

L'effimero senso del futuro

gustose riflessioni nella pratica dell'Innovazione



In una concezione lineare del tempo, il futuro, è quella parte (di tempo) che ancora non ha avuto luogo, anche se tutti gli elementi che concorrono al formarsi del futuro sono già presenti, ci sono già stati !



cameo è una società del Gruppo Dr. Oetker



Dr. August Oetker

1891 il Dr. August Oetker rileva una farmacia a Bielefeld, Germania. E' l'anno di fondazione ufficiale del Gruppo

Dr. August Oetker risiedeva a Bielefeld cittadina in Germania, dove ancora oggi si trova la sede del Gruppo



1893 per la prima volta il lievito in bustina, dosato per $\frac{1}{2}$ kg di farina



cameo Italia



cameo s.p.a. è parte del gruppo multinazionale tedesco **Dr. Oetker**, un colosso “familiare” giunto alla 4^a generazione, diversificato in molti settori, anche lontani dal core business alimentare.

***Il nostro motto è :
«la qualità è la miglior ricetta»***

370* dipendenti



272 mln €* di fatturato



* Dati 2013



cameo Italia

I Mondi cameo



SECCHI



FRESCHI



SURGELATI



1) Il Tempo giusto

L'Innovazione nel food ... la semplicità del passato e i trend del futuro



Salvador DALÍ : Orologio molle, 1931

2) La pratica e la cultura

L'innovazione e il suo alter-ego non tecnologico

3) Visions

Visioni e l'interpretazioni del futuro.

4) L'impossibile ... (forse)

Le strane idee del futuro (.. forse neanche troppo lontane)



