



SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DELLA  
Tuscia

Corso di Laurea in

*«Scienze, Culture e Politiche  
Gastronomiche per il Benessere»*

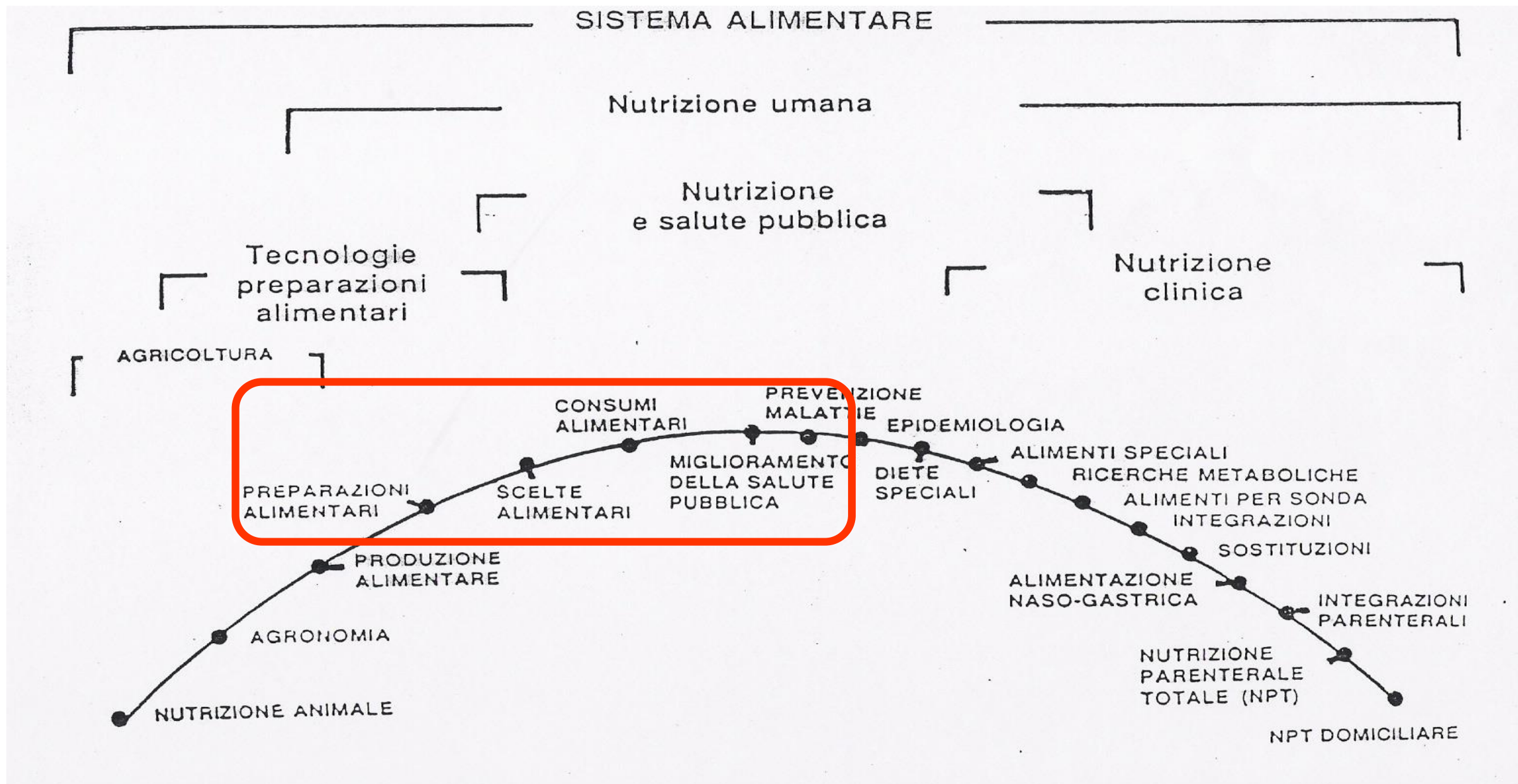
L-GASTR

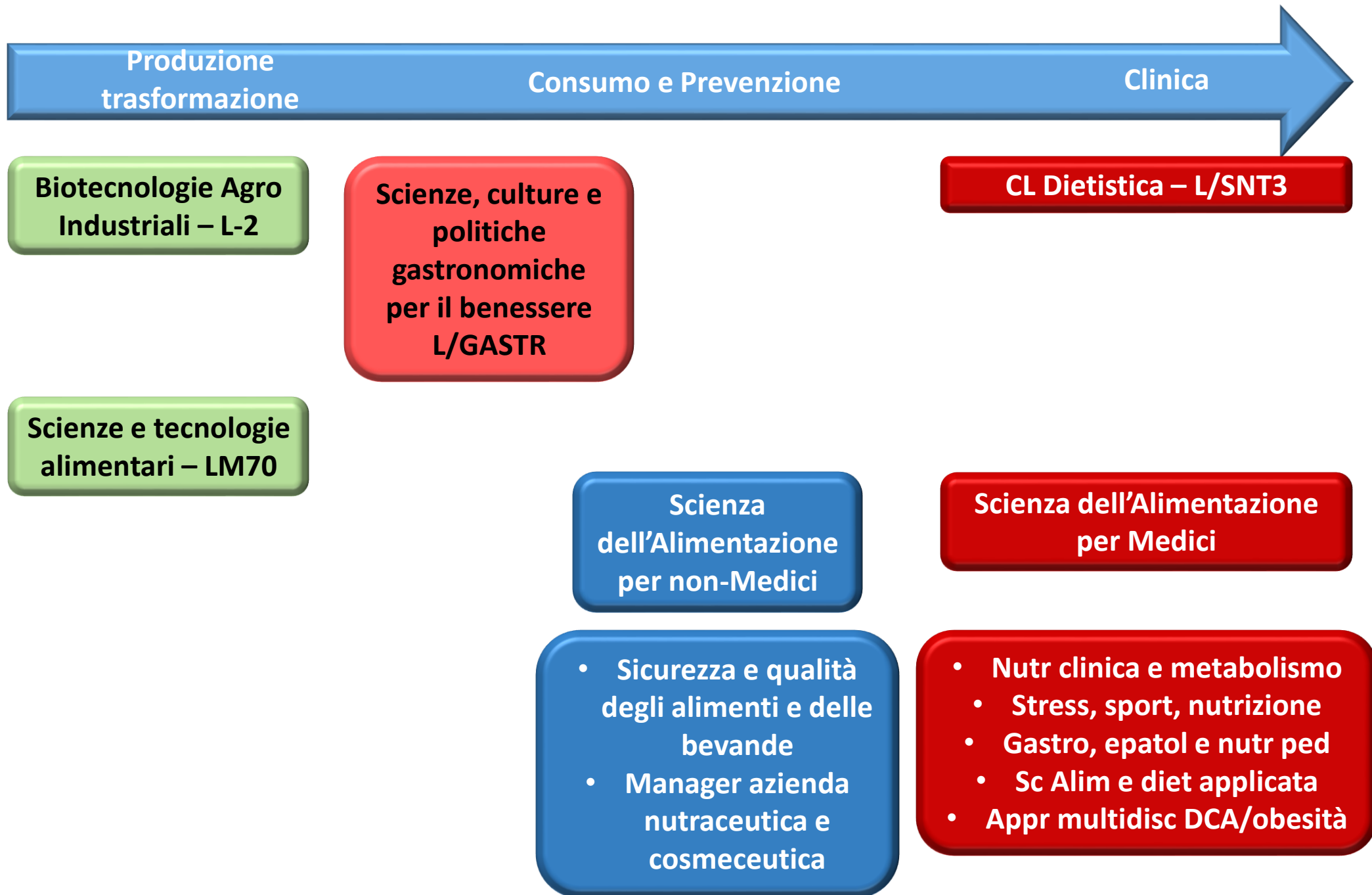
- **Perché ?**
- **Per chi ?**
- **Come ?**

