

La ricetta giusta per farcela, nel mondo del lavoro

# L'ORIENTAMENTO DEL “NEO-GASTRONOMO”

*Ok. E adesso?! Ora che mi sono laureato, quale sarà il prossimo passo?*

*Ho conseguito il titolo accademico di Gastronomo, ma professionalmente chi sono? Cosa devo fare per lavorare nel mio settore e in quale posizione lavorativa potrò impiegare la mia formazione?*

Stefania Amati

Associazione Gastronomi Professionisti

Domande come queste richiamano l'attenzione di molti neolaureati, giunti al termine di un percorso di studi universitario. Una volta chiusa la carriera accademica, si sentono disorientati, smarriti, fragili.

Sembra strano, ma è la verità. Una condizione comune, infatti, quella che riguarda molte Lauree Triennali con iter accademici, che spesso non offrono una formazione circoscritta a poche materie, un indirizzo tecnico-professionale univoco, o almeno di ridotta variabilità, ma si presentano particolarmente eterogenei e ricchi di sbocchi settoriali.

Direte, “Certo, però hai l'imbarazzo della scelta!”. Beh, non è proprio così.

Tra i tanti percorsi di laurea, che sfociano in questi momenti di incertezza e dubbio, vi è sicuramente il Corso di Laurea in Scienze Gastronomiche, che propone una formazione ad ampio spettro sul mondo del cibo, con un ventaglio di materie scientifiche ed umanistiche intriso di sfumature tematiche contestuali. Conoscere la Gastronomia a 360 gradi è di fatto lo scopo di questo format didattico, che prepara lo studente ad affrontare un universo estremamente variegato, conferendogli sia la sensibilità umanistica che il rigore scientifico, indispensabile per il settore. Insomma, possedere una tale pluralità di competenze è indispensabile.

Ma se da una parte è certamente un vantaggio, per il neo-Gastronomo, godere di formi-



ANDREA AMADEI – SPEAKER E AUTORE DI *DECANTER*, RADIO 2, E DI PROGRAMMI TV PER LA RAI.

dabile cultura e variopinta conoscenza, d'altro canto questa ricchezza può essere motivo di smarrimento nel definire una preferenza occupazionale o definire un iter per la propria carriera che consenta di identificare un definitivo approdo professionale. Tralasciando chi, per personale ambizione, prosegue la formazione attraverso altri percorsi di specializzazione, indirizzandosi verso occupazioni settoriali specifiche, il Gastronomo può e deve cercare di adoperarsi per disegnare un proprio curriculum, che lo valorizzi appieno. Per proporsi ad aziende, enti pubblici o a qualsiasi realtà occupazionale, è importante riuscire a dimostrare di essere proprietari di quella notevole e a multiforme preparazione ricevuta e, allo stesso tempo, di custodire e saper adoperare ogni conoscenza appresa, così da poter prospettare un profilo professionale flessibile e utile, molto spesso in-

spettatamente.

Il mondo del lavoro però, dal canto suo, non agevola il *placement* dei gastronomi. In effetti, sebbene il Gastronomo possa sfoderare un'identità professionale ampia e convincente, che cerca di rivelarsi nella sua totalità, il settore *food* non è ancora in grado di riconoscere e identificare la figura.

Le piattaforme e gli intermediari addetti al collocamento e al *matching* occupazionale, di cui si avvalgono le aziende medie e grandi, non sono ancora predisposte per accogliere i profili professionali dei gastronomi che, in un modo o nell'altro, si trovano a doversi presentare sotto forme diverse dalla propria.

Di certo il settore enogastronomico ha subito una notevole evoluzione rispetto al passato: tecnologie, tecniche di trasformazione, sicurezza, modelli di consumo e acquisto, attenzione mediatica, comunicazione, tutto è cam-



Associazione  
GASTRONOMI PROFESSIONISTI



**VALENTINA MONTEVERDI - CO-FOUNDER DI MADEGUS - MAESTRI DEL GUSTO SPIN-OFF ACCADEMICO CHE SI OCCUPA DI EDUCAZIONE ALIMENTARE, DIVULGAZIONE SCIENTIFICA E CONSULENZA PER PROGRAMMI EDUCATIONAL E GRANDI AZIENDE.**

biato ed è destinato a mutare ancora. Si tratta di nuove prospettive come quelle legate alle azioni sperimentali nell'agricoltura biologica e biodinamica, nell'innovazione tecnologica e sostenibile per il mondo agricolo e non solo, nella biodiversità e riscoperta genetica, ma anche nella comunicazione digitale, in progetti di educazione alimentare e nella restituzione delle usanze e tradizioni attraverso l'indagine storica dei reperti gastronomici riscoperti. Sono nati e si stanno sviluppando nuovi linguaggi del gusto, meccanismi di consumo innovativi e che non siamo ancora abituati ad immaginare come usuali ma che si dimostreranno incredibilmente comuni, nel giro di pochi anni.

