



La Creatività In Cucina

Ricerca Istituto Italiano Alimenti Surgelati – Astarea

La ricerca è stata rivolta a un target di 55 opinion leader – giornalisti, editori, blogger – per conoscere la loro percezione della “Creatività in cucina”.

La scelta di tale target (persone sensibili all’alimentazione) è stata dettata dalla curiosità di raccogliere le loro testimonianze come consumatori particolarmente “informati” riguardo un tema di carattere “quotidiano”.

La ricerca è stata svolta tra Luglio e Settembre 2013, sulla base di un questionario con domande chiuse ed aperte. La lettura dei dati, data la numerosità campionaria e la tipologia del target, deve essere considerata di tipo qualitativo.

Sintesi

Emergono forti differenze tra l’immagine della cucina creativa stellata e quella fatta in casa: “mission” degli chef è l’Innovazione; a livello domestico creatività è il Bricolage. Un’area comune: approfondire e sviluppare quanto già si conosce, per creare effetti sorpresa.

La cucina italiana rivisitata è considerata il top della creatività nella cucina di casa, e, coerentemente, appaiono obbligatori anche nella cucina creativa i principi dell’alimentazione sana e bilanciata, come ad esempio quelli della dieta mediterranea.

La maggior parte degli intervistati sfata il mito della cucina creativa dai tempi lunghi e costosa, risultando convinta che una buona organizzazione possa rendere più veloci i processi culinari, e che l’attenzione al prezzo dei prodotti, se pure giustamente finalizzata, non costituisca un limite. Così come anche la ricognizione degli avanzi in frigorifero può essere interessante e garantire risultati inaspettati.

La cucina creativa è per questo Sostenibile: il risparmio di acqua, energia, imballaggi non la compromette, anzi i vincoli possono stimolare la fantasia.

Fra gli strumenti del cucinare (creativamente) pentola a pressione, forno a microonde e robot tuttofare sono vissuti come i grandi “facilitatori”, mentre il sistema a vapore, il forno a gas e il wok sono i “custodi” – e garanti – di un buon risultato.

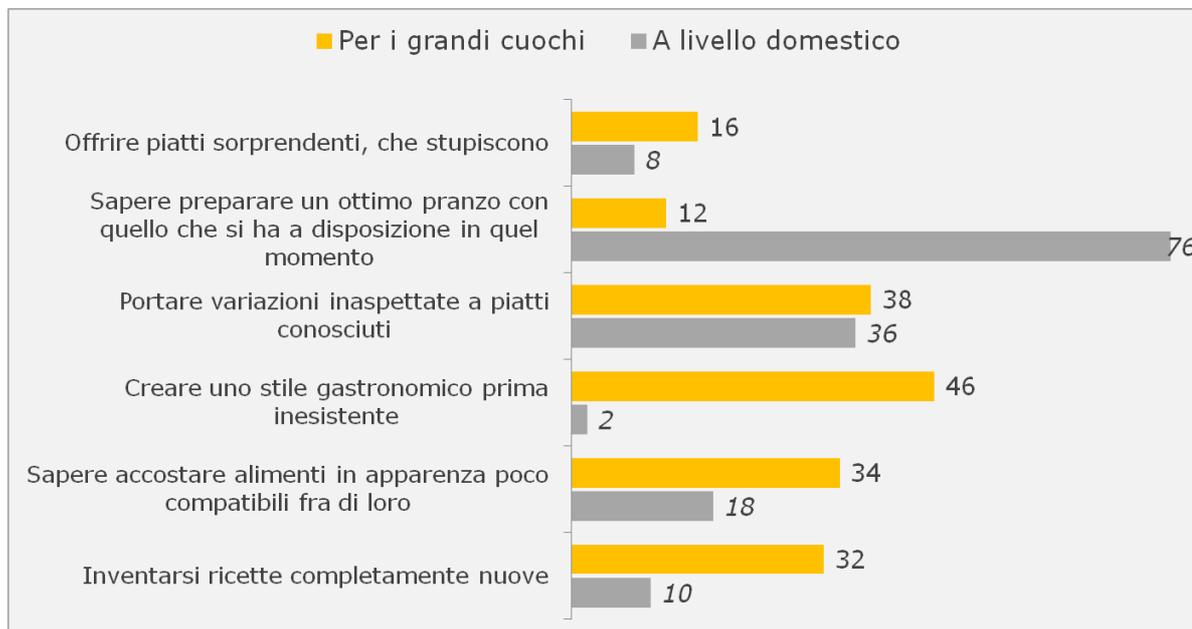
Gli alimenti surgelati: un aiuto fondamentale anche per la creatività in cucina, perché consentono time saving, salvaguardia della stagionalità, libertà di cucinare quello che si vuole quando si vuole.

I Risultati

Che cosa significa la Creatività, in cucina? Emozioni e stili.

- Alla cucina creativa "stellata", fra esperienza diretta e mediatica, siamo un po' tutti abituati. E di questi tempi l'amore per la cucina entra - o rientra - nelle case degli italiani, un po' per moda, un po' per necessità. Per prima cosa, la ricerca ha quindi posto dei distinguo: che cos'è la Creatività nel caso dei grandi cuochi, e come si propone invece a livello domestico, nel concreto della vita quotidiana? La differenza emerge in maniera decisiva: **mission degli chef è l'innovazione**, intesa proprio come cambiamento di sistema ("creare uno stile gastronomico prima inesistente").
- Di conseguenza, appaiono più proprie alla cucina degli chef, rispetto alla creatività domestica, l'arte dell'accostamento insolito e l'invenzione di singole ricette. Al contrario, **in casa la creatività culinaria è vissuta soprattutto come bricolage**: sapere organizzare un ottimo pranzo con quel che si ha a disposizione in quel momento. Nonostante questa differenza, però, tra creatività "alta" - quella stellata - e "bassa" - quella domestica -, un'analogia esiste: la capacità di lavorare su piatti già conosciuti, creando variazioni inaspettate.

D.1 – Cosa intende per "creatività in cucina" nelle due situazioni: pensando alla cucina dei grandi cuochi, e pensando invece a quella che può essere la creatività a livello domestico?



