



# Essere Pollenzo

Rapporto di Sostenibilità 2018  
 Università degli Studi di Scienze  
 Gastronomiche di Pollenzo





# Essere Pollenzo

Rapporto di Sostenibilità 2018

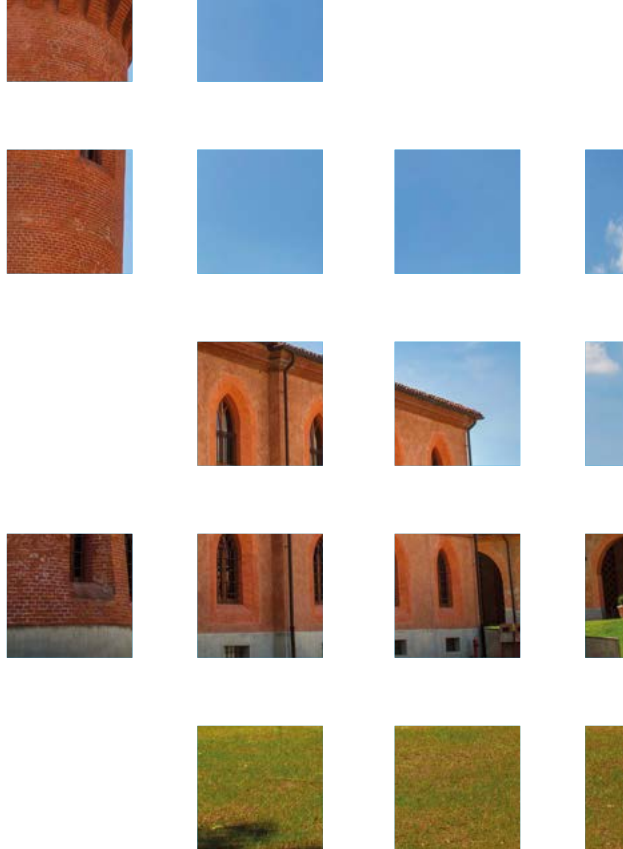
Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo



Università di Scienze  
Gastronomiche di Pollenzo

University of Gastronomic Sciences of Pollenzo





#### Hanno partecipato alla realizzazione del Rapporto di Sostenibilità:

Riccardo Allocco, Alessandro Asteggiano, Francesco Anastasi, Eleonora Bergoglio, Maura Biancotto, Laura Bonino, Roberto Burdese, Gabriele Cena, Oscar Farinetti, Franco Fassio, Gianpaolo Fassino, Paolo Ferrarini, Aaron Gómez Figueróa, Silvio Greco, Dario Leone, Giulia Lombardo Pijola, Maria Mancuso, Pietro Pagella, Carlo Petrini, Nicola Perullo, Federico Piemonte, Andrea Pieroni, Carol Povigna, Roberta Rainero, Rinaldo Rava, Stefania Ribotta, Roberta Sandon, Hanna Spengler, Nadia Tecco, Alberto Tallone, Luisa Torri, Paolo Vanni, Martin Vera, Julia Wheen, Eleonora Zilio, Maria Lucia Zornioti, con il contributo prezioso di tutti (pag. 25)

**Strategia di rendicontazione:** Aida Partners (Riccardo Taverna, Andrea Secchi, Paolo Marcesini, Vittorio Pentimalli. Hanno collaborato Carlo Percivale e Beatrice Balzarotti)

**Stakeholder engagement:** Aida Partners

**Comunicazione:** Aida Partners e Ufficio Stampa UNISG

**Grafica e impaginazione:** Benfait

Si ringraziano studenti, *Alumni*, Partner Strategici e tutte le aziende del Network che hanno contribuito con i loro suggerimenti alla buona riuscita del Rapporto di Sostenibilità.

ISBN: 978-88-907462-6-0

© 2019 - Università degli Studi di Scienze Gastronomiche

Piazza Vittorio Emanuele II n. 9 - Frazione Pollenzo

12042 Bra (CN)

**Foto dai profili Instagram di:** @giuliazamboni\_, @abba\_ilaria\_, @alezaps, @amber\_bewick, @ammelier, @andrea.bianchi, @baroo\_la, @bernus90, @carlottapanza, @carscravings, @ceci\_n\_est\_pas\_letizia, @chelscall, @destadsgroenteboer, @duru\_unofficial, @edmeedirobilant, @erainitalia, @erintorg, @flavio\_coffano, @food\_explore\_provence, @frausatt, @fromvwithlove, @gailaimit, @haiping.qiang, @hanaemarin, @hennamg, @hsiaomokki, @itnosjustaboutfood, @jacaverdepance, @jacoporainero, @jessiearrrrr, @jorge.a.m, @laiszdw, @lavazzaofficial, @leaishungry, @lemongrovepics, @lorenzobreda, @marcellomarengo, @mariastellarugg, @mariazizka, @mgvz\_, @mor\_koral, @mor\_koral, @moshonita, @nardi abbasta, @orangeography, @sOfirubiO, @silviarizzolo\_, @susansorandom, @unisg\_gardens, @wheneggmetbenedict, @zuffibbibbi, @ChandraKunal. **Foto a cura di:** Aaron Gómez Figueróa, Andretomatatis, Cristobal Velásquez, Eleonora Mazzola, Marcello Marengo, Tim Turner, Tino Gerbaldo, Tullio Puglia.

# Indice

UNISG raccontata da Carlo Petrini.....	12, 24, 58, 64, 70, 86
Introduzione metodologica.....	5
<b>01. Lettera del Rettore.....</b>	<b>7</b>
<b>02. Storia di Pollenzo e di UNISG.....</b>	<b>13</b>
Intervista a Roberto Burdese.....	16
<b>03. Essere Pollenzo, l'identità di UNISG.....</b>	<b>19</b>
Governance.....	26
Struttura organizzativa.....	28
Le persone in UNISG.....	30
L'assicurazione della qualità.....	36
Intervista a Oscar Farinetti.....	38
Stakeholder engagement e materialità.....	44
Reti.....	52
Piano strategico.....	59
<b>04. Essere UNISG con gli SDGs.....</b>	<b>65</b>
<b>05. Essere Didattica.....</b>	<b>71</b>
Il nostro anno accademico 2017/2018 in sintesi.....	72
I Corsi di Laurea e i Master.....	76
La didattica esperienziale.....	78
Laurearsi in UNISG: un anno dopo.....	82
<b>06. Essere Ricerca.....</b>	<b>87</b>
La ricerca di base e istituzionale.....	88
La ricerca strategica.....	90
<b>07. Essere UNISG nella Terza Missione.....</b>	<b>93</b>
Attività di ricerca su commessa in conto terzi.....	95
Strutture di intermediazione - attività del career center.....	96
Attività di formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta.....	97
Attività <i>public engagement</i> sociale e culturale.....	97
<b>08. Dimensione Economica.....</b>	<b>101</b>



## Introduzione metodologica

Il Rapporto di Sostenibilità dell'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo (UNISG) segna il passaggio dell'Ateneo da una sostenibilità connaturata ad una sostenibilità che, radicandosi sempre più nella sua identità, si proietta nella cultura organizzativa e verso gli *stakeholder* in modo sempre più strutturato.

Questo documento di rendicontazione è l'espressione della trasparenza con la quale UNISG intende affrontare questo percorso. Un viaggio verso una sostenibilità sempre più di sistema che necessita di informazioni complesse, dati che nel tempo troveranno gli strumenti opportuni per essere rendicontati. Tuttavia, la preparazione del rapporto ha già favorito un confronto interno circa le informazioni necessarie e la loro accessibilità.

Per pubblicare il Rapporto di Sostenibilità di UNISG abbiamo agito su vari livelli. Abbiamo analizzato i processi e identificato gli indicatori di prestazione significativi per la gestione (KPI), abbiamo avviato un processo di coinvolgimento dei portatori di interesse che si svilupperà sempre più ampiamente e abbiamo studiato a fondo l'identità.

Questa prima edizione ha, tra gli altri, lo scopo di verificare le informazioni esistenti e le procedure per la loro acquisizione; per questo motivo non sono state seguite linee guida specifiche per la definizione dei contenuti. In questo contesto, questo rapporto è propedeutico alla realizzazione del primo bilancio di sostenibilità di UNISG che verrà presentato nel 2020. Per lo *stakeholder engagement* sono state invece seguite le linee guida AA 1000, implementate con degli elementi di novità per la matrice di materialità.

Per ciò che riguarda l'attività di reporting, gli indicatori di prestazione sono stati raggruppati in categorie:

1. i KPI disponibili;
2. i KPI non disponibili ma "accessibili": tipicamente le informazioni si trovano in vari documenti e occorre semplicemente assemblarle;
3. i KPI non accessibili.

Sono stati pubblicati i KPI disponibili e una selezione del KPI accessibili, riservandoci di controllare la qualità di quelli che non abbiamo pubblicato in questa edizione.

Infine, sono state pubblicate alcune informazioni relative allo stato di UNISG nel 2019 come, per esempio, l'offerta formativa e il *public engagement*.

L'impegno dell'Ateneo verso una sostenibilità sempre più intesa come modello di gestione, è testimoniato dalla recente adesione alla RUS - Rete delle Università per lo Sviluppo Sostenibile, dalla nomina di un Delegato alle Politiche di Sostenibilità, dall'intenzione di costituire un team dedicato a tali aspetti, oltre che dalla volontà di programmare una serie di incontri formativi sui temi della sostenibilità aperti ai vari *stakeholder*.

**Riccardo Taverna**

*Direttore Economia Civile  
& Sostenibilità Aida Partners*

■

■

■

■



**Lettera del Rettore**

**O**

## Lettera del Rettore

**Andrea Pieroni** Professore Ordinario  
di Etnobotanica ed Etnobiologia  
e Rettore dal 1° ottobre 2017



Il Rapporto di Sostenibilità è un'occasione importante per riflettere sulle azioni portate avanti nel nostro piccolo Ateneo nel corso degli anni per migliorare il suo profilo ambientale, sociale e culturale nell'ottica della sostenibilità e soprattutto per immaginarci come UNISG potrà e dovrà diventare l'Università "di riferimento" del *green food* nel mondo.

Questa considerazione è ancora più importante considerando come le azioni si collochino all'interno di un preciso quadro di riflessione promosso dal Rettorato a partire dal 2018 sulla vision dell'Ateneo. Infatti, la sostenibilità è un pilastro della nostra missione che è declinata verso l'analisi, lo studio e la ricerca del cibo definito attraverso la trasformazione socioeconomica, l'ammodernamento culturale e la valorizzazione delle differenze di forme di vita e cultura e, quindi, dei saperi e delle pratiche connessi a miriadi di diversità globali.

Di fronte alla pluralità delle iniziative promosse nel corso di questi anni, in questa sede si sono individuate tre linee di azione concrete rivolte specificatamente al rafforzamento della sostenibilità ambientale, sociale e culturale dell'Ateneo.

## **Sostenibilità ambientale**

Il tema della sostenibilità ambientale permea la realtà di UNISG essendo un filo rosso che unisce i diversi insegnamenti impartiti nei corsi triennali, specialistici, di Master e dottorato. A fianco di quest'azione culturale, UNISG porta avanti concrete azioni per fare della teoria una pratica quotidiana condivisa dalla comunità universitaria.

In primo luogo, l'Università ha implementato nuove politiche legate alla gestione dei rifiuti, promuovendo e valorizzando la raccolta differenziata attraverso una puntuale riorganizzazione degli spazi e l'implementazione di una nuova strategia di comunicazione rivolta all'intera comunità.

A fianco delle pratiche di differenziazione si sono intensificati gli sforzi rivolti alla riduzione della produzione di rifiuti, in particolare all'interno delle Tavole Accademiche. Il servizio di ristorazione è stato sviluppato nell'ottica della riduzione dello spreco alimentare, implementando e migliorando il servizio di prenotazione anticipata dei pranzi. Inoltre, parte dell'approvvigionamento delle materie prime delle Tavole è prodotto all'interno del campus universitario, nell'Orto didattico, delineando una catena di produzione veramente a "km 0".

L'Ateneo ha voluto rafforzare la sua attività rivolta alla riduzione del consumo di plastiche partendo dall'abbandono, nelle attività didattiche, presso le Tavole Accademiche e durante gli eventi organizzati dall'Ateneo, dell'utilizzo di stoviglie e posate monouso in PVC a favore di prodotti pienamente riciclabili. Inoltre, sono poi stati installati nelle aree ristoro appositi distributori d'acqua gratuiti creando una solida alternativa al consumo di acqua in bottiglia.

A completare il quadro delle azioni mosse a favore di una migliore sostenibilità ambientale dell'Ateneo, non possiamo dimenticare l'impegno dell'Università a favore della mobilità sostenibile. In particolare UNISG favorisce l'uso di mezzi di trasporto pubblici supportando economicamente gli studenti nell'acquisto degli abbonamenti del servizio di mobilità locale.

## **Sostenibilità sociale**

La sostenibilità si declina nei confronti della comunità universitaria tutta, volendo migliorare il benessere di ognuno così come il senso di appartenenza.

L'attenzione volge agli studenti, in primo luogo promuovendo un puntuale impegno rivolto al campo del diritto allo studio per permettere la viva e piena partecipazione alla comunità universitaria a tutti gli studenti ammessi ai corsi. Le borse di studio e il supporto economico dato agli studenti muovono in questa direzione, così come la costante attenzione e supporto alla disabilità.

Assieme a questo, l'Ateneo si rivolge al proprio personale attraverso una precisa politica di valorizzazione delle risorse umane che chiama ogni dipendente, sulla base delle proprie caratteristiche, competenze e capacità, a contribuire allo sviluppo dell'Ateneo, impegnandosi in specifiche funzioni di servizio. In particolare, in questi anni si è voluto promuovere un più omogeneo impegno di tutti, rafforzando il senso di collegialità e partecipazione ed anche promuovendo nuovi momenti di confronto tra docenti e personale impegnato nella ricerca e nella didattica.

L'impegno verso la sostenibilità sociale dell'Ateneo si è caratterizzato da una particolare attenzione verso la coesione sociale, vedendo UNISG continuare con grande entusiasmo il progetto con UNHCR sulla formazione dei rifugiati ed il Migrants Film Festival, nella convinzione che non esiste sostenibilità sociale senza coesione sociale e un umile, quanto indefesso lavoro di costruzione continua di ponti per lo scambio di ispirazioni e di umanità, a dispetto dei tristissimi venti di intolleranza che hanno talora avvolto il nostro Paese e non solo. Pari attenzione è stata data al mondo agricolo e della piccola impresa agroalimentare, sempre più vittime della marginalizzazione socioeconomica causata dalla mala-globalizzazione del presente. Verso questo mondo si è rivolta un'attiva pratica di coinvolgimento



attraverso l'incontro con gli studenti durante corsi, viaggi didattici e conferenze, nonché al pubblico riconoscimento del suo fondamentale ruolo, espresso attraverso il premio Coltivare e Custodire e altri eventi promossi dall'Ateneo.

### **Sostenibilità culturale**

L'impegno per la sostenibilità si esprime in senso culturale, legandosi profondamente all'aspetto educativo proprio dell'istituzione. A partire dal 2018, si è progressivamente portato al centro dell'offerta didattica il tema dell'ambiente sviluppando la riflessione verso il concetto dell'ecogastronomia dal basso, ossia verso una visione ecologica e sostenibile dell'alimentazione e della gastronomia che deve partire prima di tutto dalla biodiversità gastronomica delle comunità del cibo e dei loro sistemi di conoscenze tradizionali.

Il primo e fondamentale segno di questo nuovo sentire è stato indubbiamente l'apertura ad ottobre 2018 del primo corso di dottorato incentrato sui temi dell'ecologia e della formazione che ha completato dopo 14 anni dalla sua fondazione l'offerta didattica dell'Ateneo. Porre al centro della strategia complessiva i viaggi didattici e il progetto dell'Arca del Gusto, così come molti degli altri progetti di ricerca inerenti ai temi dell'innovazione green e della tradizione (inclusi risvolti salutistici ed epistemologici) confermano l'ottica speciale che Pollenzo vuole promuovere nel mondo del cibo.

L'educazione alla sostenibilità si è pienamente espressa attraverso i nuovi corsi di studi inaugurati in quest'ultimo triennio, e nel potenziamento degli Orti Didattici e della bottega Local che hanno sia

lo scopo di implementare straordinari spazi di didattica laboratoriale per i nostri studenti sia quello di interfacciarsi con la comunità locale all'interno del perimetro valoriale pollentino. Questo impegno educativo muove nella specifica direzione di costruire il terreno culturale su cui far crescere la sensibilità di nuove e vecchie generazioni verso il tema della sostenibilità. Questa positiva azione ha visto i primi risultati diretti nella spontanea adesione del nostro corpo studentesco ai Friday for Future organizzati durante l'Anno Accademico 2018-19 a Bra e Torino, che ci hanno spinto a pianificare nuove strategie didattiche che definirei pionieristiche su questo terreno e che troveranno compiuta forma a partire dall'Anno Accademico 2019-20.

L'azione culturale vede il suo sviluppo anche in una pluralità di azioni promosse dagli stessi studenti, nell'ottica della riduzione del consumo di plastica, ovvero della riduzione dello spreco alimentare, che confermano Pollenzo come comunità plurale attenta alla riflessione teorica, ma anche alle buone pratiche concrete.

Questo primo nostro Rapporto di Sostenibilità è stato un grande esercizio collettivo che ci ha indicato la strada del miglioramento nel rapporto tra cibo e sostenibilità. Adesso possiamo concretizzare il sogno di diventare compiutamente uno dei centri di eccellenza mondiali per studi, ricerche e pratiche concernenti il rapporto tra cibo ed ecologia e sono certo rappresenterà una pietra miliare per intravedere e realizzare quel "grumo" di principi etici e soprattutto di intelligenze affettive ed umanità che tutti siamo fermamente convinti restino il nostro valore aggiunto.

*Andreas* ■

Carlo Petrini, Carlin, racconta presente, passato e futuro dell'Università di Pollenzo. Non risposte a domande, ma capitoli di una storia che ha regalato al Paese una nuova classe di studi in Scienze gastronomiche e nuove prospettive di futuro per migliaia di ragazzi e ragazze. Studenti che escono da un percorso di studi ed entrano nel mercato del lavoro portandosi dietro un sistema di valori che inciderà sulle loro scelte. Grazie a loro e a quello che hanno imparato a Pollenzo il mondo un po' sta cambiando. In meglio.

## “Prendevo appunti su un taccuino e passeggiando vedevo, dietro le rovine di un luogo dimenticato, il nostro futuro”

### Perché proprio a Pollenzo?

Stavamo cercando il luogo ideale dove realizzare la Banca del Vino. Volevamo creare a modo nostro i *courtier* bordolesi dove poter trovare il vino pregiato, le annate storiche. La *nouvelle vague* delle Langhe non conservava le bottiglie, si vendeva tutto per fare cassa e rinnovare la cantina. La Banca del Vino invece mantiene inalterato il suo ricordo, lo archivia, lo protegge. Volevamo trovare il contenitore ideale della memoria del vino.

### Invece trovate molto di più.

Sembrava un luogo nascosto, ci passavo davanti ma non immaginavo questo immenso cortile interno, non vedevo il quadrilatero, era inaccessibile allo sguardo. Appena scopriamo questo tesoro fatto di migliaia di metri quadrati di storia dimenticata abbiamo subito capito che questa sarebbe stata casa nostra. Non solo per la Banca del Vino, qui potevamo immaginare tutto quello che si può vedere oggi, l'università, un albergo, il ristorante, le tavole dell'Accademia.

Prendevo appunti su un taccuino e passeggiando vedevo, dietro le rovine di un luogo dimenticato, il nostro futuro. Siamo nel 1997. Entriamo in pista nel 1998. Non avevamo soldi, erano difficili da trovare, ma per fortuna in tanti hanno creduto alla nostra utopia. Ed eccoci qua. Alla fine è costata 52 miliardi di vecchie lire. Tutto è stato capitalizzato e non abbiamo un euro di debito.

### Cosa voleva essere questo luogo?

Volevamo realizzare una accademia gastronomica equiparata alle altre accademie, come ad esempio l'Accademia delle belle arti. Creare una dimensione universitaria senza essere università, con lo stesso valore ma senza il suo formalismo. Poi qualcuno ci consiglia la formula dell'università privata. Il primo anno avevamo sessanta studenti. Era il 2004.



Carlo Petrini





Storia di Pollenzo e di UNISG

02

179 a.C.	II secolo a.C.	I-III secolo d.C.	402 d.C.	V secolo d.C.	1762	1832	1838	1843
I Romani occupano Langhe e Monferrato.	I Romani fondano <i>Pollentia</i> .	Periodo di maggior benessere di <i>Pollentia</i> anche grazie al commercio vinicolo.	I Romani guidati da Stilicone sconfiggono i Visigoti di Alarico.	Inizia la decadenza di <i>Pollentia</i> .	Pollenzo è posta sotto le dirette dipendenze di casa Savoia.	Re Carlo Alberto di Savoia ristruttura l'intero borgo. L'Agenzia è il centro economico, un centro di ricerca avanzato sulla redditività delle attività agricole.	Nascita del progetto di ricerca sull'invecchiamento dei vini piemontesi ad opera del generale-enologo Staglieno.	A Pollenzo viene organizzata la "primaria adunanza generale dell'associazione agraria".

### Le origini

Pollenzo trae le sue origini dalla città romana *Pollentia*. La città ebbe il suo periodo di maggior sviluppo tra il I e il III secolo d.C. quando vennero costruite importanti opere tra cui un teatro, un anfiteatro, templi e acquedotti. Il benessere arrivò a *Pollentia* grazie soprattutto al commercio vinicolo. Un segno, evidentemente un destino. *Pollentia* visse anche il suo momento di gloria militare nel 402 d.C. quando il generale romano Stilicone sconfisse in battaglia Alarico, re dei Visigoti, salvando l'Occidente dalla prima grande invasione del popolo barbaro.

### I Savoia e Pollenzo

Per i successivi secoli Pollenzo passò di mano tra le famiglie della nobiltà locale fino al 1762 quando passò sotto il controllo di Casa Savoia. Per Pollenzo fu un nuovo Rinascimento. Nel 1832 Re Carlo Alberto di Savoia ordinò la ristrutturazione del castello, del borgo e di una superficie di oltre 600 ettari. Nel progetto, l'attuale Agenzia era il centro economico finanziario della tenuta dove Carlo Alberto intendeva sviluppare degli studi per migliorare la redditività delle attività agricole. L'impronta data dal periodo carloalbertino contraddistingue ancora oggi l'architettura, i colori, la struttura urbanistica. Nel 1838, su sua volontà e grazie al generale-enologo Staglieno, all'interno delle cantine della tenuta si diede vita a un progetto innovativo che portò alla realizzazione dei primi vini piemontesi da invecchiamento. Nel 1843 a Pollenzo si tenne "La I adunanza generale dell'associazione agraria", importante incontro tecnico-scientifico con esperti di diversi ambiti dell'agricoltura. Altri segni del destino.

