



Nel 2017

# Il turismo ticinese vola e punta

Pernottamenti in aumento del 7,7% rispetto al 2016 e per quest'anno è previsto un ulteriore balzo avanti - Incremento

Sul turismo ticinese continua a splendere il sole. Il 2017 è stato un anno da incorniciare, dopo che già nel 2016 il settore era stato in grado d'invertire il trend negativo in corso da ormai diverse stagioni. A crescere in modo importante su base annua sono stati sia i pernottamenti (+7,7%) sia gli arrivi (8,7%). Numeri, questi, che spingono la nostra regione ai vertici del panorama nazionale dove il turismo è tornato a sorridere a tutte le latitudini. Il comparto alberghiero in Svizzera ha in effetti registrato un incremento del 5,2%, contabilizzando 37,4 milioni di pernottamenti e sfiorando così i livelli record del 1990 e del 2008. Le ragioni al-

la base del momento positivo sono molteplici. Il 2017 per il sud delle Alpi ha fatto rima con AlpTransit, ma anche con il TicinoTicket e diverse altre operazioni promozionali. «Ma la strada è ancora in salita e l'errore più grande sarebbe quello di non continuare a insistere» commenta il direttore di Ticino Turismo Elia Frapolli. Per quest'ultimo «non c'è mai stato un migliore momento per investire nelle strutture. C'è ancora spazio». E l'invito sembrerebbe essere stato recepito dagli operatori, come ci conferma nell'intervista a lato il direttore dell'Osservatorio del turismo (O-Tur) dell'USI Stefano Scagnolari.

PAGINE DI

MASSIMO SOLARI e MAURO ROSSI



**DA PRIMATO** Nel biennio 2016-2017 nessun'altra regione svizzera ha registrato un aumento dei pernottamenti paragonabile a quello ticinese. Ma per il direttore di Ticino Turismo Elia Frapolli «non è il momento di fermarsi». (Foto Zocchetti)

Le buone notizie però non si esauriscono qui. Si perché la presentazione dei dati 2017 ieri è stata accompagnata da una ulteriore ventata di ottimismo. Stando alle previsioni matematiche dell'O-Tur, quest'anno i pernottamenti potrebbero aumentare nuovamente. Per la precisione a questa voce si stima un incremento del 2,6%. Se confermato, il dato si tradurrebbe nel terzo anno positivo consecutivo. «Grazie al solo biennio 2016-2017 abbiamo recuperato le perdite degli ultimi 7 anni, registrando un numero di pernottamenti paragonabili al 2010» ha sottolineato Frapolli. Ma quanti sono stati gli ospiti che hanno scelto il Ticino lo scorso anno? Lungo l'arco dei dodici mesi i nostri alberghi hanno accolto oltre 2,4 milioni di visitatori, mentre gli arrivi hanno sfiorato quota 1,2 milioni. «A fare la differenza - ha indicato il direttore di Ticino Turismo - sono state la Pasqua e l'estate. In generale sono stati pochi i mesi caratterizzati da un calo». Fra questi si segnala dicembre, con i pernottamenti che hanno fatto segnare un -2,9%. Detto ciò, complessivamente il 2017 ha proiettato il sud delle Alpi fra le regioni più gettonate dai turisti. Solo Berna - grazie al +8,2% in termini di pernottamenti - ha fatto meglio, mentre i Grigioni si sono fermati a +4,9%. «Se però si tengono in considerazione 2016 e 2017 il Ticino occupa il gradino più alto del podio nazionale» ha rilevato Frapolli, facendo riferimento a una crescita dei pernottamenti pari al 12,6%. «E si sa quanto è difficile migliorarsi a seguito di un anno già positivo» ha aggiunto.

## Primi i nostri

Commentando i risultati del 2017 nella cornice dell'Hotel Belvedere di Locarno, il direttore di Ticino Turismo non ha chiaramente voluto parlare di sorpresa. «L'anno scorso - ha ribadito - è stato un anno speciale. È stata aperta la galleria di base del San Gottardo e abbiamo potuto sfruttare il credito straordinario concessoci per l'evento dal Gran Consiglio. A ciò si aggiungono poi le iniziative del Ti-

