

Ma che bisogno abbiamo del food styling?! Ma che bisogno abbiamo dell'experience?!

Piccoli passi di autoconsapevolezza.

15 Giugno 2021

Valentina Lasagni

Buongiorno!

Una voce ci accoglie in cucina, noi ricambiamo, ancora assonnati. Ci versiamo il caffè, prendiamo la confezione di cereali e la bottiglia del latte, oppure facciamo sprofondare la mano nel sacchetto dei biscotti dove ne afferriamo uno e lo intingiamo nella nostra tazza.

Sgranocchiando la nostra colazione assaporiamo mille gusti e sentiamo che era quello che ci voleva per iniziare la giornata.

Questo è il “film” che un individuo vede ogni mattina, ma in realtà cosa è successo?

Buongiorno-> confort

Caffè-> profumo

Cereali-> suono + immagine sul packaging

Latte-> Pack freddo sapientemente graficizzato

Biscotti-> Packaging grafico + piacevoli al tatto

Come potete vedere il nostro cervello ha avuto una quantità incredibile di stimoli che comprendono vista, udito, tatto, gusto.

La piacevolezza e l'immersione in un “*momento*” sono dati non solo da un singolo aspetto, ma da molteplici. L'assaporare un piatto è dunque un “attimo”, enfatizzato dal contesto.

Packaging e Food Style

Questo argomento lo abbiamo già visto in articoli precedenti, ma mai associato al packaging.

Piero Camporesi, storico e antropologo dell'alimentazione, ha sottolineato il ruolo pervasivo che il confezionamento ricopre nella contemporaneità analizzando il debordare dell'imballaggio in un campo così esteso dell'esperienza umana da essere divenuto un riconoscibile segno stilistico della stessa modernità, tanto da assumerne un valore addirittura fondante.

Ahime, questo è un tema che andrebbe al momento trattato in ottica di sostenibilità, cosa che non avviene, ma noi lo vedremo come elemento narrante nella nostra esperienza.

| Il food style e il pack vanno a braccetto.

Per darvene un'idea, prenderò in analisi un'evoluzione a mio avviso splendida operata dalla Kellogg's.

Gusto classico, immagine pulita, cereali semplici.

Accento su semi, cereali arricchiti anche nella tazza, che ci fanno sentire in pace con la dieta anche solo guardando l'immagine.

Uno slancio che fa venire voglia di addentare subito questo mix di croccantezza in una tazza di latte fresco. Non ingrasserà, ma darà energia.

L'immagine scelta esalta il prodotto, ma ci fa percepire anche sensazioni prima di aver effettivamente mangiato il contenuto della confezione.

Scegliere l'immagine giusta aumenta la probabilità di vendita (e non solo per la grande distribuzione).

Molti esempi nel settore pubblicitario dichiarano a gran voce la necessità di immagini studiate e non improvvisate a caso da funamboli "photo-smartphone-reporter".

Ormai da 14 anni mi occupo di grafica e da 12 lavoro per il settore food. Molti clienti che ho incontrato si sono gettati, causa costi e anche poca attenzione forse, in banche immagini e fotoritocco, ma tanti altri hanno deciso di affidarmi grafica e visual per le loro produzioni ed i loro pack, consentendomi di lavorare in team con fotografi specializzati

In tal caso l'immagine è stata studiata in funzione a branding, target e destinazione d'uso.

Un'immagine fatta per i social non sempre può essere utilizzata per una pagina su una rivista di settore.

EXPERIENCE+FOOD STYLE For events

Nuova esperienza lavorativa che unisce la mia prima passione (l'arte) alla cucina, è la consulenza in eventi esperienziali attorno a cene.

Immaginate di prenotare per una cena in un locale che conoscete. Piccolo, riservato, pochi posti ed easy. La serata ha menù fisso che rispecchia lo stile dello chef, ma ha un tema: il Mare.

Vi accomodate, la stanza che vi accoglie è molto minimalista. Le stoviglie sono pulite e cristalline.

Il menù è veloce, una carrellata di degustazione. Impiattamenti puliti, semplici, che ben scindono gli ingredienti quasi ad accompagnare ogni portata in un percorso. Ma la cosa che più renderà la serata interessante sarà il suono del mare che inizierete a percepire attorno a voi con discrezione e lo spettro di luci che le videoproiezioni creano sul soffitto e sulle pareti in concomitanza cromatica rispetto ai piatti.

Rimandi sonori, olfattivi e visivi sono stati collocati nella location per enfatizzare quella cena che diventa così esperienziale.

Ciò amplifica l'esperienza del cibo, del sapore e del piatto piacevole alla vista.

Dunque cosa mangiamo lo scegliamo davvero in totale autonomia?

Se stai leggendo questo articolo e pensi di essere libero da costruzioni marketing architettate per farti addentare frutta fresca bio colta da un ramo, o da raggiri per sentire che hai davvero necessità di mangiare quell'hamburger a tre strati con quella salsa filante ma che in realtà è realmente una tua scelta fatta in autonomiaallora...ti invito a fare un esperimento.

Esci e recati in un supermercato circa alle 16 del pomeriggio..sotto il sole.

Vai al banco frigo o dei surgelati e osserva la scia dei gelati. Quale ti ispira di più e quale di meno. Alla fine prendili entrambi e a casa...valuta le immagini sulla confezione, la grandezza del pack, la forma del gelato, i particolari fotografici e la scelta cromatica, nonché l'uso delle parole e la percezione al tatto della carta.

Buon esperimento..e buon gelato!

TAG: *food style, estetica del food, cibo*

Avvertenza

La pubblicazione di contributi, approfondimenti, articoli e in genere di tutte le opere dottrinarie e di commento (ivi comprese le news) presenti su Filodiritto è stata concessa (e richiesta) dai rispettivi autori, titolari di tutti i diritti morali e patrimoniali ai sensi della legge sul diritto d'autore e sui diritti connessi (Legge 633/1941). La riproduzione ed ogni altra forma di diffusione al pubblico delle predette opere (anche in parte), in difetto di autorizzazione dell'autore, è punita a norma degli articoli 171, 171-bis, 171-ter, 174-bis e 174-ter della menzionata Legge 633/1941. È consentito scaricare, prendere visione, estrarre copia o stampare i documenti pubblicati su Filodiritto nella sezione Dottrina per ragioni esclusivamente personali, a scopo informativo-culturale e non commerciale, esclusa ogni modifica o alterazione. Sono parimenti consentite le citazioni a titolo di cronaca, studio, critica o recensione, purché accompagnate dal nome dell'autore dell'articolo e dall'indicazione della fonte, ad esempio: Luca Martini, La discrezionalità del sanitario nella qualificazione di reato perseguibile d'ufficio ai fini dell'obbligo di referto ex. art 365 cod. pen., in "Filodiritto" (<https://www.filodiritto.com>), con relativo collegamento ipertestuale. Se l'autore non è altrimenti indicato i diritti sono di Inforomatica S.r.l. e la riproduzione è vietata senza il consenso esplicito della stessa. È sempre gradita la comunicazione del testo, telematico o cartaceo, ove è avvenuta la citazione.
