

Alimentare: nasce BuyFood Toscana, a Siena il 7 giugno

FIRENZE

(ANSA) - FIRENZE, 3 GIU - Nasce BuyFood Toscana, prima vetrina internazionale dedicata ai prodotti Dop, Igp e Agriqualità della Toscana: sono attesi a Siena il 7 giugno prossimo 50 buyer da tutto il mondo, di cui una ventina da Paesi extraeuropei; altrettante le aziende presenti nel complesso di Santa Maria della Scala, insieme ai rappresentanti di 16 fra Consorzi e Associazioni di tutela. Nel pomeriggio si susseguiranno dunque una serie di incontri B2B tra aziende e buyer.

"L'edizione zero del BuyFood Toscana nasce forte della convinzione della tradizione toscana e della qualità del nostro agroalimentare", ha affermato Marco Remaschi, assessore all'agricoltura della Regione Toscana, secondo cui con l'iniziativa "diamo il via a un percorso che hanno modo di vedere può innescare vantaggi importanti per il nostro settore agroalimentare".

BuyFood Toscana 2019 è organizzata dalla Regione in collaborazione con PromoFirenze, azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze, grazie alla collaborazione del Comune di Siena e al supporto della Fondazione Qualivita. L'evento si avvale della sinergia di Vetrina Toscana. (ANSA).

YAD-MU/

S57 QBXX

Maltempo: Remaschi, vediamo come sostenere agricoltori

FIRENZE

(ANSA) - FIRENZE, 3 GIU - All'ortofrutta e alle produzioni cerealicole e foraggere "un eccesso di acqua sicuramente non ha fatto bene: dobbiamo cercare di capire come noi possiamo al meglio assistere i produttori, e dar loro un sostegno anche di carattere economico". Lo ha affermato Marco Remaschi, assessore all'agricoltura della Regione Toscana, a margine della presentazione della prima edizione di BuyFood Toscana.

"Ci sono criticità di carattere ambientale - ha ribadito - legate sicuramente alla stagione: una stagione così piovosa ha inciso in maniera importante su alcune tipologie di produzioni, per esempio l'ortofrutta, le foraggere, la cerealicoltura.

Vediamo cosa siamo in grado di fare: già abbiamo messo in campo operazioni specifiche, l'abbiamo fatto a fine 2018 sull'aspetto della filiera del latte, stiamo attivando importanti operazioni a supporto del settore del pomodoro e non solo". (ANSA).

YAD-MU/

S57 QBXX

Alimentare: Toscana, Dop e Igp del food valgono 130 mln euro

(V. 'Alimentare: nasce BuyFood Toscana...' delle 13.31)

FIRENZE

(ANSA) - FIRENZE, 03 GIU - Il valore delle Dop e Igp toscane del food è pari a 111 milioni di euro, escludendo il comparto panetteria e pasticceria che, secondo una stima, potrebbe portare il totale a 130 milioni di euro. E' quanto affermano i dati Ismea elaborati per BuyFood Toscana 2019, la rassegna che si terrà il 7 giugno a Siena. La regione ha 16 Dop e 15 Igp, che la pongono al primo posto insieme al Veneto per numero di riconoscimenti, sommate alle 58 Dop e Igp dei vini, le valgono il primo posto in Italia.

A livello di singola provincia toscana, la più importante in termini di valore prodotto in ambito delle indicazioni geografiche e denominazioni di origine toscane del food è Grosseto con 35 milioni di euro, seguita da Siena con 24 mln e Arezzo con 18 mln. L'export delle indicazioni geografiche ha un valore totale stimato di quasi 50 milioni di euro. I principali mercati di destinazione sono Usa (38%), Germania (21%), Gran Bretagna (13%), Canada (5%) e Giappone (3%): queste destinazioni coprono l'80% dell'export. (ANSA).

