



L'agroalimentare spinge l'economia regionale, sia in chiave di export che come volano per il turismo

## CRESCE LA DOP ECONOMY TOSCANA E CRESCE IL SENTIMENT I PRODOTTI FOOD&WINE DOMINANO LE CONVERSAZIONI IN RETE

*Toscana sul podio per produzioni bio, agriturismi e paesaggi rurali tutelati. I dati presentati nella giornata conclusiva di BuyFood Toscana, vetrina internazionale dell'agroalimentare a indicazione geografica certificata. Durante i BtoB oltre 2.200 assaggi in 2 giorni, coinvolti buyer stranieri provenienti da 23 paesi. Tra i più "ghiotti" di Toscana: Germania, Regno Unito, USA, Canada e Giappone*

Firenze, 21 ottobre 2022 - Cresce la **Dop Economy** toscana e cresce l'appeal a livello internazionale anche in chiave di destinazioni gourmet. L'agroalimentare made in Tuscany si conferma una forte leva economica, non solo sul piano dell'export ma anche dal punto di vista dell'accoglienza sul territorio. I dati emergono in occasione della tavola rotonda "L'agroalimentare in Toscana. Le sfide della qualità tra riforme europee, sostegni nazionali e comunicazione", a conclusione della quarta edizione di **BuyFood Toscana**, vetrina internazionale delle produzioni agroalimentari a indicazione geografica certificata, promossa da Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze e organizzata da PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana, in sinergia con Vetrina Toscana, il progetto di Regione e Unioncamere Toscana che unisce tipicità, autenticità dei territori e attenzione all'ambiente, mettendo in rete tutti coloro che offrono esperienze enogastronomiche.

Ad aprire i lavori all'Auditorium Sant'Apollonia di Firenze l'intervento di **Stefania Saccardi**, vice presidente e assessore all'Agroalimentare della Regione Toscana che ha poi lasciato spazio alle considerazioni di **Angelo Corsetti**, membro di Giunta della Camera di commercio di Firenze, **Oreste Gerini**, direttore generale del MIPAAF Direzione generale per la promozione della qualità agroalimentare e dell'ippica, **Francesca Alampi**, Policy officer dell'AREPO responsabile della qualità, promozione, politica commerciale e comunicazione, con un video intervento dell'On. **Paolo De Castro**, membro effettivo della Commissione per Agricoltura e Sviluppo rurale del Parlamento Europeo.

**LA PRODUZIONE.** Secondo le stime di ISMEA, il valore della produzione del settore agricolo della Toscana supera i **3 miliardi di euro**, dei quali 2,4 derivano dalle coltivazioni e dagli allevamenti. Le attività di supporto all'agricoltura e le attività secondarie (trasformazione di prodotti, agriturismi, attività ricreative e sociali) incidono rispettivamente per il 10% e per il 12%, per un totale del 22% che si confronta con una media nazionale pari a 19%. In Toscana si contano circa 43.300 imprese agroalimentari di cui quasi 40 mila afferenti al settore dell'agricoltura, silvicoltura e pesca e oltre 3.300 all'industria. A presentare i dati **Fabio del Bravo**, dirigente della Direzione Servizi per lo Sviluppo Rurale di ISMEA.

**DOP ECONOMY.** La Toscana è stata tra le prime regioni ad avviare il riconoscimento di prodotti agroalimentari a indicazione geografica, già nel 1996. Il valore alla produzione del segmento food si attesta su circa 151 milioni di euro e dal 2015 ha segnato una crescita del 45%, **tre volte rispetto a quella registrata su scala nazionale**. Ad oggi, la Toscana si colloca tra le regioni più rilevanti per numero di produzioni IG, con 31 prodotti agroalimentari (16 DOP e 15 IGP). Cantucci Toscani, Finocchiona, Prosciutto Toscano, Pecorino Toscano, Olio Toscano IGP rappresentano circa l'80% del valore alla produzione IG della regione. Durante la tavola rotonda sono stati celebrati due importanti anniversari: i **20 anni del Fagiolo di Sorana IGP** e i **10 anni della Cinta Senese DOP**.

**EXPORT.** Il valore delle esportazioni agroalimentari IG della Toscana è **cresciuto del 68% nel periodo 2015-2020 ed è pari**, nel 2020, a circa **68 milioni di euro**. Le IG food tipicamente toscane che trainano l'export per un totale complessivo pari all'83% sono: l'Olio Toscano IGP, il Prosciutto Toscano DOP e i Cantucci Toscani IGP. I principali mercati europei di destinazione delle denominazioni risultano essere la Germania e il Regno Unito, mentre a livello extra-UE principalmente USA, Canada e Giappone.

