Food Innovation Global Mission in Giappone per la prima tappa in Asia

mercato-nishiki-3-67e480c5

Dopo l’Europa, tra Italia e Olanda, e le due coste americane con New York, Boston e San Francisco, la delegazione internazionale della **Food Innovation Global Mission (FIGM)**, il tour mondiale dei 14 studenti del master di II livello Food Innovation Program (FIP), arriva in **Giappone**, la prima destinazione in Asia, a cui seguiranno Corea, Cina e infine Singapore come ultima meta che a precedere il rientro in Italia previsto per metà marzo.

Ad accogliere la Mission, una volta sbarcata a **Osaka**, il console generale **Marco Lombardi**, che ha sottolineato i legami storicamente forti tra Giappone e Italia, in particolare l’interesse da parte del mercato del Sol Levante per l’enogastronomia italiana, a partire da prodotti cult come vino e olio d’oliva. Tradizioni centenarie nostrane che si vanno ad affiancare ad altre tipiche giapponesi come il sushi o il ramen, studiati, analizzati e gustati come veri e propri food rituals, ma anche food icons grazie ai partner locali, accademici e non che hanno accompagnato gli studenti in questo viaggio del gusto al di là dei giudizi preconfezionati e soprattutto degli stereotipi che riguardano questi prodotti e il modo di assaporarli. Nel testare l’autenticità di questi cibi fondamentale è stato anche immergersi nell’atmosfera locale e scoprire i luoghi in cui essi vengono fruiti, in un’immagine lontana dai sushi bar milanesi e calata a pieno nella realtà di questo straordinario paese. Tra questi luoghi d’eccezione il mercato Nishiki a Kyoto, ideale per un “vero” assaggio di sushi e sashimi, alla scoperta delle infinite varietà di pesci disponibili, ma anche occasione per scoprire come viene preparato il okonomiyaki, la “pizza giapponese”, una base simile al pancake americano con un impasto a base di verza, acqua, farina e uova, da condire con farciture a piacere. E ancora ramen e soba, paste calde in brodo simili a spaghetti, tante volte rappresentate nel mondo dell’animazione e del cinema d’ispirazione giapponese.

Dopo Osaka, seconda città del Giappone a essere oggetto di studio per la Food Innovation Global Mission è stata **Kyoto**, un’esperienza all’insegna dello scambio continuo tra innovazione, ricerca e sperimentazione. Al Kyoto Institute of Technology si è svolto il primo Food Innovation Workshop

guidato dal direttore accademico del master e docente presso il dipartimento di Scienze e Metodi dell'Ingegneria presso l'Università di Modena e Reggio Emilia Matteo Vignoli che ha stimolato gli studenti a partire dalle tecniche di design thinking, processo manageriale sviluppato all'università di Standford che coinvolge l'utente finale e sprigiona la creatività individuando obiettivi e passando attraverso la prototipazione e la sperimentazione della soluzione proposta. Gli studenti, affiancati da esperti internazionali, si sono misurati alla ricerca di nuove soluzioni per migliorare prodotti, servizi e brand, sia all'interno del territorio giapponese che all'estero di due aziende locali coinvolte nel workshop: la Obubu Tea Farm e Okaki Ohmi Beef Company, entrambe visitate da tutti gli studenti.

[caption id="attachment_119589" align="alignleft" width="240"]Obubu Tea Farm Obubu Tea Farm[/caption]

Obubu Tea Farm si trova a **Wazuka**, cittadina della prefettura di Kyoto ed è specializzata in tè artigianali di altissima qualità della varietà Aracha. La lavorazione di questo prodotto particolare, che vede utilizzate tutte le parti della pianta, è stata raccontata in mezzo agli sterminati campi coltivati proprio dal presidente dell'azienda **Akihiro "Akky" Kita**. Dopo la spiegazione sulle specifiche della coltivazione e della produzione di tè, i ragazzi sono stati invitati ad assaggiare questa bevanda e ad ascoltarne la storia di centinaia di anni seduti a terra come da tradizione "In Giappone è straordinario vedere come la cura dei dettagli copra tutta la filiera, dall'agricoltura fino al consumo" spiega Matteo Vignoli. La sfida lanciata dal presidente agli studenti è stata quella di formare una comunità di appassionati di tè e colmare così il divario tra produttori e consumatori facilitando la diffusione e il commercio di questo prodotto storico.

[caption id="attachment_119590" align="alignright" width="300"]Okaki Ohmi Beef Company Okaki Ohmi Beef Company[/caption]

Tutta la produzione enogastronomica in Giappone sembra affondare le proprie radici in tempi antichissimi, non solo per il tè ma anche per quanto riguarda la carne. Come dimostra la seconda azienda visitata e oggetto di ricerca: **Okaki Ohmi Beef Company**. Fondata a Shiga 170 anni fa si è specializzata nell'allevamento di **Wagyu**, una specifica razza bovina cresciuta per ottenere una carne con un'elevata quantità di tessuto ricco di grassi insaturi che la rende particolarmente saporita, tenera e costosa. Questo tipo di carne infatti è consumata dai giapponesi nelle occasioni speciali e viene mangiata sia cruda che cotta. Inoltre, in base al luogo dove vengono allevati i capi, cambiano non solo il nome ma anche le diverse caratteristiche passando dal più famoso manzo Kobe al Matsusaka fino al Ohmi. Quest'ultimo è particolarmente famoso per le sue origini antiche e per il suo consumo officinale da parte dei personaggi più importanti della società come lo shogun, il governatore militare.

Dopo tre giorni di visite, racconti, prove e analisi gli studenti della delegazione hanno presentato i loro progetti al **MTRL Kyoto**, un co-working space per innovatori e creativi dove più di 100 persone hanno partecipato all'evento ponendo domande e dando spunti e suggerimenti utili per il futuro dei singoli progetti presentati. In questo luogo ad alta contaminazione tra innovazione e mercato gli studenti hanno potuto incontrare chi riesce a provocare ogni giorno un vero impatto come **Sabrina Sasaki** di **Makers Boot Camp**, il più importante programma di accelerazione in Giappone e uno dei più rinomati in Asia per startup e maker che desiderano produrre con tecnologie affidabili e convenienti e **Philip Nguyen**, co-fondatore di **Gochiso**, una innovativa applicazione che sta rivoluzionando il mondo della ristorazione giapponese.