Base: tutti i rispondenti [55] – Valori in percentuale

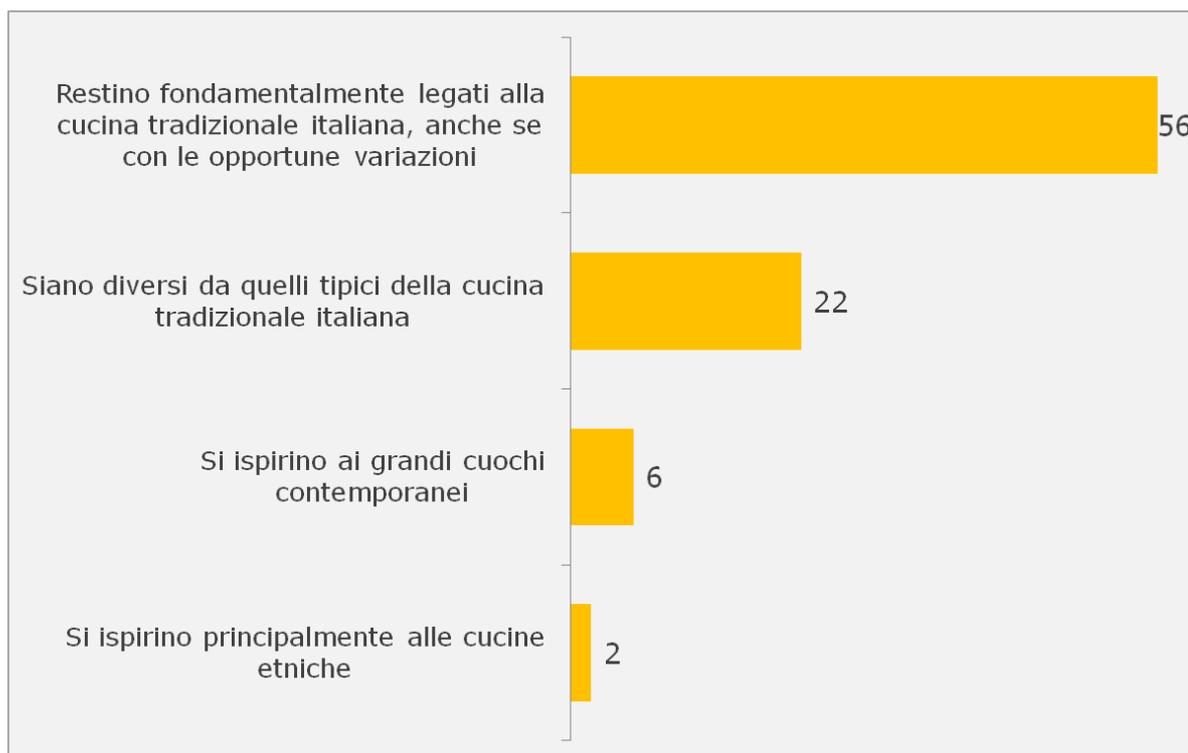
- Quali piatti ci si aspetta dalla cucina creativa in versione casalinga? Più della metà degli intervistati sceglie la **cucina italiana, anche se debitamente rivisitata**, contro un quinto che propende per una gastronomia completamente diversa da quella tipica tradizionale. Comunque, si respinge in modo massiccio la trasposizione domestica del fascino dello chef: solo pochissimi ritengono che la creatività nella cucina di casa debba ispirarsi ai grandi cuochi contemporanei ("a ciascuno il suo mestiere"...si direbbe...).



Infine, una nota di colore: sembra ancor meno attraente la traduzione in casa della cucina etnica che, nonostante eccezioni, probabilmente non è mai riuscita ad uscire in modo significativo dai ristoranti dedicati.

A maggior ragione in questo momento, quando per gli italiani, un po' in tutti i settori, l'italianità sembra raccogliere particolare consenso e sentimenti positivi.

D.2 - Parliamo di creatività in cucina a livello domestico, quella cioè in cui potrebbe cimentarsi anche lei o qualcuno dei suoi familiari o amici. «Cucinare in modo creativo» significa soprattutto proporre piatti che ...?



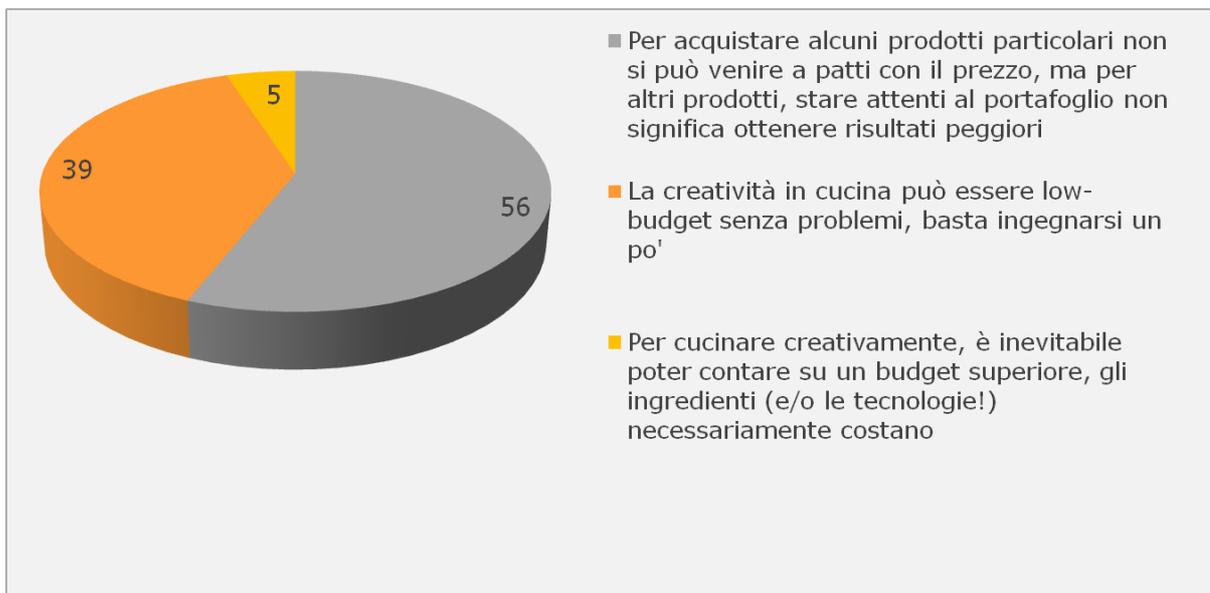
Base: tutti i rispondenti [55] – Valori in percentuale

