

# La Food Valley vale 8,2 miliardi e il 33% arriva dall'export

*Parma. Più di mille aziende per 25mila addetti in filiere diverse: dal Parmigiano al prosciutto, dal latte alla pasta, dal pomodoro fino alle alici*

Giorgio dell'Orefice

1 di 2



È da sempre uno dei distretti chiave dell'agroalimentare made in Italy non solo in termini di fatturato sviluppato ma soprattutto per la capacità di tracciare alcune importanti linee direttrici diventate poi col tempo le chiavi di successo per l'intero agroalimentare italiano: la qualità e l'internazionalizzazione. È la "Food Valley" di Parma, un distretto in grado di mettere in campo numeri di tutto rilievo: 8,2 miliardi di fatturato di cui 2,7 legati all'export, pari a un'incidenza sul totale del 33%.

Distretto che storicamente ha avuto i suoi pilastri nelle produzioni di Parmigiano reggiano e Prosciutto di Parma (due delle prime 5 Dop italiane per fatturato) ma che poi si è sviluppato soprattutto grazie a brand come Barilla e Parmalat. Oggi la Parma Food Valley rappresenta 6 diverse filiere che vanno dal prosciutto Dop al Parmigiano, dal latte (Parmalat) alla pasta (Barilla) dal pomodoro (con Mutti e Rodolfi Mansueto) fino – pur senza affacciarsi sul mare - alle alici (con brand come Delicius, Rizzoli Emanuelli e Zarotti). Filiere che hanno consentito a Parma nel 2023 di arrivare al secondo posto sulle 110 province italiane per fatturato legato all'export alimentare con un'incidenza sull'export di food e wine italiano del 5,1% in crescita dal 4,8% del 2022. Al primo posto della classifica Ismea Qualività c'è Treviso che conta su 700 milioni di bottiglie di Prosecco.

La Food Valley di Parma conta 1.052 aziende che occupano oltre 15mila addetti diretti numeri che con l'indotto salgono a 1.519 aziende e 25mila occupati. Ma soprattutto filiere che sono espressione tanto del requisito della qualità, come le grandi Dop, quanto della spinta all'internazionalizzazione con marchi come Barilla.

Nel percorso di crescita e di consolidamento della Food Valley di Parma oltre ai significativi valori economici va poi ricordato l'importante riconoscimento ottenuto nel 2005 quando la Commissione Ue decise di collocare proprio nella città emiliana la sede dell'Efsa, l'autorità europea per la sicurezza alimentare.

Parma e la sua Food Valley saranno al centro di un incontro il prossimo 8 maggio nell'ambito della manifestazione Cibus intitolato "L'agroalimentare parmense: risultati economici e iniziative delle diverse filiere per la valorizzazione del territorio" organizzato dalla Fondazione Parma Unesco Creative City of Gastronomy.

Un incontro nel corso del quale sarà non solo ricostruito il percorso di crescita dell'agroalimentare a Parma ma ne saranno anche delineate le direttrici di sviluppo future. «Per il futuro – ha spiegato il direttore di Parma Alimentare e portavoce della Fondazione Parma Unesco Creative City of Gastronomy, Alessandra Foppiano – noi vediamo due priorità che sono la formazione e il turismo enogastronomico. Sotto il primo profilo in questi anni è cresciuta molto l'offerta formativa legata al Food. La nostra università ha corsi dedicati all'alimentare e a come creare valore per il food. Ma in grande crescita è anche Alma la scuola internazionale di cucina italiana. C'è poi il progetto Food Farm dedicato alle scuole professionali dove i giovani cominciano a misurarsi anche con la dimensione produttiva. Ricorderei poi Geocampus e i suoi maestri del gusto che organizzano centri estivi per i più piccoli improntati all'educazione alimentare. E infine non va dimenticata la candidatura di Parma a Città Giovani Europea 2027».

E infine c'è la variabile turismo che in una città come Parma, sta conoscendo un successo non scontato e legato proprio all'enogastronomia e in particolare a tre best practice legate al territorio: Imprese Aperte (3.500 visitatori in 300 appuntamenti che hanno coinvolto nel 2023 43 aziende), Caseifici Aperti (manifestazione del Parmigiano reggiano Dop con 24.500 partecipanti nel 2023, +19,2% sull'anno precedente) e infine Finestre Aperte (organizzato dal Consorzio Prosciutto di Parma). Appuntamenti ai quali va aggiunta la Cena dei Mille, dedicata ai buyers internazionali del food che lo scorso anno ha visto 850 biglietti esauriti in 4 giorni. «Manifestazioni – aggiunge la Foppiano – che hanno saputo ritagliarsi un loro spazio e che insieme alla gastronomia hanno trasformato Parma in una meta turistica. Certo non siamo Venezia ma va anche detto che anni fa neanche avremmo immaginato di avere tutti questi stranieri in giro per la nostra città».

© RIPRODUZIONE RISERVATA