

Commento alle attività.

INTRODUZIONE

Lo scorso anno avevo introdotto il mio commento ricordando l'oggettiva difficoltà del pianificare un programma di lavoro sulla base di un preventivo che non è definito e che, oggi più che mai, è particolarmente influenzato da una serie di macro fattori che in nessun modo sono prevedibili o anticipabili.

Il problema è direttamente legato alla modalità di finanziamento delle attività delle OTR che, come indicato dalla legge, prelevano le tasse di soggiorno e di promozione per investirle, a favore della regione turistica, realizzando un Piano d'attività.

Sappiamo che i mezzi finanziari a disposizione della nostra OTR sono limitati in quanto, malgrado il notevole numero di progetti turistici particolarmente importanti sviluppati nel corso degli ultimi 20 anni, non siamo ancora riusciti a catturare l'attenzione d'imprenditori che investano per realizzare strutture alberghiere e, di conseguenza, le tasse incassate sono poca cosa rispetto alle altre OTR. Ma questo fatto non ci ha mai impedito di essere attivi, di sviluppare collaborazioni, di volere mettere in rete i prodotti regionali o di volere affinare l'offerta turistica per renderla maggiormente attraente. Dal 2003 al 2013 la nostra OTR ed anche i partner della regione, hanno potuto contare su importanti mezzi finanziari provenienti dai fondi di pubblica utilità, legati alla convenzione con NCKM SA e con Casinò Admiral. Dal 2014 questi finanziamenti non ci sono più.

Gli anni 2014-15 e 16 sono stati anni difficili sotto molti punti di vista. Crisi, guerre, cambiamenti di tendenza, modifiche di valori di cambio euro-franco e la mancanza dei fondi provenienti dal Casinò, ci hanno fatto preoccupare e ci hanno imposto dei cambiamenti importanti. Abbiamo condiviso le nostre preoccupazioni ed anche le nostre ambizioni per la Regione con i partner, con i comuni e con alcuni sponsor, ricevendo il sostegno che ci ha dato nuovi stimoli. La motivazione non è quindi mai venuta a mancare ed i programmi di lavoro sono stati svolti quasi interamente ogni anno, cercando in partner come ERS, comuni o privati, eventuali aiuti finanziari per lo sviluppo del nostro programma di lavoro. La nuova Legge sul Turismo ci ha trovato pronti per iniziare a lavorare in un nuovo ambito cooperativo cantonale, ma i nostri sforzi hanno dovuto essere aumentati per poter tenere il passo, dato i tagli che abbiamo dovuto fare. Senza comunque mai mancare nel portare a termine i nostri compiti anche per quanto attiene il nostro nuovo ruolo di azionista di ATT SA e le diverse commissioni cantonali nelle quali siamo coinvolti.

Ora ci attende un nuovo anno, che si preannuncia particolarmente positivo per via di una serie di novità che, casualmente, cadono tutte nello stesso anno. Novità che in parte abbiamo potuto influenzare, in parte è invece frutto di decisioni prese da altri. Di tutte queste non possiamo che gioire, pure però sempre tenendo a mente che l'influenza di queste novità potrebbe rimanere circoscritta all'anno 2017.

Senza volermi soffermare nuovamente sui cambiamenti epocali che sono intervenuti nel corso dell'ultimo decennio, condizionando i risultati del turismo svizzero e quindi anche della nostra regione, vorrei solo ricordare che:

- **Il mercato svizzero** è e resta comunque ancora oggi primariamente importante per il Ticino e per il Mendrisiotto per una serie di motivi evidenti, tra i quali cito solo l'apprezzamento per la nostra "ticipinesità" ed il potere d'acquisto;
- Alcuni dei mercati europei classici tendono costantemente a diminuire la percentuale di pernottamenti generata in Ticino ed in Svizzera, MA **mercati "nuovi" si stanno affacciando. Anche nel Mendrisiotto.**

Il Business Plan redatto per il quadriennio è sempre valido e quindi anche le strategie della nostra OTR a livello regionale, che prevedono una serie di attività ormai ripetute in occasione di numerosi incontri in sede di preventivo, come anche di consuntivo.

Il piano d'attività di Mendrisiotto Turismo per il 2017 tiene quindi in conto quanto indicato nei documenti redatti ed approvati da ERS e Cantone e delle decisioni che la Commissione Marketing Cantonale, costituita come richiesto dalla nuova legge sul turismo, ha preso in merito alla visione dell'attività che ATT svolgerà nell'ambito del suo mandato nel corso dell'anno.

