



OLYMPIC AND PARALYMPIC SPONSOR
OF MILANO CORTINA 2026

Due appuntamenti nelle scuole per raccontare ai giovani il valore culturale, economico e sostenibile dei prodotti DOP

Generazione dop arriva a roma

Desenzano del Garda (BS), 17 marzo 2026 – Si sono svolti **giovedì 12 marzo** e **venerdì 13 marzo** a Roma i due appuntamenti di **“Generazione DOP – Le radici del futuro”**, il progetto educativo e culturale dedicato agli studenti delle scuole superiori italiane per far conoscere il valore dei prodotti DOP come patrimonio di cultura, territorio e sostenibilità.

Dopo le tappe in Liguria, Veneto, Lombardia e Valle d’Aosta, il progetto, realizzato grazie al contributo dal Ministero dell’agricoltura e promosso dai Consorzi **Basilico Genovese DOP, Olio Riviera Ligure DOP e Grana Padano DOP**, è arrivato anche nella Capitale con due incontri ospitati dall’**IPSOA Pellegrino Artusi** e dall’**I.P.S.S.E.O.A. Amerigo Vespucci**, coinvolgendo gli studenti in un percorso di approfondimento sui prodotti DOP non solo come eccellenze gastronomiche, ma anche come espressione di identità, cultura, economia e sostenibilità.

A dialogare con i ragazzi sono stati **Anyta**, sui social **@anytaishere**, creator amatissima dalla Gen Z, e **Ivano La Rosa**, attore, autore, regista e formatore, protagonisti di un format capace di unire incontro diretto, partecipazione e narrazione.

Il progetto raccoglie il sostegno convinto dei Consorzi promotori.

Carlo Siffredi, Presidente del Consorzio di Tutela dell’Olio Extravergine di Oliva Riviera Ligure DOP, dichiara: “Con il progetto Generazione DOP vogliamo avvicinare le nuove generazioni al valore autentico delle Indicazioni Geografiche. Per l’Olio Riviera Ligure DOP è un’occasione preziosa per aiutare i giovani a comprendere la natura profonda di questo prodotto: nel nostro caso il legame con il territorio ligure, la cultura agricola che lo custodisce e le pratiche produttive sostenibili che ne garantiscono qualità e identità. Educare alla consapevolezza alimentare significa investire nei giovani e nel futuro del nostro patrimonio agroalimentare e culturale.”

Consorzio Tutela Grana Padano

Via XXIV Giugno, 8
San Martino della Battaglia
25015 - Desenzano del Garda – BS
Tel 030.9109811

MKTG & COMUNICAZIONE ITALIA

Responsabile: Mirella Parmeggiani – mail: m.parmeggiani@granapadano.com
Ufficio stampa: Ludovico Gay Mob. +39 3298310889 - mail: press@granapadano.com
MercurioCom Sas Mob. +39 3714546691 - mail: press@granapadano.com

www.granapadano.it





Anche **Mario Anfossi**, presidente del Consorzio di tutela del Basilico Genovese DOP, sottolinea: “Il progetto Generazione DOP nasce con l’obiettivo di avvicinare i più giovani al valore delle nostre denominazioni di origine e al patrimonio agroalimentare che rappresentano. Portare questi temi nelle scuole significa non solo raccontare cosa c’è dietro un prodotto DOP, ma anche trasmettere cultura, territorio e consapevolezza. Incontri come questo sono fondamentali perché permettono agli studenti di conoscere da vicino realtà come il Basilico Genovese DOP e di capire quanto lavoro, tutela e tradizione ci siano dietro a un prodotto simbolo della nostra terra. Investire nella formazione e nella curiosità delle nuove generazioni è il modo migliore per garantire un futuro alle eccellenze agroalimentari italiane.”

Renato Zaghini, presidente del Consorzio Tutela Grana Padano, dichiara: “Parlare ai giovani di DOP significa aiutarli a leggere in modo più consapevole il valore del cibo, del lavoro e dei territori da cui nascono le nostre eccellenze. Il Grana Padano DOP non è solo un prodotto simbolo del Made in Italy, ma il risultato di una filiera che custodisce qualità, storia, responsabilità e sostenibilità. Iniziative come Generazione DOP sono importanti perché avvicinano gli studenti a questo patrimonio in modo diretto, concreto e attuale, offrendo strumenti utili per comprendere il legame profondo tra produzione, cultura e futuro”.

