

Non solo qualità, ma cultura: così UniSaFo formerà i nuovi professionisti dell'agroalimentare italiano

2025-05-26 10:00:07 di Forbes.it

URL:<https://forbes.it/2025/05/26/formare-per-valorizzare-sfida-unisafo-rafforzare-filiera/>

Il comparto dei **salumi** e dei **formaggi** rappresenta uno dei pilastri dell'agroalimentare italiano, sia in termini economici sia di posizionamento strategico nei mercati globali. Secondo il *Rapporto Ismea 2024 – L'agroalimentare italiano: competitività e prospettive*, l'intero sistema agroalimentare esteso vale oggi il 15% del Pil nazionale. I formaggi coprono il 14,3% del fatturato dell'industria alimentare, mentre i salumi pesano per l'8,1%. Nel 2023 l'export agroalimentare italiano ha raggiunto un valore record di **64 miliardi di euro**, pari al 10,2% dell'export nazionale complessivo. Numeri che confermano la forza del comparto, ma che non nascondono alcune fragilità strutturali. La più evidente riguarda la distribuzione del valore lungo la filiera: su 100 euro spesi dal consumatore finale per un prodotto alimentare trasformato, secondo Ismea, solo 1,5 euro tornano al produttore agricolo.

Made in Italy da raccontare: UniSaFo colma il vuoto tra produzione e valorizzazione

Il resto si disperde tra logistica, commercializzazione e narrazione del prodotto. È proprio in questa dinamica che si gioca oggi la sfida principale del made in Italy agroalimentare: la capacità di trasformare la qualità produttiva in valore percepito e duraturo. L'Italia, infatti, eccelle nella produzione, ma non sempre riesce a comunicare e valorizzare in modo coerente ciò che produce. Troppo spesso, salumi e formaggi vengono venduti al dettaglio o in ristorazione senza che chi li propone al cliente abbia gli strumenti per raccontarli con consapevolezza. L'effetto è noto: eccellenze che si trasformano in commodity, identità che si appiattiscono, margini che si assottigliano. Si parla molto di storytelling, ma ancora poco di cultura reale del prodotto. La conseguenza è che laddove manca la conoscenza, il valore si indebolisce.



È con questa mission che nasce **UniSaFo**, la scuola di alta formazione specializzata su salumi e formaggi. La sede è Parma, nel cuore della Food Valley, ma la portata dell'iniziativa è nazionale. Il progetto, sviluppato da Claudio Cimardi con Giorgia Colella e Federico Scalici, si propone come prima scuola di alta formazione interamente dedicata alla filiera norcina e lattiero-casearia. L'obiettivo è ambizioso e preciso: colmare il vuoto formativo che separa la produzione dalla comunicazione consapevole. La proposta didattica è rivolta a professionisti della Gdo, della ristorazione, della distribuzione e del food retail, con un'offerta modulare che combina teoria, pratica e esperienza sul campo. Dai temi tecnici (allevamento, stagionatura, taglio), fino a quelli strategici (branding, sostenibilità, comunicazione), ogni modulo è pensato per formare figure capaci di restituire dignità economica e culturale al prodotto italiano.

Rafforzare la filiera attraverso la professionalizzazione

“Più aumentiamo la cultura, più aumentiamo il rispetto. Per gli animali, per le persone, per il prodotto e per chi lo consuma”, dichiara il **fondatore di UniSaFo, Claudio Cimardi**. Una frase che sintetizza il cuore del progetto: la qualità, per essere trasmessa, ha bisogno di preparazione. Senza questo passaggio, ogni investimento produttivo rischia di disperdersi lungo una filiera che ancora oggi fatica a integrare conoscenza, racconto e posizionamento. Quello di UniSaFo è anche un esempio concreto di *education business*, cioè di formazione intesa come leva competitiva per le imprese e come strumento di crescita per il capitale umano. Il progetto è pensato per essere replicabile in altri distretti agroalimentari italiani e si inserisce in una strategia di sistema: rafforzare la filiera attraverso la professionalizzazione. Un segnale chiaro in un Paese che possiede una delle più grandi biodiversità agroalimentari al mondo, ma che non può più permettersi di pensare che il suo cibo, oltre a essere buono, sappia promuoversi e vendersi da solo. In un mercato globale dove la differenza non la fa solo il prodotto ma anche chi lo presenta, lo racconta e lo posiziona, investire in competenze è una priorità industriale. Il futuro dei salumi e dei formaggi italiani non dipende solo dal saper fare. Dipende dal saper spiegare e dal saper scegliere chi può farlo, con metodo e con visione.