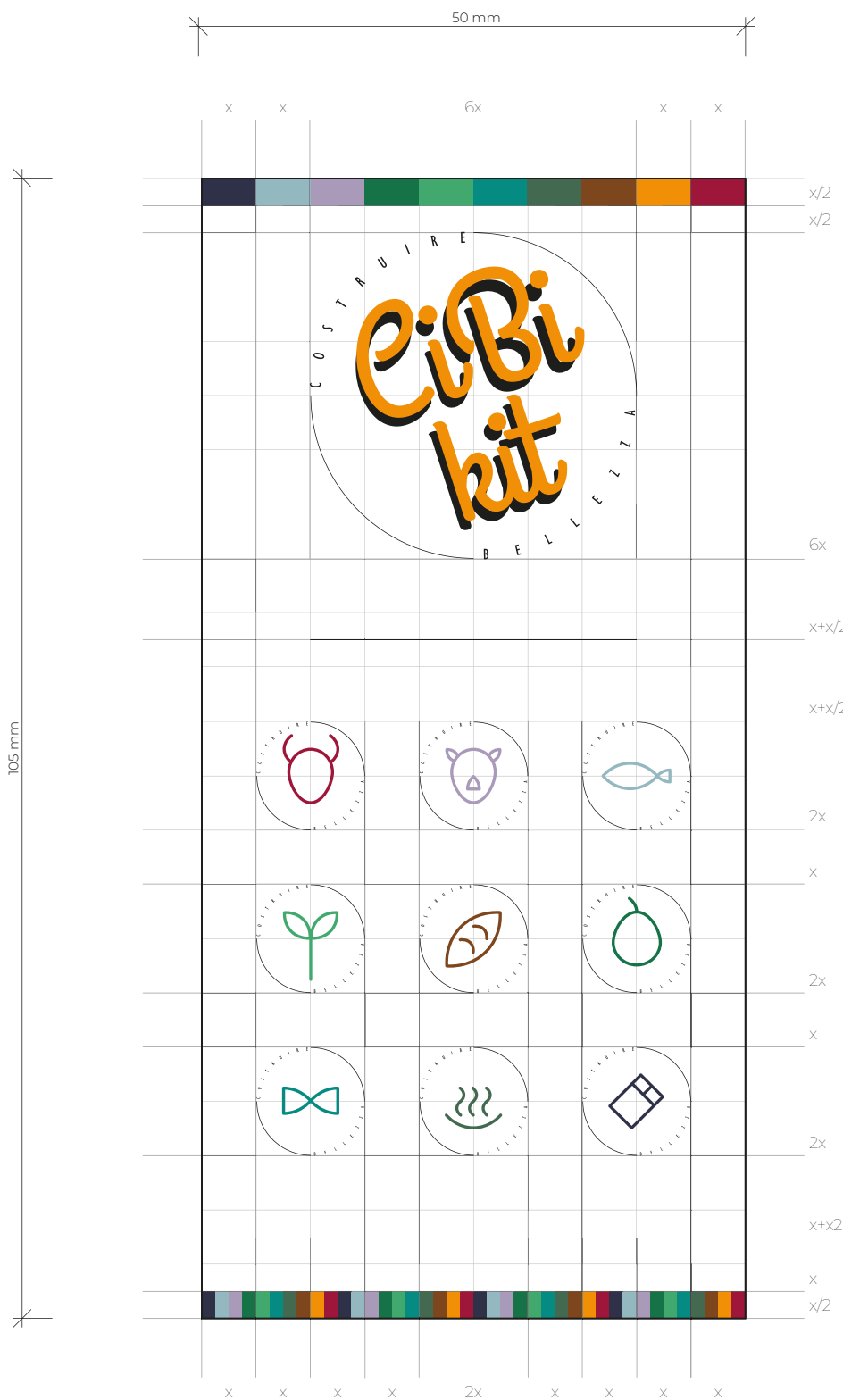
Fig. 126: dettaglio dell'etichetta iconografica.

Prima versione

| | | | | | | | | | | |
|----|----|----|---|----|---|---|---|---|-----|--------|
| xx | /2 | 5x | x | xx | x | x | x | x | x/2 | x |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | x |
| | | | | | | | | | | x |
| | | | | | | | | | | x+2/3x |
| | | | | | | | | | | 2x+x/4 |
| | | | | | | | | | | x |
| | | | | | | | | | | x |


| | | | | | | | | | | |
|----|----|----|----|---|---|---|---|---|-----|--------|
| xx | /2 | 5x | xx | x | x | x | x | x | x/2 | x |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | x |
| | | | | | | | | | | x |
| | | | | | | | | | | x+2/3x |
| | | | | | | | | | | 2x+x/4 |
| | | | | | | | | | | x |
| | | | | | | | | | | x |


