

Il Grana padano

In testa alla classifica dei prodotti tipici per valore di produzione spicca il Grana Padano che viene fabbricato anche in Lombardia con 1,3 miliardi di euro. Il Parmigiano Reggiano è secondo a quota 1,1 miliardi di euro



Il prosciutto crudo

Importante la produzione del prosciutto crudo di Parma, che in Lombardia è appannaggio dell'area della provincia di Mantova oltre che della zona di origine. Questo tipico salume da esportazione vale poco meno di un miliardo di euro

Ottimo cibo, ma pochi lo sanno E la Lombardia resta indietro

Dodicesima per appeal nonostante il suo enorme potenziale

Paolo Galliani
MILANO

GLI AFORISMI aiutano e ce n'è uno che sta diventando un dogma: «Per appartenere a un luogo, bisogna assaggiarlo». Allusione chiara: il cibo è ormai il nuovo Graal degli italiani. E se è una percezione diffusa, da ieri è anche un dato sociologico di cui tenere conto: per almeno il 30% dei nostri connazionali è «la motivazione» per cui vale la pena fare un viaggio, quota che non raggiunge quella di altri Paesi europei (in Francia la percentuale è del 46%) ma è comunque rilevante e in forte crescita, tenendo conto che solo l'anno precedente (2016) il dato era stato solo del 21%.

SE QUESTO È VERO, come hanno verificato Roberta Garibaldi, l'Università di Bergamo e la World Food Travel Association, realizzando il «Primo Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano» sulla base delle risposte di un campione significativo (mille questionari), è importante anche la percezione che i viaggiatori gourmet hanno del Belpaese. Con alcune regioni a brillare tra le destinazioni più desiderate (Toscana in testa, seguita da Sicilia e Puglia), mentre stupisce lo scarso appeal che la Lombardia continua ad avere sui traveller (italiani, ma anche stranieri), a dispetto del suo enorme potenziale produttivo e della sua invidiabile offerta: solo al dodicesimo posto tra le terre elette dove pensare di poter mangiare bene e vivere esperienze particolari in materia di food e beverage.

Un risultato non del tutto lusinghiero, che comunque non smentisce i passi avanti registrati all'indomani di Expo 2015, con la promozione della



SAPORI Lombardia vocata per vino e cibo di valore. Ma i turisti ancora la ritengono una meta adatta soltanto a chi cerca shopping o incontri di lavoro

Il settore in cifre



30%
Il peso di vino e cibo nella scelta delle località da parte dei turisti italiani



12°
La posizione in classifica della Lombardia fra le mete scelte dai turisti gourmet

105

I ristoranti lombardi segnati sulle principali guide gastronomiche del Belpaese

stessa Regione attraverso **Explora** e l'esperienza maturata nell'ultimo anno nell'ambito del progetto East Lombardy che ha acceso i riflettori sulle quattro province più orientali (Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova), coinvolto 1.100 operatori locali e lasciato in eredità un lavoro di gruppo destinato (si spera) ad essere riprodotto.

RESTA IL DATO emerso ieri mattina nella sede Touring Club di corso Italia a Milano: i turisti enogastronomici sono acculturati,

IDENTIKIT DEL TURISTA Chi ama l'enogastronomia ha una solida cultura e forte propensione alla spesa

hanno una forte propensione alla spesa, cercano nell'enogastronomia qualità, sostenibilità e contatto con la cultura del territorio, si muovono agevolmente su web e social, e desiderano vivere esperienze coinvolgenti in materia di cibo, con marcato interesse per i vini e le birre artigianali. Paradossale la fotografia sulla

Lombardia: al primo posto per presenza di ristoranti di eccellenza, al terzo per cibi certificati e di agriturismi, al quarto per l'offerta di vini certificati e cantine propense all'accoglienza.

EPPURE SOLO dodicesima nella percezione collettiva dei turisti enogastronomici come meta interessante.

Se c'è un errore nella somma, ieri, Roberta Garibaldi l'ha indicato: «È un recupero lungo e difficile. E bisogna crederci».

La classifica

Le province più ricche di Dop e Igp

3° posto
Mantova

5° posto
Brescia

8° posto
Sondrio

14° posto
Bergamo



I dati

477,4
milioni di euro

Il peso di Mantova nel settore Dop-Igp



220
milioni di euro

Il valore della produzione di bresaola



LEGO

IL RAPPORTO SU DOPE E IGP

Prodotti di eccellenza La stella è Mantova

MANTOVA

MANTOVA che si mete in vetrina, Brescia che non le è da meno e la Valtellina che ha un peso specifico relativo quando c'è da misurare popolazione e dimensione economica, ma che brilla - eccome - quando ci parla di eccellenze gastronomiche. I dati sono comunque chiari: se la Lombardia non fa breccia (come dovrebbe) nei desideri dei viaggiatori del gusto, la fa nella classifica delle regioni più dinamiche nella filiera agroalimentare.

E IERI, da Roma, sono arrivati dati e cifre del «Rapporto Ismea-Qualità» più che illuminanti. Subito la grande sorpresa: nella fotografia delle province con maggiore impatto economico in tema di Food Dop Igp, il Mantovano si piazza al terzo posto (alle spalle di Parma e Modena), con un incremento addirittura dell'81% rispetto alle precedenti rilevazioni, seguito al quinto posto dal Bresciano, provincia che fa la sua bella figura anche nel comparto vino, con un 15° posto che se non è altisonante, almeno a livello lombardo vale una mezza vittoria (Pavia occupa il 16esimo). In termini numerici, la Lombardia afferra un ragguardevole secondo posto nella classifica nazionale tra le regioni economicamente più pesanti nel food Dop e Igp (alle spalle dell'Emilia Romagna). Infine, di tutto rispetto il piazzamento della bresaola valtellinese fra i primi 10 prodotti italiani per valore di produzione. Al primo posto il Grana Padano: anche qui, per la gioia della Lombardia. **P.G.**