8ª EDIZIONE BuyFood Toscana

The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00

Indicazioni Geografiche come leva di contrasto allo spopolamento e all'abbandono agricolo nelle aree periferiche della Toscana

Sara Turchetti

IRPET Istituto Regionale Programmazione Economica della Toscana

Un evento di Regione Toscana; Camera di Commercio Firenze dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da fondazione sistema toscana; PromoFirenze Azienda Speciale Camera di Commercio di Firenze

In collaborazione con Toscana Promozione Turistica; Vetrina Toscana

Con il contributo di Ministero del Turismo Repubblica Italiana

Con il patrocinio di Città Metropolitana di Firenze

Montagna; Agriqualità; PAT

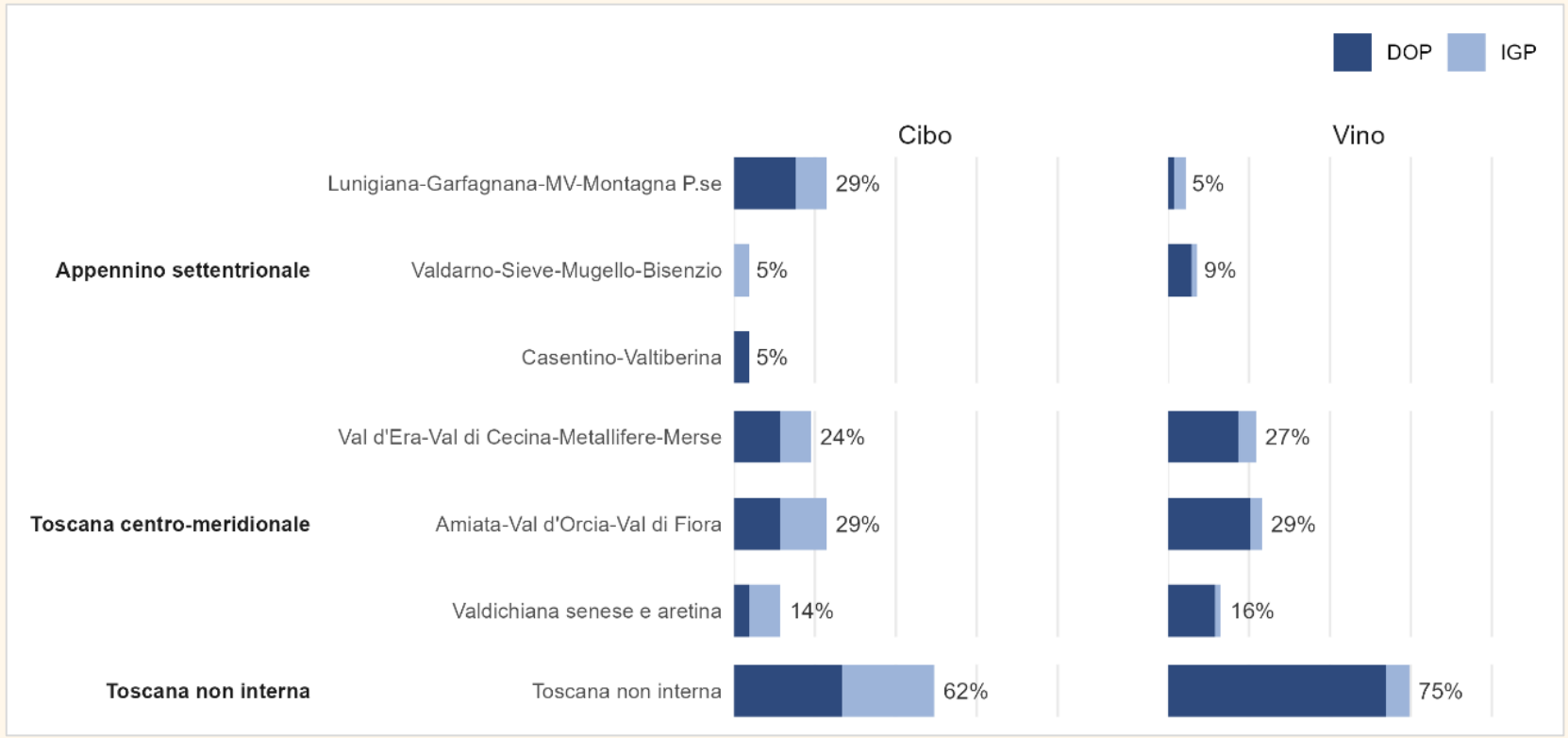
8ª EDIZIONE BuyFood Toscana

The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00



Fonte: Elaborazioni IRPET su dati Geoscopio, e-Ambrosia

58 IG Vino:

- 1.139 mln €
- 5.410 operatori

32 IG Cibo:

- 187 mln €
- 11.327 operatori

Fonte: Elaborazioni IRPET su dati ISMEA- Qualivita 2025

8ª EDIZIONE BuyFood Toscana

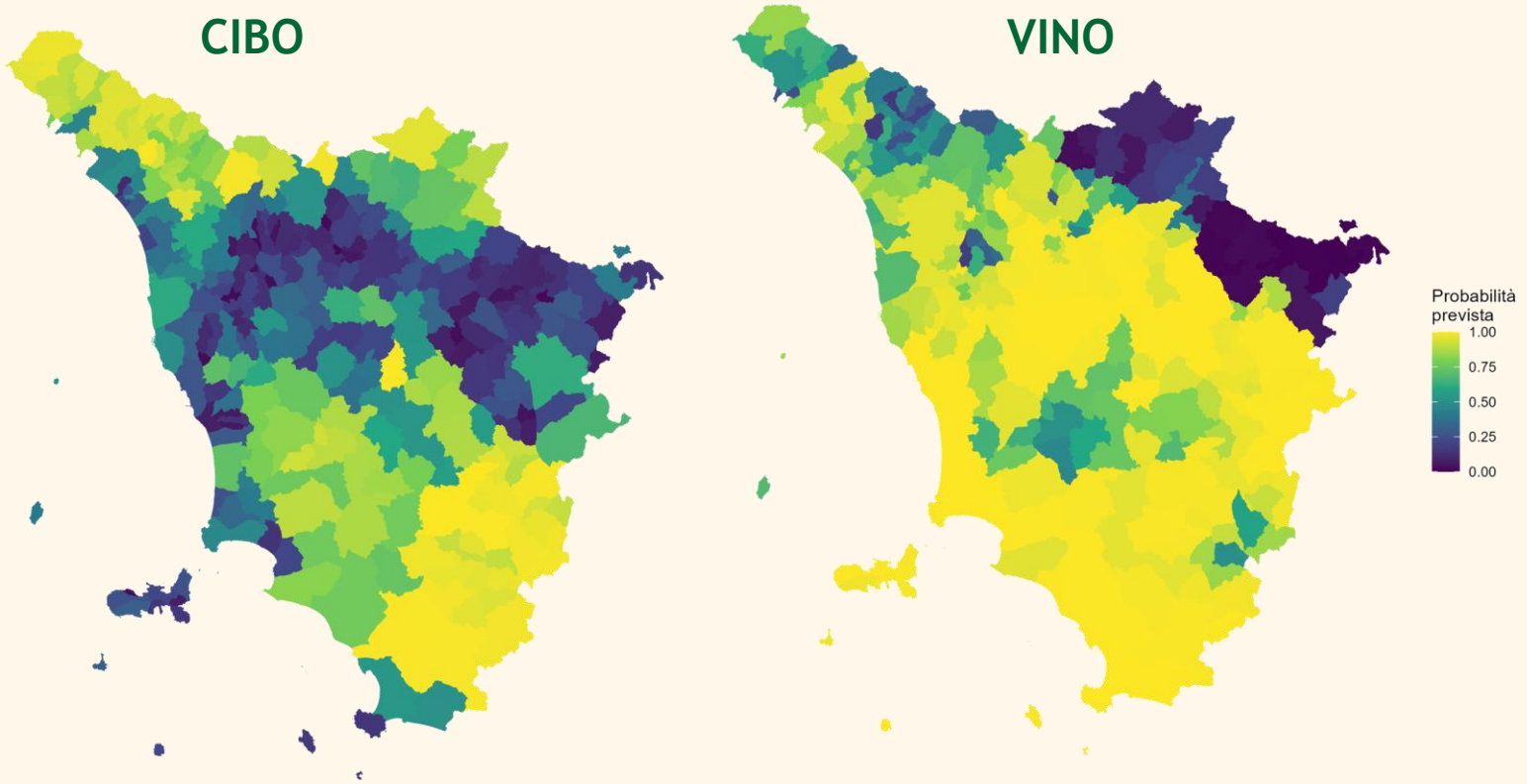
The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00

Probabilità stimata per comune di registrazione di almeno una IG



Fonte: Elaborazioni IRPET su dati Geoscopio, e-Ambrosia