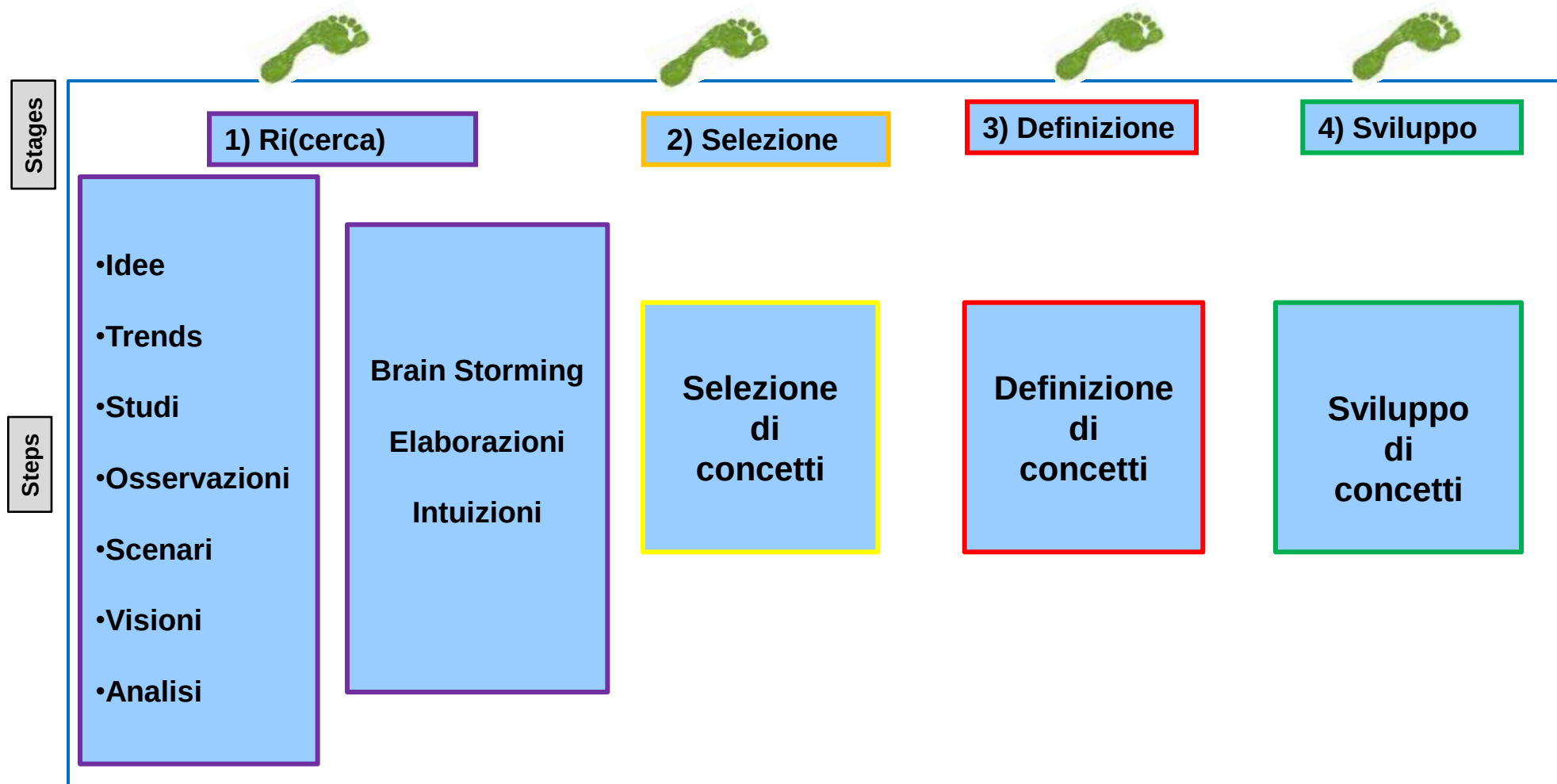
1) Il Tempo giusto

Quattro passi nel tempo dell'innovazione.

La semplicità del passato e i trend del futuro



Quattro passi nel tempo dell'innovazione.



La pratica teorizzata, alcuni esempi:



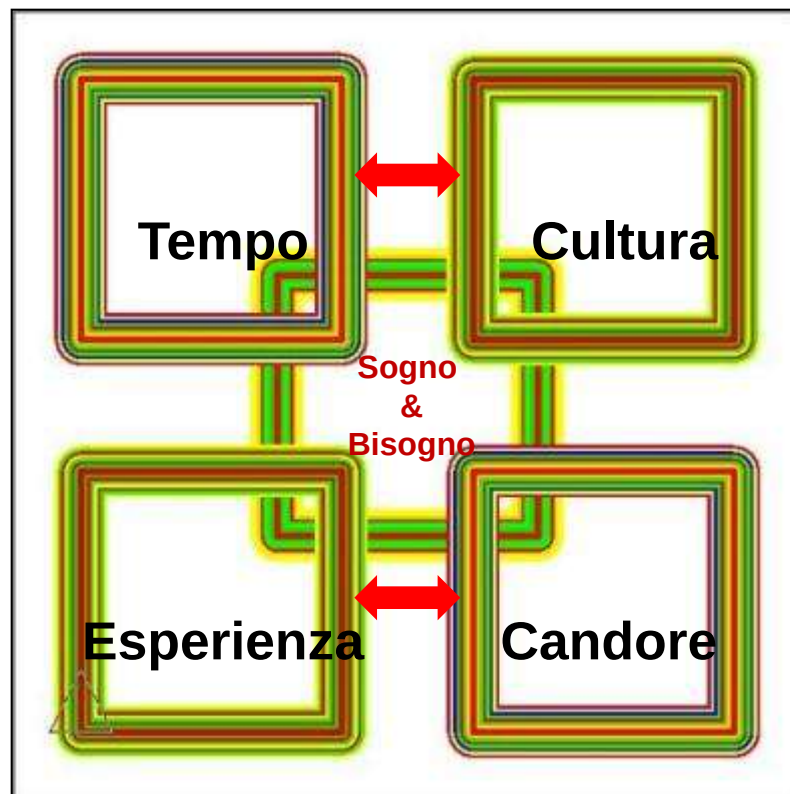
Le Fonti di ispirazione

- Dal locale al globale
- Dal passato al presente
- Da altre culture a quella nazionale

