

Riassunto intervento Massimo Suter

Presidente GastroTicino

(fa fede il discorso pronunciato in assemblea)

Assemblea dei delegati 2017

Lugano, 9 maggio 2017

SITUAZIONE CONGIUNTURALE E STRUTTURALE DEL SETTORE

Secondo i dati forniti di recente da GastroSuisse, la cifra d'affari della ristorazione ha perso lo 0,9% nel primo trimestre del 2016, il 6,5% nel secondo, l'1,7% nel terzo e il 3% nel quarto. Un risultato non incoraggiante, se si pensa che - soprattutto in Ticino - i dati sono ancora peggiori e che si viene da anni con le cifre sempre in rosso.

Nonostante ciò, l'industria alberghiera e della ristorazione svizzera è - con i suoi oltre 29'000 esercizi - un importante motore dell'economia e uno dei maggiori datori di lavoro del Paese. Nel 2016, infatti, circa 250'000 persone hanno trovato occupazione nel settore, formando più di 8'000 apprendisti.

Se qualcuno avesse dubbi sull'importanza del settore per l'economia, basta considerare che i costi complessivi che la popolazione residente in Svizzera destina al consumo di cibi e bevande fuori casa, lo scorso anno ammontavano a 22.369 miliardi di franchi. Rispetto all'anno precedente sono circa 73 milioni di franchi in meno (-0,32 %). Il consumo di pasti nel 2016 è aumentato del 2,3%; il consumo di bevande è diminuito del 5,3%.

ALCUNE CURIOSITÀ

I piatti più consumati fuori casa nel 2016 sono stati

Piatti principali di carne	Percentuale	+/-
1 Manzo	31.9 %	-0.7 %
2. Maiale	25.8 %	+0.4 %
3. Pollame	17.4 %	+0.3 %
Contorni	Percentuale	+/-
1. Legumi	22.8 %	+0.7 %
2. Insalate	22.5 %	-0.5 %
3. Patate fritte	19.4 %	-0.6 %
Desserts	Percentuale	+/-
Gelati	22.6%	-4.3 %
Torte/dolci	12.5 %	+1.4 %
Creme, mousses, flans	12.4 %	+0.1 %

I clienti hanno mangiato soprattutto in locali della

- ristorazione tradizionale (35,6% con una spesa media per pasto di 25,60 CHF)

- ristorazione rapida (28,1% con una spesa media per pasto di 10,64 CHF)

- ristorazione collettiva-mense (20,1% con una spesa media per pasto di 6,89 CHF).

Le bevande più consumate fuori casa nel 2016

Acqua minerale	Percentuale	+/-
1. Con gas	48.4 %	*
2. Senza gas	23.1 %	*
3. Acqua corrente	21.1 %	*
Bevande dolci	Percentuale	+/-
1. Bibite Cola	67.6 %	+4.7 %
2. Bibite di siero di latte	11.8 %	-1.5 %
3. Limonate/gazzosa	6.7 %	+0.6 %
Bevande calde	Percentuale	+/-
1. Caffè	84.8 %	-0.4 %
2. Tè	9.9 %	-0.1 %
3. Latte	4 %	+0.2 %
Bevande alcoliche	Percentuale	+/-
1. Birra	32.8 %	-0.2 %
2. Vino rosso	31.9 %	-0.9 %
3. Vino bianco	15.3 %	+1.3 %

TURISMO
Alcuni fattori che hanno ridato un po' di slancio al settore in Ticino

GastroTicino ha promosso e/o collaborato a diverse attività a favore del turismo e dei soci.

> RailAway/FFS e "On Board Concierge Service"

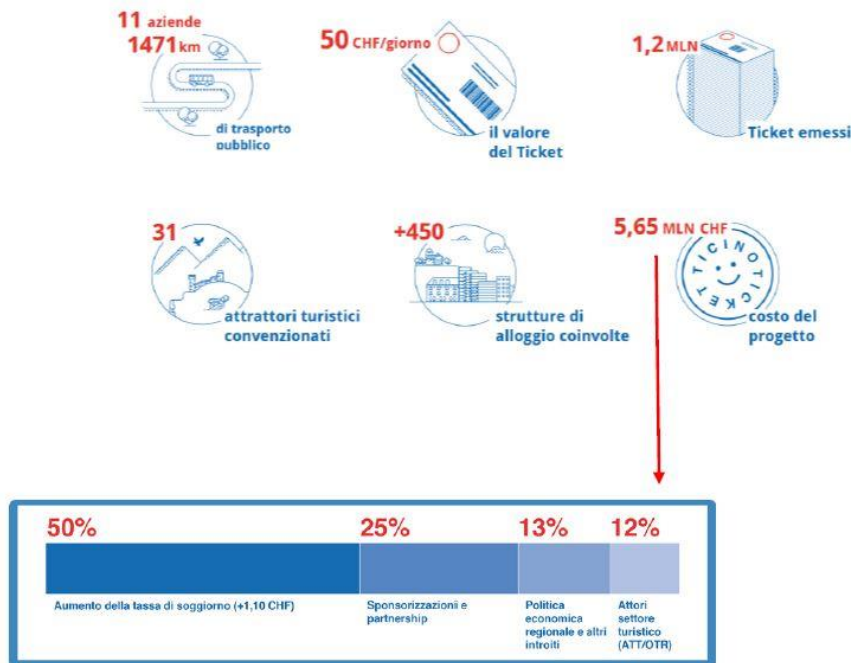
In occasione dell'apertura di AlpTransit si è collaborato con l'ATT, OTR e RailAway FFS all'organizzazione dell'**Inverno Gastronomico in Ticino** e dell'azione per i possessori della **Carta Cumulus** di Migros. Con RailAway stiamo ripetendo l'esperienza con l'**Estate Gastronomica in Ticino**.