Un evento di: Regione Toscana; Camera di Commercio Firenze dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da: fondazione sistema toscana; PromoFirenze Azienda Speciale Camera di Commercio di Firenze

In collaborazione con: Toscana Promozione Turistica; Vetrina Toscana

Con il contributo di: Ministero del Turismo Repubblica Italiana

Con il patrocinio di: Città Metropolitana di Firenze

PAT

8ª EDIZIONE BuyFood Toscana

The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00

VINO

- Legame solido con la struttura produttiva agricola (quota di superficie coltivata, specializzazione in permanenti);
- Integrazione con turismo e ristorazione
- Rispetto alle aree non interne:
  - Casentino-Valtiberina e Mugello *pr. minore*
  - Aree intermedie non SNAI *pr. maggiore*

CIBO

- Legame meno diretto con la struttura produttiva
- Partecipazione ad associazioni, consorzi e OP aumenta la probabilità
- Si concentrano nei comuni più grandi
- Rispetto alle aree non interne: Amiata, Valdichiana e Lunigiana-Garfagnana *pr. maggiore*

Un evento di Regione Toscana; Camera di Commercio Firenze dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da fondazione sistema toscana; PromoFirenze Azienda Speciale Camera di Commercio di Firenze

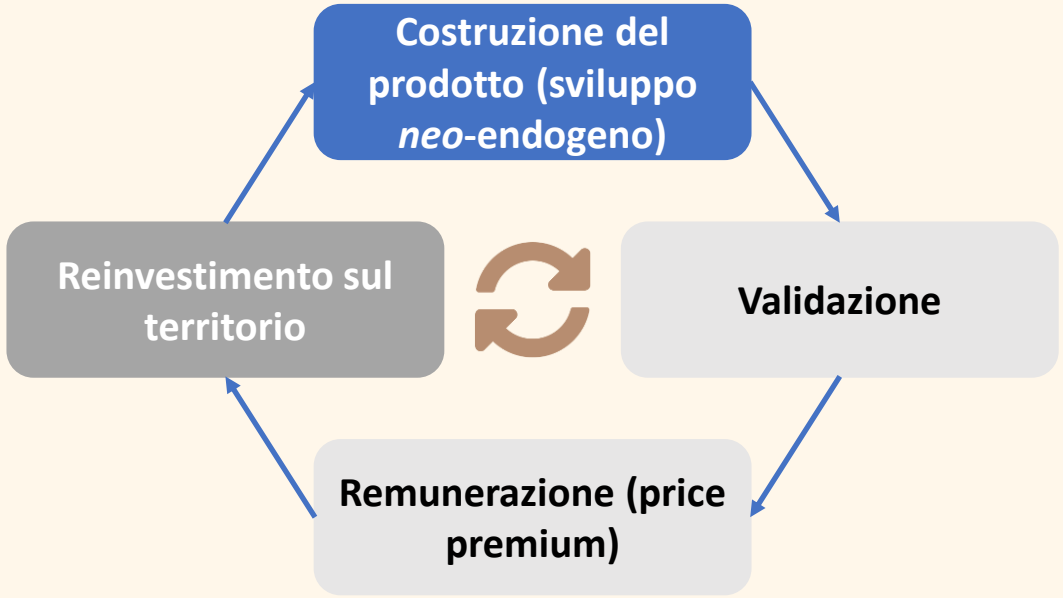
In collaborazione con Toscana Promozione Turistica; Vetrina Toscana

