

POLITECNICO DI TORINO
 FACOLTA' DI ARCHITETTURA 1
 Corso di Laurea in Architettura
Tesi meritevoli di pubblicazione

Kakaw trasformazione progettazione produzione e consumo

di Roberta Marsero

Relatore: Chiara Comuzio

Kakaw trasformazione progettazione produzione e consumo

Tutti conoscono l'invitante cioccolato, celebrato in festose kermesse, trasformato negli ultimi tempi in una moda dilagante ed in un fenomeno di costume.

L'idea di scegliere questo tema ludico ed insolito nella mia tesi, è nato dalla considerazione che trattandosi di un prodotto industriale necessita di un'approfondita progettazione. Questa è di competenza d'esperti di tecnologie alimentari, chimici, scienziati in grado di manipolare il prodotto a partire dalla sua composizione molecolare. Ma proprio questa perdita di naturalità del cioccolato, fa entrare in gioco la progettazione delle sue caratteristiche più esteriori o della sua interfaccia sensoriale. Deve essere percepito come appetibile, oltre ad esserlo nella sostanza.

TAV. 2
A. A. 2004/2005

Politecnico di Torino Facoltà di Architettura
TESI DI LAUREA: Kakaw: trasformazione, progettazione, produzione e consumo

Candidata: Roberta Marsero
Relatore: Arch. Chiara Comuzio

IL PERCORSO DEL CACAO



LA FASCIA DEL CACAO
Le piantagioni di cacao sono diffuse nella cosiddetta FASCIA del CACAO, cioè nelle regioni tropicali dell'Africa, del sud America e in Malesia ed Indonesia

Paese	in migliaia di tonnellate
Costa d'Avorio	530
Ghana	475
Indonesia	460
Nigeria	180
Brazile	150
Cameroon	130
Ecuador	85
Repubblica Democratica Congo	40
Papa Nuova Guinea	40
Malesia	40
Colombia	30
Mozambico	30



PIANTA FIORE FRUTTO SEME
Il cioccolato viene dalla pianta del cacao, un albero alto 5 metri che fiorisce in tutte le stagioni



PRIME FASI IN PIANTAGIONE



FERMENTAZIONE ED ESSICCAZIONE: i semi fermentano dentro casse ricoperte di foglie di banano per eliminare la polpa che li circonda, poi vengono posizionati ai soie per ridurne l'umidità



PRIME FASI IN PIANTAGIONE
CALIBRATURA CUST-TEST IMBALLAGGIO
La calibratura seleziona i semi in base alla grandezza. Il cust-test o taglio delle fave verifica a campione la qualità del seme. Per l'imballaggio si usano sacchi di juta

Mercato di esportazione fisico o dell'effettivo

Offerta: compagnie di commercializzazione
Domanda: compagnie mercantili Agenti Dealers Brokers Compagnie di trasformazione

COMMERCIALIZZAZIONE ALL'INTERNO DEL PAESE PRODUTTORE

Trasferimento delle fave verso il mercato di esportazione localizzato nel porto di imbarco



Arrivo nel paese importatore
trasformatore, consumatore localizzato nel nord del mondo

Mercato mondiale a termine o di carta

Offerta: Agenti Dealers Brokers
Domanda: Industria di trasformazione



INDUSTRIA DI TRASFORMAZIONE

ACQUIRENTI FINALI

GROSSISTA
↓
G.D.O.
Piccola distribuzione
↓
CONSUMATORE FINALE







Il percorso del cacao

Il risultato di ricerca è un percorso che parte dalla descrizione dell'iter commerciale delle fave di cacao fino alla trasformazione nel materiale cioccolato, punto di partenza per un progetto che si colloca nell'ambito sempre più frequentato del food design.

Emerge il legame con il territorio piemontese, la cui produzione storicamente insediata si divide tra i maestri artigiani che gestiscono le imprese a livello familiare con produzione artigianale e distribuzione urbana e regionale e la media- grande industria con produzione in serie e distribuzione capillare legata a dei progetti d'immagine e comunicazione.

Negli ultimi tempi entra in gioco la figura del progettista esterno all'industria di produzione. L'industria ha una produttività interessante, ma deve conquistare segmenti di mercato sempre più alti, per cui necessita di spinte verso l'innovazione ridisegnando strategie di progetto attraverso nuove configurazioni del sistema prodotto e nuove connessioni con i circuiti della comunicazione. Questo ha fatto sì che l'individuazione di nuove tipologie di cioccolato doveva coinvolgere tutto l'entourage del mondo del design e dell'architettura.