### La nascita dell'Ateneo

Alla fine degli anni '90, Carlo Petrini decide di cercare un edificio simbolico per avere una base su cui costruire il futuro dell'associazione Slow Food. Nel 1997, quando la visita, l'Agenzia era in uno stato di abbandono generale, a causa anche dell'alluvione del Tanaro di tre anni prima che aveva spazzato via tutto. Petrini non vede macerie ma un complesso capace di ospitare un museo del vino, un albergo, un ristorante e un'Accademia europea del Gusto, di livello universitario. Viene creata una public company, l'Agenzia di Pollenzo, che in sei anni ristruttura tutto il complesso architettonico.

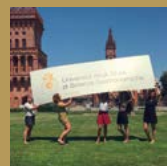
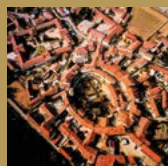
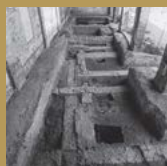
Nel mentre, l'idea di Accademia si evolve in quella di Ateneo non statale, il cui percorso interdisciplinare viene disegnato, oltre che da Petrini stesso, da quattro docenti universitari: gli storici Alberto Capatti e Massimo Montanari, l'economista agro-alimentare Fausto Cantarelli e il tecnologo alimentare Marco Riva.

Nel 2004 terminano i lavori di restauro e l'Agenzia diventa sede dell'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche. Oggi il sito è iscritto al Patrimonio Mondiale UNESCO – "Residenze Sabaude".

I segni del destino che avevano tracciato con discrezione il percorso verso la costituzione dell'Università di Scienze Gastronomiche avevano trovato finalmente il loro senso compiuto: Essere Pollenzo.

1986	1989	1996	1997	2000	2003	2004	2005	2008
Carlo Petrini fonda Arcigola.	Arcigola diventa internazionale e prende il nome di Slow Food.	Si tiene la prima edizione del "Salone Internazionale del Gusto". Viene presentata "L'Arca del Gusto", il grande catalogo mondiale che racchiude la biodiversità gastronomica a rischio di estinzione..	Si tiene la prima edizione di "Cheese", la rassegna internazionale biennale dedicata ai formaggi.  Il complesso dell'Agenzia di Pollenzo entra a far parte del Patrimonio Mondiale Unesco.	Nasce il progetto "Presidi Slow Food", per salvaguardare o rilanciare piccole produzioni locali o artigianali.	Si costituisce la "Associazione degli Amici dell'Università di Scienze Gastronomiche" che ha come Soci Fondatori Regione Piemonte, Regione Emilia Romagna e Slow Food.	Si riunisce per la prima volta la rete di Terra Madre: una comunità internazionale di contadini, produttori e allevatori  A Pollenzo nasce la prima e unica Università degli Studi di Scienze Gastronomiche e viene attivato il Corso di Laurea Triennale. Il Rettore è il Prof. Alberto Capatti.	Nella sede distaccata della Reggia di Colorno (PR) viene dato l'avvio ai primi Master.  Viene attivato il Laboratorio di Analisi Sensoriale, tra i più grandi d'Europa.	Nasce il Corso di Laurea Magistrale.  Viene nominato Rettore il Prof. Valter Cantino.

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nasce il "Club dei Partner Strategici"	Pollenzo accoglie i Master: l'offerta didattica è ora in un'unica sede  Viene nominato Rettore il Prof. Piercarlo Grimaldi	UNISG istituisce il primo Graduation Day, che negli anni ha visto ospiti quali: Dario Fo, Lella Costa, Enrico Mentana, Emma Bonino, Gianmaria Testa, Lucrezia Reichlin, Catia Bastioli e Moni Ovadia  Slow Food e UNISG presentano "I granai della memoria", percorso scientifico e didattico per salvaguardare i saperi orali dell'uomo.  Laurea honoris causa a Bruno Giacosa	"Le Tavole Accademiche" sono la nuova idea di mensa universitaria dove chef, studenti e territorio si incontrano in momenti di formazione sensibile alla qualità e alla sostenibilità.  Laurea honoris causa a Ermanno Olmi	Viene inaugurato il Pollenzo Food Lab  Laurea honoris causa a Michel Bras	Come risposta a EXPO, UNISG e Slow Food organizzano Terra Madre Giovani.  In settembre 28 Ministri dell'agricoltura degli stati dell'Unione Europea si incontrano a Pollenzo per conoscere il mondo UNISG e Slow Food.  Laurea honoris causa a Michael Pollan	La FAO nomina Carlo Petrini ambasciatore speciale per l'Europa per "fame zero".  Laurea honoris causa a Enzo Bianchi	Il MIUR definisce due nuove Classi di Laurea in Scienze Gastronomiche sul modello UNISG.  Viene nominato Rettore il Prof. Andrea Pieroni.  Laurea honoris causa a Alice Waters	Viene scritto e pubblicato il Manifesto di Pollenzo.  Laurea honoris causa a Vilda Figueroa Frade



## Slow Food e UNISG: vicinanza, confronto e ascolto.

### Come ricorda la nascita dell'Università?

Al congresso di Slow Food Italia nel 1994 fu messa all'ordine del giorno la necessità di costituire un'accademia o un organismo scientifico da affiancare all'associazione. Fu in quell'occasione che se ne parlò per la prima volta. L'associazione allora era molto giovane, aveva solo otto anni di vita e stava iniziando la battaglia per la salvaguardia della biodiversità. Questa sfida richiedeva preparazione e competenze specifiche che non potevamo avere da semplici volontari. Serviva un progetto. Grazie a Carlo Petrini quel progetto prese la forma di una vera e propria università privata, legalmente riconosciuta.

### Cosa sono Slow Food e UNISG, l'una per l'altra?

Sono due organizzazioni con una propria identità che cercano di dialogare tra loro il più possibile. Non lo facciamo ancora quanto e come dovremmo, ma quando lo facciamo produciamo risultati eccellenti. Come quando, ad esempio, UNISG, tramite la consulenza scientifica del progetto SEed (Systemic Event Design), ha contribuito alla progettazione sistemica di Terra Madre Salone del Gusto, migliorando l'impatto della manifestazione da un punto di vista ambientale, sociale, sensoriale ed economico. Un altro esempio di collaborazione sono i Viaggi Didattici resi possibili grazie alla disponibilità della rete di Slow Food e Terra Madre.

### Quali sono i vantaggi che UNISG ha grazie alla relazione con Slow Food?

Riprendendo il tema dei Viaggi Didattici, UNISG riesce a far conoscere in profondità ai propri studenti i produttori e i loro territori, esperienza formativa altrimenti difficilmente realizzabile.

**Roberto Burdese**, componente del CdA dell'Associazione Amici dell'Università e del Comitato Esecutivo Internazionale di Slow Food



Inoltre studiare a Pollenzo vuol dire vivere a Bra, la città di Slow Food, e questo è un elemento attrattivo per molti. Slow Food, a sua volta, ha la possibilità di inserire nello staff, a Bra come in altri uffici del mondo, ex studenti portando nella sua struttura competenze e valore aggiunto.

### **UNISG può essere considerata anche il centro di innovazione di Slow Food?**

UNISG sta cominciando a svolgere quella funzione, ma sono sicuro che lo farà molto di più e meglio in futuro. Dobbiamo considerare che questa università è nata solo 15 anni fa; stiamo dunque parlando di un'istituzione che, nel mondo accademico e scientifico, è ancora considerata giovane. In termini di innovazione gli studenti e i laureati sono il forte collante tra Slow Food e l'Università. Bisognerà lavorare in futuro sempre di più affinché anche la componente accademica diventi protagonista di questo rapporto.

### **Come possono collaborare Slow Food e UNISG per portare avanti i valori che condividono?**

Nel 2017, i rappresentanti della rete di Slow Food e di Terra Madre provenienti da 90 Paesi del mondo riuniti in Congresso in Cina attraverso la Dichiarazione di Chengdu si sono impegnati a promuovere sei mozioni che rappresentano gli orizzonti comuni e i fronti dell'impegno internazionale di Slow Food. Nel 2020, in occasione del nostro prossimo congresso internazionale, quella Dichiarazione verrà aggiornata. Dovremmo tutti insieme concorrere per raggiungere gli obiettivi che sono scritti in quel documento: noi nella pratica dei progetti e nelle campagne di proselitismo per aumentare il numero degli attivisti e l'interesse delle comunità internazionali, l'Università nel fornirci gli strumenti tecnico scientifici per realizzarli.

### **Qual è il futuro di UNISG dal tuo punto di vista?**

Il potenziale di questa Università lo vedo soprattutto negli studenti, negli *Alumni*, nelle persone che passano da Pollenzo. Se penso a loro non ho dubbi che avremo un luminoso e straordinario futuro, sapendo nello stesso tempo che abbiamo tutti una grandissima responsabilità per non fallire in questa missione: dare futuro e sviluppo alla nostra Università.

### **Cosa l'ha sorpresa di più nello sviluppo di Slow Food?**

Quando nel 1991 sono entrato come collaboratore e ho fatto il primo anno come volontario al servizio civile a Slow Food non avrei mai immaginato che saremmo diventati oggi un'organizzazione presente e radicata in 160 paesi del mondo. Nel 1991 non c'era Internet, non avevamo soldi e praticamente nessuno che parlasse una lingua diversa dall'italiano o dal piemontese. Sorpreso? Quando ho cominciato a capire che tutto questo stava accadendo sul serio ho capito che nulla mi avrebbe più stupito.

### **Qual è l'istanza più forte che Slow Food chiede a UNISG in questo momento?**

Questa domanda, in questo contesto, è importantissima. Pur rimanendo indipendenti, mi auguro che non si perda di vista la strada maestra scritta nella nostra carta dei valori. A volte c'è il rischio di dimenticare la vicinanza reciproca e la volontà di confrontarsi e ascoltarsi.



■





**Essere Pollenzo,  
l'identità di UNISG**

**03**



## Essere Pollenzo

Lei sta scolando la pasta. Siamo sugli scogli davanti al mare dell'isola del Giglio. L'immagine trasmette spontaneità, gioia, voglia di fare, cucina, giovinezza.

Le cipolle fanno piangere? Di sicuro se le metti in posa e le fotografi diventano un manifesto di smisurata e preziosa bellezza. Una ragazza in Francia abbraccia un asino perché studiare il cibo significa prima di tutto amare la natura. Ecco dei piatti coloratissimi e divertenti, sono delle zuppe fredde che accompagnano e combattono le lunghissime e caldissime giornate estive di Bra.

Quelle due ragazze con lo zaino in spalla laggiù sullo sfondo sono piccole macchie nel meraviglioso paesaggio delle colline provenzali. Pollenzo ti insegna l'importanza di camminare il mondo per capirne il gusto, ma il cammino deve essere fatto in punta di piedi, senza fare rumore, con rispetto e lentezza.

Al massimo piantò la bandiera dell'Università sul Monte Bianco, perché alla fine arrivi e lo vuoi dire a tutti che sei arrivato. Un gruppo di ragazzi sta saltando di gioia. La didascalia della foto racconta la storia di quel momento: "I nostri corsi sono molto faticosi e intensi ma allo stesso tempo creano amicizie che dureranno per tutta la vita".

Capisci questo luogo scorrendo con lo sguardo le immagini del canale Instagram dell'Università. Immagini che raccontano cosa significhi davvero vivere a Pollenzo e vivere con Pollenzo. Le attività nel Campus sono lezioni, incontri alle Tavole Accademiche, conferenze, esperienze sensoriali, visite alla Banca del Vino, viaggi, confronti, libri letti all'ombra di un albero, lezioni ripetute sdraiati sull'erba del cortile interno, racconti che ti

abbracciano e hanno il sapore del futuro.

Il Campus è vita. Non si smette mai di imparare. Si parlano tutte le lingue del mondo e tutte le lingue del mondo parlano la lingua del cibo e della terra. Pollenzo non conosce la diversità perché qua tutto è diverso.

Le vedete? Ci sono altre ragazze che stanno ballando di gioia davanti al bosco. Vogliono raccontarci che la differenza tra il tempo dello studio e il tempo libero in questa Università è solo un punto di vista non scontato perché qui il tempo è vita.

Delle mani stanno raccogliendo dei fiori nei giardini dell'Ateneo. Serviranno per il tè del pomeriggio. Una fila di ragazzi intanto sta arrancando faticosamente sulle montagne della Val d'Aosta. I viaggi non sono gite. I viaggi sono fatti per imparare. E imparare è sempre faticoso. Servono gambe per camminare e occhi giusti per guardare.

Si impara presto che si può viaggiare ovunque, anche dietro l'angolo. Questi tre ragazzi sorridenti lavorano nell'orto di Pollenzo, in mano hanno l'aglio che hanno coltivato e che sarà fondamentale per fare delle ottime bruschette. In fondo la semplicità è sempre un ottimo traguardo da raggiungere.

La studentessa seduta sulla staccionata davanti ad un paesaggio naturale giapponese così bello da toglierti il fiato, riassume il senso di essere parte di quello sguardo. Le piramidi colorate di spezie sono la dimostrazione invece di come anche solo una fotografia possa farti respirare la simmetria di sapori lontani. E ancora piatti, sguardi, ingredienti, attese, sorrisi, prodotti, passi, traguardi, paesaggi, volti

sempre più curiosi, creatività, mani che si uniscono, relazioni, scoperte, luoghi lontani da scoprire e imparare, rispetto per la terra.

### **Frammenti di vita. Ecco cosa significa “Essere Pollenzo”.**

Si parte con la voglia di cambiare il mondo. Si finisce con la possibilità di portare nel mondo tutto quello che hai imparato per iniziare a cambiarlo davvero.

Vengono in mente quelle parole di Charles Baudelaire: “Ma i veri viaggiatori partono per partire e basta: cuori lievi, simili a palloncini che solo il caso muove eternamente, dicono sempre *Andiamo*, e non sanno perché. I loro desideri hanno le forme delle nuvole”. Qui tutti hanno desideri che hanno le forme delle nuvole. Ma sono desideri con i piedi ben piantati a terra.

Pollenzo non è solo un'Università. Pollenzo è un modo di vivere, di capire, di studiare, di crescere, di relazionarsi con il paesaggio che ti circonda, di respirare il profumo intenso del sentirsi parte di una comunità.

Vieni a Pollenzo perché vuoi essere Pollenzo.

Le aspettative sono alte e certe volte “Essere Pollenzo” diventa “Dovrebbe essere Pollenzo” perché l'unica regola del viaggio è non tornare mai come sei partito. Torni sempre diverso. Torni sempre arricchito. Malgrado le soste, gli inciampi e qualche inevitabile delusione.

Ma alla fine arrivi. E sorridi.  
Buon viaggio.





## Identità

Crediamo fortemente che il mondo si possa cambiare attraverso il cibo. Per farlo è necessaria una cultura alimentare e un'educazione sensoriale e gastronomica di qualità. Per questo abbiamo fondato la nostra Università, per diffondere ciò in cui crediamo attraverso percorsi formativi innovativi capaci di tradurre l'elaborazione culturale in azione.

Sappiamo di avere una responsabilità importante nei confronti dei giovani, soprattutto quelli che accogliamo in Ateneo. Li accompagniamo nello sviluppare la curiosità intellettuale, l'autonomia di giudizio, la capacità di lavorare in gruppo, l'apertura alla diversità intesa come valore, la cultura della sostenibilità e i valori del consumo consapevole. Prepariamo donne e uomini alle sfide del futuro, li mettiamo in grado di comprendere e affrontare i grandi temi del cibo e dell'ambiente, di essere la classe dirigente del futuro.

## Visione

Vogliamo contribuire alla crescita e al rafforzamento dei sistemi alimentari mondiali per migliorare il benessere e la salute, materiale e spirituale, di tutte le forme di vita sul/del pianeta Terra e contemporaneamente celebrare e custodire la diversità biologica e tutte le diversità linguistiche, culturali e religiose, migliorare le condizioni di produzione, trasformazione, distribuzione e consumo del cibo, implementare la sostenibilità ambientale e sociale e la piena sovranità alimentare, valorizzare ad ogni livello la responsabilità etica, sociale e politica. Questa è la nostra visione.

## Missione

Siamo convinti che la nostra visione possa anche essere perseguita con la formazione accademica, la ricerca scientifica e la condivisione della conoscenza nell'ambito delle Scienze Gastronomiche. La nostra missione si realizza:

- Nell'insegnamento: promuoviamo apprendimenti e metodi fondati sull'esercizio del pensiero critico, della consapevolezza, della creatività e della responsabilità, fornendo una formazione accademica nell'ambito specifico delle Scienze Gastronomiche, intese come scienze interdisciplinari che attengono al cibo, alle sue culture e declinazioni e formiamo gli studenti per le esigenze occupazionali del presente e del futuro.
  - Nella ricerca e nell'innovazione: promuoviamo ricerca al servizio del benessere della società, celebrando le differenze come valore e soprattutto la pari dignità tra i saperi scientifici e quelli tradizionali delle comunità locali e contribuiamo a individuare le direzioni occupazionali del futuro prossimo.
  - Nei servizi al mondo produttivo e alla società civile: promuoviamo la condivisione della conoscenza per implementare la sostenibilità e la sovranità alimentare, la solidarietà sociale e l'imprenditorialità etica; formiamo servizi per la conoscenza dedicata soprattutto all'inclusione di gruppi marginalizzati e all'interno della prospettiva del Lifelong Learning.
- La libertà, la solidarietà, la trasparenza, l'indipendenza di giudizio, l'onestà, la valorizzazione delle diversità tra gli uomini e l'attenzione al merito e allo sviluppo delle capacità individuali sono i nostri valori fondanti, le basi sulle quali abbiamo costruito la nostra Università, che guidano ogni giorno l'agire dei nostri studenti, dei nostri docenti e dei nostri collaboratori.
- Questi sono i valori di Pollenzo, il valore del nostro "Essere Pollenzo".



**“Nessuno poneva al centro di un percorso di studi la cultura alimentare e la gastronomia. Lo abbiamo fatto noi”**

**Perché serviva una nuova Università?**

L'Accademia italiana attraverso le facoltà di Agraria, Veterinaria e Medicina parlava di cibo, nutrizione, scienze e tecnologie alimentari, ma lo faceva “a pezzi”, attraverso discipline diverse e ognuna di queste pensava di detenere la verità.

Mancava una visione di insieme. Nessuno poneva al centro di un percorso di studi il tema della cultura alimentare e della gastronomia come disciplina multiforme. Non solo l'Accademia non la voleva, ma non la capiva.

Anche i nostri primi professori all'inizio stentavano ad acquisire la coscienza di essere dentro una nuova scuola di pensiero. E imporre una nuova classe di studi a livello normativo era addirittura inimmaginabile.

**Vista oggi sembra una miopia quasi incomprensibile.**

C'era un'idea quasi macchiettista del gourmet gastronomo, sembrava solo un fenomeno mediatico, con l'esplosione delle guide e gli chef che stavano diventando star televisive. Tutto questo a noi non interessava. Noi volevamo imporre un approccio sistemico allo studio della gastronomia, legato alla genetica, l'ambiente, l'antropologia, il valore della materia, della terra, della tradizione, del saper fare.



Carlo Petrini



## Governance

L'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche (UNISG), non statale legalmente riconosciuta, con sede a Pollenzo, è stata istituita con decreto del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) del 15 aprile 2005. La sede amministrativa è a Pollenzo.

Ente promotore dell'Università è l'Associazione "Amici dell'Università di Scienze Gastronomiche" che ne garantisce il perseguimento dei fini istituzionali, la dotazione finanziaria e il mantenimento. La governance è l'insieme di organi, regole e procedure per perseguire la missione dell'Associazione Amici e dell'Università e gestire con efficacia l'attività accademica.

### Gli organi dell'Associazione Amici dell'Università di Scienze Gastronomiche

#### **Assemblea dei Soci**

Nomina i componenti del Consiglio di Amministrazione dell'Associazione e approva il bilancio d'esercizio.

#### **Consiglio di Amministrazione**

È l'organo esecutivo dell'Associazione ed è investito di tutti i poteri per l'ordinaria e straordinaria amministrazione. Nomina il Presidente dell'Università e alcuni dei componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio dei Revisori dei conti.

#### **Revisore unico dei conti**

Esercita la vigilanza sulla gestione economica e finanziaria dell'Associazione.



## Gli organi di UNISG

### Consiglio di Amministrazione

Delibera gli atti fondamentali di governo per garantire il perseguimento delle finalità istituzionali con poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione. Inoltre, sovrintende alla gestione amministrativa, economica, finanziaria e patrimoniale.

È composto da un numero minimo di 7 membri a un massimo di 21. Costituiscono il Consiglio d'Amministrazione:

- il Presidente dell'Associazione "Amici dell'Università di Scienze Gastronomiche", o un soggetto da questo designato, che ne assume la carica di Presidente;
- il Rettore dell'Università;
- un rappresentante del MIUR;
- da 4 a 18 membri nominati dal Consiglio d'Amministrazione dell'Associazione "Amici dell'Università di Scienze Gastronomiche".

I consiglieri rimangono in carica tre anni. Il Rettore rimane in carica fino alla conclusione del suo mandato.

### Presidente del Consiglio di Amministrazione

È il legale rappresentante dell'Università e garantisce l'adempimento delle finalità statutarie. Convoca e presiede le riunioni del Consiglio di Amministrazione e del Comitato Esecutivo.

### Vice Presidente del Consiglio di Amministrazione

Sostituisce il Presidente in caso di sua assenza o impedimento.

### Comitato Esecutivo

È composto da cinque componenti: il Presidente, il Vicepresidente, il Rettore, due componenti del Consiglio d'Amministrazione scelti dal Consiglio stesso. Delibera sulle competenze ad esso delegate dal Consiglio di Amministrazione.

### Rettore

È nominato dal Consiglio di Amministrazione tra i

professori di ruolo o personalità del mondo accademico che si sono distinte per il buon funzionamento dell'Università. Il Rettore rimane in carica per tre anni e può essere confermato. Svolge le funzioni di indirizzo generale didattico e scientifico dell'Università.

### Direttore Amministrativo

È nominato dal Consiglio d'Amministrazione su proposta del Presidente. Ha in carico la direzione della struttura amministrativa.

