

**Vetrina Toscana**  
**l'evoluzione**  
**e il**  
**“Patto dei Valori”**

## PREMESSA

L'evoluzione dei consumi alimentari, il cambiamento delle abitudini di acquisto, i modi, i tempi e i luoghi del consumo del cibo stanno assumendo, negli ultimi anni, sfaccettature sempre più varie. Il cibo si è trasformato in "food", esperienziale, emozionale, buono da pensare, da vedere e da fotografare, originando nuovi stili di vita dettati dalle differenti modalità di fruizione.

La progressiva crescita del comparto enogastronomico, quale segmento dell'industria turistica ha assunto, nel corso di questi ultimi anni, una rilevanza tale da essere considerata come una degli elementi fondamentali di un viaggio. Come evidenziato nel Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2020: " *l'enogastronomia nel turismo non si limita più esclusivamente all'acquisto di prodotti locali o il mangiare piatti tipici; ma si allarga andando a comprendere le visite ai luoghi di produzioni – quali aziende vitivinicole, birrifici, frantoi, caseifici, pastifici, .... –, il recarsi in ristoranti gourmet e storici, acquistare cibo presso food truck, partecipare a cooking class, food tour ed eventi a tema cibo, vino, birra, .... Una pluralità di esperienze in cui il coinvolgimento dei sensi è qualificante, attraverso cui fruire del patrimonio culturale del luogo in modo attivo e coinvolgente arricchendosi di valore nella condivisione. Studi e ricerche di mercato sono concordi nell'indicare un consolidamento dell'attrattività di questo segmento. Le prime analisi condotte negli Stati Uniti d'America e in Canada avevano evidenziato una forte crescita della platea di interessati: se nel 2007 il 17% dei turisti aveva partecipato ad esperienze a tema enogastronomico nel corso dei viaggi (TIA & Edge, 2007), questo valore era salito al 77% nel 2013 (Mandala Research, 2013). Oggi tali esperienze sono ormai patrimonio comune, con la quasi totalità dei turisti che vi prende parte quando viaggia (94%). Secondo il presente rapporto, il 71% dei turisti di Francia, Regno Unito, Canada, Stati Uniti d'America, Messico e Cina intraprende un viaggio per vivere esperienze enogastronomiche memorabili, mentre il 59% dichiara che le esperienze a tema li aiutano a scegliere tra più destinazioni. Questo trend di crescita si ravvisa anche nel nostro Paese: le vendite del prodotto enogastronomico da parte dei Tour Operator dei principali incoming italiani hanno evidenziato un forte aumento nella stagione estiva 2019 (ENIT, 2019). Per quanto concerne l'online, "Tour di cibo, vino e vita notturna" è la categoria di esperienza in TripAdvisor che ha registrato la maggiore crescita di prenotazioni nel 2018 in Italia, registrando +141% sull'anno precedente (TripAdvisor, 2019). Le ricerche evidenziano un interesse molto rilevante in Cina e Messico, confermando l'interesse dei turisti dei Paesi emergenti, dato che avevamo già mappato nel 2016".*

Secondo l'indagine condotta da Ciset, a novembre 2020, sul contesto competitivo di prodotti turistici toscani, il "prodotto enogastronomico" presenta elevati livelli di performance e di competitività, con alta redditività e con brand consolidato.

In questo conteso e alla luce dei gravissimi effetti negativi che la pandemia del Covid-19 ha generato nella filiera turistica e ristorativa, la Regione ha avviato un percorso di revisione e di rilancio del progetto di Vetrina Toscana, nato nel 2000, con specifiche azioni di promozione e comunicazione da realizzate in collaborazione con Toscana Promozione Turismo e Fondazione Sistema Toscana al fine di rafforzare la valorizzazione dell'attrattore eno-gastronomico nell'ambito della qualificazione dell'offerta turistica, con particolare attenzione all'identità dei territori, le produzioni di qualità e tipica e le tradizioni culinarie toscane favorendo un forte legame tra la filiera dell'accoglienza regionale e la produzione agroalimentare , la commercializzazione dei prodotti regionali negli esercizi di prossimità e la ristorazione.

L'obiettivo è di facilitare il raggiungimento di maggiori livelli di soddisfazione per il visitatore delle destinazioni toscane sempre più alla ricerca di esperienze autentiche e attento alla qualità del cibo e della cucina del territorio.