**BIO.** L'agricoltura Toscana si distingue anche nell'ambito del biologico con 225.295 ettari certificati nel 2021, pari al 34% della superficie agricola regionale, che collocano la regione al **terzo posto nel ranking nazionale**. L'incidenza di superficie biologica della Toscana sul totale regionale è il **doppio rispetto al valore nazionale**, mentre quella del numero di aziende agricole biologiche è la più rilevante tra le regioni (14%), con quasi 7mila operatori del biologico in Toscana (l'8% del totale nazionale). Il dato conferma il trend di crescita degli ultimi 10 anni, periodo nel quale l'incremento complessivo è stato del 98 % equivalente a 3.445 unità. La sensibilità verso

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





l'agricoltura biologica è testimoniata anche dalla presenza di diversi **biodistretti**. Anche il paesaggio fa la sua parte nell'attrattività del territorio toscano: ad oggi i Paesaggi Rurali che interessano la Regione iscritti nel Registro Nazionale sono 6 su 31 (Paesaggio Rurale Storico Di Lamole - Greve In Chianti; Paesaggio Collinare Policulturale Di Pienza e Montepulciano; Paesaggio Policulturale Di Trequanda; Paesaggio Policulturale Di Fibbonello - Comune Di Semproniano; Paesaggio storico della Bonifica Leopoldina in Valdichiana; Paesaggi silvo-pastorali di Moscheta).

**FOOD E TURISMO.** La Toscana è anche tra le prime regioni a maggior diffusione di **agriturismi, 5.800 in tutto**: il 97,8% dei comuni ne conta almeno uno. Secondo i dati di Visittuscany.com, il sito ufficiale della destinazione Toscana gestito da Fondazione Sistema Toscana, circa 230mila utenti hanno visitato contenuti a tema enogastronomico nell'ultimo anno (settembre 2021-agosto 2022), ben il 32% in più rispetto ai 12 mesi precedenti, registrando nello stesso periodo **270.000 visualizzazioni di pagina**. In particolare, gli utenti stranieri più interessati al *food and wine* risultano essere gli americani seguiti dai tedeschi e dagli inglesi, come ha sottolineato il direttore di Fondazione Sistema Toscana, **Francesco Palumbo**.

**SENTIMENT.** E cresce l'apprezzamento della Toscana, come destinazione 'foody', misurabile attraverso i contenuti condivisi in Rete. Secondo l'analisi realizzata da The Data Appeal Company e presentata dal Ceo **Mirko Lalli**, l'enogastronomia si conferma come elemento costitutivo fondamentale dell'identità territoriale, contribuendo al posizionamento della Regione sui mercati internazionali. La percentuale di contenuti online relativi al food & beverage è la più alta in assoluto rispetto a quelle degli altri comparti turistici e il *sentiment*, ovvero la percezione espressa online dalle persone, supera la media nazionale Italiana. Da ottobre 2021 a ottobre 2022 sono stati generati **oltre 1,4 milioni di contenuti online in merito alle esperienze gourmet in Toscana**. La soddisfazione relativa all'esperienza enogastronomica aumenta quando questa è gustata in **contesti più intimi e familiari**, dove viene privilegiato il contatto diretto con il cliente, in particolare agriturismi, b&b, gastronomie e bistrot. Ma gli argomenti legati all'enogastronomia guidano le conversazioni in ogni lingua e in ogni comparto, anche nella ricettività, e i prodotti locali e peculiari della Toscana emergono spesso come argomento di discussione, in particolare i vini locali e i piatti tipici, come l'iconica fiorentina.

**I RISULTATI DEL BtoB.** La giornata all'Auditorium Sant'Apollonia segue gli incontri d'affari BtoB che si sono svolti la scorsa settimana al Palazzo degli Affari di Firenze, facendo incontrare 73 aziende toscane con 50 buyer provenienti da 23 paesi diversi. Oltre 2.200 gli assaggi di **prodotti DOP, IGP, Biologici, Prodotto di Montagna, Agriqualità e PAT** (produzioni agroalimentari tradizionali) realizzati in 2 giorni e 550 meeting, 290 i prodotti presentati, di cui 85 bio. Tra i paesi più rappresentati Canada, Danimarca, Francia, UK, Stati Uniti, ma sono arrivati compratori anche da Israele, Cile, Colombia, a dimostrazione di un mercato globale sempre più interessato ai prodotti di qualità. Il 98% dei partecipanti tra i seller ha dichiarato di voler tornare in occasione della prossima edizione, il 97% dei buyer pensa di poter sviluppare rapporti di business in seguito ai incontri fatti e il 100% degli intervistati ha manifestato l'intenzione di prendere parte a BuyFood Toscana 2023.

**L'EDUCATIONAL TOUR.** L'edizione 2022 di BuyFood Toscana continua con un press tour rivolto a stampa nazionale e internazionale, **tra il 21 e il 23 ottobre**, per conoscere prodotti e produttori direttamente sul posto e allo stesso tempo per un'immersione nella cucina di territorio nei ristoranti di Vetrina Toscana. Lungo il viaggio i giornalisti scopriranno 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
- Numeri agroalimentare: elaborazioni Ismea su dati Istat
- Numeri agriturismo: Repertorio nazionale dell'agriturismo e Istat
- Numeri Biologico: Anticipazioni "Bio in cifre 2022" dati 2021
- Highlights reports sui BtoB Buyfood Toscana 2022 del 14 ottobre 2022

La cartella stampa completa è scaricabile a questo link: <https://www.buyfoodtoscana.it/cartella-stampa/>

Contatti ufficio stampa per Buyfood 2022

Mariangela Della Monica - Responsabile ufficio stampa FST Cell. 334 6606721 m.dellamonica@fst.it

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