Il preventivo 2017 è stato discusso e preparato con molta attenzione e tiene conto delle novità che riteniamo influenzeranno in maniera importante il risultato del numero di pernottamenti, permettendoci così di chiudere senza delle perdite, ma portando a compimento il nostro programma d'attività:

- Apertura di Alptransit, che prevede un'importante campagna promozionale da parte di ATT;
- Ticino Ticket, che permetterà ai turisti residenti presso gli alberghi, campeggi e B&B della regione di utilizzare la rete dei mezzi pubblici senza costi, oltre ad uno sconto particolare su tutta la rete dei trasporti turistici e sul biglietto d'entrata di alcune attrazioni (30%);
- Campagna promozionale Raiffeisen-Ticino, che offrirà pernottamenti ed entrate ad attrazioni con prezzi scontati fino al 50%;
- Inaugurazione "Fiore di Pietra" e riapertura tracciato Ferrovia Monte Generoso;
- Inaugurazione nuovo tracciato sentiero Bellavista - Vetta;
- Inaugurazione nuovo tracciato ristorante - Vetta;
- Inaugurazione nuovo Belvedere in Vetta;
- Inaugurazione Teatro dell'Architettura,
- Inaugurazione anfiteatro Cave di Arzo;
- Prima stagione turistica del Parco archeologico di Tremona con offerta di esperienza di realtà aumentata;
- Nuova gestione Campeggio del Monte San Giorgio a Meride.

Restano chiaramente ancora delle incognite legate all'attività di alcune strutture alberghiere, che da un paio d'anni sono state più chiuse che aperte, ma ci auguriamo che possano presto tornare ad essere parte dell'offerta.

I nostri obiettivi di lavoro per l'anno 2017 risultano essere riconfermati e consolidati dalle strategie che seguiremo nello sviluppo delle nostre attività:

Visibilità
Sviluppo e rafforzamento del prodotto (messa in rete)

I PROGETTI

Centrale nel lavoro di OTRMBC per tutto il quadriennio in corso, resta lo sviluppo, il coordinamento e la messa in rete di progetti in linea con gli obiettivi di lavoro illustrati nel BP redatto nel 2014.

ENOGASTRONOMIA

OTRMBC

- è stata designata quale rappresentante delle OTR e ATT nel comitato direttivo del nuovo **CENTRO DI COMPETENZE AGROALIMENTARE CANTONALE, costituito nella primavera del 2016 ed attivo;**
- intende continuare a collaborare con il promotore dell'iniziativa **MENDRISIOTTOTERROIR**, un'offerta turistica che ambisce a presentare le peculiarità del settore vitivinicolo, ma non solo, portando i visitatori in luoghi, emozionanti, a contatto con natura, ma soprattutto con chi vive la regione;
- collabora con **TicinoWine** e **GastroMendrisiotto** nell'ambito dello sviluppo del progetto lanciato dalla Società dei Commercianti del Mendrisiotto e BC che porta il nome di **BARATTOLI**, un progetto che mira alla messa in rete ed alla ricerca di qualità nell'offerta regionale;

- da molti anni gestisce in parte il segretariato-organizzativo della **Rassegna Gastronomica** del Mendrisiotto e Basso Ceresio e garantisce lo svolgimento di una buona parte dei compiti.

Il progetto di personalizzazione tematica delle rotonde del comprensorio comunale di Mendrisio è invece attualmente gestito dalla città.

ANALISI DELLA MESSA IN SCENA DEL MONTE GENEROSO

OTRMBC

- ha riconosciuto il bisogno di analizzare l'offerta attuale, valutare come e dove si potrebbero fare delle implementazioni di progetti utili a sviluppare l'attrattività della montagna tutta ;
- definito il comprensorio dell'area da analizzare per verificare l'offerta turistica di questa grande montagna e definire eventuali progetti da sviluppare: da Arogno al lato sinistro della Valle di Muggio, fino in fondo al Parco delle Gole della Breggia;
- ha condiviso questa visione con Ferrovia Monte Generoso, PUC e i comuni dell'area;
- USE ha approvato il finanziamento (90%) dello studio della Messa in scena o dell'esperienza turistica sulla base dell'offerta di Erlebnisplan;
- sono stati fatti diversi sopralluoghi per evidenziare punti forti e deboli, ma anche eccellenze e possibilità di messa in rete;
- sono stati organizzati degli incontri per discutere e condividere i temi e le visioni.

Nel 2017 il Masterplan che risulterà dall'analisi sarà presentato in occasioni diverse per essere condiviso e consolidato con i partner. Da questo documento dovranno poi essere scelti i progetti da sviluppare per migliorare l'attrattività turistica della montagna.

Sul Monte Generoso sono quattro gli attrattori che OTRMBC ha inserito nel progetto di messa in rete e comunicazione "La Regione da Scoprire".

SENTIERO BELLAVISTA - VETTA MONTE GENEROSO E BELVEDERE

Il rifacimento del tratto **Bellavista-Vetta**, sostenuta dal **Cantone**, che ci affianca nella realizzazione di questo importante progetto, è cofinanziato anche dai comuni di **Mendrisio** e **Castel San Pietro**, da **AIM** e da **Swisscom**.

Quest'opera sarà inaugurata nella primavera 2017.

Un secondo tratto di sentiero che porta **dal ristorante alla vetta** sarà anche inaugurato in primavera grazie al sostegno finanziario dei **Lions Club Mendrisio** e del Fondo svizzero per i sentieri.

I **pannelli** che illustrano il panorama dal **punto panoramico** più alto in vetta saranno anche rifatti grazie sempre al generoso contributo dei Lions del Mendrisiotto.

