

EAST

LOMBARDY

Savour Italy's flavours

 **LOMBARDIA ORIENTALE 2017**
REGIONE EUROPEA DELLA GASTRONOMIA

The background features a stylized illustration of several green trees with rounded canopies and thin trunks, set against a light tan background. The trees are arranged in a row, with some overlapping. The text 'Il Contesto' is positioned on the right side of the image, overlaid on the green foliage.

Il Contesto



La Lombardia Orientale: 4 province con un patrimonio naturalistico e culturale, sia materiale che immateriale, di indiscussa ricchezza.

Bergamo, Brescia,
Cremona
e Mantova hanno ricevuto
il riconoscimento di
Regione Europea della
Gastronomia
per il 2017.

Unendosi si promuovono
come unica grande
destinazione turistica,
puntando sul
connubio tra patrimonio
artistico e naturalistico e
la grande tradizione eno-
gastronomica, senza però
perdere di vista
le singole identità, le
peculiarità che
caratterizzano i territori e
l'attenzione alla
sostenibilità



- ✓ L'enogastronomia ha assunto un ruolo centrale nelle aspettative e nelle motivazioni dei viaggiatori, diventando un vero e proprio fattore di attrazione e di promozione della destinazione
- ✓ Il patrimonio enogastronomico, integrandosi con gli altri elementi dell'offerta, può diventare un fondamentale elemento di valorizzazione a beneficio dell'intera offerta turistica territoriale

L'interesse verso il cibo è sempre maggiore.

Gli italiani sono un popolo di appassionati, intenditori ed esperti, prestano grande attenzione all'aspetto qualitativo, e hanno una grande voglia di sperimentare:

Sempre più italiani viaggiano alla scoperta di cibo e vino:

✓ Il 92% dei turisti *leisure* italiani ha partecipato ad almeno un'attività enogastronomica memorabile nel corso delle sue più recenti vacanze.

✓ Il 21% degli italiani intervistati ha dichiarato di aver effettuato una vacanza all'insegna del food negli ultimi 2 anni.

Anche il mondo dà segnali analoghi a quelli italiani:

✓ L'interesse verso le esperienze enogastronomiche è in forte aumento rispetto agli anni scorsi. Il 72% dei turisti *leisure* considera questo aspetto più importante rispetto a quando viaggiava cinque anni fa.

✓ A livello mondiale, i turisti enogastronomici sono per il 49% *culinary traveller* mentre per il 46% *beverage traveller*.

✓ Il numero di questi turisti è in crescita non solo in Europa e negli Stati Uniti, ma anche in Paesi emergenti come Cina e India.

Il National Geographic ha previsto che entro il 2100 circa la metà delle specie animali e vegetali saranno estinte con effetti devastanti sulla nostra salute e sull'ambiente.

Intanto, la biodiversità continua a perdere pezzi: si stima che ogni giorno scompaiano circa 50 specie viventi. L'estinzione è un fatto naturale, che si è sempre verificato nella storia della Terra. Mediamente, una specie vive un milione di anni. Il problema è che attualmente la biodiversità si riduce a un ritmo da 100 a 1000 volte più elevato rispetto al ritmo 'naturale'.

Questo fa ritenere che siamo di fronte a un'estinzione delle specie superiore a quella che la Terra ha vissuto negli ultimi 65 milioni di anni, persino superiore a quella che ha segnato la fine dei dinosauri.

Fonte dati: FAO, cit in Slow Food (2012). "Il nostro spreco quotidiano. Come smettere di buttar via cibo e risorse".

Un'indagine condotta negli ultimi anni in 16 Paesi, dal Sud America all'Indonesia, afferma che il 25% delle 625 specie di primati oggi conosciute è in pericolo di estinzione, a causa della caccia, del commercio illegale, della distruzione degli habitat, dei cambiamenti climatici. Alcune di esse sono molto vicine all'estinzione totale, in quanto la loro popolazione si è ormai ridotta a qualche dozzina di individui.

