

Agroalimentare, made in Parma sempre più simbolo di eccellenza

Imprese

Cibo Presentata un'indagine che dimostra il valore della nostra Food Valley

Pagina 1

Massimo Spigaroli Lavoreremo ancora di più per fare crescere i consorzi, le nostre aziende e tutto il territorio

DAL NOSTRO INVIATO

Luca Pelagatti

» **Milano** La stessa domanda è stata posta oltre 1200 volte, a semplici consumatori o a grandi chef: «Dove nascono le eccellenze gastronomiche?» La risposta è stata corale: «A Parma».

E' questo, in estrema sintesi, quanto emerge da una indagine Ipsos presentata ieri mattina a Milano e dedicata al meglio del cibo italiano in cui si evince – per noi non è una sorpresa ma, ricordiamolo, lo studio è di respiro nazionale - che quando si parla del meglio di ciò che arriva sulle tavole in Italia il pensiero corre al nostro territorio. Non a caso, infatti, ormai si parla di «Parma Food Valley».

Una valle fortunata dove il saper fare e il gusto sono di casa, dove da millenni nascono prodotti unici che il mondo ci invidia, dove il cibo oltre che tradizione è ricchezza e per cui persino un grande chef come Davide Oldani, allievo di Gualtiero Marchesi e ora alla guida di un locale da due Stelle Michelin, non può fare altro che, idealmente, inchinarsi: «Solo nella Parma Food Valley ci poteva essere un territorio di così alta qualità, sia per quanto riguarda l'alimento fresco sia per la produzione industriale».

Un blasone che, come detto, l'indagine statistica conferma con il rigore dei numeri: tra i cinque prodotti gastronomici che meglio rappresentano il nostro Paese nel mondo, il 27% degli italiani cita spontaneamente uno di quelli che nascono proprio nella Parma Food Valley. E, in generale, più del 50% riconosce il valore di eccellenza dei nostri alimenti. Insomma, una vera e propria investitura che ovviamente inorgoglia la Fondazione Parma Creative City of Gastronomy Unesco che, dal 2017, unisce le sei filiere simbolo dell'agroalimentare di casa nostra: quelle del Parmigiano Reggiano, del Prosciutto di Parma, della pasta, del pomodoro, del latte e del pesce lavorato. Se la nostra città, nel 2015, è stata la prima ad essere insignita del riconoscimento Unesco come Città Creativa per la gastronomia un motivo c'è. E di questo si è parlato ieri a Milano ricordando che, oltre la fierezza di campanile, qui sono in gioco enormi risorse: le sei filiere appena citate hanno prodotto nel 2023 un fatturato al consumo di oltre 11 miliardi di euro con oltre 5 miliardi che derivano dalle esportazioni. E sono coinvolte oltre mille aziende.

Un successo che, ha sottolineato l'assessore con delega proprio alla Città Creativa Unesco, Marco Bosi, è il frutto certo di un sapere antico «ma anche della capacità di mettere insieme pubblico e privato, mondo consortile e quello della formazione e che ancora di più potrà e dovrà fare per il futuro». Sì, perché se i risultati sono positivi molto ancora è da fare come ha ricordato Massimo Spigaroli, chef celeberrimo ma anche presidente della



che ancora, e qui sta la sfida, non tutti identificano come «di Parma» come ha evidenziato Alessandra Foppiano, portavoce della Fondazione Parma città creativa Unesco: «Il nostro è un brand importante ma che può essere incrementato ulteriormente a livello anche internazionale».

Per farlo ci sono gli strumenti, la volontà e, dettaglio non banale, le competenze: «Spesso si parla di made in Italy – ha ricordato Andrea Belli, in rappresentanza della filiera della pasta. - Ecco, forse sarebbe giusto parlare di “fatto dagli italiani” per mettere in primo piano il valore aggiunto che chi lavora porta in dote».

Una dote che evidentemente i consumatori riconoscono: tra gli intervistati per lo studio oltre il 63% dice di scegliere privilegiando la qualità. Ricordiamolo: è un dato che paga. Dal 2015 l'export della Parma Food Valley è sempre cresciuto. E in 10 anni si è sfiorato il 100%.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Filiere riunite

Tutti i rappresentanti delle diverse filiere coinvolte nella Fondazione Parma Città creativa Unesco per la Gastronomia.

6

le filiere coinvolte in questo progetto.

1200

circa le persone intervistate da Ipsos

11

i miliardi di fatturato di Parma Food Valley

Fondazione: «In un mondo segnato dalla conflittualità
lavoreremo ancora di più per fare conoscere l'eccellenza dei
nostri prodotti ». Quei prodotti che sono universalmente
noti ma

[Copyright \(c\)2025 Gazzetta di Parma, Edition 27/3/2025](#)
[Powered by TECNAVIA](#)