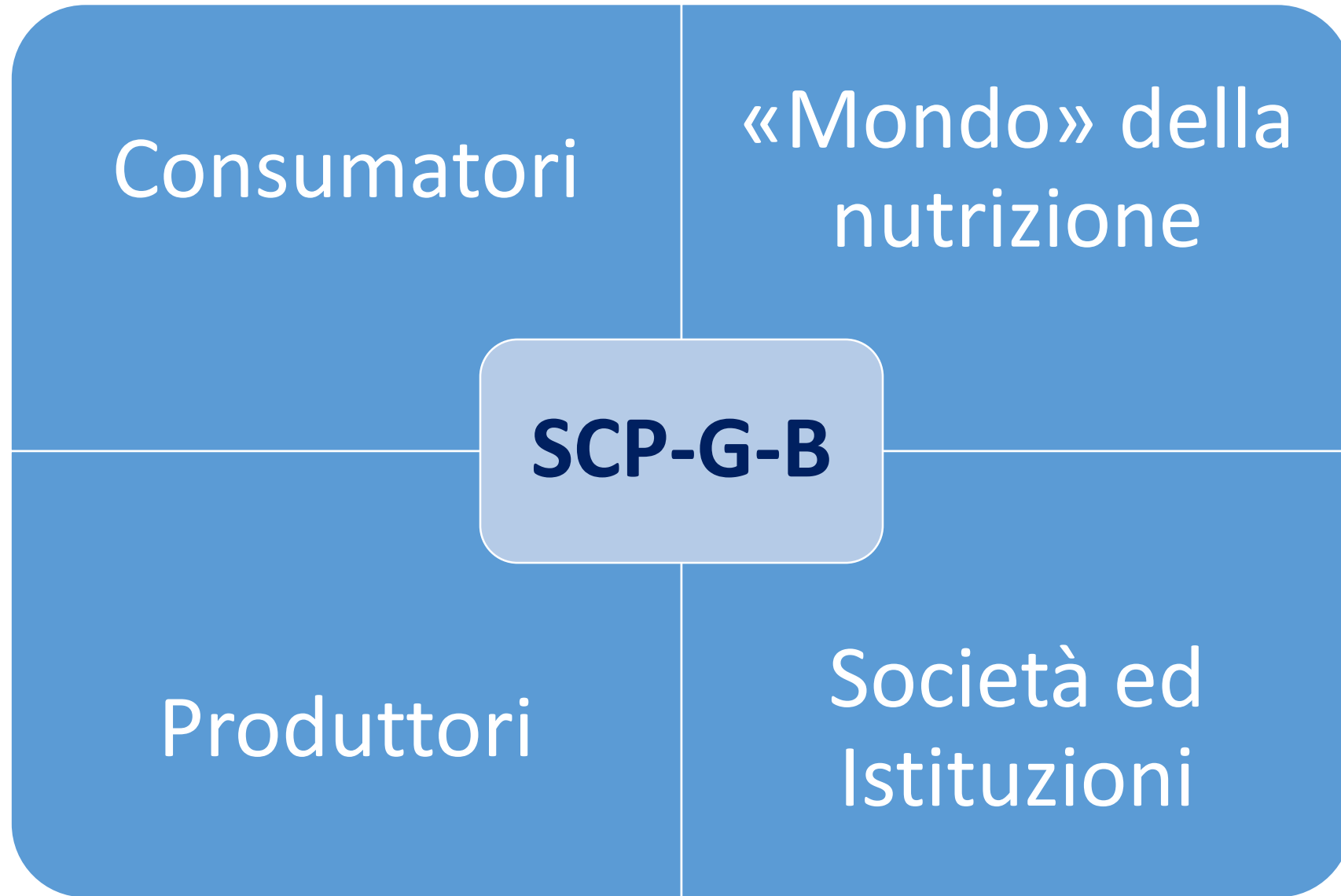
- **Perché ?**

- Per chi ?

- Come ?







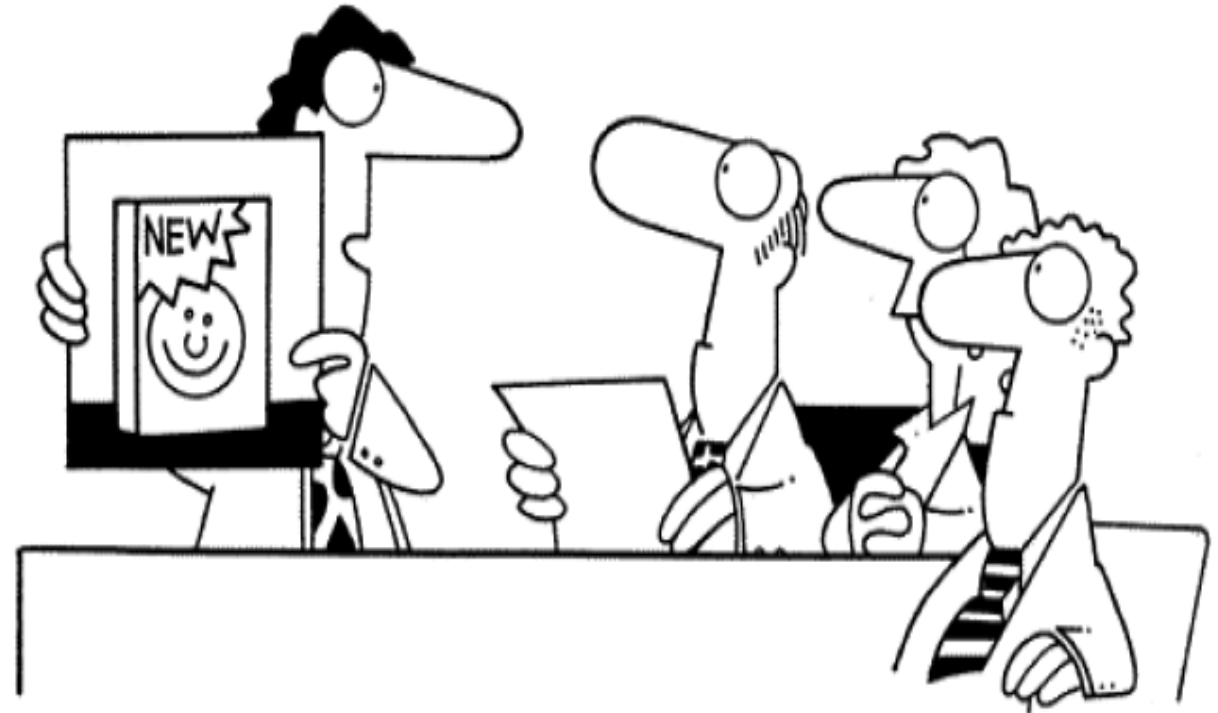
# Consumatori

## SCP-G-B

# Prodotto ideale

- Piacevole ma con pochi zuccheri, grassi e calorie
- Buono per la salute (ricco di vitamine, minerali, sostanze bioattive ma senza olio di palma, sale, zuccheri, glutine, lattosio, OGM, ...)
- Clean label (niente coloranti, conservanti, ...)
- Pronto al consumo o pratico da usare, ma non troppo trasformato
- Biologico e sostenibile
- Con prezzo competitivo

© 1998 Randy Glasbergen. E-mail: [randy@glasbergen.com](mailto:randy@glasbergen.com) [www.glasbergen.com](http://www.glasbergen.com)



**“Our new product has no fat, no cholesterol,  
no calories, no sugar, no salt and no preservatives.  
The box is empty, but it has exactly what everyone wants!”**



# Prodotto ideale, ma impossibile ...

- Piacevole ma con pochi zuccheri, grassi e calorie
- Buono per la salute (ricco di vitamine, minerali, sostanze bioattive ma senza olio di palma, sale, zuccheri, glutine, lattosio, OGM, ...)
- Clean label (niente coloranti, conservanti, ...)
- Pronto al consumo o pratico da usare, ma non troppo trasformato
- Biologico e sostenibile
- Con prezzo competitivo