Con il contributo di Ministero del Turismo Repubblica Italiana

Con il patrocinio di Città Metropolitana di Firenze

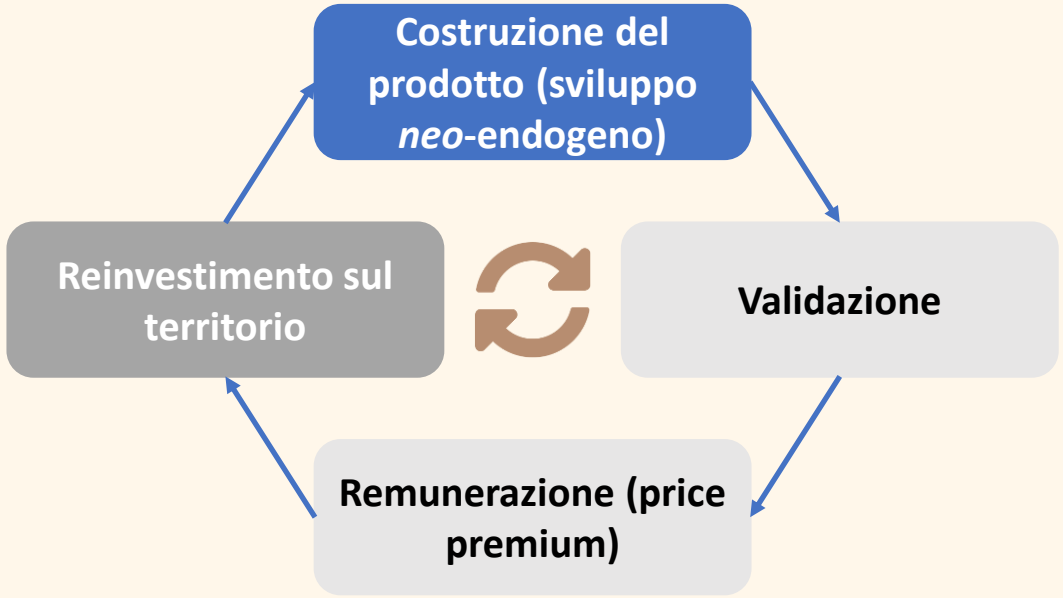
MONTAGNA; AGRIQUA; PAT

Una IG può avere un effetto territoriale?



(Gkartzios e Lowe, 2019; Belletti e Marescotti, 2011; Arfini et al., 2010; Ray, 2006)

Una IG può avere un effetto territoriale?



(Gkartzios e Lowe, 2019; Belletti e Marescotti, 2011; Arfini et al., 2010; Ray, 2006)

…nella pratica delle aree interne…

Spesso non c'è sufficiente capitale sociale …

Diffusione delle IG soprattutto nelle aree non interne (Compagnucci et al., 2025; Pagliacci e Fasano 2023)

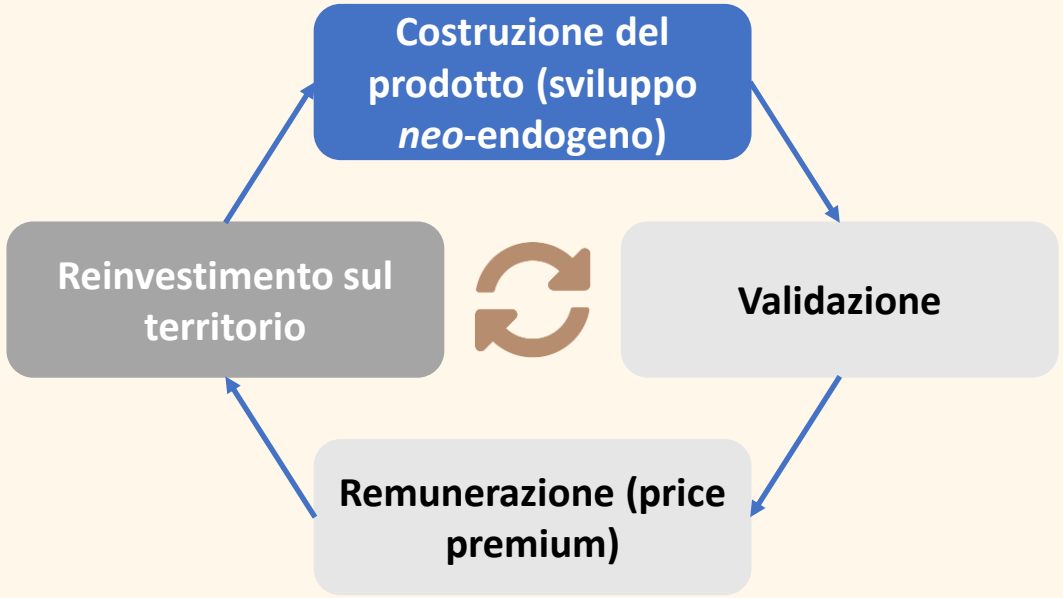
8ª EDIZIONE BuyFood Toscana
The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00

Una IG può avere un effetto territoriale?