### Consiglio di Facoltà

È composto dal Rettore, che lo presiede, dai professori di ruolo dell'Ateneo e da una rappresentanza di ricercatori e di studenti. Al Consiglio di Facoltà spettano tutte le competenze relative all'ordinamento, alla programmazione e al coordinamento delle attività didattiche e di ricerca.

### Collegio dei Revisori dei Conti

È composto da tre componenti effettivi e da due supplenti. Controlla la regolare tenuta della contabilità e redige una relazione al bilancio di esercizio.

### Nucleo di Valutazione

Il Nucleo di Valutazione è composto da cinque componenti, tre esperti di valutazione esterni all'Ateneo e da due docenti dell'Università. Provvede alla valutazione delle attività didattiche e di ricerca e dei servizi agli studenti.

## Procedure e regolamenti

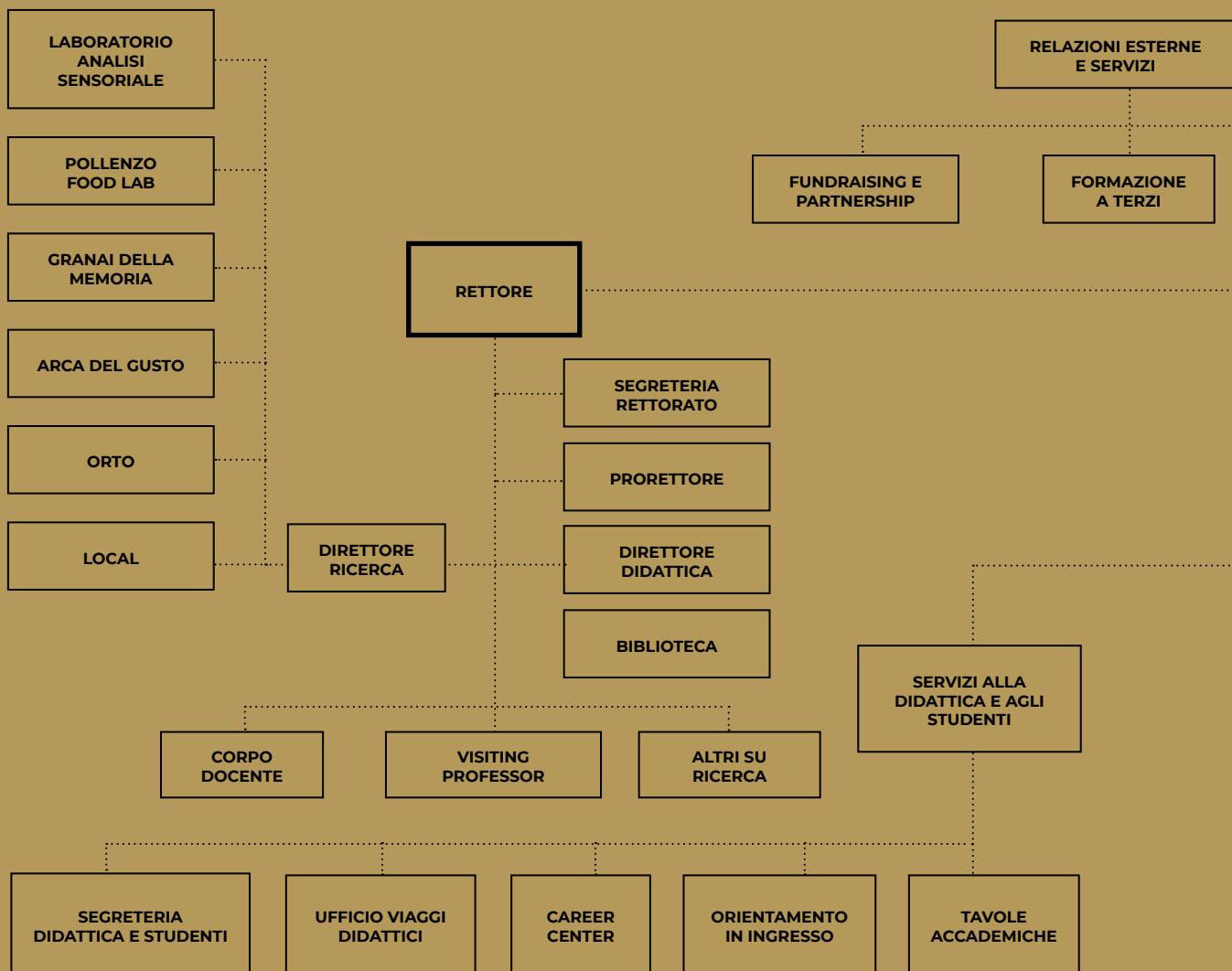
I documenti a cui fa riferimento la nostra governance sono lo Statuto e una serie di Regolamenti interni approvati dal Consiglio di Amministrazione.



Per una più puntuale analisi degli organi dell'Università di Scienze Gastronomiche e dei regolamenti interni vi invitiamo a consultare <https://www.unisg.it/ateneo/statuto-e-regolamenti/>

## Struttura organizzativa

Per raggiungere i propri fini istituzionali UNISG si è data la seguente struttura organizzativa.



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

UFFICIO DI  
PRESIDENZA

PRESIDENTE

COMUNICAZIONE  
CINEMA  
VISUAL

RELAZIONI  
ISTITUZIONALI

COMUNICAZIONE  
E MARKETING

CINEMA

VISUAL

VICEPRESIDENTE

SUPPORTO  
ALL'INNOVAZIONE

DIRETTORE  
AMMINISTRATIVO

ACCREDITAMENTO E  
AFFARI LEGALI

AFFARI GENERALI

AMMINISTRAZIONE

SERVIZI GENERALI  
E INFORMATIVI  
UFFICIO ACQUISTI

UFFICIO  
CONTABILITÀ

CONTROLLO  
GESTIONE

UFFICIO  
PERSONALE

UFFICIO  
RICERCA

## Le persone in UNISG

Per lo svolgimento dell'attività istituzionale, l'Ateneo si è dotato di una struttura organizzativa, nella quale operano gli accademici e gli amministrativi.

### personale accademico

20

45% ♀ 55% ♂

#### 10 professori di ruolo:

2 professori ordinari  
e 8 professori associati

#### 7 ricercatori:

3 a tempo determinato  
e 4 a tempo indeterminato

**3 beneficiari di assegni di ricerca**, impegnati su progetti di ricerca finanziati dalla Comunità Europea (ERC e Horizon 2020)

Professori, ricercatori e beneficiari di assegni di ricerca sono selezionati tramite procedure concorsuali pubbliche e godono del medesimo stato giuridico dei docenti in ruolo presso le Università statali.

### addetti alla ricerca

15 60% ♀  
40% ♂

Per le attività di ricerca UNISG si avvale di titolari di borse di ricerca e di contratti alla ricerca impegnati sui progetti avviati dall'Ateneo.

Sin dalla sua istituzione, l'Ateneo ha scelto di contenere il numero di personale docente e di ricerca stabilmente impegnato presso il campus, per poter attingere con maggior flessibilità alle migliori competenze scientifiche, disponibili presso altre Università o enti di ricerca, nazionali e internazionali, e professionali.

**circa**

**120** **visiting professor all'anno**  
coinvolti a vario titolo  
nell'attività accademica

Gli accademici hanno in carico l'attività didattica e di ricerca e la direzione dei laboratori. Questi ultimi ospitano gli studenti per le esercitazioni e le sperimentazioni complementari alle lezioni in aula, oltre a enti e aziende a cui è offerta l'opportunità di testare prodotti, avviare progetti di innovazione o studiare la percezione dei consumatori verso le diverse tipologie di alimenti. Il coordinamento e la gestione dell'attività didattica e scientifica del personale docente e di ricerca fa capo al Rettore.



## personale amministrativo

64

48% ♀ 52% ♂

La multidisciplinarietà e l'approccio esperienziale della didattica, unite a una gestione degli studenti che li vede seguiti individualmente nel loro percorso di studi e di integrazione nel campus, impegnano fortemente la struttura, nell'ambito della quale sono previste funzioni che non riscontriamo presso gli altri Atenei oppure che, usualmente, afferiscono a Dipartimenti specifici.

**Segreteria di Presidenza** a cui fanno capo il coordinamento e la gestione delle relazioni del Presidente e delle relazioni istituzionali.

**Segreteria del Rettorato**, incaricata della gestione delle relazioni istituzionali del Rettore.

**Comunicazione** chiamata a coordinare e gestire la comunicazione dell'Ateneo, seguendo le strategie definite dal Presidente, articolata come segue:

- **Comunicazione e marketing** cura le attività di comunicazione e promozione dell'offerta formativa e delle attività dell'Ateneo, sia tramite

canali tradizionali sia tramite canali social, e la diffusione, su scala nazionale e internazionale, dell'identità di UNISG, dei suoi progetti didattici e di ricerca e dei suoi rapporti con le aziende.

- **Laboratorio Cinema** cura l'ideazione e la produzione di prodotti multimediali, siano essi promozionali o a supporto dell'attività scientifica dell'Ateneo. Inoltre, il Laboratorio Cinema, negli ultimi tre anni, ha organizzato il Migrants Film Festival, festival cinematografico internazionale sulle tematiche della migrazione.
- **Visual** cura la brand awareness e l'identity equity dell'Ateneo e i progetti di promozione dell'Università, tra i quali il magazine The New Gastronome.

**Relazioni esterne e servizi** a cui fa capo la gestione dei rapporti con aziende ed enti, a vario titolo coinvolti nell'attività dell'Ateneo, articolata come segue:

- **Fundraising e partnership** incaricata di reperire le risorse a copertura del fabbisogno economico e di curare la relazione con Partner Strategici e Sostenitori dell'attività di ricerca dell'Ateneo.

- **Formazione a terzi** monitora le esigenze formative di enti e aziende facenti parte del network di relazioni dell'Università, organizzando corsi brevi "taylor made" e summer school.
- **Supporto all'innovazione** attingendo alle competenze e alle expertise disponibili in Ateneo, coordina l'attività di consulenza prestata a beneficio delle aziende che si affidano all'Università per avviare progetti di innovazione di prodotto o di processo.

**Accreditamento e affari legali**, responsabile dell'accreditamento annuale dei Corsi di Studio, secondo le procedure definite dal MIUR, e degli adempimenti richiesti dal Ministero alle Università per lo svolgimento dell'attività accademica. L'ufficio si occupa della gestione dell'attività degli organi statutari e supporta tutte le aree dell'Ateneo nello svolgimento delle attività per le quali è necessario verificare la correttezza legale/giuridica e/o la conformità a regolamenti interni o delibere degli organi statutari delle procedure o delle scelte adottate.

**Servizi alla didattica e agli studenti**, chiamati ad assistere e supportare gli studenti nella loro carriera universitaria e nella vita nel campus, articolati come segue:

- **Segreteria didattica e studenti:** supporta e coordina dal punto di vista amministrativo la carriera degli studenti, dalla fase di preiscrizione al conseguimento del titolo di laurea o di Master. Inoltre, definisce, in coordinamento con la componente accademica, il calendario dei Corsi e supporta i docenti per gli aspetti amministrativi e organizzativi.
- **Ufficio viaggi didattici:** confrontandosi con la componente accademica, progetta, coordina, organizza e gestisce i viaggi didattici organizzati annualmente, per ciascuno dei Corsi di Laurea e dei Master attivati dall'Ateneo.
- **Career Center:** fornisce agli studenti e ai laureati formazione e servizi personalizzati di orientamento al lavoro, facilitando il processo di transizione studio-lavoro, analizzando le aspettative, motivazioni e interessi individuali e promuovendo e sviluppando il network degli *Alumni*. Inoltre, offre ad aziende e organizzazioni del network UNISG servizi di supporto al recruiting.
- **Orientamento in ingresso:** si occupa di promuovere la conoscenza dei Corsi di Studio dell'Ateneo presso i potenziali studenti, attraverso le giornate aperte e la partecipazione a fiere dedicate o a eventi a cui l'Ateneo partecipa.



- **Tavole Accademiche:** sono la mensa dell'Università che coniuga educazione, costi equi e prodotti locali. Le Tavole rappresentano uno spazio virtuoso, che funziona in un'ottica sistemica, dotandosi di strumenti, attrezzature, modalità di funzionamento, metodi di produzione e somministrazione del cibo di stampo sostenibile e a basso impatto ambientale. La mensa è aperta all'intera comunità del campus.

**Amministrazione**, a cui fanno capo tutti i servizi amministrativi:

- **Servizi generali:** gestiscono tutti gli aspetti legati alla logistica del campus, i sistemi informativi, gli acquisti e i rapporti con i fornitori.
  - **Ufficio contabilità:** si occupa della tenuta dei registri contabili, della redazione del bilancio preventivo, del suo monitoraggio e del bilancio consuntivo.
  - **Controllo di gestione:** si occupa del controllo di gestione, attingendo ai dati forniti dall'ufficio contabilità e interfacciandosi costantemente con tutte le aree dell'Università. Cura la reportistica da fornire al Consiglio di Amministrazione, a supporto dell'assunzione delle delibere.
  - **Ufficio personale:** ha in carico la gestione amministrativa di tutto il personale.
  - **Ufficio ricerca:** supporta il personale accademico nello svolgimento dell'attività di ricerca, curandone gli aspetti amministrativi connessi alla presentazione dei progetti in risposta ai bandi e alla rendicontazione finale.
- Fanno parte dell'organizzazione amministrativa le risorse umane impegnate presso strutture dedicate all'attività didattica e di ricerca, quali:
- **Biblioteca,** ha lo scopo di supportare la formazione, la ricerca e l'approfondimento delle tematiche legate alla cultura gastronomica attraverso l'accesso a volumi, riviste digitale e banche dati online.
  - **Laboratorio di analisi sensoriale,** laboratorio di alta specializzazione in cui vengono effettuate le valutazioni sensoriali dei prodotti alimentari a scopo didattico, di ricerca accademica e di supporto all'innovazione aziendale.
  - **Pollenzo Food Lab,** laboratorio atto allo studio delle trasformazioni gastronomiche e dei relativi processi, spazio strutturato per una formazione complessa che armonizzi le "scienze" e le "pratiche" gastronomiche.
  - **Granai della Memoria,** progetto il cui scopo è raccogliere e comunicare in video le memorie del mondo attraverso un complesso archivio multimediale.
  - **Arca del Gusto,** progetto che cataloga i prodotti che appartengono alla cultura, alla storia e alle tradizioni di tutto il pianeta.
  - **Orti,** al servizio della didattica e della ricerca, modello di sostenibilità con scopi ecologici, economici e sociali.



## L'assicurazione della qualità



Il ruolo centrale delle università nell'economia e nella società richiede che queste curino la qualità della propria attività didattica e di ricerca, attraverso l'adozione di un Sistema di Assicurazione della Qualità.

Seguendo le Linee guida dettate dall'Agenzia Nazionale di Valutazione del sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR), Agenzia istituita dal MIUR per la valutazione della qualità delle attività delle Università, in UNISG abbiamo sviluppato un sistema strutturato e integrato di regole, meccanismi e procedure che indirizzano le azioni e i comportamenti di tutti gli attori impegnati nel perseguimento degli obiettivi istituzionali, dedicando la massima attenzione alla qualità dei processi e dei risultati e al soddisfacimento delle esigenze di tutti i principali *stakeholder*, a partire dagli studenti.

Il Consiglio d'Amministrazione è al vertice del sistema definendone le politiche e gli obiettivi.

### **Nucleo di valutazione**

Provvede a verificare e valutare la qualità e l'efficacia dell'offerta didattica dell'Ateneo, dell'attività di ricerca, della corretta gestione delle strutture e dei servizi agli studenti. È presieduto da Lorenza Operti (Professoressa ordinaria dell'Università degli Studi di Torino, Dipartimento di Chimica).

### **Presidio della Qualità**

Cura il processo di Assicurazione della Qualità di Ateneo, promuovendo la cultura e il miglioramento continuo della qualità in UNISG, fornendo supporto agli Organi di governo, implementando i criteri che gli Organi di governo adottano per la Qualità dei Corsi di Studio, la valutazione e il miglioramento continuo della didattica, della ricerca e dei servizi, sorvegliando e monitorando i processi di AQ e accompagnando le strutture dell'Ateneo nella gestione dei processi per l'AQ. È presieduto da Muzio Gola (Professore emerito del Politecnico di Torino).

### **Commissione paritetica**

Composta da docenti e studenti, monitora l'offerta formativa, la qualità della didattica e l'attività di servizio agli studenti da parte dei professori e dei ricercatori.

### **Gruppi di Riesame**

Monitorano i dati e l'andamento del Corso di Laurea e del Corso di Laurea Magistrale (attività didattiche e servizi di supporto), verificando l'adeguatezza e l'efficacia delle modalità con cui i Corsi di Studio sono gestiti, identificando le azioni di miglioramento e verificandone la corretta attuazione nei confronti di tutte le parti interessate.



Gli archivi dell'*Assicurazione della Qualità* sono consultabili all'indirizzo <https://www.unisg.it/assicurazione-qualita/>



“Noi di UNISG dobbiamo essere il contadino che fa l'innesto nel mondo com'è, per trasformarlo nel mondo come dovrebbe essere”.

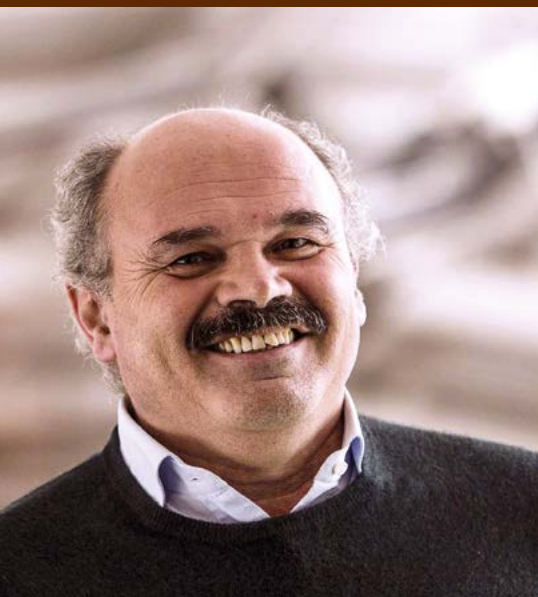
**L'INIZIO DI UNA LUNGA  
COLLABORAZIONE**  
— **ovvero dei sogni che  
diventano magnifiche realtà**

Conosco Carlin fin da quando ero bambino. Lui era già un piccolo grande leader mentre io partecipavo alle attività della libreria La Torre di Alba. Un giorno di ormai molti anni fa mi porta a visitare questo luogo e mi racconta la sua idea fantastica di università. Offro subito la mia disponibilità a partecipare alla realizzazione di questo sogno. Il mio primo ruolo nel mondo dell'Università è stato quello di Presidente dell'Agenzia di Pollenzo SpA che gestisce l'immobile. L'idea era potente e decisamente nuova, ma dovevamo trovare il denaro necessario per realizzarla. Il mio obiettivo era quello di metterla a posto dal punto di vista finanziario e di renderla stabile. È stato un lavoro duro e faticoso, ma ce l'abbiamo fatta.

**L'IDEA DEI PARTNER STRATEGICI**  
— **ovvero del dire la cosa giusta  
nel momento giusto**

Quando tutto ormai stava funzionando, Carlin mi ha chiesto di occuparmi dell'Associazione Amici dell'Università, che ha il compito di raccogliere finanziamenti, di mettere assieme i Partner

**Oscar Farinetti**, Presidente  
dell'Associazione Amici dell'Università



Strategici, di mantenere alto l'interesse delle imprese e non solo nei confronti del progetto didattico di UNISC. L'obiettivo era di nuovo quello di trovare dei soldi, ma con uno spirito diverso. La maggior parte delle università italiane funzionano grazie ad una ricca erogazione di denaro pubblico. Nel nostro, il denaro pubblico, non era assolutamente sufficiente per realizzare tutte le attività che Carlin aveva in mente. Un conto è condurre l'attività didattica tradizionale all'interno dell'università, un conto è organizzare, durante l'anno, decine e decine di viaggi. Per noi viaggiare è l'unica soluzione efficace per aprire la mente dei ragazzi e farli diventare dei veri gastronomi. Devi portarli a vedere come nascono e vengono condotte aziende di produzione e distribuzione di cibo eccellente ovunque nel mondo.

L'idea giusta mi è venuta mentre visitavo il Guggenheim di New York. Vedo all'ingresso un grande cartello, "Strategic Partners". Ci sono stampati tutti i loghi delle grandi imprese internazionali impegnate a finanziare il museo. Sono tornato e con Carlin abbiamo ripreso e adattato l'idea alle nostre esigenze coinvolgendo aziende che già operavano nel mondo del cibo, disposte ad avere una partecipazione proattiva all'interno dell'Università. Non dovevano solo finanziare l'attività di ricerca, ma sarebbero state coinvolte direttamente in tutte le nostre

scelte strategiche. Siamo stati fortunati perché siamo entrati nel mercato della formazione in un momento storico pronto ad accogliere il messaggio etico ed educativo di Pollenzo. Stavamo dicendo la cosa giusta nel momento giusto.

Siamo riusciti così a creare un bel gruppo di lavoro, ci incontriamo e confrontiamo tre volte l'anno. Il nostro obiettivo non è quello di produrre utili, ma contribuire in modo decisivo alla sostenibilità economica dell'Università. Abbiamo raggiunto l'obiettivo.

### **INNOVAZIONE E RICERCA A POLLENZO — ovvero del perché per andare avanti occorre voltare spesso lo sguardo indietro verso il passato**

L'innovazione nel campo del cibo deve guardare al futuro, ma con uno sguardo sempre attento e rispettoso verso il passato. Tonino Guerra raccontava sempre la storia di un uomo che camminando dritto voltava spesso la testa all'indietro. E quando gli chiedevano il perché di quello strano modo di camminare rispondeva sempre nello stesso modo: "Se non capisco da dove arrivo, non riesco a trovare la strada per andare dove voglio andare".

Questo è lo spirito di Pollenzo. Da un lato abbiamo una lunga e importante attività di conservazione della memoria storica sulla cultura e le tradizioni portate avanti da uomini fondamentali e straordinari nel campo della produzione del cibo di alta qualità, dall'altro c'è un'attività costante di ricerca e sviluppo dedicata soprattutto ai temi della sostenibilità ambientale nella food industry. Abbiamo capito che l'agricoltura, se viene usata male, è una fonte enorme di inquinamento, mentre, se impariamo ad usarla bene, non solo protegge l'ambiente, ma "insegna" modi di produzione sostenibili anche ad altre attività, soprattutto industriali. Dobbiamo però andare sempre avanti e aumentare costantemente le attività di ricerca dell'Università. Lo dobbiamo fare per almeno tre motivi: il primo, per offrire ai nostri Partner studi e ricerche che possano aiutarli a svolgere al meglio le loro attività, in linea con il rispetto del pianeta e delle persone; il secondo, per trovare nuovi fondi e risorse da portare all'interno dell'Università per ampliare tutte le nostre attività; il terzo, per potenziare la nostra mission di indirizzo degli studi nel campo dell'enogastronomia, creando degli istituti di ricerca all'interno dell'Università che possano svolgere questo tipo di attività autonomamente.

