

VETRINA TOSCANA



#VETRINATOSCANA





IL PROGETTO

LA TOSCANA

Vetrina Toscana è il luogo virtuale in cui il sistema promozionale regionale riunisce produttori e prodotti, storie e emozioni gustative, un gate di accesso unico ad un patrimonio culturale immateriale immenso, sempre più desiderato dal turismo italiano e internazionale. Nella ricerca del Ciset l'enogastronomia è il primo attrattore regionale . La commissione ha individuate VT come una delle buone pratiche europee

#VETRINATOSCANA





LA VETRINA DELLA TOSCANA, 23 ANNI DI TURISMO DI GUSTO

Il marchio denominato “Vetrina Toscana” è ispirato alle tante eccellenze della storia e del presente della Regione: la forma a cui viene affidato questo compito è l’immagine rappresentativa del medaglione decorativo, ispirato all’opera “Testa di una gioventù” dello scultore rinascimentale fiorentino Luca della Robbia. Il medaglione viene scelto a richiamare l’era Rinascimentale della Regione, la fioritura della cultura e delle arti figurative. Nel Rinascimento i banchetti erano una delle espressioni della cultura di corte. L’arte culinaria grazie ai libri di ricette e di etichetta e ai manuali sull’apparecchiatura della tavola, è stata tramandata fino a noi. Molti piatti hanno antichissime tradizioni, che provengono dal Rinascimento e ancora oggi sono preparati allo stesso modo. Firenze è la prima città al mondo in cui si diffuse l’uso della forchetta. Oggi è il cuore di una regione che vuole dire bontà per tutti i viaggiatori del mondo, che identificano nella toscanità il piacere del mangiare italiano.

#VETRINATOSCANA





LA MISSION

Vetrina Toscana non è solo un veicolo di comunicazione per aziende, persone ed esperienze, ma anche in uno strumento capace di restituire all'esterno la complessità di una regione fatta di tante capitali, realtà associative, di giacimenti enogastronomici che sono parte integrante di un'immensa miniera culturale. In un panorama così ricco diventa strategico creare una “vetrina” (appunto), sull'enogastronomia di qualità, perché questa costituisce una delle più importanti motivazioni di viaggio (a cui si legano l'attenzione per la cultura e l'arte). Pertanto la promozione del turismo enogastronomico diventa un *asset* trasversale che accompagna le iniziative di promozione turistica ed agroalimentare

#VETRINATOSCANA





La gestione del progetto

Vetrina Toscana è un progetto regionale che vede il *settore attività produttive* e il *settore agricoltura e sviluppo rurale* uniti per rafforzare la promozione della produzione agroalimentare grazie allo sviluppo del turismo enogastronomico. La gestione del progetto è affidata a Toscana Promozione Turistica, mentre la gestione del sito (vetrinatoscana.it) e della comunicazione digitale è realizzata da Fondazione Sistema Toscana.



■ ■ ■ fondazione
sistema toscana

#VETRINATOSCANA





UNA VETRINA DELLA TOSCANA CHE TUTTO IL MONDO VUOLE CONOSCERE

**Ad oggi aderiscono al progetto Vetrina Toscana 2019
imprese (erano 1450 nel 2021) :**

Ristoranti: 969

Botteghe: 279

Produttori: 393

Strutture ricettive: 104

#VETRINATOSCANA





LA VARIETA' DELLE ECCELLENZE TOSCANE

Agriturismi: 44

Aziende di produzione integrata: 58

Birrifici: 26

Cantine: 56

Catering: 15

Enoteca: 39

Oleifici: 36

.

#VETRINATOSCANA





Vetrina Toscana si fonda sui dieci punti cardine del Manifesto dei Valori, una vera e propria carta della produzione Made in Tuscany. Il Manifesto è condiviso e sottoscritto da tutti i partecipanti, che con l'adesione si impegnano a osservarne lo spirito e le regole

VETRINA TOSCANA

IL MANIFESTO

Vetrina Toscana è il progetto di Regione e Unioncamere Toscana che promuove i ristoranti, i produttori e le botteghe. Una rete di persone e di imprese, donne e uomini uniti da principi e obiettivi comuni: valorizzare i prodotti e l'identità enogastronomica della Toscana con le specificità delle sue destinazioni territoriali e la qualità delle produzioni agroalimentari in coerenza con un turismo responsabile e sostenibile.

