

L'alfabeto del futuro. Modena 26 febbraio



PRODOTTI TIPICI. MASSIMO MALPIGHI DELL'ACETAIA MALPIGHI

# L'innovazione nel mondo dell'oro nero

## «La vera rivoluzione è quella del gusto»

Quest'anno festeggia i 170 anni di storia col Balsamico Tradizionale: «I clienti devono poter passeggiare nei nostri vigneti»

Davide Bertì

Cambiare il passato non si può, e nemmeno lo si vuole. Chi oggi, ad esempio, se la sentirebbe di modificare il percorso storico dell'aceto balsamico, quello tradizionale di Modena? Nell'alfabeto del food modenese la A è di diritto per lui, con i suoi segreti, la sua magia, le sue liturgie.

Come può l'innovazione andare di passo con la storia che vive ancora nel presente e dovrà continuare a farlo anche nel futuro se l'anima del balsamico tradizionale vorrà rimanere intatta?

Lo abbiamo chiesto a Massimo Malpighi, titolare dell'omonima acetaia, azienda tra le più note in provincia che proprio quest'anno celebra i 170 anni: «Cinque generazioni di storia, siamo stati tra i fondatori del consorzio e i primi a credere nel Dop. Innovazione per noi è anche rispetto per ciò che viene da lontano, che non può essere snaturato».

**Come si può parlare di innovazione con un prodotto inviolabile?**

«Il nuovo è rappresentato dalla ricerca. Quello che si può fare è creare innovazione nelle sue derivazioni, dando vita ad accostamenti da cui nascono nuovi prodotti come il nostro condimento allo zafferano: nasce da un prodotto particolare - il nostro Prelibato, un prodotto di condimento bianco ottenuto dalle migliori uve di Trebbiano Modenese - che coglie in infusione lo zafferano di Montefeltrò».

**Si può innovare il gusto?**

«Si deve. Non dell'aceto, s'intende, ma delle sue possibili interpretazioni. Le combinazioni danno vita ad una



alchimia particolare che porta a sentori gustativi nuovi. Penso anche a combinazioni naturali come l'essenza estratta dalla rosa coltivata nella nostra azienda agricola: come dei piccoli chimici si cerca di assemblare più ingredienti, per creare un'alchimia unica e particolare».

**Cosa vede nel futuro dell'aceto balsamico tradizionale sulle tavole di tutto il mondo?**

«Intanto far capire a tutti che l'aceto balsamico esalta i sapori, non li copre. Il foie gras che insieme alla gelatina in tanti ristoranti importanti viene abbinato con aceto balsamico tradizionale di Modena extravergine proprio perchè ne esalta alcune caratteristiche, oppure se si pensa al mondo fusion pos-

**MASSIMO MALPIGHI**  
A CAPO DELL'AZIENDA DI FAMIGLIA  
CON UNA STORIA DI CINQUE GENERAZIONI

L'aceto non si tocca e bisogna capire che se ben abbinato esalta i sapori e non li copre

Siamo stati i primi ad aprire l'azienda ai clienti facendoli vivere tra le botti

siamo immaginare un sushi abbinato all'Aceto Igp piuttosto che alla salsa di soia».

**Per la sua azienda che cosa significa futuro?**

«Cerchiamo di non dimenticare tradizione, abbiamo gli occhi nel passato, le mani nel presente e lo sguardo nel futuro. Oggi non è importante solo raccontare dove si fa un prodotto, ma anche far vedere come si fa. Per noi la grande innovazione è stata quella di dire, e siamo stati i primi: siamo un'azienda a porte aperte, venite a vedere come si fa, a capire il Balsamico, a passeggiare nel vigneto per sentire i profumi dalle botti, innovazione grande è avvicinare il consumatore curioso al prodotto, grande sfida che noi nel nostro piccolo continuiamo a

portare avanti e in parte abbiamo anche vinto».