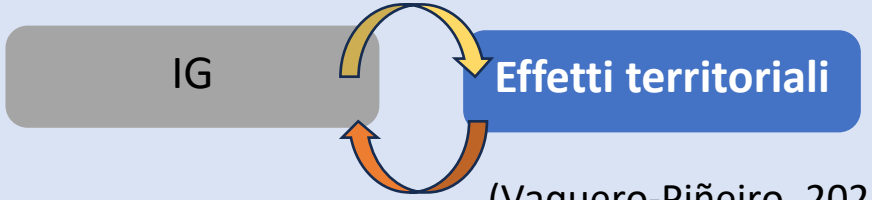
(Gkartzios e Lowe, 2019; Belletti e Marescotti, 2011; Arfini et al., 2010; Ray, 2006)

…nella pratica delle aree interne…

Spesso non c'è sufficiente capitale sociale …

Diffusione delle IG soprattutto nelle aree non interne (Compagnucci et al., 2025; Pagliacci e Fasano 2023)

Laddove si riesca a registrare una IG, quali sono le condizioni per favorire effetti territoriali positivi?



(Vaquero-Piñeiro, 2021)

Un evento di: Regione Toscana; Camera di Commercio Firenze – dal 1770 la casa delle imprese
Organizzato da: fondazione sistema toscana; PromoFirenze – Azienda Speciale Camera di Commercio di Firenze
In collaborazione con: Toscana Promozione Turistica; Vetrina Toscana
Con il contributo di: Ministero del Turismo – Repubblica Italiana
Con il patrocinio di: Città Metropolitana di Firenze

8ª EDIZIONE BuyFood Toscana

The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00



Castagna del Monte Amiata IGP

La Castagna del Monte Amiata IGP designa il frutto allo stato fresco ottenuto dalla specie botanica Castanea sativa M., nelle varietà Cecio, Marrone e Bastarda Rossa.

ITALIA :: CIBO :: IGP :: 7 Settembre 2000



Farina di Castagne della Lunigiana DOP

La Farina di Castagne della Lunigiana DOP è una farina dolce ottenuta da castagne delle varietà locali storiche Bresciana, Carpanese, Fosetta, Marzolina, Moretta, Primaticcia, Rigola, Rossella e Rossola.

ITALIA :: CIBO :: DOP :: 15 Aprile 2011



Farina di Neccio della Garfagnana DOP

La Farina di Neccio della Garfagnana DOP si riferisce al prodotto ottenuto dalla macinatura di castagne secche delle seguenti varietà appartenenti alla specie Castanea sativa M.: Carpinese, Pontecosi, Mazzangaia, Pelosora,…

ITALIA :: CIBO :: DOP :: 12 Marzo 2004



Marrone del Mugello IGP

Il Marrone del Mugello IGP si riferisce al frutto allo stato fresco o trasformato ottenuto da una serie di ecotipi locali riconducibili alla varietà Marrone Fiorentino della specie Castanea sativa…

ITALIA :: CIBO :: IGP :: 1 Luglio 1996



Marrone di Caprese Michelangelo DOP

Il Marrone di Caprese Michelangelo DOP designa il frutto allo stato fresco o essiccato della specie Castanea sativa M., nell'ecotipo locale Marrone di Caprese Michelangelo, appartenente alla varietà Marrone.

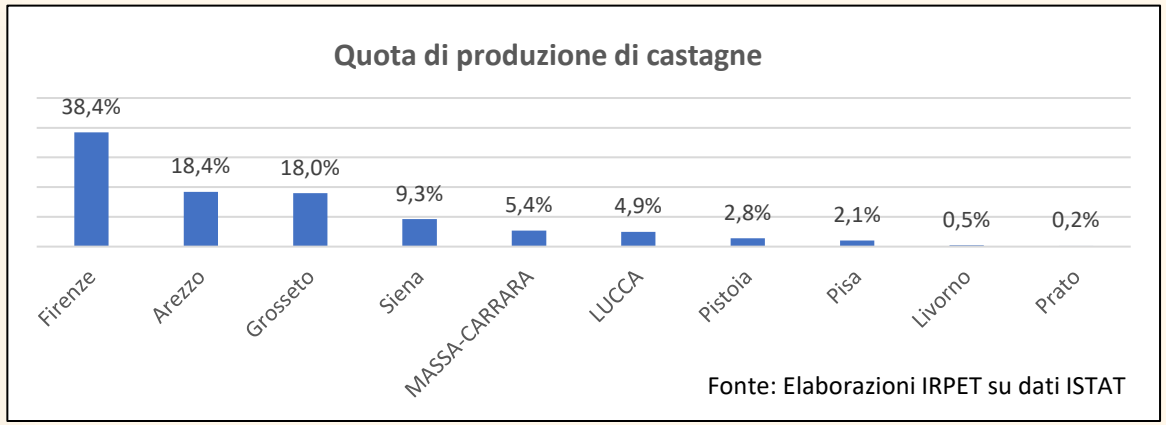
ITALIA :: CIBO :: DOP :: 16 Dicembre 2009



