Vetrina Toscana best practice per promozione agroalimentare

Autore : Redazione

Data : 13 Maggio 2021

Commissione Europea invita la Regione Toscana ad illustrarne le caratteristiche nell'ambito del gruppo SMET-Sherpa

Riceviamo e pubblichiamo da Agenzia Toscana Notizie.

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 comunita? o un’area specifiche, possano rendere piu? efficace la promozione “turistica”. Le attivita? di marketing e di promozione, volte a sensibilizzare i clienti e ad accrescere la visibilita? dei piccoli dettaglianti, possono determinare una maggiore visibilita? sul mercato.

Cio? si puo? conseguire principalmene 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 specialita? 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.

Dice la Vicepresidente e Assessore all'agroalimentare Stefania Saccardi:

> 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. 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 tutelarlo.
>
> 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.

Commenta Leonardo Marras, Assessore al turismo della Regione Toscana:

> 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.
>
> 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.

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 tutelarlo. 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.