ITINERARIO PER BIKER DALLA VETTA DEL GENEROSO FINO A CAPOLAGO

L'idea di creare un percorso pensato esclusivamente per i biker, andando così a concretizzare un'offerta che da anni risulta comunque attirare parecchia gente sulla montagna, è vecchia di almeno 10 anni. Sin qui però non vi era stato modo di poter consolidare il progetto, in quanto la Legge sui sentieri non prevedeva e non prevede capitoli legati all'escursionismo in bici. Nel corso degli ultimi tre anni l'attenzione in merito a questo target è cambiata, così come anche la percezione di opportunità turistica e quindi il Cantone ha finanziato un'analisi dell'offerta e della possibilità d'implementazione di offerte per biker, in tutto il Cantone. Per la nostra regione lo studio di Allegra Turismo ha evidenziato la possibilità di creare il tracciato da noi richiesto e l'idea è ora quella di lavorare al progetto per portarlo a realizzazione in accordo con il Cantone ed il PUC.

La questione pendente legata alla manutenzione del tracciato dovrà essere valutata con attenzione, con il Cantone, ma non solo.

ANALISI DELLA MESSA IN SCENA DEL MONTE SAN GIORGIO

OTRMBC è fortemente convinto che, malgrado le difficoltà oggettive che il prodotto presenta dal punto di vista dell'offerta turistica, si debba investire per contribuire a costruire un'offerta che, sostenuta dagli importanti elementi scientifici oggettivi presenti in loco (tra cui il Nuovo Museo), si tramuti in un'esperienza per il visitatore.

Il gruppo di lavoro si riunirà entro la fine del 2016 per decidere quali progetti risultano prioritari e come finanziarli, con l'obiettivo di portarli finalmente a realizzazione nel 2017.

Sul Monte San Giorgio sono due gli attrattori che OTRMBC ha inserito nel progetto di messa in rete e comunicazione "La Regione da Scoprire".

PARCO ARCHEOLOGICO DI TREMONA-CASTELLO

Il progetto, evidenziato anche nel MasterPlan di analisi della Messa in Scena del Monte San Giorgio, è seguito dal comune di Mendrisio direttamente dal 2013. OTRMBC ha seguito lo sviluppo di questo progetto sin dal 2004 e dal 2013 partecipa ai gruppi di lavoro organizzati da Mendrisio.

Nel 2014-15 OTRMBC ha lavorato alla realizzazione di un filmatino in 3D che intende stuzzicare la curiosità dei visitatori (pubblicato sul canale you tube di Mendrisio Turismo, a maggio 2016, ad oggi è stato visto lì, 4'625 volte) proponendo un assaggio di una visita che introduce il tema della **"realtà aumentata"**, tra presente e Medioevo. Un tema, quello della realtà aumentata, che OTRMBC aveva pensato di sviluppare con una APP, ma che sarà sviluppato con una tecnologia legata a degli occhiali.

Il materiale che sarà utilizzato per realizzare l'esperienza di visita in realtà aumentata, i cui copy right sono di OTRMBC, è stato realizzato da uno studente su mandato di OTRMBC nel corso di uno stage. Questo materiale viene ora messo a disposizione del comune per sviluppare il prodotto degli occhiali in 3D.

OTRMBC ha da sempre manifestato a Mendrisio il proprio interesse ad avere un ruolo attivo nella gestione del parco e dei progetti legati all'offerta turistica del parco, chiedendo di ottenere un mandato per svolgere questo ruolo. Attualmente è in valutazione l'apertura di un Infopoint a Tremona.

CAVE DI ARZO, FUNIVIA E CAMPEGGIO DI MERIDE

Per tutti e tre i progetti sarà importante collaborare con i partner per realizzare delle valorizzazioni dell'esperienza turistica che si vuole offrire, con l'obiettivo di renderle particolari e attrattive. In particolare sarà importante inserire i temi del Monte San Giorgio e della Regione da Scoprire per continuare i due progetti di messa in rete sulla montagna e a livello regionale.

OTRMBC è in contatto con i tre partner e sarà coinvolto nei processi di valutazione e di sviluppo.

AUTOPOSTALE MERIDE-SERPIANO

Con il cambiamento dell'orario, a partire dal 2016 la tratta Serpiano-Meride è stata soppressa, in quanto non finanziabile da parte del Cantone. OTRMBC si è attivata per verificare se non fosse possibile trovare un accordo regionale, ritenuto anche che a Serpiano si trovano la funivia, il ristorante funivia, il grotto dell'alpe di Brusino e l'albergo con la SPA. Luoghi d'interesse turistico.

Grazie all'accordo finanziario trovato con Autopostale, Mendrisio, Brusino, Fondazione Monte San Giorgio e Hotel Serpiano, la tratta è stata ripristinata nel 2016. I risultati di frequenze non danno indicazioni positive, ma la tratta non era più presente negli orari ufficiali. Per il 2017 il finanziamento, al quale partecipa anche OTRMBC con un 10% dell'importo totale, è nuovamente garantito dai partner e la tratta inserita nell'orario ufficiale.

LA REGIONE DA SCOPRIRE

Il progetto, lanciato diversi anni fa, ha ripreso vigore nel 2013, quando OTRMBC ha presentato l'introduzione della Giovane Esploratrice, che è stata chiamata MORSETTA.