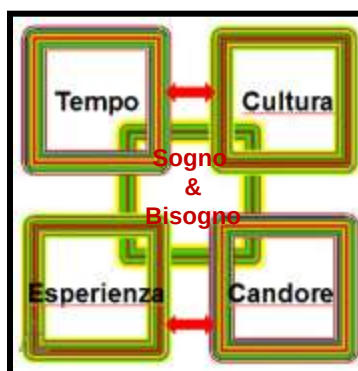
Le pratiche

- Traslazione : cambio di contesto
- Contaminazione : migrazione di un concetto
- Il mai visto prima

Innovazione :un perimetro di riferimento

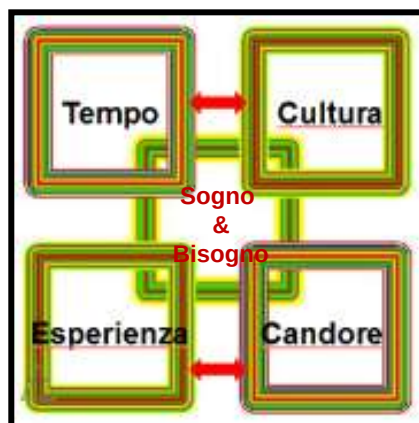


Innovazione :un perimetro di riferimento



- { Il tempo : è un vettore multidimensionale da cui occorre saper attingere
La cultura : quindi la dimensione cognitiva e le sue correnti
- { L'esperienza : di chi opera nel perimetro dell'innovazione
Il candore : come attitudine a rimanere sempre un pò bambini

Innovazione :un perimetro di riferimento



Il tempo
La cultura



Interazione per : **Progettare**



L'esperienza
Il candore



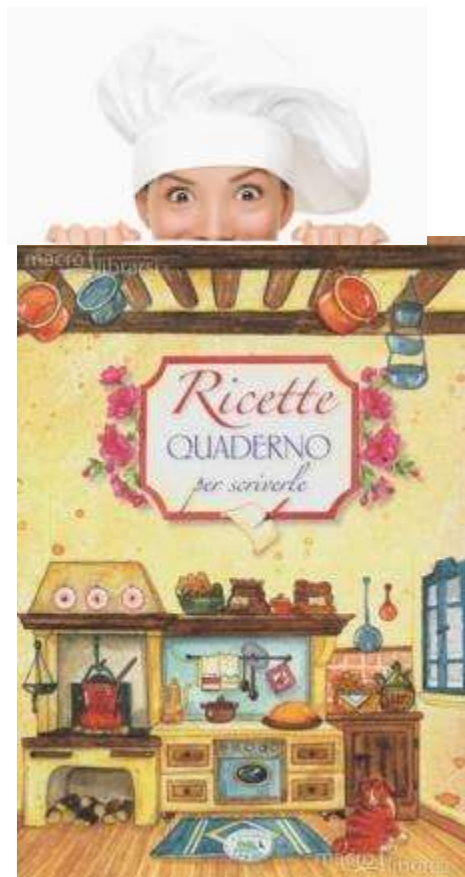
Interazione per : **Immaginare
&
ideare**





**Una ricetta (...quella mia)
per l'Innovazione**

Una ricetta (...quella mia) per l'innovazione



PROCEDIMENTI

Come ?

Immaginare

Vedere

Interpretare

Comprendere

Cercare



INGREDIENTI

Cosa ?

Aspirazione

Forma

Ruolo

Senso

Sogno



MISURA

Quanto ?