**SEMPRE PIÙ INTERNAZIONALI**  
— ovvero di come diventare un punto di riferimento e attrarre partner strategici anche dal resto del mondo

Nel '68, ricordo, avevo 14 anni, Carlin 19 e facevamo parte di un mondo che si opponeva all'imperialismo delle multinazionali. Negli anni siamo diventati proattivi in un lavoro di redenzione delle stesse multinazionali. Oggi sappiamo che è possibile portarle gradatamente verso un modo di lavorare più in equilibrio con il pianeta e con gli esseri umani che ci vivono. Non solo abbiamo la convinzione, ma oggi anche gli strumenti per farlo.

Bisogna intervenire direttamente all'interno del modello sociale in cui si sono create queste grandi entità industriali, produttive e distributive, portando loro una nuova visione di sviluppo sostenibile dal punto di vista etico ed ambientale e conveniente dal punto di vista economico e finanziario. E molte di loro, credetemi, non vedono l'ora di essere aiutate a percorrere questa strada da una università come la nostra.

Dobbiamo solo far sapere meglio al mondo chi siamo e raccontare, attraverso tutto quello che facciamo, come l'unico modo per salvare il pianeta sia trasferire il concetto di "rispetto" dal senso del dovere al senso del piacere. Col puro senso del dovere non possiamo cambiare le cose. Il mondo si cambia se diventa un buon affare per tutti, a livello personale (faccio la differenziata e me ne vanto perché so di fare una cosa buona e piaccio di più perché la faccio) e a livello di public company (io, impresa, mi comporto bene così avrò più clienti e la gente comprenderà molte più cose da me).

## **LAVORO, VALORI ED ETICA** — ovvero del perché gli studenti scelgono di studiare in questa Università

Pollenzo insegna a far convivere etica e mercato. Una volta c'era solo l'etica, ed eravamo tutti poveri. Poi è arrivato il mercato che ha generato pochi ricchi in mezzo a tanti poveri. Bisogna innestare l'etica sul mercato in maniera che possano convivere. Non c'è altro da fare se vogliamo correggere e contenere le disfunzioni naturali del modello sociale in cui viviamo: il consumo che diventa consumismo e l'economia che diventa finanza. Dobbiamo e possiamo dimostrare in modo fattivo che comportandosi meglio si vive meglio. Mai come adesso c'è una sensibilità molto alta delle imprese su questi temi. Noi di UNISG dobbiamo essere il contadino che fa l'innesto nel mondo com'è, per cambiarlo e trasformarlo nel mondo come dovrebbe essere.

## Stakeholder

Consideriamo nostri *stakeholder* tutti i soggetti con i quali abbiamo relazioni dirette o indirette, tutti coloro i quali influenzano la nostra attività e da essa possono essere influenzati. Per la natura della nostra missione e per il modo in cui ci impegniamo a raggiungerla siamo “provocatoriamente” convinti che tutti gli esseri viventi della terra e il pianeta stesso siano nostri *stakeholder*.

Abbiamo diviso gli *stakeholder* di UNISG in tre categorie.

### Stakeholder diretti

sono tutti coloro i quali hanno un rapporto diretto con l'Ateneo, sia che ci influenzino direttamente o siano direttamente influenzati dal nostro agire.

#### **stakeholder che sono formati direttamente da UNISG**

- studenti dei Corsi di Laurea
- studenti dei Master
- dottorandi
- *Alumni*
- partecipanti a corsi di formazione es. Summer Schools, Formazione manageriale, Formazione ai rifugiati

#### **stakeholder che consentono ad UNISG di assolvere alla propria missione**

- professori interni ed esterni
- ricercatori interni ed esterni
- staff
- chef ospiti delle Tavole Accademiche
- organi statutari
- visiting professor
- assegnisti e borsisti di ricerca
- personale amministrativo
- collaboratori e consulenti
- Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
- partner di progetti di ricerca

#### **stakeholder finanziatori e partner nell'attività di innovazione**

- Fondazioni bancarie
- Enti e imprese che sostengono l'Ateneo – Associazione “Amici dell'Università di Scienze Gastronomiche”: Partner Strategici, Soci Sostenitori, Sostenitori delle Borse di Studio
- Sostenitori Campus e Tavole Accademiche

#### **La comunità nella quale operiamo direttamente**

- Comunità di Pollenzo: in particolare Agenzia di Pollenzo, Albergo dell'Agenzia, Banca del Vino, associazioni e attività commerciali, residenti di Pollenzo
- Slow Food
- Comune e Comunità di Bra
- Regione Piemonte



## Stakeholder indiretti

sono i soggetti che sono in relazione con UNISG attraverso altri *stakeholder* o che sono influenzati indirettamente dalla nostra azione.

### Istituzioni di riferimento

- istituzioni internazionali che operano nelle politiche inerenti produzione, consumo alimentare e patrimonio culturale (alcuni esempi: Unione Europea, FAO, UNESCO, UNHCR)
- ONG e associazioni che operano nel campo del food activism, della sovranità alimentare e dell'ambientalismo
- Università italiane e internazionali
- centri di ricerca nazionali e internazionali
- Fondazioni pubbliche e private

### La rete Slow Food

- comunità del cibo e Presidi Slow Food: nodi della rete internazionale di Terra Madre
- referenti dell'associazione e dei progetti Slow Food
- soci Slow Food e visitatori degli eventi Slow Food

### Altro

- potenziali studenti
- famiglie degli studenti
- aziende e attori dell'intera filiera agroalimentare (produzione, trasformazione, distribuzione, ristorazione, packaging...)
- chef ospiti delle Tavole Accademiche
- mezzi di informazione
- visitatori delle manifestazioni e eventi a cui partecipa UNISG

## Stakeholder diffusi

sono tutti coloro i quali possono godere positivamente delle ricadute dell'attività di UNISG.

### La comunità scientifica

### Le istituzioni

### I clienti delle aziende del Network

### La popolazione

### La biosfera

## Stakeholder engagement e materialità

### Stakeholder engagement

Per *Stakeholder engagement* intendiamo il processo con il quale un'organizzazione coinvolge nella formulazione delle proprie politiche o strategie tutti coloro che possono influire sul raggiungimento degli obiettivi, oppure che possono essere influenzati dal raggiungimento degli obiettivi dell'organizzazione.

La gestione delle relazioni con gli *stakeholder* è un cardine della nostra attività e del processo di miglioramento. L'attività è sempre stata gestita secondo il principio ascolto/risposta per il quale UNISG ha attivato, a seconda delle categorie di *stakeholder*, strumenti, iniziative ed eventi mirati a instaurare e consolidare nel tempo una relazione diretta. Elenchiamo di seguito gli strumenti che riguardano principalmente gli *stakeholder* diretti.

#### categorie di stakeholder di riferimento

- S** STUDENTI
- P** PERSONALE AMMINISTRATIVO
- D** DOCENTI
- A** AZIENDE E ENTI
- C** COMUNITÀ
- I** ISTITUZIONI

Sito internet [www.unisg.it](http://www.unisg.it) **A S D P C I**

Partecipazione a eventi di orientamento e manifestazione del settore, in particolare quelle organizzate da Slow Food **A S D P C I**

Social Media: **A S D P C I**

Open day **S**

Rivista The New Gastronome **A S D P C I**

Comunicati stampa **A I**

Articoli su giornali e riviste **A S D P C I**

Mentoraggio **S**

Ricevimento docenti **S**

Segreteria studenti **S**

Ufficio dedicato agli *Alumni* **S**

Sito internet Career Center **A S**

Consigli di Facoltà e Collegio docenti **D P**

Incontri settimanali dei Responsabili e incontri mensili per lo staff **P**

Assemblea annuale Soci Sostenitori **A I D P C**

Riunioni del Club dei Partner Strategici **A I D P C**

Cerimonia Sostenitori Borse di Studio **A S D P C I**

Newsletter per i Partner e Sostenitori **A I**

Conferenze, meeting e seminari **A S D P C I**

Giornata della Ricerca **A S D P I**

Conferenze aperte alla Comunità **A S D P C I**

Newsletter settimanali interne (studenti, staff e docenti UNISG e personale Slow Food) **P D C**

Per la redazione di questo Rapporto di Sostenibilità e la sua strutturazione attraverso l'analisi di materialità, UNISG ha coinvolto direttamente i principali *stakeholder*, per conoscerne istanze e aspettative.

## Analisi di materialità e sostenibilità in UNISG

L'analisi di materialità ha lo scopo di redigere un rapporto di sostenibilità che tenga conto delle istanze e delle aspettative dei portatori di interesse e di verificare che la strategia dell'organizzazione e la sostenibilità convergano. In questo contesto, UNISG fa riferimento alla seguente definizione di sostenibilità: "Modello di gestione di un'organizzazione che, attraverso il coinvolgimento degli *stakeholder*, ne migliori le prestazioni sociali, ambientali ed economiche, massimizzando reputazione e valore"<sup>1</sup>. L'elemento determinante è il coinvolgimento dei portatori di interesse rispetto al quale l'ascolto e la partecipazione assumono un ruolo fondamentale. Di ciò occorre tenere conto nell'analisi delle matrici.

Per realizzare l'analisi di materialità in UNISG è stato attivato un processo di ascolto e coinvolgimento

degli *stakeholder* per identificare e misurare le loro istanze in modo oggettivo.

Le fasi del processo sono le seguenti:

- selezione degli *stakeholder* da coinvolgere
- identificazione delle istanze attraverso incontri strutturati con alcuni gruppi di *stakeholder* (focus group)
- somministrazione di un questionario agli *stakeholder* coinvolti per identificare e misurare:
  - il grado di rilevanza delle istanze/aspettative per ogni categoria di *stakeholder*
  - la capacità di UNISG di rispondere alle istanze/aspettative secondo l'opinione degli *stakeholder*
- realizzazione della matrice di materialità per ogni categoria di *stakeholder*
- realizzazione della matrice di materialità di UNISG pubblicata in questo rapporto

<sup>1</sup> la definizione è stata elaborata da Aida Partners nel 2008. Dal 2012 la definizione è stata somministrata ai CSR manager delle società quotate e non quotate italiane nell'ambito dell'Osservatorio "Sustainability Sentiment" per richiedere il loro grado d'accordo. Il grado d'accordo è sempre stato superiore al 90%.



## La materialità UNISG 2018

Per realizzare il rapporto di sostenibilità si è scelto di coinvolgere le categorie più rilevanti degli *stakeholder* diretti.

Per rilevare le loro istanze/aspettative è stato organizzato:

.....  
**1 focus group con gli studenti italiani**  
 .....

**1 focus group con gli studenti internazionali**  
 .....

**1 focus group con gli *Alumni***  
 .....

**1 focus group con il personale amministrativo**  
 .....

**1 incontro con i Partner Strategici  
 e i Soci Sostenitori**  
 .....

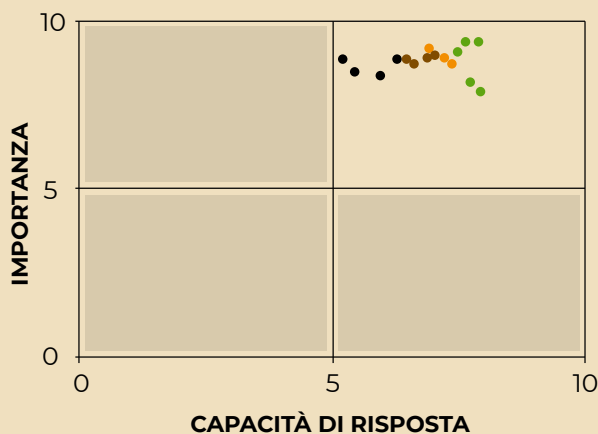
**incontri con i docenti**  
 .....

Oltre a questi sono stati ascoltati *stakeholder* rilevanti quali: Slow Food, Agenzia di Pollenzo, Banca del Vino, Albergo dell'Agenzia, Comune di Bra, Ascom Bra.

### I risultati della materialità

Si è scelto di adottare un approccio alla materialità dove ogni istanza/aspettativa è più o meno rilevante in funzione della importanza attribuitale dagli *stakeholder* e dalla loro valutazione della capacità di UNISG di rispondere.

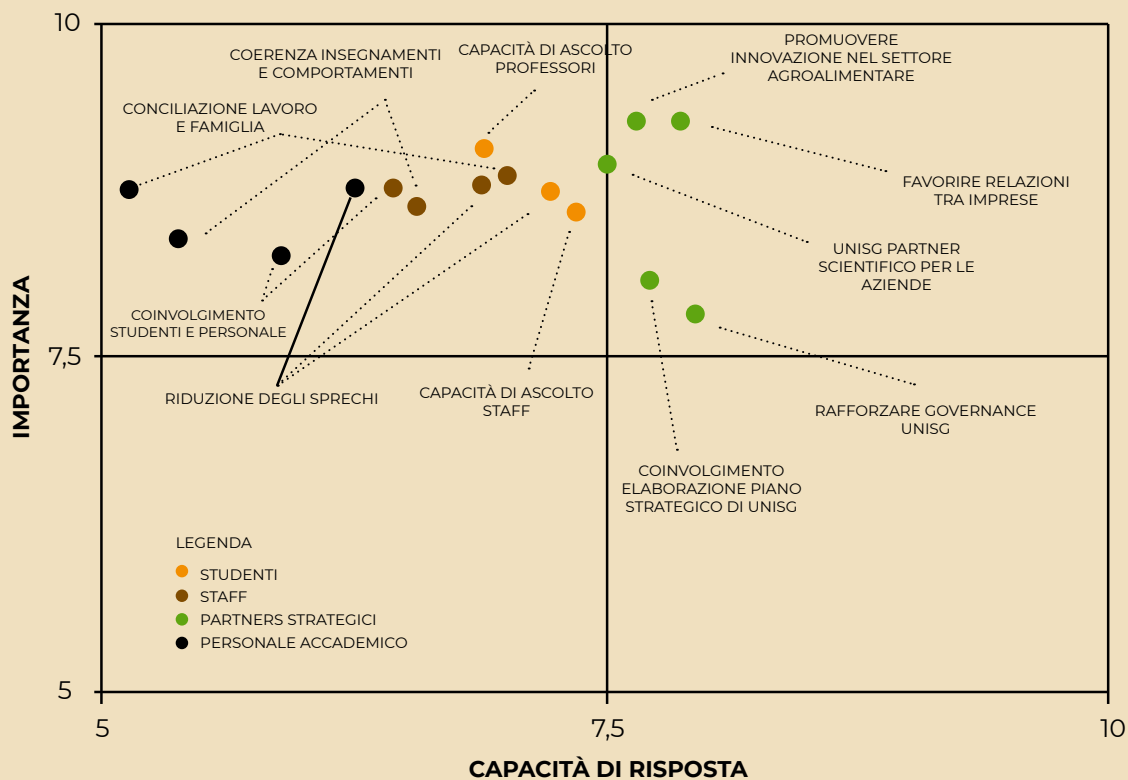
I quadranti in basso a destra (bassa importanza-alta capacità di risposta) e in basso a sinistra (bassa importanza-bassa capacità di risposta) sono relativi alle istanze/aspettative non rilevanti. Il quadrante in alto a sinistra (alta importanza-bassa capacità di risposta) e il quadrante in alto a destra (alta importanza-alta capacità di risposta) sono relativi alle istanze/aspettative rilevanti.



Matrice di materialità UNISG

La scala della matrice è compresa tra 0 e 10. Tuttavia, è stato pubblicato il solo quadrante in alto a destra con la scala 5-10, che mette in evidenza le istanze/aspettative materiali. La soglia di materialità è stata posta a 7,5. Il livello è stato scelto in quanto è il primo anno in cui UNISG ha strutturato l'attività di ascolto e coinvolgimento. Negli anni successivi si valuterà se elevare la soglia di materialità.

Di seguito si trovano le istanze relative alla definizione di sostenibilità esposta in precedenza.



Matrice di materialità UNISG: quadrante di analisi

## STUDENTI

Gli studenti considerano materiali la capacità d'ascolto dello staff, la capacità d'ascolto dei professori e la riduzione degli sprechi. Gli studenti si sono dimostrati particolarmente sensibili ai concetti più tradizionali di sostenibilità e a quelli più gestionali come il coinvolgimento, rispetto al quale l'Ateneo ha avviato un percorso su cui personale accademico e personale amministrativo mostrano piena apertura e dedizione.

Materialità Studenti: quadrante di analisi



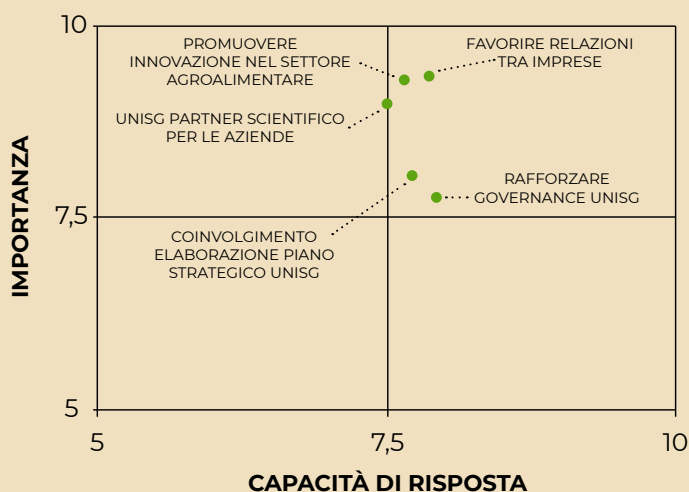
## NETWORK SOSTENITORI

Le istanze più importanti per il Network Sostenitori sono:

- favorire le relazioni tra imprese
- coinvolgere le aziende nell'elaborazione del piano strategico UNISG
- promuovere l'innovazione nel settore agroalimentare
- essere un partner scientifico delle aziende
- erogare una didattica più vicina alle esigenze delle aziende

Sempre secondo il Network Sostenitori la capacità di risposta di UNISG rispetto ad ognuna delle istanze è considerata più che soddisfacente.

Materialità Network Sostenitori: quadrante di analisi

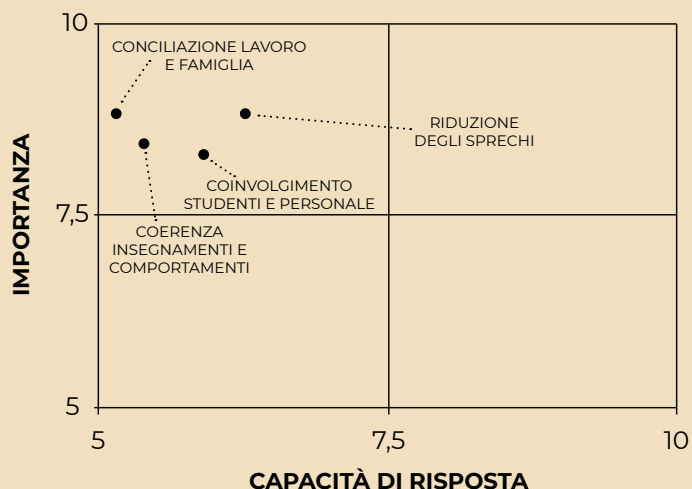


## PERSONALE ACCADEMICO

Per il personale accademico sono rilevanti:

- la riduzione degli sprechi
- il coinvolgimento degli studenti e del personale
- la coerenza tra insegnamenti e comportamenti
- la conciliazione lavoro e famiglia

Materialità Personale Accademico: quadrante di analisi

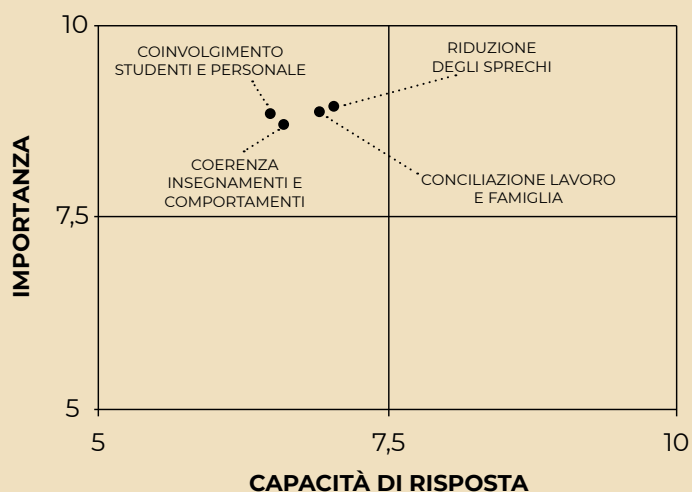


## PERSONALE AMMINISTRATIVO

Per il personale amministrativo sono tematiche rilevanti:

- la conciliazione lavoro e famiglia
- la riduzione degli sprechi
- la coerenza tra insegnamenti e comportamenti
- il coinvolgimento degli studenti e del personale

Materialità Personale Amministrativo: quadrante di analisi



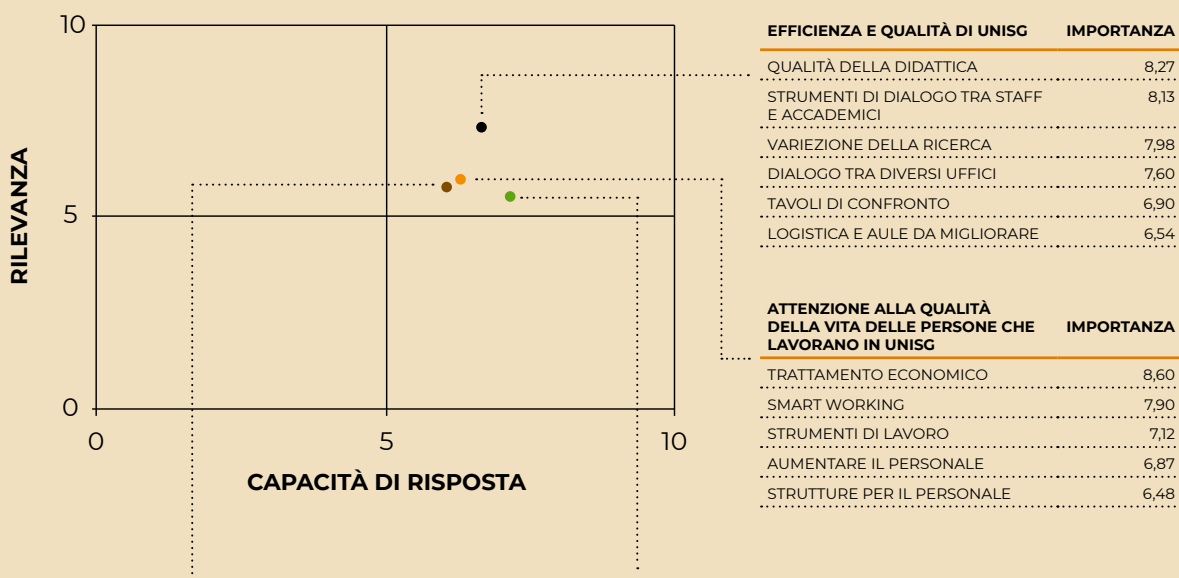
## **LE ISTANZE E LE ASPETTATIVE GENERALI DEL PERSONALE AMMINISTRATIVO E DEL PERSONALE ACCADEMICO**

Con il personale amministrativo e accademico è stata realizzata un'analisi per rilevare le loro istanze generiche slegate, nella fase di identificazione, da specifiche tematiche di sostenibilità.

