



"Campagna informativa 2024" realizzata nell'ambito dell'intervento SRG010 Anno 2023 "Promozione dei prodotti di qualità" del Complemento per lo sviluppo rurale della Toscana 2023-2027, cofinanziato con il Fondo europeo agricolo per lo sviluppo rurale (FEASR).

EXPORT: IL TOSCANO IGP ALL'ASSALTO DELLA GERMANIA, IL TAGLIERE DEL GUSTO IN 20 RISTORANTI DI AMBURGO

La Germania è il primo sbocco commerciale in Europa per il Toscano IGP.

Una bottiglia su cinque di olio Toscano IGP finisce Germania. E' il mercato tedesco il principale sbocco commerciale in Europa, il secondo al mondo dopo gli Stati Uniti, per il primo extravergine di oliva certificato d'Italia. Un mercato storico ed importante dove il Toscano IGP punta a consolidare ulteriormente la sua presenza e la sua penetrazione tra i consumatori con una serie di nuove ed ulteriori iniziative di presidio e promozione rivolte al settore della ristorazione, del canale Horeca e dei media (giornalisti). L'iniziativa, promossa dal Consorzio di Tutela del Toscano IGP nell'ambito di Gusto- Garanzia, Unicità, Sapore, Tradizione, Origine -, il progetto triennale cofinanziato dall'Unione Europea dedicato alla promozione e alla valorizzazione di prodotti enogastronomici d'eccellenza la cui qualità è garantita dai marchi DOP e IGP, lo vedrà a fianco ancora una volta del Pecorino Toscano DOP, del Prosciutto Toscano DOP e della Finocchiona IGP.

I quattro moschettieri del gusto, così sono stati ribattezzati, saranno ancora insieme in Germania, questa volta ad Amburgo, nel contesto della Restaurant Week (dal 4 all'11 novembre): sono 20 i ristoranti italiani che, per tutto il periodo dell'evento, proporranno ai clienti un tagliere "alla toscana" con bruschette bagnate con Toscano IGP e generosi assaggi di Pecorino Toscano DOP, Prosciutto Toscano DOP e Finocchiona IGP. "Portiamo un pezzo di Toscana ad Amburgo in quello che, per l'agroalimentare Made in Tuscany, è un mercato di riferimento, il più importante per valore. – spiega Fabrizio Filippi, Presidente Consorzio di Tutela Olio Toscano IGP – Non poteva quindi che proseguire in Germania, nella seconda città più popolosa, l'attività di promozione del marchio Toscano IGP e degli ormai inseparabili compagni di viaggio in una logica di squadra sicuramente più efficace e centrata su obiettivi condivisi. Le azioni che abbiamo immaginato, organizzato e programmato ci permettono oggi di continuare un percorso di consolidamento del brand spingendo sulle leve della qualità, della tracciabilità e della tipicità attraverso una strategia diversificata e di lungo periodo. Dai ristoranti all'incontro con i buyer fino all'incoming con i giornalisti in Toscana: stimoli diversi per target diversi ma sempre orientati a far conoscere ed apprezzare il nostro Toscano IGP e le sue caratteristiche organolettiche e salutari".

Il Consorzio di Tutela ha eletto chef e ristoratori primi ambasciatori del Toscano IGP (e del Made in Tuscany) ragione per la quale ha lanciato in occasione della presentazione dell'olio nuovo 2024, in collaborazione con AIRO (associazione internazionale ristoranti dell'olio) la campagna di educazione alimentare per far conoscere ed apprezzare ai consumatori la differenza tra un olio tracciato 100% toscano, che rispetta e rispecchia un ferreo disciplinare di produzione, ed un olio comune ed indistinto. Una ventina i locali, tra ristoranti e pizzerie, che fino a Natale proporranno il Toscano IGP a fianco delle proposte culinarie. Una iniziativa molto simile a quella messa in campo anche in Germania.

Centrali, nella strategia del Consorzio di Tutela, sono marketing e comunicazione declinate in questo anno intensissimo anche con una massiccia campagna pubblicitaria sui media e sulle tv. In Toscana arriveranno, dal

14 al 16 novembre, per vedere da vicino dove nasce l'oro verde, una decina di giornalisti tedeschi della carta stampata e dei nuovi media. Ad attenderli un tour tra olivete, frantoi, paesaggi e degustazioni quando ancora la raccolta è in corso. La missione: dopo l'assaggio farli innamorare una seconda volta.

Il Consorzio per la tutela dell'Olio Extravergine di Oliva Toscano IGP nasce nel 1997 e ottiene nel 1998 per la denominazione Toscano, il riconoscimento dell'Indicazione Geografica Protetta (IGP). Annovera oltre 8.000 soci distribuiti sull'intero territorio regionale, 7 milioni di piante ed è rappresentativo dell'intera filiera dei produttori, dei frantoi e degli imbottiglieri. Il Consorzio dell'olio Toscano IGP è oggi la più importante realtà olivicola consortile. Il marchio Toscano ed il suo disciplinare di produzione garantiscono che tutte le fasi della produzione, dalla raccolta delle olive, frangitura fino al confezionamento avvengano in Toscana per un olio 100 % Toscano.

Per informazioni www.oliotoscanoigp.it e Facebook @ConsorzioOlioToscanoIGP