YAD-MU/

S57 QBXX

Agroalimentare: BuyFood, vetrina del gusto toscano a Siena

Prima edizione a S.Maria della Scala con 50 aziende e i consorzi

SIENA

(ANSA) - SIENA, 6 GIU - Tutto pronto a Siena per la prima edizione di BuyFood Toscana, vetrina internazionale dedicata ai prodotti Dop, Igp e Agriqualità della regione, 'ambasciatori' del gusto toscano in Italia e all'estero. Oltre 50 i buyer attesi da tutto il mondo nel Complesso di Santa Maria della Scala, prestigiosa location che ospita l'evento riservato ad addetti ai lavori, buyer e stampa. La giornata si snoda secondo un fitto calendario di appuntamenti che vedrà i buyer interagire con le 50 aziende presenti insieme ai 16 Consorzi e associazioni di tutela. Previsti anche momenti di approfondimento, con pure un talk show condotto da Luisanna Messeri che avrà per protagonisti i consorzi e i loro prodotti, interpretati da chef e originali testimonial. Cinque le categorie di prodotti protagonisti: formaggi, latte e derivati; olio extra vergine d'oliva; pani, dolci e farine; prodotti vegetali; salumi e carni fresche.

BuyFood Toscana è organizzato dalla Regione Toscana in collaborazione con PromoFirenze, azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze, grazie alla collaborazione del Comune di Siena e al supporto della Fondazione Qualivita. L'evento si avvale della sinergia di Vetrina Toscana, il progetto di Regione e Unioncamere Toscana che promuove ristoranti e botteghe che utilizzano prodotti tipici del territorio toscano. Per l'occasione Siena propone Fuori BuyFood, un'opportunità unica dedicata a residenti e turisti di provare piatti speciali e menu a tema. Grazie alla collaborazione di Fipe Confcommercio e Confesercenti con il coordinamento della Fondazione Qualivita, da venerdì 7 a domenica 9 giugno 31 ristoranti (di cui 9 del progetto Vetrina Toscana) aderenti alle due associazioni di categoria offriranno degustazioni e speciali menu con l'obiettivo di amplificare la promozione dei prodotti agroalimentari Dop, Igp e Agriqualità della Toscana. I ristoranti aderenti saranno riconoscibili dalla vetrofania del 'Fuori BuyFood'. Per i buyer sabato 8 giugno previsti una serie di tour personalizzati, promossi dalle Cciao alla scoperta dei territori che danno origine ai prodotti in degustazione.

COM-CG/DLM

S57 QBXX

Agroalimentare:prodotti certificati toscani valgono 111 mln**SIENA**

(ANSA) - SIENA, 7 GIU - Un comparto che vale 111 mln di euro, genera un valore aggiunto di 3,5 miliardi di euro, pari al 6% del totale nazionale, impiegando circa 74mila occupati, pari al 4,4% del totale della regione. Di questi, oltre 13mila lavorano nella filiera dei prodotti certificati. Sono i dati del settore agroalimentare a denominazione in Toscana elaborati da Ismea e presentati oggi a Siena nel corso di Buy Food, la vetrina internazionale dei prodotti certificati organizzata dalla Regione Toscana.

I 31 prodotti Dop, Igp e Agriqualità della Toscana - spiega l'indagine - fanno registrare un aumento dell'8% del valore nell'ultimo anno, mentre i due comparti della filiera a indicazione geografica certificata in cui il ruolo della Toscana è più rilevante a livello nazionale, escluso quello del vino, sono l'olio con 18 mln di euro, 11mila produttori, 68mila ettari coltivati, e le carni fresche con 12,4 mln di euro, 722 allevamenti, 5.650 capi bovini, 11.700 capi ovini e poco meno di 8.000 capi suini. Sempre secondo quanto emerge dalla ricerca, posto di rilievo anche nel settore dei derivati dalla lavorazione della carne - come i salumi - in cui la Toscana, con 50 mln di euro, occupa il quinto posto in Italia. Il comparto dei formaggi Dop, invece, con un valore di 30mln di euro colloca la regione all'ottavo posto. L'export regionale, infine, riferito al solo agroalimentare a indicazione geografica genera un valore di circa 50 mln di euro. Oltre il 45% del valore esportato dalla Toscana è coperto dall'olio toscano, quota che sale al 50% circa se si aggiunge l'export dell'olio Chianti classico Dop. Un ulteriore 45% circa è costituito dai prodotti legati alla zootecnia, primo fra tutti il Prosciutto toscano, seguito da Pecorino toscano e Finocchiona. (ANSA).