Le istanze sono state raggruppate in quattro categorie principali:

- Attenzione alla qualità della vita delle persone che vivono e lavorano in UNISG
- Governance e comunicazione in UNISG
- Valorizzare le Risorse Umane
- Efficienza e qualità di UNISG

Per ogni raggruppamento è stato chiesto di indicare il grado di importanza e la capacità di risposta di UNISG. A ogni gruppo sono state attribuite istanze più specifiche per le quali è stato chiesto di indicare il solo grado di importanza.



Matrice di materialità Personale Amministrativo e Personale Accademico

Le istanze più materiali sono “Efficienza e qualità di UNISG” e “Governance e comunicazione in UNISG”.

Per “Efficienza e qualità di UNISG” le istanze più importanti sono:

- “qualità della didattica” (8,27)
- “strumenti di dialogo tra staff e accademici” (8,13)
- “valorizzazione della ricerca” (7,98)
- “dialogo tra i diversi uffici” (7,60)

Per “Governance e comunicazione in UNISG” tutte le istanze specifiche sono rilevanti in quanto la loro importanza è superiore a 7,5.

Seguono “Attenzione alla qualità della vita delle persone che vivono e lavorano in UNISG” e “Valorizzare le Risorse Umane”.

Per “Attenzione alla qualità della vita delle persone che vivono e lavorano in UNISG” le istanze più importanti sono:

- Trattamento economico (8,60)
- Smart working (7,90)

Per “Valorizzare le Risorse Umane” tutte le istanze specifiche sono rilevanti in quanto la loro importanza è superiore a 7,5.

## Reti

### Il Network dal 2004 al 2018

UNISG è al centro di una rete di relazioni con organizzazioni pubbliche e private, italiane e internazionali che partendo dal nucleo originale di Slow Food, suo socio fondatore, ha ulteriormente implementato i nodi e i collegamenti nel mondo.

La rete UNISG è un elemento dinamico, in evoluzione, che permette di creare valore per la Missione istituzionale dell'Ateneo.

Per questo motivo abbiamo ritenuto importante presentare la sua dimensione completa dal 2004 al 2018. Un riconoscimento a tutti coloro che sono parte del Network UNISG, nostri interlocutori privilegiati.

# 2.515

**studenti e Alumni  
da 92 paesi**

## 260

**beneficiari di borse di studio  
pari al 10% della popolazione  
studentesca totale**

## 196

**beneficiari di  
Finanziamenti Agevolati**

## 110

**beneficiari di  
Financial Aid USA**

# 1.400

**viaggi didattici  
in 57 paesi**

## 12.389

**contatti tra ristoratori, istituzioni locali,  
aziende, docenti universitari, associazioni,  
comunità, ex studenti UNISG**

partnership con

# 90

**università  
di 38 paesi**

	Viaggi	Università	Studenti	Viaggi	Università	Studenti
Albania	•		•			
Argentina	•	•	•			
Australia	•		•			
Austria	•	•	•			
Bahamas			•			
Bangladesh		•				
Belgio	•	•	•			
Bolivia	•	•				
Bosnia	•					
Brasile	•	•	•			
Bulgaria	•	•	•			
Burkina Faso			•			
Canada	•	•	•			
Cile	•		•			
Cipro			•			
Colombia	•		•			
Corea del Sud	•	•	•			
Costa Rica			•			
Croazia	•		•			
Cuba	•		•			
Danimarca	•	•	•			
Ecuador	•		•			
Estonia		•				
El Salvador			•			
Etiopia	•		•			
Filippine	•		•			
Finlandia	•	•	•			
Francia	•	•	•			
Gabon			•			
Galles	•		•			
Georgia	•	•	•			
Germania	•	•	•			
Ghana			•			
Giappone	•	•	•			
Gibilterra			•			
Giordania			•			
Grecia	•		•			
Guatemala			•			
Guinea			•			
Honduras			•			
Hong Kong	•		•			
India	•	•	•			
Indonesia			•			
Inghilterra	•	•	•			
Iran			•			
Iraq		•				
Irlanda	•		•			
Israele	•		•			
Italia	•	•	•			
Kenya	•		•			
Lettonia			•			
Libano			•			
Liechtenstein			•			
Lituania		•	•			
Malta	•		•			
Marocco	•	•	•			
Mauritania			•			
Messico	•	•	•			
Nigeria			•			
Norvegia	•	•	•			
Nuova Zelanda			•			
Paesi Bassi	•		•			
Pakistan			•			
Perù	•		•			
Polonia	•	•	•			
Portogallo	•		•			
Puerto Rico	•		•			
Qatar			•			
Repubblica Ceca	•	•	•			
Repubblica Popolare Cinese	•	•	•			
Romania			•			
Ruanda			•			
Russia		•	•			
San Marino			•			
Scozia	•		•			
Senegal			•			
Singapore			•			
Siria			•			
Slovacchia	•		•			
Slovenia	•		•			
Somalia			•			
Spagna	•	•	•			
Stati Uniti d'America	•	•	•			
Sud Africa	•		•			
Svezia	•	•	•			
Svizzera	•	•	•			
Tagikistan			•			
Taiwan	•	•	•			
Tanzania			•			
Thailandia	•		•			
Trinidad e Tobago			•			
Turchia	•	•	•			
Ucraina		•	•			
Uganda	•		•			
Ungheria	•	•	•			
Uruguay	•		•			
Venezuela			•			
Vietnam			•			
Zimbabwe			•			

## Sostenitori UNISG

# 372

**enti e aziende**  
che dalla costituzione dell'UNISG  
e dell'Associazione Amici ci hanno  
accompagnato e sostenuto nel  
nostro percorso

In rappresentanza di oltre 50 settori merceologici sono stati al nostro fianco per garantire lo sviluppo dell'Ateneo, ospitare gli studenti nei viaggi didattici, portare contributi in termini di know how e competenze, offrire opportunità lavorative ai laureati e contribuire a generare valore per Pollenzo.

L'Ateneo oggi può contare su oltre 150 sostenitori che rafforzano e integrano le nostre competenze nel mondo del cibo.



## Partner Strategici



\* Partner Strategici dal 2019

**Sostenitori Istituzionali**

Compagnia di San Paolo

Fondazione Cassa  
di Risparmio di CuneoFondazione Cassa  
di Risparmio di Torino**Soci Sostenitori**

Acquerello

Agenzia di Pollenzo

Agrimontana

Alce Nero

ALMA – Scuola Internazionale  
di Cucina ItalianaAnna Tasca Lanza Cooking  
School \*

Antica Casa Vinicola Scarpa

Auchan

Autocrocetta\*

Banca Sella

Bcube

Bosca\*

Box Marche

C.A.T.

Camera di Commercio  
di Trento

Campari

Caseificio Pugliese

Ceresio Investors

Ceretto Aziende Vitivinicole  
Chiocciola Metodo CherascoCo.Svi.G. Consorzio  
per lo Sviluppo delle aree  
Geotermiche

Comune di Saluzzo

Confartigianato Cuneo\*

Cooperativa I Tesori  
della Terra

Corp Talk

Cuki Cofresco S.p.A.

D.IT— Distribuzione Italiana

Da Re

De Longhi

Distilleria Bonaventura

Maschio

Domori

Donnafugata

Epta Group\*

Esmach

Fada Family\*

Fattorie Fiandino

Ferrarelle

Ferrari F.lli Lunelli

Fiera di Riva del Garda

Fondazione Cassa di

Risparmio di Bra

Fondazione Cassa

di Risparmio di Fossano

F.lli Merano

Fresystem – Cupiello

Gai Macchine Imbottigliatrici

Galup

Gavazza Fratelli

Giuso

GoldPlast

Helen Browning's Organic

Il Frutto Permessio\*

Imperia &amp; Monferrina

Inalpi

In Cibum

Interbrau

Intrecci

Italgelatine

Kairos Solutions

Kalibra

Key2People

Kulmbacher Brauerei

Latte Maremma

Leolandia

Lurisia

Martini &amp; Rossi

Metsa Board Italia\*

Millbo

Molecola

Molini Bongiovanni

Molino Chiavazza

Molino Spadoni

My Glass

MyVisto

Olio Roi

Olitalia

Pastificio Benedetto Cavalieri

Pastificio Di Martino

Pastificio Felicetti

Planet Idea

Poderi Luigi Einaudi

Poli Supermercati

Ponti

Radeberger

Refine Air \*

Regione Liguria

Ricrea

Rilegno

Roerlanghe Unipol

Sebaste

Severino Gas

Sistemi Agro Biologici\*

Sonitus

Starboost

Surgital

Tigros Supermercati

Tosetti Value

Toso

Tre Spade

Tucano\*

Umani Ronchi

Unioncamere Piemonte

Verallia

Wine Food Market

Wineemotion

**Sostenitori Borse  
di Studio**

Agenzia di Pollenzo

Azimut\*

Baillan Group

Camera di Commercio  
di Torino

Caseificio Pugliese

Circolo Culturale Primo Piano

CNA Veneto

Coldiretti

Condotta Slow Food Alba  
Langhe Roero

Condotta Slow Food Bra

Confraternita della Vite e del  
Vino del Veneto Orientale

e del Friuli Venezia Giulia

Costa Crociere

Famiglia Cotarella

Eurostampa

FIVI – Federazione Italiana  
Viticoltori Indipendenti in

memoria di Nino Pieropan

Fondazione Banca Popolare  
di Novara

Fondazione Cassa

di Risparmio di Bra

Fondazione Cassa

di Risparmio di Cuneo

Fondazione Cassa

di Risparmio di Torino

Fondazione Slow Food  
per la Biodiversità

Cooperativa Hilal

Imperia &amp; Monferrina

Riso Buono

San Giacomo Charitable  
FoundationDomenico Siniscalco  
in memoria di Elisabetta

e Marco Siniscalco

Sanofi

Società Gastronomica

**Sostenitori Campus e  
Tavole Accademiche**

BWT

Caseificio Pugliese

Colussi Group

Cooperativa I Tesori  
della Terra \*

Cuki

Domori

Falci

Fratelli Merano

Inalpi

Lavazza

Life

Lucart

Molini Bongiovanni

Novamont

Older

Pastificio Benedetto Cavalieri

Riso Buono

\* dal 2019

**Istituzioni**

Nel corso degli  
anni, UNISG  
ha istituito  
collaborazioni  
con importanti  
fondazioni, enti  
e organizzazioni  
internazionali  
quali ad esempio:  
FAO, UNHCR e  
UNESCO

## Comunità Pollenzo e Bra

UNISG ha in Pollenzo uno degli elementi fortemente attrattivi e caratterizzanti. Il complesso dell'Agenzia è patrimonio UNESCO dal 1997 e, oltre all'Università, ospita l'Albergo dell'Agenzia, la Corte Albertina e la Banca del Vino. Con queste realtà vengono generate sinergie e collaborazioni in diversi ambiti.



### Agenzia di Pollenzo

L'Agenzia di Pollenzo S.p.A. è la società che gestisce il complesso architettonico in cui ha sede UNISG. Ha, inoltre, un ruolo di promozione e di hub turistico per fornire informazioni sulla storia del luogo e organizzare visite guidate.

**389** soci ad oggi

### Albergo dell'Agenzia e Corte Albertina

L'Albergo dell'Agenzia e la Corte Albertina sono le due strutture alberghiere di riferimento per la ricettività degli ospiti UNISG. Gestiti nel rispetto della filosofia di Slow Food e della sostenibilità, rappresentano un luogo d'eccellenza per ospitare turisti internazionali, convegni ed eventi durante tutto l'anno.

**70** camere

**5** sale da 25 a 220 posti

**21.090** ospiti nel 2018

### Banca del Vino

La Banca del Vino sorge nelle cantine costruite dai Savoia nell'800; qui vennero avviate le prime sperimentazioni sul vino piemontese. È una società cooperativa che, strutturata come un museo, ha la funzione di raccogliere, conservare e promuovere la memoria enologica italiana.

**847** soci

**236** cantine

**50.000** bottiglie

**40.000** visitatori

**Slow Food**

Slow Food è una grande associazione internazionale impegnata a ridare il giusto valore al cibo, nel rispetto di chi produce, in armonia con ambiente ed ecosistemi, e assegnando una grande importanza all'educazione alimentare delle giovani generazioni.

UNISG intrattiene sin dalla sua nascita un rapporto osmotico con Slow Food, beneficiando della sua fitta rete di soci e sostenitori in tutto il mondo, che contribuisce ad arricchire l'offerta didattica dell'Ateneo.

La collaborazione con Slow Food riguarda vari ambiti: a partire dal contributo nell'organizzazione dei viaggi didattici per passare a quello di esperti e studiosi all'interno dei programmi di studio, fino alla partecipazione attiva degli studenti ai grandi eventi Slow Food e alla possibilità di fare esperienza nell'esteso network associativo internazionale.

**3.000** nodi locali della rete

**19.000** produttori per 573 Presidi

**100.000** soci



Slow Food®



## “La nostra vocazione? Essere sempre più internazionali”

### La diversità di Pollenzo

L'elemento del viaggio come materia di studio e didattica della conoscenza. A Pollenzo si fanno circa 100 viaggi l'anno, valgono il 12% del fatturato globale dell'Università. Le classi sono divise in quattro gruppi, gli studenti sono accompagnati da tutor specializzati, vengono messe a sistema e in rete tra di loro tutte le comunità di Terra Madre e Slow Food. I nostri ragazzi vanno a conoscere, vedere e capire il valore del cibo in tutto il mondo. E il mondo li accoglie.

Da Cuba al Giappone, dal Kenya all'Ecuador.

L'altro elemento che ci differenzia dalle altre Università è il numero di studenti stranieri, che rappresentano quasi il 50% degli iscritti. Dopo l'Università per gli stranieri di Perugia, la nostra è quella con la percentuale maggiore.

Essere internazionali. Questa è la nostra vocazione, la nostra mission: diventare la più autorevole e influente Università al mondo in Scienze gastronomiche. La strada da fare è ancora molta. Anche nella qualità della nostra didattica. E lo possiamo fare soltanto studiando “a modo nostro” tutte le eccellenze universitarie del mondo e implementando la partecipazione di docenti internazionali.



Carlo Petrini



## Piano strategico

Il piano strategico 2018-2020 è stato realizzato per delineare le linee di sviluppo dell'Ateneo con un respiro triennale. Il Piano, diviso in tre aree, complessivamente è costituito da 35 obiettivi ripartiti tra Didattica (17 obiettivi), Ricerca (10 obiettivi) e Terza Missione (8 obiettivi). Obiettivi condivisi dopo una serie di incontri e confronti con interlocutori autorevoli e rilevanti per l'Ateneo.

Al termine del 2018, nell'area della Didattica abbiamo attivato 13 obiettivi, quattro dei quali sono stati raggiunti. Tra questi il più importante è l'istituzione di due nuovi Corsi di Laurea, una triennale e una magistrale, evoluzione di quelle precedenti. Quattro obiettivi devono ancora essere attivati. Nell'area della Ricerca, invece, ne sono stati avviati 8 tra i quali l'obiettivo organizzativo di istituire tre aree di ricerca: Bio-Cultural Diversities and Change (BCD), Food Quality and Perception (FQP), Economical and Environmental Sustainability (EES). Infine, nell'area della Terza Missione abbiamo raggiunto due obiettivi: l'organizzazione di corsi professionalizzanti in collaborazione con UNHCR e cinque corsi e una summer school sui temi della sostenibilità e della sovranità alimentare.

Complessivamente, il 71% degli obiettivi sono stati attivati già nel primo anno. Di questi, sempre nel primo anno, 7 sono stati raggiunti. ■



## Didattica

Obiettivo	Azioni	Anno raggiungimento pianificato	Stato di realtà
<b>Attivazione di due nuove lauree</b>	Nuovi curricula Laurea Triennale e Laurea Magistrale	2018	Attuato ●●●
<b>Maggiore integrazione tra didattica in aula, didattica esperienziale e viaggi didattici</b>	Nuovi curricula Laurea Triennale e Laurea Magistrale	2018	In progress ●●●
<b>Accreditamento dottorato di ricerca in Ecogastronomia, Formazione e Società</b>	Nuovi curricula Laurea Triennale e Laurea Magistrale	2018	Attuato ●●●
<b>Consolidamento offerta formativa che risponda alla missione e visione di UNISG ed ai bisogni di realtà produttive, attori istituzionali, ngo, società civile</b>	Review annuali e di tutti i corsi con <i>stakeholder</i> esterni	2020	Attuato ●●●
<b>Miglioramento qualità della didattica</b>	Programma annuale di aggiornamento per i docenti e di perfezionamento della lingua inglese	2020	In progress ●●●
<b>Aumento didattica in lingua inglese</b>	80% degli insegnamenti totali impartiti in lingua inglese	2020	Attuato ●●●
<b>Aumento del numero di studenti non-italiani e di studenti di paesi emergenti</b>	67% di studenti stranieri (un quarto da Paesi emergenti)	2020	In progress ●●●
<b>Rafforzamento dell'interdisciplinarietà</b>	Almeno 20% di corsi in coabitazione tra diverse materie di studio	2020	In progress ●●●
<b>Aumento della proporzione di docenti di ruolo</b>	Reclutamento di 6 docenti	2020	In progress ●●●
<b>Attrazione di giovani docenti dal profilo di ricerca internazionale</b>	Attivazione di bandi riservati a vincitori junior di Starting Grants ERC e reclutamento di 2 senior professor di profilo internazionale che rappresentino l'eccellenza scientifica in un particolare ambito nelle Scienze Gastronomiche	2020	Pianificato ●●●
<b>Istituzione di cattedre finanziate</b>	1 cattedra sponsorizzata da aziende	2020	Pianificato ●●●
<b>Ottimizzazione della redditività dei diversi Corsi di Studio</b>	Review annuale dei costi e ricavi per ogni corso di studio e analisi spending review necessarie	2020	In progress ●●●

Obiettivo	Azioni	Anno raggiungimento pianificato	Stato di realtà
<b>Miglioramento strutture e spazi appropriati</b>	Implementazione piena dell'uso di Blackboard	2018	In progress
<b>Aumento scambi internazionali di studenti e docenti</b>	25% degli studenti e docenti impegnati in scambi ERASMUS	2020	Pianificato
<b>Incremento delle borse di studio a beneficio di studenti capaci e meritevoli, soprattutto provenienti dai paesi emergenti</b>	Incremento numero borse di studio del 30%, distribuite a metà tra corsi undergraduate e post-graduate	2020	In progress
<b>Sviluppo di partnership con università e istituzioni di ricerca nazionali e internazionali per offrire nuovi prodotti formativi</b>	Attivazione di un nuovo Corso di Laurea o Master su temi inerenti cibo e salute oppure cibo ed innovazione oppure cibo e sovranità alimentare	2020	Pianificato
<b>Potenziamento della rete di <i>Alumni</i> all'interno della docenza esterna</b>	Coinvolgimento di almeno 10 <i>Alumni</i> internazionali ogni anno accademico negli insegnamenti e nei seminari	2020	In progress

## Ricerca

Obiettivo	Azioni	Anno raggiungimento pianificato	Stato di realtà
<b>Aumento proposte di ricerca di base con esito positivo in risposta a bandi nazionali</b>	Almeno 3 nuovi progetti PRIN	2020	In progress
<b>Aumento proposte di ricerca di base con esito positivo in risposta a bandi europei</b>	Almeno 2 progetti europei Horizon 2020 finanziati	2020	In progress
<b>Rafforzamento dell'eccellenza a livello internazionale</b>	70% degli output totali di ricerca su riviste WoS/Scopus/Fascia A e/o contributi su university press internazionali e tutti i docenti al di sopra della mediana di produttività scientifica per la loro qualifica nei loro SSD	2020	In progress
<b>Aumento di strutture e strumenti della ricerca di base</b>	Implementazione di un Ufficio Ricerca e accesso completo a tutte le banche dati delle riviste internazionali	2020	In progress

Obiettivo	Azioni	Anno raggiungimento pianificato	Stato di realtà
<b>Attrazione di ricercatori dal profilo di ricerca internazionale</b>	Attivazione di bandi riservati a vincitori junior di Starting Grants ERC e reclutamento di 2 senior researcher di profilo internazionale che rappresentino l'eccellenza scientifica in un particolare ambito nelle Scienze Gastronomiche	2020	In progress ● ● ●
<b>Attivazione di un programma di sostegno e controllo qualità della ricerca di base per tutti i ricercatori neo-assunti</b>	Review annuale delle performance di ricerca e mentoraggio esterno da parte di personalità di alto profilo scientifico	2020	In progress ● ● ●
<b>Diminuzione della frammentazione e razionalizzazione</b>	Istituzione di 3 aree di ricerca interdisciplinari: Bio-Cultural Diversities and Change (BCD), Food Quality and Perception (FQP), Economical and Environmental Sustainability (EES)	2020	Attuato ● ● ●
<b>Implementazione di «ponti» tra didattica e ricerca</b>	Attivazione del Dottorato di Ricerca e almeno 20% di insegnamenti al terzo anno della Laurea Triennale e Laurea Magistrale e Master legati alla ricerca sperimentale	2020	In progress ● ● ●
<b>Consolidamento della ricerca applicata</b>	Aumento del 20% del volume finanziato dei progetti, privilegiando qualità su quantità (almeno il 50% con chiari output di ricerca riconosciuti dalla comunità scientifica)	2020	Pianificato ● ● ●
<b>Realizzazione della piena sostenibilità finanziaria della ricerca strategica</b>	Raggiungimento dell'indipendenza gestionale ed economica nel 2020 dei progetti strategici UNISG: - Arca del Gusto - Granai della Memoria	2020	Pianificato ● ● ●
<b>Implementazione dell'università diffusa in collaborazione con Slow Food internazionale, università straniere e comunità del cibo nel mondo</b>	Attivazione dei primi format di e-learning nella cornice dello Studium Universale	2019	In progress ● ● ●
<b>Rafforzamento delle relazioni con il territorio</b>	50% del programma di conferenze aperto alla cittadinanza di Bra e Pollenzo	2020	Pianificato ● ● ●

## Terza Missione

Obiettivo	Azioni	Anno raggiungimento pianificato	Stato di realtà
<b>Implementazione del rapporto con i partner strategici e soci sostenitori imprenditoriali ed istituzionali</b>	Attivazione di un tavolo annuale di «envisioning» sul tema dell'innovazione per programmare progetti comuni	2020	Pianificato ● ● ●
<b>Attivazione di una proposta di formazione riservata a comunità marginalizzate, migranti e rifugiati</b>	Attivazione di corsi brevi e professionalizzanti in collaborazione con UNHCR	2019	Attuato ● ● ●
<b>Rafforzamento del programma di corsi brevi di tipo executive su richiesta di stakeholder nazionali ed internazionali</b>	Design ed organizzazione di almeno 5 corsi ed 1 summer school all'anno di importante impatto rispetto a bisogni esterni di formazione privilegiando i temi della sostenibilità e sovranità alimentari	2020	Attuato ● ● ●
<b>Rafforzamento e qualificazione di partnership strategiche e rapporti di sostegno all'attività dell'ateneo da parte delle aziende e delle istituzioni</b>	Attivazione di 2-3 progetti di ricerca applicata di grande respiro strategico	2020	Pianificato ● ● ●
<b>Promozione di uno spin-off di ateneo, con la finalità di sviluppare sul mercato le potenziali ricadute della ricerca e della formazione UNISC</b>	Attivazione dello spin-off	2019	Pianificato ● ● ●
<b>Rafforzamento dei legami con gli Alumni</b>	Istituzione di un ufficio specifico e progettazione e realizzazione di 4-5 corsi annuali di aggiornamento online dedicati a loro	2019	In progress ● ● ●

## “Pollenzo dovrà diventare l'Università più sostenibile del mondo”

### **La più grande istanza oggi è la coerenza con i valori della sostenibilità.**

È giusto che sia così. È scritto nel suo destino e nella sua carta dei valori. La coerenza deve essere un faro sempre acceso. Su questo non ci sono deroghe. Pollenzo deve diventare l'Università più sostenibile del mondo. Un modello per tutti gli altri. Un termine di paragone internazionale. Per questo apriremo un laboratorio di idee e proposte che andranno a definire azioni sempre più incisive e condivise con tutti gli *stakeholder*, a partire dagli studenti. Anche sotto questo aspetto così sensibile possiamo permetterci di essere incompiuti, ma soprattutto dobbiamo essere coerenti.