cino Ticket e dell'"on board concierge service" sui treni in arrivo dal nord delle Alpi. Non da ultimo vanno menzionate le azioni con Raiffeisen e Migros Cumulus e la stabilizzazione del cambio euro-franco». Un fattore, quest'ultimo, che ha reso il mercato ticinese particolarmente competitivo. E la risposta turistica non si è fatta attendere. «Non è un mistero che i pernottamenti aumentino grazie alla clientela indigena, che rappresenta il 60% del totale» ha spiegato Frapolli. Nel 2017 i turisti svizzeri che hanno abbracciato il Ticino sono cresciuti del 9,3%. «Parliamo di visitatori in cerca di una regione diversa, avulsa dai soliti cliché» ha notato Frapolli, menzionando l'arrivo di molti giovani. Ma il segno «+» ha accompagnato anche gli ospiti europei (+3,8%) e dal resto del mondo (+8%). «In valori assoluti si tratta di numeri ancora modesti, anche se quelli che abbiamo registrato sono tassi di crescita interessanti». Interessanti perché la differente provenienza dei turisti alimenta il processo di diversificazione portato avanti ormai da diversi anni sul piano strategico. Sempre in questo quadro sul piano nazionale gli ospiti svizzeri sono aumentati del 4%, mentre l'incremento dei pernottamenti dall'Europa e dal resto del mondo è stato rispettivamente del 2,1% e del 10,8%.

## «Non ci si piange più addosso»

A riprova del buono stato di salute del turismo ticinese è stato posto l'accento an-

## Splende il sole

**Lo scorso anno le strutture alberghiere ticinesi hanno registrato 2,4 milioni di pernottamenti. Era dal 2010 che non venivano toccati simili valori**

che su un altro dato. Ossia quello relativo all'andamento nelle singole regioni. Il trend positivo ha infatti interessato ciascuna delle quattro organizzazioni turistiche. Nel Sopraceneri la Lago Maggiore e valli ha registrato un +8,2%, ma ancora meglio ha fatto la Bellinzona e Alto Ticino con un +9%. Spostandoci nel Sottoceneri, l'OTR del Luganese ha visto i suoi ospiti crescere del 6,8%, mentre nella regione del Mendrisiotto del Basso Ceresio l'aumento è stato del 7,7%. «È dunque il Ticino nel suo insieme ad avanzare» ha evidenziato Frapolli, per poi tuttavia lanciare un monito a tutto il settore. «Gli elementi positivi non mancano. È però necessario ragionare sul medio termine per non ripiombare nella ciclicità degli alti e bassi del passato».

Ma qual è la ricetta dunque per restare sul pezzo? «Non c'è mai stato momento più propizio per investire, magari ingrandendo la propria struttura» ha affermato il direttore di Ticino Turismo. Quest'ultimo, grafici alla mano, ha lanciato uno sguardo all'offerta e ha confermato che «c'è ancora spazio». Se fino al 2016 il numero di hotel e letti è continuato a diminuire, nell'ultimo biennio il balzo avanti dei pernottamenti ha permesso di frenare l'emorragia in termini infrastrutturali. E non a caso Frapolli ha riconosciuto come l'aria, negli ultimi tempi, sia cambiata. «C'è positività e dinamicità tra gli operatori. E vi assicuro che qualche anno fa il settore era diverso. Si tendeva a piangersi addosso». La parola magica, in questo quadro, resta però «qualità». «La qualità paga e nel 2017 si è visto» ha rimarcato Frapolli, riconoscendo come lo scorso anno non abbia sorriso a tutti: «A livelli di pernottamenti c'è chi ha performato meglio del dato medio, ma purtroppo anche chi è arretrato nonostante il contesto particolarmente positivo». In prospettiva, in ogni caso, «sarà importante guardare al lungo termine, investendo e soprattutto posizionando molto bene la propria struttura sul mercato. Non abbiamo bisogno di hotel che offrano tutto per tutti».

