



Con la tappa finale in Trentino-Alto Adige

## **GENERAZIONE DOP CHIUDE IL TOUR NELLE SCUOLE: 20 ISTITUTI, 10 REGIONI E 2.000 STUDENTI INCONTRATI**

*Il progetto promosso dai Consorzi di tutela di Basilico Genovese DOP, Grana Padano DOP e Olio Riviera Ligure DOP ha raccontato ai giovani il valore culturale, economico e sostenibile delle DOP, parlando il loro linguaggio anche attraverso social e contenuti digitali*

Desenzano del Garda (BS), 28 maggio 2026 – Si chiude con un bilancio positivo il tour nelle scuole 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, economia e sostenibilità.

Promosso dai Consorzi di tutela del **Basilico Genovese DOP**, del **Grana Padano DOP** e dell’**Olio Riviera Ligure DOP**, e realizzato grazie al contributo del **Ministero dell’agricoltura**, il progetto ha raggiunto **20 scuole in 10 regioni italiane**, incontrando quasi **2.000 studenti** in un percorso pensato per avvicinare le nuove generazioni al mondo delle Indicazioni Geografiche in modo diretto, partecipativo e contemporaneo.

Le tappe hanno coinvolto istituti tecnici, turistici, alberghieri e licei in **Lombardia, Liguria, Piemonte, Valle d’Aosta, Trentino-Alto Adige, Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Emilia-Romagna, Lazio e Toscana**, confermando la capacità del progetto di parlare a pubblici diversi e di portare nelle scuole un racconto concreto del legame tra prodotti DOP, territori, filiere produttive, tradizione e futuro.

A dialogare con i ragazzi, tappa dopo tappa, sono stati **Anyta**, creator conosciuta sui social come @anytaishere, e **Ivano La Rosa**, attore, autore, regista e formatore. Il loro contributo ha permesso di costruire un format dinamico, capace di alternare racconto, gioco, confronto e partecipazione, trasformando la lezione frontale in un’esperienza coinvolgente e vicina al linguaggio degli studenti.

Accanto agli incontri dal vivo, Generazione DOP ha puntato anche su una comunicazione digitale pensata per raggiungere i giovani nei luoghi e con i codici che utilizzano ogni giorno. Il sito [generazionedop.it](http://generazionedop.it) e le dispense didattiche digitali restano infatti sempre disponibili anche per chi non ha partecipato al tour, mentre i canali Instagram e TikTok del progetto hanno contribuito ad ampliare il racconto, portando il mondo DOP dentro una narrazione più immediata, accessibile e contemporanea.

L’obiettivo è stato chiaro fin dall’inizio: raccontare le DOP non solo come eccellenze agroalimentari, ma come espressione viva di identità, sostenibilità, lavoro, tutela e innovazione. Un patrimonio che appartiene alla storia dei territori italiani, ma che può continuare a crescere solo se viene compreso e riconosciuto anche dalle nuove generazioni.

*“Con Generazione DOP abbiamo voluto portare nelle scuole un messaggio semplice ma fondamentale: dietro ogni prodotto a Denominazione di Origine Protetta ci sono territori, persone, competenze, regole e responsabilità”, dichiara Renato Zaghini, Presidente del Consorzio Tutela Grana Padano DOP. “Il confronto con quasi 2.000 studenti ci conferma quanto sia importante investire in educazione alimentare e culturale, utilizzando strumenti e linguaggi capaci di parlare davvero ai ragazzi. Tradizione e innovazione non sono mondi distanti: questo progetto dimostra che possono incontrarsi e generare consapevolezza.”*



*“Abbiamo scelto di parlare ai giovani in modo semplice per coinvolgerli nella conoscenza dei nostri prodotti ed incoraggiarli ad avvicinarsi alle Indicazioni geografiche presenti in ogni territorio, simboli di identità, qualità e sviluppo”* afferma **Carlo Siffredi, Presidente del Consorzio di tutela dell’olio Riviera Ligure DOP.**