1. I nostri piatti rappresentano una cucina autentica, che esalta la tradizione regionale. La Toscana è un brand, che arricchisce il nostro lavoro.

2. Il cibo racconta le nostre storie. I nostri piatti e i nostri prodotti sono una leva importante del turismo: quando mangio desidero capire dove sono.

3. Il cibo ha una valenza anche sociale ed ambientale: si rispetta e non si spreca.

4. L'utilizzo dei prodotti del territorio sostiene l'economia locale e crea un modello circolare virtuoso.

5. La natura si rispetta e non si forza: si cucina secondo la stagionalità

6. Accogliere è un'arte: è un modo di essere, una forma di rispetto per chi entra in contatto con noi.

7. La tipicità offre al visitatore una garanzia di genuinità e sancisce il legame con la nostra identità territoriale.

8. Il paesaggio è un bene comune e va tutelato. Preferiamo prodotti biologici o ad agricoltura integrata, di filiera corta. Più il prodotto è locale più il sapore arriva integro nel piatto: si inquina di meno.

9. L'ambiente che ci circonda, la cultura, la storia, i prodotti sono un unicum: la nostra ricchezza. Ci contraddistinguono e ci rendono ciò che siamo.

10. La qualità è un valore.



COSA FA VETRINA TOSCANA



è un viaggio nel viaggio

alla scoperta di ristoranti, botteghe, prodotti tipici



•TUTTO IL BUONO DELLA REGIONE•
www.vetrina.toscana.it

IG @vetrinatoscana
#unviaggionelviaggio



è un viaggio nel viaggio

alla scoperta di ristoranti, botteghe, prodotti tipici



•TUTTO IL BUONO DELLA REGIONE•
www.vetrina.toscana.it

IG @vetrinatoscana
#unviaggionelviaggio



Promuove il turismo enogastronomico in tutte le manifestazioni ed iniziative che rientrano nel piano promozione regionale (fiere, eventi, presstour, famtrip). Sviluppa una pianificazione pubblicitaria rivolta sia al sistema delle imprese che al pubblico. Realizza pubblicazioni specifiche per far conoscere la cucina toscana nel mondo

#VETRINATOSCANA





La campagna btoc

#VETRINATOSCANA



farinata

è un viaggio nel viaggio

alla scoperta di ristoranti, botteghe, prodotti tipici



• TUTTO IL BUONO DELLA REGIONE •
www.vetrina.toscana.it

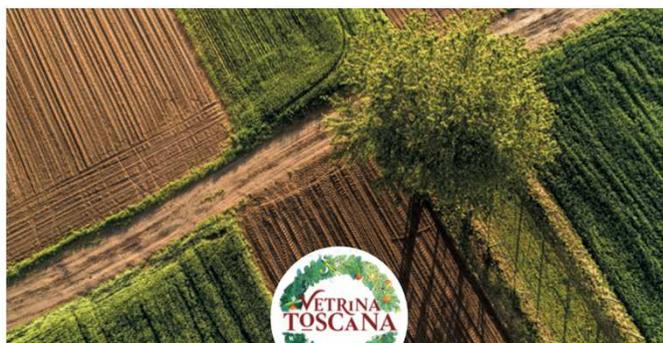
IG @vetrinatoscana
#unviaggionelviaggio



Falderi a pasta

è un viaggio nel viaggio

alla scoperta di ristoranti, botteghe, prodotti tipici



• TUTTO IL BUONO DELLA REGIONE •
www.vetrina.toscana.it

IG @vetrinatoscana
#unviaggionelviaggio



olio Evo Toscano Igp

è un viaggio nel viaggio

alla scoperta di ristoranti, botteghe, prodotti tipici



• TUTTO IL BUONO DELLA REGIONE •
www.vetrina.toscana.it

IG @vetrinatoscana
#unviaggionelviaggio





La campagna btoc

#VETRINATOSCANA





COSA FA VETRINA TOSCANA



Sostiene, ogni anno, oltre 150 eventi territoriali grazie al contributo di Regione Toscana e Unioncamere Toscana. Realizzati dalle Camere di Commercio, da Confcommercio e da Confesercenti, consentono di presentare, in tutto il territorio regionale, le eccellenze enogastronomiche regionali.