In Europa sono a rischio di estinzione: il 42% dei mammiferi autoctoni, il 15% degli uccelli, il 45% delle farfalle, il 30% degli anfibi, il 45% dei rettili, il 52% dei pesci di acqua dolce. In Italia risultano estinte ben 13 specie animali (10 uccelli, 1 mammifero e 2 rettili) e circa 400 specie sono minacciate d'estinzione; di queste almeno 50 sono in grave pericolo.

Fonte dati: Fonte: Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale - ISPRA

The background features a light tan color with several large, overlapping, rounded shapes in a vibrant green. These shapes resemble stylized leaves or petals, creating a layered, organic effect. The text is positioned on the right side, overlapping the green shapes.

Il Progetto Internazionale



Il progetto European Region of Gastronomy ha l'obiettivo di celebrare e valorizzare le tipicità enogastronomiche territoriali e di contribuire a migliorare la qualità della vita nelle regioni europee, attraverso la valorizzazione locale e la cooperazione internazionale.

Il titolo European Region of Gastronomy viene assegnato ogni anno a due o tre regioni europee selezionate da una giuria di esperti, coordinati da IGCAT, International Institute of Gastronomy, Culture, Arts and Tourism.

Prendendo parte al progetto si entra a far parte di un network di regioni europee che favorisce lo scambio reciproco di informazioni, esperienze e conoscenze e che stimola la collaborazione e lo sviluppo di progetti internazionali.

Due obiettivi principali:

Promuovere la valorizzazione delle culture alimentari tipiche, sollecitare l'innovazione gastronomica, favorire l'educazione alimentare e lo sviluppo di una sempre maggiore sostenibilità ambientale, per consentire quindi un miglioramento della qualità della vita

Creare occasioni di scambio e confronto tra le Regioni premiate e tra gli altri partner del progetto, al fine di favorire la collaborazione, lo scambio di nuove pratiche, l'innovazione e la visibilità anche degli operatori locali su scala internazionale

I principi alla base del progetto



The background features a repeating pattern of stylized, organic shapes. The shapes are filled with a vibrant green color and are set against a light tan or beige background. The shapes resemble elongated, rounded forms with pointed ends, possibly representing leaves or abstract architectural elements. The overall composition is clean and modern.

EAsT Lombardy

Il territorio di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova

✓ Costituisce metà della superficie regionale

✓ Include 1/3 della popolazione lombarda

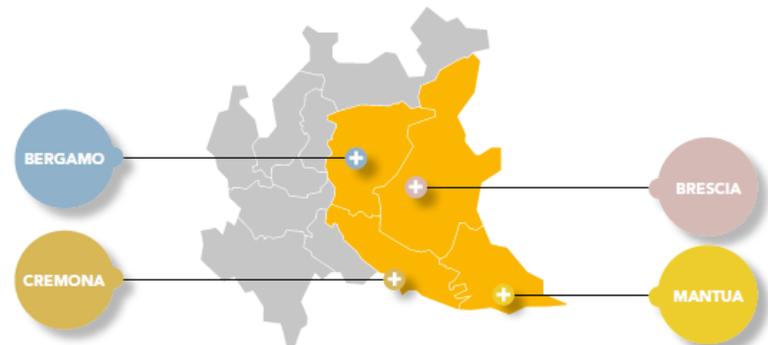
✓ Dispone di aeroporti, una ottima rete autostradale e dell'alta velocità

✓ Comprende località di grande attrattività turistica: laghi e fiumi, partendo dal Lago di Garda, città d'arte, siti UNESCO e destinazioni montane

✓ Conta ogni anno 11,5 milioni di presenze

✓ Vi sono circa 3.400 strutture ricettiva e 144 mila posti letto

✓ Vede quasi 23.000 persone impiegate nei comparti della ricettività e della ristorazione





	Prodotti DOP e IGP	PAT	Vini DOCG, DOC e IGT
Bergamo	16	50	4
Brescia	18	50	15
Cremona	14	40	0
Mantova	12	50	6
Lombardia Orientale	25	125	25

	Guida Michelin 2017	Guida Espresso 2017	Guida Gambero Rosso 2017	Identità Golose 2017
Bergamo	9	9	2	10
Brescia	11	17	3	10
Cremona	0	1	1	0
Mantova	2	3	1	1
Lombardia Orientale	22	30	7	21