TAV. 5
A. A. 2004/2005
Politecnico di Torino Facoltà di Architettura
Candidata: Roberta Marsero
TESI DI LAUREA: Kakaw: trasformazione, progettazione, produzione e consumo
Relatore: Arch. Chiara Comuzio

ARCHETIPI

Il cioccolato assimilabile ad un materiale duttile e trasformabile, risulta un campo ricco di invenzioni. Ci si muove tra evoluzioni formali, fino a vere innovazioni come l'architettura dello svizzero Toblerone, che invita ad un particolare gesto per spezzarne le porzioni.


In passato il progetto di cioccolato è anonimo, ideato cioè dal maestro cioccolatiere, dal proprietario della piccola azienda o all'interno della grande azienda.

Per alcuni di queste nuove forme c'è un progetto di pack, il primo che segue questa tendenza è il gianduiotto, il primo ad essere incartato per semplificarne la vendita. Imballaggio e confezione seguono l'idea dell'atto della grande distribuzione, che in pochi anni trasforma le abitudini del consumo degli italiani.

Per alcune forme c'è anche un progetto di comunicazione, il successo del bacio è legato alle celebri frasi d'amore.

CIBO E PROGETTO

Glanduotto



Cioccolato gianduiotto, una pasta tenera e morbida a base di cacao, pinoli, burro di cacao e noccioline "bionde e gentili" delle Langhe. L'idea di amalgamare al cioccolato le noccioline tostate si ritiene viene a Michele Prochet nel 1852, titolare del laboratorio "Prochet Gay & C." in Piazza San Carlo 1, Torino. Agli inizi la lavorazione è manuale: gli altri "cioccolati" sceglieranno il cioccolato danubio la caratteristica forma a spicchio con due rotelle, nelle attuali produzioni industriali, il gianduiotto assume la sua forma con il metodo del telaietto a estrusione.

Nel 1908 lo svizzero Jean Tobler, disegna la barra pralinata: serie di triangoli affiancati l'uno all'altro, che invoca la montagna svizzera. Toblerone è un gioco di parole sul nome Tobler e torrone, la dolce italiana per il nougat al miele-mandorle. Il successo del prodotto è legato alla forma che invita il gesto di spezzare le porzioni.

Progettato dal cav. Aldo Majani di Bologna nel 1911, in occasione del concorso per il bacio della Fiat "Tipo 4". Cioccolato a forma di disco con 4 strati affarati di cioccolato e pasta di mandorle. Sulla cartina il marchio originale della casa torinese.


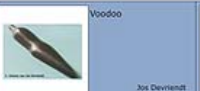


Creato da Luisa Spagnoli, moglie di Francesco Butters nel 1922, che lo chiama "cacciatore", perché la forma tocca e rassomiglia ad un uccello; diventerà "Bacio" che meglio definisce un cioccolato disco. Succesiva trovata: legato alla fantasia di Federico Seneca, creativo della Perugini, che negli anni '30 gli dà la parola, distribuiti con celebri frasi d'amore.

Commercializzato per la prima volta in Italia da Ferrero nel 1968, è tuttora l'unica pralina esistente ripiena di caffè liquido.

Lanciato sul mercato dalla Ferrero nel 1982, ne è diventato in pochi anni leader.

CIOCCOLATO E PROGETTO

Celebri designers

 Tu veux un sommet Jan Godjny	 Voodoo Jos Devrient	 Berg en dal Piet Stockmans	 Topolina Siegfried Debusch
--	--	--	--

La gara della confezione è a tema di gusto praline. Il suo nome "Voodoo" è un riferimento "che alla punta". L'invito è così colorato e giocato sul nome che gli stessi, ogni tanto, ogni tanto è cambiato forma ed evoluta di più, in un'azione tra cioccolato e praline.

Primo come gli altri, questo cioccolato praline sembra una fantasia. Praline prima possono apparire a forma di una persona reale. A seconda della praline è stato dal praline: mandorle, noccioli, torrone, cioccolato e mandorle è un bacio, brandy tutti sono e altri.

Berg en dal significa "montagna e valle", ed è così come un cioccolato. Questo stile era fin anche negli altri prodotti, in questo modo.


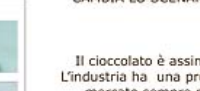
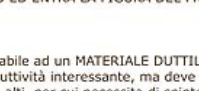
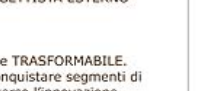
Una pralina è realizzata con un miscuglio di cioccolato bianco ripieno di caffè, noccioli praline e di mandorle tostate.

Nei pasticcini, dolci, dessert, praline, è la sostanza praline, la praline con dolce. Un pasticcino è un pasticcino con cioccolato.