#VETRINATOSCANA





COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO ANNO

GIUGNO 2022

mercoledì 15 Giugno. La Toscana in bocca: cena con raccolta fondi a favore di di Fondazione ANT Italia Onlus presso Beste Hub Prato dal titolo: Degustazione Contemporanea

dal 17 al 21 giugno Arcobaleno d'Estate (decima edizione) in collaborazione con il Quotidiano La Nazione inaugurazione con Vetrina Toscana a Villa Bellosguardo a Lastra a Signa

18 giugno 2022 Cena tipica toscana organizzata da Vetrina Toscana per i membri del Niaf (Associazione Italia USA)

LUGLIO 2022

Sabato 2 e domenica 3 luglio nel centro storico di Chianciano Terme la 4° edizione dell'evento Valdichiana Eating.

Sabato 2 luglio alle ore 18:00 spazio dedicato all'approfondimento enogastronomico con l'incontro "Talk and Taste – il cibo e l'acqua, nutrimento per il corpo e per il territorio"

lunedì 4 e martedì 5 luglio "Da chiostro a chiostro", Due serate per assaporare le prelibatezze di chef e maestri pasticceri pratesi nei due bellissimi chiostri del centro storico.

Realizzazione 2 puntate Italia a morsi con Chiara Maci a Castiglione della Pescaia e Pisa

Upvivum: concorso gastronomico riserva della biosfera mab unesco "isole di toscana"

#VETRINATOSCANA





AGOSTO 2022

COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO ANNO

Organizzazione di 4 serate al Festival della Versiliana, di cui una annullata per maltempo e recuperata in un doppio appuntamento nella serata finale. Al caffè de La Versiliana narrazione e degustazioni per la promozione di percorsi enogastronomici

Venerdì 5 agosto nell'ambito del Caffè de La Versiliana, l'incontro: "Vetrina Toscana: un assaggio della nuova campagna. Tra marmo e mare Carrara e Livorno".

Lunedì 22 agosto nell'ambito del Caffè de La Versiliana, l'incontro: "Vetrina Toscana tra cucina, sport, salute e turismo: una combinazione "Eroica"". Una modalità "lenta" che consente di assaporare appieno il territorio.

Lunedì 29 agosto nell'ambito del Caffè de La Versiliana, l'incontro: "La dolce vita degli Etruschi: viaggio tra i banchetti e i simposi del popolo italico", "Vetrina Toscana: il cibo è cultura, tra radici identitarie e sostenibilità".

Ogni evento si è chiuso con una degustazione gratuita di prodotti e piatti della tradizione.

#VETRINATOSCANA





COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO



Slow Food®

L'accordo con Slow Food

- Tpt inserisce nel sito di Vetrina Toscana un link che rimandi alla rete SlowFood Toscana ed ai progetti condivisi con vetrina toscana
- Slow Food Toscana promuove l'adesione a Vetrina Toscana nella propriarete.
- Slow Food Toscana favorisce l'inserimento nella sua rete degli aderenti di vetrina toscana confermando la obbligatorietà di rispettare i disciplinari e i regolamenti dei progetti Slow Food.
- Tpt si impegna a valutare la partecipazione di Vetrina Toscana all'internodelle manifestazioni organizzate da Slow Food o dalla Regione Toscana (es. Terramadre - Salone del Gusto, Cheese, Slow Fish, BuyFood, BuyWine)
- Tpt e Slow Food Toscana intendono programmare percorsi formativi per gliaderenti a vetrina toscana volto a rendere sempre più sostenibile la pratica dell'accoglienza, anche in accordo con le associazioni di categoria che aderiscono al progetto.
- Slow Food Toscana e Tpt si impegnano a favorire la partecipazione a iniziative congiunte e a progettarne di nuove insieme.
- Tpt e Slow Food Toscana valuteranno la possibilità di realizzare pubblicazioni anche in collaborazione con Slow Food Editore.
- Tpt e Slow Food Toscana si impegnano a collaborare anche nello sviluppo del progetto Slow Food Travel per la realizzazione di nuovi percorsi all';interno del territorio regionale, in coerenza con l'accompagnamento alla costruzione del prodotto turistico che TpT persegue insieme agli Ambiti Turistici territoriali.