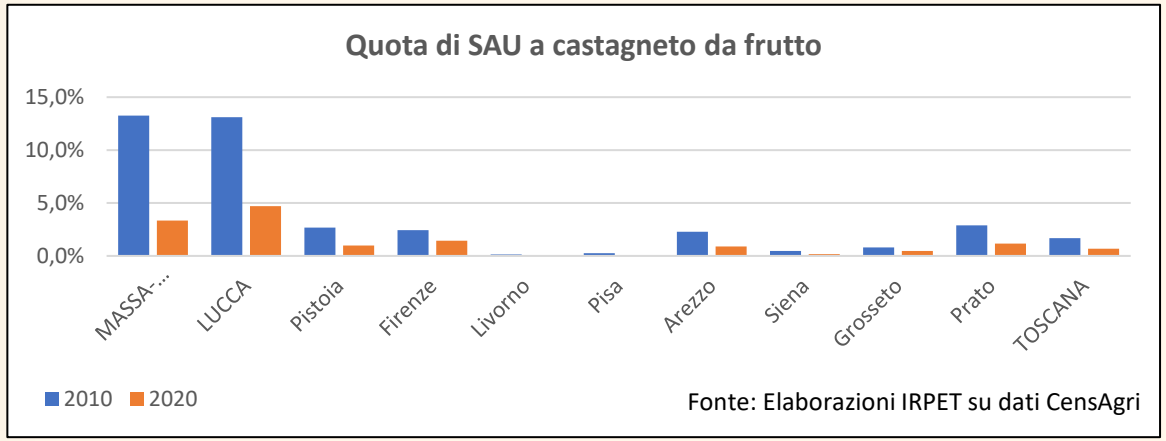
Miele della Lunigiana DOP

Il Miele della Lunigiana DOP è il prodotto ottenuto dal nettare dei fiori trasformato dalle api domestiche dell'ecotipo locale Apis mellifera e lasciato maturare nei favi dell'alveare. Si distinguono due…

ITALIA :: CIBO :: DOP :: 22 Ottobre 2004

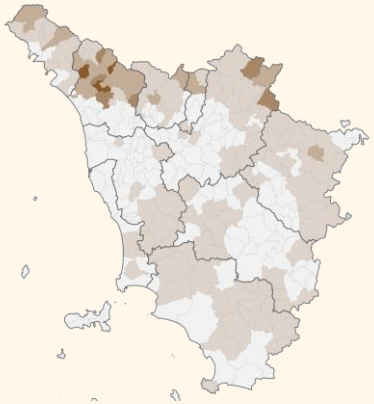


Fonte: Elaborazioni IRPET su dati ISTAT



Fonte: Elaborazioni IRPET su dati CensAgri

NB: Il dato ISTAT sottostima la superficie castanicola considerando solo quella gestita da aziende agricole. Secondo l'Inventario delle Foreste la superficie castanicola in Toscana è circa 32 mila ettari, di cui quasi la metà in produzione



Un evento di

Regione Toscana

Camera di Commercio Firenze
dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da

fondazione sistema toscana

PromoFirenze
AZIENDA SPECIALE
Camera di Commercio di Firenze

In collaborazione con

TOSCANA

Vetrina Toscana

Con il contributo di

MINISTERO DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

Con il patrocinio di

CITTÀ METROPOLITANA DI FIRENZE

MONTAGNA

AGRIQUALITÀ

PAT

8ª EDIZIONE
BuyFood Toscana
The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00



Un evento di

Regione Toscana

Camera di Commercio Firenze
dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da

fondazione sistema toscana

PromoFirenze
AZIENDA SPECIALE
Camera di Commercio di Firenze

In collaborazione con

TOSCANA

Vetrina Toscana

Con il contributo di

MINISTERO DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

Con il patrocinio di

CITTÀ METROPOLITANA DI FIRENZE

MONTAGNA

AGRIQUALITÀ

PAT

8ª EDIZIONE BuyFood Toscana

The world has a taste for Tuscany

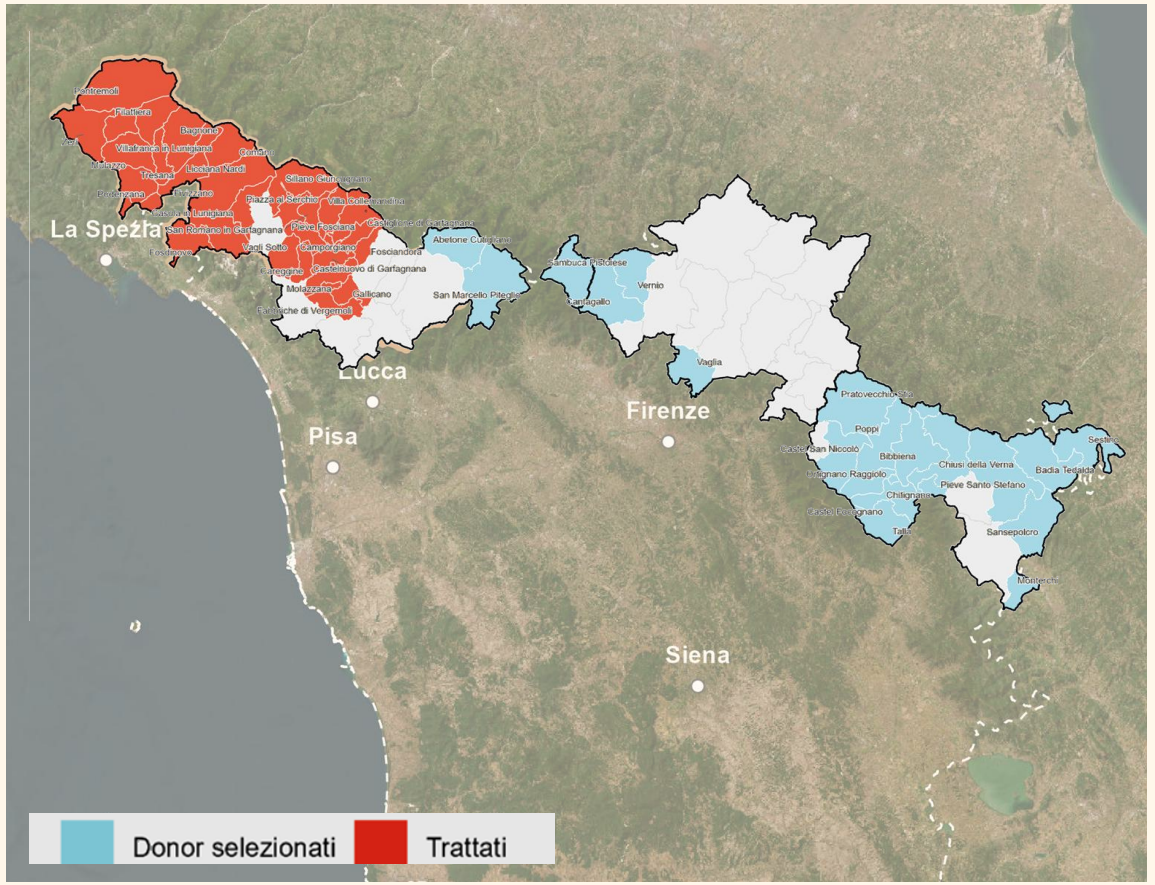
AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00

