



Comunicato stampa

CRESCE LA VOGLIA DI FINOCCHIONA IGP

Il 2020 si chiude con prospettive ottimistiche e nuove sfide da cogliere

Il 2020 è stato un anno difficile, che ha messo a dura prova lo spirito di resilienza e il coraggio degli imprenditori associati al Consorzio della Finocchiona IGP. Un anno che ha richiesto risposte innovative e creative per resistere e rilanciare il marchio, proseguendo il suo **percorso di crescita** degli ultimi cinque anni, dal conseguimento della denominazione ai giorni nostri.

Il Consorzio ha ripensato questo periodo di emergenza come opportunità per raccontare in un modo nuovo la Finocchiona e sviluppare **strategie** che permettessero di rispondere proattivamente e di resistere ai repentini cambiamenti in corso. È grazie all'impegno dei consorziati e di tutta la filiera che, seppur con numeri leggermente inferiori a quelli del 2019, il 2020 si chiude con un livello produttivo importante e dati positivi nei mesi di luglio (+6,5%), agosto (+9,6%) e ottobre (+3,8%). E, sempre a ottobre, il Consorzio ha registrato persino il miglior mese di sempre per produzione all'insacco con oltre 207mila kg di impasto elaborato.

“Numeri che permettono di guardare con ottimismo il futuro prossimo venturo, con un 2021 che possa essere un anno di rinascita e di ripresa sociale ed economica per tutta l'Italia” – afferma il Presidente del Consorzio Finocchiona IGP, **Alessandro Iacomoni**. “Le nostre aziende, con il loro impegno - prosegue - consentono a questa denominazione di farsi apprezzare in tutto il mondo, diventando ambasciatrici della toscantità. I nostri consorziati investono in qualità, quindi nella produzione certificata della Finocchiona Igp. Ed è proprio grazie al coraggio dei nostri produttori che abbiamo realizzato alcuni dei progetti che, in questo 2020, ci hanno reso più orgogliosi: siamo entrati nelle case degli italiani realizzando uno spot che è andato in onda nel prime time della maggiore rete televisiva nazionale. Siamo stati ospiti delle più importanti cucine televisive, dove abbiamo illustrato i numerosi modi per rendere la Finocchiona una partner immancabile delle portate più gustose da mettere in tavola”.



Comunicato stampa

Lo spirito di resilienza dei produttori è il valore aggiunto che ha permesso alla Finocchiona IGP di mantenere livelli di produzione ottimali, e di implementare la visione orientata all'**export** di un brand sempre più attrattivo per i mercati internazionali, grazie al suo forte radicamento territoriale e alla rappresentatività di un prodotto che ha la Toscana nel cuore.

Il Consorzio sta inoltre investendo in **formazione** e, grazie alla collaborazione con la URCT (Unione Regionale Cuochi Toscani) ha coinvolto gli studenti di 5 istituti alberghieri toscani, selezionati dallo scorso gennaio con il concorso "miglior allievo di cucina 2020", in un percorso formativo che prevedrà due momenti di interazione in modalità di didattica a distanza: a seguito di una lezione dedicata alla Finocchiona IGP, alla sua storia e alla produzione, gli alunni, con i loro professori, potranno assaggiare le Finocchiona IGP e creare dei piatti, dall'antipasto a dolce, seguendo le istruzioni dei professori e la loro fantasia.

Il Consorzio continua ad implementare la presenza digitale grazie a una vetrina dedicata allo **shop online** sul sito internet www.finocchionaigp.it. Una scelta ineludibile, che ha avuto una doverosa accelerazione proprio a causa dell'emergenza coronavirus. Infine, si è valorizzata la comunicazione on e off line del brand, creando una narrazione riconoscibile e identitaria, che segue i valori irrinunciabili che ci legano a un prodotto unico, inconfondibile e con una connessione inscindibile con la nostra Toscana.

Le **prospettive per il 2021** vedono il Consorzio della Finocchiona IGP impegnarsi sul tracciato percorso negli ultimi tre anni, con uno sviluppo sempre maggiore nella promozione di un prodotto, ormai, divenuto riconoscibile per la sua forte identità.