#VETRINATOSCANA





COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO ANNO

SETTEMBRE 2022

Presentazione volume Happy Camper

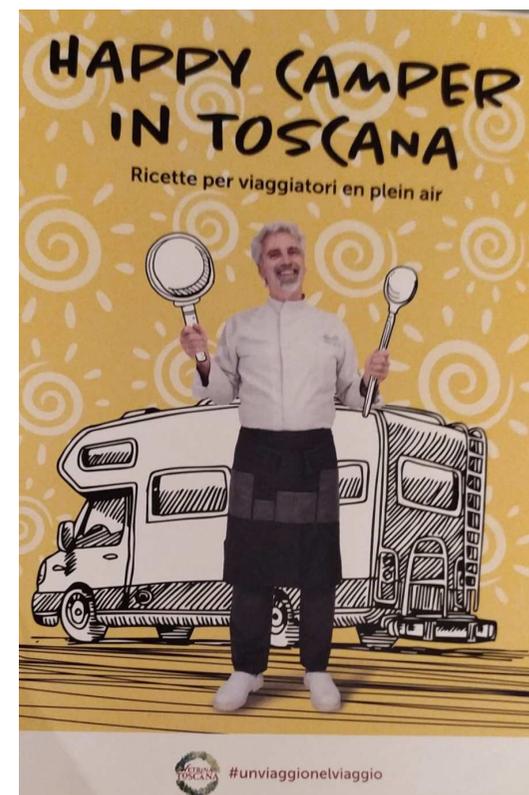
Nella giornata inaugurale del Salone del Camper (Fiere di Parma 10-18 settembre) Toscana Promozione Turistica, nell'ambito del progetto di Vetrina Toscana, presenta il libro: "Happy Camper in Toscana – Ricette per viaggiatori en plein air" una guida pratica alla cucina tipica, dedicato a chi sceglie di visitare la Toscana in camper.

Salone del Gusto di Torino

Stand condiviso con Slow Food Toscana

22 settembre: Toscana Promozione Turistica e Slow Food Toscana siglano un accordo per valorizzare il turismo enogastronomico attraverso le rispettive buone pratiche

28-29-30 settembre Buy Tuscany a Livorno con cene a tema a cura di Vetrina Toscana



#VETRINATOSCANA





COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO ANNO

OTTOBRE 2022

Dal 7 al 10 ottobre nel Padiglione delle Locomotive a vapore del Museo Nazionale Ferroviario di Pietrarsa: Eruzioni del Gusto

Dal 6 al 9 ottobre, all'Isola d'Elba la Borsa internazionale del Turismo Sportivo & Benessere termale (BTS). Cena inaugurale a cura di Vetrina Toscana

10 ottobre cena inaugurale del buy food Toscana nel roof dell'hotel Baglioni

Da mercoledì 12 a venerdì 14 ottobre al TTG Travel Experience. Vetrina hospitality corner: degustazioni nei 3 giorni. Un racconto enogastronomico a suon di musica, Vetrina Toscana racconta i dolci amati dai grandi compositori Puccini e Mascagni.

Skipass. Dal 29/10 al 1/11 stand condiviso con la Regione Emilia Romagna

Vetrina Toscana Degustazioni e hospitality corner.