## L'ANDAMENTO DEL TURISMO ALBERGHIERO

### Pernottamenti

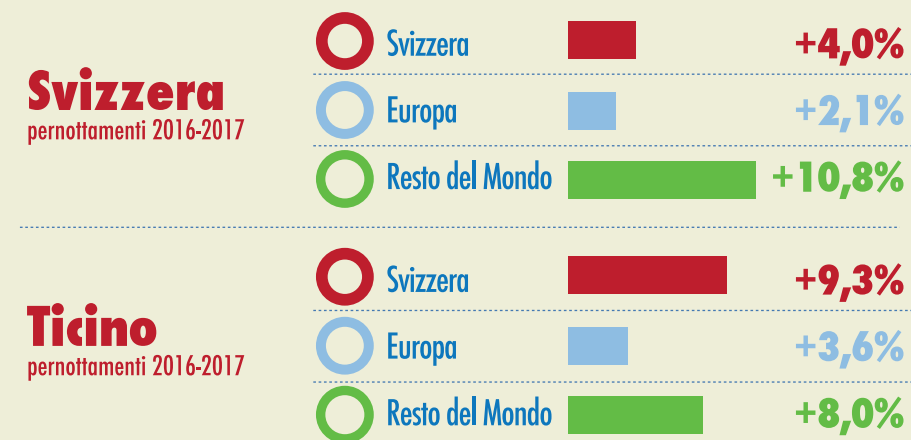


Svizzera  
**37.992.740**  
**+5,2%**

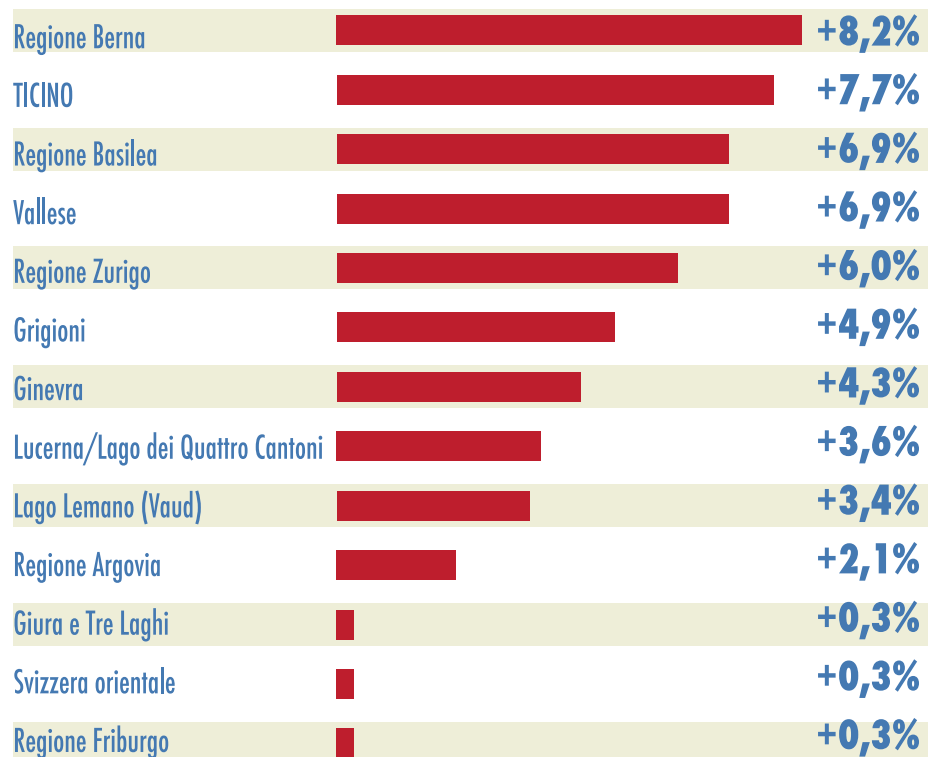


Ticino  
**2.455.099**  
**+7,7%**

### Provenienza degli ospiti



### Il trend delle varie regioni svizzere



### È in arrivo il nuovo logo

Nel 2018 a reinventarsi non saranno ad ogni modo solo gli operatori. Anche Ticino Turismo ha in serbo diverse novità. Prima di Pasqua verrà presentato il nuovo brand dell'organizzazione, che sostituirà il logo creato nel lontano 1982 da Orio Galli e ispirato alla bandiera del cantone. «Non posso svelare molto, ma il cambiamento mira a svecchiare l'attuale marchio, presentando un Ticino che va oltre i cliché» ci ha confidato Frapolli. Ma in arrivo vi sono anche diverse decisioni importanti sul piano politico. Il credito quadro di 12 milioni a sostegno di investimenti nel settore turistico per il 2015-2018 è stato esaurito in anticipo e il Governo dovrebbe presto sottoporre al Parlamento la richiesta per un importo rivisto verso l'alto. Allo stesso tempo nelle prossime settimane verrà presa posizione su una mozione che chiedeva di regolamentare le attività degli Airbnb in Ticino. Ebbene si propone la modifica di diverse leggi per integrare tali strutture nel circuito turistico, con l'obiettivo di evitare la concorrenza sleale in termini di permessi, tassa di soggiorno e licenze.