Concept




Palette colore


 C=85,94 M=76,17
 Y=43,75 K=46,48



 C=46,88 M=16,41
 Y=23,44 K=1,56


 C=39,45 M=40,63
 Y=14,45 K=1,17


 C=86,33 M=30,08
 Y=83,2 K=19,14



 C=0 M=0
 Y=0 K=100


 C=1,17 M=51,17
 Y=97,66 K=0

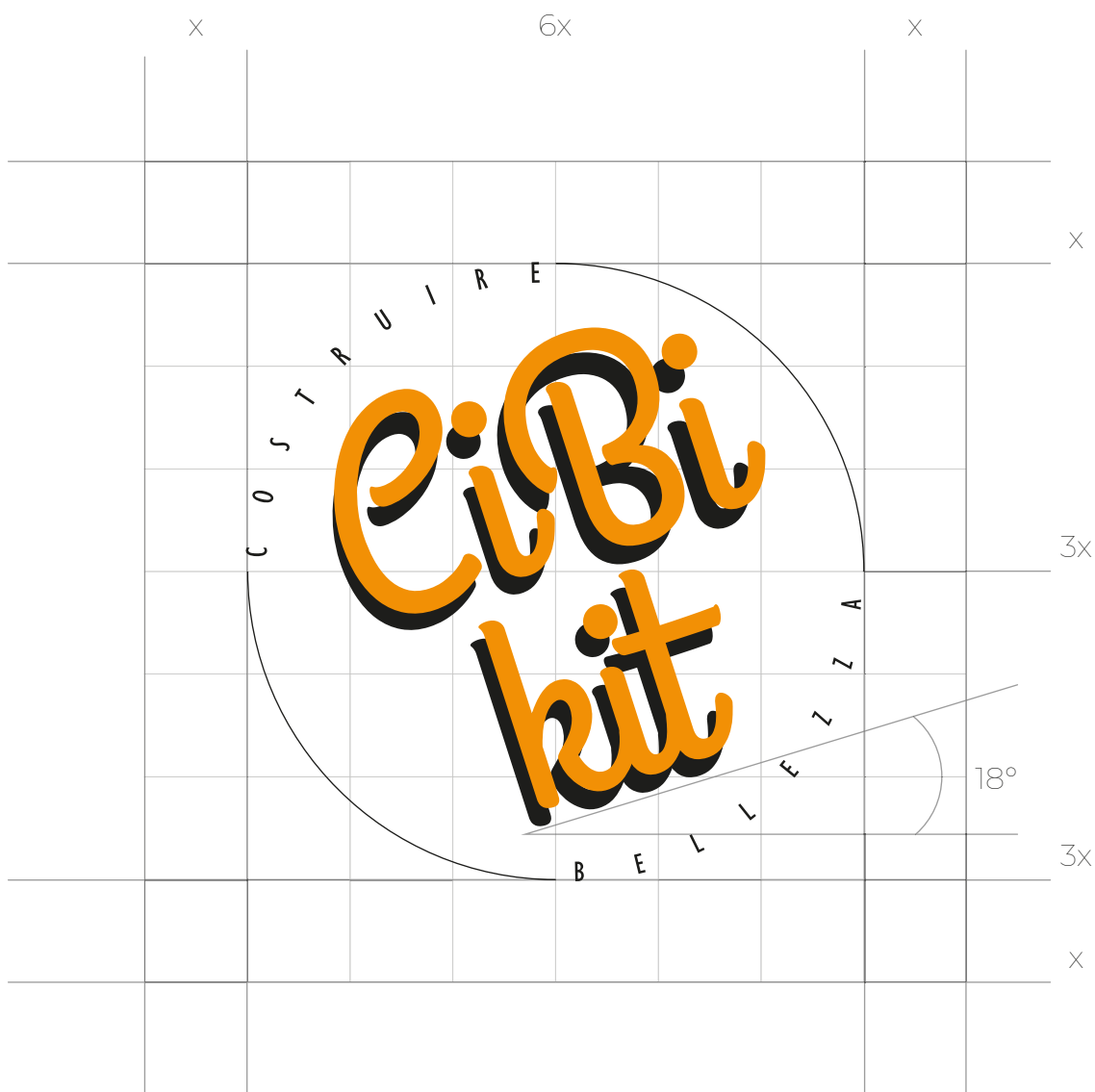

 C=74,22 M=37,11
 Y=69,92 K=28,52


 C=33,2 M=68,75
 Y=92,97 K=41,02


 C=1,17 M=51,17
 Y=97,66 K=0


 C=25,39 M=100
 Y=61,33 K=23,83

Logotipo



Font utilizzati

Gill Sans MT Condensed
regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Grand Hotel
regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Palette colore