Limite

Significante

Funzione

Identificazione

Bisogno



La Pratica

(alcuni esempi)



cameo Italia

Dal locale al globale



La cioccolata in tazza del Bar,
... anche a casa mia.

Da altre culture a quella nazionale



1970



La Crème Caramel, di origine portoghese,
dal nome francese e dagli anni '70
...anche a casa mia.

Da altre culture a quella nazionale.



Crema Catalana



La Crema Catalana, dolce tipico spagnolo,
... anche a casa.

Dal locale al popolare.



1997



Il Bonèt un dolce di origine piemontese,
...anche a casa mia.



cameo Italia

Un'idea completamente nuova e mai
conosciuta prima



1994



Una nuova torta che non si mette in forno
ma si mette in frigo !
...anche a casa mia.

Dal passato al presente



Il lievito quello arcaico, quello di sempre, ...il lievito madre.

La pratica della preparazione e dell'uso del lievito madre, sembrerebbe risalire all'epoca dell'antico Egitto 2500 anni fa,

il lievito per pane con lievito madre,
... anche a casa mia.



Il passato e il futuro



Il tempo per definizione è lineare, per la mia esperienza è multidimensionale.



Nell'innovazione o generazione di un nuovo concetto o di un prodotto, ci sono temi ricorrenti che si modificano nel tempo, a volte rimangono assopiti per lunghi periodi, in altri momenti diventano emergenti e coinvolgenti, in altri casi è l'idea geniale che emerge con forza e anticipa l'inaspettato futuro.

3 Idee sul futuro



Il futuro nell'innovazione è un punto di riferimento per costringerci a guardare al passato, spesso al presente, qualche volta all'ovvio !

Il futuro ha tutte le suggestioni possibili per analizzare meglio il presente!

Il futuro è una tela libera, dove possiamo dipingere i nostri sogni, appunto per questo ci serve il concetto di “Futuro” per creare senza inibizioni nè censura oggetti e idee che altrimenti sarebbe impossibile concepire.

Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

Principio e radice di ogni bene è il piacere del cibo; con questo ha rapporto tutto ciò che è ingegnoso e raffinato.

Epicuro



Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.



Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

1930



2013



Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

1800 - La decorazione come sinonimo di ricchezza e regalità



torta della regina Vittoria e del principe Alberto
(1840)



nel 1882, dalla quella offerta durante il matrimonio di suo figlio, il principe Leopoldo, che ha origine la torta a più piani come la conosciamo oggi

Il tempo sociale del cibo : il bello e il buono.

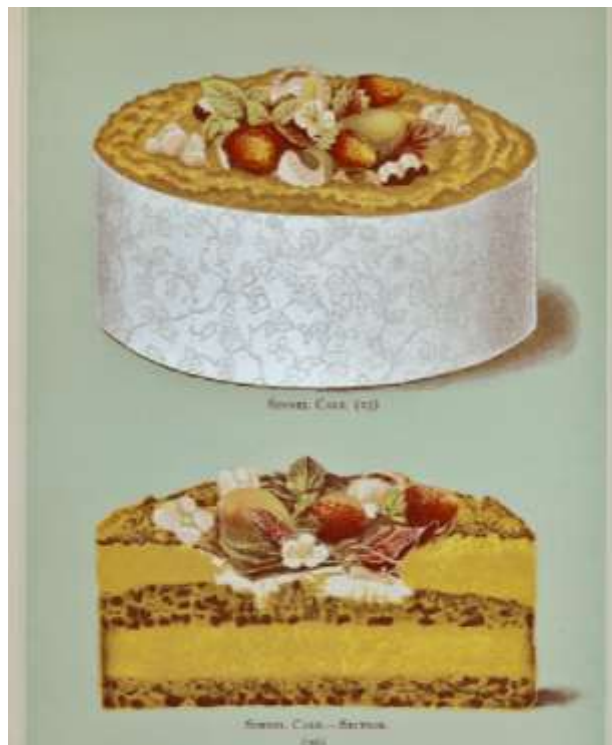
1800 - La decorazione e la diffusione delle tecniche di preparazione



Eliza Acton pubblicava *Modern Cookery for Private Families*, dove introdusse la pratica moderna di elencare gli ingredienti prima della spiegazione del procedimento.

Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

1906 - La decorazione e la diffusione delle tecniche di preparazione



Da T. Percy Lewis A. G. Bromley per *The Book of Cakes* pubblicato da Mac Laren a Londra nel 1906, un libro che includeva lamine della pasticceria più delicata.

Torte classiche, biscotti della pasticceria genovese, torte di nozze a torre su uno sfondo pastello... delizie che entrano dagli occhi.

<https://www.theantiquarium.com/interiors-decorative-art/cuisine/>

Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

1906



2013



<https://www.theantiquarium.com/interiors-decorative-art/cuisine/>

Da T. Percy Lewis A. G. Bromley per *The Book of Cakes* pubblicato da Mac Laren a Londra nel 1906, un libro che includeva lamine della pasticceria più delicata. Torte classiche, biscotti della pasticceria genovese, torte di nozze a torre su uno sfondo pastello... delizie che entrano dagli occhi.

Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

1906



2013



Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

1906

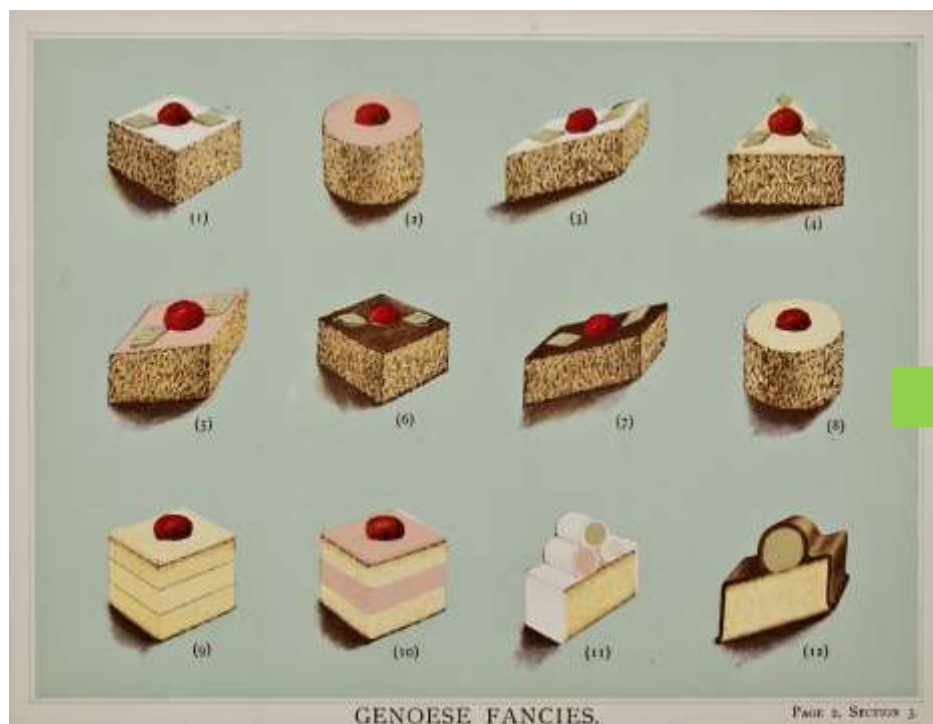


2013



Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

1906



2013



Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

1906



2013



Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

Gli anni '70 e la nouvelle cuisine

Molte delle sue regole sono ormai entrate nella cucina d'oggi nel mondo intero

I prodotti devono essere freschissimi e di qualità.

I tempi di cottura brevi e precisi.

Le salse devono essere leggere.

L'estetica della presentazione è altrettanto importante rispetto al sapore ed alla leggerezza dei cibi.



Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

Gli anni '80 e il delirio del «tutto si può fare»



1980's Pop Star Cake: You must be my lucky star! I just love '80s era Madonna. Here she pops out printed on edible paper and adhered to gum paste, rising to the top of this fondant squared Rubik's cube cake. Boy George and Michael Jackson all make appearances, too!



Pacman Cake and Cupcakes: Who else was obsessed with Pacman or Ms.Pacman? I can just hear that satisfying "wacka wacka wacka" sound when Pacman eats up the white power pellets. I love this Pacman cake and matching fondant topper cupcakes

Il tempo sociale del cibo: il bello e il buono.

Il Food Design ...cercando un percorso !

Cucina futurista nouvelle cuisine



1930



1970

Cucina molecolare



1990

Food Design



2000

Il manifesto della cucina futurista è datato 20 gennaio 1931 anticipò molti dei più nuovi accostamenti culinari e delle tecniche della gastronomia moderna stellata, per esempio Adrian Ferrà, l'italianissimo Gualtiero Marchesi , precursori del trend !

- MEGATRENDS -

II FARE



Il piacere (del fare)

II SAPERE



La divulgazione della
cultura alimentare

II CONNETTERSI



Web power

L'IMITARE



La contaminazione dei ruoli



2) La pratica e la cultura

L'innovazione e il suo alter-ego non tecnologico

L'innovazione e il suo alter-ego non tecnologico

La diffusione della cultura alimentare



Mai come in questo momento il cibo diventa linguaggio, status, cultura, comunicazione e specializzazione; l'innovazione, deve quindi necessariamente progettare la ricetta del «gusto» assieme alla ricetta «esperienziale» dell'atto alimentare.

L'innovazione e il suo alter-ego non tecnologico

Sensory Appeal : appagamento sensoriale



Per soddisfare i consumatori occorre offrire un ventaglio più esteso di esperienze sensoriali.

E' richiesto il coinvolgimento simultaneo dei 5 sensi, ci si aspetta che questo momento sia un compiacimento intenso e più piacevole .

Vedere, odorare, sentire, gustare e toccare fanno parte di un'unica esperienza alimentare.

L'innovazione e il suo alter-ego non tecnologico

Mixing : mescolare e creare senza limiti



I consumatori non vogliono ordinare solo da una lista di un menù, richiedono anche di mescolare e ricombinare l'offerta di piatti per personalizzare con una individuale creazione di cibo.

Alcuni ristoranti via Ipad consentono al cliente di combinare il cibo con il vino giusto, ordinare e variare l'offerta del ristorante.

L'innovazione e il suo alter-ego non tecnologico

Convenience : facile & facile



Il consumatore di oggi si aspetta più prodotti più disponibilità di servizio e disponibilità anche in spazi diversi.

L'innovazione e il suo alter-ego non tecnologico

Actisumers : il consumatore attivo



Non è un nuovo tipo di consumatore è lo stesso che prima si interessava sugli aspetti salutistici, nutrizionali, delle etichette etc.,

....solo che ora è più informato e inserito in un network che lo sostiene, non poteva succedere nelle generazioni precedenti,

ora ha la numerosità, il potere e il know how per influenzare anche le scelte aziendali !

L'innovazione e il suo alter-ego non tecnologico

Glocalization : La globalizzazione casereccia



Il consumatore vuole brand riconosciute e globali, convenienti ma allo stesso tempo si aspetta che questi brand abbiano rilevanza anche nella cultura locale.

L'innovazione e il suo alter-ego non tecnologico

Techstaurant : la ristorazione hight - tech



Oggi i consumatori sono molto tecnologici, quindi anche nella ristorazione si dovranno utilizzare le stesse tecnologie e gli stessi dispositivi che incrementano sia il servizio che l'aspetto esperienziale .



3) Visions

Visioni e l'interpretazioni del futuro.