L'idea di creare il personaggio della "Giovane esploratrice" nasce dal bisogno di presentarsi come "Regione da scoprire", ma anche dalla consapevolezza della difficoltà dei temi presentati dai prodotti turistici regionali "di punta" che presentano prodotti unici, di grande valore, ma che potrebbero rimanere prodotti per target di nicchia. Nessuno di questi è così eclatante ed attraente per un grande pubblico. **Nessun vero "wow effect", nessun Matterhorn.**

Il progetto, complesso e che comprende più campi d'azione, ha cercato l'attenzione della popolazione locale e mira quindi a migliorare la messa in rete dell'offerta regionale, anche attraverso il coinvolgimento dei partner nel progetto.

Considerato il risultato ottenuto con il progetto della ricostruzione in 3D del villaggio medievale di Tremona ed anche l'interesse per lo sviluppo di supporti tecnologici in ambito turistico, in modo particolare nell'ambito delle ricostruzioni in 3D, come anche i riscontri ottenuti nel corso di una serie di verifiche operate nel 2015, OTRMBC prevede di realizzare nel 2017 un filmatino promozionale in 3D che permetta a Morsetta di animarsi e di quindi mostrare i 7 luoghi del progetto in forma di cartoon animato, pensando di trasmettere emozioni e di rendere più vicine le diverse epoche. Questo filmatino di "lancio" del viaggio a ritroso nel tempo è parte di un progetto più ampio che prevede anche la realizzazione di 7 mini filmati di un minuto ciascuno (di cui uno è quello già realizzato per il villaggio medievale di Tremona).

PROCESSIONI STORICHE DI MENDRISIO

CANDIDATE ALLA LISTA DEI PATRIMONI IMMATERIALI CULTURALI UNESCO.

OTRMBC segue dal 2014 il progetto di candidatura ed ha:

- Realizzato il Flyer turistico delle Processioni nel 2013;
- Realizzato il sito web in italiano nel 2014;
- Coordinato la comunicazione della Fondazione;
- Coordinato la presenza a EXPO e altre fiere nel 2015 e 2016;
- Coordinato la realizzazione delle versioni E/D/F del sito nel 2016;
- Realizzato la grafica della copertina dei DVD nel 2016 .

Su mandato della Fondazione OTRMBC, ed in particolare la sua direttrice, è la responsabile per la preparazione della candidatura.

GRAND TOUR OF SWITZERLAND

È un **progetto nazionale** che descrive un percorso da percorrere in auto o in moto, attraversando la Svizzera per godere delle principali attrazioni. OTRMBC siede come rappresentante cantonale nel **Direttivo dell'associazione nazionale**.

Nel 2016 si è concluso il programma nazionale di sviluppo dell'offerta legata a Grand Tour chiamato: **ENJOY GRAN TOUR OF SWITZERLAND**, al quale partecipano in tutto 7 regioni svizzere. Nell'ambito di questo progetto si sono valutate tre misure.

Nel 2016 nel Mendrisiotto sono state implementate due misure:

- uno snack box con prodotti regionali, acquistabili in diversi punti già repertoriati;
- due punti foto, dove proporre di scattare foto e selfie da pubblicare sui social.

Nel 2017 si vorrebbe poter realizzare in collaborazione con il comune di Mendrisio, anche la terza misura:

- un luogo dove lasciare un ricordo del proprio passaggio che sia legato al luogo visitato.

ITINERARI BIKE

Il territorio del Mendrisiotto è terra di ciclismo e nel **2005 abbiamo tracciato 4 itinerari per bike** così da creare una prima offerta. Nel frattempo le cose sono cambiate. Cambiato chi pratica bike, cambiate le regole legate al tema della promozione degli itinerari. Così due dei vecchi tracciati sono stati smantellati, perché la segnaletica era vecchia e non più attualizzabile, ma anche i tracciati non erano inseribili nelle offerte sviluppate dal partner SVIZZERA MOBILE.

Attualmente allo studio due nuove tratte che dovrebbero sostituire i percorsi delle attuali 350 e 351.

Il primo dovrebbe prendere il via a Capolago, fermata TILO, per andare a Riva San Vitale e poi scendere lungo il Lavaggio, per andare nella Valle delle Motta e rientrare poi a Mendrisio o Capolago, passando per Santa Margherita.

Il secondo potrebbe anche prendere il via a Capolago, o a Mendrisio, e salire fino al Serpiano per poi scendere su Brusino e ritornare al punto di partenza percorrendo la strada del lago (alternativa ritorno con la funivia).

I due tracciati sono in fase di verifica. Se dovessero essere confermati nel corso del 2017 verificheremo il finanziamento e quindi l'implementazione. Anche qui il tema della manutenzione del tracciato è da definire in collaborazione con il Cantone, ma non solo.

LAGO - PISCINE

Il **tavolo di lavoro**, costituito da Mendrisiotto Turismo ed i rappresentanti dei comuni a lago già a partire da fine 2011, ha continuato ad incontrarsi. A questo tavolo sono stati discussi diversi temi di comune interesse come i singoli progetti di **sviluppo dell'offerta a lago**, le manifestazioni, lo sviluppo dei lidi, la messa in rete ed anche la passeggiata a lago (Bissone-Brusino).