### IL PUNTO DI VISTA DE



#### GLORIA SPAGNOLI

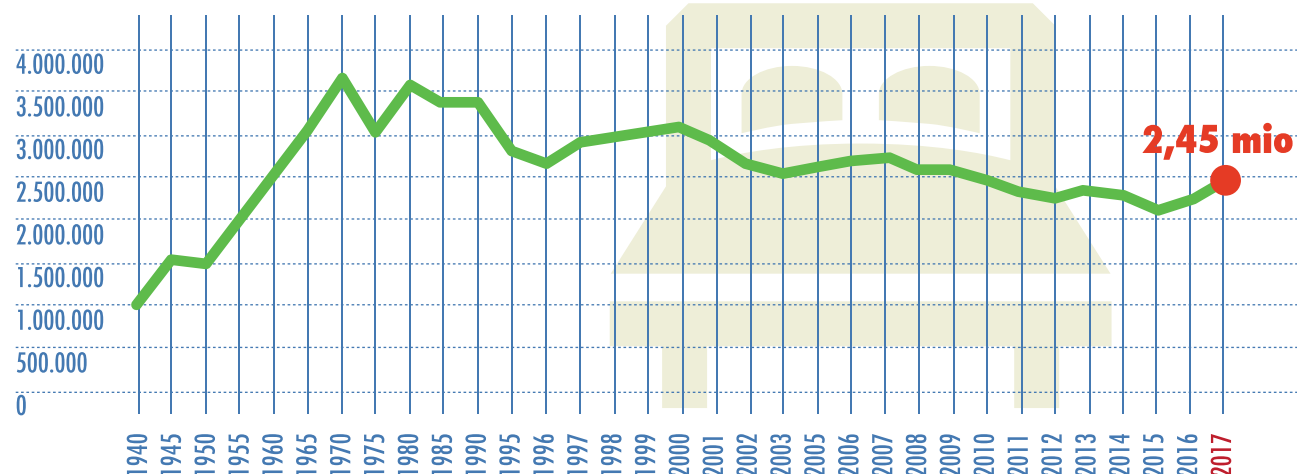
Hotel Belvedere di Locarno

Qual è stata la chiave del successo negli ultimi anni? Investire nella struttura, nel marketing e nella formazione del personale. Se vuole crescere e fungere da motore dell'economia ticinese, il turismo lo deve essere tuttavia per dodici mesi all'anno. Non ci sono solo la Pasqua e l'estate. Il settore deve puntare maggiormente sull'inverno, ma per farlo serve l'aiuto di tutti: hotel, commercianti e attrattori.

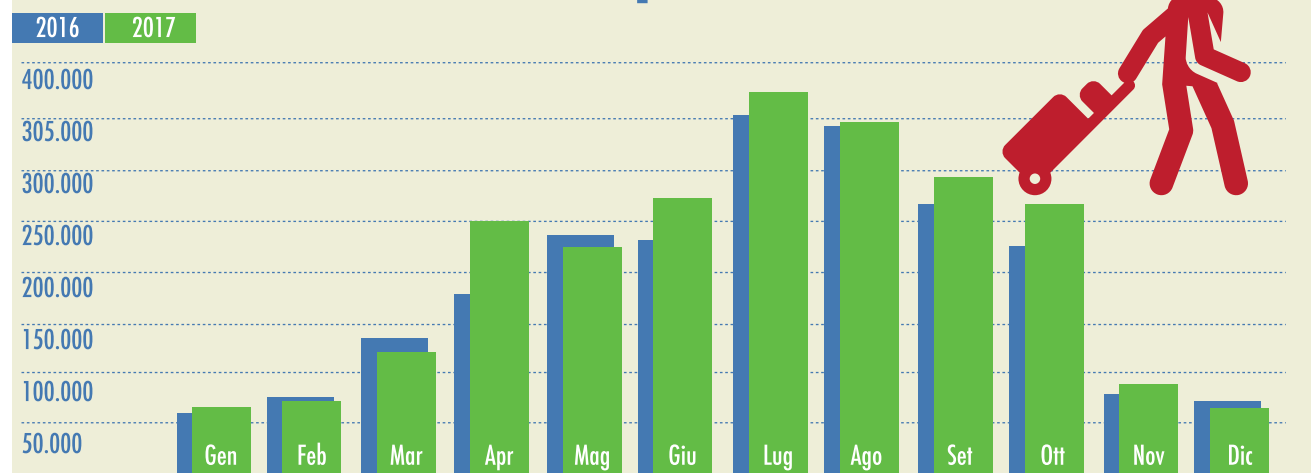
# ancora più in alto

mento del 5,2% in Svizzera – Elia Frapolli: «È il momento d'investire»