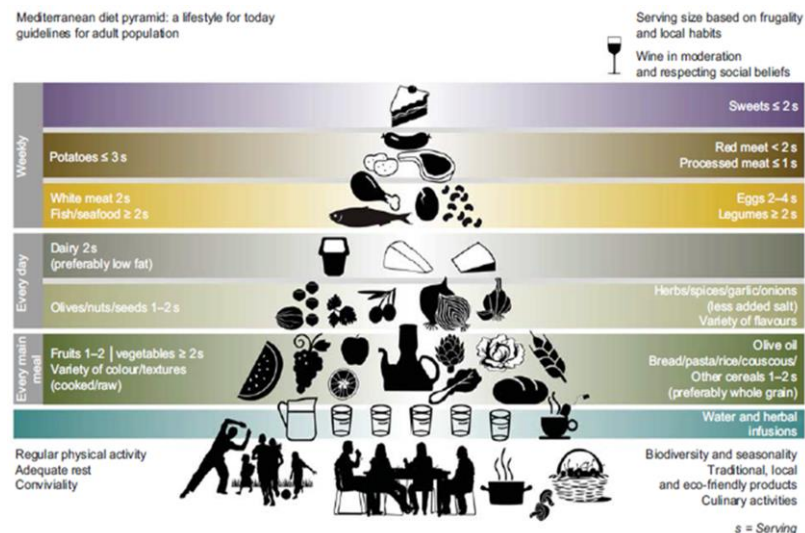
# Ha bisogno di un professionista ideale

In grado di svolgere un ruolo nei campi di:

- Educazione
- Comunicazione
- Empowerment «sensato» del consumatore



**Come si traduce  
tutto ciò nella vita  
quotidiana delle  
persone ??**



Consumatori

«Mondo» della  
nutrizione

**SCP-G-B**

- La percentuale di **persone di  $\geq 3$  anni che consumano 5 porzioni e più al giorno di verdure o frutta** è del 4,7%
- Più di un terzo della popolazione adulta (35,6%) è in sovrappeso, mentre **una persona su dieci è obesa (10,4%)**
- La prevalenza di **malnutrizione per difetto** non è scomparsa (food insecurity, disturbi del comportamento alimentare, malnutrizione ospedaliera)
- **Carenze di micronutrienti** sono frequenti anche in soggetti affetti da una malnutrizione per eccesso
- Esiste un **triple burden of malnutrition** legato ad un progressivo abbandono del modello mediterraneo e ad una sempre maggiore sedentarietà



