

Ottagono

DESIGN
ARCHITECTURE
MAGAZINE

272

I - € 10,00
GB - € 16,50
NL - € 17,50
D - € 18,00
F - € 17,00
E - € 12,00
P - € 14,85
USA - US\$ 21,95
BR - BRL 65,00
HK - HK\$ 140,00



Ottagono

272

LUGLIO-AGOSTO/JULY-AUGUST 2014

Compositori Comunicazione s.r.l. - Mensile - Anno XLIX - ISSN 0391-7487 - Poste Italiane spa - Spedizione in a. p. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1 comma 1 LO/MI



L'ÉCOLE DE DESIGN NANTES ATLANTIQUE

FRANCE

Fondata nel 1988, la scuola offre un corso di Design (MDes) della durata di cinque anni e programmi di formazione basati sul lavoro. I corsi prevedono stage e periodi di apprendistato, workshop, progetti collaborativi e finanziamenti per progetti innovativi. L'istituto, impegnato in un forte sviluppo internazionale, ha sedi a Delhi (India) e Shanghai (Cina), e ha stretto un accordo con la Laval University (Quebec) per un titolo di studio congiunto in Information Design. La scuola ha attivato quattro laboratori di design dedicati a innovazione e ricerca: città sostenibili, nuove abitudini alimentari, cura (salute, qualità di vita e innovazione sociale) e READi (Ricerca Sperimentale Applicata in Interaction Design).

Founded in 1988, the school offers a 5-year Design course (MDes) and various vocational and work-based programmes. Its teaching programmes are structured on internships, apprenticeships, workshops, collaborative projects and backing for innovative projects. The school has an active international development policy with branches in Delhi (India) and Shanghai (China) and an agreement with Laval University (Quebec) for a dual degree in Information Design. The school has set up 4 Design Labs on innovation and research: Sustainable Cities, New Eating Habits, Care (Health, quality of life and social innovation) and READi (Applied Experimental Research in Interaction Design).

www.lecolededesign.com



Lucie Bolzec

Ha studiato design del prodotto industriale a L'École de design Nantes Atlantique per poi specializzarsi con un master in Food design alla stessa scuola, frequentando New Eating Habits Design Lab (2005-11). Di origine bretone, parte rilevante della sua identità, ha ricevuto premi e riconoscimenti per il lavoro sulle alghe. Dal 2011 svolge nel suo studio la professione di designer di prodotto, grafica e food.

After graduating in Industrial Product Design at L'École de design Nantes Atlantique, she specialised with a Master's in Food Design at the same school, attending the New Eating Habits Design Lab (2005-11). Originally from Brittany – a prominent part of her identity – she has received various awards for her work on seaweed. She has been practising as product, graphics and food designer at her own studio since 2011.



“Nel paese da cui provengo il cibo è sicuramente indice di uno stile di vita, una nozione che ho compreso appieno durante i miei studi di design, in particolare sulla relazione complessa tra design e cibo. Penso che il food design sia il settore in cui la progettazione può raggiungere il maggior numero possibile di persone, poiché tutti hanno bisogno di nutrirsi. Ciò che mangiamo, ma soprattutto il modo in cui lo facciamo, rivela appieno quelle che sono le nostre identità, personalità ed emozioni. Dal mio punto di vista, alla base del benessere c'è prima di tutto il mangiare bene, perché questo influenza le persone fisicamente e psicologicamente. Siamo ossessionati da una alimentazione sana, ma il benessere è dato anche da altre dimensioni quali il piacere, il divertimento e la socializzazione. Il mio obiettivo è di sviluppare progetti di food design in modo da promuovere le culture locali, i prodotti o i rituali di consumo tipici di un'area geografica come la Bretagna ma, soprattutto, vorrei integrare nei miei lavori un approccio incentrato sulla persona, una sorta di sensibilità e di esperienza step by step della consumazione del cibo. Tenuto conto che il mondo dovrà presto cambiare il modo di alimentarsi, le mie riflessioni sono orientate



a soluzioni a medio e lungo termine. Al momento, la mia ricerca ha ancora a che fare con la promozione delle alghe, ma anche con lo sviluppo di proteine vegetali e prodotti a base di insetti, e con il trovare applicazioni rilevanti per la tecnologia della stampa 3D in ambito food. Per fare questo ho il supporto di esperti di altre discipline, specialisti del marketing nella percezione del consumatore, ingegneri di centri di ricerca, sociologi, produttori, chef... Una tale cooperazione è per me la chiave per proporre alla fine la soluzione ideale. Il design ha bisogno di arricchirsi dei contributi di altri ambiti complementari, diversi a seconda del tipo di progetto. In ogni caso, questo è il mio modo di lavorare e di crescere”.

“Where I come from, eating is definitely a lifestyle. I first fully grasped this notion while studying design, especially the complex food/design relationship. For me, food design is the field where design can touch the largest number of people, as everybody needs to eat. What we feed ourselves – but most of all the way we eat it – can reveal our identity, personality and emotions. From my viewpoint, well-being means focusing firstly on eating well, because it affects people physically and

psychologically – and in fact nowadays we're all obsessed with healthy food. But well-being also derives from other dimensions, such as pleasure, fun and socialising with others. My goal is to design food projects in such a way as to promote local cultures, products or consumption rituals typical to an area, such as Brittany. Nonetheless, I primarily strive to incorporate within my projects a human-centred approach – a sort of sensitivity and step-by-step experience of food consumption. Due to the imminent need to change the way to feed the world, my detailed considerations are oriented to prospective solutions for a medium- or long-term future. At present, my research still focuses on encouraging seaweed consumption, as well as vegetal proteins and insect products, and on finding relevant uses for 3D food-printing technology. For this, I draw on support from professionals in other disciplines, such as marketing specialists in consumer perception, research centre engineers, sociologists, manufacturers, chefs... This type of teamwork stands, for me, as the key to achieving a relevant end solution. Design has to be enriched by other complementary disciplines, which vary according to the subject matter. In any case, this is the way I like to work and want to evolve.” © RIPRODUZIONE RISERVATA

Biosphère. Un progetto per dare dignità alimentare alle alghe trasformandole in un piatto più popolare, basato sulle potenzialità della risorsa bretone e su un rapido sviluppo industriale collegato. Si tratta di una serie di zuppe disidratate, contenute in sfere trasparenti edibili.

Biosphère. A project to bring more food recognition to seaweed, transforming it into a popular dish, based on the potential of Brittany's resources and on swift industrial development. It offers a series of soups made from dried vegetables and seaweed, contained in clear edible balls.



Cache-cache. Una tazzina per il caffè che nasconde una 'chicca', un dolce tesoro goloso. Basta sollevarla e una fragrante tiepida *cannelé*, una specialità della pasticceria locale, è svelata. Cache-cache. A coffee cup hiding a morsel: a sweet treat. Just lift it up and a tasty warm *cannelé* – a local patisserie speciality – is revealed.



Christine Le Tennier. Brand identity e packaging per il marchio di prodotti basati sui principi della gastronomia molecolare. A destra. Polisson. Rivisitazione del cioccolatini da offrire negli eventi speciali. Christine Le Tennier. Brand identity and packaging for this product brand based on the principles of molecular gastronomy. Right. Polisson. Reworking of chocolates, to serve on special occasions.