Attualmente è in pieno svolgimento anche l'iniziativa **On Board Concierge Service**; promotrici turistiche dell'ATT sono a disposizione dei turisti che viaggiano in treno verso il Ticino, per aiutarli a pianificare al meglio le proprie vacanze, compresa la parte gastronomica.

> “Ticino Ticket”

Dal 1° gennaio 2017 il turista che pernotta in Ticino (albergo, ostello, campeggio) beneficia di un valore aggiunto concreto: al momento del suo arrivo in hotel riceve una carta giornaliera del valore di oltre 50 franchi, con validità fino al giorno della partenza. Ha anche agevolazioni sugli impianti di risalita, la navigazione e le principali attrattive turistiche.

Tutti i numeri del Ticket



I costi totali del progetto ammontano a 5.65 milioni e comprendono il costo dei titoli di trasporto e i costi per lo sviluppo, la gestione, la comunicazione e il monitoraggio.

Il suo finanziamento è così ripartito:

- 50%, aumento vincolato della tassa di soggiorno di 1.10 franchi (per gli ospiti delle categorie già citate);
- 25%, sponsorizzazioni e partnership (Ferrovie federali svizzere FFS, AutoPostale Svizzera SA, Comunità tariffale Arcobaleno e BancaStato);
- 13%, politica economica regionale e altri introiti;
- 12%, attori del settore turistico: Agenzia Turistica Ticinese (ATT) e Organizzazioni Turistiche Regionali (OTR).

Come finanziarlo nel 2018?

Oltre ai mezzi previsti dall'attuale finanziamento, si dovranno trovare altri partner. Ma secondo GastroTicino, non solo le associazioni di categoria oggi impegnate in questo progetto (Hotelleriesuisse Ticino, GastroTicino e Associazione Campeggi Ticino) dovrebbero partecipare. Anche i **commercianti** sono chiamati a fare la loro parte! Anche questa categoria professionale dovrebbe contribuire a finanziare il turismo, visto che beneficia in modo importante delle sue ricadute economiche.

MAGGIORE PESO E IMPORTANZA AL TURISMO DI GIORNATA

Il mercato turistico evolve e le scelte dei consumatori cambiano. Diventa sempre più importante il turismo di giornata. Un fenomeno che occorrerà monitorare e di cui occorrerà tenerne conto per stilare le statistiche sull'afflusso turistico. Attore primario di questo turismo, è la ristorazione. In futuro gli addetti ai lavori e i politici dovranno tenerne conto e destinare più fondi alla promozione del turismo di giornata!

RAPPORTI CON LA POLITICA

GastroSuisse e GastroTicino sono attive in diversi ambiti politici, partecipando a gruppi di lavoro su leggi e provvedimenti, lanciando iniziative popolari (ricordiamo quella per un tasso IVA che non discriminasse il settore) e prendendo posizione sulle iniziative che hanno conseguenze dirette o indirette sul settore: Legge Energia, Prezzi Equi e altre ancora.

Ma per contare di più per dare più credito a ristorazione e albergheria, occorre creare sinergie e collaborazioni tra esercenti. Partecipare in modo maggiore alla vita associativa e alle iniziative promosse da GastroTicino sono i primi due passi fondamentali.

FORMAZIONE PROFESSIONALE E DIGITALIZZAZIONE

Anche GastroSuisse e GastroTicino, sono convinte che con le nuove possibilità tecnologiche, è sempre più importante conoscere questi nuovi strumenti e sfruttarli per evolvere. Evolvere nella comunicazione, certo, ma tenendo sotto osservazione anche i servizi web di scelta del ristorante e della fornitura di cibi a casa. Per quanto concerne, quindi, la digitalizzazione, molte cose sono tecnicamente possibili già oggi, altre lo saranno in futuro: o si salta sul treno o si punta esclusivamente sulle esperienze che il cliente vive nel ristorante.

Come sottolineato anche da GastroSuisse, la continua e sempre maggiore fusione del mondo reale e digitale porterà anche nel settore ricettivo alla creazione di offerte sempre più incentrate sulle esigenze dei clienti. "Il mercato delle offerte diventerà un mercato della domanda." Ancora più di oggi sarà il cliente a decidere cosa desidera mangiare. Il cliente cercherà in misura sempre maggiore l'atmosfera e la comodità, e questo non in contrasto con la digitalizzazione, bensì come necessaria integrazione e come contrasto al consumo di pasti veloci durante la quotidianità lavorativa.