Consumatori

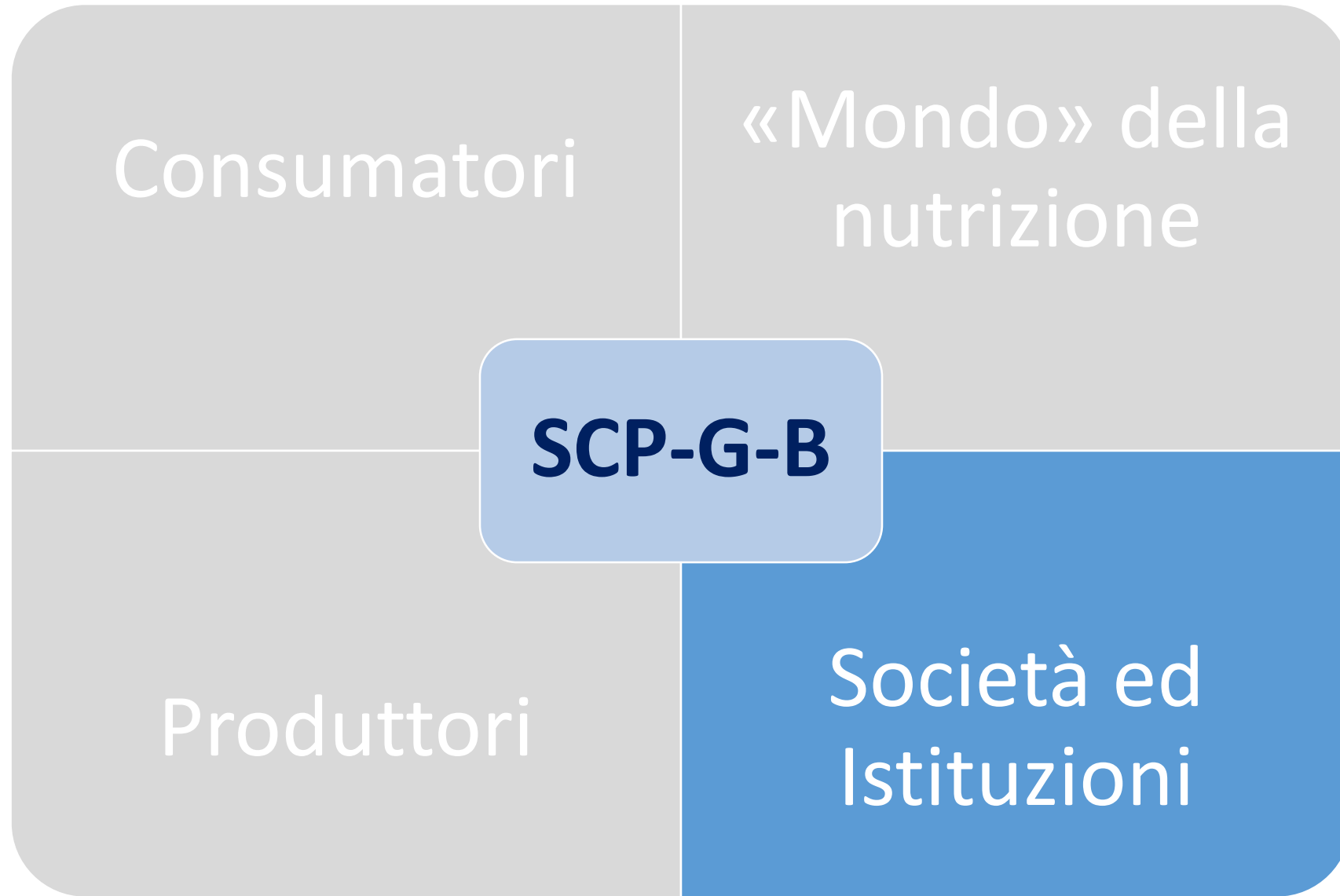
«Mondo» della  
nutrizione

**SCP-G-B**

Produttori

# Cosa vuole il mondo della produzione agroalimentare ?

- Superare la **frammentazione** del sistema agroalimentare attraverso la valorizzazione delle filiere «corte» e «lunghe/industriali»
- Migliorare l'interazione/collaborazione con **ricerca e consumatori**
- Migliorare la **qualità globale** attraverso un'evoluzione dei processi produttivi (efficienza, impatto ambientale, reddito), della qualità organolettica, della conservabilità, della «funzionalità», e favorendo lo sviluppo di una circolarità economica
- **Innovare** nel rispetto e nella valorizzazione di **tradizioni, storia, territori**
- Essere in grado di rispondere alle **richieste della società** che si muove in un sistema globalizzato, con una diversa organizzazione del lavoro e della distribuzione commerciale



