

VOLA LA TOSCANA DELL'AGROALIMENTARE: 3,6 MILIARDI DI EURO IL VALORE DELLA PRODUZIONE AGRICOLA E 192 MILIONI IL VALORE DELLA DOP ECONOMY REGIONALE (+7,4%)

La fotografia del comparto ritrae quasi 42 mila imprese agroalimentari, il 30,4% a conduzione femminile e il 6,8% guidato da under 35. Toscana seconda regione per incidenza dell'agricoltura bio con il 36,4%. 86,5 su 100 è il sentiment della Toscana del food in rete: i turisti innamorati del cibo e dell'accoglienza

Firenze, 21 ottobre 2025 – Una quota export DOP e IGP che vale **94 milioni di euro**, con una **crescita del 18,4% solo nell'ultimo anno**: questo il dato relativo ai prodotti DOP e IGP che più di altri salta all'occhio nel report *"La Toscana DOP IGP"* realizzato da **ISMEA** per la settima edizione di BuyFood Toscana - la vetrina internazionale del gusto made in Tuscany - e presentati da Fabio Del Bravo durante il workshop *"AgroToscana: Identità, territori, mercati"*, tenutosi quest'anno alla Palazzina Reale di Santa Maria Novella a Firenze. Un dato che, alla luce dei recenti sviluppi internazionali, conferma la centralità e la forza della **"Dop Economy Toscana"** come leva di competitività e identità territoriale, che insieme ad un patrimonio enogastronomico di eccellenza e una crescente attenzione alla sostenibilità e al biologico trainano il comparto agroalimentare del made in Tuscany. Ad aprire la mattinata di lavori i saluti delle istituzioni regionali, della Camera di Commercio di Firenze insieme a PromoFirenze e a Fondazione Sistema Toscana alla presenza dei numerosi Consorzi di Tutela della Toscana.

LA DOP ECONOMY DELLA TOSCANA – La **Toscana** si conferma regione **leader per numero di registrazioni IG con 90 tra DOP e IGP**, di cui 32 prodotti alimentari e 58 vini. Limitatamente al comparto cibo, la regione fa registrare un valore della produzione pari a **192 milioni di euro (+7,4% su base annua)**. Un dato curioso è il posizionamento della Toscana rispetto alle altre regioni per tipologia di prodotti: le migliori performance le fa registrare con i prodotti della panetteria e pasticceria, dove si colloca seconda dietro solo all'Emilia Romagna, e con le carni fresche, dietro solo alla Sardegna. Sul podio, terza, anche tra gli oli d'oliva, dove precede la Liguria. Sono **sei i prodotti** che concentrano **l'88% del valore complessivo: Cantuccini Toscani IGP, Prosciutto Toscano DOP, Pecorino Toscano DOP, Olio Toscano IGP, Finocchiona IGP e Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale IGP.**

EXPORT – Dalla ricerca ISMEA emerge come il valore dell'export agroalimentare toscano nel 2024 sia stato pari a **4 miliardi di euro**, il 6,3% sul totale export regionale e negli ultimi 5 anni, il **tasso annuo medio di crescita** dell'export agroalimentare toscano è stato dell'**11,2%**, vino e olio EVO i prodotti di punta rispettivamente con 32% e 33%, che insieme fanno due terzi del valore esportato in tutto il mondo, in particolare Stati Uniti (27%), Germania (14%) e Francia (9,7%), ma anche i Paesi del Nord Europa e dell'Asia orientale che tendono a rafforzarsi.

STRUTTURA IMPRENDITORIALE E OCCUPAZIONE – Nelle **41.961 imprese agroalimentari toscane** – il 5,6% del totale nazionale - il 6,8% è guidato da under 35, mentre il **30,4% è a conduzione femminile**, superando la media italiana. **Gli occupati** nel settore agricolo sono circa **45 mila**, pari al 5,5% del totale nazionale, concentrati soprattutto nella produzione primaria, ma in crescita anche nelle attività di trasformazione e servizi collegati, come agriturismo, vendita diretta e turismo rurale. Nel 2024 il **valore complessivo della produzione agricola** regionale ha raggiunto **3,6 miliardi di euro**, con una crescita di circa il 4% rispetto all'anno precedente e segnando un incremento di quasi il 30% sul 2020. La **Superficie Agricola Utilizzata (SAU)** ammonta a quasi **560 mila ettari**, pari a circa un quinto del territorio regionale.

