



CRESCE LA VOGLIA DI CIBO DOP E IGP MADE IN TUSCANY (+45%), LA TAVOLA TOSCANA È SEMPRE PIU' BIO: A FIRENZE TORNA BUYFOOD

Al via al Palazzo degli Affari la vetrina internazionale delle produzioni DOP, IGP, Bio e Agriqualità, Prodotto di Montagna e PAT: l'11 e il 12 ottobre l'evento BtoB con 50 buyer dall'estero e 73 aziende provenienti da tutta la regione. Tra i prodotti più rappresentati l'olio EVO e il Pecorino Toscano, i dolci registrano la performance migliore per l'export

Firenze, 11 ottobre 2022 – Cresce la produzione agrifood certificata “Made in Tuscany” e lo fa a ritmo sostenuto: dal 2015 ad oggi il valore alla produzione dei prodotti DOP e IGP è stato caratterizzato da una **crescita del 45%**, tre volte più grande rispetto alla percentuale registrata a livello nazionale. E aumenta in parallelo l'attenzione all'ambiente e alla salute: con **più di 225mila ettari bio**, la Toscana si colloca al terzo posto nel ranking nazionale. Numeri di buon auspicio per l'avvio di **BuyFood Toscana 2022**, la vetrina internazionale promossa dalla Regione Toscana per favorire l'incontro tra aziende che producono eccellenza sul territorio e importatori stranieri. Prende il via oggi al Palaffari di Firenze l'evento BtoB: fino a domani sono previsti centinaia di assaggi di **prodotti DOP, IGP, Biologici, Prodotto di Montagna, Agriqualità e PAT** (produzioni agroalimentari tradizionali).

Buyfood Toscana 2022 è un evento di **Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze**, organizzato da **PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana**. L'evento si avvale della sinergia di **Vetrina Toscana**, il progetto di Regione Toscana e Unioncamere Toscana che unisce tipicità, autenticità dei territori e attenzione all'ambiente, mettendo in rete tutti coloro che offrono esperienze enogastronomiche.

Il valore alla produzione del patrimonio enogastronomico DOP e IGP toscano è di oltre un miliardo. Dopo il vino, il valore dei prodotti a Indicazione Geografica della regione si concentra soprattutto nei comparti di formaggio, prodotti a base di carne, olio di oliva. Il 95% della superficie agricola IG è dedicata proprio al famoso olio extravergine d'oliva. Ma sono pane e biscotteria a far registrare le performance più sorprendenti: i prodotti dolciari sono cresciuti di oltre il 60% dal 2017. In costante aumento le **superfici certificate bio** nell'ultimo decennio, con un tasso di variazione del +25% e del +57% rispetto al 2020 e al 2019.

IL PROGRAMMA DEL BtoB. Al taglio del nastro di BuyFood Toscana 2022 sono intervenuti: la vicepresidente e assessora all'Agricoltura della Regione Toscana **Stefania Saccardi**, il presidente di PromoFirenze **Massimo Manetti**, il segretario generale della Camera di commercio di Firenze **Giuseppe Salvini** e il direttore di Fondazione Sistema Toscana **Francesco Palumbo**. Il benvenuto ai buyer giunti a Firenze già nella giornata di lunedì 10 ottobre, è stato affidato a **Vetrina Toscana**, il progetto regionale sul turismo enogastronomico, in cui i prodotti del nostro territorio sono stati usati come ingredienti di piatti tipici, tappa iniziale di un viaggio nella Toscana del “gusto”. Gli incontri BtoB si succedono, oggi e domani, a ritmo cadenzato tra le 9 e le 13, mentre nel pomeriggio sono previste due **masterclass sull'olio extravergine d'oliva e le denominazioni della Toscana** (italiano e inglese) e una **cooking experience** con i prodotti certificati toscani guidata da uno chef. L'obiettivo delle masterclass è quello di favorire la conoscenza delle produzioni toscane, farne capire il valore che influisce anche sul costo finale e comunicare informazioni che i buyer potranno usare nei rispettivi Paesi per presentare i prodotti, trasformandosi di fatto in ambasciatori del food Made in Tuscany.

