

GastroSuisse lancia con Dario Ranza la seconda parte della campagna per il futuro dell'albergheria-ristorazione



Lunedì 24 febbraio, insieme allo chef Dario Ranza, la maggiore federazione del settore alberghiero e della ristorazione ha lanciato in Ticino la seconda parte della sua campagna. La prima parte era stata inaugurata a novembre in Svizzera romanda. In un breve filmato di innegabile impatto, Ranza e la sua brigata di giovani talenti trasformano il Parco San Michele nel ristorante più esclusivo di Lugano. La campagna evidenzia le innumerevoli opportunità che l'albergheria-ristorazione offre ai giovani talenti e i livelli di eccellenza che si possono raggiungere dando prova di entusiasmo, creatività e spirito di squadra.



Oltre a costituire un importante pilastro dell'economia, l'albergheria e la ristorazione schiudono un mondo di infinite possibilità ai professionisti creativi e ambiziosi. I ristoranti, i caffè e i bar ticinesi accolgono ogni giorno 120 000 clienti, pari a un terzo della popolazione complessiva del Cantone. Con un valore aggiunto lordo di 1,6 miliardi di franchi solo in Ticino, il settore fornisce un contributo significativo all'economia nazionale.

Dario Ranza, lo chef più rinomato del Ticino, si unisce a GastroSuisse per alimentare la passione di cui vive il settore. "Oggi il clima di lavoro è più piacevole e meno rigido rispetto al passato. Il settore è dinamico e offre numerose opportunità ai giovani che, oltre a imparare molto, possono dimostrare le loro capacità", spiega Ranza. Invece di rammaricarsi per la carenza di personale, la campagna dà risalto alla creatività e allo spirito di squadra, dimostrando quanto significativa e gratificante possa essere una carriera nell'albergheria-ristorazione. Con 1260 soci solo in Ticino e 2216 strutture che impiegano oltre 12 000 persone, il settore non è solo un elemento fondamentale dell'economia, ma anche un importante datore di lavoro.

"Dobbiamo convincere i giovani e soprattutto le loro famiglie dell'effettiva importanza del nostro settore. Le nostre professioni offrono la possibilità di viaggiare, di imparare le lingue e soprattutto di allacciare contatti", afferma Ranza. Per molte famiglie, andare al ristorante è un'occasione particolare per vivere momenti unici, condividere emozioni e rafforzare i legami. Come si può leggere su avanti.swiss, la piattaforma creata appositamente per la campagna, il 42 per cento delle persone sono convinte che andare a mangiare fuori rinsaldi durevolmente i rapporti. GastroSuisse e le strutture ad essa affiliate, che hanno fatto dell'ospitalità la loro missione, rafforzano la coesione sociale.

La campagna sottolinea l'unicità del settore alberghiero e della ristorazione. Non esiste intelligenza artificiale che possa sostituire la dimensione umana e personale. "Possiamo paragonarci a un artigiano: lavoriamo con le mani, con i nostri sensi e questo non cambierà mai", dichiara Ranza spiegando le ragioni del suo sostegno alla campagna. In un breve filmato, il famoso chef e la sua squadra di giovani talenti mostrano come con entusiasmo e creatività si possa trasformare un normalissimo parco in una cornice magica e suggestiva per una cena indimenticabile.

"GastroSuisse è orgogliosa di poter contare sulla collaborazione di uno chef del calibro di Dario Ranza che, affiancato da giovani talenti, sa come plasmare il futuro del nostro settore", si compiace Beat Imhof, presidente di GastroSuisse. La campagna nella Svizzera tedesca verrà lanciata prossimamente.

Maggiori informazioni sulla campagna e su Avanti: avanti.swiss