YQE-CG/DLM

S57 QBXX

Agroalimentare:prodotti certificati toscani valgono 111 mln (2)

SIENA

(ANSA) - SIENA, 7 GIU - La prima edizione di BuyFood Toscana, vetrina internazionale dedicata ai prodotti Dop, Igp e Agriqualità della regione. L'edizione zero è stata organizzata dalla Regione Toscana in collaborazione con PromoFirenze, azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze, grazie alla collaborazione del Comune di Siena e al supporto della Fondazione Qualivita. L'evento si avvale della sinergia di Vetrina Toscana, il progetto di Regione e Unioncamere Toscana che promuove ristoranti e botteghe che utilizzano prodotti tipici del territorio toscano.

Il gruppo dei 50 buyer insieme ad alcuni giornalisti di testate nazionali domani, sabato 8 giugno, parteciperanno a una serie di tour personalizzati alla scoperta dei territori che danno origine ai prodotti in degustazione.

Tra le attività previste una visita alle Cave di Carrara, uno show cooking a Lucca, una vera e propria cooking lesson nella Casa del Chianti Classico, a Radda in Chianti.

COM-MU/CG

S57 QBXX

Alimentare: a [BuyFood](#) vincitrici concorso 'Dulcis in primis'

2 studentesse in stand Assocantuccini con Prato in contemporanea

FIRENZE

(ANSA) - FIRENZE, 7 GIU - Due alunne dell'istituto professionale Datini di Prato uscite vincitrici dal concorso regionale Dulcis in primis con la ricetta 'Prato contemporanea' a base di cantuccini, sono state chiamate nello stand di Assocantuccini, presente assieme ad altri 15 Consorzi e Associazioni DOP e IGP toscani alla prima edizione di [BuyFood](#) Toscana. Le due aspiranti chef sono state reclutate per le sessioni di presentazione delle DOP e IGP toscane ai giornalisti italiani ed esteri.

Assocantuccini è stato uno degli sponsor del concorso ideato dalla Regione e che si è tenuto lo scorso 10 maggio presso l'Istituto Martini di Montecatini. Il concorso, organizzato dall'Assessorato istruzione, formazione e lavoro, rivolto agli studenti di quarta e quinta degli istituti alberghieri della Toscana, fa seguito alla gara che riguardava i Primi di Toscana.

"L'obiettivo del concorso - osserva l'assessora a istruzione formazione e lavoro Cristina Grieco - oltre a rappresentare un'esperienza di "alternanza scuola lavoro" per gli studenti degli ultimi anni degli istituti alberghieri della Toscana, che ringraziamo per l'entusiastica partecipazione, mettendo quindi alla prova le loro capacità di apprendimento in un ambito lavorativo che li vedrà presto protagonisti, voleva essere anche un modo per rafforzare il rapporto con il mondo del lavoro e tirar fuori il meglio dai prodotti del territorio, declinando la tradizione dolciaria della Toscana in tante ricette, anche rivisitate". Protagonista anche la filiera dell'eccellenza agroalimentare. Nell'evento hanno dato il loro contributo numerosi consorzi di produttori che hanno offerto ai ragazzi numerosi premi. Intanto a Didacta Italia 2019, che si svolgerà nei giorni 9,10 e 11 ottobre alla Fortezza da Basso, sarà presentata la pubblicazione dedicata al concorso "Dulcis in Primis": una raccolta delle 16 ricette protagoniste della finale. (ANSA).