Il 2020 poi, con tutti i drammi e le difficoltà che ha presentato, ha sradicato completamente convinzioni e consuetudini. In tutte le fasi dell'emergenza COVID-19 è stato palese quanto le attività produttive siano state le prime a doversi piegare alle necessità delle persone. Contemporaneamente è stato il settore della distribuzione a doversi attivare per incrementare la capacità di sostenere l'aumento dei volumi da gestire.

La ristorazione ha dovuto sopportare l'handicap delle chiusure forzate e puntare tutto sul *delivery* e l'asporto, attività che, vedono nella comunicazione e nel *social media marketing* un alleato importante se non, molto spesso, imprescindibile.

I Gastronomi sono sia "figli" che attori importanti di questo fenomeno che dura da tempo: i primi laureati sono usciti dall'Università circa 15 anni fa a Parma, si sono moltiplicati nelle annate successive e sono cresciuti a dismisura, anche grazie alla diffusione del Corso di Laurea su tutto il territorio nazionale.



**MIRKO SBERNINI - DIRETTORE VENDITE PER COPPINI ARTE OLEARIA, SI OCCUPA DEL MERCATO ITALIANO, EVENTI, ESPOSIZIONI E DELLE OIL TASTING EXPERIENCES**



**MATTEO BONFINI - R&D E INNOVAZIONE DI PRODOTTO ATTRAVERSO ANALISI SENSORIALE, CONSUMER SCIENCE E NEUROMARKETING PRESSO IL CENTRO ITALIANO DI ANALISI SENSORIALE.**



**ALESSANDRA DISNAN - CO-FOUNDER DI "MAKE IT FOOD", AGENZIA MARKETING E COMUNICAZIONE, E DI "DELIVERY", PIATTAFORMA INDIPENDENTE DI RECENSIONI PER LE ATTIVITÀ CHE SVOLGONO UN SERVIZIO DI TAKE-AWAY E/O DELIVERY.**

Molti hanno trovato occupazione in diversi ambiti e su diversi livelli della filiera agroalimentare. Altri hanno scelto la strada dell'imprenditoria, dando vita a progetti individuali e aziendali più o meno innovativi.

In sintesi, partendo da una semplice analisi sul proprio profilo professionale, culturale e umano, il neo-gastronomo dovrà prendere in considerazione le peculiarità e le attitudini che lo contraddistinguono e comprendere l'insieme di attività e ruoli che più si avvicinano alle sue specifiche sfaccettature. Affacciandosi verso qualcosa che più gli assomiglia potrà quindi accostare queste capacità ad interessi coltivati nel tempo, per raggiungere l'ibridazione più adatta a trovare il proprio orientamento. Dovrà stabilire una buona sintonia anche con la realtà esterna: cercare giusti stimoli che influenzino la sua scelta è un'attività di ricerca e di osservazione non di scarsa importanza, il confronto infatti può portare grandi traguardi nell'analisi selettiva delle sue preferenze. Valgono sempre le frasi di rito e le citazioni orientali, fare ciò che piace è un buon modo per non sentire mai il lavoro che si fa come una fatica. Oggigiorno però è più che mai indispensabile pensare sempre allo studio e all'aggiornamento professionale come stimolo e foraggio per le idee e per le iniziative, come strumenti utili a mantenersi adatti al proprio ruolo e indispensabili per i propri clienti o per i propri datori di lavoro. Una volta adoperati accorgimenti di questo tipo, la percezione di disorientamento non sarà più una limitazione e il neo-Gastronomo potrà proseguire il proprio viaggio con consapevolezza e dedizione. Ogni tappa sarà una traccia della propria inclinazione e il percorso plasmerà il profilo professionale per lui migliore.