Mangiare lombardo nel mondo: ecco i 123 ristoranti “doc”

mangiare-lombardo-77ecd11b

E’ il risotto il simbolo del mangiare lombardo nei ristoranti esteri, protagonista in un menu su tre, seguito dalla costoletta alla milanese (15%) dalle zuppe e minestroni (15%) e dal vitello tonnato (11%). Diffusi anche la polenta e l’ossobuco alla milanese (li offre un menu su dieci). Ma nelle carte si trovano anche gnocco fritto alla polenta con funghi freschi o gorgonzola, ossobuco, risotto alla milanese con midollo, vitello tonnato, minestrone, tagliere di formaggi tipici lombardi, casonsei e zuppa bresciani, costoletta alla milanese, cannelloni di zucca alla cremonese, pulaster, chips di polenta fritta.

E’ quanto emerge dai dati relativi ai 123 i ristoranti italiani (tra singole attività e catene) che all’estero offrono cucina regionale di tradizione o ispirazione lombarda, certificati dalle Camere di commercio sul portale **Italian Quality Experience**, una piattaforma online in 3 lingue promossa da Camera di commercio di Milano insieme a Unioncamere e alle altre Camere di commercio italiane, a cui le imprese possono aderire gratuitamente. Un’iniziativa che mira quindi a sostenere la cultura alimentare del Made in Italy nel mondo: «Promuovere le eccellenze della cucina lombarda e italiana nel mondo - afferma Alfredo Zini, consigliere della Camera di commercio di Milano - è un’occasione importante per diffondere la conoscenza del nostro territorio e della sua specificità agroalimentare basata su ingredienti antichi e ricette tipiche che la creatività dei nostri ristoratori all’estero ha permesso di adattare ai gusti dei diversi Paesi nel rispetto sostanziale della tradizione».

La certificazione avviene sulla base della qualità degli ingredienti utilizzati, autenticità delle ricette, qualità del servizio ed accoglienza. «La qualità degli ingredienti è alla base della buona cucina italiana - spiega Giovanni Benedetti, membro di giunta della Camera di commercio di Milano e direttore di Coldiretti Lombardia -. I ristoranti che all’estero utilizzano ingredienti genuini della tradizione agroalimentare italiana e lombarda diventano così promotori di un marketing diffuso che fa bene all’economia del nostro territorio e alla conoscenza del vero “made in Italy”.

I Paesi in cui piace magiare lombardo

I ristoranti certificati che offrono o si ispirano alla cucina lombarda si concentrano in Europa (28%), Asia (27%) e Centro e Sud America (21%). La cucina lombarda va forte soprattutto in Brasile, Stati Uniti e Cina, ma ci sono anche ristoranti negli Emirati Arabi, in Sud Africa e Vietnam. Una cucina apprezzata soprattutto nelle grandi metropoli come San Paolo e Rio De Janeiro, Pechino, Hong Kong e Singapore, Los Angeles, New York e Miami. Da rilevare, infine, che tre ristoranti hanno la parola Milano nell'insegna (1 a Rio de Janeiro e 2 a Miami), mentre 3, sempre nel nome, si ispirano ai laghi lombardi.

Prodotti tipici lombardi

Nel mondo i prodotti tipici lombardi - rivela un'elaborazione della Camera di commercio di Milano su dati Istat relativa ai primi nove mesi del 2015 e 2014 - valgono 4 miliardi di euro. Partono soprattutto da Milano (oltre un miliardo), Bergamo (470 milioni) e Mantova (420). Carne, frutta, formaggi e prodotti farinacei vanno sulle tavole francesi, il pesce in Grecia, gli oli e i vini negli Stati Uniti, le granaglie e gli amidi in Germania. Il Regno Unito è invece in crescita, soprattutto per pane e prodotti da forno (+22%) e per vini e bevande (+11%), così come gli Stati Uniti (+14%), il Giappone per gli oli (+29,5%) e la Svizzera per le carni (+9,8%) e i pesci (+7,6%).