# Di cosa ha bisogno la Società e cosa chiedono quindi le Istituzioni ?

Cibo che lungo l'intera filiera (produzione, trasformazione, conservazione, distribuzione, consumo) sia:

- **Sicuro**: «safety» & «security» (anche attraverso una migliore e più efficiente distribuzione)
- **Piacevole** («cultura» della sensorialità)
- **Funzionale** attraverso la valorizzazione delle proprietà nutrizionali
- In grado di «**muoversi**» dal settore primario, a quello secondario fino a quello terziario
- Rispettoso della **biodiversità** (territori, cultivar, ricette, identità culturale, ...)
- **Sostenibile** [lungo tutta la filiera e quindi anche attraverso una riduzione degli sprechi (cibo non consumato, cibo consumato in eccesso)] in una logica di economia circolare

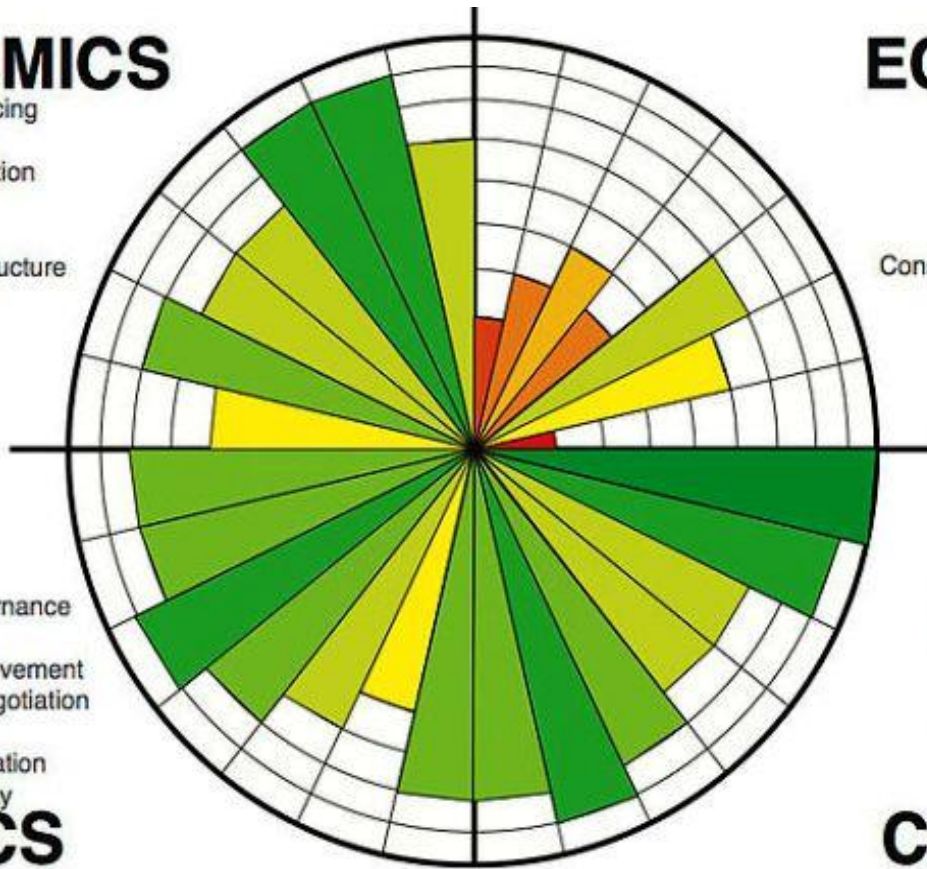


## ECONOMICS

Production & Resourcing  
Exchange & Transfer  
Accounting & Regulation  
Consumption & Use  
Labour & Welfare  
Technology & Infrastructure  
Wealth & Distribution

