

PROGETTAZIONE *alimentare*

Food
DESIGN

#005

Ultra-food in pearls

Any food
and beverage

Water, salt
and territory

SUSUMU KOYAMA
Constanza Gandini

Microvita 2050

ARTISANS OF THE TASTE

Chef-coach, two-in-one.
Is it possible?

The taste
of change

MIX & MOOD

OurWiki
edible skin

€ 10,00 - L. 5 10,00 GB: GBP 8,00 - E. € 9,00 - P. € 9,00 - CH CHF 13,50 - CH (T) CHF 12,00
Spedizione in Abbonamento Postale - D.L. 353/2003 (convertito in Legge 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, LOMI

5.000 ITALY ONLY
Poste, Italiane S.p.A.



scientific
board



Paolo Barichella
Teorico del Food Design



Nerina Di Nunzio
Social media
& Marketing expert
del settore Food
[@nerinadinunzio](#)



Ilaria Legato
Direttore IED
Comunicazione Roma
PR e comunicatrice
del Food Design



Mauro Olivieri
Architetto
e Food Designer



Marco Pietrosante
Responsabile
Master ISIA Roma Design
Consigliere ADI Food Design



Raffaella Scognamiglio
Food Design, Event &
Communication Specialist
and International Relations
Specialist



Francesco Subioli
Coordinatore del Master
di Food Design IED
e Consigliere ADI



Hanno collaborato a questo numero/The following contributed to this issue:
Elviro Di Meo, Paolo Barichella, Ilaria Legato, Paola Guidi, Raffaella Scognamiglio, Annamaria Maffina, Simona Cazzaniga, Nerina Di Nunzio

È vietata la riproduzione anche parziale
All rights reserved

Testi, disegni e materiale fotografico non si restituiscono
Texts, drawings and photographs will not be returned

Direttore editoriale/Managing Editor
Carlo Ludovico Russo
c.russo@designdiffusion.com

Direttore responsabile/Editor
Francesca Russo
f.russo@designdiffusion.com

Direttore del comitato scientifico
Paolo Barichella

Graphic design
Antonietta Scuotri
a.scuotri@ddworld.it

Graphic layout
Fabio Riccobono
f.riccobono@ddworld.it

Photo editing
Laura Sansotera
l.sansotera@ddworld.it

Redazione/editorial staff

Project
Paola Moltani,
Claudio Moltani

Hospitality & Society
Paola Moltani
p.moltani@ddworld.it

Food & Lifestyle
Claudio Moltani
c.moltani@ddworld.it

Traduzione/Translation
Chiara Omboni

Design Diffusion World srl
Redazioni/Editorial Offices
Via Lucano 3, 20135 Milano
Tel. 02/5456102 - Fax 02/54121243
www.designdiffusion.com
www.designdiffusion.tv

Advertising
DDA Design Diffusion Advertising srl
Via Lucano 3, 20135 Milano
Tel. 02/5456102 - Fax 02/54121243
Ufficio traffico/traffic department
Daniela D'Avanzo
d.davanzo@ddadvertising.it

Contabilità/Accounting
Norberto Mellini
n.mellini@ddadvertising.it

Ufficio abbonamenti
Numero Verde 800/318216
Tel. 02/5456102 - Fax 02/54121243

Reg. Tribunale Milano n./Milan Court
ISCRIZIONE N° 128 del 08/04/2014
ISSN 2385-0612

Magazine binding
BitGraph srl
Via Vittorio Veneto, 8
20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. 02 92278515

Design Diffusion World
edita le testate / Includes also heads:
DDN Design Diffusion News, OFARCH,
Ofx System, Casa Di, Decor Living, DDN
Edizione Russa, DDB Design Diffusion
Bagno, DHD Hotel Design Diffusion,
DDN Cucine International, Hot Cold, D*Lux,
DDN Köln Design, DDN New York Design,
DDN Mosca Design, DDN Milano Design,
DDN Londra Design



contents



NEWS 8

a cura della redazione

the PROJECT 20 **ULTRACIBO IN PERLE**
Ultra-food in pearls

Paola Molteni

PROJECT 24 **UNA VIGNA È UNA VIGNA E UNA VIGNA**
A vineyard is a vineyard and a vineyard

Claudio Moltani

28 **DOLCE DA MEDITAZIONE**
A meditation sweet

Paola Molteni

32 **ACQUA, SALE E TERRITORIO**
Water, salt and territory

Claudio Moltani

FOOD HISTORY 38 **ACETO, UNA STORIA ULTRAMILLENARIA**
Vinegar, a thousand-year-old history

Claudio Moltani

42 **POCKET ENERGY**

Paolo Barichella

CHEF INNOVATION 46 **SUSUMU KOYAMA**
52 **CONSTANZA GANDINI**

Nerina Di Nunzio
Claudio Moltani

FOOD & SOCIETY 56 **MICROVITA 2050**
58 **COMPRO E MANGIO (ON LINE), DUNQUE SONO!**
I buy and eat (online), therefore I am!