La creatività in cucina è Sostenibile? Economie e ambiente

- Riduzione dei costi, risparmio di tempo, attenzione all'ambiente: assumendo il concetto di Sostenibilità in senso lato, ampia parte della ricerca è stata dedicata alla relazione tra questi fattori e la Creatività in cucina.
- **Tema Prezzo** dei prodotti: come si valuta il costo della creatività in cucina? Gli intervistati sembrano alquanto flessibili: infatti, per un po' più della metà (56%) sembra discriminante **la tipologia di prodotto** - mentre per l'acquisto di alcuni specifici prodotti un prezzo alto appare quasi obbligatorio (per la qualità, gli ingredienti, le tecnologie produttive incorporate etc..), per altri invece un prezzo inferiore non implica conseguenze negative sul risultato -. Circa il 40%, lancia un messaggio ancora più radicale: **la fantasia può bilanciare il prezzo** - quindi la cucina creativa low-budget è possibile -. Quasi nessuno propende per un'equazione assoluta budget superiore-ingredienti qualificati.



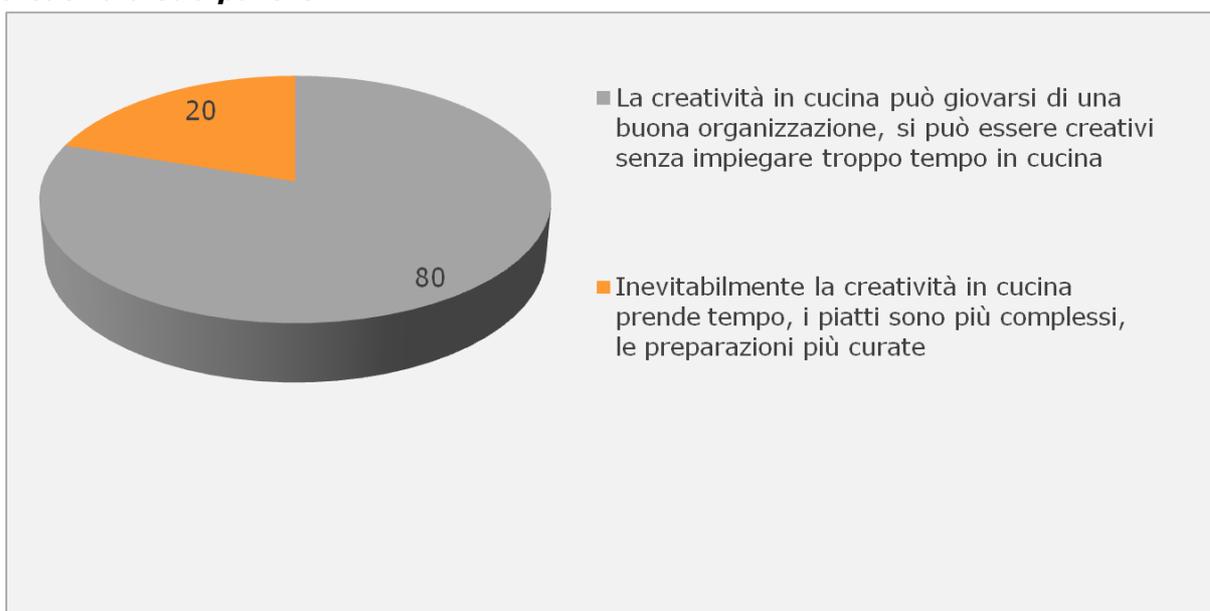
D.4 - Come valuta il costo economico della creatività in cucina?



Base: tutti i rispondenti [55] – Valori in percentuale

- Nella vita quotidiana il **budget tempo** assume una valenza forse tanto rilevante quanto il budget economico – per il target di questa ricerca probabilmente in maniera particolarmente rilevante - . Tra i pro e i contro riguardo la necessità di contare su tempi lunghi per cucinare creativamente, vincono i contro: quasi tutti (80%), concordano che **una buona capacità organizzativa bilancia la mancanza di tempo e costituisce un fondamentale fattore time saving**.

D.5 - Pensiamo ora a un'altra risorsa importante, il tempo. Cucinare in maniera creativa a suo parere ...?

