



Territorio **Un nuovo marchio che unisce il Ticino**

Sem Genini: «Settore turistico e agroalimentare fianco a fianco a sostegno dei prodotti locali»



ASSIEME Da sinistra: Stefano Rizzi, Sem Genini e Elia Frapolli.
(Foto Reguzzi)

Il Centro di Competenze Agroalimentari (CCAT), l'Agenzia turistica ticinese (ATT), la Commissione del Marchio Ticino e il Dipartimento delle finanze e dell'economia (DFE) hanno presentato, presso la LATI di S. Antonino, il nuovo marchio di provenienza Ticino. Come affermato nel corso della presentazione dal presidente della Commissione del Marchio Ticino e del CCAT, **Sem Genini**, «si tratta di un cambiamento importante, con l'unione delle forze tra il settore turistico e quello agroalimentare che assicura una maggiore visibilità rispetto al passato, permettendo al

contempo la creazione di sinergie». Il marchio, rileva il CCAT, «è un fondamentale elemento di comunicazione che permette ai produttori e ai loro prodotti di trasmettere la garanzia di origine e genuinità verso il consumatore. Rappresenta un valore aggiunto per lo sviluppo della nostra regione ed è garante della provenienza locale dei prodotti». Il logo è inoltre abbinato, come una trentina di altri brand elvetici, alla dicitura «regio.garantie», che certifica l'origine e la composizione di oltre 10.000 prodotti a livello svizzero. Da parte sua, il direttore dell'ATT **Elia Frapolli** ha precisato che «i prodotti ti-

cinesi e il turismo hanno un legame forte e obiettivi comuni, perciò oggi è logico creare un connubio tra questi due mondi. Si tratta comunque di un momento storico». Da noi sollecitato riguardo all'esistenza o meno di collaborazioni simili al di fuori del nostro cantone, Frapolli ha spiegato: «Non siamo i primi a lanciarsi in un'iniziativa come questa, ma nemmeno gli ultimi. Nel nostro caso è stata sfruttata la creazione del nuovo brand per il settore del turismo, poi declinato anche al territorio».

A conferma dell'entusiasmo per questa unione, il direttore della Divisione dell'economia **Stefano Rizzi** si è detto «contento di ciò che è stato fatto, ma sarà ora importante cogliere questa nuova opportunità e valorizzarla, onorando così anche l'impegno preso con i produttori».

A questo proposito viene precisato che il marchio, gestito dal 1998 dall'Unione contadini ticinesi, è di proprietà del cantone che finanzia il CCAT. Proprio il ruolo di quest'ultimo è importante nella promozione del marchio, perché «ha l'obiettivo di valorizzare la produzione e il consumo di prodotti agroalimentari ticinesi e – come precisato nel corso della presentazione – sta ponendo le basi per lo sviluppo di una rete del territorio» capace di unire tra loro piccoli e medi produttori. Il nuovo marchio di provenienza Ticino sarà presentato al pubblico in occasione dell'evento Lugano Città del Gusto, che si terrà dal 13 al 23 settembre.

PPO.