Confronto con altri
territori mete di turismo
enogastronomico

	Prodotti DOP e IGP	Vini DOCG, DOC e IGT	Ristoranti stellati Michelin 2017
Reggio Emilia, Parma e Piacenza	22	10	8
Bologna e Modena	25	16	7
Langhe-Roero- Monferrato	18	44	21
Catalunya (senza Barcellona)	19	10	22
Catalunya	21	12	54
Lombardia Orientale	25	25	22

Presidi Slow Food



Agrì di Valtorta (BG)

Bagòss di Bagolino (BS)

Bitto (BG – solo tra i produttori)

Fatulì della Val Savioire (BS)

Stracchino all'antica delle valli orobiche (BG)

Capra orobica (BG) (latticini e formaggi)

Carpione del Lago di Garda (BS)

Sardina essiccata tradizionale del Lago d'Iseo
(Lago d'Iseo – produttori in BS e BG)

Tiròt di Felonica (MN)

Capra orobica (BG) (razze, animali e allevamento)

Mieli di alta montagna (zona produzione: arco
alpino sopra i 200m – produttori anche a BS e CR)



Strade dei vini e dei sapori

Strada del Franciacorta - BS

Strada del vino Colli dei Longobardi - BS

Strada dei vini e dei sapori del Garda - BS

Strada del vino e dei sapori della Valcalepio - BG

Strada del gusto Cremonese nella terra
di Stradivari - CR

Strada dei vini e sapori Mantovani - MN

Strada del riso e dei risotti Mantovani - MN

Strada del tartufo Mantovano - MN

I Due Obiettivi



Valorizzare l'offerta enogastronomica e integrarla nel palinsesto turistico, al fine di:

- ✓ *Generare impatti positivi sull'economia, sull'occupazione e sul patrimonio locale*
- ✓ *Rappresentare una strategia di valorizzazione dei saperi e della cultura del luogo*
- ✓ *Attrarre turisti alla ricerca di Prodotti di alta qualità*
- ✓ *Incrementare la percezione positiva di una destinazione*
- ✓ *Destagionalizzare le presenze*
- ✓ *Contribuire a diversificare le economie rurali*

Stimolare una maggiore integrazione sostenibile delle risorse nelle province coinvolte:

- ✓ *Attraverso mirate campagne di informazione e sensibilizzazione al consumo consapevole e alla produzione sostenibile del cibo*
- ✓ *Implementazione dei sistemi di distribuzione e promozione che favoriscano i piccoli produttori*
- ✓ *Stimolo all'apertura sul mercato per i produttori, preservando la propria tipicità.*



In un progetto di rilevanza internazionale, il lavoro congiunto delle 4 province permette di dar vita ad una strategia complessa, volta a valorizzare il sapere e la cultura del luogo attraverso la creazione di un vero e proprio club di prodotto, rispondendo alla richiesta dei turisti, che al giorno d'oggi sono sempre più esigenti e desiderosi di vivere nuove esperienze.

La collaborazione a cui i 4 territori hanno dato vita in occasione del progetto Lombardia Orientale – Regione Europea della Gastronomia 2017 ambisce a essere duratura, affinché possa portare benefici anche nel futuro, grazie alla crescente integrazione delle competenze sia in un senso orizzontale che verticale, e grazie alla creazione di strategie di sviluppo e marketing integrate

La nostra identità

Le paste
ripiene



I grandi
formaggi



I vini
d'eccellenza



Il Gruppo di Lavoro



10

PARTNER

Regione Lombardia, Comuni di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova,
Camere di Commercio di Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova,
Università degli studi di Bergamo

1

COMITATO POLITICO

Mauro Parolini (Regione Lombardia)

Giorgio Gori (Comune di Bergamo)

Laura Castelletti (Comune di Brescia)

Gianluca Galimberti (Comune di Cremona)

Mattia Palazzi (Comune di Mantova)

Andrea Vendramin (Camera di Commercio di Bergamo)

Maria Grazia Cappelli (Camera di Commercio di Cremona)

Marco Zanini (Camera di Commercio di Mantova)

