

Search...



FUL[®] | FIRENZE MAGAZINE | URBAN LIFESTYLE

CULTURA ▾

FIRENZE

FOOD & DRINKS

GREEN

LIFESTYLE

STREET ART

MUSIC

LGBT

SHOP

FUL

RUBRICHE ▾



TOSCANA CAPUT VINI CON PRIMANTEPRIMA 2021 0

BY GIACOMO IACOBELLIS ON 18 MAGGIO 2021

FOOD & DRINKS

“Toscana caput vini”. Parafrasando un vecchio detto latino, l’Anteprima collettiva regionale che venerdì scorso ha inaugurato alla Fortezza da Basso la “Wine Week 2021” ha mostrato ancora una volta la grande rilevanza nazionale (e non solo) dei vini della nostra regione.



I dati, d'altronde, parlano chiaro: le aziende vinicole toscane resistono all'impatto della

ARTICOLI RECENTI

18 MAGGIO 2021 0

Toscana caput vini
con PrimAnteprima
2021

17 MAGGIO 2021 0

La street art nella
rigenerazione urbana

14 MAGGIO 2021 0

Finisce il ricreativo,
principia il culturale

NEWSLETTER

pandemia (-9% per l'export), riscoprono nel mercato interno un interessante bacino di consumatori (+11% di vendite), imboccando la strada della digitalizzazione (e-commerce, home delivery, virtual tasting e digital B2B) e sono sempre più attente alle tendenze wellbeing ed esperienziale dell'enoturismo post-Covid. Bilanci e nuovi scenari al centro di "PrimAnteprima 2021", kermesse promossa da Regione Toscana insieme a **Camera di Commercio** di Firenze e organizzata da PromoFirenze e Fondazione Sistema Toscana.

Tutta dedicata alla stampa specializzata, nazionale ed estera, l'edizione numero 11 di "PrimAnteprima", ha acceso i riflettori su 12 tra i Consorzi toscani più promettenti: **Bianco di Pitigliano e Sovana, Candia dei Colli Apuani, Carmignano, Chianti Rufina, Colline Lucchesi, Cortona, Maremma Toscana, Montecucco, Orcia, Terre di Pisa, Val di Cornia e Suvereto, Valdarno di Sopra**, ciascuno dei quali è stato presentato ai giornalisti presenti e al pubblico collegato in diretta streaming attraverso mini talk di 15 minuti, dal Teatrino Lorenese della Fortezza da Basso, con la moderazione di Tinto di Decanter – Radio2. L'obiettivo della giornata, d'altronde, era proprio quello di far scoprire le nuove annate e le riserve di 170 aziende tra le più dinamiche e promettenti del panorama regionale, per un totale di 400 etichette in degustazione al Padiglione delle Nazioni.

Tanti gli ospiti eccellenti che hanno scandito le fasi dell'incontro coi professionisti: la vicepresidente della Regione Toscana **Stefania Saccardi**, il presidente della **Camera di commercio** di Firenze **Leonardo Bassilichi**, il presidente di PromoFirenze **Massimo Manetti**, il direttore di Fondazione Sistema Toscana **Francesco Palumbo**, il neo-eletto Master of Wine **Gabriele Gorelli**, il Presidente di AVITO **Francesco Mazzei**, la sindaca di Suvereto e coordinatrice delle Città del Vino della Toscana **Jessica Pasquini** e la presidente dell'Associazione Italiana Turismo Enogastronomico **Roberta Garibaldi** e **Fabio del Bravo** di ISMEA – Agenzia del Ministero Politiche Agricole.



Ma vediamo ora insieme alcune delle statistiche più interessanti emerse da "I numeri

del vino", analisi del settore vinicolo italiano, con un focus speciale sulla Toscana.

VENDEMMIA, EXPORT E NUOVI CONSUMATORI: UN'ISTANTANEA DEL 2020

Lo stop imposto al settore Horeca a livello globale nel 2020 ha fatto rallentare l'export dei vini made in Tuscany (758mila ettolitri esportati, il 9% in meno rispetto al 2019), ma le vendite retail in Italia sono balzate in avanti con un +11%, a fronte di un +5,3% della media nazionale. Il "distacco" dalle altre DOP si conferma anche nei primi tre mesi del 2021, periodo in cui i vini toscani di qualità sono entrati nelle case degli italiani attraverso la grande distribuzione segnando un incremento delle vendite addirittura del 19%.