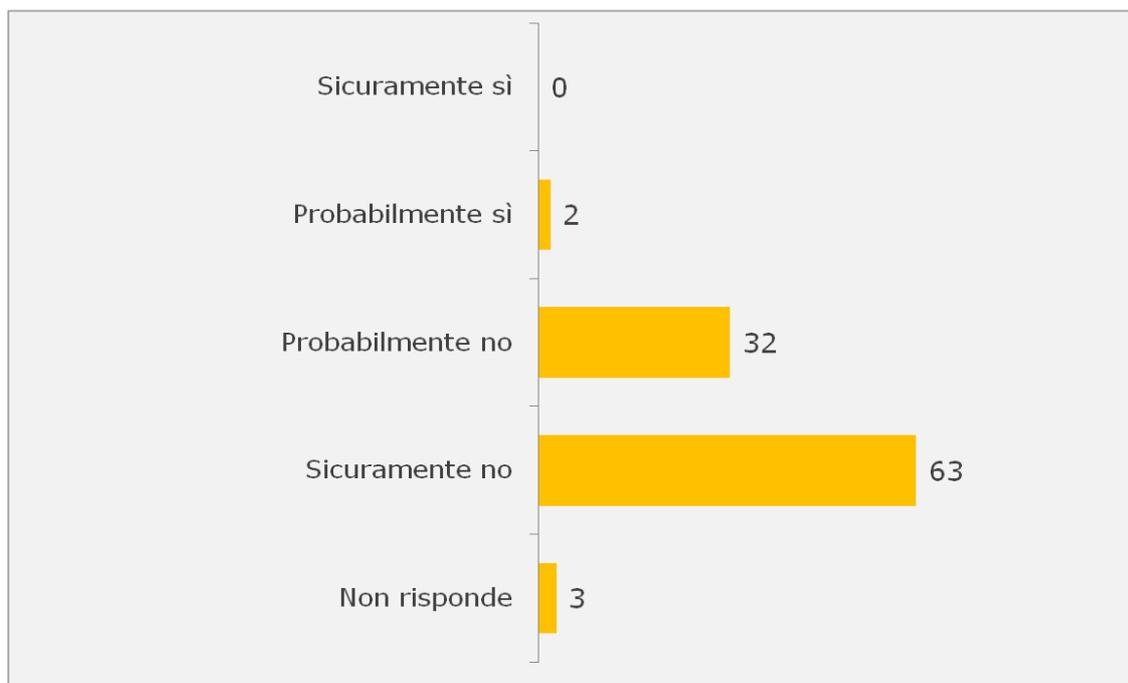


Base: tutti i rispondenti [55] – Valori in percentuale



- Infine, la **questione ambientale** in senso stretto: la creatività in cucina è compatibile con l'attenzione allo spreco di risorse come acqua, energia, imballaggi? La risposta è complessivamente positiva: in pratica la totalità dichiara, se pure con livelli di certezza diversi, che la sensibilità al risparmio di queste risorse non compromette la creatività.

D.6 - Focalizziamoci sulla questione ambientale. Secondo lei, essere attenti a non sprecare acqua, energia, imballaggi, può compromettere la creatività in cucina?



Base: tutti i rispondenti [55] – Valori in percentuale

- I motivi principali.

Innanzitutto in queste dichiarazioni svolge un ruolo rilevante **l'attitudine mentale degli intervistati**: la **sostenibilità** è considerata un **dovere trasversale** a qualsiasi comportamento pubblico e privato, da cui la cucina, inclusa quella creativa, non può essere esentata.

Una seconda argomentazione punta sul concetto di creatività: **la creatività si giova di vincoli e limiti (come quelli ambientali), non ne viene punita, anzi stimolata**; e poiché anche la lotta allo spreco implica in sé stessa una dose di creatività, ben si connette alla creatività in cucina: **ottimizzare le risorse diventa una sfida interessante**.

Una terza considerazione invece interpreta i **contenuti specifici della cucina creativa in chiave di sostenibilità**: la tradizione culinaria italiana - storicamente intesa - è per definizione poco "sprecona"; e comunque la cucina semplice, a basso impatto per definizione, è considerata un caposaldo della creatività.

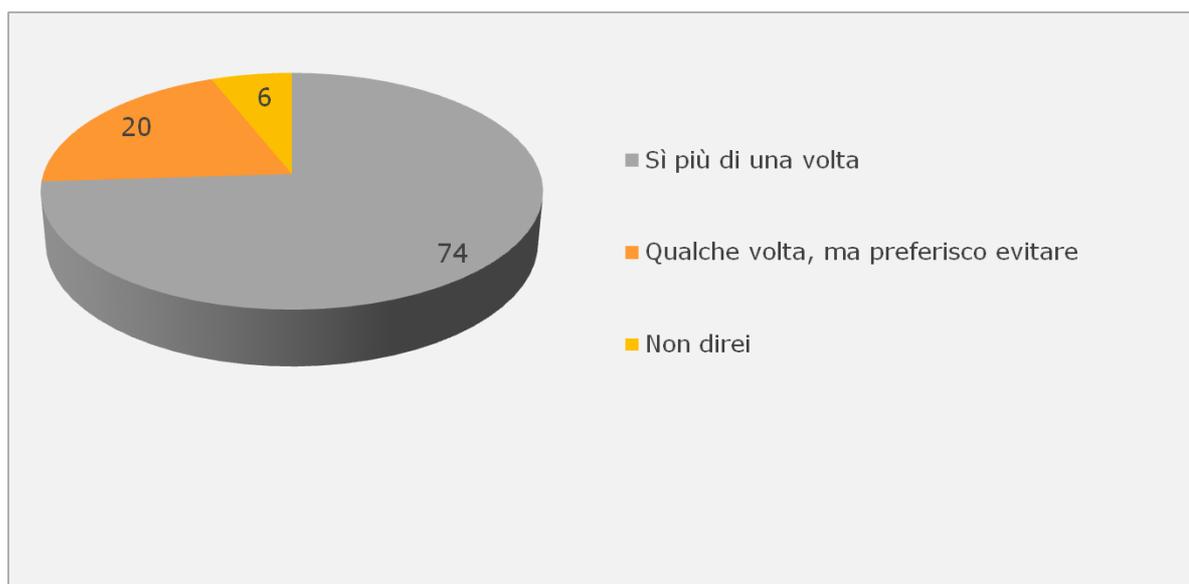
Infine, alcuni notano con senso pragmatico che **rendere sostenibile l'attività culinaria**, anche quella più creativa, **non implica un impegno faticoso**: semplicemente, si richiede un minimo di attenzione nell'acquisto degli alimenti, possibilmente sostenibili, qualche accorgimento nelle preparazioni (ad esempio sbollentare invece che bollire), e, soprattutto, la mobilitazione della propria vivacità mentale per trovare le opportune soluzioni.



L'arte di arrangiarsi, ovvero il potere della fantasia

- Che cosa succede quando in frigorifero ci sono pochi alimenti, o comunque prodotti apparentemente poco adatti a prove di creatività? La ricerca ci dice che queste condizioni non si possono considerare fattori inibitori della creatività: il 74% degli intervistati ricorda, come esperienza personale, non poche occasioni di cucina creativa ottenuta "mettendo insieme" quel che c'era a disposizione. La fantasia è considerata una condizione necessaria e valore fondamentale nel "giocare" con poco: **la necessità aguzza l'ingegno!**, ci dicono in molti - anche in questo caso, considerando **il limite (le risorse scarse) come stimolo alla creatività in cucina.**
- In realtà la valorizzazione di "quel che c'è in casa" sembra generare anche un forte compiacimento: per la sensazione di **auto-gratificazione nel sapere creare con poco**; per la possibilità di **produrre combinazioni inconsuete tra alimenti, anche diversi**; per la sorpresa nel **produrre ricette nuove** - magari non volute! -, per la capacità di **trovare nuovi ruoli agli alimenti** (ad esempio: l'uso della ricotta al posto del burro per mantecare il risotto).
- Qualcuno, tuttavia, ritiene che per gestire il poco, o quello che c'è, con creatività, occorran condizioni di "fattibilità": in primo luogo, la presenza di una **dotazione di base minima di risorse**; in secondo luogo, la **disponibilità di competenze tecniche adeguate**: la capacità viene considerata tanto e forse più rilevante della fantasia, il saper fare, indispensabile per non trasformare un divertente esercizio creativo in uno strazio... gustativo.
- E comunque, circa un quarto degli intervistati estremizza queste cautele: meglio evitare improvvisazioni.