Oltre alla completa rivisitazione del modello di aggregazione e partecipazione è prevista una importante campagna di comunicazione rivolta agli aderenti e al pubblico, che permetta di rafforzare la brand awareness del progetto stesso.

## L'EVOLUZIONE

Nell'immaginario collettivo la “Toscana è sinonimo di buona cucina e di buon vivere”

### **A 20 anni dalla nascita del progetto Vetrina Toscana è.....:**

- la risposta concreta della Toscana ad un visitatore attento all'enogastronomia che desidera gustare il nostro territorio
- un progetto regionale di marketing turistico all'avanguardia
- una rete di persone e di imprese che credono in valori comuni
- un rafforzamento dell'importanza della qualità del cibo, dal prodotto alla tradizione culinaria
- pubblicizzare le nostre storie raccontate attraverso il cibo
- ricordare i valori identitari espressi attraverso i piatti
- confermare la storica arte dell'accoglienza della Toscana
- mettere al centro la vendita e la trasformazione del prodotto e della sua storia
- generare attenzione sui nuovi prodotti e la riscoperta degli antichi
- essere attenti alla tradizione e modernità culinaria
- raccontare il territorio, il passaggio e la cultura
- rafforzare il brand toscana

## **LA RETE DI VETRINA**

La rete è composta:

- dai soggetti pubblici: Regione Toscana, Toscana Promozione Turistica, Fondazione Sistema Toscana, le Camere di Commercio Toscane, Unioncamere Toscana, gli enti territoriali, gli ambiti turistici territoriali.
- dal sistema delle imprese, singole o associate, del settore food, wine e dell'accoglienza: produttori e pubblici esercizi come botteghe, anche virtuali, ristoranti, imprese di catering, cantine, enoteche, agriturismi;

## **IL PATTO DEI VALORI**

Il progetto Vetrina Toscana è fondato sulla condivisione da parte degli aderenti alla rete dei seguenti valori identitari che ne orientano la struttura, i comportamenti e gli obiettivi:

- amare la Toscana e la sua cultura culinaria
- essere custode della tradizione, ma anche attenti alla contemporaneità
- contribuire al sostegno dell'economia del territorio
- credere nella qualità del cibo e dei prodotti regionali
- offrire ai consumatori un'esperienza di gusto, un ricordo e un'emozione

## L'ADESIONE AL PROGETTO

### 1. Perché aderire

Vetrina è lo strumento della Regione per la promozione turistica dell'enogastronomia

### 2. Cosa offre

- la possibilità di promuovere gratuitamente la propria attività sul portale **www.vetrina.toscana.it** collegato al Sito ufficiale della destinazione Toscana Visit Tuscany;
- di partecipare in maniera privilegiata e in base al grado di partecipazione:
  - agli eventi di valorizzazione della rete
  - alle attività di marketing organizzate e/o sponsorizzate da Regione Toscana, Toscana Promozione Turistica, Fondazione Sistema Toscana e dalle Camere di commercio toscane
  - alle attività di comunicazione promosse dalla Regione Toscana
  - ai percorsi di innovazione promossi da Regione Toscana
  - alle azioni che favoriscono gli incontri fra ristoratori e produttori toscani

### 3. Quale impegno è richiesto

Agli aderenti è richiesto di farsi garanti di essere fedeli interpreti dei seguenti principi:

- garantire l'utilizzo di materie prime di qualità
- garantire la provenienza dei prodotti
- preferire l'utilizzo di prodotti freschi e di stagione
- garantire l'uso prevalente dei prodotti toscani: a denominazione d'origine protetta DOP , indicazione geografica protetta IGP, specialità tradizionale garantita STG, a marchio "prodotto di montagna", biologici, produzione integrata a marchio regionale "Agriqualità" o a marchio nazionale "SQNPI" Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata , PAT - prodotti agroalimentari tradizionali della Toscana, tutti indicati nel portale **www.vetrina.toscana.it**

- proporre piatti locali e tradizionali, anche attraverso una rivisitazione in chiave contemporanea<sup>1</sup>
- informare sulle materie prime utilizzate/prodotti venduti e sul loro rapporto con il territorio e i suoi produttori
- garantire la continua ricerca dei migliori ingredienti/prodotti, per proporre ai clienti un'esperienza di gusto unica
- gestire l'attività con la massima attenzione ai temi della sostenibilità ambientale, della lotta allo spreco alimentare, dell'etica nei rapporti di lavoro
- diffondere informazioni su Vetrina e sull'attrattiva turistica dei territori
- collaborare all'organizzazione di eventi mirati alla valorizzazione della rete Vetrina, e di eventuali altre iniziative attinenti al turismo enogastronomico, partecipando fattivamente alla realizzazione di:
  - almeno un evento l'anno (Bronzo)
  - almeno due eventi l'anno (Argento)
  - più di due eventi l'anno (Oro)
- partecipare al processo di misurazione della *performance*, del grado di soddisfazione dei partecipanti agli eventi e della reale percezione del brand "Vetrina Toscana".

