Food Innovation Global Mission, alla scoperta dell'innovazione nel cibo

figm17-at-google-24a4869a

Due mesi in giro per il mondo (metà gennaio - metà marzo 2017), senza mai far ritorno in Italia, alla scoperta degli **hub della food innovation** a livello globale. Prima la **food valley emiliana**, poi l'Olanda, con Amsterdam e Maastricht, e quindi gli **Stati Uniti**, una prima tappa sulla East Coast, a Boston e New York, e un'altra in California. Ed è proprio qui che gli studenti della **seconda edizione del master Food Innovation Program (FIP)** si sono fermati per quasi due settimane, alla scoperta di prestigiosi atenei internazionali, a partire dalla **University of California a Davis** (UC Davis), centro d'eccellenza per la food innovation, grazie al lavoro di alcuni studiosi e veri e propri food heroes che guidano la ricerca scientifica nel mondo del cibo. Tra questi, già docente a Reggio Emilia, principale sede del master, **Matthew Lange**, docente al Department of Food Science and Technology, che ha aiutato gli studenti ad analizzare e sviluppare l'indirizzo di ricerca portato avanti all'interno della Global Mission grazie alla creazione di mappe concettuali. Focus della sua ricerca il progetto incentrato **sull'Internet of Food** (IoF), uno studio a tutto tondo che cerca di analizzare il cibo sotto ogni punto di vista e omologare il linguaggio usato per descriverlo, andando così a creare un sistema di conoscenze globalmente riconosciuto e condiviso.

gelato-al-lambruscoAnche il **gelato** da queste parti può diventare terreno di sperimentazione e di incontro tra tecnologia americana e tradizione italiana, grazie alla collaborazione di **Daniela Barile**, docente al Department of Food Science and Technology, che ha studiato i benefici delle Whey Protein, le proteine del siero del latte e i loro effetti sul nutrimento della flora batterica umana. Molti processi, come ha spiegato, tra cui la composizione dell'aria e l'uso di azoto liquido possono avere ripercussioni sul gusto e sulla produzione del gelato. Dalla teoria si è presto passati alla pratica. All'interno di uno dei laboratori dell'università i 14 talenti si sono messi alla prova come gelatieri realizzando gusti innovativi tra cui avocado con cioccolato, mascarpone e pere fresche ricoperto di pistacchi, accanto ad altri più particolari, ma che celebrano la tradizione italiana, come aceto balsamico e lambrusco realizzati con materie prime arrivate direttamente da Reggio Emilia. Il gelato

non è stato l’unico cibo dolce che la delegazione ha potuto riscoprire. **Amina Harris**, direttrice dell’Honey and Pollination Center, ha illustrato come analizzare i diversi sapori e gusti del miele grazie alla Honey Flavor Wheel, il metodo di categorizzazione delle parole per le analisi del gusto. Sono stati fatti assaggiare e degustare diversi tipi di mieli agli studenti ed è stato chiesto a ognuno di descriverne il sapore e gli aromi. Nonostante la provenienza da 12 paesi diversi - Italia, Filippine, Polonia, Brasile, Venezuela, Spagna, India, Etiopia, Turchia, Stati Uniti, Giordania, e Egitto - l’utilizzo delle medesime parole ha dimostrato come il cibo sia un linguaggio universale.

L’esperienza alla UC Davis ha permesso di far incontrare agli studenti molti altri *food heroes*, come il giovane ricercatore non vedente **Henry Wedler**, che ha voluto far provare il suo modo di avvicinarsi alla chimica del cibo grazie agli altri sensi come l’olfatto e il gusto accompagnandoli in un assaggio di tre diversi tipi di oli di oliva con gli occhi bendati. Come produrre vino a impatto zero è stata la scoperta della visita al The Robert Mondavi Institute for Wine and Food Science, uno dei più importanti centri di ricerca sulla viticultura al mondo, insieme a **Roger Boulton** della facoltà di enologia, che ha dimostrato come la cantina del futuro realizzata all’interno del campus è ad alto tasso di tecnologia e completamente autonoma, grazie all’uso di acqua piovana, energia solare e a un impianto dedicato alla diminuzione delle emissioni di carbonio. Dalla produzione al consumo, altro capitolo fondamentale all’interno della filiera dell’agroalimentare studiata all’interno del master Food Innovation Program, a partire dalla mappa Seeds of Disruption di Institute for The Future di Palo Alto. Con **Jean-Xavier Guinard** del dipartimento Food Science and Technology infatti al centro della discussione i diversi comportamenti e le abitudini umane e le relazioni con il mercato.

blind-tasting-olioLa tappa alla UC Davis si è conclusa con la visita al Russell Ranch Sustainable Agriculture Facility accompagnati da **Kate Scow**, docente di scienza del suolo. Un’enorme azienda agricola di 122 ettari all’interno della quale si sviluppano due tipi di progetti: il primo è la coltivazione di mais finalizzata alla produzione di cibo, compreso quello degli astronauti della NASA. Il secondo è la ricerca intensiva e su lungo periodo delle conseguenze delle coltivazioni convenzionali e biologiche sul terreno grazie al programma Century Experiment inaugurato nel 1993, e che vedrà la fine soltanto nel 2093.