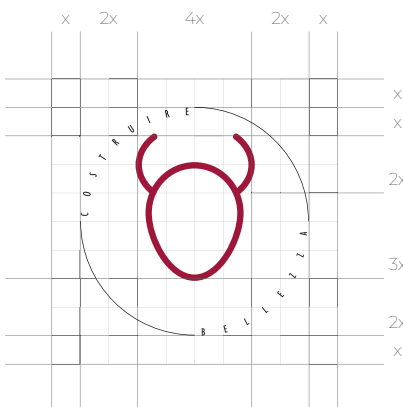
C=0 M=0
Y=0 K=100



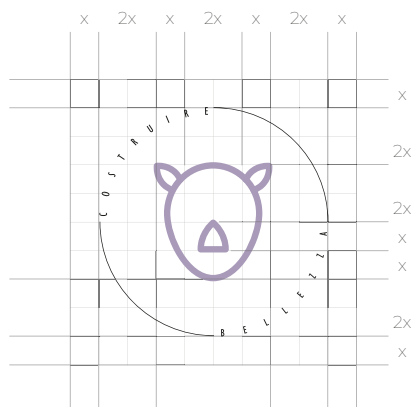
C=1,17 M=51,17
Y=97,66 K=0

Icone

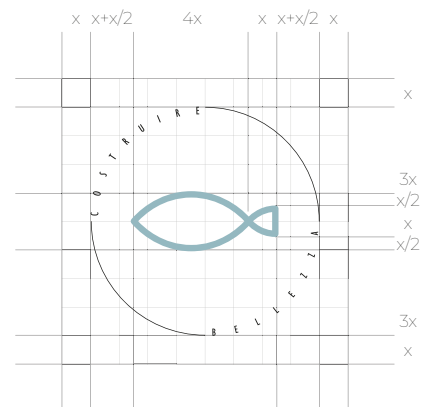
1. Carne



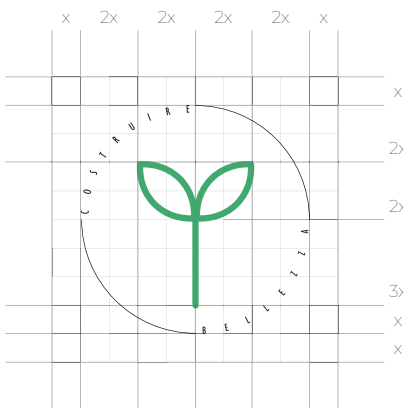
2. Maiale



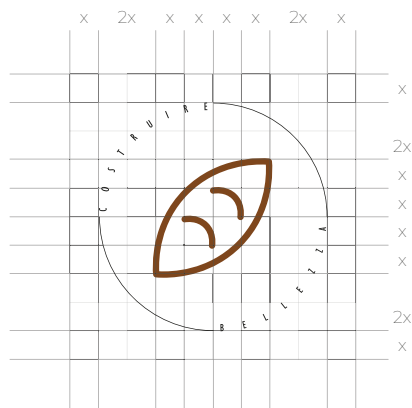
3. Pesce



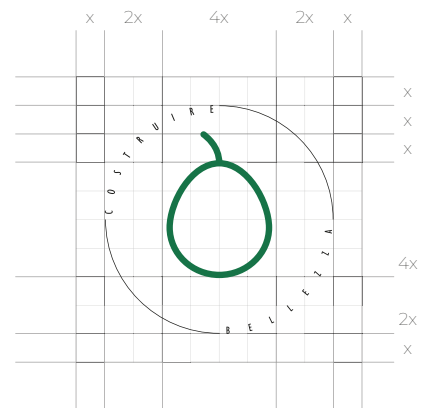
4. Verdura



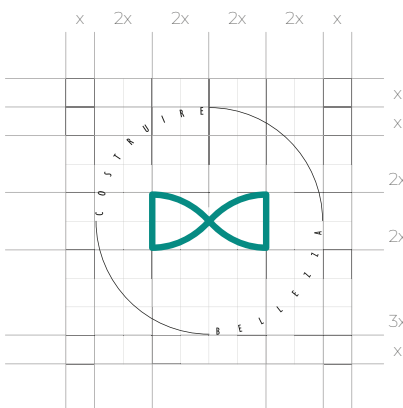
5. Pane



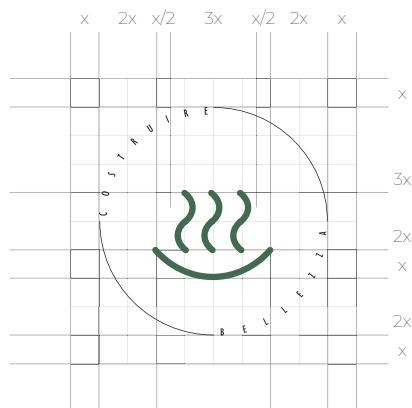
6. Frutta



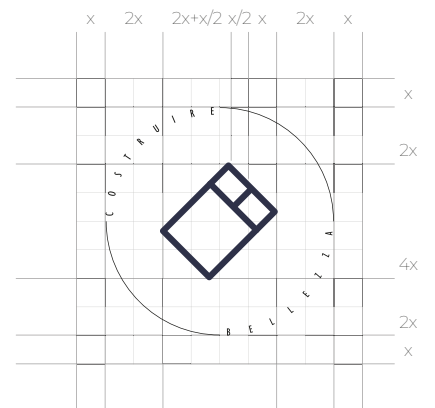
7. Pasta



8. Zuppa

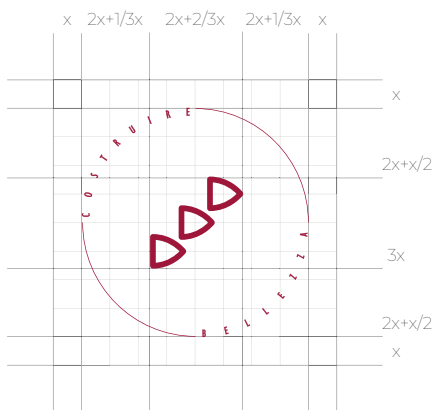


9. Cioccolato

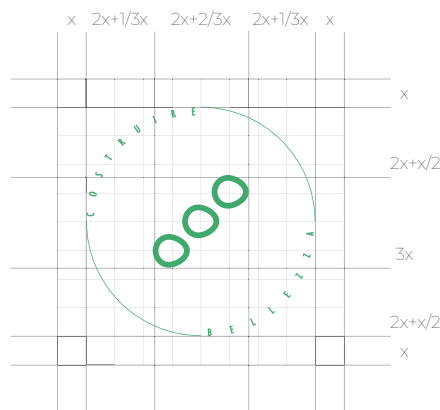


Icone spezie

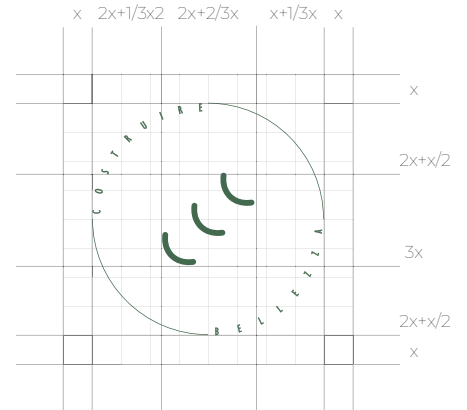
1. Peperoncino



2. Origano



3. Rosmarino



Stampa A4



Storyboard

1. Taglio



Fig. 127: fase di taglio del foglio A4.

2. Marchiatura



Fig. 128: contrassegno sull'etichetta.

3. Posizionamento



Fig. 129: dettaglio dell'applicazione.

Applicazioni



Fig. 130: dettaglio dell'etichetta.



Fig. 131: dettaglio del logo.

Considerazioni

Dalle possibili soluzioni individuate sono state scartate quelle che non rispondevano a specifici requisiti di costi e fattibilità. In ambito trasporto, in una fase iniziale, erano stati presi in considerazione quattro indirizzi progettuali, due dei quali *home made*. Durante la fase metaprogettuale sono state scartate due proposte relative all'imballaggio secondario, in quanto, in termini di costi non garantivano un'adeguata competitività nei confronti di prodotti già sul mercato. I sacchetti testati, attraverso realizzazione *fai-da-te* presentavano anche alcune criticità dal punto di vista delle dimensioni. I prototipi risultanti sono stati prodotti a partire da un foglio di carta avana, o carta oleata, di dimensioni 100x150 cm con un costo unitario di 0,50 €, suddivisi in quattro parti rettangolari di dimensioni standard. Ciascun sacchetto realizzato, oltre al costo del nastro biadesivo utilizzato, presentava un costo cadauno di 0,125 € e considerando il lavoro umano e il tempo impiegato per la realizzazione,