#### **4. Chi può aderire**

##### Sezione "RISTORANTI"

Le unità locali classificate con codice ATECO<sup>2</sup>, che svolgono attività di ristorazione, con somministrazioni in sede fissa e ambulante, nonché le società di catering.

---

<sup>1</sup> solo l'attività di somministrazione

<sup>2</sup> Indicati in dettaglio sul portale

### Sezione “ESPERIENZE-DEGUSTAZIONI”

Le unità locali classificate con codice ATECO<sup>2</sup>, che svolgono attività di degustazione, le imprese agrituristiche che effettuano la somministrazione di pasti, alimenti e bevande e/o degustazioni e assaggi, e/o l’organizzazione di eventi promozionali e/o l’enoturismo/oleoturismo, le imprese agroalimentari con punti vendita e/o di degustazione.

### Sezione “BOTTEGHE”

Le unità locali classificate con codice ATECO<sup>2</sup>, che svolgono attività di commercio al dettaglio di prodotti alimentari e bevande in sede fissa e ambulante, esercizi di vicinato e vetrine virtuali di e-commerce.

### Sezione “PRODUTTORI e la RETE ”

#### Produttori

- le aziende agricole toscane
- le cooperative agricole, forestali ed agroalimentari toscane
- le società ed i consorzi costituiti da aziende agricole toscane
- le imprese toscane di trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli ed agroalimentari

#### La Rete (Soggetti aggregatori)

- le organizzazioni di produttori agricoli
- le organizzazioni di rappresentanza delle aziende agricole toscane
- i consorzi di tutela delle produzioni agroalimentari toscane (DOP e IGP)
- i consorzi di tutela dei vini della Toscana (DOP e IGP)
- le strade del vino e dei sapori della Toscana
- le comunità del cibo e della biodiversità di interesse agricolo e alimentare
- i distretti rurali e agroalimentari toscani



- la rete dei coltivatori custodi, la filiera corta / i mercati dei produttori le cooperative di comunità
- la comunità della pratica
- il centro delle competenze

## **5. Come aderire**

L'adesione è volontaria, semplice e totalmente gratuita può essere effettuata esclusivamente in forma elettronica, mediante l'accesso all'indirizzo [www.vetrina.toscana.it](http://www.vetrina.toscana.it), aderendo al patto dei valori e sottoscrivendo l'impegno a farsi garanti di essere fedeli interpreti dei principi indicati al punto 3.

L'adesione si rinnova automaticamente salvo espressa richiesta di cancellazione.

Nel caso di cambio di gestione è necessaria una nuova richiesta di adesione

Nel caso di chiusura dell'attività, rilevata per tramite delle verifiche camerali, si procede alla cancellazione automatica.

## **6. Cause di esclusione e sospensione**

Sono cause di esclusione e/o sospensione dalla rete Vetrina Toscana il venire meno agli impegni assunti con l'iscrizione al portale.

## **7. Recesso**

L'aderente può richiedere la cancellazione per recesso in qualunque momento, la facoltà di recesso può essere esercitata attraverso la compilazione telematica del modulo presente sul portale [www.vetrina.toscana.it](http://www.vetrina.toscana.it)

## **8. Controlli**

La Regione nell'ambito del progetto può realizzare specifiche analisi e interviste che consentono di comprendere il livello di soddisfazione dei clienti e la reale percezione del brand "Vetrina Toscana".

## **9. Clausola di salvaguardia**

La Regione Toscana non è responsabile di eventuali danni diretti ed indiretti alle imprese aderenti alla rete imputabili alla partecipazione alla rete Vetrina Toscana, siano essi dovuti ad attività promozionali od a comportamenti di singoli partecipanti. La Regione Toscana si riserva di esercitare azioni di tutela del logo verso tutti ed azioni risarcitorie per danni all'immagine della rete Vetrina Toscana.

Per quanto non disposto nel presente documento si rinvia alla piattaforma [www.vetrina.toscana.it](http://www.vetrina.toscana.it)