### **La sostenibilità, il valore aggiunto.**

Ma il suo valore veniva già sottolineato e codificato nel momento fondativo. Non possiamo dimenticare che contemporaneamente in quegli anni Slow Food cresceva comunicando il valore dell'ambiente. Nel nostro caso era una rivoluzione nella rivoluzione. Nessuno ne parlava nel mondo della gastronomia, ma soprattutto nessuno ne parlava ancora nella società civile italiana. Noi sì.



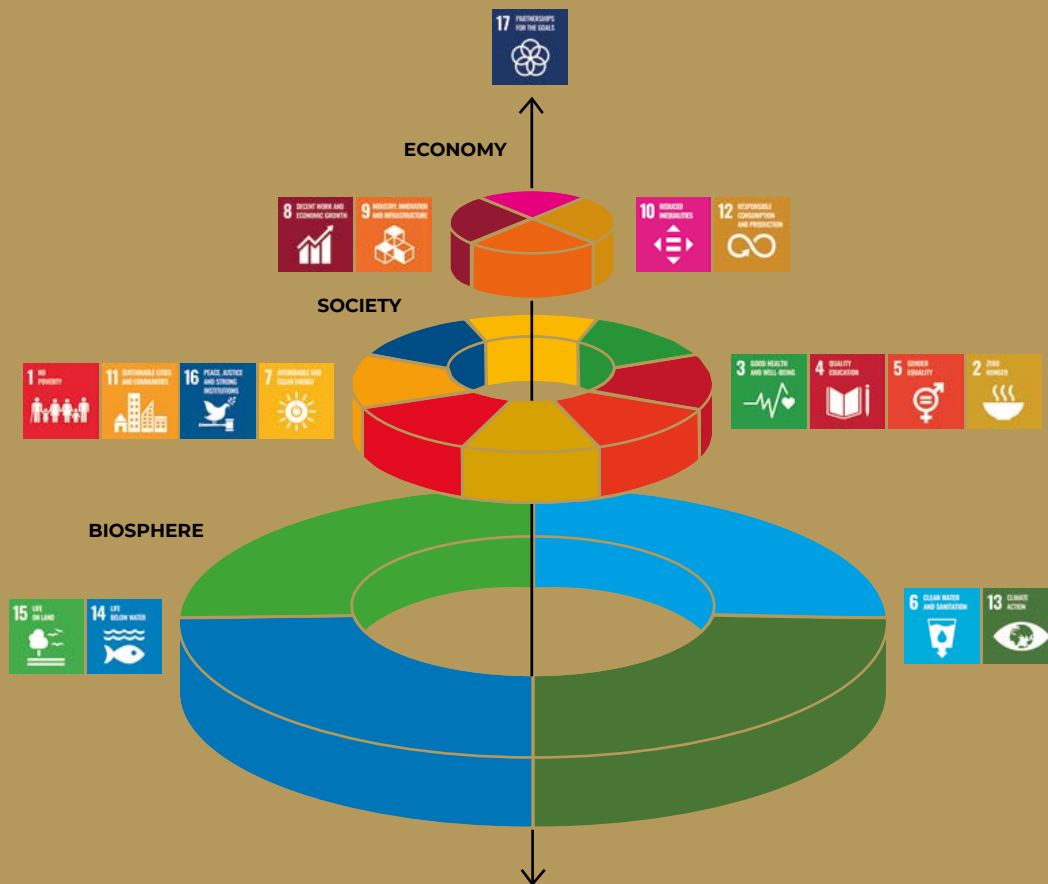
Carlo Petrini





Essere UNISG  
con gli SDGs

04



Il modello della "Torta Nuziale di Rockstrom" che mette in evidenza gli anelli concentrici di azione del sistema alimentare rispetto agli SDGs (Fonte: Stockholm Resilience Centre, 2016)

## UNISG e gli SDGs

Nel settembre 2015 più di 150 leader internazionali riuniti presso le Nazioni Unite hanno approvato l'agenda 2030 per uno sviluppo sostenibile.

L'agenda si basa su 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs, Sustainable Development Goals), che mirano a porre fine alla povertà, a lottare contro l'ineguaglianza e per uno sviluppo sociale ed economico più sostenibile, considerando aspetti di fondamentale importanza i cambiamenti climatici e la costruzione di società pacifiche. La natura della missione di UNISG, ovvero migliorare il mondo attraverso il cibo, e il suo ruolo di centro accademico di qualità, hanno fatto sì che gli SDGs fossero accolti nella nostra identità "spontaneamente". In questo contesto L'SDG 4, "fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva" è per UNISG l'architrave di tutto il sistema.

Il cibo può essere infatti visto come uno strumento per il raggiungimento degli SDGs in maniera diretta e indiretta. La sostenibilità, illustrata dal modello della "torta nuziale" di Rockstrom, è ecocentrica, con la biosfera che sostiene il piano sociale e il piano economico. Rockstrom illustra come gli SDGs si connettono tra loro attraverso il cibo. Alcune relazioni sono più evidenti: l'approdo all'obiettivo 12, per esempio, relativo alla produzione e al consumo sostenibile, è direttamente legato alla creazione di una nuova relazione tra produttore e consumatore (SDG 17), alla riduzione della fame nel mondo (SDG 2), alla salute e al benessere (SDG 3), che a loro volta sono condizionati dal raggiungimento degli obiettivi relativi alla dotazione di capitale naturale (SDG 15,14,6,13). In questo contesto, UNISG forma attraverso le Scienze Gastronomiche nuove figure professionali che operano a 360 gradi su tutti e i 17 SDGs.



### SDG 4 e l'offerta formativa di Pollenzo

Per un'università l'adesione agli SDGs parte dando priorità all'SDG 4, relativo alla formazione di qualità.

L'SDG 4 pone l'accento sulla necessità di sviluppare proposte educative inclusive, fornendo le conoscenze e le competenze necessarie per diffondere e promuovere lo sviluppo sostenibile.

In questo contesto, UNISG adotta modalità educative esperienziali a integrazione dell'offerta didattica più convenzionale.

Sul fronte della formazione permanente, UNISG propone percorsi formativi agli *stakeholder* che dialogano con l'Ateneo.

Il percorso di studio e conoscenza delle Scienze Gastronomiche avviato dall'Ateneo ha consentito la definizione da parte del MIUR di due nuove Classi di Laurea, dando così pieno riconoscimento al modello UNISG.

*Dato fondamentale per il raggiungimento dell'SDG 4 è, inoltre, il forte impegno dell'Ateneo a garantire il diritto allo studio, che ha consentito di accogliere nel campus dalla sua costituzione 260 studenti pari al 10% della popolazione studentesca totale provenienti da ogni latitudine.*

### Il contributo di UNISG agli SDGs

Il Rapporto di Sostenibilità UNISG ci ha permesso di analizzare l'impatto del nostro operato sugli SDGs, punto di riferimento e di ispirazione per molte analisi legate alla sostenibilità.

L'esercizio è stato molto importante per aumentare la consapevolezza di quanto gli SDGs fossero principi già presenti nell'atto fondativo dell'UNISG e nell'azione quotidiana del nostro operato.

Ecco alcuni esempi in cui le azioni e i progetti UNISG concorrono al raggiungimento degli SDGs:



### SDG 1 “Porre fine alla povertà nel mondo” e SDG 2 “Porre fine alla fame”

Oltre ad essere un tema affrontato in diversi corsi, alcuni dei nostri studenti hanno trovato occupazione presso importanti agenzie internazionali e governative (es. FAO, IFAD, UNHCR) che si occupano del contrasto alla povertà e alla fame nel mondo.



### SDG 3 “Assicurare salute e benessere per tutti a tutte le età”

Il buon cibo è alla base della buona salute. UNISG ha creato luoghi in cui il cibo viene lavorato, mangiato e venduto secondo i criteri della sostenibilità. Le Tavole Accademiche, l'Orto Didattico, e la Bottega Local sono i luoghi dove l'Università mette in pratica queste esperienze virtuose. Inoltre UNISG ha lavorato con alcuni Partners per il miglioramento del Welfare aziendale attraverso l'offerta ristorativa aziendale.



### SDG 4 “Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva”

(si veda introduzione a pagina 67)



### SDG 5 “Raggiungere l'uguaglianza di genere”

UNISG ha istituito il Gender Lab, Laboratorio permanente per una maggior sensibilità e consapevolezza sulle questioni di genere.



### SDG 6 “Garantire a tutti la disponibilità di acqua e la sua gestione sostenibile”

UNISG tratta la questione della disponibilità e gestione dell'acqua rispetto alle produzioni agroalimentari e allevamenti in diversi corsi. Tra le pratiche utilizzate dall'Ateneo da tempo vi è la somministrazione di acqua attraverso appositi erogatori alla rete idrica.



### SDG 7 “Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili”

UNISG sta lavorando sulla riduzione dei

consumi energetici adottando nelle Tavole Accademiche e nel Pollenzo Food Lab attrezzature a ridotto consumo. Tale tema è presente in alcuni insegnamenti legati ad esempio alla progettazione sistemica in ambito gastronomico e ristorativo.



### SDG 8 “Promuovere uno sviluppo economico duraturo, sostenibile ed inclusivo e un lavoro dignitoso per tutti”

L'efficacia della nostra visione e del nostro modo di intendere la formazione e l'educazione, trova una risposta concreta nella percentuale di laureati e diplomati Master dell'Ateneo che nei 12 mesi successivi al conseguimento del titolo hanno trovato lavoro.



### SDG 9 “Infrastrutture resistenti, industrializzazione sostenibile e innovazione”

Il dialogo con le aziende insieme alla transdisciplinarietà dell'offerta didattica e della ricerca, genera il tessuto culturale su cui si fonda l'innovazione proposta dall'Ateneo alla Food industry. I nostri studenti rappresentano un elemento di innovazione, risorse umane che possono contribuire all'SDG 9 all'interno delle realtà in cui e per cui operano.



### SDG 10 “Ridurre le disuguaglianze”

Le politiche attuate dall'Ateneo per attrarre studenti di ogni nazionalità e per fare di Pollenzo un campus multiculturale aperto costituiscono strumenti volti a una maggiore inclusione sociale.



### SDG 11 “Rendere le città e gli insediamenti umani luoghi sicuri, sostenibili, inclusivi”

I programmi dei Corsi di Studio, i principi che ispirano i progetti di ricerca e le collaborazioni con gli *stakeholder* sono volti a mettere in atto pratiche di sostenibilità legate alla distribuzione di cibo nelle città e a ridefinire il rapporto tra queste e le aree rurali.



### SDG 12 “Garantire modelli di produzione e di consumo sostenibile”

L'SDG12 è tra i valori alla base della visione di UNISG, costituisce oggetto di studio



## “Il valore dell’incompletezza è l’eredità che lasciamo alle nuove generazioni”

### **Con UNISG avete inventato quello che non c’era.**

Il riconoscimento accademico arriva nel 2017. Adesso noi siamo una classe di laurea ed erano 25 anni che non c’era in Italia una nuova classe di laurea. Adesso questa “cosa che non c’era” è una scienza del sapere a disposizione del Paese. Adesso di Università in Scienze Gastronomiche in Italia ce ne sono dodici. Adesso siamo sul mercato della formazione in competizione con altre undici Università che danno lo stesso titolo attraverso un orientamento disciplinare che abbiamo scritto noi.

### **Possiamo già tracciare un primo bilancio dei primi anni di attività dell’Università?**

La classe di laurea rimarrà nella storia. A livello territoriale abbiamo creato un modello di integrazione tra la nostra comunità, il territorio e la città di Bra. Ma soprattutto abbiamo formato uomini e donne che affrontano il mondo del lavoro credendo negli ideali che hanno trovato e studiato in questa Università. Quelli di Pollenzo fanno la differenza. Il sentimento forte di appartenenza ad un progetto non solo ti apre la testa e ti cambia la vita. Stando qua impari che c’è molto di più dietro le tue ambizioni. E questo forte processo identitario, soggettivo e collettivo, viene riconosciuto come un valore unico e irripetibile dal mercato del lavoro. Essere di Pollenzo conta.

### **L’appartenenza ad una comunità che si fonda su dei valori comporta inevitabilmente dei rischi. Perché quando il livello di aspettative è così alto, il livello di delusione potrebbe essere altrettanto alto se queste aspettative non vengono corrisposte o percepite.**

Gli studenti sono parte attiva nella costruzione della nostra identità. È giusto che ci siano delle istanze, delle delusioni, degli scompensi, delle cose non finite. Ogni capolavoro deve essere incompiuto. Quello che si deve ancora fare è il lavoro che ci aspetta. Se chiudiamo il cerchio e raggiungiamo la piena completezza quello che abbiamo fatto inizia inevitabilmente a morire. Salomone finisce il tempio e Nabucodonosor glielo distrugge e la più bella sinfonia della storia della musica è l’Incompiuta di Beethoven. L’incompletezza è un pregio, l’eredità che lasci a chi verrà dopo di te, perché sai che il capolavoro verrà portato avanti dalle nuove generazioni.



Carlo Petrini





Essere Didattica

05

## La didattica

### Il nostro anno accademico 2017/2018 in sintesi

# 417

iscritti

di cui

**158 internazionali  
provenienti da  
46 Paesi**



I Corsi di Studio rendicontati per l'anno accademico 2017/2018 sono: Corso di Laurea Triennale, Corso di Laurea Magistrale, Master in Food Culture, Communication and Marketing (24° edizione), Master in Wine Culture, Communication and Marketing (1° edizione in lingua inglese), 2 Master of Gastronomy: Food in the World Food Cultures and Mobility e Food Ecologies and Sovereignty ora sostituiti da Master of Gastronomy: Food Cultures and Mobility e Master of Gastronomy: Creativity, Ecology and Education.

LAUREA TRIENNALE

# 270

di cui

**90 internazionali**

LAUREA MAGISTRALE

# 53

corso in lingua italiana

MASTER

# 94

di cui

**68 internazionali**

# 230

nuovi iscritti

di cui

**106 internazionali**

# 2,4%

abbandoni

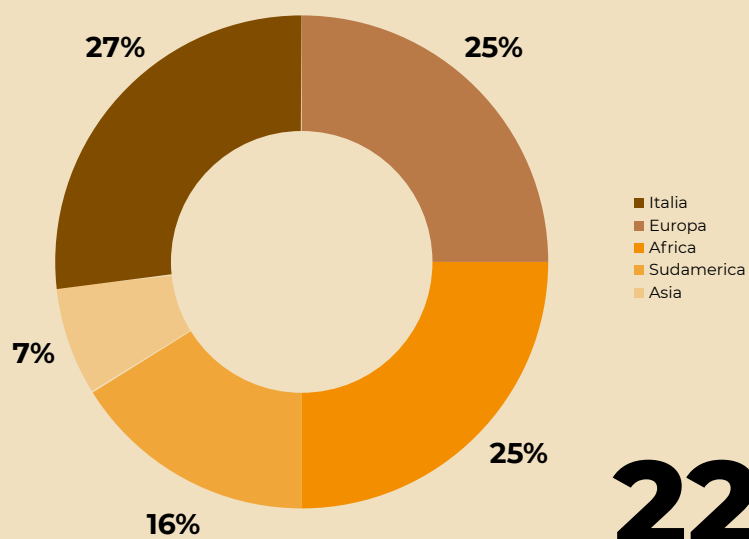
# 225

laureati e diplomati  
Master

## Le borse di studio

UNISG fin dalla fondazione si impegna nella promozione del diritto allo studio attraverso l'erogazione di borse di studio volte a coprire la retta e in alcuni casi vitto e alloggio per un numero di studenti in continua crescita

**51** borsisti  
Corsi di Laurea e Master



**22** paesi

Provenienza borsisti a.a. 2017/2018



## Il nostro anno accademico 2017/2018 in sintesi

# 5.148

ore di docenza  
di cui

LAUREA TRIENNALE

# 2.187

LAUREA MAGISTRALE

# 921

MASTER

# 2.076

# 15

docenti interni

# 117

docenti esterni  
di cui 51 internazionali

# 97

viaggi didattici  
e uscite sul territorio

# 605

giorni

di cui 53% all'estero

## Qualità della didattica

Al termine di ogni insegnamento dei Corsi di Laurea gli studenti sono chiamati a compilare un questionario di valutazione della didattica.

### Laurea Triennale

Dei **38** insegnamenti/moduli attivati:

**19** sono oltre la soglia di eccellenza  
**7** sono nella soglia standard  
**9** sono nell'area di attenzione  
**3** nell'area critica

### Laurea Magistrale

Dei **19** insegnamenti/moduli attivati:

**11** sono oltre la soglia di eccellenza  
**4** sono nella soglia standard  
**2** sono nell'area di attenzione  
**2** nell'area critica

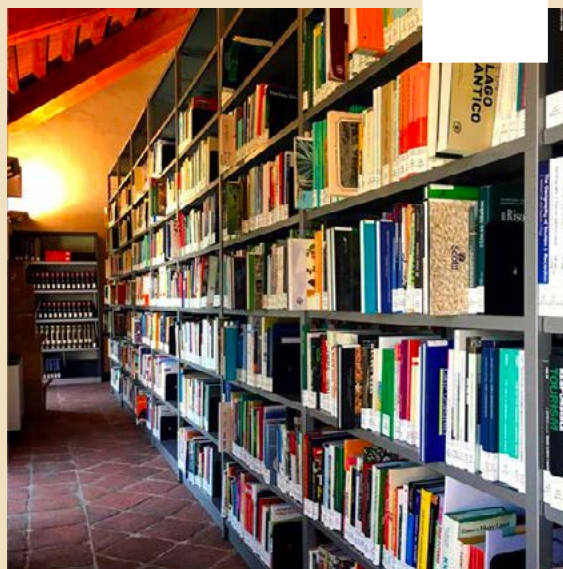
## La Biblioteca

È una delle più grandi Biblioteche tematiche in Italia sulle Scienze Gastronomiche. Garantisce inoltre l'accesso a riviste, periodici digitali e banche dati online. Oltre la metà dei libri è in lingua straniera.

# 23.730

**libri catalogati**

al 31 dicembre 2018



## I Corsi di Laurea e i Master



L'Ateneo forma i gastronomi, nuove figure culturali e professionali che hanno conoscenze e competenze interdisciplinari che abbracciano le scienze della vita e le scienze umane, con un particolare focus sulle relazioni tra cibo, ecologia, sostenibilità e sovranità dei sistemi alimentari globali, comprendendone tutte le fasi, dalla produzione al consumo.

Grazie al dialogo costruito in questi anni con il MIUR per il riconoscimento accademico e scientifico delle Scienze Gastronomiche, il Ministero, nel 2018, ha istituito due nuove Classi di Laurea sul modello UNISG: la Classe di Laurea Triennale in Scienze, Culture e Politiche della Gastronomia e la Classe di Laurea Magistrale in Scienze Economiche e Sociali della Gastronomia.

L'anno accademico in cui sono stati attivati i corsi afferenti a queste due Classi è stato il 2018/2019.

### **Laurea Triennale in Scienze e Culture Gastronomiche**

180 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI | INGLESE E ITALIANO | 3 ANNI

Il corso forma gastronomi colti, capaci di operare nella promozione e nella valorizzazione del cibo e di incidere sui sistemi alimentari, focalizzandosi in particolare sulla loro sostenibilità e sovranità.

### **Laurea Magistrale in Food Innovation & Management**

120 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI | INGLESE | 2 ANNI

Il corso è pensato per la formazione di analisti, manager e consulenti di direzione specializzati nel settore del Food & Beverage con expertise di tipo analitico gestionali e una forte conoscenza dei prodotti e dei processi culturali legati al cibo. Dall'a. a. 2020/2021 la Laurea Magistrale sarà rinnovata, implementandone gli aspetti legati alla sostenibilità e alla economia circolare.