COM-MU/

S57 QBXX

Olio: a BuyFood Toscana gelati e cappelletti Dop

FIRENZE

(ANSA) - FIRENZE, 08 GIU - Dal gelato all'olio extravergine d'oliva con rabarbaro e sale rosso di Cipro, fino al tortello 2.0, ovvero cappelletti all'olio Dop Chianti Classico ripieni di ragù con spuma di patate, purea d'aglio e gel di prezzemolo: queste alcune delle proposte dell'edizione numero zero di BuyFood Toscana, vetrina internazionale dei prodotti agroalimentari da filiera certificata, tenutasi ieri a Siena.

Offerta toscana al 100% e domanda internazionale si sono incrociate grazie a incontri b2b che hanno coinvolto oltre 50 buyer provenienti da tutto il mondo. Oltre 50 le aziende e 16 i Consorzi e le Associazioni di tutela dei prodotti Dop, Igp e Agriqualità che hanno aderito all'iniziativa, oltre a numerosi ristoranti del territorio, grazie alla sinergia con Vetrina Toscana.

Al BuyFood Toscana, organizzato dalla Regione Toscana con PromoFirenze, Comune di Siena e Fondazione Qualivita, si affianca il primo "Fuori BuyFood", programma di eventi collaterali che guiderà fino a domani turisti e residenti in un viaggio nel gusto toscano: 31 ristoranti senesi aderenti a Confcommercio e Confesercenti offriranno degustazioni e speciali menu a tema. (ANSA).

YAD-MU/

S57 QBXX



SEGUI IL TUO
OROSCOPO



Home . Soldi . Economia .

Alimenti: Toscana 'regina' per Dop e Igp punta a crescita valore, in 2018 +8%

ECONOMIA

[Tweet](#)



Publicato il: 07/06/2019 18:51

dall'inviato **Cristina Armeni** - La Toscana vanta il primato enogastronomico, insieme al Veneto, per numero di Dop e Igp a livello nazionale con 58 riconoscimenti nel vino e 31 nell'alimentare. Tuttavia il valore economico del settore alimentare è debole rispetto a quello di altre regioni e dello stesso settore enologico toscano, ma ha **grandi potenzialità di crescita, già' nel 2018 si è registrato un +8%**. Si tratta di un universo di tante eccellenze, legate ai territori di produzione, che spazia da salumi come la Finocchiona e il lardo di Colonnata, alla carne di Cinta senese, da produzioni di nicchia come il farro della

Garfagnana e la Castagna del Monte Amiata a dolci tipici e rinomati come i Ricciarelli e il Panforte di Siena, solo per citarne alcuni.

Lo scenario è delineato in una ricerca elaborata dall'Ismea in occasione della prima edizione di **'Buyfood Toscana'**, la vetrina internazionale che si svolge oggi a Siena, a cui partecipano 50 aziende espositrici, rappresentanti di 16 consorzi e associazioni di tutela e 50 buyer da tutto il mondo. La manifestazione è organizzata dalla Regione Toscana in collaborazione con PromoFirenze, azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze, grazie alla collaborazione del Comune di Siena e al supporto della Fondazione Qualivita.

L'evento si avvale della sinergia di "Vetrina Toscana", il progetto della Regione e di Unioncamere Toscana che promuove ristoranti e botteghe che utilizzano prodotti tipici. Nell'ambito del vino la **Toscana costituisce la seconda regione per valore prodotto con 926 milioni di euro contro i 3,1 miliardi del Veneto**, mentre nell'alimentare a indicazione geografica si colloca alla nono posto con 111 milioni di euro. C'è da dire però che in questo valore non è considerato il comparto dei prodotti della panetteria e pasticceria, che in Toscana riveste un ruolo estremamente rilevante e che, a una prima stima non dovrebbe aggirarsi sui 20 milioni di euro e potrebbe portare il valore complessivo delle Dop e Igp vicino a 130 milioni di euro. Complessivamente l'agroalimentare toscano genera un valore aggiunto di 3,5 miliardi.