Nel 2017, per il quarto anno, Autopostale, sosterrà il progetto di messa in rete lanciato da Mendrisiotto Turismo per presentare al pubblico, oltre ai lidi, anche la piscina di Chiasso.

I rapporti con la Navigazione sono stati stabiliti ed ora si sta valutando cosa possibile costruire insieme.

OTRMBC s'occuperà di coordinare incontri e discussioni, rafforzando la messa in rete dell'offerta.

CLUB SAN GOTTARDO

OTRMBC ha contribuito alla fondazione di questa associazione, quasi 20 anni orsono. I progetti di questo gruppo di volontari per molti anni sono stati poco strutturati, ma da qualche anno a questa parte hanno preso forma.

OTRMBC collabora a livello regionale alla preparazione del **programma di offerte di viaggi da Mendrisio in ValMorea**, coinvolgendo alcuni partner locali. Inoltre partecipa al gruppo di lavoro che si sta occupando di creare sinergie tra il **progetto regionale ed il progetto cantonale** che prevede la realizzazione di un tracciato turistico che da Biasca conduca a Ersfeld a bordo di treni d'epoca.

Nel 2016 ha realizzato diversi progetti su mandato del CSG: 2 flyer, coordinato presenza a Biasca e Bellinzona in occasione degli eventi per l'inaugurazione di Alptransit e della nuova stazione. Nel 2017 è previsto che CSG consolidi il progetto della linea turistica del Gottardo.

LA STRATEGIE MARKETING CANTONALE

Come previsto dalla nuova Legge sul Turismo, le 4 OTR e ATT hanno istituito una Commissione Marketing che si occupa di elaborare un piano strategico da proporre al CdA di ATT (art. 11). Chiaramente l'obiettivo di questo lavoro è quello di creare un tavolo di discussione tecnico a livello cantonale per condividere approcci e prospettive di promozione e di prodotti.

Nell'ambito dello svolgimento dei suoi compiti la **Commissione Marketing** si è riunita più volte nel corso del 2016 ed ha riconfermato quanto deciso nel corso del 2015 per l'anno 2016.

A livello di **promozione, la collaborazione con Svizzera Turismo è mantenuta** e il funzionamento si articola sempre attorno agli strumenti cardini del marketing che sono:

- **promozione** classica (stampati, eventi, fiere, clienti finali);
- **Key Account** Management (B2B, ossia contatti seguiti con i Tour Operator e gli Agenti di viaggio);
- **Key Media** Management (promozione tramite i media, spesso con inviti a visitare il nostro territorio);
- **eMarketing** (tutti i contatti via internet, comprese le reti sociali).

Considerato come il consumare offerte turistiche in Svizzera - e in Ticino - costa caro e come la nostra **offerta deve quindi essere di qualità**, abbiamo condiviso l'idea di puntare sull'offrire esperienze emozionanti e sull'innovazione, ma anche il fatto che oggi non è più pensabile attuare una comunicazione che si basi sulla promozione di immagine e che miri ad "offrire tutto a tutti". La soluzione condivisa, che considera evidentemente anche la riconoscenza differenziata dei nostri marchi turistici sui diversi mercati, vede l'ATT-Ticino essere attiva principalmente sul mercato svizzero e le OTR essenzialmente sui loro propri mercati, in particolare quelli esteri.

Per quanto concerne esclusivamente la promozione in Svizzera, che è il nostro principale mercato-cliente con più del 60% dei pernottamenti alberghieri, il concetto guida del marketing sul mercato nazionale corrisponde al "Marketing Personas" e al "Service Design", che favoriscono la focalizzazione su nicchie precise di clientela a chi sono offerti i prodotti-servizi corrispondenti.

Si continua quindi anche nel 2017 a lavorare in Svizzera rivolgendoci a quattro target specifici, che corrispondono a quattro personas:

- **Vreni l'intraprendente**, 58 anni, sposata, residente a Kilchberg, amante del relax, dello shopping, dell'enogastronomia, della cultura;
- **la famiglia Frei**, coppia sui 45 anni con bambini di 7-10 anni, residente ad Aarau, che ricerca il divertimento per i bambini e la possibilità di rilassarsi;
- **Samuel il rampante**, 35 anni, single, residente a Zurigo città, senza automobile, interessato agli sport all'aria aperta e all'ambiente del sud;
- **Carolyn l'espatriata**, 30 anni, che assieme ad amici vuole scoprire la Svizzera durante il suo soggiorno temporaneo di lavoro in una grande azienda internazionale, amante del relax festivo.

La creazione e la programmazione delle singole azioni sono assicurate dall'ATT SA, come il loro finanziamento.

Sui mercati esteri principali (Germania, Italia, Francia, Inghilterra, Benelux, USA, Russia, Cina, India, Asia del sud est e Paesi del Golfo), riconfermato il principio adottato già nel 2016:

- l'ATT assicura la partecipazione di base ai pacchetti proposti da Svizzera Turismo;
- le OTR, seguendo i loro propri interessi per i diversi tipi di clientele, scelgono i loro mercati e programmano le diverse attività supplementari, con un finanziamento condiviso di 30% ATT e 70% OTR.