D.8 - Le è mai capitato di sentirsi particolarmente creativo/a per avere cucinato un pasto in maniera non banale, o veramente creativa, mettendo insieme quello che aveva in frigorifero?



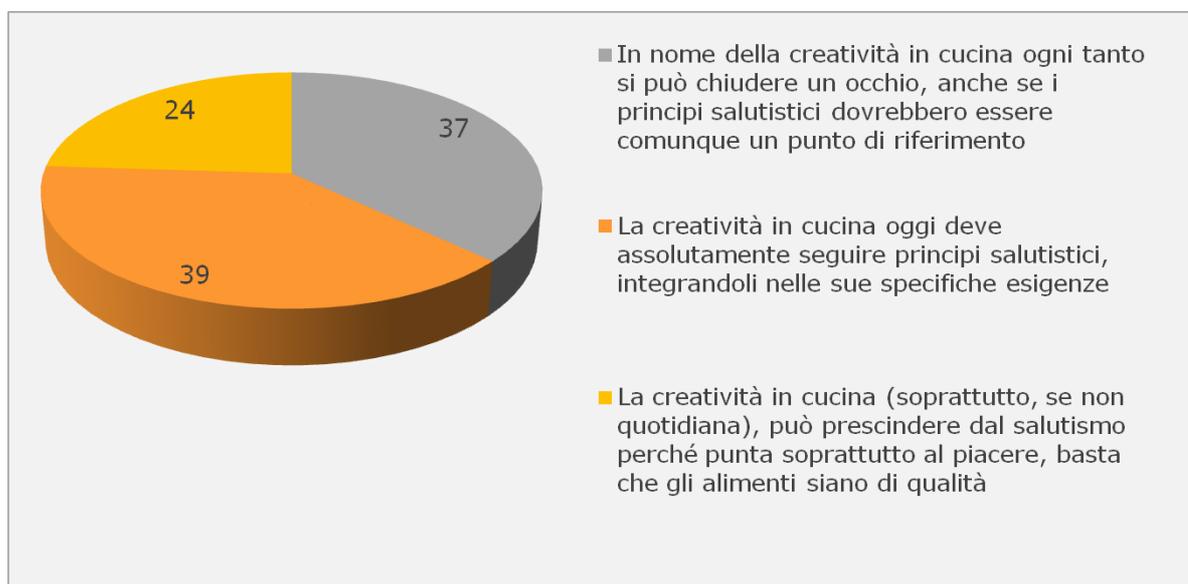
Base: tutti i rispondenti [55] - Valori in percentuale



Salutismo: alleato o nemico della creatività?

- La cucina creativa viene in genere vissuta come il mondo della concessione, dello sfizio, della straordinarietà, dove l'obiettivo del risultato eccezionale giustifica, per così dire, i mezzi: l'associazione tra creatività in cucina e controllo alimentare può probabilmente sembrare paradossale agli occhi di molti.
- Il parere degli intervistati rispecchia un concetto dell'alimentazione in forte cambiamento: rispetto all'equazione cucina sana/cucina creativa vengono infatti espresse certezze ma anche dubbi.
- Le opinioni sono quasi tripartite: **circa un terzo (37%) considera i principi salutistici** (ad esempio quelli della dieta bilanciata di tipo mediterraneo) un **punto di riferimento** anche nella cucina creativa - pur nella convinzione che le eccezioni siano inevitabili -. **Un po' più di un terzo (39%)** invece non ha dubbi: **occorre integrare in ogni caso le esigenze della creatività con quelle del salutismo. L'ultima percentuale (24%)**, invece, dichiara un parere opposto: **tra la creatività che punta per definizione al piacere e salutismo (probabilmente meno), il compromesso appare impossibile**, scontata ovviamente la qualità dei prodotti.

D.3 - Oggi si parla molto dei principi salutistici dell'alimentazione, ad esempio di dieta bilanciata mediterranea. Secondo lei, la "creatività in cucina" deve tenere conto di questi principi?

