

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

INGREDIENTI ALIMENTARI

Marzo/Aprile 2022
anno 21 - numero 121

THE SOUND OF YOUR FOOD PLAYLIST



FOOD DESIGN

A cura di:
Paolo Barichella
Food designer

Le diverse evoluzioni dell'*experience*

Parte 2

La *User Experience* (UX) si pone come obiettivo di passare dal concetto commerciale di cliente a quello di ospite e utente, concentrando tutti gli sforzi per poter offrire il più elevato grado di confort e usabilità durante la fruizione dell'esperienza con il prodotto.

User Experience è un termine utilizzato per definire la relazione tra una persona e un prodotto, un servizio, un sistema. Il termine presuppone un approccio olistico: cerca di comprendere tutto ciò che ruota attorno all'interazione di un utente con un'azienda, un marchio o un'istituzione. L'esperienza utente coinvolge tutti gli aspetti esperienziali, affettivi, l'attribuzione di senso e di valore collegati a un prodotto o servizio, all'interazione con esso e quanto a esso correlato, ma include anche le percezioni

personali su aspetti, quali l'utilità, la semplicità d'utilizzo e l'efficienza del sistema.

L'attenzione viene posta sulla natura soggettiva, continua e dinamica dell'esperienza, dove l'utente è immerso e in cui riveste un ruolo centrale e attivo. La UX parte quindi dai comportamenti dell'utente e dai suoi bisogni, da ciò che apprezza, quali capacità e limiti possiede. Le attività di *design* e sviluppo riconducibili alla *User Experience* punteranno dunque a valorizzare non il prodotto in sé, ma il vissuto dell'utente in relazione ad esso.

In particolare, si fa riferimento alla UX con tre diversi obiettivi:

- per definire dal punto di vista fenomenologico l'esperienza di una specifica persona, evidenziandone la natura soggettiva, olistica, continua e dinamica.

- Per analizzare e valutare la relazione tra le persone e prodotti, servizi, sistemi, scomponendo il concetto in specifiche dimensioni cui possono essere ricondotti indicatori e metriche; come nella definizione dallo standard ISO 9241-210 quale il grado con cui un prodotto può essere usato da specifici utenti per eseguire particolari compiti con efficacia, efficienza e soddisfazione in un preciso contesto d'uso.
- Per descrivere un ambito multidisciplinare di attività e figure professionali, caratterizzate dall'utilizzo di metodi e tecniche riconducibili allo *Human Centered Design* e finalizzate a ottimizzare la relazione tra le persone e i brand (*User Experience Research*, *User Experience Design*).

Il termine *user experience* si è diffuso in contesti e ambiti disciplinari molto diversi; tale rapida adozione non è stata però accompagnata da una precisa definizione del concetto, cui vengono pertanto attribuiti significati parzialmente differenti, tutti però accomunati dall'ambizione di superare il concetto di usabilità e di studiare l'esperienza d'interazione con le interfacce medialti nella sua totalità, comunque allargando il numero di dimensioni prese in analisi.

La UX non deve essere confusa con la *User Interface* (UI): la UI è infatti solo una delle componenti della UX.

User Experience è anche tutta la fase di avvicinamento e predisposizione dell'interlocutore all'esperienza (talvolta psicologicamente parlando più importante della stessa *experience*). Portiamo un chiaro esempio d'interazione fra utente e operatore per comprendere come è possibile costruire l'*experience* e renderla replicabile.

Una nota catena di gelaterie, ad esempio, è nata basando il suo modello sul mostrare ad arte delle fasi di lavorazione che rendono spettacolare ed entusiasmante il prodotto di fronte agli occhi degli utenti.

Oggi tutti sappiamo che per produrre gelato ci si serve di basi pronte pastorizzate alle quali aggiungere paste e altri semilavorati, che anche se di altissima qualità poco affascinano gli utenti che osservano come lavora un gelatiere in vetrina e si aspettano qualcosa di entusiasmante.

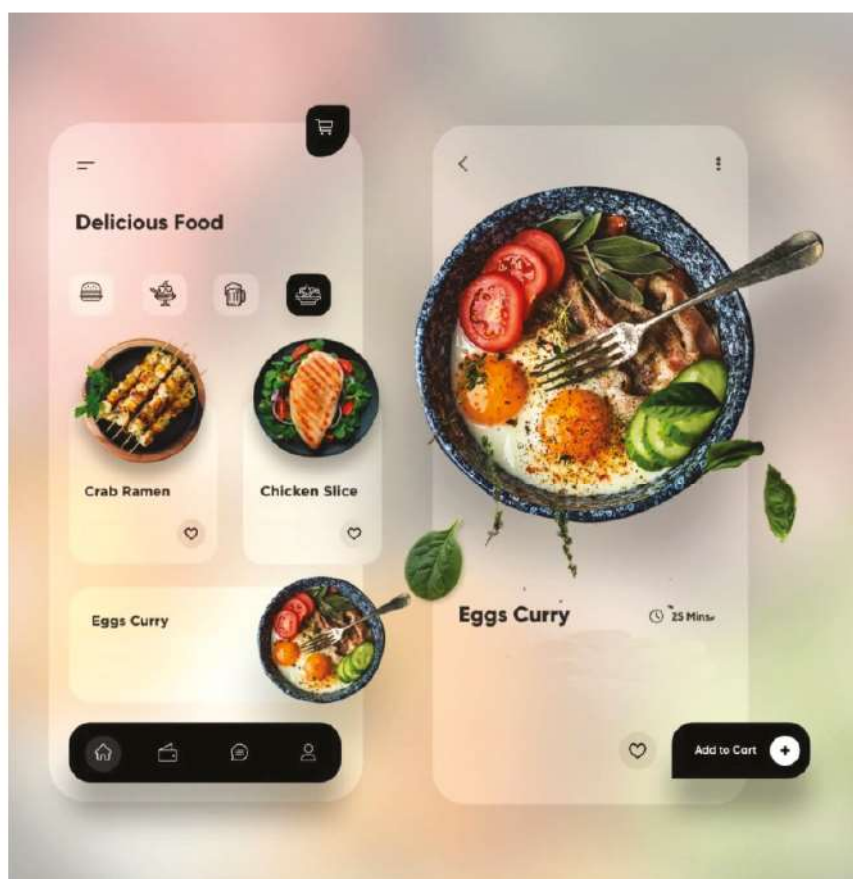
Siamo tutti d'accordo che ben poco di affascinante vi è in un *bag in box* azzurro versato direttamente all'interno di un mantecatore verticale.

Nella costruzione dell'*experience*, senza nulla mutare nella qualità finale del prodotto, perché gli ingredienti sono esattamente gli stessi, il segreto sta nel modificare la messa in scena.

In un *backoffice* non visibile dalla vetrina un operatore versa

terminata la lavorazione con una pala prende il prodotto e lo versa in una carapina destinata alla vetrina.

La differenza non sta nel prodotto ma nello *storytelling*, ottenuto con arte squisitamente teatrale. Il termine "messa



preventivamente la base bianca pastorizzata contenuta del *bag in box* in un secchiello d'acciaio ricoperto in legno ed esce nel laboratorio a vista con il "romantico" contenitore versando il contenuto anziché in un mantecatore orizzontale convenzionale all in one, in uno verticale con motore superiore separato e con albero che gira, dove una volta

in scena" in questo caso non è quindi dispregiativo e usato per evidenziare qualcosa di pre-costruito, finto o artefatto, ma prende valore per mostrare qualcosa di realizzato a regola d'arte evidenziando le parti più interessanti di una procedura che porta davanti agli occhi dell'utente come si realizza manualmente un prodotto.