



Università
per Stranieri
di Perugia

LABORATORIO

Laurea triennale: **Made in Italy, cibo e ospitalità (MICO)**

Laboratorio: **Laboratorio per le professioni del cibo e dell'ospitalità**

Anno di corso: **II**

Semestre: **II**

Docente di riferimento: **Giovanni Capecchi**

CFU: **6**

Carico di lavoro globale: **150 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **76 ore di lezione e 124 ore di studio individuale**

Lingua di insegnamento: **italiano**

Anno Accademico 2019-2020

PREREQUISITI

Non è richiesto nessun prerequisito.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il laboratorio ha l'obiettivo di far acquisire competenze in parte teoriche ma soprattutto tecnico-pratiche nell'ambito della ristorazione, dell'ospitalità e del cibo. Gli obiettivi dettagliati di ogni modulo del laboratorio sono indicati qui di seguito, collegandoli ai contenuti dei percorsi formativi proposti.

CONTENUTO DEL CORSO

L'associazione più immediata quando si pensa al Made in Italy, soprattutto da parte degli stranieri, è quella con il cibo e le bevande. L'Italia è, infatti, unanimemente considerata la patria del mangiar bene, della dieta mediterranea, della pizza, del vino e della pasta, prodotti che rappresentano un fattore di rilievo per l'economia italiana in tutto il mondo. Le eccellenze italiane in campo agroalimentare sono innumerevoli e tali da essere tutelate da appositi marchi previsti dalla normativa dell'Unione Europea, tra cui la denominazione di origine protetta (DOP) e la c.d. indicazione geografica protetta (IGP).

In questa sessione di laboratori si intende condurre lo studente a stabilire una correlazione significativa tra risorse territoriali, processi e prodotti enogastronomici, valutare organoletticamente e qualitativamente le peculiarità dei prodotti alimentari tipici del *Made in Italy* come vino, olio, pasta, formaggi etc.

Il laboratorio si articola in alcuni moduli ciascuno dei quali è affidato ad un esperto:

- CONOSCERE E VALORIZZARE LE PRODUZIONI VITIVINICOLE

Il vino fa parte della cultura europea da millenni e in Italia rappresenta forse la più antica tradizione legata alla terra. Un patrimonio storico e sociale che non ha confronti e che contribuisce al buon nome dell'Italia a livello internazionale, quello del vino, infatti è uno dei comparti in cui il Made in Italy è maggiormente apprezzato e ricercato nel mondo: l'Italia è il primo produttore mondiale.

Il vino dunque come volano dell'export made in Italy nel mondo e allo stesso tempo dello sviluppo di un territorio. La correlazione tra territorio e domanda di svago e cultura va facendosi sempre più intensa ed il turismo del vino ne rappresenta la sintesi migliore.

Obiettivo: approfondire la conoscenza sul vino in riferimento al gusto e alle sue caratteristiche intrinseche ed estrinseche e valutarne il suo posizionamento sensoriale secondo segmenti di mercato.

- CONOSCERE L'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA

L'Olio Extra Vergine di Oliva è un ingrediente alla base dell'alimentazione naturale e di qualità. È un vero tesoro della nostra agricoltura, uno dei prodotti più preziosi e caratteristici del mondo alimentare italiano. L'olio è anche uno dei prodotti più sottovalutati nella cucina tradizionale. L'olio è presente in tutte le cucine italiane –di casa e dei ristoranti – ma la scelta spesso è determinata dal prezzo sullo scaffale – il più basso – e ben poco sul valore delle caratteristiche organolettiche che in realtà questo prodotto può garantire.

Grazie alla straordinaria predisposizione all'olivicoltura di tutto il nostro Paese, la qualità dell'olio extravergine prodotto in Italia non ha eguali in nessuna parte del pianeta. L'Italia vanta un patrimonio olivicolo straordinario, di oltre 500 cultivar, una diversa dall'altra, - la Spagna ne ha 17 - in grado di garantire altrettanti oli di qualità, l'uno diverso dall'altro. A questo è necessario unire l'utilità dell'analisi sensoriali - olfatto e gusto - grazie alle quali determinare la corretta valutazione del prodotto, dette tecniche in campo ed in frantoio, il suo uso in cucina, fino al differente abbinamento a tavola.

Obiettivo: approfondire la conoscenza sull'olio extravergine di oliva in riferimento alla cultura, all'olivicoltura ed all'elaiotecnica, alla commercializzazione, trasmettere conoscenze relative ai progetti di marketing, fino alle strategie di comunicazione, utili sia alla diffusione della conoscenza, che alla costruzione di progetti imprenditoriali.