Visioni e l'interpretazioni del futuro.



I. Il futuro è in questo momento quanto stiamo osservando.



ii. Non ci sono Trend che possano anticipare l'effetto globale dei cambiamenti, solo indicazioni.



iii. Non ci sono ricette specifiche per Innovare, ci sono molti metodi e molte procedure, vale il mix, la ricetta di famiglia.



iv. Ma ... osservando, ascoltando i segnali deboli, mescolando le prescrizioni, l'innovazione inizia la sua vera funzione : generare nuove idee e visioni, quindi l'atto creativo utile e di valore.



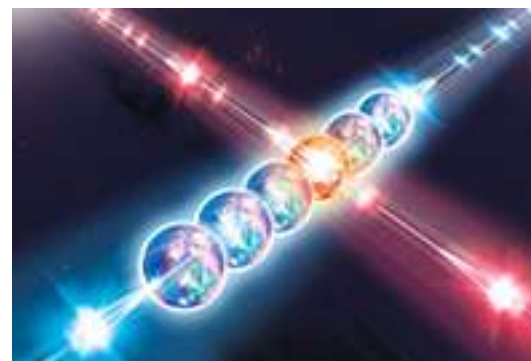
4) L'impossibile ... (forse)

Una visione delle cose impossibili che forse si potranno fare :

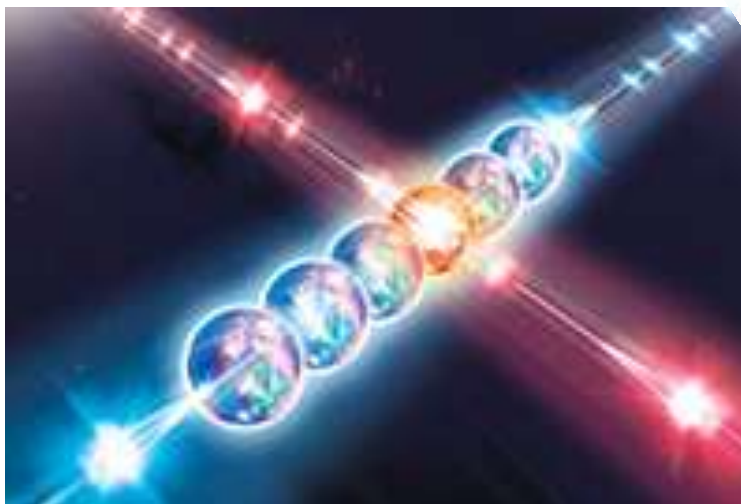
Il teletrasporto del cibo.

Ingerire conoscenza.

Gustare l'arte.



Il teletrasporto del cibo



L'impossibile ... (forse) : Il teletrasporto del cibo

La Pizza



L'impossibile ... (forse) : Il teletrasporto del cibo

Il Panino !!



L'impossibile ... (forse) : Il teletrasporto del cibo

I biscotti



L'impossibile ... (forse) : Il teletrasporto del cibo

Hamburger



L'impossibile ... (forse) : Il teletrasporto del cibo

Ravioli di zucca



L'impossibile ... (forse) : Il teletrasporto del cibo

La pasta !!!!



L'impossibile ... (forse) : Il teletrasporto del cibo

Snack di patate !!



L'impossibile ... (forse) : Ingerire conoscenza



La conoscenza è il cibo per l'anima

L'impossibile ... (forse) : Ingerire conoscenza

Il giovane Andrea mi scrive :

Sono rimasto stupito dal fatto che, come potrai vedere nel video, il Dr. Negroponte abbia anticipato di molti anni l'avvento di innovazioni che avrebbero successivamente rivoluzionato il mondo in cui viviamo (ad esempio il touch screen).

Per di più all'epoca delle sue predizioni, la stampa e gli opinion leader lo hanno sempre criticato e deriso...

