

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

# INGREDIENTI ALIMENTARI

Luglio/Agosto 2019  
anno 18 - numero 105



## FETTINE DI SOIA BIOLOGICA

**NON  
OGM**  
ONLY NATURAL



ABS Food Srl  
Via Spagna, 22 - Peraga di Vigonza (PD)  
Tel. +39 049 8936851 - info@absfood.com

[ABSFOOD.COM](http://ABSFOOD.COM)



10064 PINEROLO - ITALIA - Tel. 0121393127 - Fax 0121794480  
info@chiriottieditori.it

CHIRIOTTI  EDITORI

# L'etica nel Food Design

I valori sono le basi sulle quali si fondano tutte le civiltà; tuttavia, non vi è nulla di più concettuale e intangibile di un valore in quanto tale o di una scala di valori che stabiliscono se una scelta è etica o no, se non si basa su criteri scientifici.

In campo alimentare l'aspetto etico delle azioni poste in essere per produrre un cibo assumono un valore più alto di altri settori, in quanto riguardano in maniera molto stretta la responsabilità verso la salute delle persone. Dato che siamo quello che mangiamo, l'etica nella progettazione alimentare conta ancor più che in ogni altro comparto del design.

Partiamo quindi dall'etimologia per capire come arrivare a un decalogo di principi etici da seguire nel momento in cui ci si accinge a progettare un alimento.

## Etica

Secondo Aristotele, l'etica è quella branca della filosofia che studia la condotta degli esseri umani e i criteri in base ai quali si valu-

tano i comportamenti e le scelte. Le riflessioni sull'etica, e quindi verso l'uomo e il suo agire, hanno origini molto antiche e, per quanto riguarda l'occidente, è possibile affermare che i primi a farne vero e proprio oggetto di riflessione filosofica furono Socrate, Platone e Aristotele, ma è con l'illuminismo, e, in particolare, con Immanuel Kant, che si tentò di definire i presupposti razionali dell'agire morale dell'uomo, richiamandosi alla necessità di un'etica svincolata da finalità esteriori e improntata su un rigoroso senso del dovere e del rispetto della libertà altrui.

L'etica sta nelle intenzioni di un'azione e la deontologia nel raggiungere l'obiettivo attraverso quell'azione.

Tornando al progetto per capire come l'etica ne possa essere parte rilevante, si può definire che un processo progettuale è fatto di scelte e decisioni prese dal designer e dal produttore durante il suo sviluppo per arrivare al prodotto.

Poiché il progetto è un processo di pianificazione che prescin-

de dal comportamento, queste riportano alla consapevolezza delle responsabilità che le scelte effettuate e le relative decisioni siano veramente state prese per creare un reale beneficio alla persona e all'ambiente.

## Design

Per l'ADI (Associazione per il Disegno Industriale) il Design è la progettazione culturalmente consapevole, l'interfaccia tra la domanda individuale e collettiva della società e l'offerta dei produttori. Interviene nella progettazione di prodotti, servizi, comunicazione visiva, imballaggio, architettura d'interni, nella progettazione ambientale e dal 2006 anche nell'alimentazione.

Il design è un sistema che mette in rapporto la produzione con gli utenti occupandosi di ricerca, innovazione e ingegnerizzazione per fornire funzionalità, valore sociale, significato culturale ai beni e ai servizi distribuiti sul mercato.

Il termine design è sintetizzabile nell'insieme delle azioni, elaborati e

disegni tecnici necessari per arrivare a produrre una forma che soddisfi un'esigenza: riassumibile nel termine progetto. Il processo si esprime in tre principali fasi: 1) osservazione, 2) analisi e 3) proposta. Il design è anche un atto primordiale di condivisione volta a offrire un contributo alla comunità attraverso l'ingegno individuale.

Fare Design = Progettare: dare forma a un'esigenza soddisfacendo un bisogno per creare benessere per la persona, anche attraverso prodotti e interfacce che migliorino l'efficacia di un'azione dell'essere umano.