ha comportato serie criticità in termini di fattibilità. Conseguentemente a questa fase di analisi dei costi è risultato più conveniente e soprattutto sicura l'adozione di sacchetti di carta pre fabbricati, acquistabili in *stock*, con un costo rispettivamente da 0,27 € per quelli piccoli a 0,30 € per quelli grandi. Relativamente alla fruibilità, tra le varie tipologie di bustine prese in considerazione, si è deciso di proporre quelle maggiormente competitive dal punto di vista economico e che sono risultate migliori in termini di utilizzo. Inoltre, le bustine proposte, a differenza di quelle provate a realizzare durante la fase metaprogettuale si sono rivelate vincenti grazie alla possibilità di chiusura. In termini di costi, partendo da fogli di carta bianca oleata o carta avana di dimensioni 100x150 cm dal costo unitario di 0,50 €, si è stati in grado di realizzare 60 quadrati di dimensioni 10x10 cm, ciascuno con un costo pari a 0,003 €. Di conseguenza a livello di costi si sono dimostrati gli imballaggi più competitivi,

comportando addirittura un risparmio rispetto alla tipologia adottata in precedenza. La stampa delle etichette da apporre esternamente al kit ha comportato un costo di 0,80 € per una stampa in formato A4 dal quale è stato possibile ricavarne 12 con un costo unitario rispettivamente di 0,06 € cadauno. Il costo per la marchiatura delle spezie invece, trattandosi di un timbro è stato pari a 25 € per la produzione del timbro, costo che ovviamente, ammortizzato sul numero di timbrature si dimostrerebbe irrisorio.

4.3

Sperimentazione

Osservazioni sul campo e feedback

In un momento successivo alla definizione di 3 possibili *concept* in grado di soddisfare i requisiti delineati in precedenza è stata avviata la fase di sperimentazione sul campo con il fine ultimo di ottenere un *feedback* chiaro e definito da parte degli utenti. La sperimentazione è stata suddivisa in due momenti

separati, rispettivamente martedì e giovedì, durante lo svolgimento del laboratorio multidisciplinare Costruire Bellezza. Durante la prima giornata di sperimentazione ci si è dedicati, innanzitutto, a spiegare ai tirocinanti i fini del progetto e le motivazioni, emerse dall'osservazione diretta e dall'analisi dei *focus group*,

che avevano spinto all'adozione di nuovi sistemi di packaging destinati all'utilizzo, in modo che ognuno fosse aggiornato e al corrente dei cambiamenti all'interno del kit. In un secondo momento, in accordo con i tirocinanti addetti alla composizione dei kit, si è scelto il momento più adatto a mettere in atto i



Fig. 132: sperimentazione sul campo delle nuove buste di carta e delle bustine destinate a contenere le spezie.