Questa è la fotografia del 2020, un anno amaro ma che ha messo in evidenza anche qualche aspetto positivo, scattata da ISMEA. Sotto i riflettori, la Toscana del vino, con i suoi 60mila ettari di viti, di cui il 99% dedicati alle DOP (DOCG e DOC), 52 denominazioni e quasi 13mila aziende impegnate nel settore. La vendemmia toscana del 2020, come era stato ampiamente previsto, ha segnato un leggero calo nelle produzioni, ma una tenuta massima nella qualità del prodotto: 2,2 milioni di ettolitri di vino (nel 2019 erano stati 2,6 milioni), di cui il 67% (1,4 milioni) rappresentato da etichette DOP.

IL NUOVO CONSUMATORE

Molto interessante l'evoluzione del consumatore tipo dei vini DOP toscani, da sempre adulto, con reddito medio-alto e residente nel Centro Nord. Nel 2020, spiega ancora il rapporto ISMEA, si è assistito invece a un netto recupero di interesse da parte degli under 35, il cosiddetto segmento "pre family" (+81%) e una spinta espansiva anche nelle regioni meridionali (+23%).

DIGITALIZZAZIONE ED ENOTURISMO PER SUPERARE LA CRISI PANDEMICA

E-commerce, home delivery, virtual tasting e digital B2B: anche il futuro del vino sarà digital. Tra un lockdown e l'altro, le aziende vinicole si sono rese conto della necessità di un upgrade tecnologico. Sempre secondo ISMEA, che ha effettuato un'indagine su 313 imprese vitivinicole italiane, in 185 hanno attivato l'e-commerce per fare fronte alle limitazioni imposte dal Coronavirus. La digitalizzazione incentiva anche l'enoturismo che coinvolge un numero sempre maggiore di persone (+10% sul 2019) anche a fronte di un calo medio del -27% sul numero delle esperienze fruite rispetto a due anni prima. Lo si legge nel Rapporto sul Turismo enogastronomico italiano 2021 a cura di Roberta Garibaldi, che delinea interessanti tendenze. Le località di mare sono diventate la porta di accesso per partecipare a esperienze enogastronomiche nell'entroterra (53% dei turisti enogastronomici), davanti alle città d'arte e alle destinazioni montane. La voglia di vivere all'aria aperta spinge i turisti alla ricerca di sistemazioni come agriturismo (l'86% ha intenzione di alloggiarvi) e relais di campagna (59%), con una ricerca di soluzioni innovative, tra cui spiccano alberghi a tema cibo-vino (56%), glamping (29%) e case

sugli alberi (32%). Il trend wellbeing, infine, è in pieno sviluppo. Il 65% dei turisti enogastronomici sarebbe interessato a frequentare percorsi e workshop nelle aziende di produzione con informazioni utili sul benessere psicofisico, il 64% vi vorrebbe praticare attività sportiva all'aria aperta.



Sempre nell'ambito della "Wine Week Toscana", ha preso il via e proseguirà fino all'11 giugno, **"Buywine"**, la più importante vetrina B2B dei vini a denominazione della Toscana, giunta all'11esima edizione. L'incontro tra i 130 buyer di tutto il mondo, selezionati da PromoFirenze tramite la sua rete di contatti internazionali, e i seller toscani si sta svolgendo da remoto con una modalità innovativa. I buyer hanno infatti ricevuto le "Vinotte", piccoli campioni dei vini, mentre l'etichetta vera e propria e tutti i dettagli tecnici sono stati caricati da ogni azienda sul catalogo on line visibile ai buyer. Tre le tappe in calendario per gli incontri: Europa, Asia e Oceania, America. Ogni tappa prevede la partecipazione di oltre 40 buyer, a fronte di 50 seller per un totale di 150 aziende vinicole toscane coinvolte in **"BuyWine 2021"**.

Con "PrimAnteprima" la settimana delle **"Anteprime di Toscana 2021"** non si è certo esaurita, ma ha dato il via a un calendario ricco di appuntamenti, tutti a numero chiuso e su invito. Questo l'elenco dettagliato: sabato 15 maggio "Chianti Lovers" – Consorzio vino Chianti e Consorzio del vino Morellino di Scansano; domenica 16 e lunedì 17 maggio (mattina) "Benvenuto Brunello" – Consorzio del vino Brunello di Montalcino; lunedì 17 maggio (pomeriggio) e martedì 18 maggio "Anteprima Nobile" – Consorzio del vino Nobile di Montepulciano; mercoledì 19 maggio "Anteprima della Vernaccia di San Gimignano" – Consorzio del Vino Vernaccia di San Gimignano giovedì 20 e venerdì 21 maggio "Chianti Classico Collection" – Consorzio vino Chianti Classico.