### **Master of Gastronomy: Creativity, Ecology and Education**

90 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI | INGLESE | 1 ANNO

Il corso si propone di esplorare e analizzare il cibo, l'ecologia e le diverse connotazioni della gastronomia sotto la lente della creatività, seguendo il modello della "Thinking in Practice" al fine di sviluppare vari campi strategici creativi insieme agli studenti. *Attivo dall'a.a. 2018/2019.*

### **Master of Gastronomy: World Food Cultures and Mobility**

90 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI | INGLESE | 1 ANNO

Il corso è pensato per coloro che vogliono conoscere le diverse sfaccettature del mondo del cibo e capirne gli aspetti politici, economici, sociali, culturali e storici, con un forte focus sulle questioni culturali, identitarie e sui fenomeni della mobilità globale. *Attivo dall'a.a. 2018/2019.*

### **Master of Applied Gastronomy: Culinary Arts**

90 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI | INGLESE | 1 ANNO

Il corso è volto a formare professionisti della cucina in grado di analizzare il complesso mondo della

gastronomia attraverso le lenti della ristorazione e di costruire sistemi alimentari sostenibili attraverso le arti culinarie. *Attivo dall'a.a. 2019/2020.*

### **Master in Food Culture, Communication & Marketing**

90 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI | INGLESE | 1 ANNO

Il corso è progettato per formare i futuri professionisti del settore alimentare quali figure chiave per la strategia di sviluppo del business di aziende del settore food. *Attivo dall'a.a. 2005/2006.*

### **Master in Wine Culture and Communication**

90 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI | INGLESE | 1 ANNO

Il corso è volto a formare i nuovi ambasciatori del vino che lo promuovono attraverso la narrazione della sua complessità enologica, agricola, ambientale e culturale. *Attivo dall'a.a. 2017/2018.*

### **Master in Agroecology and Food Sovereignty**

90 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI | INGLESE | 1 ANNO

Il corso forma la nuova generazione di agro ecologisti con insegnamenti mirati a sviluppare conoscenze e abilità, così che possano diventare promotori di cambiamento nel sistema agroalimentare e della sovranità alimentare. *Attivo dall'a.a. 2020/2021.*

### **Master in Raw Milk and Cheese**

60 CREDITI FORMATIVI UNIVERSITARI | INGLESE | 1 ANNO

Il corso, pensato secondo l'approccio olistico, è rivolto a coloro che si vogliono avvicinare alla produzione casearia a latte crudo e conoscerne le diverse fasi, a partire dall'ecologia del pascolo fino al marketing e alla narrazione del prodotto finale. *Attivo dall'a.a. 2020/2021.*

### **Corso di Dottorato in Ecogastronomia, Formazione e Società**

Il corso prepara giovani ricercatori da avviare alla carriera accademica relativamente alle valenze ecologiche, formative e sociali del cibo e della gastronomia intesi come sistemi complessi. *Attivo dall'a.a. 2018/2019.*





#### VIAGGI LAUREA TRIENNALE

**90** **25%**  
giorni delle ore  
di didattica totale

#### VIAGGI MAGISTRALE

**16** **12%**  
giorni delle ore  
di didattica totale

#### VIAGGI MASTER

**28** **30%**  
giorni delle ore  
di didattica totale

\* Le ore di didattica e i giorni di viaggio sono stati calcolati sull'intera durata del corso di studi (3 anni per il corso di Laurea Triennale, 2 anni per il corso di Laurea Magistrale, 1 anno per i Master). Ogni giorno di viaggio è stato calcolato pari a 8 ore di didattica.

## La didattica esperienziale

Il cibo è uno strumento di connessione e condivisione che genera comunità, territori, relazioni tra ecosistemi sociali e naturali. Le Scienze Gastronomiche contribuiscono a descriverne i valori culturali insieme all'impatto che il *food system* ha a livello ambientale, sociale ed economico su tutti gli attori che partecipano al processo.

**Il modello didattico UNISG integra lezioni frontali con il learning by doing, esperienze dirette e diffuse.**

### I viaggi didattici

I viaggi didattici sono il momento di sintesi che integra il percorso di studi in aula con la comprensione delle culture e dei processi alimentari attraverso l'esperienza sul campo. I viaggi portano gli studenti a conoscere territori, filiere di produzione, trasformazione, distribuzione e modelli di consumo grazie a visite, workshop, incontri guidati e degustazioni.

Durante questi itinerari gli studenti entrano in contatto con comunità, istituzioni, ristoratori, pescatori, allevatori, contadini, produttori artigianali, industrie alimentari e grande distribuzione organizzata.

Il tempo totale che ogni studente trascorre in viaggio durante un ciclo di studi è pari al 25% nel corso di Laurea Triennale, al 12% nel corso di Laurea Magistrale e quasi al 33% nei Master.

Oltre ai viaggi didattici, gli studenti hanno l'opportunità di svolgere attività esperienziali in diversi altri contesti.

### **Attività in aula**

In aula, il modello didattico UNISG prevede, affiancate alle lezioni frontali, esperienze e workshop, anche su sollecitazioni del Network UNISG esterno all'Ateneo. Elemento qualificante sono i **field project** realizzati con le aziende e le istituzioni che collaborano con UNISG.

### **Il Laboratorio di Analisi Sensoriale**

Sotto la guida dei docenti, gli studenti effettuano le esercitazioni pratiche al fine di apprendere come impiegare i loro sensi nel valutare le caratteristiche qualitative degli alimenti e sperimentare in prima persona i più importanti metodi sensoriali.

### **Laboratorio Cinema**

Gli studenti, soprattutto durante i viaggi didattici, hanno l'opportunità di mettere in pratica i linguaggi narrativi attraverso il supporto di video e tecnologie digitali, seguiti dal Laboratorio Cinema.

### **Pollenzo Food Lab**

Nel Pollenzo Food Lab, gli studenti hanno l'opportunità di apprendere attivamente le tecniche e i processi di trasformazione, mettendo a fuoco la sostenibilità sociale e ambientale, la nutrizione, il benessere e il piacere consapevole.

### **Le Tavole Accademiche**

Alle Tavole Accademiche la pausa pranzo non è soltanto un momento in cui nutrirsi, ma anche un'opportunità di formazione sensibile ai concetti di qualità e di sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Inoltre, grazie al progetto "10 menù per 10 studenti", la comunità di studenti può proporre e cucinare per i compagni i piatti della propria cucina tradizionale.

### **Gli orti**

Gli orti sono i laboratori nei quali gli studenti sperimentano concretamente i principi agro ecologici sviluppati in aula e durante i viaggi didattici, dalla semina, alla produzione e alla raccolta.

### **Local**

Gli studenti hanno l'opportunità di organizzare autonomamente eventi e incontri rivolti anche alla comunità braidese. Inoltre, è un luogo a disposizione degli studenti che intendano cimentarsi in un'attività di vendita e somministrazione

### **Eventi e manifestazioni**

Durante gli eventi organizzati direttamente da UNISG, o a cui UNISG partecipa, gli studenti hanno l'opportunità di organizzare autonomamente laboratori, conferenze e workshop, con un contatto diretto con produttori e fruitori dell'evento stesso.

Il **Laboratorio di Analisi Sensoriale** è un laboratorio di alta specializzazione in cui vengono effettuate le valutazioni sensoriali dei prodotti alimentari a scopo didattico, di ricerca accademica e di supporto all'innovazione aziendale. I test di analisi sensoriale consentono di studiare le caratteristiche di un prodotto alimentare, di una preparazione gastronomica e le performance sensoriali.



Il **Pollenzo Food Lab** è costituito da un'aula didattica, una cucina didattica per le esercitazioni pratiche e una cucina professionale e nasce con l'intento di offrire una formazione complessa, in grado di armonizzare le scienze di base umane e sociali con le pratiche gastronomiche, cucina, panificazione, orticoltura.

Le **Tavole Accademiche**, la mensa dell'Ateneo, si propone come uno spazio virtuoso, che funziona in un'ottica sistemica, dotandosi di strumenti, attrezzature, modalità di funzionamento, metodi di produzione e somministrazione del cibo di stampo sostenibile e a basso impatto ambientale. Tra gli accorgimenti adottati: la preparazione di piatti stagionali e a base di prodotti locali o coltivati nell'orto del campus, gli arredamenti e i componenti per la fruizione del cibo in materiali eco sostenibile, l'impiego di attrezzature a ridotto consumo energetico e un sistema di prenotazione che riduce alla fonte gli sprechi alimentari. Il coinvolgimento nell'attività quotidiana di preparazione dei pasti, a fianco dei cuochi dell'Università, di alcuni dei grandi nomi della cucina italiana e internazionale, rafforza la valenza formativa del progetto, che consente agli studenti di confrontarsi con esperienze gastronomiche e culturali nuove, sempre diverse.





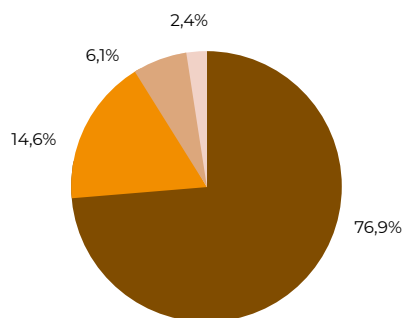
Gli **orti UNISG** sono un modello di sostenibilità con finalità educative soprattutto ecologiche (biodiversità genetica, specifica ed eco sistemica, fertilità del suolo, qualità dell'acqua e dell'aria, no inquinamento chimico), economiche (autoproduzione di verdure ed erbe per la mensa) e sociali (creazione di una comunità, movimento fisico, consumo di cibo biologico, locale, stagionale e fresco, biodiversità sensoriale, conservazione dei semi locali).



**Local** è una bottega alimentare, con sede a Bra, frutto di un progetto fortemente innovativo creato nell'Università. Si fonda sul concetto di filiera corta e vuole costruire una relazione fra il produttore, il bottegaio e il consumatore. Local offre sui propri scaffali una selezione ragionata e consapevole di prodotti, provenienti prioritariamente dall'area locale intorno alla comunità cittadina, contribuendo al sostegno e al rafforzamento dell'agricoltura familiare, dell'economia locale e della produzione di piccola scala.

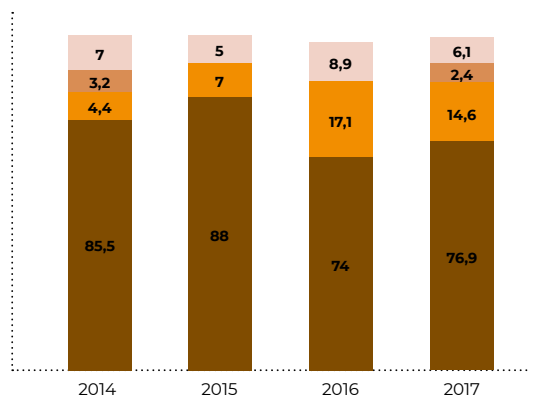


## Laurearsi in UNISG: un anno dopo



- Lavora (lavoro= 75,7%; stage retribuito= 1,2%)
- Studia (studio= 13,4%; studio e lavoro= 1,2%)
- Non lavora (di cui il 46% ha lavorato nei 12 mesi dall'acquisizione del titolo)
- Non lavora e non cerca un'occupazione

Condizione occupazionale a 12 mesi dal conseguimento del titolo – laureati nel 2017



- Lavora
- Studia
- Non lavora e non cerca un'occupazione
- Non lavora

Condizione occupazionale a 12 mesi dal conseguimento del titolo - laureati 2014-2017

L'efficacia della nostra visione, del nostro modo di intendere la formazione e l'educazione, trova una risposta nella condizione occupazionale dei laureati e diplomati Master dell'Ateneo nei 12 mesi successivi al conseguimento del titolo.

La popolazione di riferimento dell'ultima rilevazione effettuata include i laureati/diplomati in tutti i Corsi dell'Ateneo nel corso del 2017.

Considerando globalmente le risposte date, la percentuale di chi è **impegnato in attività lavorative, di stage (tutte con retribuzione economica) o di studio è pari al**

# 91,5%

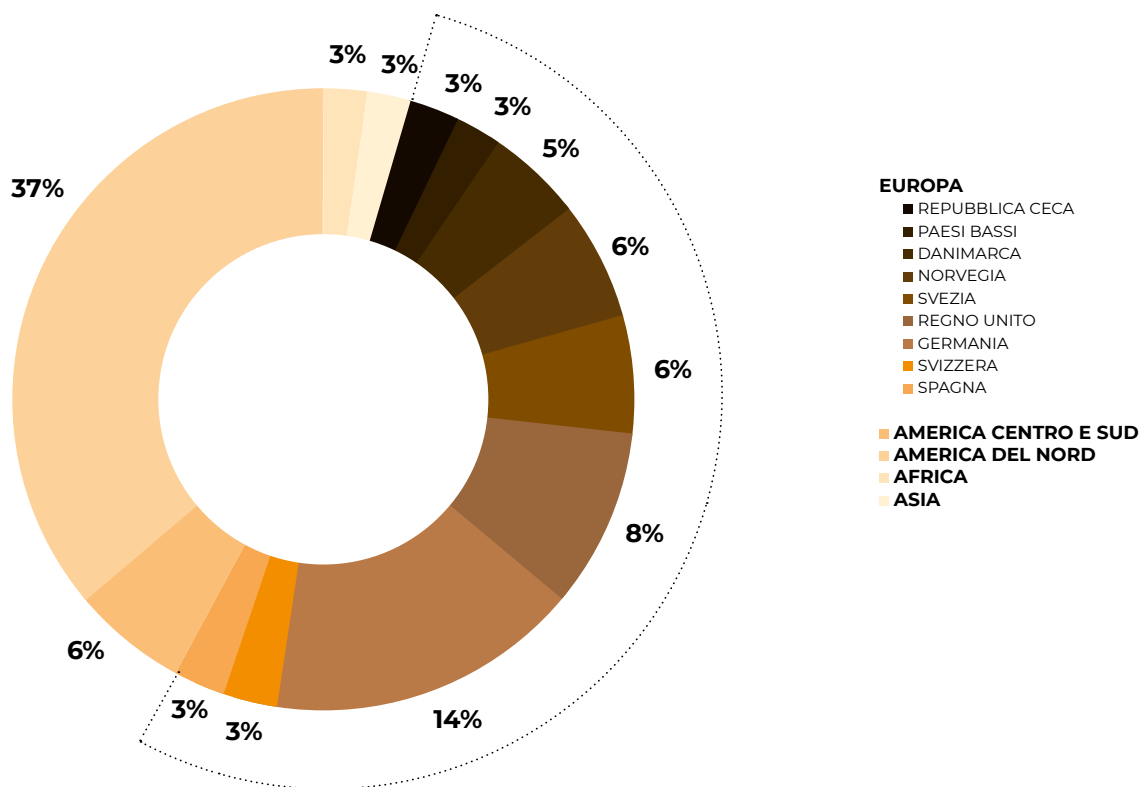
# 76,9%

**lavora a un anno dal conseguimento del titolo**

# 14,6%

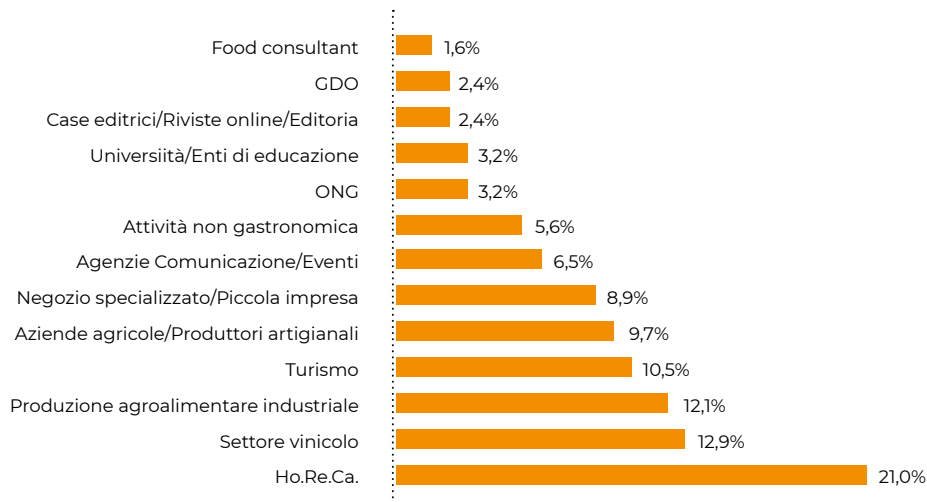
**continua il percorso di studi**

In merito alla quota dei laureati/diplomati nel corso del 2017 che sono stati intervistati e che dichiarano di trovarsi in stato di occupazione al momento della rilevazione, si evidenzia una distribuzione delle sedi lavorative principalmente sul territorio europeo, di cui il **61,5% su quello italiano**. Le restanti sedi lavorative sono così distribuite:



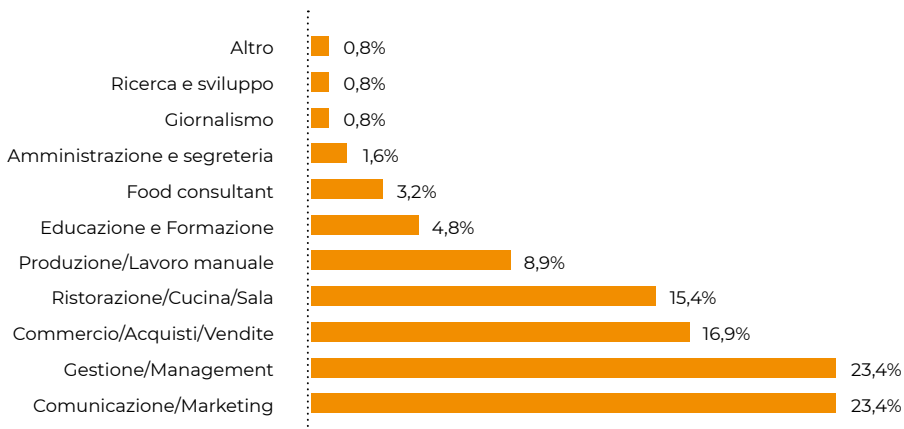
Il settore operativo dell'azienda presso cui sono occupati gli intervistati è molto variegato mentre i principali settori aziendali presso i quali i nostri laureati lavorano sono rappresentati da Comunicazione/Marketing e Gestione/Management.

#### Tipologia di azienda



Condizione occupazionale: tipologia di azienda- laureati nel 2017

#### Settore attività lavorativa



Condizione occupazionale: attività lavorativa - laureati nel 2017



**Angie Anglesio**  
Argentina  
Editor presso Catapulta  
Editores, Buenos Aires,  
Argentina



**Aaron Gómez Figueró**  
Messico  
The New Gastronome  
Director, Università di  
Scienze Gastronomiche,  
Pollenzo, Italia



**Cecilia Auxilia**  
Italia  
Range and logistic food  
manager presso Ikea,  
Milano, Italia



**John Kariuki**  
Kenya  
Coordinatore di Slow Food  
Kenya, Molo, Kenya



**Margherita Bisoglio**  
Italia  
Product Training Manager  
presso Eatly North  
America, Chicago, USA



**Hana Marino**  
USA  
Copywriter and Content  
Editor per ShareTheMeal  
- United Nations World  
Food Programme, Berlino,  
Germania



**Ermanno Bosco Orsi**  
Italia  
Marketing Executive  
presso Eurostampa,  
Cincinnati, USA



**Yukako Saito**  
Giappone  
Fondatrice di Genuine  
Education Network,  
Milano/Tokyo, Italia/  
Giappone



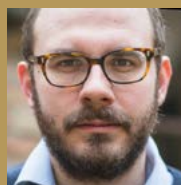
**Camilla De Nardi**  
Italia  
Associate FReSH presso  
WBCSD - World Business  
Council for Sustainable  
Development, Ginevra,  
Svizzera



**Meghan Shellenberg**  
USA  
Senior Food Strategy  
Manager presso Airbnb,  
San Francisco, USA



**Tine Devriese**  
Belgio  
Group Innovation & New  
Products Development  
Junior Specialist presso  
Autogrill, Milano, Italia



**Eugenio Signoroni**  
Italia  
Curatore Osterie d'Italia e  
Birre d'Italia presso Slow  
Food Editore, Bra, Italia



**Daniele Di Liberto**  
Italia  
Food and concept design  
manager presso Eior,  
Milano, Italia



**Michal Vaya**  
Israele  
Alternate, Permanent  
Representation of Israel to  
FAO, WFP and IFAD presso  
l'Ambasciata di Israele,  
Roma, Italia



## “Essere il luogo di pensiero e visione di un'altra economia”

### **Cosa deve ancora diventare Pollenzo?**

Dobbiamo fare in modo che questa Università diventi il luogo dove ci si ritrova a discutere del futuro del pianeta. Se Davos è il paradigma dell'approccio planetario e finanziario di una economia che ignora la diversità, noi vogliamo essere il luogo di pensiero di un'altra economia. Vogliamo studiare la visione possibile di un mondo diverso. Senza visione non si va da nessuna parte.

E la visione si crea solo confrontandosi, imparando, ascoltando, discutendo.



Essere Ricerca



## **Il nostro 2018 in sintesi**

La ricerca di base e istituzionale comprende le ricerche individuali dei docenti dell'Ateneo e i progetti di ricerca ammessi al finanziamento di bandi che prevedano la Peer-review.

La ricerca strategica definisce la traiettoria formativa e scientifica dell'Università e comprende i progetti definiti dal Consiglio d'Amministrazione.

A queste tipologie di ricerca si affiancano i progetti sviluppati dall'Università in collaborazione con enti e imprese del Network UNISG che saranno trattati nella sezione Terza Missione.

### **La ricerca di base e istituzionale**

Una panoramica dei progetti di ricerca finanziati su bandi competitivi in corso nell'anno 2018 è riportata nella tabella seguente.