## ECOLOGY

Materials & Energy  
Water & Air  
Flora & Fauna  
Habitat & Food  
Place & Space  
Constructions & Settlements  
Emission & Waste



Organization & Governance  
Law & Justice  
Communication & Movement  
Representation & Negotiation  
Security & Accord  
Dialogue & Reconciliation  
Ethics & Accountability

## POLITICS

Engagement & Identity  
Recreation & Creativity  
Memory & Projection  
Belief & Meaning  
Gender & Generations  
Enquiry & Learning  
Health & Wellbeing

## CULTURE

Circles of sustainability - *UN Agenda 21*

Il Vertice mondiale sullo sviluppo sociale del 2005 ha identificato gli obiettivi di uno sviluppo sostenibile, come lo **sviluppo economico**, lo **sviluppo sociale** e la **protezione dell'ambiente**.

Sia l'economia che la società sono vincolate da limiti ambientali.

I diversi pilastri non si escludono, ma possono rafforzarsi a vicenda.

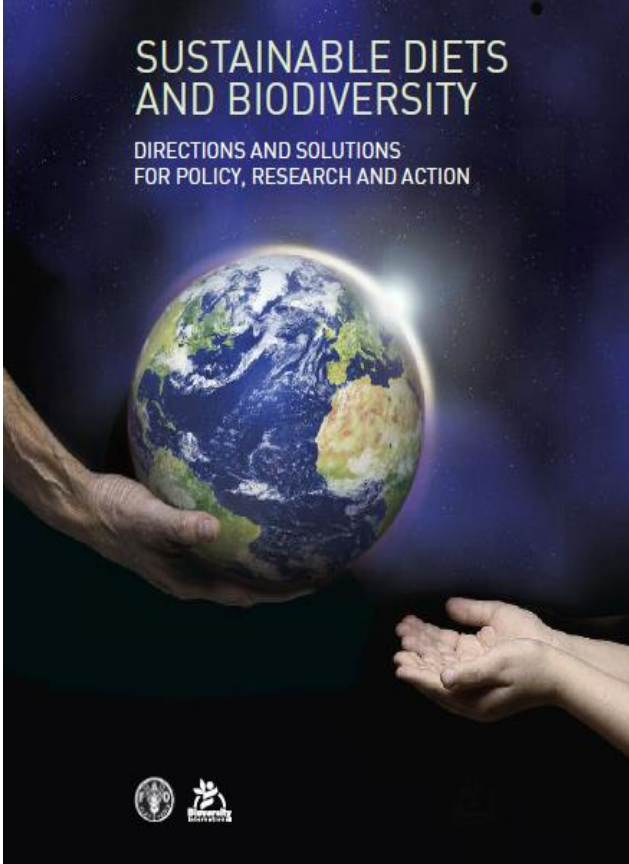
Un livello di **cultura** sostenuto è necessario per capire la necessità di uno sviluppo sostenibile, per trovare le giuste soluzioni che possano rendere l'economia compatibile con la protezione ambientale e condizionare i responsabili politici a livello nazionale e internazionale.



SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DELLA  
Tuscia



*"... Le diete sostenibili sono quelle diete a basso impatto ambientale che contribuiscono alla sicurezza alimentare e nutrizionale, in grado di promuovere una vita sana per le generazioni presenti e future.*

*Le diete sostenibili sono protettive e rispettose della **biodiversità e degli ecosistemi**, culturalmente **accettabili**, **accessibili economicamente**; **nutrizionalmente adeguate**, sicure e sane; in grado di ottimizzare l'uso delle risorse naturali e umane. "*

## Annex I

INTERNATIONAL SCIENTIFIC SYMPOSIUM  
BIODIVERSITY AND SUSTAINABLE DIETS UNITED AGAINST HUNGER

### FINAL DOCUMENT

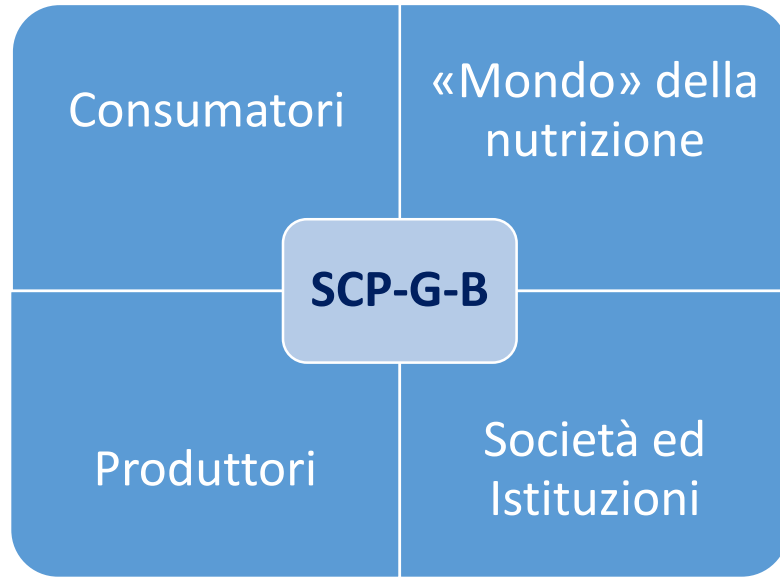
3-5 NOVEMBER 2010  
FAO HEADQUARTERS, ROME



SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA



UNIVERSITÀ  
degli Studi della  
Tuscia



... quindi un esperto ...