Le **campagne trasversali** programmate da Svizzera Turismo (Estate, Swiss Cities, Famiglie, Wellness, Outdoor Swiss Made, ecc.) e la **promozione generale** tramite stampati e web, che riguardano sia la Svizzera che i paesi esteri, sono sostenute in modo differenziate da ATT e OTR, come pure i **viaggi stampa** e quelli dei **Tour Operator, nonché il turismo d'affari**.

LE COLLABORAZIONI E ATTIVITÀ DI MARKETING

CON TICINO TURISMO

Nei mercati da noi scelti sono state pianificate le seguenti attività in collaborazione con ATT:

ITALIA	WORKSHOP PER BIT WORKSHOP WINTER FIERA TTG RIMINI ABC PACKAGE (newsletter con offerta spex)	febbraio settembre ottobre TBD
GERMANIA	ADAC MOTO CLASSIC EUROPA PARK	maggio TBD
CINA	ASIAN PACIFIC WORKSHOP SVIZZERA	ottobre
MICE	Diversi	

Saremo inoltre presenti con le altre OTR a:

FIERA FAMEXPO A WINTERTHUR	maggio
MARCHE CONCOURS	agosto
KNIE KINDER ZOO	TBD
VERKEHRSHAUS - GIORNATE TICINESI	aprile
CARAVAN SALON	ottobre

CON WORLD HERITAGE EXPERIENCE SWITZERLAND (WHES)

ex: UNESCO DESTINATION SWITZERLAND (UDS).

Dal 2004 collaboriamo con il gruppo di lavoro nazionale che si occupa dello sviluppo della promozione dei **Patrimoni Mondiali dell'Umanità in CH**, che dal 2009 ha creato l'associazione UDS, dal 2015 rinominata WHES. Dal 2004 al 2014 OTRMBC ha finanziato l'attività di marketing dell'associazione in qualità di membro, versando **annualmente chf 10'000**, mentre Ticino Turismo ha iniziato solo nel 2010 a cofinanziare quest'attività. OTRMBC dal 2010 ha un rappresentante nel direttivo.

Dal 2016 il finanziamento di quest'associazione rientra nelle attività che, così definito nelle strategie condivise a livello cantonale, è **totalmente a carico di ATT**, ma nel direttivo resta il rappresentante di OTRMBC.

La collaborazione con i partner nazionali in questo team è assolutamente importante per cercare di sfruttare al massimo le opportunità che nascono in merito al tema dei Patrimoni e per promuovere quindi il Monte San Giorgio.

Nel 2015, WHES ha presentato **per la seconda volta un progetto nazionale**, chiedendo il finanziamento con fondi NPR. Per il quadriennio 2016-2019, la richiesta inoltrata è di chf 1.2 mio ed il capofila del progetto è il cantone Grigioni. Grazie a questo progetto e a questi fondi WHES può sviluppare un programma d'attività più importante.

Per l'anno 2017 le attività alle quali collaboreremo saranno:

- Partecipazione al progetto Grand Tour of Switzerland (gli 11 Patrimoni CH sono tra le 44 eccellenze descritte nel progetto e quindi in tutta la comunicazione);
- Partecipazione al progetto Grand Train of Switzerland con Svizzera Turismo;
- La realizzazione di VOUCHER per ogni luogo legato agli 11 Patrimoni che possa essere promosso o distribuito attraverso i tour operator quale particolare benefit;
- Collaborazione con SWISS TRAILS per il catalogo 2016 con una doppia pagina di promozione dei Patrimoni e con la messa a disposizione di Voucher da proporre al cliente;
- Collaborazione con Railway per promuovere attraverso i loro canali i Patrimoni svizzeri (non più pacchetti in vendita);
- Collaborazione con Svizzera Turismo per tutte le attività di PR e MEDIA, nonché gli aggiornamenti dei contenuti.

CON GRAND TOUR OF SWITZERLAND E SVIZZERA TURISMO

Questo progetto, unico nel suo genere, coinvolge 70 tratte di un itinerario lungo 1'600 km attraverso tutta la Svizzera. La nostra regione è attraversata dal tracciato. Il percorso regionale permette di avvicinare il territorio ed i suoi prodotti.

L'Associazione, finanziata dalle 14 regioni turistiche svizzere, da alcuni sponsor e da Innotour, che è a capo del progetto, si sta occupando al momento soltanto del prodotto e solo a partire dal 2017 s'incaricherà anche del marketing.

OTRMBC, che siede anche nel direttivo dell'associazione, collabora attivamente sia con ATT che con Svizzera Turismo per poter essere presente nelle comunicazioni con i propri prodotti.

Per il 2017-2020 Grand Tour of Switzerland ha preparato un piano strategico e di anno in anno realizza un piano di attività puntuale che mira a mettere in valore la proposta. Una proposta che ambisce ad entrare nella rosa dei 5 Grand Tour più importanti a livello mondiale.

CON RAILWAY

Railway è il **tour operator di FFS**. Le attività di promozione e vendita organizzate con questo partner sono tracciabili e misurabili.