Fig. 132: preparazione delle nuove bustine per le spezie posizionate accanto ai packaging utilizzati abitualmente.

cambiamenti. Un elemento chiave della sperimentazione è stata la totale collaborazione con i tirocinanti che ha permesso loro sia di prendere parte ai piccoli cambiamenti sia di esprimere opinioni fondamentali per verificare la funzionalità delle innovazioni. Inoltre, preparando insieme i Kit è stato possibile

cogliere aspetti che, attraverso un'approccio meno coinvolto non sarebbe stato possibile osservare.

Per ogni ambito di intervento individuato si è cercato di fornire due alternative con il fine di aumentare i fattori di personalizzazione, che in contesti standardizzati spesso non è

facile rispettare. Fornire una scelta, o più in generale un'alternativa ha rappresentato un aumento dei gradi di personalizzazione e di conseguenza un aumento di dignità e cura del dettaglio percepita da parte dell'utenza.

Trasporto

La fase di sperimentazione legata all'ambito del trasporto ha coinvolto le due soluzioni individuate che sono state proposte ai tirocinanti. A ciascun tirocinante sono state proposte entrambe le buste di carta ma in due momenti distinti e attraverso i *feedback* diretti o indiretti si è cercato di individuare la soluzione migliore. Sono state proposte agli utenti le buste di carta di entrambe le dimensioni e in base alle

modalità di trasporto da parte dell'utenza d'uso ne conviene che in base alle esigenze personali la scelta ricade o sulla versione di dimensioni minori o su quella più grande. In un primo momento sono state proposte le buste di carta di dimensioni maggiori (32x22x34 cm), più capienti ma meno compatte come volume complessivo. Durante la seconda fase della sperimentazione invece sono state testate le buste

di carta bianca di dimensioni minori (27x17x29 cm) che si sono rivelate più compatte ma meno capienti. In questa fase non è stata data la possibilità di scelta ma le diverse tipologie di sacchetti sono state proposte in due momenti diversi.



Fig. 134: borsa S sottoposta agli utenti durante la fase di sperimentazione.

Fig. 135: borsa M sottoposta agli utenti durante la fase di sperimentazione.

Fruibilità

La sperimentazione riguardante la fruibilità del *packaging* utilizzato per le spezie ha visto la proposta sul campo della medesima bustina in termini di dimensioni e utilizzo ma realizzata in due diverse tipologie di carta. Le due bustine, realizzate attraverso specifiche tecniche di *foldering*, a partire da fogli di carta avana e fogli di carta bianca oleata sono state proposte insieme al *packaging* originario, bu-

stine di plastica trasparenti e richiudibili, in modo da offrire un paragone visivo. Inoltre, non essendo di materiali trasparenti e non garantendo la visibilità del contenuto interno, hanno consentito di garantire una facile associazione con il contenuto all'interno dei *packaging* pre-esistenti. In questa fase, in entrambi i momenti di sperimentazione sono state fornite otto bustine per rosmarino, peperoncino e

origano. Le tre spezie sono state contrassegnate con rispettivamente con una X, un triangolo o un cerchio oltre alla dicitura a parole. Durante questa fase è stata garantita la possibilità di scelta fra le due tipologie con il fine di individuare il colore, il materiale e la dicitura in grado di ricevere i *feedback* migliori. Al termine di questa fase si è stati in grado di escludere le tipologia adottate meno.



Fig. 136: bustina per le spezie in carta avana.

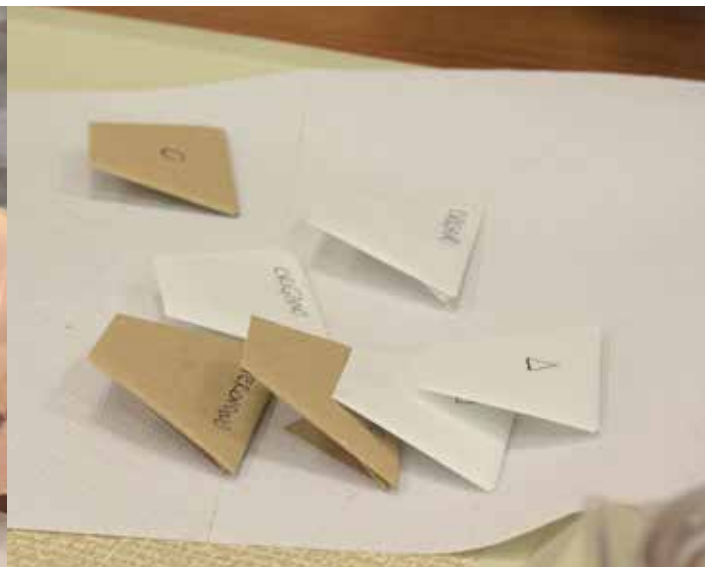


Fig. 137: bustine durante la prima fase di sperimentazione.

