



Asiago DOP guarda al 2040: territorio, turismo e giovani al centro della nuova strategia

Alla Basilica Palladiana di Vicenza, il Consorzio Tutela Formaggio Asiago ha riunito imprese, istituzioni e operatori del turismo per riflettere sul futuro delle DOP tra innovazione, filiere e sviluppo territoriale

Il futuro delle DOP passa dalla capacità di creare connessioni tra imprese, territori, turismo e formazione. È questo il tema emerso dal panel promosso dal **Consorzio Tutela Formaggio Asiago** che si è svolto venerdì 8 maggio nella **Basilica Palladiana di Vicenza**, dove istituzioni, università e operatori dell'ospitalità si sono confrontati sul tema **"Territorio, Talento e Turismo"**, riflettendo anche sul ruolo delle denominazioni come strumenti di crescita economica oltre la sola tutela produttiva.

Sul tavolo anche le **preoccupazioni legate all'incertezza dei mercati internazionali** e ai possibili rallentamenti economici. Se il Veneto continua a rappresentare una delle regioni trainanti della Dop economy italiana e dell'agroalimentare nazionale, le previsioni per il 2026 indicano infatti un possibile arretramento dopo la crescita registrata nel 2025 (+0,66%).

Secondo i relatori intervenuti, la risposta passa soprattutto dalla **capacità di fare rete**, innovare e affrontare in modo concreto temi come il passaggio generazionale e la formazione delle nuove

competenze.



Fiorenzo Rigoni, Presidente del Consorzio Tutela Formaggio Asiago (Foto © Consorzio).

Il progetto “Ecosistema DOP 2040”

Uno dei temi centrali del confronto è stato il progetto “**Ecosistema DOP 2040**”, illustrato da **Flavio Innocenzi**, direttore del [Consorzio Tutela Formaggio Asiago](#).

Il riferimento è anche al **Regolamento europeo (UE) 2024/1143**, entrato in vigore il 13 maggio 2024, che oltre a disciplinare DOP e IGP **rafforza il ruolo dei Consorzi di tutela**, attribuendo loro una funzione più ampia nello sviluppo dei territori e dei servizi collegati alle filiere produttive.

Per Innocenzi le parole chiave sono tre: sinergia, coesione e visione di lungo periodo.

«*La sinergia oggi è necessaria*», ha spiegato il direttore del Consorzio, sottolineando come una DOP possa diventare un sistema capace di unire identità produttiva, competenze e innovazione dell'offerta turistica. Allo stesso tempo, ha evidenziato l'**importanza della coesione interna** per presentarsi in modo credibile sui mercati.

L'orizzonte temporale indicato dal progetto è il 2040, considerato il punto minimo entro cui le trasformazioni economiche e sociali richiederanno scelte strutturali.



Flavio Innocenzi, Direttore del Consorzio Tutela Formaggio Asiago (Foto © Consorzio).

Mauro Rosati: «*Fare sistema è la vera sfida*»

Tra gli interventi più significativi, quello di **Mauro Rosati**, direttore di **Fondazione Qualivita**, che ha richiamato l'importanza della collaborazione tra imprese, istituzioni e turismo.

«Fare sistema significa costruire una strategia comune fra Consorzi di tutela, imprese, istituzioni locali e nazionali, enti di ricerca e mondo del turismo, con l'obiettivo di rafforzare gli asset territoriali partendo proprio dalle Indicazioni Geografiche.», ha dichiarato **Rosati**.

Il direttore di Qualivita ha ricordato come il **Veneto sia oggi la prima regione italiana per valore economico territoriale delle Indicazioni Geografiche**, attribuendo questo risultato proprio alla capacità di creare reti territoriali.

Giovani e innovazione al centro del dibattito

Ampio spazio è stato dedicato anche al tema del coinvolgimento delle nuove generazioni.

«L'unico modo per agganciare i giovani al futuro del Paese è coinvolgerli», ha osservato **Alberto Mattiacci**, professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese alla Sapienza Università di Roma, evidenziando la scarsa presenza di giovani all'interno della platea.