I colori della passione si traducono in cioccolato fondente, pralina alla nocciolina e mandorle praline.

CAMBIA LO SCENARIO ED ENTRA LA FIGURA DEL PROGETTISTA ESTERNO

Il cioccolato è assimilabile ad un **MATERIALE DUTTILE** e **TRASFORMABILE**. L'industria ha una produttività interessante, ma deve conquistare segmenti di mercato sempre più alti, per cui necessita di spinte verso l'innovazione ridisegnando strategie di progetto attraverso nuove configurazioni del sistema prodotto e nuove connessioni con i circuiti della conoscenza e della comunicazione. Questo ha fatto sì che l'individuazione di nuove tipologie di cioccolato non poteva e non doveva risiedere esclusivamente all'interno dell'industria di produzione, ma doveva coinvolgere tutto l'entourage del mondo del design e dell'architettura.

 Pyratine Nucleo	 Lune de miel Zerstre	 Golossimetro Paolo Utian	 Coffee Drop Splash Radi designers
---	---	--	---

Glanduottoh Luna rivisitazione storica della tradizione piemontese. Per l'occasione la forma del cioccolato praline, è interpretata in una pralina e dal punto di vista estetico con uno stile.

Disegnato per alleggerire i momenti di stress, il progetto marca è stata acquistata da una grande azienda per cioccolato che presso la nuova pralina.

La forma ricorda quella di un righello di scuola, ma con questo accenno ogni cioccolato è in grado di misurare la propria pralina.

Disegnato per adattarsi alle differenti forme di caffè, il cioccolato con il suo bacio di una "donna in nero" è stato "con il caffè senza cioccolato". Presentato a Parigi nel 1998.

Cioccolato e progetto

Studenti e professionisti si sono cimentati nell'ideazione di nuovi cioccolatini: nei lavori è difficile imbattersi in elaborazioni puramente formali, è invece sempre percepibile la tensione progettuale che tende a far emergere l'essenza e la qualità del cioccolato, la sua morfologia, l'attenzione alle modalità di produzione e di consumo.

TAV. 7 Politecnico di Torino Facoltà di Architettura Candidata: Roberta Marsero
A. A. 2004/2005 TESI DI LAUREA: Kakaw: trasformazione, progettazione, produzione e consumo Relatore: Arch. Chiara Comuzio

CIOCCOLATOTERAPIA

Esigenze che nascono da attenzione al mercato e nuova limitazione del fumo

Target adulto

Gli adulti che acquistano cioccolato per sé o per altri, lo fanno in modo furtivo e solitario, pensano di essere deboli, sono frenati e si nascondono. E' giunto il momento di disinibirli e rassicurarli dai sensi di colpa perché il cioccolato favorisce l'attività celebrale, dà una sferzata d'energia, innalza il livello d'umore.

Sportivo

Apertura del cioccolato, la carica energetica, la funzione eccitante e la "caloricità", un integratore "quasi" naturale.

Obiettivo

Lo trova "pieno", "satisfacente", e si accorge della sua capacità di migliorare i rapporti sociali, nuovi lutti.

Passionale

Il cioccolato è un piccolo momento "individuale", di autoaffermazione, da fare "soddisfazione" quotidiana.

Compensativo

Lo usa come "rincorsa" a piccoli momenti "lavorativi", lo chiama "piccolo cioccolato", da assumere "lungo" la giornata.

Requisiti

Cioccolatino



Gusto forte
Grammatura bassa
Minimo apporto calorico


Target adulto

Pack a contatto con il cioccolato



Difendere le caratteristiche organolettiche del prodotto
Impermeabile a luce, gas e vapore
Consentire un secondo utilizzo dopo il consumo del prodotto

Cioccolatino



Minima dimensione per non doverlo dividere per non doverlo toccare con le mani

Luogo del lavoro

Pack a contatto con il cioccolato



Dimensione contenuta
Utilizzabile in movimento
Uso individuale e collettivo
Meno scarto possibile
Ermetica anche dopo l'apertura

Pack esterno




Mantenere inalterate le caratteristiche del prodotto
Ermetica, rigida, leggera e impilabile
Facilitare la movimentazione senza danneggiare il prodotto
Riporta obbligatoriamente produttore, ingredienti, peso e data di scadenza
Deve comunicare identità del prodotto
Trasmettere naturalità e riconoscibilità
Accattivante
Logo facilmente memorizzabile e incisivo

Luoghi di vendita

Prestazioni richieste



Gusto forte
Grammatura bassa
Minimo apporto calorico
Minima dimensione per non doverlo dividere per non doverlo toccare con le mani