D.R.: Un marchio di qualità può aiutare un territorio fortemente esposto a spopolamento e abbandono agricolo a restare vivo?

Risultato atteso: no inversione di tendenze strutturali che tendono ad autoalimentarsi, ma segnali di rallentamento…



Nota metodologica: 27 comuni di Garfagnana e Lunigiana, entrati per la prima volta in una DOP, sono stati confrontati con un "gemello statistico" (controllo sintetico) costruito a partire da comuni appenninici simili ma senza marchi, osservando popolazione e aziende agricole dal 2000 al 2020.

Un evento di

Regione Toscana

Camera di Commercio Firenze
dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da

fondazione sistema toscana

PromoFirenze
Azienda Speciale Camera di Commercio di Firenze

In collaborazione con

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

Vetrina Toscana

Con il contributo di

MINISTERO DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

Con il patrocinio di

CITTÀ METROPOLITANA DI FIRENZE

MONTAGNA

AGRIQUALITÀ

PAT

8ª EDIZIONE

BUY FOOD TOSCANA

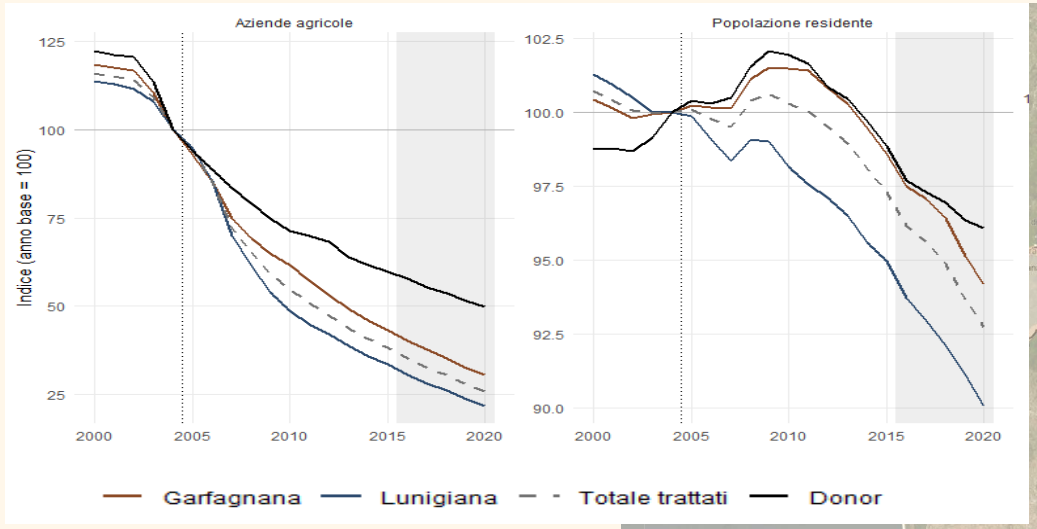
BuyFood Toscana

The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

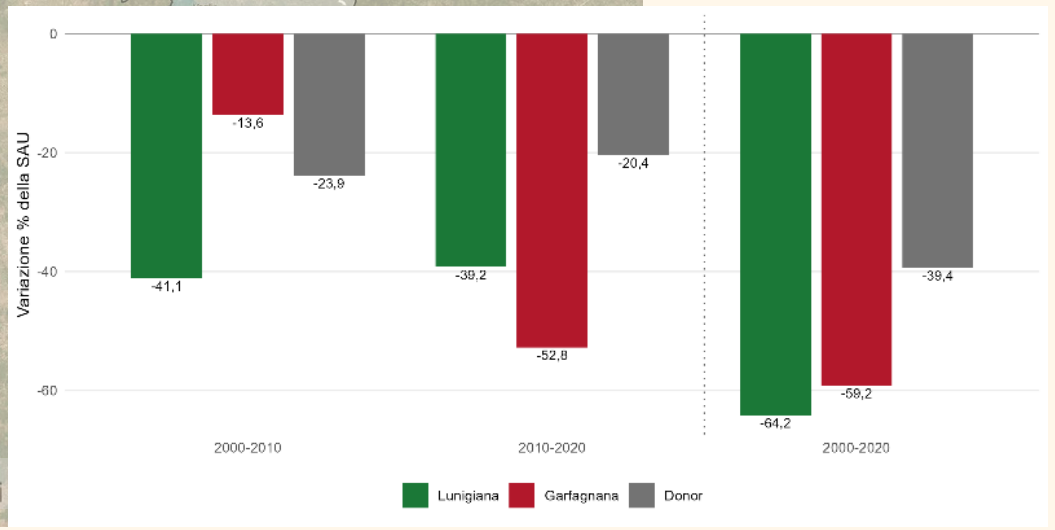
Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00