La nostra collaborazione con questo importante partner è stata costante negli anni e al di là dei risultati di vendita, che sono chiaramente stati confermati per offerte proposte dai nostri partner Ferrovia Monte Generoso e Fox Town, sicuramente questo strumento ci ha permesso anche di promuovere la regione ed i suoi prodotti.

Nel 2017, per il terzo anno, abbiamo deciso di siglare un accordo per la promozione di due offerte, una per scuole e una per gruppi, con un programma che si sviluppa in Valle di Muggio, in collaborazione con MEVM.

Inoltre per il secondo anno proporremo l'offerta Grotti di Mendrisio, in collaborazione con i grotti presenti alle Cantine e per la prima volta parteciperemo, come le altre OTR, alle due azioni coordinate da GastroTicino per la primavera e l'autunno gastronomico.

CON FOX TOWN

Dal 2005 Mendrisio Turismo ha un punto informativo nella Mall principale dell'outlet Fox Town. Nelle quattro edizioni annuali della Newsletter di FOX TOWN, distribuita dall'outlet alla sua numerosa mailing list, sono state inseriti eventi, manifestazioni, prodotti della regione.

La presenza di questo InfoPoint rappresenta per Mendrisio Turismo l'opportunità di promuovere la regione ed i suoi prodotti 7/7gg e l'apertura di questo InfoPoint turistico è promosso attivamente.

Nel 2017, oltre alle comunicazioni via newsletter con la mailing list di FoxTown, cercheremo di rafforzare la collaborazione per quanto concerne la visibilità della regione nei mercati GCC e Asia nei quali noi direttamente non abbiamo i mezzi per investire in comunicazione.

GLI STAMPATI

GUIDA

Nel 2017 distribuiremo la 8.edizione della GUIDA, che cambia il suo nome presentandosi ora come "LA REGIONE DA SCOPRIRE". Mario Botta, che nel 2017 inaugurerà due importanti opere di grande importanza turistica per la nostra regione, ha cortesemente accettato di scrivere un testo di Benvenuto. All'interno della guida trovano spazio alcune pagine di presentazione del progetto Grand Tour e delle particolarità dell'offerta regionale, come anche la nostra giovane esploratrice ed i luoghi della Regione da scoprire.

Le due edizioni, per 4 versioni linguistiche, sono come sempre frutto dell'intenso lavoro del team di Mendrisiotto Turismo che si occupa direttamente dell'aggiornamento del progetto, della raccolta delle informazioni, della redazione dei testi e dell'impaginazione della Guida.

Un lavoro impegnativo che ci permette di valutare ogni aspetto dell'offerta regionale e che sappiamo essere molto apprezzato sia dai partner che dai visitatori.

LA GUIDA IN CINESE

Da qualche anno abbiamo annunciato la volontà di stampare una piccola versione della GUIDA centrata sui temi più importanti per questo mercato, ma questo progetto non è ancora stato consolidato.

Nel 2015 abbiamo espresso a Ticino Turismo e a China Star il nostro desiderio di attirare un maggior numero di persone da questo mercato ed abbiamo condiviso questo nostro pensiero e auspicio con i nostri partner.

Nel 2016 abbiamo iniziato a redarre i testi, a strutturare i contenuti e a raccogliere le pubblicità dei partner turistici interessati. La guida sarà presentata a febbraio 2017.

DOVE DORMIRE

Dal 2015 questo prospetto non viene più stampato, ma una versione digitale è realizzata e distribuita sul nostro sito e la nostra APP.

WELCOME CARD

Nel 2016 avevamo deciso di tornare a proporre la nostra Welcome Card, perchè la Discovery Card non c'era.

Ora nel 2017 ci sarà il Ticino Ticket, ma nella nostra regione Gastro e commercianti vorrebbero comunque proporre una carta-sconto. Questo progetto condiviso dovrebbe essere presentato in primavera.

E-MARKETING E SOCIAL

SITO WEB

Il nuovo sito sarà arricchito di nuovo materiale fotografico particolarmente attrattivo, come anche di testi realizzati da una professionista e da filmati.

SOCIAL

La nostra attività sui social proseguirà anche nel 2017.

In particolare stiamo verificando cosa è presente e cosa non è presente su TripAdvisor e cercheremo di coinvolgere i partner aiutandoli nello sviluppo della loro pagina.

Altro tema che vorremmo affrontare è quello delle pagine Wikipedia.

MEDIA PLAN

OTRMBC, non avendo molti fondi a disposizione e volendo comunque investire nelle collaborazioni di marketing descritte prima, ha ridotto al minimo gli interventi d'investimento diretti per l'anno 2017, che sommano a chf 30'000 per le attività di seguito illustrate.