Acronimo e titolo	Obiettivo	Finanziatore	Partner	Referente UNISC
<b>BIOESSANCE - Biodiversity and ecosystem services in Sacred Natural Sites</b>	Indagare come aree protette denominate "siti naturali sacri" possono contribuire alla conservazione della diversità biologica e naturale	MIUR (PRIN 2015)	Università degli Studi di Bologna (capofila) e CNR	Andrea Pieroni
<b>Cucina politica - Cucina come arte sociale</b>	Saggiare la cucina come "arte sociale" muovendosi sull'asse della cucina pubblica e professionale	MIUR (PRIN 2015)	Università degli Studi di Bologna (capofila) e Università di Palermo	Nicola Perullo
<b>SASS - Sistemi alimentari e sviluppo sostenibile</b>	Creare conoscenza, dialogo politico e collaborazioni rafforzando il legame tra conservazione dell'agro-biodiversità, nutrizione e salute nell'Africa Sub Sahariana	MIUR (FISR)	Università degli Studi Milano Bicocca (capofila), European Centre For Development Policy Management, Università degli Studi di Pavia, Università Cattolica del Sacro Cuore	Paolo Corvo
<b>NextFood - Educating the next generation of professionals in the agrifood system</b>	Generare la mappa europea di scienza ed educazione per l'agricoltura e la silvicoltura sostenibile	Unione Europea (HORIZON 2020)	Swedish University of Agricultural Sciences (capofila) e altri 17 partner europei	Paola Migliorini
<b>Life Foster - Training, education and communication to reduce food waste in the food service industry</b>	Ridurre lo spreco alimentare nella ristorazione	Unione Europea (LIFE)	ENAIIP NET (capofila) e 6 partner europei	Franco Fassio
<b>Slow Food CE - Culture, Heritage, Identity and Food</b>	Migliorare la capacità di attori locali, pubblici e privati nel salvaguardare e valorizzare il patrimonio culturale e gastronomico	Unione Europea (INTERREG Central Europe)	Slow Food internazionale e altri 15 partner internazionali	Piercarlo Grimaldi
<b>SUSPLUS - Innovative Education towards Sustainable Food Systems</b>	Sostenere la cooperazione tra università europee per sviluppare didattica innovativa circa i sistemi alimentari sostenibili	Unione Europea (Progetto Erasmus Plus)	Warsaw University of Life Sciences (capofila) e altri 7 partner europei	Paola Migliorini
<b>TEFSI - Transformation of European Food Systems towards Sustainability by Transnational, Innovative Teaching</b>	Sviluppare e attuare materiali e metodi didattici innovativi in materia di sistemi alimentari sostenibili.	Unione Europea (Erasmus Plus)	Warsaw University of Life Sciences (capofila) e altri 7 partner europei	Paola Migliorini
<b>ValorVitis 2.0 - La ricerca e l'innovazione incontrano il mercato</b>	Sviluppare una strategia integrata di recupero dei sottoprodotti dei processi di vinificazione e distillazione per ridurre l'impatto ambientale e ottenere derivati ad alto valore aggiunto	AGER – Fondazioni in rete per la ricerca agroalimentare	Università Cattolica del Sacro Cuore (capofila), Università degli Studi di Torino, Università degli Studi di Milano, Università degli Studi di Trento	Luisa Torri
<b>GERMonte - Recupero, caratterizzazione e conservazione ex-situ del Germoplasma di specie e varietà cerealicole locali del Piemonte</b>	Conservazione e caratterizzazione di varietà cerealicole piemontesi con un campo catalogo	Assessorato all'Agricoltura Regione Piemonte	Associazione italiana per l'agricoltura biologica	Paola Migliorini
<b>Food For Inclusion</b>	Fornire formazione professionale nel campo della gastronomia e della cucina a rifugiati per facilitare la loro occupabilità	Bando EOI/ITARO/2/SMI/2018 "Assistance and Protection to Persons of Concern in Italy (Integration)"	UNHCR	Maria Giovanna Onorati

## La ricerca strategica

### Granai della Memoria

Il progetto ha lo scopo di raccogliere e catalogare i saperi della cultura, della storia e delle tradizioni gastronomiche. 1200 nuove video interviste pubblicate.

**1.221 interviste raccolte e pubblicate dall'inizio del progetto.**

### Arca del Gusto

Il progetto, nato dalla Fondazione Slow Food per la Biodiversità, ha l'obiettivo di catalogare i saperi e i prodotti della cultura, della storia e delle tradizioni gastronomiche di tutto il pianeta.

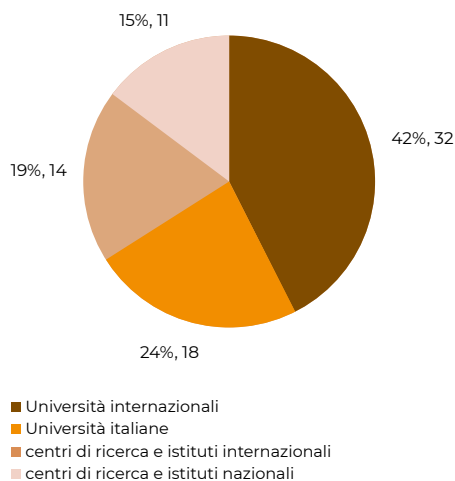
**5.062 prodotti catalogati dall'inizio del progetto.**

Il lavoro di UNISG nel 2018 ha avuto come focus la mappatura di due Paesi: Kenya e Messico. Sono stati realizzati due volumi che raccontano le caratteristiche di 195 prodotti.

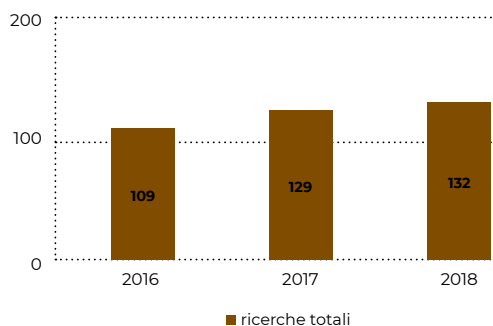
## Le pubblicazioni

Nel triennio 2016-2018, sono state condotte attività di ricerca in collaborazione con numerose università e centri di ricerca italiani e internazionali grazie alle quali UNISG ha prodotto una ricca raccolta di pubblicazioni. Durante i tre anni ne sono state realizzate 370, delle quali 132 nel solo 2018.

Sempre nel 2018, 35 pubblicazioni sono state indicizzate da Scopus, WoS o categorizzate in Classe A.



Partner di ricerca 2018



Totale pubblicazioni

## Giornata della ricerca

Il 18 luglio 2018 si è tenuta la Giornata della Ricerca UNISG che ha visto la partecipazione di studenti, personale accademico e amministrativo, oltre ad alcuni dei principali *stakeholder* dell'Ateneo, per una riflessione condivisa sulle tre macro-aree identificate dall'Ateneo:

- Bio-Cultural Diversities and Change (BCD)
- Economic and Environmental Sustainability (EES)
- Food Quality and Perception (FQP)

Gli output della giornata hanno fornito una serie di stimoli concettuali e un elenco di parole chiave utili a riarticolare e a definire, nel corso del resto dell'anno, la ricerca in tre nuove aree di ricerca:

- **Mobility.** L'area Mobility è caratterizzata dallo studio degli impatti sociali ed economici dello spostamento di gruppi di persone, beni - inclusi ingredienti e cibi - , capitali, ideali e immaginari sociali sulle culture gastronomiche, sui sistemi alimentari e sulle scelte e i comportamenti dei consumatori. Inoltre, l'area Mobility analizza gli adattamenti culturali all'interno dei processi co-evolutivi che hanno dato origine alle gastronomie del mondo ivi inclusi i comportamenti alimentari che hanno caratterizzato determinati contesti sociali e i trend di consumo emergenti che qualificano l'era attuale.
- **Perception.** L'area Perception studia i fattori socio-culturali, storici e ambientali, fisiologici e genetici che influenzano la percezione del cibo attraverso un metodo interdisciplinare che tenga conto di diversi approcci: da quello filosofico-estetico a quello delle scienze sensoriali, dalle neuroscienze cognitive e il neuromarketing alle scienze psicologiche e sociali. L'area Perception intende, inoltre, approfondire lo sviluppo di metodologie per una comunicazione etica e giusta, che consenta ai consumatori di conoscere i prodotti e di compiere scelte di acquisto consapevoli.
- **Environment.** L'area Environment analizza il rapporto bidirezionale tra uomo e ambiente declinato in ambito gastronomico. In particolare, da una parte si indaga l'effetto dell'ambiente, dei sistemi ecologici e dei suoi cambiamenti sulla cultura gastronomica e sui comportamenti alimentari. Dall'altra parte, si studia l'impatto dei sistemi socio-culturali e delle produzioni agro-alimentari sull'ambiente, sul territorio e sulle risorse economiche e naturali. Particolare attenzione è rivolta all'analisi della relazione tra ambiente urbano e rurale, all'applicazione dell'agro-ecologia ed alle relazioni tra cibo e spazio e paesaggio e allo sviluppo di strategie per la sostenibilità alimentare.







The reconquest of Spanish territory by Queen Isabella and King Fernando, the Monarchs, Spanish Muslims and Jews are expelled from the country; and many fled to the Ottoman Empire. Called to sail in the name of the rulers of Spain, Christopher Columbus lands in the Caribbean for the first time.

1492

Spain conquers a large part of the territory.

1500s

Spaniards move cattle to the Americas as early as the 16th century. The country's biome that dominates the country is called pampas, which is fit for this type of production and was overruled.

**Essere UNISC  
nella Terza Missione**

**07**

## Terza Missione

Con la Terza Missione, UNISC contribuisce alla crescita sociale attraverso la condivisione della conoscenza e il trasferimento dei risultati della ricerca al mondo delle Imprese e degli Enti. In questo contesto l'Università gioca un ruolo importante e di stimolo per lo sviluppo economico e culturale delle reti con cui interagisce.

### Le attività

Le attività riconducibili alla Terza Missione in cui l'Ateneo è ad oggi prevalentemente coinvolto sono suddivise in:

- attività di ricerca su commessa in conto terzi (ricerche e consulenze svolte da UNISC per committenti esterni);
- attività svolte dalle strutture di intermediazione (Career Center);
- attività di formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta;
- attività di *public engagement* sociale e culturale.



## Attività di ricerca su commessa in conto terzi

Grazie alla sua centralità all'interno di network che coinvolgono numerose eccellenze del settore agro-alimentare, l'Ateneo è impegnato in numerosi progetti in conto terzi.

A partire dal 2009, sono stati realizzati 46 progetti pluriennali commissionati da Enti e Imprese.

I progetti attivi nel 2018 sono riportati nella tabella seguente.

Partner	Oggetto
<b>Autogrill</b>	Realizzazione e implementazione del concetto Bistrot-Autogrill. Svolgimento da parte di UNISG delle attività di studio, analisi e supporto per l'apertura di nuovi punti vendita a insegna Bistrot, sia in Italia che all'estero.
<b>Costa Crociere</b>	Rielaborazione dell'offerta gastronomica in chiave sostenibile nell'ambito del progetto For Good Food. Realizzazione del programma di sostenibilità sulle navi da crociera.
<b>Colussi</b>	Creazione e implementazione di procedure e formazione dei dipendenti relative all'analisi sensoriale dei prodotti alimentari (presso la sede aziendale di Perugia).
<b>Ceresio Investors</b>	Food Industry Monitor: osservatorio sulle performance delle aziende del settore agroalimentare italiano che prende in considerazione i risultati di 832 aziende operanti in 15 comparti.
<b>Elior Ristorazione</b>	Implementazione di buone pratiche per la qualità di sistema e benessere dei dipendenti nell'ambito del servizio di ristorazione aziendale presso BNL.
<b>Lucart</b>	Progetto di comunicazione sul recupero di avanzi e scarti alimentari.
<b>Elah Dufour Novi</b>	Definizione del profilo sensoriale per le referenze della linea dei cioccolati Nero Nero.
<b>Surgital</b>	Stesura di linee guida per lo sviluppo di prodotti innovativi.
<b>Giunti e Tancredi Vigliardi Paravia Editori</b>	Supervisione scientifica del volume "Percorsi di scienza degli alimenti" destinato al biennio degli Istituti Professionali Alberghieri
<b>Fileni</b>	Valutazione della percezione e preferenza sensoriale da parte dei consumatori per salumi con determinazione di differenze di intensità per specifici attributi sensoriali
<b>RICREA Consorzio nazionale riciclo e recupero imballaggi acciaio</b>	Valutazione dell'efficacia protettiva dell'acciaio, come materiale di food packaging, nel preservare la qualità degli oli vegetali durante la conservazione.

## Strutture di intermediazione - attività del Career Center

Come struttura di intermediazione, UNISG ha attivato un servizio di accompagnamento al lavoro, il Career Center. Il **Career Center** facilita il processo di transizione studio-lavoro dello studente, valorizzando il suo percorso di studi e tenendo conto delle sue aspettative e motivazioni, e promuove e sviluppa il network *Alumni*.

**642** colloqui  
nel 2018

**48** ore lezione  
in aula nel 2018

**232** tirocini attivati

205 curricolari (di cui 126 con CFU, 79 senza CFU) e 27 extracurricolari-post laurea.

**286** convenzioni  
attive

con imprese e istituzioni pubbliche e organizzazioni del terzo settore

**292** offerte di  
lavoro e stage

pubblicate del 2018



Il Career Center ogni anno organizza un momento di incontro diretto tra le aziende e gli studenti: il **Career Fair**, un evento strutturato su tre giorni di presentazioni aziendali, momenti di employer branding, workshop tematici, colloqui individuali e assessment di selezione, mock interviews e CV check sessions.

- soggetti coinvolti nel Career Fair 2018:  
**24 aziende e organizzazioni, di cui il 75% internazionali;**
- studenti coinvolti nel Career Fair 2018:  
**205 studenti in corso e 15 Alumni;**
- livello di soddisfazione delle aziende sull'esperienza del Career Fair 2018:  
**71% soddisfatti, 29% discretamente soddisfatti.**

## Attività di formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta

La formazione continua consiste in attività didattiche svolte dall'Ateneo rivolte ad aziende, associazioni, istituzioni ed enti.

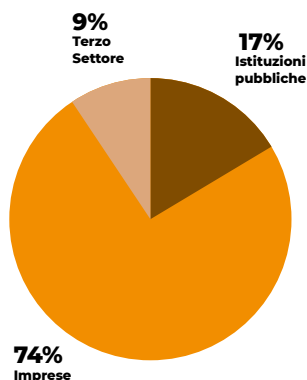
Nel 2018:

**58** corsi di formazione  
di cui il 36% in lingua inglese

**1.140** partecipanti

**563** ore di didattica erogata

Nella figura seguente, è riportata la ripartizione dei partecipanti ai corsi di formazione.



Partecipanti alle attività di formazione continua

## Attività di *public engagement* sociale e culturale

L'attività di *public engagement* si sviluppa attraverso pubblicazioni divulgative, strumenti di comunicazione on line e off line, organizzazione di eventi e partecipazione a fiere e festival scientifici. Di seguito i dati relativi ai principali media impiegati e alcune delle attività con maggiore impatto svoltesi nel 2018.

[www.unisg.it](http://www.unisg.it)

**642.140** visualizzazioni uniche da 210 paesi

**334** comunicati stampa

### Social media

al 31 dicembre 2018

**f** **26.950** follower  
**15.306** interazioni totali

**ig** **9.715** follower  
**66.100** interazioni totali

**tw** **3.954** follower

**in** **3.944** follower

[www.systemicfooddesign.it](http://www.systemicfooddesign.it)

Uno strumento interattivo ed educativo, che mira a promuovere l'economia circolare a partire dalla spiegazione della complessità dei prodotti alimentari e dei loro imballaggi, lungo l'intera filiera.

**Attività di *public engagement*  
(interviste, seminari, conferenze)  
svolte dai docenti dell'ateneo**

**153** totali

**126** italiane

**27** internazionali

**Partecipazione a fiere ed eventi  
Slow Food**

- **Terra Madre Salone del Gusto**  
UNISG vi partecipa fin dalla sua nascita. Nel 2018 l'evento ha visto il coinvolgimento di **220.000** persone e UNISG è stata presente con:
  - uno stand di 200 mq dove è stata organizzata una ricca serie di attività e incontri;
  - un ruolo di co-organizzatori dell'Area B2B della manifestazione;
  - il coordinamento, dal 2006, della progettazione sistemica dell'evento attraverso il progetto SEeD;
  - la realizzazione di una mostra, patrocinata dell'ASviS, sull'impatto della manifestazione sugli SDGs.
- **Identità Golose - Milano**
- **Vinitaly - Verona**
- **Salone del Libro - Torino**
- **Slow Food Market - Zurigo**
- **Slow Wine Tour - USA**
- **Slow Food Nations - Denver**
- **17 fiere dell'orientamento in Italia e all'estero**



## Eventi organizzati da UNISG



### Convegno Food Industry Monitor in collaborazione con Ceresio Investors

Il convegno ha l'obiettivo di diffondere i risultati della ricerca che analizza le performance, le prospettive di crescita e la redditività operativa di oltre 800 aziende che rappresentano il 71% del fatturato aggregato del settore Food & Beverage italiano.



### Coltivare Custodire in collaborazione con Aziende Vitivinicole Ceretto

L'evento ha lo scopo di far conoscere, premiare e incontrare i campioni delle buone pratiche mondiali negli ambiti della difesa dell'ambiente e dell'agricoltura sostenibile. Il tema dell'edizione 2018 è stato: "La rivoluzione dell'orto".



### Migranti Film Festival

Migranti Film Festival 2018 è un festival cinematografico dedicato ai fenomeni migratori, all'incontro e alla condivisione, con particolare attenzione al cibo. Nel 2018 ha annoverato significative partnership quali quelle con l'UNHCR, Medici Senza Frontiere, il Festival di Seattle, il Festival dei Diritti Umani e Ambiente di Buenos Aires, il Sudestival di Monopoli, il Greenwich International Film Festival di New York. Nel 2018 sono giunti in concorso 3100 film da 117 paesi.

## Pubblicazioni e contenuti editoriali



### Collana Terra Futura

UNISG ha collaborato con Slow Food Editore e Giunti Editore alla realizzazione della collana "Terra Futura". I volumi offrono al pubblico strumenti per capire perché la sostenibilità è una sfida scientifica di primaria importanza. Esperti italiani e stranieri presentano punti di vista che difendono il valore della biodiversità e indicano strade e linguaggi alternativi al pensiero dominante.

### The New Gastronome

#### The New Gastronome

Progetto editoriale di comunicazione gastronomica, sviluppato interamente da studenti e *Alumni* UNISG. Nato nel settembre 2018, in quattro mesi ha generato:

**16.460 visualizzazioni uniche da 118 Paesi**  
**16.000 copie della rivista cartacea**

## Riunioni del Network UNISG

Ogni anno l'UNISG organizza:

- 3 incontri per il Club dei Partner Strategici
- Assemblea dei Soci Sostenitori
- Cerimonia dei Sostenitori delle Borse di Studio







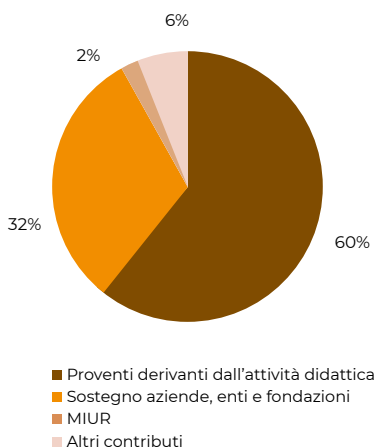
**Dimensione  
Economica**

**08**

## Dimensione economica

Nel 2018 il fabbisogno economico di UNISG si è attestato a 9.800.000 euro e il margine operativo generato è stato superiore a 250.000 euro.

I proventi, pari a 9.903.000 euro, hanno avuto un tasso di crescita dell'8% rispetto al 2017 (9.162.000 euro) e risultano così suddivisi:



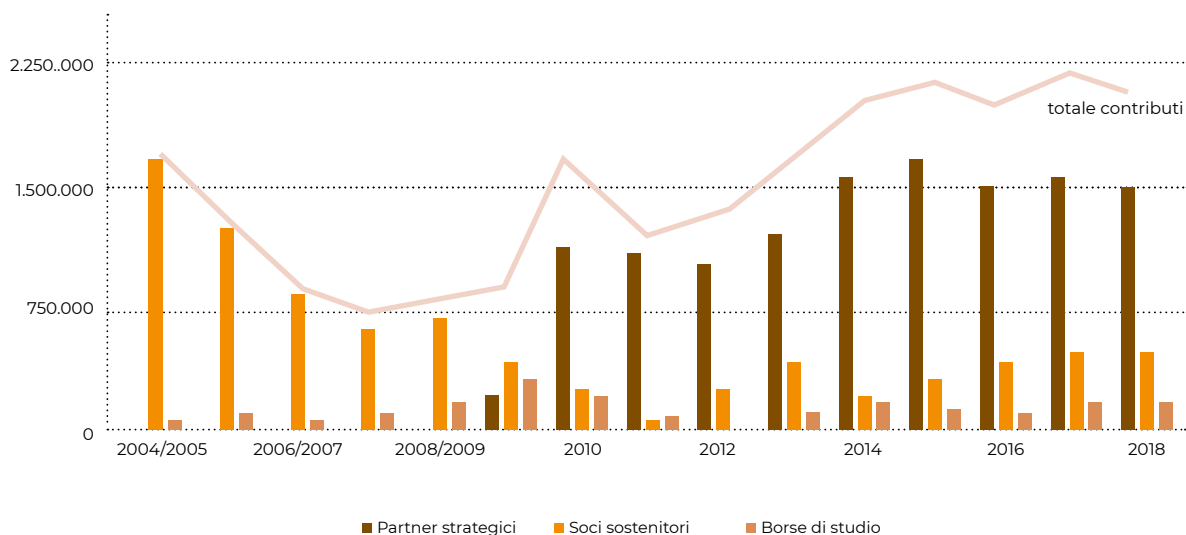
**60%** Proventi derivanti dall'attività didattica

**32%** Sostegno da aziende, enti e fondazioni bancarie

**2%** MIUR - Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca

**6%** Altri contributi

Il dato relativo al MIUR evidenzia come UNISG, per svolgere la sua attività, sia supportato solo in minima parte dai finanziamenti del Ministero. Pertanto la capacità dell'Ateneo di attrarre risorse da enti e sostenitori privati rappresenta un punto di forza della sua sostenibilità economico-finanziaria.



Sostegno aziende, enti e fondazioni 2004-2018 – UNISG e Associazione Amici dell'Università

## Interventi a sostegno del diritto allo studio

Nell'esercizio 2018 gli interventi a sostegno del diritto allo studio ammontano a circa **740.000 euro**, 30% dei quali coperti da contributi di privati, aziende e istituzioni e la restante parte a carico del bilancio dell'Ateneo.

Fin dal primo anno accademico, l'impegno dell'Università è stato considerevole: dal 2004 sono stati stanziati 8,9 milioni di euro a sostegno del diritto allo studio, comprensivo di ospitalità, vitto, oltre che al sussidio riconosciuto agli studenti in condizioni economiche particolarmente disagiate.

dal 2004 al 2018

**260 beneficiari di esonero**  
**10% degli studenti complessivamente**  
**iscritti ai Corsi di Studio dell'Ateneo**



Università di Scienze  
Gastronomiche di Pollenza

University of Gastronomic Sciences of Pollenza