Riconoscibilità

La sperimentazione riguardante la riconoscibilità del kit è stata condotta attraverso l'utilizzo di due tipologie di etichette differenti, una di tipo iconografico, l'altra con caratteristiche calligrafiche. Ogni etichetta ha previsto l'inserimento del nome di colui o colei a cui fosse destinato il kit. Inoltre, sono stati inseriti due set di riconoscimento in modo da poter riconoscere con esattezza sia il proprietario del kit sia

le varianti legate al cibo contenute all'interno. I parametri analizzati durante questa fase sono stati, nell'ordine, la riconoscibilità complessiva del kit, sia lato utenza d'uso sia lato utenza di gestione; il livello di apprezzamento dal punto di vista degli utenti in termini di personalizzazione e la comprensibilità del set di icone. Oltre a questi fattori è stato considerato quanto effettivamente la presenza di un'etichetta-

tura strutturata potesse influire sulle operazioni di preparazione e consegna. L'ultimo aspetto oggetto di analisi ha riguardato la percezione di ricerca estetica e formale proposta attraverso l'etichetta. Per le spezie invece, sono state proposte tre icone per favorire il riconoscimento di peperoncino, origano e rosmarino.



Fig. 138: dettaglio etichettatura iconografica.



Fig. 139: dettaglio etichettatura calligrafica.

Risultati

Al termine della sperimentazione è stato possibile, attraverso l'analisi dei dati emersi a partire dall'osservazione sul campo e proseguendo con le testimonianze dirette dei tirocinanti, delineare le soluzioni migliori in termini di funzionalità e valenza estetica. In primo luogo si è stati in grado di scegliere l'imballaggio secondario che avesse ricevuto i *feedback* migliori. Sono state sottoposte agli utenti due tipologie di borse di carta dotate di maniglie di dimensioni differenti e, secondo quanto emerso dalle risposte degli utenti, la borsa di dimensioni minori, ovvero 27x17x29 cm, si è rivelata la scelta migliore in quanto più compatta e più adatta ad essere inserita in borse o zaini. Inoltre, la busta di dimensioni maggiori offriva troppa libertà di movimento ai contenitori contenuti al suo interno con il rischio concreto di rovesciarne alcuni andando a creare anche uno spreco di cibo. Le maniglie invece sono state apprezzate all'unanimità ed è stato possibile constatare come nessun tirocinante

abbia dovuto richiedere una borsa di plastica in aggiunta all'imballaggio secondario. Infine, per quanto riguarda i sacchetti ne sono stati apprezzati il colore e la forma, che in qualche modo richiamavano situazioni caratterizzate da eleganza e prodotti con un costo elevato. Passando poi al *packaging* primario dedicato alle spezie è stato osservato come sin da subito vi siano state reazioni positive di stupore e apprezzamento legate alla novità. Un altro aspetto che ha ricevuto *feedback* particolarmente positivi è stata la percezione di unicità trasmessa dai nuovi *packaging*. A livello tecnico-funzionale sono emerse, in una prima fase, alcune piccole criticità legate alle bustine realizzate in carta oleata. Il materiale infatti, oltre a non garantire una corretta apertura in quanto troppo leggero e sottile e con la tendenza a piegarsi eccessivamente, ha fatto emergere come, a contatto prolungato con le spezie tendesse ad ungersi in maniera eccessiva. Le bustine in carta avana, al contrario hanno riscosso

commenti e reazioni positive in termini di usabilità. Passando ai *feedback* lato utenza d'uso è stato possibile evidenziare alcuni grossi vantaggi rispetto ai *packaging* adottati in precedenza. Innanzitutto, le bustine in carta avana rappresentano un costo prossimo allo zero (0,003 €) introducendo un risparmio netto. Inoltre, è stato osservato come vi sia anche un risparmio di materia, in quanto, se in precedenza le bustine in plastica venivano riempite con 2/3 cucchiari, le nuove bustine ne necessitano solamente uno, offrendo agli utenti una porzione monodose e garantendo un minor uso di risorse all'utenza di gestione. Altri aspetti che si sono rivelati vincenti hanno riguardato il riempimento delle bustine. Con i contenitori precedentemente adottati, l'apertura di dimensioni ridotte non permetteva un corretto riempimento delle bustine, mentre con i nuovi imballaggi primari il problema viene risolto aumentando le dimensioni dell'apertura e favorendo dunque un riempimento più agevole.

In termini di comunicazione invece, i *feedback* ricevuti, hanno consentito di constatare come le scritte e i simboli presenti all'esterno dei packaging evitino ambiguità tra le varie spezie e ne facilitino il riconoscimento da parte degli utenti. Infine è stato osservato come, durante il secondo giorno di sperimentazione, le bustine in carta siano state adottate da un numero maggiore di tirocinanti i quali hanno espresso la loro preferenza nei confronti di quest'ultima. Passando alla sperimentazione legata ad aspetti di riconoscibilità essa si è rivelata su un livello di complessità leggermente più alto in quanto è stato più difficile ottenere riscontri oggettivi sulla valenza estetica del progetto. A livello di funzionalità invece è stato riscontrato un apporto più che positivo che ha permesso di evitare confusione in fase di preparazione poiché sull'esterno dei kit erano riportati esattamente gli alimenti presenti all'interno. L'applicazione sulle buste di carta è stata particolarmente semplice e

non ha comportato criticità. Le etichette posizionate sui kit hanno conferito una sorta di qualità aggiuntiva ai prodotti contenuti all'interno e la possibilità di inserire il proprio nome ha fatto aumentare la dignità e la cura percepita poiché gli utenti non sono stati presi in considerazione come utenti di un servizio/ prodotto ma come persone e individui. E questo aspetto di dignità, che in situazioni di povertà alimentare viene spesso tralasciato, può rappresentare un intervento concreto e significativo in grado di far aumentare la percezione di valore e di ricerca del dettaglio da parte dei recettori del kit.