Difendere le caratteristiche organolettiche del prodotto
Impermeabile a luce, gas e vapore
Consentire un secondo utilizzo dopo il consumo del prodotto
Dimensione contenuta
Utilizzabile in movimento
Uso individuale e collettivo
Meno scarto possibile
Ermetica anche dopo l'apertura



Mantenere inalterate le caratteristiche del prodotto
Ermetica, rigida, leggera e impilabile
Facilitare la movimentazione senza danneggiare il prodotto
Riporta obbligatoriamente produttore, ingredienti, peso e data di scadenza
Deve comunicare identità del prodotto
Trasmettere naturalità e riconoscibilità
Accattivante
Logo facilmente memorizzabile e incisivo

Luogo del lavoro

Il cioccolato svincolato dai luoghi canonici, entra nel contesto lavorativo dove si vivono momenti stressanti. E' un piccolo aiuto quotidiano che allevia lo stress, regala relax, può dare una mano alla carriera.

Il rito della degustazione viene unito a quello contemporaneo del movimento. Lo metto in borsetta, nel taschino della giacca, e lo porto a passeggio.

Luoghi di vendita

Il cioccolato viene distribuito nei punti vendita della G. D. O., nei bar e tramite distributori

Atari Eggs	Atari Eggs	Atari Eggs
Nasce: Svizzera 1983	Nasce: Svizzera 1983	Nasce: Svizzera 1983
Composizione: cioccolato con ripieno alla menta	Composizione: cioccolato con ripieno alla menta	Composizione: cioccolato con ripieno alla menta
Distribuito: Italia S.p.A.	Distribuito: Italia S.p.A.	Distribuito: Italia S.p.A.
Confezione: 1 pezzo da 38 gr	Confezione: 1 pezzo da 38 gr	Confezione: 1 pezzo da 38 gr
Misura: 2,5x1,5x1,5 cm	Misura: 2,5x1,5x1,5 cm	Misura: 2,5x1,5x1,5 cm
Atari Eggs	Atari Eggs	Atari Eggs
Nasce: Svizzera 1983	Nasce: Svizzera 1983	Nasce: Svizzera 1983
Composizione: cioccolato con ripieno alla menta	Composizione: cioccolato con ripieno alla menta	Composizione: cioccolato con ripieno alla menta
Distribuito: Italia S.p.A.	Distribuito: Italia S.p.A.	Distribuito: Italia S.p.A.
Confezione: 22 pezzi da 38 gr	Confezione: 22 pezzi da 38 gr	Confezione: 22 pezzi da 38 gr
Misura: 2,5x1,5x1,5 cm	Misura: 2,5x1,5x1,5 cm	Misura: 2,5x1,5x1,5 cm
Atari Eggs	Atari Eggs	Atari Eggs
Nasce: Svizzera 1983	Nasce: Svizzera 1983	Nasce: Svizzera 1983
Composizione: cioccolato con ripieno alla menta	Composizione: cioccolato con ripieno alla menta	Composizione: cioccolato con ripieno alla menta
Distribuito: Italia S.p.A.	Distribuito: Italia S.p.A.	Distribuito: Italia S.p.A.
Confezione: 4 pezzi da 38 gr	Confezione: 4 pezzi da 38 gr	Confezione: 4 pezzi da 38 gr
Misura: 2,5x1,5x1,5 cm	Misura: 2,5x1,5x1,5 cm	Misura: 2,5x1,5x1,5 cm

Cioccolatoterapia

Gli adulti che acquistano cioccolato per sé o per altri, lo fanno in modo furtivo e solitario, pensano d'essere deboli, sono frenati e si nascondono. E' giunto il momento di disinibirli e rassicurarli dai sensi di colpa perché il cioccolato favorisce l'attività celebrale, dà una sferzata d'energia, innalza il livello d'umore.

Il cioccolato svincolato dai luoghi canonici, entra nel contesto lavorativo dove si vivono momenti stressanti. E' un piccolo aiuto quotidiano che allevia lo stress, regala relax e può dare una mano alla carriera.

Il rito della degustazione viene unito a quello contemporaneo del movimento. Lo metto in borsetta, nel taschino della giacca e lo porto a passeggio.

CIOC&GO project si propone come il nuovo business piemontese, da gustare in ufficio od in giro per la città. Destinato ad un target adulto e lavoratore, risponde a must imprescindibili quali la domanda del mercato, la fattibilità tecnica ed economica, l'etica ambientale e l'innovazione progettuale. E' prevista la vendita presso i punti GDO.

Per ulteriori informazioni, e-mail:

Roberta Marsero: robertamarsero@libero.it