#VETRINATOSCANA





COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO ANNO

NOVEMBRE 2022

Press Tour Vetrina Toscana. Dalla montagna al mare: Lunigiana, Versilia e Livorno

San Miniato, 5 novembre. Convegno sul tartufo organizzata da Fondazione San Miniato Promozione per il lancio della Mostra Mercato del Tartufo bianco di San Miniato, dal titolo “Il tartufo e la Toscana: nuove tutele, nuovi progetti, nuovi orizzonti per i territori”

Il Paniere solidale di ANT. Il Paniere delle Eccellenze 2022, appuntamento fisso delle festività natalizie pensato da Fondazione ANT per celebrare la ricchissima tradizione enogastronomica del territorio, realizzato grazie alla generosità di numerose aziende locali.

12-13 novembre Agrietour. Presso Arezzo Fiere e Congressi, in collaborazione con il progetto CAP.TERRES (Capitalizzazione per la valorizzazione dei Produttori locali e dei TERritori sostenibili attraverso Sistemi intelligenti) che promuove le imprese della filiera turistica dei territori rurali transfrontalieri

14 novembre cena Divino Wine Hospitality and Travel

29 novembre cena Italy Ambassador all'interno della BTO

Cena di gala di beneficenza la Toscana in bocca mercoledì 30 novembre presso Toscana Fair



#VETRINATOSCANA





DICEMBRE 2022

COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO ANNO

Chiusura evento Foodnet con ulteriore blogtour

Mare Divino - La FISAR (Federazione Italiana Sommelier Albergatori e Ristoratori) Delegazione di Livorno in collaborazione con Slow Food - Condotta di Livorno, il sostegno del Comune di Livorno e Vetrina Toscana ed il patrocinio di Regione Toscana e Camera di Commercio della Maremma e del Tirreno, sabato 3 e domenica 4 dicembre presenta l'undicesima edizione di MareDiVino, evento istituzionale di promozione e conoscenza dei vini della provincia di Livorno e delle produzioni di eccellenza della Toscana.

Wine Destination Italia . Presenza e premiazione di Antinori come Best Cellar

GENNAIO 2023

Chiusura ufficiale evento Foodnet e lancio stampa congiunto con Confcommercio

Organizzazione e realizzazione in collaborazione con Confesercenti Firenze dell'evento stampa a Marradi su Marrone del Mugello IGP e i tortelli del Mugello

Presentazione di Happy camper sul territorio della Provincia di Lucca ed un'iniziativa nell'istituto comprensivo di Barga per 60 studenti Erasmus, con l'obiettivo di educare alla sostenibilità.

#VETRINATOSCANA





FEBBRAIO 2023

COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO ANNO

Organizzazione 2 foto shooting (Marina di Pisa e Castiglione della Pescaia) per la realizzazione del volume Happy Boat. Scatti di foto per campagna digitale pre lancio

Bit Milano: presenza e lancio comunicato alleanza etrusco ellenica. Partecipazione alla tavola rotonda di presentazione di QUORE

MARZO 2023

Cerimonia di inaugurazione del MeQ, mercato coperto di Follonica, il primo mercato di Vetrina Toscana, sostenibile ed etico

Partecipazione e presenza ad evento Yacht Carrara con intervento per Vetrina Toscana

Partecipazione al workshop della ConfCommercio di Prato e Pistoia sulla strategia dei territori rispetto all'enogastronomia

APRILE 2023

Realizzazione Libro Happy Boat in Toscana

Realizzazione materiale video e story telling per il progetto di valorizzazione dei luoghi dell'Unesco della provincia di Siena attraverso i piatti e le produzioni enogastronomiche locali.

