



Comunicato Stampa

Il formaggio Asiago esplora nuove esperienze di gusto “on air”

Dal 1° al 18 febbraio, il progetto Asiago Taste Journey in volo e nei cinema col formato snack.

Vicenza, 28 gennaio 2026 – L’Asiago DOP inaugura una rinnovata stagione di visibilità e, col progetto *Asiago Taste Journey*, porta i nuovi formati in contesti innovativi. Il 1° febbraio, lo snack Asiago Stagionato sarà servito a bordo dei voli internazionali di ITA Airways e, il 14 febbraio, in occasione di San Valentino, diventerà protagonista di degustazioni al cinema, in concomitanza con la programmazione della campagna di comunicazione “Sì Asiago DOP” che, dal 12 al 18 febbraio, raggiungerà 830 sale in tutta Italia.

Asiago Taste Journey è il progetto di valorizzazione dell’Asiago DOP che esplora nuove occasioni di consumo: dal viaggio in quota ai momenti di condivisione davanti al grande schermo. Protagonista è il nuovo formato snack di Asiago Stagionato da 20 grammi. Con una maturazione minima di tre mesi, sapore pieno, deciso e profumi intensi che vanno dal burro fuso alla frutta secca, l’Asiago DOP Stagionato invita ad un’esperienza moderna e accessibile portando la sua unicità in contesti contemporanei.

L’iniziativa a bordo dei voli ITA Airways rappresenta un’opportunità per far conoscere il formaggio Asiago ai viaggiatori internazionali in cerca di autenticità, accompagnandoli in un’avventura sensoriale in un momento di grande interesse per l’enogastronomia del Bel Paese, grazie al recente riconoscimento UNESCO della Cucina Italiana come bene immateriale dell’Umanità. L’operazione rientra nell’ambito dell’iniziativa “Viaggio nelle eccellenze - un assaggio d’Italia” - promossa da ITA Airways in collaborazione con OriGIn Italia, Fondazione Qualivita e MASAF (Ministero dell’Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste). Dopo il successo delle degustazioni esclusive nelle *Runway Lounge* di Milano Linate e nell’*Hangar Lounge* di Roma Fiumicino, la specialità veneto-trentina traccia nuove rotte sulle destinazioni di lungo raggio da Accra a Bangkok, da Buenos Aires a Mauritius per confermare la propria vocazione a varcare i confini e dialogare in contesti diversi.

Dal 12 al 18 febbraio, l’attività proseguirà in 830 sale cinematografiche in tutta Italia con l’azione speciale dedicata alla settimana di San Valentino e lo spot “Sì Asiago DOP” della campagna di comunicazione avviata lo scorso ottobre che proseguirà fino a fine aprile. In dieci città, da Torino a Palermo passando per Roma e Cagliari, il 14 febbraio gli spettatori troveranno desk personalizzati con degustazioni del nuovo formato di Asiago DOP. Un’esperienza di gusto ideale per immergersi nelle storie d’amore più iconiche del grande schermo, a partire dal ritorno nelle sale di “*Pretty Woman*” con Richard Gere e Julia Roberts.

Con queste iniziative il Consorzio Tutela Formaggio Asiago conferma il proprio impegno nell’accompagnare ogni momento del vivere quotidiano col gusto e la qualità del formaggio Asiago, valorizzando una delle più amate eccellenze del patrimonio caseario italiano con iniziative innovative e momenti di autentica condivisione e scoperta.

Contatti stampa: Roberta Zarpellon – TRAGUARDI – T 0424523073 M 3394187543 mail: zarpellon@traguardiweb.it

Consorzio Tutela Formaggio Asiago

sede legale: Piazzale della Stazione 1 - 36012 Asiago (VI)

sede amministrativa: Via Zampieri 15 - 36100 Vicenza (VI)

Registro Imprese di Vicenza n. 00703580241 – C.F./P.I. 00703580241 – REA 148240

Tel: +39 0444 321758 – Fax: +39 0444 326212

info@formaggioasiago.it - www.formaggioasiago.it - PEC tutelasiago@legalmail.it