Secondo Mattiacci, il futuro della DOP economy dipenderà dalla capacità di continuare a innovare. «*Open mind e stay foolish: questo binomio è vitale*», ha affermato, spiegando come il concetto di innovazione debba essere interpretato in senso ampio e non soltanto tecnologico.

Turismo DOP e ospitalità

Nel corso del panel è emerso anche il crescente **peso del turismo esperienziale** legato alle produzioni certificate. Con circa **479 milioni di presenze turistiche registrate nel 2025**, l'Italia si posiziona ai vertici europei nei flussi turistici, anche se molti territori DOP soffrono ancora la mancanza di una regia condivisa tra filiere produttive e sistema dell'accoglienza.

Per **Nicola Vladimiro Ciccarelli**, vicepresidente di **Associazione Italiana Confindustria Alberghi**, il turismo di fascia alta cerca sempre più esperienze autentiche e identitarie.

«Le DOP garantiscono autenticità certificata, radicamento territoriale e identità riconosciuta a livello internazionale. L'Ecosistema DOP 2040 è un progetto che si costruisce con scelte precise da oggi.», ha spiegato **Ciccarelli**.

Anche il tema dell'internazionalizzazione è entrato nel confronto di Vicenza. **Matteo Zoppas**, presidente di ICE-Agenzia, ha ricordato il ruolo strategico del comparto lattiero-caseario italiano, definendolo uno dei più solidi e identitari dell'agroalimentare nazionale.

Zoppas ha inoltre sottolineato le attività promozionali realizzate insieme ad Assolatte, con campagne previste nel 2026 in mercati considerati strategici come Stati Uniti, Giappone e Polonia.

«L'Asiago DOP rappresenta un caso esemplare di come territorio, tradizione e qualità si traducano in valore internazionale concreto», ha dichiarato.

Sono stati ricordati anche **alcuni dati della DOP economy italiana**: quasi 900 prodotti a Indicazione Geografica, 20,7 miliardi di euro di valore alla produzione, oltre 12 miliardi di export, 184 mila operatori e 330 Consorzi di tutela.

Turismo caseario e DOP: cresce la domanda di esperienze legate ai territori

Nel corso dell'incontro è emerso anche il **crescente interesse verso il turismo legato alle produzioni lattiero-casearie** e alle esperienze rurali. L'Italia conta oggi 58 formaggi e latticini a Indicazione Geografica tra DOP, IGP e STG, pari al 17,7% dei prodotti certificati nazionali.

Secondo il **Primo Rapporto sul turismo e mondo caseario curato da Roberta Garibaldi** e il **Rapporto Turismo DOP** realizzato da Fondazione Qualivita e Origin Italia con il supporto del Masaf, cresce la domanda di esperienze legate a degustazioni, itinerari gastronomici, visite ai luoghi di produzione e attività immersive.

Tra i viaggiatori europei interessati a esplorare aree rurali ed enogastronomia del territorio figurano oltre 20 milioni di persone, mentre anche i turisti internazionali mostrano un forte interesse verso laboratori, degustazioni e percorsi esperienziali legati al cibo.



Uno stand di Made in Malga, modello per il turismo caseario (Foto © Consorzio).

Made in Malga, il modello Asiago per il turismo esperienziale

Tra gli esempi citati durante il confronto figura **Made in Malga**, l'evento dedicato ai formaggi di montagna che negli anni è diventato uno degli appuntamenti più riconoscibili dell'altopiano di Asiago.

La manifestazione unisce mostra mercato, masterclass, degustazioni e incontri dedicati alla cultura casearia, coinvolgendo il pubblico nella scoperta delle lavorazioni tradizionali e delle

produzioni di montagna. La prossima edizione si svolgerà nei fine settimana dal 4 al 6 e dall'11 al 13 settembre 2026.

Data di creazione

13/05/2026

Autore

cinzia-dalbrolo