AGRICOLTURA BIOLOGICA E AGRITURISMO - Con **237.000 ettari coltivati a biologico, pari al 36,4%** della SAU regionale, la Toscana si conferma **seconda regione italiana** per incidenza dell'agricoltura biologica: nel 2024 sono stati riconosciuti **10 distretti biologici**, quattro dei quali di nuova istituzione, a testimonianza della diffusione di modelli produttivi sostenibili e della sinergia tra agricoltura, ambiente e comunità locali. Il quarto pilastro dello sviluppo agricolo toscano è la diffusione di **agriturismi**, che non solo consegna alla Toscana il primato come **regione italiana con il maggior numero di strutture** - circa 5.800 pari al 22% del totale nazionale – ma ne fa un modello di integrazione tra ospitalità e produzione agricola: il 47% delle aziende produce almeno un prodotto DOP o IGP, e un terzo adotta il metodo biologico.

I DATI DI IRPET - Il ruolo centrale delle attività secondarie, in particolare degli agriturismi, che hanno avuto un exploit nel periodo post covid e oggi godono di ottime prospettive a lungo termine, è testimoniato anche nella presentazione *"Identità e valore dell'agricoltura nella Toscana diffusa"* illustrata da **Sara Turchetti di IRPET** e

relativa alle filiere del legno, castanicoltura, turismo. Dal report emerge che l'agricoltura toscana produce ogni anno un valore aggiunto di 2,5 miliardi di euro e che quasi la metà è prodotto dalle cosiddette "aree interne", dove si concentra anche una parte rilevante di strutture agrituristiche, che rispondono ad un aumento della domanda di turismo slow - da quello esperienziale alle attività all'aria aperta e una riscoperta del turismo di prossimità – offrendo, come riporta la ricerca ISMEA, alloggio (90%), attività di ristorazione (37%), degustazione (32%) e ricreative (51%) con oltre 5 milioni di presenze con una netta prevalenza di turisti stranieri (70%). IRPET ha messo in evidenza come alla crescente concentrazione della popolazione nelle aree urbane e periurbane corrisponda una contestuale trasformazione di quelle marginali, che si presentano oggi come veri e propri laboratori di sostenibilità ed innovazione territoriale. Ne sono esempi di eccellenza le filiere del legno e della castanicoltura: la prima oltre a sostenere la transizione energetica, contribuisce alla messa in sicurezza del territorio, prevenendo il rischio di incendi e il dissesto idro-geologico; la seconda – che conta ad oggi circa 1600 aziende castanicole tra Lunigiana e Garfagnana, nel Mugello e sull'Amiata – contribuisce alla valorizzazione dei prodotti del bosco certificati e alla conservazione del tipico paesaggio di queste aree.

A seguire, il direttore di Fondazione Sistema Toscana, **Francesco Palumbo**, ha posto l'accento sul legame tra food, informazione e comunicazione e promozione turistica e sugli strumenti in campo per un'attività di valorizzazione che si snoda su più piani e con diversi strumenti sia per i cittadini che per i molti turisti interessati a questo settore. A partire da una finestra di eccezione come **Visittuscany, il portale della Destinazione Toscana, con oltre 5 milioni di visitatori**, per proseguire con i format innovativi della testata giornalistica intoscana.it, come i podcast di 'Toscana Bella e Buona' e le puntate di 'Storie di Moderni Contadini' ora anche "in cucina". Contenuti e video diffusi in rete e sulle tv locali, dedicati al mondo dell'enogastronomia e dei suoi protagonisti. Grazie poi ad un'interconnessione sempre più stretta con sito e social di intoscana, il flusso comunicativo e narrativo può contare anche sul **rinnovato portale www.vetrina.toscana.it**. Palumbo ha anche illustrato il nuovo Destination Management System (DMS), cui si accede da make.visittuscany.com. Uno strumento che potenzia le funzionalità e le opportunità a disposizione delle imprese e punta a migliorare la gestione dell'offerta turistica anche in ambito agroalimentare, favorendo una maggiore integrazione tra operatori, territori e strumenti digitali.

