

BELLINZONA. La competizione si è tenuta lo scorso weekend nella sede della Scuola Superiore alberghiera, la sfida: sviluppare nuove e brillanti idee in grado di rilanciare il turismo invernale ticinese tramite l'E-Commerce. Chini sul problema durante la due giorni concepita in stile hackathon su mandato di NetComm Suisse, oltre 50 studenti divisi in gruppi eterogenei. “Siamo davvero soddisfatti – spiega Carlo Torrenti di NetComm Suisse – non solo per quanto emerso dai lavori ma anche dallo spirito e dall’entusiasmo dimostrato da tutti i partecipanti. È stato un momento di incontro e di scambio anche dal punto di vista culturale poiché c’erano studenti svizzeri, indiani, cechi, croati, musulmani, russi...”.

Immagini



I VINCITORI

A vincere è stato il progetto presentato dal gruppo composto da Abbattista Chiara, Abou Zamel Islam, Badacà Georgia, Corti Gabriele, Hafid Ichrak e Puglisi Emanuele, che ha proposto un nuovo posizionamento del turismo ticinese invernale sul mercato dando un tocco romantico all’immagine della destinazione. “Il gruppo è andato oltre il mandato – continua Carlo – aggiungendo all’innovazione nel settore digitale e-commerce un concetto di branding della destinazione, sostanzialmente hanno voluto attribuire al nostro cantone un concetto di lovely Ticino”.

“È stato molto interessante vedere questi ragazzi così motivati, determinati e competenti – aggiunge Igor Franchini, regional Manager presso Ente regionale per lo sviluppo del Locarnese e Vallemaggia, presente al concorso in veste di mentore - Il progetto vincitore lo è stato all’unanimità. Mi è piaciuto perché sono partiti dalla strategia partendo dall’idea che volessero qualcosa di unico, portando poi delle soluzioni: le vacanze romantiche in Ticino. Qualcosa di semplice alla base, ma che per poter essere realizzato deve essere accettato su larga scala, ripreso da tutti gli attori sul territorio: bisogna ritrovarlo nei negozi, negli alberghi, sull’albero di Natale e così via...”.

“Abbiamo pensato che il nostro punto di forza non è la neve – spiega dal canto suo il portavoce dei vincitori Abou Zamel Islam – Dalla Svizzera interna non ci si sposta per venire a sciare in Ticino, su questo non siamo competitivi. Quello che dobbiamo fare prima di tutto è invogliare i turisti a venire qui. E per ottenere questo occorre dare un’identità al Ticino invernale. In estate il Ticino è il sole, il bel tempo. Ma in inverno? Trasformiamolo in un posto molto romantico”. Come? “Da una parte la regione va promossa come destinazione romantica – continua lo studente – dall’altra bisogna fare in modo che lo sia veramente, il turista se rimane deluso non tornerà”.

Da qui una carrellata di idee: “Per far parlare di noi abbiamo pensato di dare un tocco esclusivo alla regione costruendo il cuore più grande del mondo. Come? Con le lucine led, su una montagna, tipo il Monte Bré. Le lucine a Natale sono su tutti gli alberi, perché non aggiungerne anche a forma di cuore per fare delle vie romantiche? Ci sarà uno slogan, foto di personaggi famosi che si baciano davanti al cuore... Non da ultimo l’idea di trasformare il nostro ospite in agente di marketing per noi”. Quale pubblicità migliore se non un selfie postato su Facebook?!