L'etica del progetto è composta di scelte consapevoli e decisioni responsabili.

## Food Design

Il Design diventa Food Design quando incontrando la piramide dei bisogni di Maslow si occupa di risolvere quelli primari fisiologici, specificatamente l'alimentazione e l'omeostasi.

Alla base della piramide di Maslow, infatti, vi sono i bisogni Fisiologici: Respirazione, Alimentazione, Sesso, Sonno, Omeostasi.

L'alimentazione si completa in nutrimento, socializzazione e piacere. L'omeostasi è la tendenza naturale al raggiungimento di una relativa stabilità interna che corrisponde al benessere: e qui ritorna lo scopo primario del design.

## Etica nel Food Design

Si parla di Etica nel Food Design quando il progetto alimentare assume alti valori e nobili principi. Comportamento e condotta morale del progettista e dell'azienda nella consapevolezza delle scelte etiche in rapporto all'atto alimentare sono

alla base del progetto e ne guidano le scelte e le decisioni.

Significa mettere in evidenza e valutare l'impatto etico prodotto da scelte e decisioni operate da progettisti e imprese in ambito alimentare volte alla creazione di valori.

Il Food Design si occupa di comprendere le modalità più efficaci per fornire soluzioni contestualizzate alle diverse circostanze e approcci, nei diversi ambienti e situazioni di consumo degli alimenti, attraverso interfacce che spesso coincidono nello stesso alimento. Il Food Design etico si pone l'obiettivo di ponderare il valore morale delle scelte progettuali adottate nel percorso che porta a dare forma all'esigenza in campo alimentare, che si tratti di nutrimento, socializzazione o piacere.

Ecco quindi un decalogo di criteri/valori estratti dal premio *Ethical Food Design* che danno una traccia degli elementi di cui tenere conto durante la progettazione alimentare per fare in modo che valori, principi e consapevolezza di scelte e decisioni siano allineati alla valutazione del comportamento e dell'impatto generato con la proposta al pubblico di un prodotto e di un servizio.

### 1) SOCIAL RESPONSABILITY:

misura l'impatto che le scelte e le decisioni hanno sulla società e sul benessere degli individui che la compongono, anche in termini di dipendenti impegnati all'interno dell'impresa, come gli addetti alla produzione. Misura anche il contributo e il valore che il prodotto o l'azienda offrono alla società.



Antropologia del design: la selce e le lance dei primi uomini che hanno dato forma a un'esigenza.

## 2) TRACCIABILITÀ DI FILIERA:

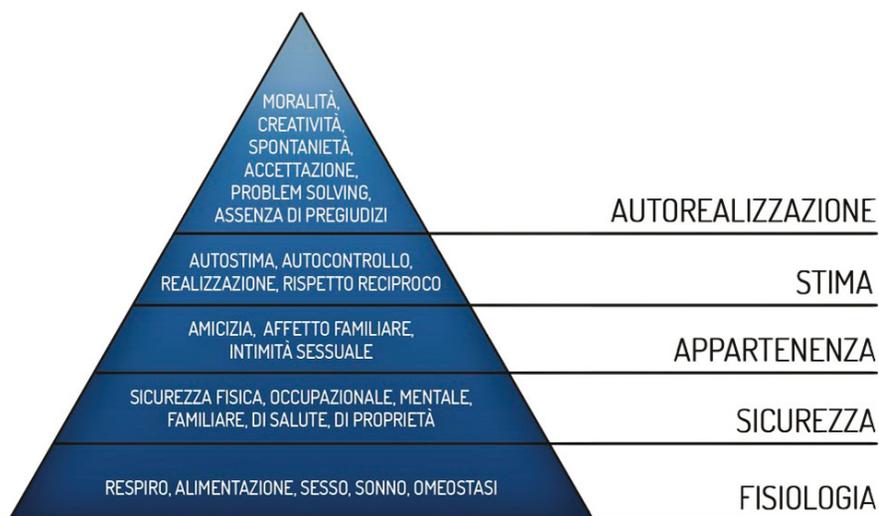
vari legislatori nel passato hanno valorizzato questo aspetto, garantendo a chi consuma un alimento delle informazioni certe su origine e passaggi che lo stesso ha subito durante le sue lavorazioni.