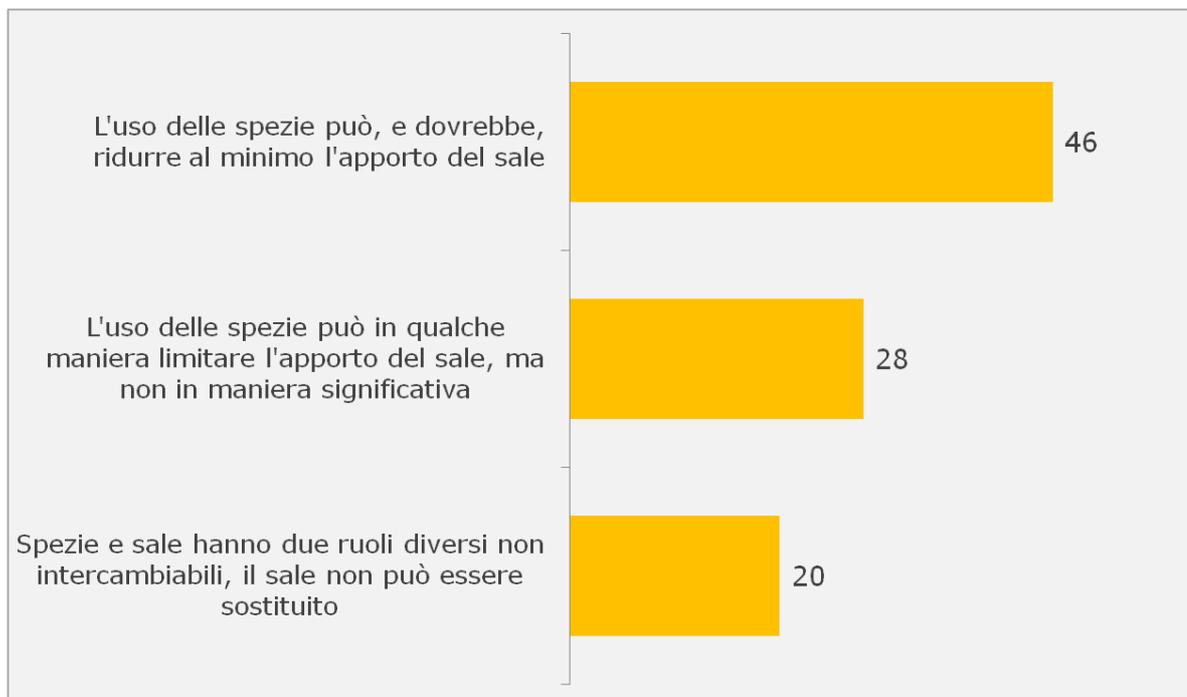


Base: tutti i rispondenti [55] – Valori in percentuale

- In quest'ambito è stata verificata l'opinione riguardo a un ingrediente normalmente additato, se usato in modo eccessivo, quale nemico della salute: **il sale**. Convinzione unanime (94%) è che il **sale vada usato con parsimonia, anche quando si cucina in modo "creativo"**, e che sia compensabile dall'uso delle spezie: ne è convinto il 78%, anche se con pesi diversi. Infatti, mentre circa la metà degli intervistati attribuisce alle spezie un ruolo di protagonismo rispetto al sale, meno di un terzo pensa piuttosto a una sostituzione moderata del sale con le spezie. Un quinto separa nettamente i due mondi: sale e spezie non sono assolutamente intercambiabili.



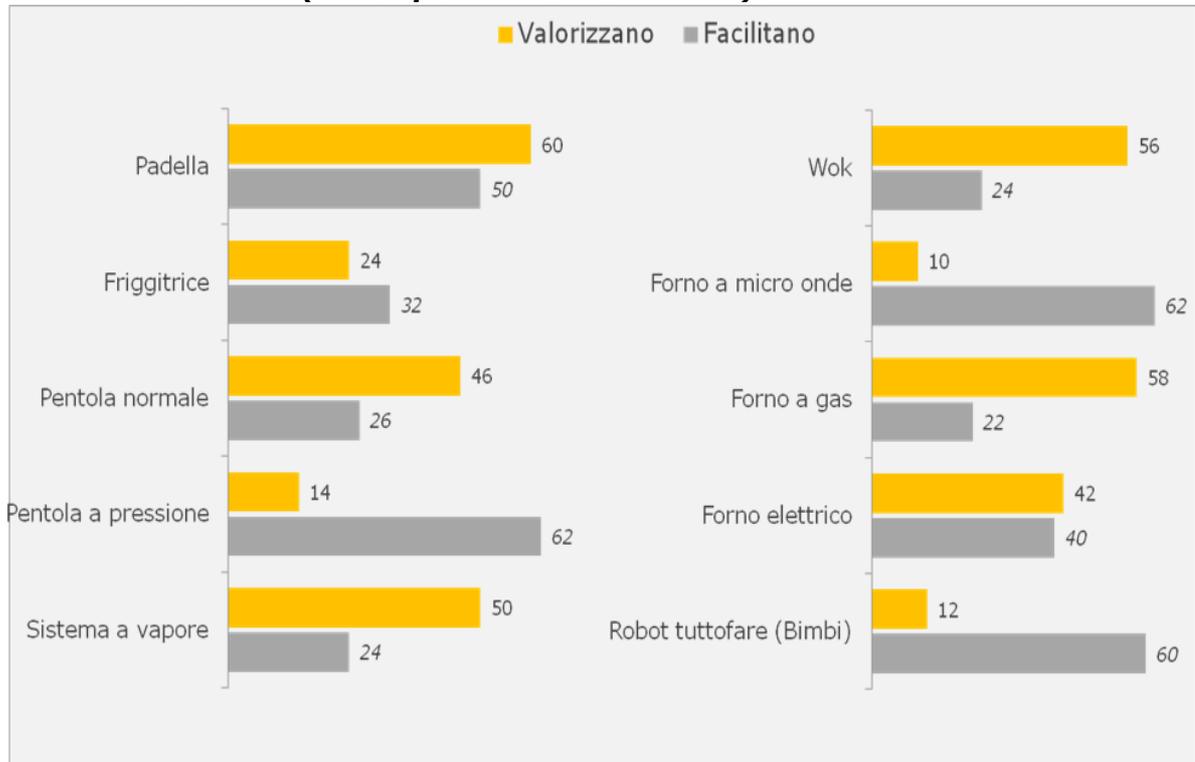
D.11 - Desideriamo ora conoscere la sua opinione riguardo al rapporto tra sale e spezie. Sempre dal punto di vista della "creatività in cucina", lei direbbe che ...?



La cassetta degli attrezzi: strumenti e alimenti

- Si sa che la cucina creativa dei grandi chef utilizza tecnologie molto avanzate che si combinano in maniera più o meno accentuata con gli strumenti tradizionali. In questa ricerca ci siamo focalizzati su questi ultimi, per conoscere il ruolo loro associato rispetto alla creatività in cucina: quali strumenti facilitano il processo culinario al cuoco, e quali invece sono in grado di valorizzare il risultato? In sintesi: i **grandi facilitatori della creatività in cucina sono il forno a microonde, la pentola a pressione, e il robot tuttofare** (circa il 60% degli intervistati premia ciascuno di questi strumenti); riguardo la **capacità di contribuire ad un buon risultato**, le opinioni sono leggermente meno nette, e comunque emergono **il wok (56%), il sistema a vapore (50%), il forno a gas (58%)**.
- Tra contributo alla facilità e ai risultati altri strumenti appaiono meno discriminanti, come la padella, che però pende un po' di più sulla valorizzazione che sulla facilitazione (per il 60% valorizza, per il 50% facilita); la friggitrice, al contrario un po' più facilitante che performante (per il 24% valorizza, per il 32% facilita); il forno elettrico invece raccoglie reazioni assolutamente identiche, mostrando quindi un'opinione molto segmentata: per il 42% valorizza, per il 40% facilita.