A chiudere, le riflessioni dei protagonisti del progetto. **Anyta** afferma: “La cosa che mi porto sempre a casa da questi incontri è l’energia bellissima dei ragazzi. Ogni volta ci dicono che sono appuntamenti super informativi, ma allo stesso tempo leggeri e mai noiosi, diversi dalla solita routine scolastica. Per noi è la conferma che siamo riusciti a trovare un modo nuovo per avvicinarli a questi temi.”

Ivano conclude: “Generazione DOP è un progetto che mi ha riportato a contatto con quello che amo di più: stare davanti alle persone, raccontare storie, creare connessione. Vengo dal teatro, poi sono passato alla produzione di contenuti narrativi digitali, e in questo progetto ho ritrovato entrambe le cose. Ma c’è qualcosa in più: la possibilità di portare ai ragazzi un valore culturale concreto. Perché la DOP non è solo un marchio su una confezione - è un modo di leggere il nostro paese, i suoi territori, le sue tradizioni, il lavoro di persone che custodiscono qualcosa che viene da lontano.

Quello che mi colpisce ogni volta è vedere come il gioco e la competizione sana aprano una porta che la lezione frontale spesso non riesce ad aprire. I ragazzi si sfidano, si divertono, e nel farlo ragionano su domande che sembrano semplici ma non lo sono. Alla fine di ogni evento sono convinto che qualcosa rimanga. E un giorno, davanti a uno scaffale o in un mercato, qualcuno di loro riconoscerà un prodotto DOP con occhi diversi. Per me, è già una vittoria.”

Con i due appuntamenti di Roma, **Generazione DOP** conferma la propria capacità di coinvolgere le nuove generazioni attraverso linguaggi vicini ai ragazzi e strumenti partecipativi innovativi, valorizzando il patrimonio agroalimentare italiano come elemento vivo di cultura, identità e futuro.



Il progetto proseguirà nei prossimi mesi con nuove tappe in Emilia-Romagna, Toscana e in altre regioni italiane, accompagnando studenti e scuole in questo percorso di scoperta e consapevolezza fino a giugno.

Del Consorzio Tutela Grana Padano fanno parte 141 aziende. Sono 121 quelle di lavorazione, che gestiscono 135 caseifici produttivi, 141 gli stagionatori e 197 confezionatori di porzionato, grattugiato e CET.

Nel mese di gennaio 2026 sono state prodotte 567.591 forme (+ 5,71% vs 2025).

Nel 2025 ne sono state prodotte 6.053.690, con un incremento del +7,43% sull'anno precedente, pari a 236.179,657 tonnellate (+/,72%), trasformando circa 3.141.458,660 tonnellate di latte (+6,37% vs 2024) munto in 3.376 stalle. L'intera filiera produttiva del prodotto a denominazione d'origine protetta più consumato nel mondo conta così su 50mila persone coinvolte.

In crescita anche l'export. Secondo gli ultimi dati disponibili, nel periodo gennaio – settembre 2025 si è registrato un incremento del 3,03% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Il trend previsto per l'intero anno segna una crescita del 3,5%.

Nel 2024, le forme vendute all'estero sono state 2.685.541 (+9,15% vs 2023), pari a 104.494,400 tonnellate.

Nel 2025 la proiezione sulla produzione lorda vendibile di formaggio consumo è di 4.000.000.000 euro, ripartita tra Italia con 1.800.000.000 euro, pari al 48,8%, ed estero con 2.200.000.000, equivalente al 51,2%. Queste performance confermano il Grana Padano il formaggio DOP più consumato nel mondo.

Dal 1954 il Consorzio Tutela Grana Padano garantisce il rispetto della ricetta tradizionale e la sua alta qualità riconoscibile e ritrovabile in ogni singola forma prodotta. Il 24 aprile 2002 un decreto del Ministero delle Politiche Agricole e Forestali ha riconosciuto al Consorzio le funzioni di tutela, promozione, valorizzazione, informazione del consumatore e cura generale degli interessi relativi a Grana Padano nella sua natura di prodotto DOP, ovvero a Denominazione di Origine Protetta.