

COMUNICARE L'IMPRESA TERRITORI/1

UN GRUPPO DI AMICI, UNA SFIDA. E ORA PARMA VUOL DECOLLARE

L'esperienza di "Parma, io ci sto!", con oltre 150 adesioni di alto livello, il riconoscimento di Capitale italiana della cultura nel 2020, i quattro tavoli di lavoro sulle grandi direttrici dello sviluppo possibile in città

a cura della redazione

Un gruppo di amici, innanzitutto. Poi alcune idee in comune di cui la prima è che il successo – che ha sorriso a tutti loro – implichi il dovere di restituirne un po' all'ambiente che l'ha reso possibile; e infine l'amore riconoscente per la loro città, Parma.

È nata così, due anni fa, "Parma io ci sto", dall'iniziativa di Alessandro Chiesi, Guido Barilla e Andrea Pontremoli, ai quali si sono affiancati l'Unione Parmense degli Industriali, la Fondazione Cariparma e ben presto altri 150 firmatari che hanno aderito e sottoscritto il "Manifesto per Parma".

«Il nostro territorio ha grandissimo potenziale, l'ha sempre dimostrato nelle fasi di difficoltà», racconta il presidente Alessandro Chiesi «fino alla fine degli Anni Novanta eravamo sempre primi o secondi nella classifica della qualità della vita. Poi siamo crollati. Ebbene,

noi siamo certi che qui ci sia il potenziale per tornare a essere un posto dove si sta bene, che significa anche saper attrarre e formare e trattenere talenti».

Il Manifesto, dunque. Eccone il cuore: «Abbiamo il privilegio di abitare la terra del buon vivere, del gusto e dell'ingegno. La vogliamo veloce, ma senza lasciare indietro nessuno, europea, perché l'Europa ci ha scelto, e unita nel realizzare progetti concreti. Per questo chiediamo anche a te, che ami Parma come noi, di firmare questo patto, per costruire il futuro sulle nostre specialità».

«Abbiamo discusso tra noi e coinvolgendo una start-up di ragazzi, Caffèina, nata da una costola di Buongiorno.it e ci siamo dedicati a sostenere la candidatura di Parma a capitale della cultura italiana 2020. Abbiamo lavorato moltissimo negli ultimi due anni come associazione e come città, dando vita ad un vero e



proprio lavoro di team che oggi ha dato i risultati sperati e meritati. Oggi come non mai siamo fieri di essere parmigiani e non vediamo l'ora di partire con questa nuova importantissima occasione per tutti».

Detto fatto. «Abbiamo individuato un disegno condiviso, con priorità e obiettivi Niente di fantascientifico. L'idea era che un territorio come Parma dovesse ricentrarsi sulle sue eccellenze perché con quelle può davvero fare la differenza a livello globale».

"Parma io ci sto" ha creato quattro tavoli di lavoro chiamati petali, corrispondenti a quattro eccellenze: gastronomia; formazione e innovazione; cultura e musica; tempo libero e turismo. «I finanziamenti non sono un problema, quando ci sono idee, intelligenze e iniziative», sintetizza Chiesi: «I tavoli hanno iniziato a lavorare e a produrre. Cercando di fare sistema anche con territori limitrofi».



**IL TURISMO E IL
TEMPO LIBERO,
COORDINATORE
ANDREA
PONTREMOLI**

«Non basta avere un patrimonio turistico e culturale, bisogna saperlo gestire e incrementare, creando percorsi incrociati e concatenati in grado di valorizzare ciò che ci rende unici e su questo

costruire una potenziale industria turistica che, oltre ad un ritorno economico, potrà rendere più bello e vivibile il nostro territorio».

LA VISIONE

Occorre migliorare la capacità attrattiva e strutturare l'offerta.

Parma ha bisogno di riscoprirsi territorio fatto di unicità da scoprire, focalizzato sui prodotti tipici dell'agroalimentare e sul pa-

trimonio storico, artistico e ambientale.

I MACRO-OBIETTIVI

Valorizzare gli asset strategici del territorio, creando percorsi incrociati e concatenati per soddisfare i bisogni. Esplicitare le eccellenze del territorio. Creare un senso di comunità territoriale attraverso un network virtuoso con un'agenda di eventi su scala provinciale. Attrarre un maggior numero di turisti sul territorio di Parma.