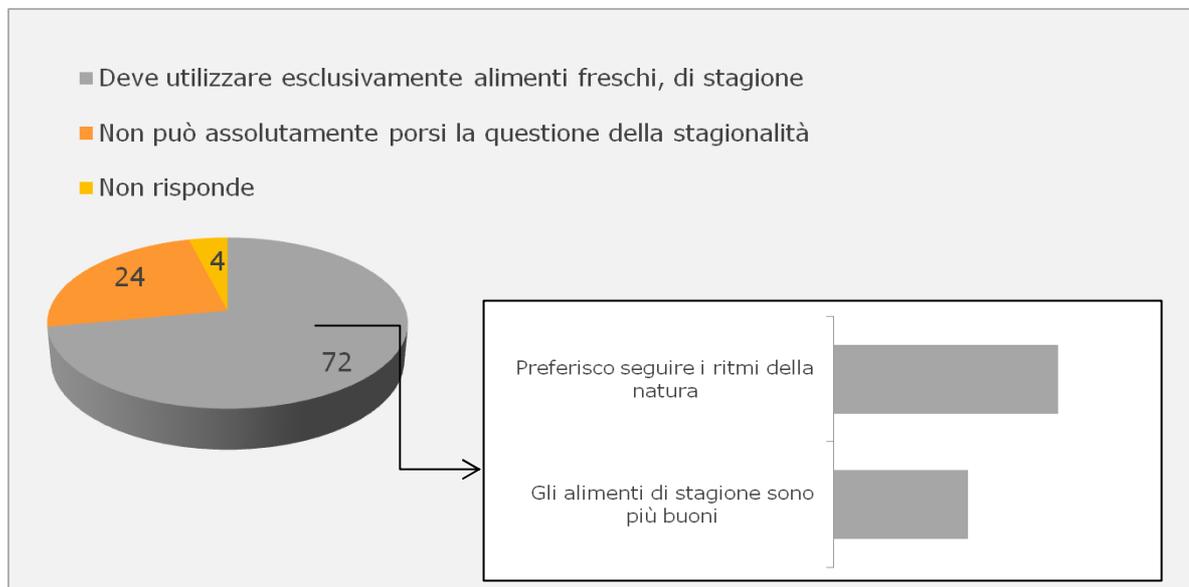
D. 12 - Quali delle modalità di cottura elencate nella tabella, valorizzano la creatività in cucina (cioè il risultato del cucinare) e quali invece facilitano la creatività in cucina (cioè il processo del cucinare)?



Base: tutti i rispondenti [55] – Valori in percentuale

- Nel parlare di creatività in cucina il tema dei prodotti utilizzati è di cruciale importanza. La ricerca ha focalizzato due questioni: la stagionalità e gli alimenti surgelati.
- Primo punto: per la maggioranza degli intervistati (72%) **una cucina creativa che si rispetti deve utilizzare solo alimenti freschi, di stagione**: innanzitutto perché si ritiene più corretto in generale seguire i ritmi della natura, ma anche perché i prodotti stagionali sono considerati migliori.
- La minoranza che non collega la creatività con l'acquisto di alimenti freschi, di stagione, in realtà la recupera indirettamente, affermando che possa essere comunque garantita o quasi dall'offerta dei prodotti surgelati.

D.9 - Pensiamo ora agli ingredienti. A suo parere come deve orientarsi una «cucina creativa» che si rispetti, riguardo alla stagionalità degli alimenti vegetali (verdura, frutta)...?

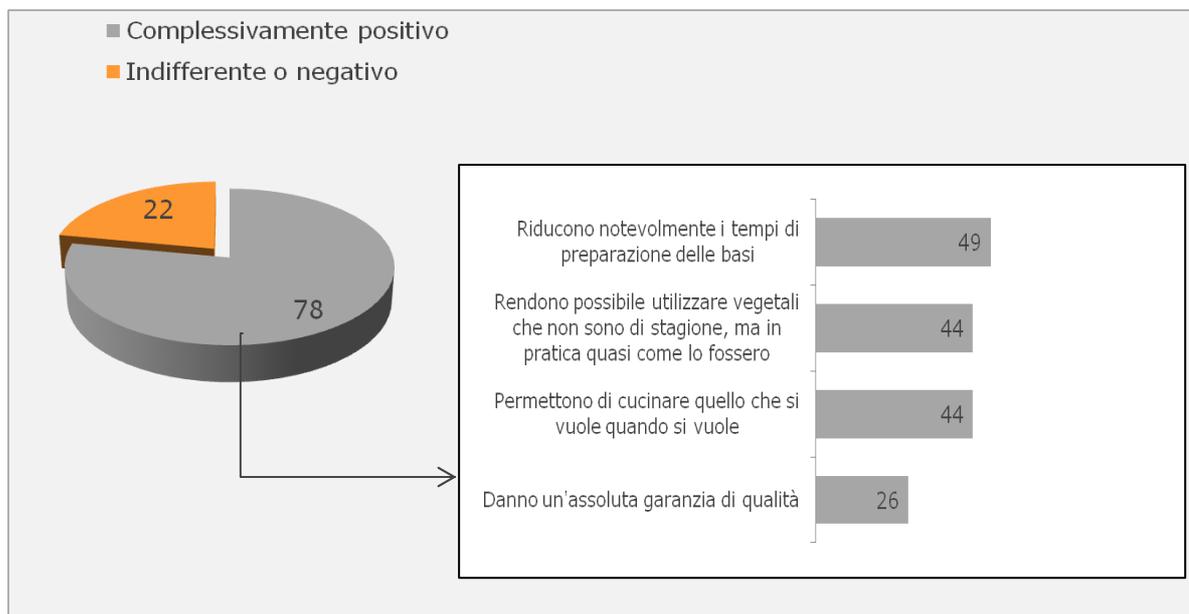


Base: tutti i rispondenti [55] – Valori in percentuale

- I surgelati, appunto: unanime (**78%**) il **parere positivo sul ruolo che possono svolgere gli alimenti surgelati nella creatività in cucina**. Il consenso al surgelato è motivato con uno spettro ampio di argomenti, di peso analogo.
- Innanzitutto si parla di praticità, vissuta in una duplice accezione: da una parte il vantaggio nel risparmio di tempo: i surgelati riducono notevolmente i tempi di preparazione delle basi; dall'altra, la facilitazione nell'organizzazione domestica: **permettono di cucinare quello che si vuole quando si vuole**, liberando dai vincoli e offrendo la libertà del fare. Quanto alla **stagionalità**, il valore aggiunto dei surgelati consiste nella possibilità di utilizzare vegetali che non sono di stagione, ma in pratica quasi come lo fossero. Infine, se pure con peso minore, gioca la percezione di un'assoluta garanzia di qualità. I pochi casi più critici sull'apporto dei surgelati alla creatività in cucina, temono soprattutto che il gusto venga un po' sacrificato, in nome della praticità. In sintesi: surgelati e creatività in cucina vanno complessivamente d'accordo perché questi alimenti si allineano alle esigenze di una creatività contemporanea, che non può prescindere dai ritmi stretti della vita quotidiana, e che non vuole rinunciare alle nuove istanze di freschezza e salute.



