...E LUCE *sia*

COSA C'ENTRA LA LUCE CON L'ARTE DELLA PASTICCERIA E DELL'ESPERIENZA FOOD? LO ABBIAMO CHIESTO A CHI DI LUCE - E DI FOOD - SE NE INTENDE: IL CEO E MAÎTRE DES LIEUX DEL GRUPPO ALAJMO, RAFFALE ALAIMO, IL RESPONSABILE DELLA PROGETTAZIONE DI AUGUSTO CONTRACT MARCO VEROLI E IL DESIGNER DAVIDE GROPPI

Di Roberta Suzzani

In latino è Lux. In greco significa "brillante, bianco". Per spiegarne la natura, da sempre, si sono avvicendate svariate teorie: la corpuscolare, che la considera composta da corpuscoli indivisibili di massa nulla o trascurabile; la ondulatoria, per cui nascerebbe dalla propagazione delle onde nello spazio; e la teoria quantistica – una fusione delle prime due – per cui sarebbe composta da fotoni di massa nulla, ma di energia e impulso definiti e dipendenti dalla frequenza. Fin qui la scienza. Sulla magia che crea giocando con le ombre, sull'incanto dello sguardo quando si posa su quello o quell'altro oggetto, sul mistero che si nasconde dietro la sua presenza o mancanza si sono spese milioni di parole, poesie, dipinti, foto.
Ma cosa c'entra la luce con il food, si chiederà qualcuno. Molto più di quanto si possa immaginare.
Ne abbiamo parlato con chi di luce - e di food - se ne intende.

ALAJMO, *un luce d'effetto che oscura la fonte*

Far vivere ai propri ospiti un'esperienza food di alto livello è qualcosa che va oltre la qualità della cucina e abbraccia tutti i sensi dei propri ospiti. È dal secondo dopoguerra che il nome Alajmo è diventato sinonimo di esperienza food di alto livello in cui tutto è curato nei minimi dettagli, anche la luce, come racconta Raffaele Alajmo, CEO e maître des lieux del Gruppo Alajmo.

C'è, spesso non si vede, ma fa la differenza. La luce è l'ingrediente nascosto, ma fondamentale, della strategia di accoglienza. Che peso ha, per voi, l'illuminazione in un ristorante?
«Credo che l'illuminazione sia il primo ingrediente per creare un ambiente. L'illuminazione può migliorare e addirittura rendere suggestivo un locale anonimo, ma ha anche il potere di distruggere un locale ben disegnato e arredato. A mio parere, l'avvento dell'illuminazione prima con le lampade a basso consumo e poi con i led hanno contribuito notevolmente al peggioramento delle ambientazioni».

Perché è ancora così difficile scegliere la luce giusta?
«Manca la conoscenza e prima ancora la sensibilità. Una lampadina per la maggior parte delle persone ha solo il wattaggio come quando si usavano le lampadine a incandescenza, oggi è fondamentale verificare la temperatura, i gradi Kelvin. Se si parla di faretti, per esempio, un altro dato importante è il grado di illuminazione, se a fascio largo o stretto».

Cosa è la luce per voi?
«La luce per noi governa l'atmosfera, abbiamo diversi ristoranti e diverse ambientazioni.
In alcuni dei nostri locali la luce cambia in base ai momenti della serata, e il cliente adora questo tipo di attenzione. Amiamo la luce calda, 2700 K e talvolta scendiamo anche a 2400 K. Amiamo la luce croccante, come la definisce Davide Groppi, la luce che incide, che mette l'accento in certi punti e che nasconde i punti meno interessanti. Amiamo la luce di cui si vede l'effetto ma di cui non si vede la fonte. Amiamo la luce».

AMOR - MILANO

CAFFÈ STERN - PARIGI

LE CALANDRE - SARMEOLA DI RUBANO

AUGUSTO CONTRACT, *la luce crea spazi e suggestioni*

Specializzato nell'arredamento per il foodservice, con un'expertise nell'integrazione fra la componente di arredo e gli elementi tecnologici per la preparazione e il servizio, Augusto Contract crea ambienti unici che si differenziano per personalità e design. Da circa tre anni Marco Veroli - laureato in Interior Design al Politecnico di Milano - è responsabile della progettazione.

La luce è una componente di arredo fondamentale in un locale, che esalta, nasconde, crea suggestioni. In base alla vostra expertise, quanto conta l'illuminazione nella progettazione di un locale?
«La stilista Gina Tricot diceva: "Gli occhi comprano il 70 o l'80% di quello che le persone comprano". La luce è una componente fondamentale. Riscontro troppo spesso una scarsa attenzione alla problematica. Ci si concentra sulla scelta dei corpi illuminanti come componente estetica dell'arredo sottovalutando un'attenta progettazione illuminotecnica. L'illuminazione all'interno di uno spazio di ristorazione impatta sul suo posizionamento e quindi su aspetti fondamentali come il pricing, il target e l'offerta. Per quanto riguarda la realizzazione, se uno spazio viene sottoilluminato c'è una bassa percezione dei dettagli; viceversa, uno spazio sovrailluminato ha bisogno di una maggiore attenzione al dettaglio in quanto evidenziato dal flusso di luce elevato.

