



Università degli Studi di Scienze Gastronomiche

Corso di Laurea in Scienze Gastronomiche

## STORY BOARD: STRUMENTI PER UN CONSUMATORE SAPIENTE

Relatore: prof. Nicola Perullo

Elaborato finale di: Svetlana Noskova

Matricola n. 09SG046

Anno Accademico 2011/2012

## RIASSUNTO

Con la tendenza all'urbanizzazione e l'ampiamiento dei legami comunitari, il cittadino moderno, si trova ad affrontare ogni giorno semplici scelte alimentari, senza avere un criterio da seguire. Sradicate le conoscenze che si potevano avere nel passato su tradizione, cultura e qualità gastronomica, la maggior parte dei consumatori si trova a basare le proprie scelte su parametri di convenienza economica e segnali pubblicitari. La tradizione e la cura con cui viene svolto il lavoro artigianale passano in secondo piano rispetto alle abilità trasmesse dalle grandi industrie, che propongono un'ampia scelta di prodotti costruiti per risultare attraenti. In questo scenario il lavoro artigianale cerca di trovare un proprio spazio, supportato da associazioni in grado di promuoverne la tutela.

Mi sono chiesta se sia possibile creare un mezzo di comunicazione in grado di risvegliare la curiosità e il desiderio di conoscenza nella mente dei consumatori, in modo da far percepire loro i veri benefici dei prodotti artigianali ancor prima di compiere l'acquisto.

Per rispondere, ho analizzato l'attuale situazione, evidenziando come il sovraccarico informativo possa essere paradossalmente nocivo: il consumatore moderno, pur disponendo di fonti sicure e controllate, non gode tuttora di uno strumento in grado di aiutarlo a portare a termine scelte appaganti. Neanche in una situazione tanto semplice quanto la spesa domestica.

Ho quindi cercato di distinguere quelli che sono i principali atteggiamenti nei confronti degli alimenti, evidenziando come il rapporto con il cibo possa assumere diversi aspetti a seconda di chi sia il soggetto che vi entra in relazione. Dagli appassionati conoscitori ed esperti, che non nutrono

alcuna esitazione nel momento in cui si trovano davanti alla scelta di un prodotto rispetto ad un altro, a coloro che hanno perso un legame importante con le caratteristiche della qualità e bontà degli alimenti. Fra critica, indifferenza e piacere ho delineato una panoramica su quelle che sono le relazioni più frequenti accentuando, infine, quanto la cultura possa aiutare a raggiungere una fruizione completa e soddisfacente del cibo.

Nel tentativo di comprendere quali siano le variabili più rilevanti per una percezione allettante di un prodotto, ho approfondito il ruolo dell'immagine nella società moderna. Questo mi ha portato a osservare come l'orientamento verso la "perfezione" visiva porti i media ad usare l'immagine per attrarre su di sé l'attenzione e il desiderio del pubblico. La "perfezione" visiva delle grandi industrie, quindi, seduce ed allo stesso tempo illude la percezione, mettendo in ombra i prodotti artigianali di qualità che non hanno mezzi per riuscire a fare una comunicazione in grado di contrastarla.

Passando attraverso una riflessione sul consumo critico e sull'importanza dell'avere una consapevolezza in grado di orientare gli acquisti, mi sono così soffermata sul tema delle influenze dell'informazione, esaminando alcuni casi che ne dimostrano l'effettiva rilevanza.

Infine, nel desiderio di creare una nuova fonte di informazione, capace di restituire, almeno in minima parte, quel sentimento di umanità ed autenticità racchiuso nei prodotti artigianali, ho proposto un nuovo modello di comunicazione denominato Story Board.

Un prototipo di questo nuovo strumento è allegato a questa tesi, per dare un'idea di come comunicare un messaggio che sottolinei le proprietà gustative, etiche e solidali caratteristiche della maggior parte dei prodotti artigianali.