

GastroTicino ritiene che Expo 2015 sia già iniziato da tempo e che le opportunità da cogliere non si limitino al periodo espositivo. Al di là delle polemiche e delle difficoltà che la Lombardia ha nell'organizzazione del maxi-evento, riteniamo che la vicinanza con Milano consenta di sfruttare già oggi i canali informativi per far sapere ai milioni di visitatori che la Svizzera, e in particolare il Ticino, è a 40 chilometri dal capoluogo lombardo. E che qui mettiamo a loro disposizione, offerte turistiche uniche e attrattive, e soprattutto una qualità di vita che ci invidiano a livello mondiale.

E che il Ticino abbia bisogno di turisti, lo dimostrano i dati emessi dall'Ufficio federale di statistica. Da gennaio i pernottamenti sono infatti diminuiti del 3,1% (equivalente a 31'340 unità in meno) e gli arrivi del 2,3% (ossia 10'680 unità), a fronte di dati sostanzialmente positivi a livello nazionale (rispettivamente +1.9% e -0.1%). A livello di ristorazione, poi, il maltempo ha messo in ginocchio il settore con perdite della cifra d'affari che vanno dal 30 al 50%. A ciò si aggiungano le conseguenze del tasso IVA discriminatorio per la ristorazione che, a parità di prodotto, è tassato tre volte di più dei take-away o dei chioschi. Ciò che crea un evidente svantaggio rispetto all'estero, poiché la maggior parte degli Stati limitrofi, come Austria, Francia, Italia o Spagna, sgravano i rispettivi settori gastronomici a livello di imposizione IVA. In questa situazione, il nostro settore, che risente già del Franco forte, è convinto che con un'adeguata attività di marketing in relazione all'Expo, si possano attirare nuovi clienti.

Ecco perché, prima e durante l'esposizione, dovremo attivare un efficace sistema di comunicazione, organizzare eventi collaterali e sviluppare prodotti che suscitino la curiosità dei visitatori dell'Expo verso il nostro Cantone, motivandoli a venire in Ticino. Certo, la gran parte dei turisti che sceglie il nostro Cantone per gite o vacanze, proviene dalla Svizzera interna. Ma è anche vero che tra pochi mesi avremo un'occasione irripetibile per rivolgerci a milioni di persone. E se saremo capaci di essere propositivi e attrattivi, non mancheranno ricadute positive.

Dopo quanto precede, non solo siamo favorevoli a investire nella partecipazione ticinese a Milano (e lo abbiamo dimostrato sostenendo finanziariamente il Gruppo che sostiene l'Expo), ma intendiamo proporre eventi e manifestazioni che involino i potenziali turisti a venire e a tornare in futuro, collaborando con enti, associazioni e privati. Quali? Abbiamo iniziato da alcuni mesi a promuovere su una rivista distribuita in 30mila copie negli alberghi di Milano, le particolarità della nostra ristorazione, i prodotti tipici e alcuni eventi ai quali GastroTicino collabora; eventi come la "Settimana del Gusto" che ogni settembre coinvolge oltre una sessantina di nostri ristoranti, come il "Festival del Risotto" sempre a settembre, e soprattutto appoggiando la candidatura di Locarno a diventare "capitale svizzera del gusto" per tutto il 2015. Collaboriamo anche con una guida italiana distribuita in Lombardia, Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta, sulla quale nel 2015 saranno promossi soprattutto gli oltre 130 ristoranti dell'iniziativa "Ticino a Tavola". Collaboriamo, inoltre, anche con la manifestazione gastronomica "Insubria di Gusto" che per il 2015 ha in programma di realizzare una guida da distribuire anche all'Expo. Cerchiamo, in altre parole, di invitare i visitatori dell'Expo a scoprire il nostro Cantone e le nostre eccellenze agro-alimentari. In questo senso proprio con Ticino a Tavola, abbiamo suggerito, su richiesta del Cantone, alcuni piatti, prodotti e menu da servire al Padiglione svizzero.

Se giocheremo bene le nostre carte in fatto di idee coinvolgenti e accattivanti da veicolare durante l'Expo, i benefici turistici ed economici post-evento, non potranno che essere importanti.

Massimo Suter, presidente Gastroticino