- in possesso di una **professionalità** peculiare,
- ma in grado di comunicare con l'intera **società**,
- di contaminarsi e di contaminare i settori culturali vicini nel **mondo dell'alimentazione**,
- di rappresentare un punto di snodo tra **produzione e consumo**,
- in grado di raccogliere le **sfide future** che si affacciano in ambito alimentare [istanza di salute, aumento della popolazione e delle sue richieste, cibi «consumer centered», ricerca della sostenibilità (ambientale, socio-culturale, economica, nutrizionale), B2B & B2C]

- Perché ?
- **Per chi ?**
- Come ?

- **Esperto in scienze enogastronomiche**
  - Funzione in un contesto di lavoro
    - **analisi delle scelte alimentari** anche in funzione delle percezioni sensoriali
    - **sviluppo di preparazioni gastronomiche** con una migliore qualità nutrizionale, a elevata sostenibilità e innovazione
    - **progettazione e realizzazione di specifiche preparazioni gastronomiche**: prodotti alimentari di V gamma e piatti pronti, preparazioni alimentari destinate a soggetti in condizioni fisiologiche particolari (crescita, gravidanza, allattamento, età geriatrica), a popolazioni disagiate o a pazienti affetti da patologie con impatto sullo stato di nutrizione o che possono giovare di un particolare regime dietetico
    - **promozione e valorizzazione del cibo** nel contesto della produzione e del consumo
    - **pianificazione strategica dei servizi di ristorazione** comprese la gestione di assortimenti, la logistica e le relazioni commerciali



- Sbocchi occupazionali
  - **Agenzie finalizzate alla promozione dei territori**
  - **Aziende agro-alimentari** (produzione, trasformazione, conservazione, distribuzione)
  - **Aziende della piccola e grande distribuzione alimentare** (compreso l'e-commerce)
  - **Aziende della ristorazione collettiva e *catering*, dell'agriturismo e del turismo eno-gastronomico**

- **Esperto delle aree acquisti e vendite del settore agroalimentare**
  - Funzione in un contesto di lavoro
    - **analisi dei mercati** relativi alle produzioni agroalimentari
    - **selezioni e acquisti di prodotti alimentari** (materie prime, prodotti trasformati)
    - **valorizzazione di prodotti** e di preparazioni tipici e tradizionali (compresi i prodotti a marchio DOP, IGP, DOCG, DOC, IGT, ...) e i territori da dove questi derivano
    - **strategie di vendite** dei prodotti del settore agroalimentare

- Sbocchi occupazionali
  - **Aziende della piccola e grande distribuzione alimentare** (compreso l'e-commerce)
  - **Aziende della ristorazione collettiva e *catering*, dell'agriturismo e del turismo eno-gastronomico**
  - **Aziende del mondo della gastronomia** (ristoranti, botteghe, enoteche, ecc...)
  - **Agenzie finalizzate alla promozione dei territori**
  - **Commercio di prodotti alimentari per la salute**



- **Operatore ed educatore nell'ambito della *governance* dei sistemi alimentari**
  - Funzione in un contesto di lavoro
    - **consulenza, educazione e formazione nell'ambito delle politiche agroalimentari con particolare attenzione a sostenibilità** (socio-culturale, economica, nutrizionale, ambientale)
    - verifica dell'aderenza di alimenti e preparazioni gastronomiche alle normative della Comunità Europea e delle diverse Istituzioni nazionali ed internazionali che operano nel settore agroalimentare, per la qualità delle produzioni alimentari e la **sicurezza (safety, security)** del consumo

- Sbocchi occupazionali
  - **Istituzioni nazionali e internazionali che operano in ambito nutrizionale** (FAO, EFSA, WHO, ecc..)
  - **Organizzazioni non governative**
  - Enti pubblici e privati che svolgono analisi, **controllo e certificazioni in ambito agroalimentare**

- Esperto in comunicazione e valorizzazione della qualità agroalimentare
  - Funzione in un contesto di lavoro
    - sviluppo di **strategie di comunicazione** finalizzate alla valorizzazione della qualità agroalimentare e del patrimonio gastronomico
    - **analisi delle scelte alimentari** e dei modelli comportamentali
    - **informazione in ambito alimentare** al fine di promuovere un corretto comportamento secondo il modello Mediterraneo

- Sbocchi occupazionali
  - **Giornalismo e social media**
  - **Comunicazione e pubblicità**
  - **Aziende che operano nel settore agroalimentare (produzione, trasformazione, conservazione, distribuzione) e che vogliono promuovere il loro lavoro**

- Perché ?
- Per chi ?
- **Come ?**

**Scienze umanistiche**

**Scienze sociali, economiche e giuridico-politiche**

**Fisiologia e comportamenti umani**

**Ecosistema, biodiversità, sostenibilità**

**Comunicazione e marketing**

**Sistemi  
Agroalimentare ed  
Enogastronomico**

## **Didattica frontale** 140 CFU (1400 ore)

Tali obiettivi sono perseguiti attraverso il complesso delle attività formative, che coniugano **attività di didattica frontale, lavori in gruppo, attività di discussione/confronto** (journal club, valutazione di materiale e documenti su supporto audiovisivo o informatico, attività seminariale e gruppi di studio), **attività di laboratorio e formazione sul campo.**