Un evento di

Regione Toscana

Camera di Commercio Firenze
dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da

fondazione sistema toscana

PromoFirenze
AZIENDA SPECIALE
Camera di Commercio di Firenze

In collaborazione con

TOSCANA PROMOZIONE TURISTICA

VETRINA TOSCANA

Con il contributo di

MINISTERO DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

Con il patrocinio di

CITTÀ METROPOLITANA DI FIRENZE

MONTAGNA

AGRIQUALITÀ

PAT

8ª EDIZIONE BuyFood Toscana
The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00

RISULTATI	INDICAZIONI DI POLICY
A differenza di altre evidenze, le IG alimentari in Toscana arrivano anche nelle aree interne, ma con un legame non così evidente con la struttura produttiva…	Prima di registrare una IG, valutare la coerenza con la **strategia di sviluppo** generale e con le **caratteristiche del tessuto produttivo ed evitare la frammentazione**, soprattutto nel caso di mercati già frammentati
Senza una strategia di sviluppo, un marchio piccolo e con sbocchi locali non incide sullo spopolamento, come atteso, e fatica anche a proteggere le aziende, specie di fronte agli shock	Accompagnamento ad **azioni più ampie di sistema**: servizi, vivibilità, turismo, integrazione tra settori
Nei contesti produttivi piccoli e frammentati, il marchio può non avere un effetto protettivo ma innescare processi di esclusione/selezione.	Aggregazione e certificazioni collettive, anche con PIF e distretti: **costi e benefici condivisi/ ruolo del coordinamento pubblico**
Marchio e territorio si rafforzano a vicenda	Approfondire il legame tra **qualità, filiera, valore e governance territoriale**

Un evento di Regione Toscana; Camera di Commercio Firenze dal 1770 la casa delle imprese
Organizzato da fondazione sistema toscana; PromoFirenze Azienda Speciale Camera di Commercio di Firenze
In collaborazione con Toscana Promozione Turistica; Vetrina Toscana
Con il contributo di Ministero del Turismo Repubblica Italiana
Con il patrocinio di Città Metropolitana di Firenze
Montagna; PAT



BUY FOOD TOSCANA

8ª EDIZIONE
BuyFood Toscana
The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00



Territorio
risorse, saperi, imprese, comunità

Un evento di

Regione Toscana

Camera di Commercio Firenze
dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da

fondazione sistema toscana

PromoFirenze
AZIENDA SPECIALE
Camera di Commercio di Firenze

In collaborazione con

TOSCANA

VETRINA TOSCANA

Con il contributo di

MINISTERO DEL TURISMO
REPUBBLICA ITALIANA

Con il patrocinio di

CITTÀ METROPOLITANA DI FIRENZE

MONTAGNA

AGRIQUALITÀ

PAT

8ª EDIZIONE
BuyFood Toscana
The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00

Territorio
risorse, saperi, imprese, comunità

Un evento di
Regione Toscana
Camera di Commercio Firenze
dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da
fondazione sistema toscana
PromoFirenze
Azienda Speciale Camera di Commercio di Firenze

In collaborazione con
Toscana Promozione Turistica
Vetrina Toscana

Con il contributo di
Ministero del Turismo
Repubblica Italiana

Con il patrocinio di
Città Metropolitana di Firenze

PAT

8ª EDIZIONE
BuyFood Toscana
The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre
h.10.00

Altri territori
reti e filiere

Territorio
risorse, saperi, imprese, comunità

Un evento di
Regione Toscana
Camera di Commercio Firenze
dal 1770 la casa delle imprese

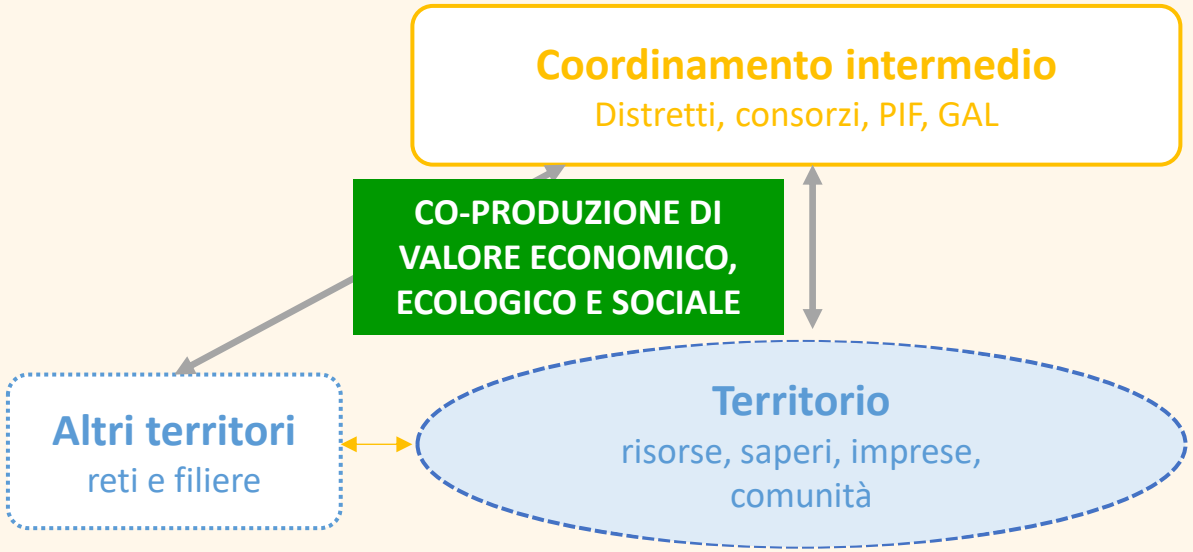
Organizzato da
fondazione sistema toscana
PromoFirenze
Azienda Speciale Camera di Commercio di Firenze