*“Con Generazione DOP si contribuisce a un obiettivo importante: rendere le Indicazioni Geografiche parte del bagaglio culturale delle nuove generazioni. Non parliamo soltanto di un prodotto simbolo del territorio, ma di valori legati a qualità, identità, tradizione e tutela delle produzioni autentiche. Avvicinare i giovani al mondo delle DOP significa costruire maggiore consapevolezza sul valore del nostro patrimonio agroalimentare e garantire un futuro alle eccellenze italiane”* così **Mario Anfossi, Presidente del Consorzio di tutela del Basilico Genovese DOP.**

Il coinvolgimento di Anyta e l’attività sviluppata sui canali digitali hanno rappresentato una parte centrale del progetto: un modo per stare al passo con i tempi, portando il valore delle DOP dentro una comunicazione più vicina alla sensibilità della Gen Z, senza rinunciare alla profondità dei contenuti.

*“Quello che resta di questo tour è l’energia degli studenti”,* afferma **Anyta.** *“Abbiamo parlato di temi importanti, ma lo abbiamo fatto in modo leggero, diretto e mai distante. I ragazzi hanno partecipato, fatto domande, giocato, discusso. È la dimostrazione che anche argomenti come territorio, qualità e sostenibilità possono diventare interessanti quando vengono raccontati con il linguaggio giusto.”*

Per **Ivano La Rosa,** *“Generazione DOP è stata un’occasione per creare connessione. Il gioco, la narrazione e il confronto hanno aperto uno spazio in cui gli studenti hanno potuto guardare ai prodotti DOP con occhi nuovi. Se anche solo una parte di loro, domani, davanti a uno scaffale o in un mercato, saprà riconoscere il valore che c’è dietro quel marchio, allora il progetto avrà raggiunto il suo obiettivo.”*

Il progetto ha raccolto anche l’attenzione delle istituzioni per il suo valore educativo, culturale e formativo.

*“Le Indicazioni Geografiche rappresentano un pilastro fondamentale del nostro sistema agroalimentare e uno degli elementi più riconoscibili della qualità italiana nel mondo”,* dichiara **Francesco Lollobrigida, Ministro dell’Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste.** *“Progetti come Generazione DOP hanno il merito di portare questo patrimonio nelle scuole, avvicinando i giovani al valore delle filiere, dei territori, del lavoro e delle competenze che rendono unico il Made in Italy. Dopo il riconoscimento della Cucina italiana come Patrimonio Culturale Immateriale dell’Umanità UNESCO, iniziative come questa assumono un valore ancora maggiore. Trasmettere ai più giovani la consapevolezza delle nostre eccellenze significa tutelare l’identità, la cultura e il futuro agroalimentare della Nazione.”*

*“Il Grana Padano è una eccellenza del Made in Italy, simbolo della qualità della produzione agroalimentare italiana e di una tradizione che il mondo ci invidia. La scuola deve formare giovani consapevoli del valore di questo patrimonio e capaci, attraverso competenze solide e professionalità qualificate, di custodire e tramandare la grande tradizione agroalimentare italiana. Iniziative come Generazione DOP rafforzano il legame tra formazione e realtà produttiva, avvicinando gli studenti alle opportunità offerte da una filiera strategica per il futuro del Paese”,* ha dichiarato infine il **Ministro dell’Istruzione e del Merito, Giuseppe Valditara.**

Le dispense didattiche e i contenuti del progetto restano disponibili sul sito [www.generazionedop.it](http://www.generazionedop.it). Il racconto continua anche sui canali social **Instagram** e **TikTok** di Generazione DOP.



Attività realizzata con il contributo del Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste (D.D. N. 0603890 Del 15/11/2024)



**MINISTERO DELL'AGRICOLTURA  
DELLA SOVRANITÀ ALIMENTARE  
E DELLE FORESTE**