Realizzazione di 10 puntate del Podcast RAI su Radioraiply sul tema dell'alimentazione sostenibile

#VETRINATOSCANA





COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO ANNO

MAGGIO 2023

9 maggio presentazione del calendario di eventi “Appunti di viaggio” e “Girogustando”, progetti realizzati e promossi da Confesercenti Toscana Assoturismo e Vetrina Toscana

19 maggio convegno sulla birra artigianale in collaborazione con ObiArt, l'Osservatorio delle Birre Artigianali con sede presso il Dipartimento di Agraria dell'Università di Firenze, realizzato insieme a Vetrina Toscana, presso l'Aula Magna per fare il punto sullo sviluppo di una filiera e di un turismo brassicolo regionale. Degustazione di birre e prodotti del territorio

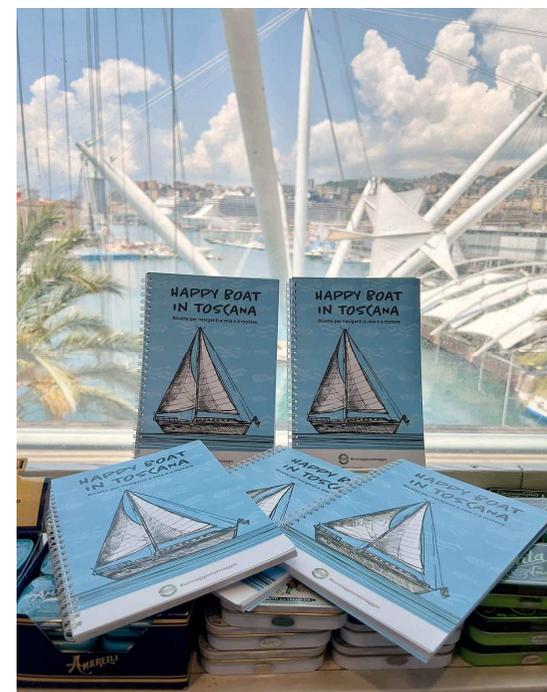
30 Maggio evento inaugurale di Io sono Fiorentino presso l'hotel Baglioni con Confcommercio Firenze