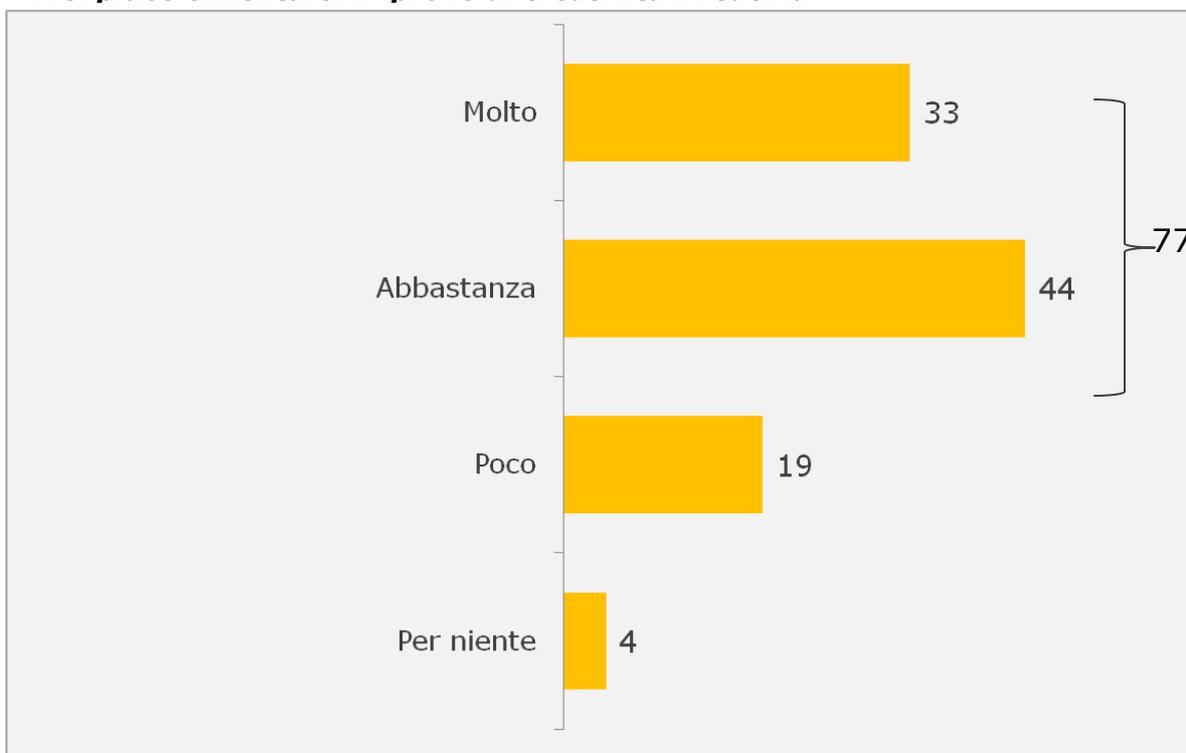
D. 13 - Una curiosità a proposito degli alimenti surgelati: a suo parere, quale può essere il ruolo degli alimenti surgelati nei confronti della "creatività in cucina"?



Base: tutti i rispondenti [55] - Valori in percentuale

- Quanto sopra riportato, ci viene detto da persone che si sentono molto in sintonia con il valore della fantasia in cucina... dato che più di due terzi ci confessano il loro piacere nel cimentarsi personalmente in prove di creatività.

**D. 14 - Ed infine, per concludere, una domanda molto ... personale!
A lei piace cimentarsi in prove di creatività in cucina?**



Base: tutti i rispondenti [55] - Valori in percentuale



A ST Ā R E A
SOLUTIONS FOR MANAGEMENT

Astarea è una società indipendente di ricerche e consulenza fondata nel 2004. Con molti anni di esperienza nel settore, i partner di Astarea coniugano l'attività di ricerche di mercato, sociali e d'opinione con la consulenza di marketing e di strategic planning. Astarea svolge per Imprese, Istituzioni e Associazioni indagini su obiettivi di carattere sia tattico che strategico come scenari di mercato, sviluppo di prodotti, servizi e marche, strategie di comunicazione, iniziative corporate, CRM, CSR, sondaggi di opinione. Per fornire soluzioni concrete Astarea ritiene fondamentale l'utilizzo versatile di approcci metodologici differenziati. Realizza innanzitutto le ricerche classiche attraverso i Focus-group, i Gruppi creativi con consumatori, aziende e opinion leader, le Indagini Quantitative, l'Osservazione etnografica e la Semiotica. Svolge inoltre analisi desk su scenari merceologici o problematiche specifiche (posizionamenti di prodotti/servizi/marche, campagne di comunicazione, attività sul punto vendita, etc...), per fornire suggerimenti effettivamente operativi.

L'attività *ad hoc* viene inoltre sostenuta da modelli diagnostici e generativi esclusivi come "Andare a tempo®", studio sulle tendenze socio-culturali e di consumo, e "AstarBrand©", per la identificazione e messa a punto del posizionamento di Marca. Il mondo del Web offre strumenti innovativi, che consentono di captare la voce di consumatori e stakeholder con e sulla Rete. Astarea li utilizza ampiamente anche grazie a una piattaforma proprietaria per Forum o Focus-group. Si tratta di metodi veloci e flessibili che forniscono informazioni ricche, affidabili e *cost effective* per verifiche di prodotti e servizi, per saperne di più sulle marche, per migliorare la comunicazione, per cogliere il *sentiment* dei cittadini.

Astarea è associata a:



Astarea s.r.l
Via Col Moschin 10 - 20136 - Milano
Tel: 00 39 02 89423927 - Fax 00 39 02 83390294
www.astarea.it
Per informazioni: Laura Cantoni - l.cantoni@astarea.it