**LA NOSTRA CULTURA,
COORDINATORI
DAVIDE BOLLATI,
GINO GANDOLFI**

«Gli interventi in campo artistico-culturale possono svilupparsi seguendo due direttrici di azione complementari: opportunità per valorizzare la capacità attrattiva di Parma e occasione per accrescere il livello culturale della nostra comunità».

LA VISIONE

Parma possiede un patrimonio storico-culturale con punti di interesse di rilievo nazionale, attrae per la sua ricchezza artistica e musicale, fortemente intrisa delle tradizioni del territorio, ma capace di affascinare e richiamare l'attenzione di tutto il mondo.

I MACRO-OBIETTIVI

Rianimare i luoghi d'arte dei territori di Parma creando percorsi che coinvolgano il turista. Posizionare Parma e Busseto come il cuore della musica Verdiana, reinterprestando la lirica anche in chiave moderna. Partendo dall'esperienza dell'anno scorso, molte delle aziende associate hanno deciso di aumentare per il 2017 l'impegno profuso verso l'istituzione del Teatro Regio per l'evento Verdi Off, incrementando il loro contributo economico o scegliendo di sostenerla per la prima volta.

IL PROGETTO VERDI OFF

Il Festival Verdi 2017 ha accolto 23.145 spettatori, con un incasso di oltre 1.300.000 euro e Verdi Off ha avuto ben 20.000 partecipanti, cioè il doppio dell'anno scorso. Un risultato ulteriormente significativo considerando il progetto artistico 2017 con due opere di rara esecuzione come Jérusalem e Stiffelio. L'analisi dei dati, che evidenzia un +57% di spetta-



**IL BUON CIBO,
COORDINATORE
GUIDO
BARILLA**

«Io penso che Parma abbia il diritto di diventare la vera Food Valley, di cominciare a coniugare il brand Parma assieme al concetto di Food Valley in modo professionale, continuo, pieno di contenuti».

LA VISIONE

Parma e la sua provincia sono un luogo di antiche tradizioni ed eccellenze enogastronomiche da scoprire e valorizzare. Cultura, gusto e ingegno devono dialogare per portare il territorio ad essere un punto di riferimento internazionale nel settore agroalimentare.

I MACRO-OBIETTIVI

Aumentare la visibilità di Parma e rafforzare il ruolo centrale nella Food Valley. Rafforzamento e coordinamento di eventi legati al cibo e all'agroalimentare. Incremento del turismo enogastronomico a Parma e consolidamento della food leadership del territorio.

IL PROGETTO

Portare nel mondo gli alimenti e la cultura del cibo di Parma. Il progetto Food Farm 4.0 mette in rete 6 istituti scolastici di Parma e del suo territorio (4 scuole secondarie superiori e 2 inferiori) e prevede la realizzazione di un laboratorio aperto agli ITS, agli Enti di formazione e ricerca e all'Università, con all'interno impianti pilota per diverse trasformazioni agroalimentari, una linea per il confezionamento e un laboratorio per le analisi chimiche.



**LA FORMAZIONE
E L'INNOVAZIONE,
COORDINATORE
ALESSANDRO CHIESI**

«Una continua collaborazione tra Università, sistema formativo, aziende e istituzioni è fondamentale per generare innovazione e per fornire la formazione specialistica necessaria ad alimentare le competenze del mondo produttivo e culturale del nostro territorio, rendendolo più competitivo e attrattivo per chi ci investe, ci lavora, ci studia, ci vive».

LA VISIONE

L'innovazione e la formazione sono il motore di sviluppo del nostro territorio. Vogliono puntare su eccellenze produttive locali dando spazio anche all'internazionalità, su università e formazione specialistica sempre più strutturati, su un dialogo costante e costruttivo tra sistema formativo e tessuto imprenditoriale.

I MACRO-OBIETTIVI

Supportare l'innovazione nei settori di punta del territorio. Alimentare l'osmosi fra formazione e attività produttive del territorio.