I NUMERI E I MERCATI. Più di 70 le imprese toscane coinvolte da questa quarta edizione di BuyFood Toscana: 290 i prodotti caricati nel catalogo online, a disposizione dei buyer stranieri, 21 le denominazioni Dop/Igp, 85 prodotti con certificazione BIO provenienti da 21 produttori, 41 prodotti PAT provenienti da 8 produttori. Circa 50 i buyer provenienti da 22 paesi, tra cui i mercati più rappresentativi per il Made in Tuscany: **Europa, Nord America, Colombia e Cile**. Tra le delegazioni più numerose **Scandinavia, UK, Francia, USA e Canada**, che hanno mostrato un grande interesse, nonostante il periodo di forte incertezza dovuto al costo delle materie prime e dell'energia.

I PRODOTTI. Quest'anno a presentarsi all'audience straniera saranno **21 produzioni DOP e IGP**: Cantuccini toscani, Cinta senese, Prosciutto Toscano, Farro della Garfagnana, Finocchiona, Lardo di Colonnata, Marrone del Mugello, Miele della Lunigiana, Mortadella di Prato, cinque Dop di Olio extravergine d'oliva (Chianti Classico, Lucca, Seggiano, Terre di Siena, Toscano), Pane Toscano, Panforte di Siena, Pecorino delle Balze Volterrane, Pecorino Romano, Pecorino Toscano, Ricciarelli di Siena, Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale. Un ventaglio di prodotti in grado di rappresentare tutte le province, con Firenze, Siena e Grosseto in testa per numero di

BuyFood Toscana è un evento di



Regione Toscana



Camera di Commercio
Firenze
dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da



fondazione
sistema toscana



PromoFirenze
AZIENDA SPECIALE
Camera di Commercio di Firenze

In collaborazione con





aziende presenti. Tra i prodotti l'olio extravergine d'oliva gioca la parte del leone con 28 tipi in assaggio, seguono Pecorino toscano e Finocchiona a parimerito con 9 produttori, Cinta senese, Prosciutto Toscano (8 produttori ciascuno), Cantucci o Cantuccini (7 produttori), Lardo di Colonnata (2 produttori).

TAVOLA ROTONDA. L'appuntamento con i **numeri, i trend e le prospettive del settore**, invece, è fissato in calendario per venerdì **21 ottobre alle ore 10.30**, all'Auditorium di Sant'Apollonia (via San Gallo 25 A, Firenze) per la tavola rotonda "L'agroalimentare toscano: sfide della qualità tra riforme europee, sostegni nazionali e comunicazione". In questa occasione, aperta a stampa e addetti ai lavori, l'incontro si focalizzerà sul futuro dei prodotti IG, a partire dallo stato dell'arte. Interverranno rappresentanti della Comunità europea, del MIPAAF, le istituzioni regionali con gli organizzatori della manifestazione, i Consorzi del food toscano, insieme ai rappresentanti di Ismea e di Vetrina Toscana.

L'EDUCATIONAL TOUR. A seguire, **tra il 21 e il 23 ottobre**, una delegazione di stampa nazionale e internazionale sarà coinvolta in un viaggio alla scoperta del territorio, per conoscere prodotti e produttori direttamente sul posto. L'educational tour quest'anno porterà i giornalisti a scoprire i segreti della Mortadella di Prato IGP, del Marrone del Mugello IGP, del Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale IGP e del Pecorino Toscano DOP, concludendosi con un focus sullo Zafferano delle Colline Fiorentine, Prodotto Agroalimentare Tradizionale Italiano – P.A.T.

* Fonte

- Numeri DOP IGP: Osservatorio economico Ismea-Qualivita dati 2020;
 - Superfici IG: Istat 2019
- Numeri Biologico: Anticipazioni "Bio in cifre 2022" dati 2021

La cartella stampa completa, comprensiva delle schede dei Consorzi è scaricabile a questo link:
<https://www.buyfoodtoscana.it/cartella-stampa/>

Contatti ufficio stampa per Buyfood 2022

Mariangela Della Monica - Responsabile ufficio stampa FST m.dellamonica@fst.it - cell. 334 6606721
Francesca Puliti Cell. 392 9475467 francesca.puliti@chiarellopulitipartners.com

BuyFood Toscana è un evento di



Regione Toscana



Camera di Commercio
Firenze
dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da



fondazione
sistema toscana



PromoFirenze
AZIENDA SPECIALE
Camera di Commercio di Firenze

In collaborazione con