- FOOD COMMUNICATION: IL FOOD DESIGN

Guardare ai problemi e alle sfide del futuro con una mentalità nuova, con approcci diversi, con strumenti alternativi, può portare a trovare le soluzioni necessarie ad affrontare quelle sfide. Nel 2050 la sfida sarà nutrire una popolazione mondiale di 10 miliardi di persone in modo da non distruggere le risorse del pianeta. Le aziende sono chiamate dal mercato ad introdurre sempre nuovi prodotti e perfino le più piccole hanno esigenza di innovare per sopravvivere. Come rispondere alle prossime sfide? Come può il design aiutarci a trovare soluzioni innovative?

Obiettivo: Fornire agli studenti gli strumenti per comprendere il mondo del food design e quali sono le aree di interesse a cui si rivolge. Comprenderanno cosa esattamente può essere considerato food design e come un progettista guarda il cibo e il sistema produttivo ad esso legato. Inoltre potranno meglio comprendere come la creatività può portare ad un punto di vista necessario ad innovare e ad affrontare sfide future. Dall'osservazione di progetti di food design realizzati negli ultimi anni, gli studenti analizzeranno quali sono gli elementi maggiormente innovativi apportati, come e a quali bisogni rispondono.

- LA "CUSTOMER JOURNEY EXPERIENCE" NELLA RISTORAZIONE

Fornire servizi nella ristorazione equivale sempre di più a fornire una esperienza che riesca a generare emozioni positive e indimenticabili. "L'esperienza del cliente è, quindi, diventata la parte strategica più importante della ristorazione e rappresenta l'unico modo per effettuare una corretta diversificazione all'interno di un mercato denso di agguerriti concorrenti. Progettare il viaggio che ogni cliente compie all'interno del ristorante, capire le relazioni che si instaurano tra il personale di servizio ed i clienti, tra il ristorante ed i clienti, capire cosa li delude e cosa invece supera le loro aspettative, non solo non è difficile ma è necessario ed indispensabile.

Obiettivo: fornire ai partecipanti le capacità di progettare, monitorare e assegnare le azioni correttive a questo "viaggio" del cliente all'interno di un ristorante.

- STORIA DELLA CUCINA

La storia del rapporto tra uomo e cibo si presenta oggi come necessario elemento per l'approccio alle professioni specialistiche del settore turistico ed enogastronomico. Il sapere alimentare è quindi un valore strategico da saper spendere, non soltanto in ambito nazionale ma, oggi più che mai, a livello globale e su mercati essenzialmente di alto profilo.

A ciò è dedicato questo laboratorio che, nonostante l'estrema sinteticità, si propone come elemento sostanziale di conoscenza ideale e materiale delle forme emozionali antiche dedicate al cibo. Necessario esercizio per comprendere e proporre al mondo le migliori visioni alimentari del futuro.

Obiettivo di apprendimento:

Capire il momento storico; Contestualizzazione cronologica della storia alimentare umana in relazione ai luoghi del mondo; Conoscere la forma del sapore antico: acquisizione di esperienze sensoriali in riferimento alle preparazioni gastronomiche e alle rivoluzioni alimentari dei tanti "momenti" della storia del cibo; Analizzare le esperienze del passato per elaborare le strategie alimentari del presente e del futuro: Studio delle dinamiche del cibo dalla scoperta del fuoco alla cucina molecolare; Analisi dei fenomeni politici, filosofici e materiali della "qualità alimentare italiana" come modello da diffondere nel mondo.

METODI DIDATTICI

Per gli studenti frequentanti:

L'attività didattica consisterà in lezioni frontali e in momenti laboratoriali che vedranno la partecipazione diretta degli studenti.

Per gli studenti non frequentanti:

Gli studenti che non potranno frequentare dovranno comunicarlo al docente e verranno concordate con loro differenti e differenziate modalità di apprendimento, che potranno implicare l'uso della piattaforma Webclass.

METODI DI ACCERTAMENTO

Gli studenti frequentanti dovranno elaborare una relazione finale per ottenere l' idoneità. Le caratteristiche di questa relazione verranno comunicate durante lo svolgimento del laboratorio.

Per gli studenti non frequentanti l' esame sarà scritto e verterà sulle dispense che costituiranno il materiale di studio per chi è impossibilitato a partecipare al laboratorio.

TESTI DI RIFERIMENTO

Per gli studenti frequentanti, non ci sono testi di riferimento. Testi di eventuale approfondimento saranno indicati a lezione.

Per gli studenti non frequentanti verranno indicati a laboratorio avviato i materiali da studiare.

ALTRE INFORMAZIONI

Per informazioni contattare: giovanni.capecchi@unistrapg.it