## 3) SOSTENIBILITÀ DI PROCESSO:

garantisce che in ogni fase del processo di produzione siano stati attuati tutti i criteri che rendono il prodotto sostenibile, valutando quanto un processo possa essere mantenuto a un certo livello e quanto rientri nell'ottica di economia circolare. Misura anche il grado di sviluppo sostenibile legato alle azioni che stanno dietro a tutta la filiera che produce gli ingredienti necessari alla produzione dell'alimento, compreso l'impatto tecnologico.

4) **CRUELTY FREE:** dalle uova prodotte da galline allevate a terra, al tipo di allevamento intensivo adottato come scelta da chi produce; questo aspetto richiede chiarezza nei confronti dello sfruttamento di animali o, peggio, esseri umani. Non è accettabile trarre beneficio attraverso la sofferenza di altri esseri viventi. Questo punto non vuole essere una scelta di parte vegan o no, ma vuole significare, ad esempio, che nel caso di macellazione di animali, devono essere adottati tutti gli accorgimenti affinché l'animale non abbia sofferto fino al momento della sua morte.

5) **RISPETTO DELL'IDENTITÀ E DELLA BIODIVERSITÀ:** cultura e territorio sono gli elementi che fanno sì che la biodiversità possa essere un valore. L'identità e la caratterizzazione di una sottospecie sono ciò che ci



La piramide di Maslow.

fa godere delle differenze tra un prodotto e un altro.

## 6) ATTENZIONE ALLA CULTURA, AL TERRITORIO E ALL'AMBIENTE:

in questo caso cultura e territorio come elementi da usare a tutela dell'ambiente, dell'ecosistema, adottando tutti gli accorgimenti possibili per impattare il più possibile vicino allo zero con le emissioni legate alla produzione.

## 7) SALUTE E SICUREZZA ALIMENTARE:

punto imprescindibile che può sembrare ovvio, ma che con tutti gli scandali emersi da quando esiste la produzione di alimenti è importante inserire tra quelli prioritari, perché ha stretta connessione con la salute delle persone. Chi produce alimenti lo dovrebbe fare con l'unico scopo di creare benessere per le persone, il profitto economico generato da questa attività è una logica conseguenza che non può mai controvertere i valori.

## 8) RIDUZIONE DELLO SPRECO:

non vi è nulla di più sacrilego per la società che sprecare risorse come il cibo o l'acqua che altri esseri umani in stato di difficoltà potrebbero consuma-

re. Anche in questo caso non vi sono aspetti politici di parte, si ammette anche il Luxury Food come concezione, ma non si può ammettere che un cibo prodotto attraverso gli sforzi di chi lo ha creato, venga disperso senza che abbia creato i giusti benefici alle persone.

## 9) RICICLO E RECUPERO:

si misura l'impatto di un materiale scelto per contenere un alimento e il tipo di veicolazione che questo produrrà in tutto il suo ciclo di vita, anche dopo che l'alimento è stato consumato, misurandone l'impatto globale.

## 10) CONSAPEVOLEZZA DELLE SCELTE DI PROGETTO:

qui si valutano le intenzioni originarie che in modo consapevole sono state poste in essere per applicare le scelte del progetto.

In ultima analisi c'è da aggiungere un ultimo punto al decalogo che è la LA CONDIVISIONE, meglio ancora la capacità di un progettista di fare sistema e condividere informazioni e risultati di una ricerca con un gruppo in grado di aumentarne il valore, anche etico, per una società migliore che possa godere di maggior benessere.