GIUGNO 2023

Presentazione del Libro Happy Boat con cooking show

Genova Slow Fish 3 giugno

Follonica MeQ 17 giugno

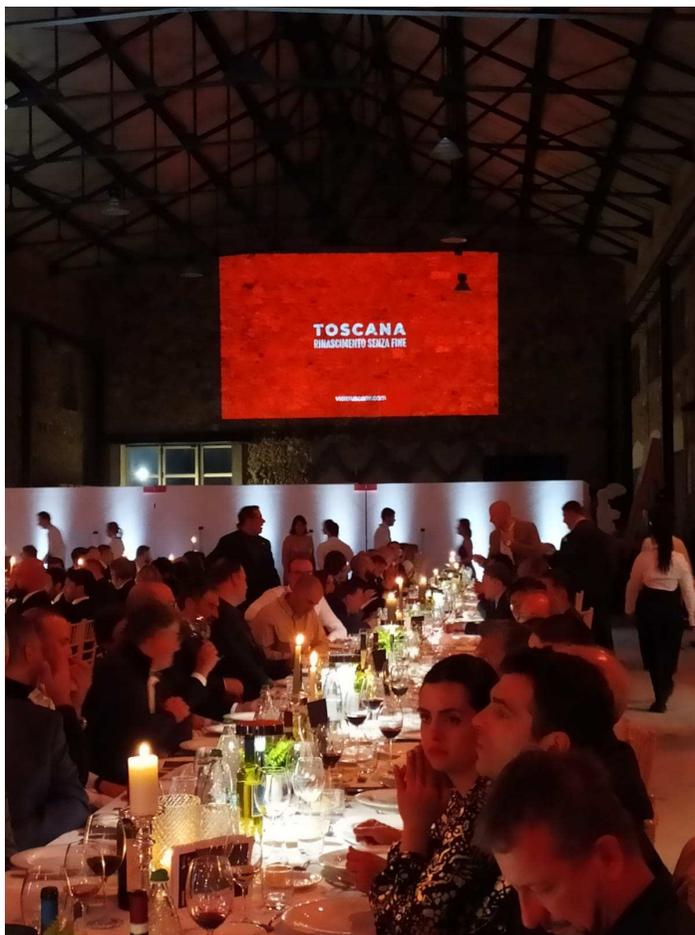


#VETRINATOSCANA





COSA FA VETRINA TOSCANA



#VETRINATOSCANA





COSA FA VETRINA TOSCANA



#VETRINATOSCANA





COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO ANNO

L'accordo con la FEDERAZIONE STRADE DEL VINO, DELL'OLIO E DEI SAPORI DI TOSCANA

- Promuovere turisticamente i territori caratterizzati da produzioni rappresentative della Regione Toscana: PAT, IGP, IGT, DOP, con particolare attenzione all'olio, vino, salumi, formaggi etc., che abbiano sviluppato modelli organizzativi legati all'incoming di visitatori interessati all'enogastronomia
- Partecipare congiuntamente a mostre, fiere, esibizioni, eventi finalizzati alla presentazione della filiera produttiva e turistica del settore food and wine;
- Promuovere e favorire la sinergia con tutti gli attori della filiera turistica toscana, individuati con Toscana Promozione Turistica;
- Scambiare buone pratiche territoriali attraverso la partecipazione, in maniera congiunta, ad iniziative che permettano una conoscenza delle eccellenze produttive e di accoglienza presenti in regione;
- Condividere materiali, informazioni e dati ritenuti di reciproco e generale interesse (attività didattiche e condivisione di esperienze, attività promozionali, educational tour per buyers, educational per giornalisti; etc.);



#VETRINATOSCANA





COSA E' SUCCESSO NELL'ULTIMO ANNO

L'accordo con la FEDERAZIONE STRADE DEL VINO, DELL'OLIO E DEI SAPORI DI TOSCANA

- Favorire il raggiungimento di migliori standard di qualità per l'attività promozionale delle Strade singole o associate e delle aziende rappresentate;
- Operare congiuntamente al fine di individuare eventuali risorse indispensabili per la realizzazione di progetti condivisi e nell'ottimizzazione di quelle esistenti, sia a livello nazionale che comunitario;
- Sviluppare congiuntamente di contenuti adeguati alla complessità dei territori, da divulgare attraverso efficaci strumenti e attività di comunicazione
- Supportare la ricerca e alla valorizzazione dei paesaggi, della storia, delle tradizioni, del vissuto che caratterizzano le produzioni delle Strade
- Collaborare con i firmatari, gli Enti, Associazioni, Consorzi di settore, rappresentanti delle Istituzioni, Università e Centri di Ricerca, per contribuire alla costruzione di un'offerta territoriale che consenta un ampliamento del periodo di apertura, dando risposte concrete alla destagionalizzazione turistica e la valorizzazione delle destinazioni meno conosciute della Toscana;
- Valutare opportunità di sviluppo di attività di promozione turistica territoriale, anche, attraverso la gestione di centri informativi territoriali collegati nella rete toscana rurale.

#VETRINATOSCANA





COSA SARA' VETRINA TOSCANA



Vetrina Toscana sarà sempre più una porta di accesso al mondo produttivo del gusto toscano, un veicolo per favorire l'accesso al dietro le quinte che i tanti viaggiatori della regione desiderano. Visite in azienda, esperienze con i produttori, idee per viaggi di cultura materiale dei sapori saranno al centro della Vetrina che verrà.

#VETRINATOSCANA





COSA FARA' VETRINA TOSCANA

- 1) **Il gusto sostenibile.** Il tema della sostenibilità è sempre più centrale nelle politiche turistiche e agroalimentari e varrebbe l'attivazione di modelli di comunicazione e di sviluppo specifici. L'accordo con Slow Food è potenzialmente molto utile e apre una serie di opportunità su cui sarebbe bene investire. Ad esempio si può immaginare uno specifico lavoro di ascolto degli aderenti, da cui si raccolgono iniziative, produzioni, proposte catalogabili come "sostenibili", da divulgare secondo un calendario puntuale
- 2) **Le grandi denominazioni dei vini toscani.** Il prodotto più esportato con il nome dell'origine ben in evidenza in etichetta è certamente il vino. Una Regione che detiene denominazioni di successo internazionale, la Toscana è uno dei due o tre esempi più significativi in Italia, ha un grande potenziale di comunicazione da gestire in sinergia con consorzi e produttori. In tutta Europa, salve rare eccezioni, l'enoturismo è gestito o fortemente controllato dai Consorzi dei produttori di vini. E' quindi necessario sviluppare un importante lavoro di dialogo con i Consorzi per rendere Vetrina Toscana centrale nello sviluppo delle strategie enoturistiche, a favore di tutto il sistema enologico regionale a cominciare dai marchi più esportati