Scelte finali

Di seguito vengono riportate le scelte che, in seguito alla fase di sperimentazione, si sono poi rivelate vincenti. Rispetto alle versioni sottoposte agli utenti sono stati realizzati alcuni accorgimenti specialmente riguardo l'etichetta posta all'esterno del kit rivelatasi poco efficace in termini di ricerca estetica e formale. La nuova proposta vuole valorizzare le ricerche precedenti nel tentativo di ampliare il ventaglio di varianti proposte e fornire un set di icone che possano rivelarsi ancora più efficaci e funzionali, senza tralasciare l'estetica.



Fig. 140: dettaglio bustina di origano.



Fig. 141: dettaglio bustina di peperoncino.



Fig. 142: dettaglio bustina di rosmarino.

Output



Fig. 143: soluzione finale proposta.

Conclusioni progettuali

Le innovazioni apportate si sono rivelate efficaci in termini di funzionalità in quanto sono stati raggiunti gli obiettivi prefissati. Non sempre è stata possibile una riduzione dei costi ma l'aspetto economico è stato sempre tenuto in considerazione cercando di non raggiungere costi eccessivi di realizzazione. L'aumento dei costi, per quel che riguarda la busta ci carta si è rivelato minimo, e, al netto del miglioramento nell'usabilità, necessario. I contenitori destinati alle spezie hanno registrato un netto abbassamento dei costi, che unito al risparmio di materia prima, potrebbe rivelarsi molto significativo su lungo periodo. L'inserimento di un sistema per la riconoscibilità ha rappresentato una novità molto importante in termini di cura del dettaglio e dignità percepita ed è forse quello che ha riscontrato maggior entusiasmo da parte dell'utenza d'uso rappresentando una notevole semplificazione, anche per l'utenza di gestione. In conclusione si può affermare che, le proposte finali hanno registrato feedback quasi esclusivamente positivi e laddove non si è potuta verificare questa condizione, si è cercato di apporre le giuste modifiche sulla base delle critiche rilevate. Per il futuro del Food Lab, in caso in cui vengano rispettate le esigenze di costi e fattibilità su lunga durata, ci si augura l'introduzione su larga scala delle novità proposte e che queste possano rappresentare un significativo miglio-

ramento delle condizioni di accesso al cibo in situazioni caratterizzate da povertà alimentare senza tralasciare gli aspetti di sostenibilità economica con il fine di garantire a tutti e tutte le utenti un servizio migliore e che vada maggiormente incontro alle loro esigenze. La speranza di questo progetto è che possa, nel suo piccolo, rappresentare una risorsa importante per le persone in difficoltà, senza la pretesa di voler imporre una modifica nelle abitudini e nei comportamenti ma semplicemente offrendo un'alternativa, sostenuta da ricerca e sperimentazione, in grado di rivelarsi efficace.

Ringraziamenti

Un ringraziamento speciale in primis al Professor. Campagnaro per la disponibilità e la professionalità che non sono mai venute meno in ogni singola fase del progetto e che, anche nei momenti più bui ha sempre saputo illuminare la strada. Volevo inoltre ringraziare i miei genitori, Paola e Paolo, senza i quali non avrei potuto intraprendere questo percorso di studi, per il supporto e per l'affetto sempre dimostrati. Ringrazio anche mio fratello Matteo e mia sorella Laura per la vicinanza e l'interesse sempre mostrati e per essere sempre stati presenti nei momenti di difficoltà. Ringrazio inoltre i miei coinquilini Gaia, Michele e Dario, la mia seconda famiglia, che mi hanno accolto e fatto sentire sempre a casa accompagnandomi per buona parte del percorso e sostenendomi nei momenti difficili, e tutti gli amici e le amiche che mi sono state accanto e hanno camminato al mio fianco. Grazie a tutte e a tutti!

Bibliografia e sitografia

1. [1] Ufficio Studi di Ancc-Coop (Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori) con la collaborazione scientifica di Nomisma (2021), “Rapporto Coop 2021 – Economia, Consumi e stili di vita degli italiani di oggi e di domani (Anteprima digitale)”, <https://www.italiani.coop/download/rapporto-coop-2021-anteprima-digitale/?wpdmdl=17245&refresh=6190f594076591636890004>, (consultato il 20/10/2021)
2. [2] Commissione tematica ADI Food Design (2017), “ADI Food Design Manifesto”, <https://www.adi-design.org/upl/Immagini%20interne%20per%20le%20news/Food%20Design%20Manifesto%20180904.pdf>
3. [3] Zampollo F. (2015), Food Marketing, “A proposito di Food Design”, <http://www.food-marketing.it/food-design/a-proposito-di-food-design/>, (consultato il 23/10/2021)
4. [4] Istat (2021) “Rapporto annuale 2021”, https://www.istat.it/storage/rapporto-annuale/2021/Capitolo_1.pdf
5. [5] Fio.PSD con la collaborazione di Caritas (2020), “Instant Report” http://www.smes-europa.org/Instant-report_2020.pdf
6. [6] Actionaid (2020), “La pandemia che affama l’Italia – Covid-19, povertà alimentare e diritto al cibo”, <https://>

actionaid.imgix.net/uploads/2020/10/AA_Report_Poverta_Alimentare_2020.pdf

7. [7] Coldiretti (2018), “Consumi, 2,7 milioni di italiani costretti alla mensa dei poveri” , <https://www.coldiretti.it/economia/dati-e-numeri-poverta-in-italia>