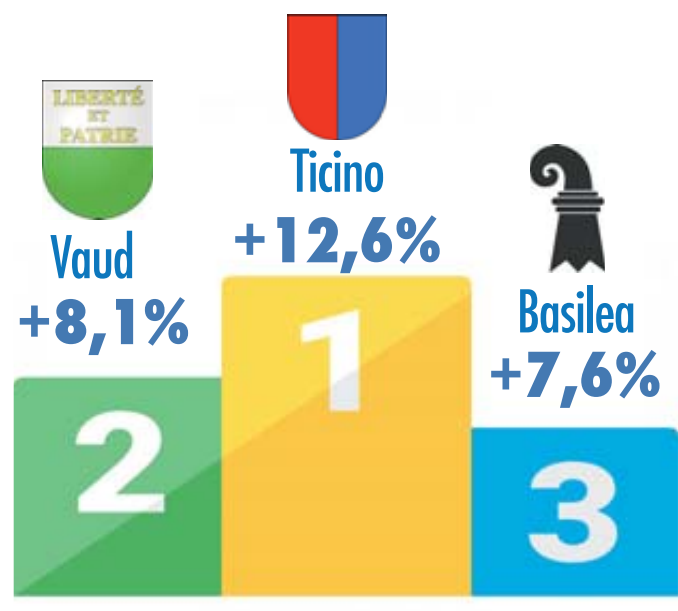
## L'evoluzione dei pernottamenti in Ticino nel corso degli anni



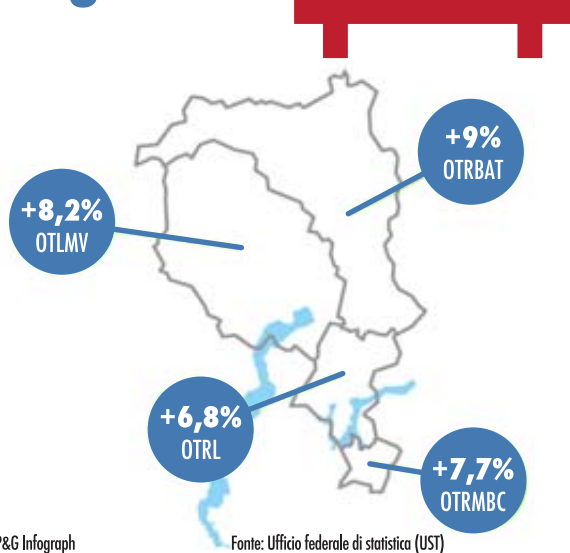
## L'andamento mensile dei pernottamenti



## Il podio delle regioni svizzere nel biennio 2016-2017



## Così nelle varie regioni



## GLI ALBERGATORI



### ROBERTO SCHMID

Hotel International au Lac di Lugano  
Nel 2017 l'entusiasmo per la nostra regione è rinato. Attenzione però: i pernottamenti non sono il solo indicatore per misurare se l'andamento di una struttura è positivo o di qualità. Lo stato di salute si misura anche attraverso l'evoluzione del prezzo medio delle camere e la durata media dei soggiorni. E questi ultimi due dati sono stagnanti. Stiamo quindi pian piano risalendo, ma non siamo ancora campioni olimpici.



### ELEONORA MADUSSI

Bed&Breakfast Chery di Riva San Vitale  
Il 2017 non ha deluso le aspettative della nostra struttura, giovane poiché nata nel 2015. Attrazioni come il Fiore di pietra sul Monte Generoso e iniziative quali il Ticino Ticket hanno favorito l'arrivo di numerosi turisti. C'è poi un altro fattore che, per quanto scontato, resta decisivo: il bel tempo. Grazie al clima mite l'occupazione delle camere si è attestata su buoni livelli anche in ottobre e in novembre.



