

Turismo Dop, Parmigiano in testa ma pochi stranieri

Qualivita Primato nazionale per il re dei formaggi, settimo il Prosciutto di Parma

di Nicola De Ieso

Trentasei progetti turistici per il Parmigiano Reggiano e dodici per il Prosciutto di Parma collocano il territorio parmense ai primi posti nel secondo Rapporto sul Turismo Dop di Fondazione Qualivita. In Emilia-Romagna si contano 88 attività progettuali nel 2025, tra eventi, visite, musei e percorsi legati ai prodotti certificati. L'offerta resta fortemente orientata agli eventi (35), seguiti da 26 infrastrutture, 18 attività di valorizzazione e 9 di informazione.

Il posizionamento regionale è competitivo: l'Emilia-Romagna è terza in Italia per indice di sviluppo del Turismo Dop (57,5), dietro Veneto (68,1) e Toscana (59,9).

All'interno di questo quadro, le filiere territoriali giocano un ruolo centrale. Il Parmigiano Reggiano è primo in Italia per attività censite, mentre il Prosciutto di Parma si attesta al settimo posto, confermando una presenza consolidata ma con un diverso livello di sviluppo.

Tuttavia, il confronto con il dato nazionale chiarisce un punto critico. In Italia si registrano 480 milioni di presenze turistiche nel 2025 (+3%), con una componente internazionale pari al 55% e una spesa dei visitatori stranieri di 46,4 miliardi di euro nei primi nove mesi dell'anno. In Emilia-Romagna le presenze sono 40,8 milioni, di cui 12,2 milioni stranieri, pari a circa il 30% del totale. Un dato decisamente inferiore alla media nazionale.

Stessa tendenza in provincia di Parma, che nel 2025 ha superato i 790mila turisti e 1,71 milioni di presenze, in aumento rispetto all'anno precedente. Un quadro che evidenzia un sistema attivo e in espansione sul piano dell'offerta, ma ancora con ampi margini di sviluppo in risposta alla domanda internazionale legata al food. I principali flussi turistici esteri verso l'Italia restano concentrati in Europa: la Germania rappresenta il 25,7% del totale, seguita da Stati Uniti (9,4%) e Regno Unito (5,8%), con quote rilevanti anche per Francia (5,5%), Svizzera (4,8%) e Paesi Bassi (4,4%).

Il turista Dop è prevalentemente adulto: il 32% ha tra i 46 e i 60 anni e il 29% tra i 31 e i 45, mentre i giovani tra i 18 e i 30 anni rappresentano il 17%. La componente maschile è maggioritaria con il 58% delle presenze.

Dal punto di vista delle motivazioni, nel Rapporto si evidenzia che la degustazione resta il primo driver (63%), seguita dalla scoperta del territorio (48%), dall'intrattenimento (46%) e dalle visite in azienda (41%).

Le esperienze vengono percepite soprattutto

Emilia-Romagna terza in Italia, ma le presenze dall'estero di fermano al 30% contro il 55% a livello nazionale



come di qualità (33%) e legate al territorio (30%), oltre che autentiche (21%) e interessanti (17%). Non manca una componente educativa: il 64% dei visitatori dichiara di aver migliorato la conoscenza delle caratteristiche del prodotto, il 54% dei metodi di produzione e il 53% degli aspetti legati alla storia e alla cultura locale. Rilevante anche il ruolo dei consorzi di tutela, riconosciuti dal 76% come garanzia di originalità.

Nel complesso, il Rapporto restituisce una fotografia chiara per Parma, che è tra i territori più attivi nel Turismo Dop per capacità di costruire offerta, con l'opportunità di intercettare una quota più ampia di visitatori stranieri, che hanno una propensione media alla spesa più alta.

Il "Turismo Dop" entra anche nel vocabolario Treccani e viene riconosciuto come espressione di un fenomeno ormai strutturato, con un valore che assume una rilevanza economica, sociale e istituzionale. L'inserimento tra i neologismi dell'enciclopedia italiana segna un passaggio formale ma anche sostanziale: certifica l'esistenza di un modello capace di incidere sullo sviluppo dei territori e sulla promozione del made in Italy. Non è solo una pratica diffusa, ma un sistema che integra prodotto, territorio e patrimonio culturale, rafforzando identità e coesione, alternativa matura ai modelli di turismo di massa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

667

Le iniziative

Sono state 667, con un incremento di 73 (+12%) rispetto al 2024 le iniziative di Turismo Dop realizzate lo scorso in Italia da 376 Consorzi di tutela.