Eleonora Rigotti (Brescia Tourism) delega di **Massimo Ziletti** (Camera di
Commercio di Brescia)

Fulvio Adobati (Università degli studi di Bergamo)

Roberta Garibaldi (Direttore scientifico East Lombardy)

1

DIRETTORE SCIENTIFICO

Roberta Garibaldi



1

TAVOLO TECNICO

Francesca Vittori (Explora, delega di Regione Lombardia)

Christophe Sanchez (Comune di Bergamo)

Daniela Scaini (Comune di Brescia)

Valerio Demaldè e Paola Milo (Comune di Cremona)

Emanuela Medeghini (Comune di Mantova)

Andrea Locati (Camera di Commercio di Bergamo)

Chiara Ceresoli (Brescia Tourism, delega di Camera di Commercio di Brescia)

Ilaria Casadei (Camera di Commercio di Cremona)

Claudia Sacconi (Camera di Commercio di Mantova)

Roberta Garibaldi (Direttore scientifico East Lombardy)

Elena Viani (Segreteria East Lombardy)

1

COMITATO FOOD

Paolo Marchi

Claudio Sadler

Lisa Casali

Davide Rampello

Andrea Grignaffini

più di 100

STAKEHOLDER LOCALI

Il Processo di Lavoro

Il processo per una destinazione di successo

Capire chi sono i turisti a cui rivolgersi

Definire obiettivi chiari e raggiungibili, costruiti quindi partendo dalle risorse della destinazione

Comunicare in modo continuativo i benefici portati dal turismo

Coinvolgere gli *stakeholder* locali sin dall'inizio

Pianificare le attività nel breve, medio e lungo periodo

Supportare la cooperazione fra produttori agroalimentari e operatori turistici

Sostenere e/o sviluppare programmi che valorizzino la qualità

Comunicare e promuovere

Monitorare i risultati



VALORIZZARE 01

SVILUPPARE 02

INFORMARE 03

COLLABORARE 04

PROMUOVERE 05

The background features a stylized illustration of several green trees with rounded, leafy tops and thin trunks, set against a light tan or beige background. The trees are arranged in a row, with some overlapping. The word "Attività" is written in white, sans-serif font on the right side of the image, positioned in the upper half of the frame.

Attività

Attività sviluppate

Elaborazione piano strategico
Strutturazione rete di imprese
Coinvolgimento partner, stakeholder ed operatori

Gruppi di lavoro attivati:

- Promozione turistica: fiere internazionali e produzione di materiali di informazione.
- Comunicazione, focalizzato su sito, social, produzione di materiali e attività connesse.
- Dalla produzione al mercato, che ha già organizzato un convegno sui, oltre che avviato un'attività di coordinamento e diversi incontri tecnici.
- Sostenibilità, con diversi incontri di lavoro, oltre che un convegno per la condivisione di buone prassi.
- Operatori per ambiti tematici, che rappresentano le diverse anime della Regione: agenzie di viaggio, ristoratori, micro-birrifici, agriturismi.

Comunicazione
Sito e canali social
Newsletter per il pubblico
Ufficio stampa

Formazione operatori
Formazione studenti
Toolkit, newsletter, incontri di sensibilizzazione per operatori

Eventi tematici
Evento di lancio
Opening ceremony

Promozione
Partecipazione a fiere di settore
Network con le Adv incoming e sviluppo coordinato dell'offerta
Individuazione target e organizzazione offerta tematica targettizzata



I principi base sono:

Integrazione del food & wine nella filiera turistica

Sviluppo della filiera corta

Sostenibilità

Innovazione

Chi può aderire alla Rete?

Le strutture ricettive

Le varie tipologie di esercizi di ristorazione

Chi produce prodotti tipici

Società di servizi (guide, tour operator, scuole di cucina...)

Rivenditori di prodotti nel territorio (enoteche, salumerie...)

Quali vantaggi?

Supporto nella commercializzazione di prodotti

Visibilità sul sito e i vari media collegati

Formazione e miglioramento della competitività

Informazioni di mercato

Comunicazione interna



Camera di Commercio
Bergamo



CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA
BRESCIA



Camera di Commercio
Cremona



Camera di Commercio
Mantova