**Futuro significa progresso tecnologico. Come si declina questo binomio nel mondo del balsamico tradizionale?**

«Prima di tutto con la difesa del nostro prodotto di qualità. La vera rivoluzione dell'utilizzo di tecnologie innovative associate al cibo è proprio quella di rendere sempre più ampi gli spazi di interazione tra i consumatori e la filiera. Cibo non solo da mangiare quindi, ma da vivere come esperienza e come strumento di condivisione grazie al supporto della tecnologia; quest'ultima non deve sostituire il prodotto ma renderlo migliore e più sicuro».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL TOUR

**Prenota il posto all'ex Aem e vota sul sito**

«L'Alfabeto del futuro», il tour a tappe del gruppo Gnn sulle sfide dell'innovazione, fa tappa a Modena: l'appuntamento è mercoledì 26 febbraio alle 18, all'ex Aem, dove si parlerà del cibo del futuro. La Gazzetta propone ai lettori un sondaggio sul sito per scoprire, tra l'altro, qual è il cibo modenese che tra cent'anni identificherà il territorio.

GIUSEPPE VILLANI, PRESIDENTE DI SETTORE IN CONFINDUSTRIA

# «La filiera dell'agroalimentare base per formazione e credito»

Arianna De Micheli

«Il concetto di filiera vince sulla competizione tra aziende. Aziende che, grazie ad una reciproca conoscenza, scoprono di condividere la medesima tradizione. Tutto ciò si traduce in una più profonda sintonia».

Ne è convinto Giuseppe Villani, presidente della filiera agroalimentare di Confindu-

stria Emilia. Ossia un'alternativa all'antica categoria settoriale che, oltre ad incentivare la collaborazione tra le 200 imprese della stessa filiera, individua nell'effetto trascendente una carta vincente.

«Le realtà industriali di modeste dimensioni traggono vantaggio dall'accelerazione impressa dalle aziende più grandi», spiega Villani. Per poi deviare il discorso su un tema molto caro a Confindu-

stria: la formazione. Formazione che chiama in causa tanto la scuola - «dobbiamo garantire alle nuove generazioni gli strumenti per scegliere con cognizione di causa tra le varie possibilità offerte dall'industria» - quanto le figure professionali dell'agroalimentare.

«L'agroalimentare è una delle nove filiere pilota coinvolte nel progetto retraining workers. Ossia un percorso

di riqualifica del personale pensato ad hoc per rispondere alle esigenze dell'era digitale. Noi emiliani siamo grandi lavoratori, l'innovazione è insita nel nostro Dna. In tal senso l'Emilia Romagna in Europa non teme rivali. Ma per aggiudicarsi il futuro non è sufficiente vantare macchine all'avanguardia. Occorre un nuovo allenamento formativo a misura di industria 4.0». Nata dalla fusione di Modena con Bologna e Ferrara, Confindustria Emilia Area Centro conta oltre 3.300 imprese organizzate in 20 filiere (70 miliardi di giro di affari complessivo).

«Se ben utilizzata la filiera ci rende più affidabili agli occhi degli investitori e nei confronti del mondo finanziario



**GIUSEPPE VILLANI**  
CONFINDUSTRIA AGROALIMENTARE  
EMILIA CENTRO HA 200 IMPRESE

«Noi riqualifichiamo il personale con percorsi specifici per rispondere a esigenze dell'era digitale»

e creditizio. La stretta del credito rappresenta una criticità anche per chi opera nell'agroalimentare. Oggi i rapporti umani vengono in secondo piano rispetto agli algoritmi. Una volta era l'opposto: si accedeva al credito «per amicizia». Siamo passati da un estremo all'altro - stigmatizza Villani - Occorre un rinnovato equilibrio. Così come alle aziende del nostro territorio serve una rete logistica e infrastrutturale adeguata ai tempi. Stiamo viaggiando a velocità assai elevata ma lo Stato ci rallenta. Anche in termini di burocrazia. Ogni volta che sale in cattedra un nuovo governo la promessa è sempre la stessa: semplificazione. Una parola che mai si traduce in fatto concreto».