8. [8] Da Rold C. (2020), Il Sole 24 Ore, “A proposito di Covid-19 e disuguaglianza: +40% di assistiti da Banco Alimentare”, <https://www.infodata.ilsole24ore.com/2020/08/05/proposito-covid-19-disuguglianza-40-assistiti-dal-banco-alimentare/> (consultato il 20/10/2021)

9. [9] FAO con la collaborazione di Unicef, IFAD, WFP e World Health Organization (2021), “The state of food security and nutrition in the world – Transforming food system for affordable healthy diets”, <https://www.fao.org/3/ca9692en/ca9692en.pdf>

10. [10] Campagnaro C., Ceraolo S., Passaro R. (2019), “Fighting food waste design toward the social”, Celid, 2019, Torino, pp. 213-216

11. [11] Porcellana V., 2018, “Costruire bellezza - Menzione speciale “risultati applicativi”, premio Siaa 2018”, <http://www.antropologiaapplicata.com/portfolio/costruire-bellezza/>

-
12. [12] <https://www.designboom.com/design/fingerfood-ring-plate-by-ken-goldman/>
 13. [13] <http://www.architetturaedesign.it>
 14. [14] <https://www.designlibero.com/portfolio/food-rings/>
 15. [15] https://www.martellatoprofessional.com/en-GB/0/0/0/1__c-p-0-0-33435-33441-33442-33447.aspx
 16. [16] <https://www.designboom.com/project/eat-with-your-fingers/>
 17. [17] <http://www.finger-dip.com/>
 18. [18] https://www.adnkronos.com/nutella-e-il-sogno-proibito-tutti-pazzi-per-il-finger-biscuit-ma-in-commercio-non-ce_2X9wHiB5Kpf1UGHftL0J0
 19. [19] https://www.adi-design.org/2015_f00547
 20. [20] <https://competition.adesignaward.com/design.php?ID=54674>
 21. [21] <https://competition.adesignaward.com/design.php?ID=54674>
 22. [22] http://www.packagingdesignarchive.org/archive/pack_details/2255-togo-burger

23. [23] <https://www.thepackagingcompany.com/knowledge-sharing/iconic-packaging-mcdonalds-happy-meal/>

24. [24] <https://www.behance.net/gallery/3980853/TOT-Take-away-Packaging>

25. [25] <https://www.behance.net/gallery/7906971/2-Go-Sandwich-Packaging>

26. [26] <https://www.behance.net/gallery/2333282/Take-Away>

27. [27] <https://www.behance.net/gallery/4013429/ENSO-SUSHI-BOX>

28. [28] <https://www.behance.net/gallery/1284855/Fast-Food-Packaging>

29. [29] https://www.adi-design.org/2020_f00687

30. [30] <https://www.passione-design.it/news-design/design/2013/01/24/e-commestibile-la-tazzina-di-caffe-di-lavazza-che-propone-il-design-sostenibile/>

31. [31] <https://www.bonappetit.com/entertaining-style/trends-news/article/disposable-coffee-cup-history>

32. [32] https://www.adi-design.org/2019_i00295

-
33. [33] <https://www.yankodesign.com/2020/07/17/flexible-origami-inspired-bottle-folds-down-to-a-compact-pocketable-size/>
 34. [34] <https://paperwaterbottle.com/>
 35. [35] <https://beachpackaging-design.com/boxvox/preston-grub-bss-spherical-wedge-shaped-juice-packs>
 36. [36] <https://www.yankodesign.com/2010/10/29/four-flavored-butter-spoon/>
 37. [37] <https://paperwaterbottle.com/>
 38. [38] <https://www.yankodesign.com/2012/09/20/simple-coffee-fix/>
 39. [39] <http://www.martasansoni.com/prodotti/youspoon/>
 40. [40] <https://www.yankodesign.com/2009/12/18/chopoon-or-spoon-cho/>
 41. [41] https://www.amefa.com/amefa/product_ranges/cutlery/amefa/3010_integral.aspx
 42. [42] <http://www.architetturaedesign.it>
 43. [43] <https://www.giulioiacchetti.com/?p=403&lang=it>

-
44. [44] <https://www.dezeen.com/2019/09/16/priestmangoode-sustainable-air-travel-plastic-design/>
45. [45] <https://www.kickstarter.com/projects/2130147656/fittbo-the-revolutionary-lunchbox>
46. [46] <https://thedieline.com/blog/2011/10/31/student-spotlight-chinese-meal-for-two.html?>
47. [47] <https://www.kickstarter.com/projects/prepd/prepd-colors>
48. [48] <https://www.behance.net/gallery/13548747/Elementaree-set>
49. [49] <https://eu.alessi.com/products/food-a-porter-lunch-box>
50. [50] Passaro R. (2021), "Food action: design against food poverty"

