

“Facing The Future”: la Commissione Europea sceglie Vetrina Toscana come “Best Practice” Italiana per la promozione agroalimentare

written by Marco Salvaterra | 13 maggio 2021

Vetrina Toscana è una delle migliori pratiche a livello Europeo per la promozione del settore agroalimentare e viene indicata come esempio da seguire (buona pratica) per tutti gli altri paesi membri.



A dirlo è la Commissione Europea che ha invitato la Regione Toscana ad illustrarne le caratteristiche nell'ambito del gruppo SMET-Sherpa, istituito per l'individuazione e la rimozione delle barriere che ostacolano il corretto funzionamento del mercato interno, durante la prima riunione "tematica" sul settore agroalimentare.

Un'attenzione particolare è stata riservata dalla Commissione anche al settore del retail facendo riferimento allo scambio di "best practices", tratte dalla propria guida "Facing the future", individuando iniziative volte a promuovere i prodotti alimentari locali attraverso brand comuni e progetti sul territorio quali ad esempio, per l'Italia: "Vetrina Toscana".

"Facing the future - Guardando al futuro" è una guida pratica per promuovere la rivitalizzazione e la modernizzazione del piccolo commercio al dettaglio". Ogni suggerimento si basa su esempi di vita reale (storie di successo), raccolti tra le migliori pratiche di tutta Europa e replicabili nel contesto locale, che possano essere d'ispirazione per gli altri paesi.

Tra i suggerimenti viene messo in evidenza come le piattaforme online, basate su una comunità o un'area specifiche, possano rendere più efficace la promozione "turistica". Le attività di marketing e di promozione, volte a sensibilizzare i clienti e ad accrescere la visibilità dei piccoli dettaglianti, possono determinare una maggiore visibilità sul mercato. Ciò si può conseguire principalmente in tre modi: attraverso motori di ricerca e piattaforme online, comunicazione e promozione (inclusi i social media) ed eventi, tutte caratteristiche riassunte dal portale www.vetrina.toscana.it.

Vetrina Toscana viene selezionata come: "storia di successo" per aver saputo promuovere le specialità enogastronomiche locali con un marchio comune ed eventi che uniscono il cibo alla cultura, al turismo e al commercio al dettaglio, facendo crescere le vendite a chi fa parte della filiera e per aver messo a disposizione del progetto una strategia di comunicazione "ad hoc", sia tradizionale che digitale.

"Un riconoscimento, da parte della Commissione europea, che ci rende orgogliosi e che ha un duplice valore: da una parte riconosce la lungimiranza del progetto e la bontà del lavoro fatto fino ad oggi; dall'altra è un ottimo volano per celebrare Vetrina Toscana nel ventennale dalla sua nascita e proiettarla verso il futuro - commenta Leonardo Marras, assessore al turismo della Regione Toscana -. Tra i temi di viaggio della nostra campagna di promozione c'è il 'ritorno ai borghi e ai sapori autentici' a cui il progetto di Vetrina si sposa alla perfezione guidando i viaggiatori tra le eccellenze agroalimentari regionali".

"Ricevere questo "timbro" dalla Commissione europea è un grande segnale e ci fa comprendere che la strada intrapresa finora dalla Toscana va nella direzione giusta - dice la vicepresidente e assessora all'agroalimentare Stefania Saccardi - Vetrina toscana fa passare una serie di messaggi fondamentali e vitali per il comparto e per il futuro dell'agroalimentare della nostra regione. Primo, che i prodotti agroalimentari toscani sono garanzia di qualità e genuinità. Che acquistarli significa non solo fare un bel gesto verso noi stessi perché sono prodotti che fanno bene alla salute, ma anche verso l'ambiente e chi si sta impegnando a tutelarli. E infine, vuol dire sostenere questo comparto di eccellenza della Toscana e dare una mano alla salvaguardia delle tradizioni che sono espressione dell'identità dei territori da cui i nostri prodotti provengono".

La Regione Toscana è stata lungimirante cominciando oltre 20 anni fa a dedicare attenzione a temi quali la produzione locale, il biologico, la stagionalità, e la sostenibilità perché sostenere il territorio significa prendersene cura e tutelarli. Nell'anno 2000 ha lanciato il progetto di marketing territoriale che unisce turismo, commercio e produzione agricola attraverso il "saper fare" di ristoranti e botteghe che diventano veri e propri ambasciatori del territorio: Vetrina Toscana. Oltre 1000 ristoranti, 320 botteghe e più di 300 produttori vanno a comporre la più grande rete regionale italiana di questo genere.

Si tratta di una rete che mette in relazione consumatore, ristoratore e produttore in un circuito virtuoso di promozione e di eventi che consentono di scoprire anche gli angoli meno noti di questa Regione.

Il progetto ha un duplice scopo: aiutare l'utente ad orientarsi nell'offerta, dandogli indicazioni su dove mangiare piatti "tipici" e autentici e al contempo dare a ristoranti e botteghe l'occasione per farsi conoscere e proporre le

loro eccellenze.

Vetrina Toscana è realizzata da Regione e Unioncamere Toscana e promossa da Toscana Promozione Turistica e consente di tutelare la tradizione enogastronomica, raccontando i prodotti e le ricette tipiche, in modo che non vada perduta la ricchezza di questo patrimonio, promuovendo la cultura del recupero all'insegna della biodiversità e cercando di indicare al consumatore l'autenticità del prodotto e anche della relazione con chi quel prodotto lo realizza. Valorizza la **cultura enogastronomica** come attrattore turistico e **l'identità** del **territorio**.