

**EVENTI**

Cantina della Volta partner e promotore del progetto "Collaboration"

# Gemellaggio Modena-Tokyo nel nome di Lambrusco e Prosciutto

**M**odena-Tokyo tutta dritta a suon di calici di Lambrusco di Sorbara e fette di dolce prosciutto. Ha avuto luogo sabato 8 giugno nella bella città della Ghirlandina un evento che ha visto protagonisti le modenesi CANTINA DELLA VOLTA e il prosciuttificio FATTORIA CÀ DANTE insieme al noto illustratore e imprenditore giapponese KO HAYASHI, ospiti degli spazi dell'enoteca *La Bottega*

*Dei Golosi*. HAYASHI, dopo aver studiato ad Urbino presso l'Istituto d'Arte, si è innamorato dell'Italia e delle sue materie prime a tal punto da aprire a Tokyo, nel 2015, *Salumeria 69* e, qualche tempo dopo, *Osteria 15*. L'artista si è avvicinato alla cucina da bambino, imparando a cucinare grazie alla madre, esperta soprattutto in preparazioni a base di pesce. A 19 anni ha iniziato a viaggiare, appassionandosi immediatamente al

cibo italiano. «Anche la mia compagna ama molto l'Italia — ci ha raccontato Ko Hayashi — così abbiamo deciso di aprire a Tokyo *Salumeria 69* dove offriamo 70 diversi tipi di salumi, 50 dei quali italiani, soprattutto emiliani e in particolare modenesi, a partire proprio dal Prosciutto di Modena DOP, che abbiniamo a specialità come il gnocco fritto. Non mancano poi salumi dalla Toscana, dal Piemonte e dalle Marche».



Ko Hayashi e collaboratori insieme allo staff della Bottega dei Golosi, a Stefano Pelloni di Fattoria Cà Dante e Angela Sini di Cantina della Volta. «In Giappone la fetta di prosciutto deve essere magra e sottile — ha raccontato ai presenti l'artista giapponese — da abbinare ad un freschissimo Lambrusco di Sorbara Metodo Classico o a un Sake servito a temperatura ambiente».



Il maestro tagliatore Shinmachi-San a confronto con un salumiere modenese.

Il popolo giapponese è molto attento alla propria salute e alla qualità del cibo e apprezza quello italiano che viene percepito come molto fresco e naturale. «Il salume preferito in Giappone è senza dubbio il prosciutto, non particolarmente stagionato, solitamente non oltre 18 mesi, più dolce e fresco» rivela Ko Hayashi. «La nostra cultura enogastronomica ci porta a ricercare profumi intensi e delicatezza al palato: i Giapponesi non amano affatto i cibi grassi, basti pensare alla cultura del sushi e del sashimi. Ecco perché viene molto apprezzato il prosciutto crudo giovane, che sprigiona tutto il suo profumo, tagliato sottile, si potrebbe dire con un taglio stile "sushi"» aggiunge. A darne prova in Bottega, il maestro tagliatore Shinmachi-San, che si è confrontato con un esperto salumiere modenese.

#### Un ambasciatore del Lambrusco di Sorbara in Giappone

Hayashi nei suoi locali propone spesso i salumi in abbinamento ai vini di Cantina della Volta. «Con un prosciutto più delicato, ad esempio, suggerisco un *Christian Bellei Metodo Classico*, mentre per uno più stagionato il *Trentasei, Lambrusco di Modena Spumante Doc Brut Metodo Classico*: servito fresco è un abbinamento perfetto». «Vorrei direi grazie a Ko Hayashi per averci coinvolti in questo gemellaggio e alla *Bottega dei Golosi* per la calorosa accoglienza» ha commentato ANGELA SINI, amministratore delegato di Cantina della Volta. «Ci siamo sentiti come a casa anche se immersi in un clima orientale, tra clienti abituali che si sono mescolati ai visitatori provenienti dal Paese del Sol levante». «I vini di CHRISTIAN BELLEI sono sempre più apprezzati in Giappone dove vengono scelti per la loro finezza, eleganza e forte identità col proprio territorio di origine, la città di Modena, sempre più amata nel nostro paese» conclude Hayashi.

>> Link: [www.cantinadellavolta.com](http://www.cantinadellavolta.com)

■ L'iniziativa *Collaboration* si inserisce all'interno di un **trend positivo di export tricolore verso il Giappone**: dagli ultimi dati di *Agrifood Monitor* di NOMISMA emerge infatti che, sebbene degli oltre 57 miliardi di euro di beni agroalimentari importati nel 2018 dal Paese del Sol levante solamente l'1,5% fossero di provenienza italiana, nel corso dell'ultimo decennio il valore degli acquisti dal nostro Paese sia passato da 537 a 865 milioni di euro, con una crescita superiore al 50%. Andamento positivo che è proseguito nel primo quadrimestre del 2019, con un aumento del 13% rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente. Il made in Italy alimentare in Giappone è dunque molto apprezzato: a confermarlo anche l'import di vino italiano, cresciuto ad un tasso medio annuo del 4% (CAGR).

