

Emozioni Ticino a forze unite

Operatori economici in campo per promuovere il territorio

Una vasta campagna mira a rilanciare l'attrattività turistica della regione durante il periodo autunnale – L'ETT, il Cantone e numerosi partner compatti nell'azione che è destinata in particolare al bacino italiano e d'oltralpe

□ Tanti partner, un unico obiettivo: promuovere l'attrattività turistica del Ticino. Che si tratti di eventi e specialità enogastronomiche, alberghi oppure di shopping, escursioni e visite a sfondo culturale, lo scopo della campagna «Emozioni Ticino», presentata ieri a Bellinzona, resta quello di far conoscere le potenzialità della nostra regione, attirando turisti e visitatori anche nel periodo autunnale. Si tratta di una vasta azione promozionale che si indirizza in particolare verso il Nord Italia (per i modi e i contenuti si veda il riquadro a lato), pur mantenendo alta l'attenzione sul bacino svizzero tedesco e, in generale, di oltre Gottardo. Con una peculiarità: coordinata da Ticino Turismo, l'iniziativa ha fatto convergere su di sé il sostegno di numerosi enti ed associazioni di categoria: accanto a Cantone, Banca dello Stato e Azienda elettrica ticinese, vi sono ABT, Camera di commercio, DISTI, Federcommercio, GastroTicino, Hotelleriesuisse Ticino, FFS-TILO e molti altri ancora.

Il sostegno del Cantone si è concretizzato nell'ambito delle misure anticrisi che il Parlamento ha approvato lo scorso giugno, ha ricordato **Laura Sadis**, direttrice del DFE. «La crisi fa sentire i suoi effetti anche sul settore turistico», ha sottolineato. Dunque, «ben vengano iniziative come questa, che è volta a far conoscere la nostra regione e a promuoverla mentre stiamo andando verso la stagione autunnale». Accennando alle preoccupazioni scaturite dalle parti sindacali in merito agli orari di apertura dei negozi, Sadis ha precisato che le due aperture domenicali (il 4 e il 25 ottobre) sono state decise nell'ambito di quanto prescritto dalla legge federale in materia (sono possibili quattro deroghe all'anno). E se vi è comprensione per le perplessi-

tà dei sindacati, d'altra parte, ha concluso, «attraverso manifestazioni di questo genere si difendono anche posti di lavoro. È con questo spirito che il Cantone ha voluto sostenere la campagna». Il direttore di Ticino Turismo **Tiziano Gagliardi** ha insistito sull'impegno collettivo e sulle sinergie fra ambienti economici, turismo e gli altri attori coinvolti nell'iniziativa. «Che non poteva avere un biglietto da visita migliore – ha esordito – visto che giunge dopo i Mondiali di ciclismo». Ora si tratta di sfruttare le potenzialità che il Ticino offre durante l'autunno, «così da prolungare la stagione estiva, un'opportunità anche per gli alberghi». Gagliardi ha altresì rimarcato che questa iniziativa «non è estemporanea per l'ETT, ma rientra nelle sue strategie di marketing». Non a caso, il principale destinatario è il mercato italiano, il terzo per il Ticino a livello turistico, l'unico presente tutto l'anno e che, fra quelli tradizionali, è in crescita dal 2001. Tuttavia, «Emozioni Ticino» si rivolge anche al pubblico indigeno: «Non solo potrà beneficiare delle numerose iniziative e offerte, ma vi saranno benefici per la regione».

Enzo Lucibello, presidente della DISTI, è fra gli ideatori della campagna, un anno e mezzo fa. «Il motto era quello di “una regione unica che deve farsi conoscere” – ha detto -. Siamo partiti cercando di coinvolgere più partner possibili. Ed è forse la prima volta che il Ticino, superando le conflittualità, mette assieme le sue risorse attorno ad un unico obiettivo: farsi conoscere». La campagna sarà monitorata dall'IRE e se funzionerà sarà riproposta per i prossimi 3 anni. Alla presentazione, vi erano anche i rappresentanti di BancaStato ed AET, fra i principali sponsor dopo il Cantone.

r.l.

La Svizzera italiana
colora il tuo tempo libero.

www.emozioni.ticino.ch
alloggio e tranquillità - gastronomia e autenticità - cultura e italianità - mobilità e natura - shopping e qualità - famiglia e divertimento

Favolose
promozioni su
www.emozioni.ticino.ch

BancaStato
aet

ANCHE IN AUTUNNO La campagna «Emozioni Ticino» mira a far conoscere il Ticino turistico.

È anche con iniziative simili che si difendono posti di lavoro. È con questo spirito che il Cantone ha sostenuto la campagna

Si tratta di sfruttare le potenzialità dell'offerta autunnale della nostra regione, così da prolungare la stagione estiva