IL PROGETTO PER L'ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO

Il progetto per l'alternanza scuola-lavoro è diventato realtà con la firma del protocollo d'intesa fra Ufficio Scolastico Provinciale e "Parma, io ci sto!". È iniziato nel maggio scorso con il coinvolgimento di alcune aziende associate per la costituzione di un "progetto pilota" che unisse il mondo della scuola a quello delle imprese, attraverso una procedura organizzativa definita. Il ruolo di "Parma io ci sto" non si è concluso con la firma di questo patto, ma sta proseguendo coordinando le attività e supportando le scuole nelle varie procedure.

COMUNICARE L'IMPRESA TERRITORI/2

Così Federico "il Concreto" ha sistemato il Ducato

Con un progetto di marketing costruito attorno a cibo&cultura e una cabina di regia per gestire gli eventi. E ora il sindaco Pizzarotti vuol portare "l'esperienza Parma" nell'agone politico nazionale

di Francesco Condoluci

FRESCO DI ELEZIONE A PRESIDENTE DI "ITALIA IN COMUNE", IL NUOVO PARTITO DEI SINDACI CHE HA CONTRIBUITO A CREARE, FEDERICO PIZZAROTTI DA PARMA, l'ex più ex di tutti nella (giovane e travagliata) storia del movimento Cinque Stelle, può sedere tranquillo e guardarsi alle spalle sicuro di aver, sin qui, seminato bene. "Italia in Comune" a metà aprile ha chiuso la sua fase costituente annunciando il debutto in una competizione elettorale nel 2019. La certezza di aver fatto bene a lasciare per sempre "i pentastellati" (sui quali, in tempo di infruttuose consultazioni per la formazione del governo, si concede anche la battuta: «facciamoli governare, così vediamo di che cosa sono capaci davvero») si fa ogni giorno più granitica e, nel frattempo, il Comune di Parma, che da sindaco guida ormai da cinque anni, miete un successo dietro l'altro. L'ultimo, in ordine di tempo, è quello di essere riuscito a varare un modello - già ribattezzato "sistema-Parma" da qualche immaginifico cronista - che, sotto il coordinamento dell'am-



L'ASSESSORE CRISTIANO CASA E IL SINDACO FEDERICO PIZZAROTTI TRA LE ECCELLENZE UMANE E GASTRONOMICHE DI PARMA

ministrazione comunale, ha fatto sedere allo stesso tavolo imprenditori, aziende, consorzi, enti culturali e strutture ricettive per mettere in rete le competenze e le eccellenze principali del territorio, cibo e cultura, in un'unica "cabina di regia". Un esempio virtuoso di sinergia tra pubblico e privato che ha portato, tra le altre cose, alla nomina di "Parma Capitale della cultura 2020", appunto.

NELLA "CABINA DI REGIA" COSTITUITA A PARMA CI SONO 15 SOGGETTI: DAL COMUNE ALLE AZIENDE MUTTI, BARILLA E PARMALAT AI CONSORZI DI TUTELA

Sindaco, il segreto è quell'approccio "concreto" ai problemi del territorio che lei ha detto di voler portare anche dentro il nuovo partito "Italia in Comune"?

No, il segreto è nel lavoro di squadra. Il percorso che ha portato a "Parma capitale della Cultura 2020" ha un precedente importante ed è il lavoro che tre anni fa aveva portato la città ad

essere eletta come prima "Città Creativa UNESCO per la Gastronomia". Già in quell'occasione, avevamo fatto rete con realtà locali che in passato andavano ognuna per conto proprio. Per cui stavolta eravamo rodati, abbiamo coinvolto il territorio e le imprese e queste ultime si sono rivelate determinanti anche a livello ministeriale, quando siamo andati all'audizione e abbiamo portato con noi un imprenditore dell'associazione "Parma io ci sto", così da mettere in chiaro subito il rapporto pubblico-privato che c'era alla base del progetto e nel quale il privato non è sponsor ma partner.

Oggi possiamo andare in giro per il mondo come "sistema Parma" sia con la parte istituzionale che con quella imprenditoriale, le quali lavorano insieme pur mantenendo la propria autonomia. Credo sia questa la vera grande caratteristica che ha fatto la differenza.