## INTERVISTA

STEFANO SCAGNOLARI\*

# «C'è ottimismo e tanta voglia di rinnovarsi»

## Migliori infrastrutture e marketing gli obiettivi primari degli operatori

Stefano Scagnolari è il responsabile dell'Osservatorio del Turismo dell'Istituto di Ricerche economiche dell'USI e dunque tra i più indicati a valutare se il positivo trend turistico che sta vivendo il cantone va a pari passo con gli investimenti in un Ticino che per troppi anni è stato criticato per la vetustà delle sue infrastrutture.

«Sì, anche se, soprattutto quando si parla di investimenti o redditività del settore, quanto osservato nei pernottamenti va interpretato anche alla luce di altri indicatori. Come ad esempio quelli che ci mostrano una riduzione dell'offerta alberghiera. Che era stata molto marcata negli scorsi anni, ma che, per la prima volta dopo diverso tempo, nel 2017 ha segnato un rallentamento. Certo, anche negli scorsi mesi si è notato che a soffrire sono le strutture di piccole dimensioni, indipendentemente dalla categoria, però quello che mostrano i dati dell'Ufficio federale di statistica è un aumento delle aperture sia tra le strutture di bassa categoria, dalle 0 alle 2 stelle, che tra i 4 stelle. Ciò significa che da parte di molti attori, anche con obiettivi diversi, c'è la voglia di rimettersi in gioco e di puntare di nuovo sul turismo».

**Dunque è possibile parlare di una ritrovata dinamicità da parte degli operatori del settore?**

«Interpellando diversi attori turistici nell'ambito di un'inchiesta sviluppata dall'Osservatorio proprio sulle infrastrutture - inchiesta i cui risultati saranno resi noti a breve - abbiamo potuto notare una certa dinamicità. Molti hanno infatti dichiarato di aver fatto degli investimenti negli ultimi anni e un numero ancora maggiore si è detto propenso ad investire nei prossimi tre anni. Un aspetto interessante è tuttavia legato al fatto che buona parte di questi investimenti vengono effettuati (o ci si ripropone di farli) sulle infrastrutture e sulle campagne marketing che sono in grado di produrre un ritorno in un breve-medio periodo. Gli investimenti che invece danno dei risultati nel lungo periodo - come quelli sul personale - tendono, per contro ad essere messi in un secondo piano perché maggiormente soggetti all'ecces-

siva stagionalità del settore».

**Vogliamo spiegarci meglio?**

«Se guardiamo i dati 2017, ci rendiamo conto che sono stati trainati prevalentemente dall'ottimo periodo pasquale e dai risultati dei mesi estivi, mentre in altri periodi dell'anno sono stati meno performanti. La stagionalità del turismo ticinese è ancora molto marcata e con tale dinamica, che influisce nella gestione delle diverse attività, risulta più facile investire, ad esempio, nel rinnovo dei locali piuttosto che nella specializzazione del personale che non si ha a disposizione per tutto l'anno o che può cambiare da una stagione all'altra».

**Per aiutare questo tipo di investimenti, insomma, bisognerebbe allungare la stagione turistica. Cosa che, viste le peculiarità climatiche del Ticino, non dovrebbe essere così complesso.**

«Il problema della stagionalità, purtroppo, è semplice solo in linea teorica. Nella realtà si supera nel momento in cui si avvia un circolo virtuoso, fatto in egual misura di offerte sul territorio e di disponibilità delle strutture. Si tratta di un problema da affrontare in maniera integrata, con le giuste competenze e con l'apporto di diversi attori pubblici e privati».

**Dai vostri dati c'è questa volontà?**

«Come detto non è semplice e in passato la difficile congiuntura poteva essere, almeno in parte, una parziale scusante. Però, visti i risultati dell'ultimo biennio e le previsioni per il futuro, che lasciano intravedere delle potenzialità di un incremento delle presenze del 2,6% nel 2018, in molti hanno cominciato a guardare in questa direzione. Tenendo però conto di riuscire a sfruttare le nuove tendenze turistiche in atto, che indicano un mutamento delle abitudini, con una netta riduzione dei periodi di permanenza e con il sempre maggior affermarsi di situazioni come le prenotazioni last minute o i weekend lunghi, rispetto alle canoniche due-tre settimane di vacanza che si facevano in passato. Se i singoli attori riusciranno a cogliere tutti questi aspetti, sono convinto potranno approfittare ancora di più del contesto favorevole in cui ci troviamo».

\*responsabile dell'Osservatorio del turismo dell'USI