Alla domanda finale dell'intervistatore "Cosa ci aspetta nei prossimi 30 anni?" lui risponde...

"Knowledge through food" ovvero potremmo letteralmente ingerire sapienza e conoscenze ad esempio imparare una lingua...!

Questo è quanto mi scrive Andrea un giovane Product Manager che non ha paura del futuro !

L'impossibile ... (forse) : Ingerire conoscenza

"Knowledge through food" ovvero potremmo letteralmente ingerire sapienza e conoscenze (ad esempio imparare una lingua...



Forse sì forse no ! quello che è certo come ha già detto Platone :
“La conoscenza è il cibo per l'anima”

Il cibo trasporta cultura, la evoca, la ricorda, la tramanda:
quindi è una fonte di cultura edibile!

Gustare l'arte



L'impossibile ... (forse) : Gustare l'arte

Marinetti e il Futurismo in cucina

Futurismo e cucina.

- Antipasto intuitivo.
- Brodo solare.
- Aaerovivanda
- Ultravirile.
- Carneplastico.
- Paesaggio alimentare.
- Mare d'Italia.
- Pollofiat.
- Dolcelastico.
- Reticolati del Cielo.
- Frutti d'Italia.

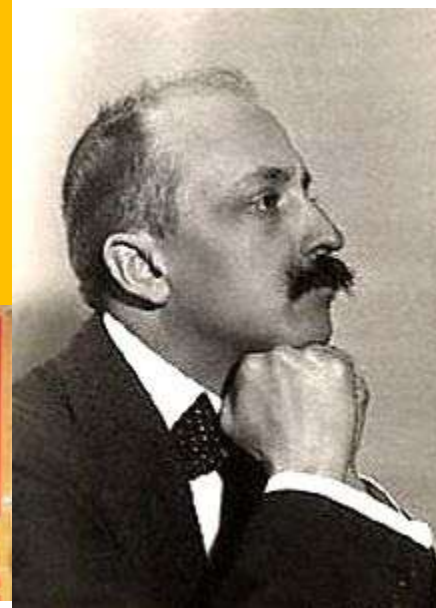


L'impossibile ... (forse) : Gustare l'arte

I futuristi dagli inizi del secolo tentavano di imporre una nuova estetica in cucina, formularono la redazione de Il manifesto della cucina futurista, redatto nel 1930 da Marinetti

Oltre alla ricerca di nuovi piatti e di arditi abbinamenti si distinsero per preparare dei menù che erano opere d'arte.

Marinetti e il Futurismo in cucina



L'impossibile ... (forse) : Gustare l'arte

Il manifesto della cucina futurista è datato 20 gennaio 1931 anticipò molti dei più nuovi accostamenti culinari e delle tecniche della gastronomia moderna stellata. Chiedete per esempio ad un certo Adrian Ferrà.



L'impossibile ... (forse) : Gustare l'arte

La struttura e la forma come cifra stilistica



L'impossibile ... (forse) : Gustare l'arte

L'estetica nel tempo come attribuzione del valore



L'impossibile ... (forse) : Gustare l'arte

1980

Baccalà con verdure

2013



L'impossibile ... (forse) : Gustare l'arte

Carpaccio di pesce



L'impossibile ... (forse) : Gustare l'arte

Calamaro ripieno



L'impossibile ... (forse) : Gustare l'arte

Alici marinate



Le innovazioni sono indispensabili per la sopravvivenza



Le innovazioni sono indispensabili per la sopravvivenza

...non sono dunque un esercizio fine a se stesso.

Esse consentono di ritagliarsi un vantaggio concorrenziale tramite prodotti, procedimenti o servizi rivolti al futuro!



**L'Innovazione è :
Osservare, Interpretare e immaginare
..... con l'impeto della passione,
perché il futuro è già oggi !!**





L'effimero senso del futuro

gustose riflessioni nella pratica dell'Innovazione

Grazie per l'attenzione !