Insomma Parma è riuscita laddove altre realtà non sono state capaci di "mettere a sistema" le risorse del territorio. Può es-



**NEGLI ULTIMI 5 ANNI
I TURISTI SONO
AUMENTATI DEL 26%.
VOGLIAMO PORTARE
I 700 MILA DI OGGI
FINO A UN MILIONE**

sere un benchmark per il resto del Paese? Noi ce lo auguriamo, ma solo i risultati potranno dirlo. Di sicuro la lezione che possiamo trasmettere agli altri è che il tempo del "battere cassa", del chiedere soldi per fare le cose, è finito. Oggi bisogna andare e dire "facciamolo insieme". Occorre lavorare ed essere corresponsabili dei successi come degli insuccessi. Non vogliamo esportare il modello-Parma, piuttosto vogliamo "contaminare" gli altri con il modello-Parma. Parma che ha successo fa bene a Parma, fa bene all'Emilia Romagna, fa bene all'Italia intera.



«Una cogestione pubblico-privata che dà lustro al territorio»

Cristiano Casa – modi affabili, un cammino politico speculare a quello di Pizzarotti, anch'egli prima attivista 5stelle poi fuoriuscito per mettersi in proprio, e una lunga esperienza professionale alle spalle nel mondo delle Pmi (di cui, da giovane imprenditore, è stato anche vicepresidente dentro Confapi) – è l'assessore con delega al Turismo, Agricoltura e Commercio che a Parma ha seguito brillantemente, ab origine, il "progetto Unesco" e tutto il resto che ne è conseguito. **Non c'è che dire, con questa storia del food come leva culturale e turistica, avete scritto una ricetta di marketing territoriale di grande successo...**

Direi che abbiamo saputo costruire "una strategia". Siamo partiti da un'analisi del mercato per scegliere il driver su cui puntare. Parma ha l'arte, la cultura, la musica. Ma ha anche un'altra particolare eccellenza nella quale è tra i numeri uno al mondo: è la capitale della "food valley", più o meno il 25% del fatturato delle Dop-Igp italiane, e parliamo di 1,5 miliardi di euro, viene sviluppato qui. Ecco perché abbiamo puntato su questo, iniziando a fare sinergia con tutte le realtà della provincia per costruire un "club di prodotto", ossia un nucleo

di operatori, al momento sono 250 dislocati su 35 comuni, che hanno come filo conduttore il food: produttori, ristoratori, albergatori. Li abbiamo messi assieme con un disciplinare chiaro e l'obiettivo comune di aiutare il territorio a diventare turisticamente sempre più attraente. **E che regole avete imposto nel disciplinare?** Ad esempio che la domenica i ristoranti debbano essere aperti. Fino a poco tempo molti chiudevano per il giorno di riposo. Ma un territorio che punta forte sul turismo non può permetterselo. Una volta creato il prodotto e fissate le regole, abbiamo lavorato sulla promozione, concentrandoci su quei mercati come Usa e Giappone che ci interessano di più e su un target con capacità di spesa media alta. **E adesso, con Parma Capitale della cultura 2020, volete raccontare la Food Valley al mondo.** In realtà, il mondo si è già accorto di Parma. La svolta c'è stata con l'elezione a "Città creativa per la Gastronomia" nel 2015. La parola UNESCO è, già di per sé, un grande propulsore. Ora stiamo lavorando sugli eventi. Negli ultimi due anni abbiamo presentato a Parma la Guida Michelin, ottenendo ulteriore



visibilità. E a maggio partirà il calendario di manifestazioni per il "2018 Anno del Cibo". Si comincia con il Fuori Salone di Cibus, per poi passare, a giugno, alla prima edizione del City of Gastronomy Festival che verrà organizzato assieme a "Parma, io ci sto!" formata da aziende e realtà locali. Quindi, a settembre, ci sarà "Taste": un mese intero dedicato al food. Quindi gli appuntamenti "fuori Parma": occasioni di scambio internazionale con altre città Unesco. **In una stagione di vacche magre per gli enti locali, con la co-gestione pubblico-privata, avete trovato una valida alternativa finanziaria.** Sicuramente. Il Comune investe sul turismo grazie agli introiti della tassa di soggiorno. Ma grazie alle attività di comunicazione delle aziende, si fanno economie di scala. La Barilla o il Consorzio del Prosciutto di Parma, ad esempio, hanno una forza mediatica tale da portare benefici a tutto il territorio.