

Mercoledì 13 Maggio 2026
Notizie mercati esteri [1]

Turismo DOP: il Veneto svetta, la Svizzera acquista

Il Veneto guida la classifica nazionale del turismo DOP. Un'opportunità strategica per valorizzare anche in Svizzera i prodotti agroalimentari Made in Italy spingendo poi a conoscerli nei loro territori di origine.

prodotti agroalimentari e vino italiani non sono solo un'eccellenza da esportare ma sempre più una calamita che attira visitatori da tutto il mondo, e la Svizzera occupa in questo spostamento un posto di rilievo, tanto dal lato dell'import quanto da quello del turismo.

Il Veneto svetta in Italia per il turismo DOP

Il **2^ Rapporto sul Turismo DOP 2026** [2], elaborato da Fondazione Qualivita in collaborazione con Ismea, fotografa un settore in costante crescita. Il Veneto si conferma la regione leader in Italia per il turismo legato alle produzioni DOP e IGP, con un **valore che raggiunge i 4,936 miliardi di euro e un indice pari a 68,1, primo posto nella classifica nazionale.**

Nel dettaglio, il Veneto conta 121 attività di turismo DOP legate a 72 prodotti a indicazione geografica, con il coinvolgimento di 36 Consorzi di tutela su 46 riconosciuti, 74 eventi tra sagre, degustazioni e festival, e oltre 73 milioni di presenze turistiche, di cui 51,7 milioni straniere.

Un terzo del campione di persone intervistate (45% uomini e 55% di donne) ha meno di 35 anni (34%), oltre la metà rientra invece nella fascia 36-65 anni (56%). Solo l'11% è over 65. Il 37% dei visitatori proviene da regionidiverse dal Veneto e, in generale, la tendenza agli sposatmenti per partecipare a Festival, sagre e fiere legate alla filiera è altissima. La principale motivazione che spinge i visitatori a partecipare è proprio la degustazione, indicata dal 63% degli intervistati, a conferma della **centralità dell'incontro diretto con il prodotto**.
Accanto a questa emergono altre dimensioni dell'esperienza ricercata che va oltre il mero consumo:

- la scoperta del territorio (48%),
- le attività di intrattenimento (46%)
- la visita diretta in azienda (41%).

Economia e valorizzazione delle tipicità (quindi della cultura locale) sono le leve che spingono anche molti turisti stranieri a cercare l'unicità agroalimentare in versione autoctona.

Gli svizzeri? Scelgono l'Italia anche per cibo e vino

I dati sulla domanda internazionale confermano un interesse crescente e strutturale da parte del pubblico elvetico. **Secondo il Rapporto 2025 sul Turismo Enogastronomico Italiano curato da Roberta Garibaldi (AITE)**, l'Italia viene associata principalmente a cibo e vino dal 55% dei tedeschi e degli svizzeri/austriaci. Un dato che non ha eguali in Europa, superato solo dall'eccezionale affezione dei turisti francesi verso il patrimonio monumentale.

L'intenzione di viaggio verso l'Italia nei prossimi tre anni è altissima: la quota di turisti svizzeri e austriaci che si dichiara "molto probabile o probabile" di venire in Italia per motivi enogastronomici raggiunge l'81%, la percentuale più alta tra tutti i mercati analizzati.

Tedeschi e svizzeri/austriaci scelgono l'Italia soprattutto per immergersi nei paesaggi rurali, mentre le regioni più attrattive risultano Toscana e Veneto, con destinazioni enoturistiche come Montepulciano, Bolgheri e le Cinque Terre particolarmente apprezzate dal pubblico elvetico. La stessa Regione Calabria sta ricevendo sempre più interesse, anche a seguito dell'apertura di voli diretti ZUrigo-Lamezia Terme, che facilitano lo spostamento.

La Svizzera: mercato di sbocco strategico per l'agroalimentare italiano

Il flusso non è solo turistico: la Svizzera è uno dei principali mercati di destinazione per i prodotti agroalimentari italiani. Nel 2025 l'export Made in Italy della filiera ha superato i 72 miliardi di euro, con la **Svizzera che ha registrato una crescita del +16,3%, tra le performance più brillanti al di fuori dell'Unione Europea.**

Nel primo quadrimestre del 2025, l'export italiano verso la Svizzera è cresciuto del +13,1% rispetto allo stesso periodo del 2024, confermando il ruolo della Confederazione Elvetica non solo come mercato di sbocco privilegiato, ma anche come piattaforma logistica e commerciale di riferimento nel centro Europa.

Tra i prodotti più esportati spiccano i vini — con un valore complessivo di oltre 8 miliardi di euro a livello globale — seguiti dai prodotti da forno e dolciari (circa 5 miliardi) e dai formaggi e latticini (oltre 4 miliardi).

In questo scenario, la Camera di Commercio Italiana per la Svizzera agisce come punto di raccordo tra i due sistemi. Con sedi a Zurigo, Ginevra e Lugano, la CCIS offre servizi di consulenza fiscale e legale, organizza eventi B2B e attività di networking legati alla filiera agroalimentare ed enogastronomica Made in Italy, e supporta le aziende nella definizione di strategie di ingresso e posizionamento sul mercato elvetico, con focus specifici nei settori dell'agroalimentare.

Promuovere l'eccellenza enogastronomica italiana in Svizzera, anche attraverso l'unione di due asset come il turismo e il food, è una delle missioni più concrete e strategiche che la CCIS svolge a beneficio del Sistema Italia anche atreverso i numerosi eventi che, in Svizzera, consentono alle persone e ai rpofessionisti di conoscere novità di nicchia e prodotti autentici, riversando poi il loro interesse non solo nellìacquisto ma anche nella comprensione del luogo dal quale provengono. Intrecciare opportunità è quindi una delle principali prerogative della Camera.

(Contributo editoriale a cura della Camera di Commercio Italiana per la Svizzera **[3]**)
Galleria Foto VISUALIZZA SCHERMO PIENO
(per uscire: ESC per desktop, doppio tap per mobile)

Ultima modifica: Mercoledì 13 Maggio 2026

Condividi

Reti Sociali

ARGOMENTI

Source URL: https://www.assocamerestero.it/notizie/turismo-dop-veneto-svetta-svizzera-acquista

Collegamenti
[1] https://www.assocamerestero.it/notizie/%3Ffield_notizia_categoria_tid%3D1122
[2] https://www.qualivita.it/pubblicazioni/2-rapporto-turismo-dop/
[3] https://www.assocamerestero.it/ccie/camera-commercio-italiana-svizzera