# INSEGNAMENTI

- Chimica
- Chimica degli alimenti e delle trasformazioni gastronomiche
- Analisi sensoriale degli alimenti

- Antropologia ed epidemiologia applicate alle scienze gastronomiche
- Storia e geografia dell'alimentazione
- Educazione, formazione e diritto in ambito alimentare

- Scienza dell'Alimentazione
- Fisiopatologia dell'alimentazione e delle alterazioni dello stato di nutrizione

- Produzione agroalimentare e sostenibilità
- Tecniche e tecnologie gastronomiche
- Biodiversità alimentari ed ecologia
- Gestione della qualità e della sostenibilità dei sistemi agroalimentari

- Comunicazione ed economia in ambito agroalimentare e gastronomico
- Comunicazione e marketing della cultura alimentare e gastronomica

- Lingua Inglese



Tali obiettivi sono perseguiti attraverso il complesso delle attività formative, che coniugano **attività di didattica frontale, lavori in gruppo, attività di discussione/confronto** (journal club, valutazione di materiale e documenti su supporto audiovisivo o informatico, attività seminariale e gruppi di studio), **attività di laboratorio e formazione sul campo.**

**Didattica frontale** 140 CFU (1400 ore)

**Attività di laboratorio** 10 CFU (250 ore) di cui 6 CFU (150 ore) obbligatori a scelta (gruppo opzionale)

- Analisi Sensoriale
- Qualità e Certificazione dei Prodotti Alimentari
- Tecniche e Tecnologie Gastronomiche applicate alla Produzione del Vino
- Sicurezza Alimentare
- Chimica-Fisica delle Preparazioni Alimentari
- Biotecnologie per i Prodotti Fermentati

**Stage** 18 CFU (450 ore)

- Filiera del grano
- Filiera del latte
- .....
- Filiera della ristorazione collettiva
- Filiera della comunicazione
- Filiera del digitale/intell artificiale
- Filiera del turismo
- Filiera del «bello»

# Corso di Laurea in Scienze, culture e politiche gastronomiche per il benessere (L/Gastr)

codice 30387

[Scienzegastronomiche.cds@uniroma1.it](mailto:Scienzegastronomiche.cds@uniroma1.it)

- L'iscrizione alla prova è subordinata al pagamento di un contributo di **€ 35,00** da versare presso qualsiasi filiale del Gruppo UniCredit sul territorio nazionale a partire dal giorno **16 luglio 2019** ed **inderogabilmente** entro il giorno **21 agosto 2019**. <https://www.uniroma1.it/it/pagina/iscrizione-alle-prove-di-accesso-infostud>.
- **Le aule destinate allo svolgimento della prova di concorso saranno pubblicate il 6 settembre 2019** mediante affissione presso la Segreteria studenti di Medicina e Odontoiatria e sul catalogo dei corsi <https://corsidilaurea.uniroma1.it/>
- 9 settembre 2019 – **prova scritta**: 50 quiz (biologia, chimica, storia, geografia, microbiologia e fisiologia)
- 17 settembre 2019 – **colloquio** (40 punti/100)
- **Curriculum vitae** (10 punti/100)
- 30 settembre 2019 pubblicazione della **graduatoria**
- Entro il 4 ottobre 2019 **immatricolazione**
- 4 ottobre inizio **lezioni**

# E alla fine ...

- buona capacità al contatto umano (**communication skills**);
- capacità di autoapprendimento e di autovalutazione (**continuing education**);
- abilità ad analizzare e risolvere in piena autonomia i problemi connessi con la pratica professionale insieme ad una buona pratica basata sulle evidenze scientifiche (**evidence-based practice**);
- abitudine all'aggiornamento costante delle conoscenze e delle abilità, ed il possesso delle basi metodologiche e culturali atte all'acquisizione autonoma ed alla valutazione critica delle nuove conoscenze ed abilità (**continuing professional development**);
- buona pratica di lavoro interdisciplinare ed interprofessionale (**interprofessional education**);
- conoscenza approfondita dei fondamenti metodologici necessari per un corretto approccio alla **ricerca scientifica**, insieme all'uso autonomo delle tecnologie informatiche indispensabili nella pratica professionale.

# Grazie a ...

- Eugenio Gaudio
- Alessandro Ruggieri
- *Facoltà di Medicina – «Sapienza»*
  - Antonella Polimeni
  - Carlo Della Rocca
- *Dip Medicina Sperimentale «Sapienza»*
  - Alberto Faggioni
  - Andrea Lenzi
  - Julia Labbate
  - Anastasia Tarquini
- *Dip per l'Innovazione nei sistemi Biologici, Agroalimentari e Forestali (DIBAF) «Tuscia»*
  - Giuseppe Scarascia Mugnozza
- Antonello Biagini
- Tiziana Pascucci
- Marella Maroder
- Manuela Di Franco
- Enza Vallario
- Luisa Mannina
- Mauro Moresi
- Cesare Manetti





Caprarola (VT) – Palazzo Farnese