Sempre sul fronte del turismo è intervenuto **Mirko Lalli** per The Data Appeal Company. Il suo report si è focalizzato principalmente sull'influenza dell'AI nel food e su **come i turisti vedono la nostra regione** in relazione al comparto food & beverage grazie all'interpretazione del sentiment registrato in rete. **Il valore di sentiment attuale è 86,5** su 100, in leggero aumento rispetto all'anno precedente. Oltre ai visitatori italiani (41% delle tracce digitali, sentiment 83), la Toscana è fortemente apprezzata da turisti dagli **Stati Uniti** (sentiment 87,9), **Regno Unito** (85,4), **Polonia** (86,4), **Canada** (88) e **Australia** (85,9). Ciò che apprezzano di più è **l'eccellenza nella ristorazione**: piacciono qualità enogastronomica, cordialità e professionalità dello staff, mentre i costi sono valutati più severamente ma con un rapporto qualità prezzo complessivamente positivo. Risultano molto apprezzate le esperienze enogastronomiche autentiche e la qualità dei prodotti tipici, cresce il turismo emozionale e legato ad eventi, o come degustazioni e visite guidate in cantina. Da migliorare invece la trasparenza dei menu in relazione alla provenienza dei prodotti come anche la formazione del personale su ospitalità internazionale e storytelling.

I lavori della mattina sono proseguiti con la presentazione delle esperienze sul territorio raccontate dai singoli Consorzi, culminato con la **celebrazione degli anniversari del conferimento della DOP o dell'IGP**. L'Associazione per la valorizzazione della Castagna del Monte Amiata IGP, il Consorzio Olio extravergine di oliva Chianti Classico DOP e il Consorzio per la tutela dell'Olio extravergine di oliva Terre di Siena DOP hanno festeggiato 25 anni. 20 anni per il Consorzio per la tutela dello Zafferano di San Gimignano DOP, 15 anni per CO.RI.PANF. 15 anni per i Ricciarelli di Siena IGP e 10 anni per il Consorzio di tutela della Finocchiona IGP e il Consorzio di tutela del Pecorino delle Balze Volterrane DOP.

Nel pomeriggio il pubblico ha potuto scegliere se soffermarsi alla sezione espositiva di prodotti DOP e IGP della Toscana oppure se partecipare ad alcune Masterclass a cura dei Consorzi di valorizzazione e tutela. In tale contesto ha trovato spazio anche il Cooking show di "Storie di moderni contadini in cucina" con lo chef Gian Piero Fava a cura di Fondazione Sistema Toscana, oltre a corner dedicati ai progetti regionali di promozione turistica e di valorizzazione dell'enogastronomia tramite Vetrina Toscana.

INCONTRI BTOB - Mercoledì 22 e giovedì 23 ottobre al Palazzo degli Affari di Firenze, BuyFood apre la due giorni di incontri BtoB. In questa edizione sono stati coinvolti **61 produttori** certificati DOP, IGP, Agriqualità, Biologico e con Prodotto di Montagna e Prodotti Alimentari Tradizionali-PAT selezionati tramite bando

regionale e ben **50 buyer stranieri provenienti da 22 Paesi** del mondo per stringere nuovi accordi commerciali o consolidare i rapporti esistenti attraverso gli incontri BtoB. Presenti in particolare Canada e Stati Uniti, ma anche europei soprattutto Portogallo, Danimarca, Polonia, Repubblica Ceca e Germania. Le alte percentuali di soddisfazioni di compratori stranieri e aziende toscane confermano la validità di un format capace di supportare la filiera alimentare toscana all'internazionalizzazione, grazie ad un accurato processo di profilazione dei buyer, svolto nei mesi precedenti, a cura di **PromoFirenze**.

A chiusura della settimana del food toscano, il 24 ottobre, un gruppo di buyer parteciperà ai **tour** che prevedono visite aziendali e approfondimenti sul territorio. Le **Camere di Commercio di Firenze, Toscana Nord-Ovest Camera e di Pistoia-Prato** hanno aderito all'iniziativa sostenendo la partecipazione ai tour di circa 30 compratori esteri. Previsto anche un **press tour** dedicato alla stampa nazionale specializzata che si snoderà tra le produzioni tradizionali della provincia di **Pistoia e Lucca**. Quest'anno i protagonisti del viaggio stampa saranno: i Brigidini di Lamporecchio e le Cialde di Montecatini, la Farina di Neccio della Garfagnana DOP, il Farro della Garfagnana IGP e l'Olio di Lucca DOP. Non mancherà, infine, una tappa al distretto vivaistico pistoiese.

BuyFood Toscana 2025 è un evento di Regione Toscana e Camera di Commercio di Firenze, organizzato da PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana. L'evento, alla sua settima edizione consecutiva, si avvale della sinergia di Vetrina Toscana, il progetto regionale che promuove il turismo enogastronomico.

Contatti ufficio stampa BuyFood 2025

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

Marzia Morganti - MARTE COMUNICAZIONE – Cell. 335 6130800 - marzia.morganti@gmail.com