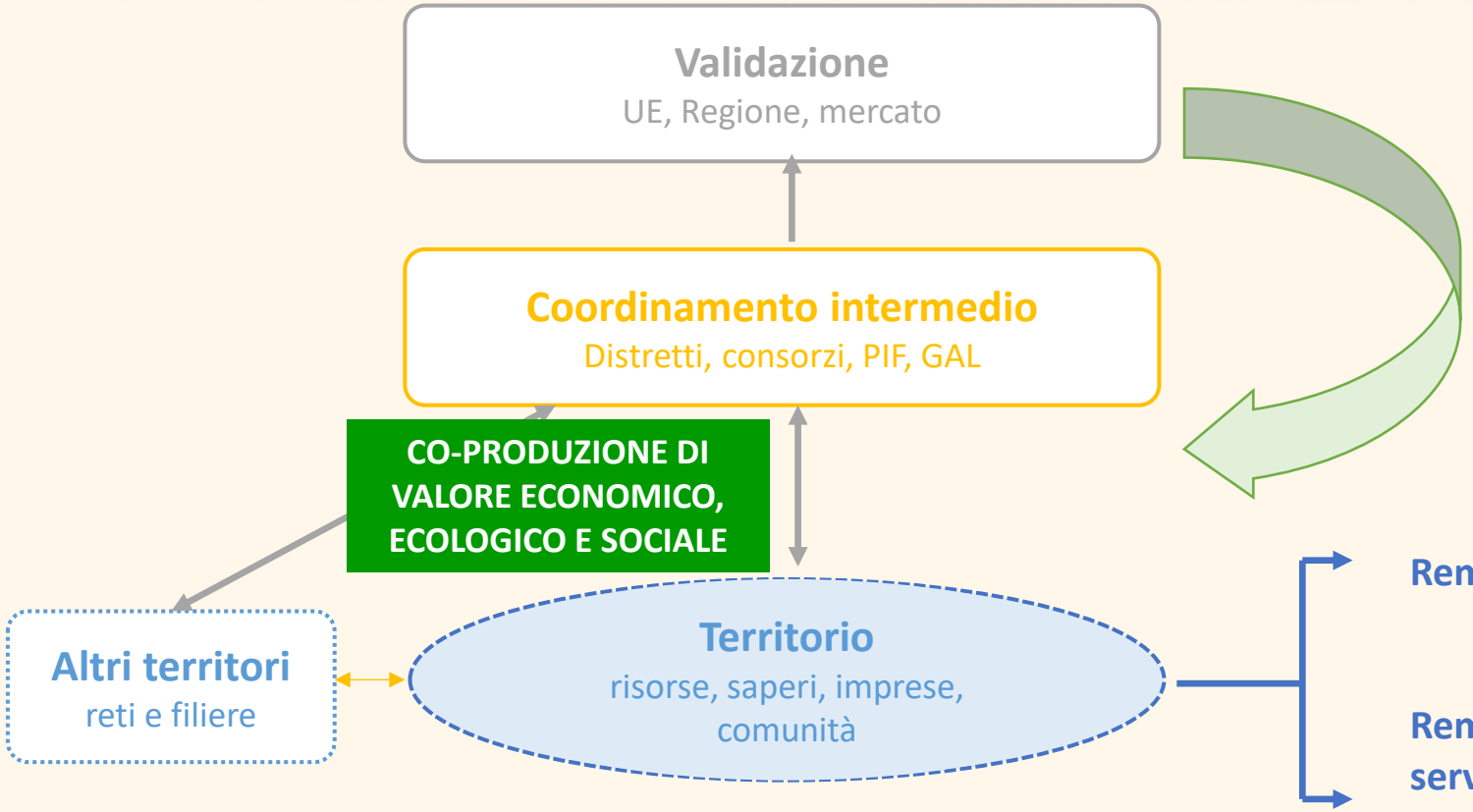
In collaborazione con
Toscana Promozione Turistica
Vetrina Toscana

Con il contributo di
Ministero del Turismo
Repubblica Italiana

Con il patrocinio di
Città Metropolitana di Firenze

Montagna
PAT


Coordinamento intermedio
Distretti, consorzi, PIF, GAL
CO-PRODUZIONE DI VALORE ECONOMICO, ECOLOGICO E SOCIALE
Altri territori
reti e filiere
Territorio
risorse, saperi, imprese, comunità



Remunerazione alle imprese

Remunerazione al territorio in termini di servizi, investimenti, rigenerazione… "right to stay" o "restanza" (Bindi et al., 2022)

8ª EDIZIONE BuyFood Toscana

The world has a taste for Tuscany

AgricolturaToscana: modello di *buon vivere*

Radici, qualità e valore delle produzioni DOP e IGP

29 ottobre h.10.00

"Rural marginalisation is, hence, part and parcel of growing spatial disparity, and embedded in broader processes of social change. In other words, what happens in depopulating rural communities is not locally produced but rather a consequence of large socioeconomic and political changes..."

(Bock, 2015)

Grazie.

sara.turchetti@irpet.it

Un evento di

Regione Toscana

Camera di Commercio Firenze

dal 1770 la casa delle imprese

Organizzato da

fondazione sistema toscana

In collaborazione con

PromoFirenze

Azienda Speciale Camera di Commercio di Firenze

Toscana

Vetrina Toscana

Con il contributo di

Ministero del Turismo

Repubblica Italiana

Con il patrocinio di

Città Metropolitana di Firenze

Montagna

PAT