Illuminazione e universo Food, due realtà che dialogano?
«L'uomo percepisce fino all'80 per cento di tutte le informazioni e percezioni attraverso la vista. Per quanto possa sembrare strano, oltre al senso del gusto anche gli occhi svolgono un ruolo determinante nel decidere se qualcosa ha un buon sapore o meno. Al contrario degli altri sensi, il gusto è molto debole: mentre si possono distinguere migliaia di colori attraverso gli occhi, si possono distinguere solo cinque sapori: il dolce, l'aspro, il salato, l'amaro e l'umami. Inoltre il senso del gusto non fa affidamento esclusivamente sulla lingua, ma anche sugli occhi. Gli alimenti di colore giallo, arancione e soprattutto di colore rosso, ad esempio, sono considerati più dolci degli alimenti di altri colori. In generale uno spazio poco illuminato ha un posizionamento più alto, ha tempi di permanenza maggiori. Le considerazioni opposte valgono per un ambiente molto illuminato, con un posizionamento veloce e basato sui volumi.

DIDASCALIA DIDASCALAIAIAIAIAIAIAIAI

COMBO - CANNERAGGIO

Che ruolo ha, quindi, l'illuminazione nel campo del food e in particolare nella pasticceria?
In un'epoca in cui la condivisione di esperienze è tutto, diventa fondamentale studiare un flusso luminoso adatto anche per i dispositivi a servizio di questo trend. La fotografia è basata sui tempi di esposizione della luce e quindi quest'ultima diventa fondamentale. La resa fotografica di qualsiasi oggetto è molto importante per la condivisione, ma anche solo per un ricordo personale. L'attenzione si deve concentrare sull'azzeramento del gap fra la percezione del momento e la resa fotografica. In tante occasioni ho provato a fotografare il piatto per condividerlo con gli amici e non sono riuscito a ricavarne una foto. Nella pasticceria questo aspetto è ancora più importante, dato lo sforzo che viene fatto per l'estetica del prodotto oltre che per il gusto. Senza una buona illuminazione è uno sforzo vano.

Come si accosta il mercato all'illuminazione?
«Nelle attività piccole-medie è raro trovare uno studio illuminotecnico ragionato in ottica di contenimento di costi e a servizio della strategia del business. In questo la mentalità generica è che lo studio illuminotecnico strategico non sia un investimento con un ritorno, quindi delegato quasi sempre a tecnici che garantiscono il rispetto degli standard ma non una differenziazione.

Nuovi progetti e illuminazione, quali sono le regole?
Nella progettazione di un nuovo locale, una volta acquisite le linee guida e i fondamenti del business, si definiscono il layout e la distribuzione, quindi, si studiano gli impianti "soft" come l'illuminazione ma anche l'audio, l'olfatto e il tatto, in maniera integrata e a servizio dell'attività. L'illuminazione è una materia molto vasta, che permette con un investimento relativamente contenuto di ottenere effetti "wow" molto interessanti. Ultimamente cerchiamo di fare "zoning" con la luce su aree diverse o studiamo configurazioni diverse a seconda del momento della giornata. Teniamo presente che la migliore illuminazione è quella che ci arriva dal sole.

I TOP CINQUE *dell'illuminazione*

✔ **LA LUCE GIUSTA PER TIPO DI LOCALE E CLIENTELA.** Una luce adeguata al tono del locale valorizza gli spazi e attira la giusta clientela

✔ **A OGNI ARREDO LA SUA ILLUMINAZIONE.** Lo stile di un locale passa anche dalle luci che si scelgono, è importante che il tone of voice sia unico

✔ **ACCOGLIERE CON LA LUCE.** Spesso un locale si sceglie da come si presenta all'esterno. Quindi anche l'illuminazione esterna deve essere curata e in armonia con l'interno

✔ **IL COLORE FA LA DIFFERENZA.** Calda o fredda. Bianca o giallina. Luci di un colore sbagliato falsano la percezione

✔ **UNA LUCE PER OGNI MOMENTO.** Oggi i locali cambiano pelle durante la giornata, allo stesso modo anche la luce deve essere flessibile e adattarsi ai momenti del servizio dalla colazione al dopo cena.

CIOCCOLATI ITALIANI - CITY CENTER - MANAMA

ANTICA FOCACCERIA SAN FRANCESCO