Anche i giorni successivi sono stati all’insegna della ricerca dell’innovazione all’interno di realtà scolastiche come la **Edible Schoolyard Project**, dove gli studenti della Food Innovation Global Mission hanno potuto scoprire come i loro “piccoli colleghi” della Martin Luther King Jr. Middle School producono e consumano alimenti coltivati da loro stessi, e universitarie come la San Josè State University, dove esperti e studiosi come Jan English-Lueck uniscono la ricerca antropologica a quella del cibo, dimostrando grazie alla “Silicon Valley Culture” come questo sia un luogo fondamentale per

lo studio della contaminazione delle culture anche in ambito alimentare.

Tappa obbligata nel tour dei maggiori centri di ricerca di tutta l'area è quella **all'Institute for the Future (IFTF) di Palo Alto**, ateneo promotore fin dalla prima edizione del Food Innovation Program insieme al Future Food Institute (FFI) e all'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia. Qui infatti gli studenti sono stati accolti dalla giovane ricercatrice **Sarah Smith** che li ha aiutati a mappare tutti i luoghi più interessanti visitati finora durante la missione, per dare corpo e sistematizzazione alle ricerche dei singoli studenti e immaginarne le possibili applicazioni, visti anche i legami con il mondo delle aziende che sono alla base dell'impostazione di questo innovativo master e di esperienze dirette sul campo come la Food Innovation Global Mission.

Se si parla di innovazione c'è un luogo in California che non si può fare a meno di visitare: la **sede di Google a Mountain View**. Una vera e propria città che ha al suo interno 35mila dipendenti (provenienti da tutta la Bay area e che arrivano qui grazie ai Google Bus) e dove si decide ogni giorno il futuro del pianeta e quindi anche quello del food. Il cibo, veicolo di conoscenza e aggregazione, si ritrova qui in ogni ambito: si tengono lezioni con chef famosi, eventi periodici con speaker da tutto il mondo e si creano programmi di educazione alimentare nelle scuole della Bay Area per insegnare ai figli dei dipendenti un rapporto sano e corretto col cibo. Grandissima importanza ha infatti l'alimentazione anche grazie all'installazione delle "micro-kitchen" piccole stazioni di ristoro vicine al posto di lavoro e spesso a metà tra aree diverse per far incontrare colleghi che non lavorano insieme per aumentare la contaminazione di idee davanti a uno snack sano. Il luogo ideale dove i 14 studenti della Food Innovation Global Mission possono andare a scovare i *food rituals*, le *food icons* e soprattutto i *food heroes* del futuro. A partire del Global Leader di Google Food, **Michiel Bakker**, di origini olandesi, già molte volte protagonista degli eventi di food innovation del Future Food Institute, sostenitore del programma fin dall'inizio.

Tutto parte da quando Google decide di cambiare il paradigma del "**Google 20**" (si dice che chi andava a lavorare per l'azienda prendeva subito 20 libbre). Bakker e il suo team si mettono ad analizzare il lavoro e qualche tempo dopo diventano apripista di concetti che oggi sono diventati un vero modello eccellente non solo nella Bay Area ma in tutto il mondo. Le mense aziendali non sono più luoghi per riempirsi la pancia di fritti e dolci ma un luogo per ricreare la mente e soddisfare il corpo. La linea mense di Google comincia con antipasti da ristorante stellato, man mano che si procede nella linea si trovano altri invitanti piatti colorati, decorati con grazia e maestria, mentre i carboidrati sono collocati alla fine del percorso e difficilmente vengono scelti. La varietà è sorprendentemente vasta e difficilmente si riesce ad assaggiare tutto nell'arco della settimana. E la settimana successiva, il menù cambia. Le chiavi sono: cibi semplici, belli, nutrienti, salutari, gustosi. Il modello della salvaguardia

della salute attraverso il cibo è funzionale, replicabile e sostenibile e serve a creare un mondo migliore attraverso la sua personalizzazione. Così Google Food diventa un brand, e il Good Food Lab è oggi il think-tank di riferimento per la discussione globale sui temi della food innovation.