Tra i prodotti a indicazione geografica del food, il settore principale in termini di valore generato nella regione è quello dei prodotti a base di carne pari a 50 milioni di euro, che comprende i salumi con 4 IGP e 2 Dop. A seguire i formaggi con 30 milioni di euro e l'olio con un valore poco superiore ai 20 milioni di euro, e, quindi, le carni fresche sopra i 12 milioni di euro, fanalino di coda i prodotti vegetali con 500 mila euro circa. Il fitto tessuto di prodotti dalle dimensioni piccole e medie interessano in maniera trasversale molti dei comparti del food e dei territori della regione.

A livello di singola provincia toscana, la più importante in termini di valore prodotto in ambito Ig-food risulta essere Grosseto con 35 milioni di euro di valore della produzione, seguita da Siena con 24 milioni di euro e Arezzo con 18 milioni di euro.

adnkronostv

F35, acrobazie sopra Miami viste dal cockpit

Cerca nel sito

Notizie Più Cliccate

1. Maturità, un metodo per superarla senza studiare?
2. Cantone: "Codice appalti ora figlio di nessuno"
3. Duro colpo alla cosca di Carini
4. Roma, fermato uomo che ha pestato infermiere
5. Morto a 7 anni per otite, condannati i genitori

Video



F35, acrobazie sopra Miami viste dal cockpit



'Jova Beach Party' comincia con l'Ep



Tg Adnkronos, 7 giugno 2019



Dalla ricerca di Ismea emerge inoltre che i due comparti dove il ruolo della Toscana a livello nazionale è più rilevante sono quello dell'olio (18 milioni di euro) e delle carni fresche (12,4 milioni di euro). Nel primo comparto, la Toscana vanta generalmente la leadership che è stata tuttavia persa a favore della Puglia nel 2017, a causa della rilevante riduzione produttiva (-20%) conseguente a condizioni climatiche particolarmente avverse. Nel comparto delle carni fresche la Toscana si colloca al secondo posto dopo la Sardegna.

L'agroalimentare toscano di qualità ha potenzialità da esprimere anche in ambito **export con un valore totale stimato di 50 milioni di euro con una incidenza del 4% sull'export agroalimentare regionale**. I principali mercati di destinazione delle indicazioni geografiche toscane del food sono gli Usa con una quota del 38%, la Germania con una quota del 21%, il Regno Unito con una quota del 13%, il Canada con una quota del 5% e il Giappone con una quota del 3%. Queste cinque destinazioni coprono, nel complesso, circa l'80% dell'export dei prodotti a Indicazione Geografica toscani.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos.

[Tweet](#)

TAG: [Igp](#), [settore alimentare](#), [finocchiona](#), [lardo](#)

33 mila bottigliette al minuto nel Mediterraneo



Crisi nera sulle spiagge



Whirlpool, la rabbia degli operai: "Napoli non molla"



Cancro al pancreas, primo farmaco riduce del 47% la progressione



Visco: "Serve uno sforzo corale, politica indichi direzione marcia"



Ritorna nella capitale 'Cinema in piazza'

In Evidenza



Aids, verso terapie più semplici



Al via campagna comunicazione Mipaaf-Ismea su olio evo italiano



Mobilità, clima, acqua: la visione di Carlsberg Italia



Msmi.lab - La neurologia: contenuti, confini, forme e linguaggi



SEGUI IL TUO
OROSCOPO



Home

La Toscana 'regina' di Dop e Igp punta a crescita valore

ITALIA ECONOMIA



La Toscana promuove le eccellenze del territorio e punta alla crescita del valore di Dop e Igp. Si è conclusa a Siena con successo la prima edizione di Buyfood Toscana alla quale hanno partecipato 50 buyer da tutto il mondo e 16 consorzi di tutela. Dalla Finocchiona al prosciutto Toscano, dai Ricciarelli al Panforte.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright Adnkronos.