Paola Molteni
Claudio Moltani

60 **LE NUOVE FRONTIERE DEL DIRITTO**
The food design and the new frontiers of the law

Simona Cazzaniga

64 **IL TREND DELLA LENTEZZA**
The slowness trend

Paola Guidi

HOSPITALITY & MANAGEMENT

- 68 **LA SALA DEL GUSTO**
The room of the taste
- 70 **MEANTIME BREWERY**
- 74 **IKARUS CONCEPT**
- 80 **ARTIGIANI DI SAPORI**
Artisans of the taste

Elviro Di Meo

Paola Molteni
Paola Molteni
Paola Molteni

FOOD & LIFESTYLE

- 86 **THE BIG MEAL**
- 88 **DALLA FABBRICA AL CIOCCOLATO**
From the factory to the chocolate
- 90 **CHEF-COACH, DUE IN UNO. POSSIBILE?**
Chef-coach, two-in-one. Is it possible?
- 94 **GUSTARE IL COLORE**
Taste the colors
- 98 **EL CAMINANTE**

Raffaella Scognamiglio
Claudio Moltani

Claudio Moltani

Annamaria Maffina

Paola Molteni

TOOLS

- 102 **CERIMONIA DEL TÈ 2.0**
Tea Ceremony 2.0
- 104 **MIX & MOOD**

Paola Molteni

Claudio Moltani

EXHIBITION

- 108 **L'ARTE DEL BRINDISI**
The art of the toast
- 110 **THE TASTE OF CHANGE**

Paola Molteni

Paola Molteni

FOOD IN

- 116 **BOOKS**
- 120 **COS'È E COSA NON È**
What it is and what is no

A cura della redazione
Ilaria Legato



38



74

52





HOSPITALITY & MANAGEMENT

la SALA del GUSTO

The room of the taste

txt: Elviro Di Meo
 ph: Michele Calocero
 project: Diego Granese
 lighting: Filippo Cannata
 #pomodoro #biblioteca

È la casa di tutti gli chef, di giornalisti enogastronomici, di tutti gli amanti della buona tavola. Lo spazio di rappresentanza di Finagricola, dedicato al food e alla degustazione dei suoi pomodori, è un laboratorio di idee, dove sperimentare antiche ricette e accogliere gli ospiti.

This is the house of all chefs, of wine&food journalists, of all lovers of good food. We are talking about the representative office of Finagricola dedicated to food and to the tasting of tomatoes, where you can experiment new ideas, ancient recipes, as well as welcome your guests.

La Sala del Gusto è un concept progettuale, prima ancora che un luogo fisico, nato all'interno dell'azienda Finagricola di Battipaglia - una delle maggiori realtà industriali europee nel settore agro-alimentare - dedicato alla presentazione e alla commercializzazione dei prodotti di un brand di eccellenza, consolidato sul mercato internazionale. Uno spazio, disegnato dall'architetto Diego Granese, che si configura come un laboratorio di idee. Illuminata da Filippo Cannata, che ha enfatizzato, con il suo intervento illuminotecnico, la matrice compositiva, trasformando la luce in uno strumento di comunicazione del marchio, la sala accoglie eventi di degustazione rivolti ai consumatori finali, ai distributori, ai clienti italiani ed esteri. È la casa di tutti gli chef, di giornalisti enogastronomici, di tutti gli amanti del saper mangiar bene, e racconta le specialità alimentari che fanno grande l'Italia nel mondo. "Questo è

uno spazio di rappresentanza, che ho fortemente voluto, dove alcuni nomi autorevoli della cucina italiana, come Peppe Guida o Bruno Barbieri - (uno dei tre super cuochi di MasterChef, ndr) -, a cui è legata l'immagine della nostra azienda, sperimentano le loro ricette, danno lezioni di cucina, preparano piatti gustosi da condividere con gli ospiti". A parlare è Massimiliano Palo, uno dei soci proprietari di Finagricola, nonché responsabile del progetto Sala del Gusto. L'interno, dalle nuance calde e accoglienti, oltre alla cucina attrezzata, volutamente lasciata a vista per far osservare tutte le fasi di preparazione del cibo, presenta una ricca libreria. Una sorta di piccola biblioteca del gusto, dove sono raccolti i ricettari legati all'antica cultura campana. Un'eredità storica, fatta di tradizioni, da trasmettere nel tempo. Ma anche libri sulle proprietà nutritive del pomodoro - che è il principale prodotto dell'azienda -, sulle

