

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

INGREDIENTI ALIMENTARI

Luglio/Agosto 2021
anno 20 - numero 117



Poste Italiane spa - Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1 comma 1 MBPA NORD OVEST - n. 4/2021 - JP - ISSN 1594-0543

tel: +39 095 7725855 | fax: +39 095 7724894 | e-mail: info@pistacchiospa.it | www.pistacchiospa.it




CHIRIOTTI
EDITORI

10064 PINEROLO - ITALIA
Tel. 0121393127
info@chiriottieditori.it



FOOD DESIGN

A cura di:
Paolo Barichella
Food designer

Progettisti visionari

Il termine *influencer* è un neologismo molto in voga per la diffusione del termine attraverso i *social network*. Indica un personaggio popolare, che ha la capacità d'influenzare i comportamenti e le scelte di un determinato gruppo di utenti e, in particolare, di potenziali consumatori, e viene utilizzato nell'ambito delle strategie di comunicazione e di marketing.

I brand si stanno sempre più avvalendo del supporto degli *influencer* nelle proprie strategie di comunicazione. Cercare d'individuare le persone più influenti interessate a un argomento, a un prodotto o a un settore, spesso comporta investimento di tempo e risorse. C'è ancora l'idea che per essere un *influencer* sia necessario avere moltissimi follower. Invece conta di più essere credibili per i consumatori a cui ci si rivolge: conoscerli e interagirci quotidianamente.

Una volta i media davano voce agli *opinion leader* che a loro volta influenzavano le masse. Oggi, invece, attraverso i social media, la massa ha la possibilità d'integrare con gli *influencer*.

Esistono vari livelli d'*influencer*, dai testimonial, utilizzati da marchi che producono prodotti per promuovere gli stessi, è il caso degli chef stellati già conosciuti e stimati dal pubblico, che sono impiegati dai brand per firmare linee di prodotti o di ingredienti alimentari. Ci sono poi i *pioneer*, i primi a individuare una tendenza e ad iniziare a seguirla prima di tutti gli altri, pensiamo ad Ervé This e la Gastronomia Molecolare, ad esempio.

C'è poi una particolare categoria: i visionari. Per visionari non s'intendono solo i sognatori che perseguono il successo con un loro progetto, ma veri e propri anticipatori di *megatrend* che costruiscono un mercato a lungo

termine investendo le proprie risorse per assicurarsi di essere i primi.

Illustri personalità come Elon Musk, Mark Zuckerberg, Jeff Bezos, Richard Branson e Bill Gates oltre a essere accomunati dal fatto di essere tutti imprenditori che devono la loro fortuna e il patrimonio miliardario alle imprese che, con indiscussa capacità, hanno fondato e condotto, sono anche grandi lungimiranti investitori che anticipano e poi cavalcano i grandi trend di mutamento epocale. Veri e propri *influencer* finanziari seguiti da migliaia di follower, *in primis* da grandi colossi come le società d'investimento e gestione del risparmio intenti a imitare ogni mossa del loro portafoglio finanziario di investimenti.

La determinazione di un visionario come Elon Musk, ad esempio, ha accelerato un lento percorso di trasformazione che

era in atto nell'industria dell'auto verso la riconversione dal motore termico a quello elettrico, partendo in un periodo nel quale ancora non vi erano colonnine di ricarica e la lobby del petrolio era ancora molto forte. Per non parlare della determinazione con la quale sta investendo per portare turisti su Marte, senza preoccuparsi che il ritorno dell'investimento potrebbe arrivare anche generazioni dopo la sua. Non esistono un'industria o una società di investimenti, e spesso nemmeno governi di importanti nazioni che assumerebbero un rischio di tale portata in nome del progresso.

Di visionari che passano alla storia sono certamente pieni i libri, e non sono mai mancati in nessuna epoca. Che Bill Gates fosse un visionario lo testimonia la sua storia di precursore del modello digitale che oggi guida ogni nostro movimento e attività organizzata attraverso un computer o uno smartphone.

Ma se qualcuno pensava che la sua lungimiranza fosse limitata solo al mondo del software e dei personal computer rimarrà sorpreso nel sapere che nel 2015 durante un seminario TED a Vancouver, fu proprio lui a prevedere la pandemia che tutti abbiamo imparato a conoscere e con la quale ancora ci troviamo a convivere.

Chi è in grado di anticipare un evento è anche in grado di prevedere gli effetti che questo comporterà e di dirigere gli investimenti verso le imprese che fruiranno dei benefici.

Lo stesso Gates identifica l'allevamento come una delle cause principali del disastro climatico.

È sempre lui a dichiarare che il futuro è della carne in laboratorio, oltre che per limitare gli effetti

del climate change, anche per evitare pandemie causate dagli allevamenti stessi.

Non è un caso ritrovare già nel 2017 lo stesso Gates in compagnia di Richard Branson tra i primi investitori di Memphis Meat, Startup che produce carne sintetica.

Il food design si pone come strumento strategico nell'osservazione dei contesti di consumo, ma in particolare come strumento di sviluppo e innovazione.

Individuare e anticipare un trend sottintende fare innovazione e perseguire un nuovo

da altri meno visionari di loro che approfitteranno della loro visione per trarne vantaggi personali. Tuttavia, il pensiero dei visionari, come del resto quello dei designer, è sempre e solo uno: lasciare il mondo migliore di come lo si è trovato.

Le grandi società d'investimento e gestione del risparmio si muovono attraverso portfolio manager e dirigenti che per natura, gestendo patrimoni altrui hanno una scarsa predisposizione al rischio e quindi all'innovazione. Sono *mega follower* che per natura, garantiscono buone



modello per poter essere i primi a svilupparlo e poterne godere dei benefici.

Tutti i grandi visionari sono leader che hanno chiara la direzione, rischiano buona parte del patrimonio personale e sanno molto bene che saranno seguiti

performance, ma non saranno mai in grado d'investire per primi in mutamenti epocali. Muovono impressionanti quantità di investimenti e flussi di denaro, ma stanno all'innovazione come Don Abbondio sta al coraggio e allo spirito di ribellione.