Tweet

TAG: [Toscana](#), [Dop](#), [Igp](#), [eccellenze](#), [territorio](#)

adnkronostv

Tg Adnkronos, 12 giugno 2019

Cerca nel sito

Notizie Più Cliccate

1. Il governo va avanti
2. Prima volta a 13 anni, impennata infezioni
3. Cosa fare se datore lavoro non versa i contributi
4. Di Maio a Whirlpool: "Finita epoca Bengodi"
5. Ladro ucciso da tabaccaio, "un solo colpo al cuore"

Video



Avvistato il raro gatto selvatico dell'Appennino



Frana nel bresciano, fiumi di acqua e fango



Milioni come Ibrahim. Nel mondo lavora 1 bimbo su 10



Le immagini che potrebbero avere un impatto sulla vostra sensibilità

TOSCANA

Giovedì 30 maggio 2019 - 20:02

Agriqualità, a Siena il 7 giugno Buyfood Toscana

La vetrina del gusto *Made in Tuscany*

Firenze, 30 mag. (askanews) – Una giornata-evento dedicata ai prodotti Dop, Igp e Agriqualità della Toscana: è questo il contenuto di Buyfood Toscana, la vetrina del gusto made in Tuscany che permetterà a 50 aziende, 15 Consorzi e Associazioni di tutela di incontrare decine di buyer provenienti da tutto il mondo. Sarà una grande occasione per valorizzare e promuovere i prodotti toscani certificati: dall'olio extravergine al pane, dal prosciutto al pecorino passando alla cinta senese e arrivando poi ai cantucci e ai ricciarelli, solo per citare alcuni dei prodotti in passerella.

L'appuntamento, in programma venerdì 7 giugno a Siena nel complesso espositivo di Santa Maria della Scala, sarà presentato alla stampa lunedì 3 giugno, ore 12, in Palazzo Strozzi Sacrati, piazza Duomo 10, Firenze.

Interverranno alla conferenza stampa, tra gli altri, l'assessore regionale all'agricoltura Marco Remaschi, l'assessore a commercio e turismo del Comune di Siena Alberto Tirelli, il vicepresidente Camera di Commercio di Firenze e Presidente PromoFirenze Claudio Bianchi, il responsabile Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA Fabio del Bravo, il direttore della Fondazione Qualivita Mauro Rosati, il direttore della Fondazione Sistema Toscana Paolo Chiappini.

È prevista una degustazione.



TOSCANA Giovedì 6 giugno 2019 - 16:33

Enogastronomia, a Siena la prima edizione di BuyFood Toscana

Vetrina di prodotti Dop, Igp e Agriqualità della Regione

Firenze, 6 giu. (askanews) – Tutto pronto a Siena per la prima edizione di BuyFood Toscana, vetrina internazionale dedicata ai prodotti Dop, Igp e Agriqualità della regione. Oltre 50 i buyer attesi da tutto il mondo nel Complesso di Santa Maria della Scala. Un fitto calendario di appuntamenti vedrà i buyer interagire con le 50 aziende presenti insieme ai 16 Consorzi e Associazioni di tutela. Previsti anche momenti di approfondimento che vedranno la presentazione di ricerche esclusive e il talk show condotto da Luisanna Messeri che avrà per protagonisti i consorzi e i loro prodotti, interpretati da chef e originali testimonial. L'edizione zero di BuyFood Toscana è organizzata dalla Regione Toscana in collaborazione con PromoFirenze, azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze, grazie alla collaborazione del Comune di Siena e al supporto della Fondazione Qualivita. L'evento si avvale della sinergia di Vetrina Toscana, il progetto di Regione e Unioncamere Toscana che promuove ristoranti e botteghe che utilizzano prodotti tipici del territorio toscano.