tecniche di coltivazione, fin dalla sua comparsa in Italia, sui sistemi di trasformazione e sull'ampia versatilità di consumo. L'uso 'dell'oro rosso' in prodotti destinati a durare per tutto l'anno ha origini lontane. Pomodori tagliati ed essiccati al sole o spremuti, attraverso la cottura a fuoco lento, sono testimoniati già nel Settecento, nelle zone più rurali dell'ager campanus. La Sala del Gusto, progettata con grande cura dei particolari, non è solo un invito alla scoperta della buona tavola. È un omaggio al design contemporaneo italiano, con la presenza di brand che hanno contribuito, con le loro creazioni, ad arredare lo spazio, rendendolo ancora più affascinante. E tra i vecchi pamphlet che raccontano i colori e i sapori della terra salernitana, trovano posto le pregiate

pubblicazioni sulla storia del design, sui maestri che lo hanno reso grande e sulle icone che hanno imposto stili e tendenze. Il fiore all'occhiello di Finagricola è, soprattutto, l'ambiente, ideale per ricevere delegazioni estere, invitate dall'ICE (Istituto nazionale per il Commercio Estero). Agli ospiti, come spiega l'ingegnere Palo, viene offerta la degustazione dei pomodori, presentati nelle varie tipologie, accompagnati da crostini o da semplici fette di pane fatto in casa. "Siamo nostalgici del passato. Rispetto agli attuali sistemi produttivi, lavoriamo il pomodoro ancora con la forza delle sole mani. Niente è affidato alle macchine: né la semina né il raccolto. È come confezionare un abito sartoriale, fatto su misura per il cliente, che sa apprezzare la qualità e premiarla".



La Sala del Gusto (The room of the taste) is rather a design concept than a real place, created within the headquarters of Finagricola, a company located in Battipaglia, a town and municipality in the province of Salerno, in the Campania region, one of the major European industrial areas in the food farming sector, where are displayed and sold products manufactured by a brand of excellence, well established on the international markets. The place has been designed by architect Diego Granese, and it is rather a lab of ideas. Lightened by Filippo Cannata, whose technical-light intervention enhanced the compositional frame, turning the light into a communication tool of the brand - the hall hosts food tasting events addressed to end users, distributors, Italian and international guests. It's the house of every chef, of wine&food journalists, of all lovers of good food, and here are showcased many delicatessens which make Italy globally renown. "This is a representative space, which I intensely wanted, where some important names of Italian cuisine such as Peppe Guida or Bruno Barbieri (one of the three magical cooks of Master Chef (editor's note), to whom our corporate image is linked, experiment new recipes, give kitchen lessons, prepare tasty dishes to be shared with guests". These words were pronounced by Massimiliano Palo, one of the partners-founders of Finagricola, as well as responsible for the project Sala del Gusto (The room of the taste). The interior displays warm and welcoming tones, an exposed kitchen that intentionally makes visible all the stages of the food preparing, features a rich bookcase. It is a sort of library of the taste, where old recipe books

from Campania are gathered together. An historical heritage made of traditions to be passed over time. But it also includes some books concerning the nutritional facts of tomatoes - the main product of the factory - the ways of cultivating it, since its very first appearance in Italy, the ways in which it can be transformed, and various ways in which it can be used. The use of the 'red gold' for products that must last the whole year has remote origins. Cut and sun-dried, or squeezed and cooked under a low flame tomatoes are found already in the Seventeenth Century, in the most rural parts of Campania region. The room of the taste, designed with a keen attention to details, it is not simply an invite to discover the good cook. It is rather an homage to the contemporary Italian design, where are displayed several brands that contributed to furnish spaces, making them more charming. Among old pamphlets which narrate the colors and tastes of Salerno's territory, you can also find the exclusive editions on the history of design, on masters which let it be known, and on icons that imposed their styles and trends. The pride and joy of Finagricola is the environment, the ideal place to welcome foreign delegations invited by Ice (the Italian trade Agency). The guest are invited - as explained engineer Palo - to taste tomatoes, displayed in different typologies, accompanied with sliced or toasted bread or homemade bread. "We miss the past. Unlike modern manufacturing systems, we mainly process tomatoes manually. Nothing is entrusted to machines: neither the sowing, nor the harvest. It's like a tailor-made suite, customized for a client who's able to appreciate the real quality and to honor it".

Progettato dall'architetto Diego Granese, lo spazio è stato illuminato dal lighting designer Filippo Cannata, che ha valorizzato la matrice compositiva, trasformando la luce in uno strumento di comunicazione del brand. Designed by architect Diego Granese, the place has been lighted by the lighting designer Filippo Cannata, who enhanced its composition, turning the light into a brand communication tool.