#VETRINATOSCANA





COSA FARA' VETRINA TOSCANA

3) **La visita in azienda come fattore strategico.** L'unicità dell'esperienza enogastronomica è in larga parte connessa e generata dalla visita in azienda: l'incontro con il produttore, la visita agli spazi produttivi, l'esperienza sensoriale a tutto tondo fatta di profumi e sapori che avvolge il visitatore, rendono il prodotto motivo del viaggio e del ricordo. Quindi è necessario sviluppare maggiormente la comunicazione della visita, con un format di raccolta delle informazioni che, probabilmente con l'aiuto delle associazioni di categoria, può essere un ottimo fattore di crescita delle adesioni. La proposta è di dedicare una risorsa alla raccolta sistematica delle informazioni sulla visita, con un questionario che raccolga tutte le informazioni sul sistema di accoglienza e favorisca l'accesso ai luoghi produttivi. E' molto comune che il visitatore della destinazione desideri accedere ai luoghi produttivi del gusto, ma trovi l'attività non immediata e complessa da organizzare. Rendere l'accesso più facile attraverso Vetrina sarebbe un ottimo strumento anche a livello di comunicazione interna. Si noti anche che il tema delle visite in azienda è molto trasversale e può coinvolgere anche quei settori agroalimentari meno prossimi ai circuiti turistici, come il mondo dell'olio, tanto desiderato dai viaggiatori quanto difficile da rendere fruibile

#VETRINATOSCANA





COSA FARA' VETRINA TOSCANA

4) **Obiettivo Alta Cucina.** La Toscana ha 41 ristoranti inseriti nella Guida Michelin, unanimemente la più diffusa presso le librerie degli appassionati di alta cucina nel mondo. E' un grande potenziale, che Vetrina Toscana non può ignorare. Coinvolgere l'alta ristorazione in progetti condivisi non è un obiettivo banale, ma apre a un grande mercato di alta qualità e a un modello di comunicazione molto profilato che accresce il valore della destinazione. Un evento ad hoc per gli stellati toscani potrebbe essere il kick off di una attività specifica che porti a un buon numero di adesioni tra i protagonisti dell'alta cucina

5) **Internazionalizzazione:** sta procedendo il dialogo con un gruppo di imprenditori legati a NIAF che gestiscono una catena di steak house negli Stati Uniti. L'idea è di aprire un locale brandizzato Vetrina Toscana a Chicago, con ingredienti, menu e vini quanto più possibile toscani. Potrebbe essere una iniziativa da seguire, magari organizzando un evento in occasione dell'inaugurazione del locale in autunno. Ma sarebbe interessante anche valutare di clonare il format, creando delle antenne di Vetrina Toscana nel mondo

#VETRINATOSCANA





COSA FARA' VETRINA TOSCANA

5)Integrazione con il progetto nazionale: con l'individuazione della Toscana come capofila della promozione nazionale del turismo enogastronomico, si possono prevedere alcune integrazioni funzionali con le azioni nazionali che ottimizzino l'uso delle risorse ministeriali.

6)Progetto per la valorizzazione della produzione di EVO: la sottoscrizione dell'accordo con l'Associazione Nazionale Città dell'Olio e la progettazione di specifici eventi divulgativi volti a rafforzare la qualità della produzione e della commercializzazione dell'olio.

#VETRINATOSCANA





GRAZIE

AGRICOLTURA | TURISMO | RISTORANTI | BOTTEGHE | EVENTI
ENOGASTRONOMICI