La città di Siena propone "Fuori BuyFood", un'opportunità unica dedicata a residenti e turisti di provare piatti speciali e menu a tema. Grazie alla collaborazione di Fipe Confcommercio e Confesercenti con il coordinamento della Fondazione Qualivita, da venerdì 7 a domenica 9 giugno 31 ristoranti (di cui 9 del progetto Vetrina Toscana) aderenti alle due associazioni di categoria offriranno degustazioni e speciali menu con l'obiettivo di amplificare la promozione dei prodotti agroalimentari DOP, IGP e Agriqualità della Toscana.

Gli originali piatti proposti, pensati per accontentare anche i palati più esigenti e conditi con olio extravergine Toscano Igp, spaziano dalla più classica pappa al pomodoro a particolari preparazioni a base di Zafferano di San Gimignano Dop, dal carpaccio di Cinta Senese Dop alla mousse di Finocchiona Igp con pere caramellate. I ristoranti aderenti saranno riconoscibili dalla vetrofania del "Fuori BuyFood".

AGROALIMENTARE Martedì 11 giugno 2019 - 11:35

A Siena il primo Buyfood dei prodotti made in Tuscany

Dopo vino con Buywine, Regione punta su agroalimentare di qualità



Roma, 11 giu. (askanews) – La Regione Toscana punta sull’agroalimentare di qualità e su Siena, dove si è svolta lo scorso fine settimana la prima edizione di BuyFood Toscana, vetrina internazionale dedicata ai prodotti Dop, Igp e Agriqualità della regione. Dopo il successo ormai consolidato di Buywine, Siena si inserisce con Buyfood a pieno titolo tra le città simbolo dell’agroalimentare regionale e italiano: la manifestazione, svoltasi nel Complesso di Santa Maria della Scala, è stata una giornata di incontri B2B, presentazioni e cooking show con 50 aziende e 16 Consorzi e associazioni di tutela, rivolta a oltre 50 buyer di tutto il mondo, che hanno anche avuto l’occasione di conoscere, grazie ai tour organizzati dalle Camere di Commercio, Lucca, Massa Carrara e il Chianti, alla scoperta dei territori che danno origine ai prodotti in degustazione.

L’edizione zero di BuyFood Toscana è stata organizzata dalla Regione Toscana in collaborazione con PromoFirenze, azienda speciale della Camera di Commercio di Firenze, grazie alla collaborazione del Comune di Siena e al supporto della Fondazione Qualivita, con la sinergia di Vetrina Toscana, il progetto di Regione e Unioncamere Toscana che promuove ristoranti e botteghe che utilizzano prodotti tipici del territorio toscano.

Alla manifestazione ha partecipato l'assessore regionale all'agricoltura Marco Remaschi, che ha garantito che l'evento si svolgerà anche il prossimo anno a Siena, sottolineando l'importanza dell'agroalimentare per il territorio toscano tutto. "La Toscana vanta ben 31 tra Dop e Igp – ha detto Remaschi – è naturale pensare di valorizzarle facendo rete, costruendo delle sinergie che ci possono aiutare a conquistare nuovi mercati. Oggi abbiamo riunito buyer provenienti da tutto il mondo, naturalmente da America ed Europa ma anche da Paesi africani e asiatici che possono rappresentare nuovi sbocchi commerciali e nuove opportunità. Abbiamo bisogno di crescere e possiamo farlo costruendo collaborazione tra i Consorzi. Credo molto in questa iniziativa, che sono certo potrà crescere in maniera esponenziale".

"Nel mondo Toscana vuol dire bellezze artistiche e paesaggio – ha aggiunto Remaschi – qui la mano dell'uomo ha inciso nel creare la bellezza e qui fare agricoltura non vuol dire solo produrre alimenti, ma vuol dire salvaguardare questo territorio, vuol dire turismo, sociale, un'economia indotta spesso più forte della produzione della materia prima. Ci vantiamo di fare produzioni agroalimentari di grande qualità e portare compratori internazionali direttamente nelle aziende e sul territorio, vuol dire capire davvero il valore aggiunto del nostro lavoro". (Segue)