data pubblic	TESTATA	MERCATO	LINGUA	FORMATO	R P A E U D	VISUAL	TESTO	COSTO Euro	JA N	F E	M A	A P	M A	J U	J U	A S	S E	O N	D I
GUIDE																			
2 edizioni x 2 pubblicazioni	TICINO TOP (4 edizioni/anno)	TI	I	Copertina personalizzata		x											X		
annuale	TICINO A TAVOLA	TI	I	1 pagina		X											X		
annuale	TESSINER REISEFUEHRER	CH D	T	1 pagina		X				X									
annuale (2014 e 2015)	GUIDE ANTIQUITEE BROCANTE CH e F	CH e F	F	Antiquariato a Mendrisio		X				X									
TOTALE																			
RAILWAY																			
marzo	RAW VMUGGIO-A BREAK IN TICINO x GRUPPI	CH D	D	1 pagina		x		Pacchetto VM		X									
marzo	RAW VMUGGIO-A BREAK IN TICINO X SCUOLE	CH D	D	1 pagina		x		Pacchetto VM		X									
Maggio	RAILWAY CANTINE APERTE	TI/CH	I/D/F			x		Cantine coop TI						X					
TOTALE																			
IN TICINO																			
annuale	AUTOPOSTALE REGIONE MENDRISIOTTO	TI	I	doppia pagina															
marzo	SAPORI TICINO	CH e INTERN	I/EI/F	1 pagina		x	x	La Svizzera più vicina all'EXPO											
TOTALE																			
ITALIA																			
MAGGIO	GO SVIZZERA	NORD ITALIA	I	4 pagine e 2.copertina													X		
	GUIDA VERDE SVIZZERA - TCS	I	I														X		
TOTALE																			
GERMANIA																			
	ADAC																		
TOTALE	ROT BLAUE SCHWEIZ	D	D	1 pagina															
GRAN TOTALE																			

Magic Lake of COMO: proseguiremo la collaborazione anche nel 2017.

SENTIERI

Dal 1.1.2012 Mendrisiotto Turismo è attivo nella manutenzione sentieri con una sua piccola squadra. Una squadra capitanata da Federico Cattaneo, affiancato da un apprendista e un operaio e supervisionata da Luca Luisoni, per tutti gli aspetti legati all'organizzazione di progetti e realizzazioni, come anche per gli aspetti di amministrazione e consuntivi.

Dal 2015 siamo chiamati a partecipare agli incontri cantonali che determinano gli sviluppi dei progetti finanziabili e le strategie del settore, legati alla legge sentieri.

Nel 2016 ha terminato la sua formazione uno dei nostri due apprendisti, che riprenderà la sua attività da noi a gennaio.

Dal 2016 abbiamo un nuovo giovane apprendista, 15 enne, che sta dando molte soddisfazioni al suo formatore.

Di particolare interesse per noi nel 2017 saranno i progetti che coinvolgono la rete escursionistica pedestre/bike:

- Sentiero Bellavista-Vetta;
- Sentiero Ristorante Bellavista-Vetta;
- Analisi percorsi bike nella regione;
- Progetto Laveggio.

Progetti che richiederanno sforzi particolari e il coinvolgimento delle competenze del nostro team in ambiti diversi, in stretta collaborazione con il territorio ed il Cantone, oltre che l'investimento di mezzi finanziari particolari, come nel caso del sentiero della Bellavista-Vetta, per il quale abbiamo già posto delle buone basi.

Per il progetto dei percorsi bike fondamentale sarà la condivisione di visione con il Cantone e con ERS.

COOPERAZIONI E PARTNER

Ricordiamo che Mendrisiotto Turismo è un partner interessato a quanto accade nel territorio. Progetti come L'AULA NELLA CAVA DI ARZO, IL RECUPERO DELLE FORNACI DI RIVA SAN VITALE, VIGINO e LA PASSEGGIATA CAPOLAGO-MELANO, sono progetti che attendono di essere consolidati. Non conosciamo nel dettaglio le tempistiche e gli sviluppi legati a questi progetti che riteniamo potenzialmente interessanti per l'offerta turistica regionale.

Dal 2014 al 2016 siamo anche stati al tavolo del PAM3 e collaboriamo con la Commissione dei Trasporti Regionale del Mendrisiotto, al fine che i bisogni del settore turistico negli ambiti di sviluppo dei piani regionali vengano considerati.

EVENTI SPECIALI

Dal 2015 Saperi&Saperi non si svolge purtroppo più a Mendrisio.

Nel 2017 continueremo la nostra collaborazione con La Vineria dei Mir per l'organizzazione dei loro eventi.

Saranno inoltre riproposte nel 2017:

- Visite Guidate;
- Offerte pasquali;
- Offerte Jazz Festival;
- Offerte Chiasso Letteraria;
- Offerte Vendemmia per turisti.

RISULTATI GENNAIO-OTTOBRE 2016

Deve essere ricordato come, nel corso degli ultimi tre anni, molte mutazioni nell'offerta alberghiera hanno influenzato in modo importante i risultati statistici della regione.

In particolare tengo a sottolineare come la chiusura dell'Hotel Lago di Lugano, abbia segnato in modo molto importante il risultato statistico 2014 e 2015. Da ricordare anche che nel 2015, come anche nel 2016, diverse strutture sono state chiuse o parzialmente chiuse, a causa di problemi legati alla successione di gestioni.

	ANNO 2016 (gen-ott)	ANNO 2015 (gen-dic)	ANNO 2014 (gen-dic)
Alberghi 4-5 stelle	11'148	11'305	11'106
Alberghi 1-3 stelle	88'073	98'524	103'963
Campeggi	27'791	25'654	27'227

COMMENTO FINALE

Guardiamo al futuro con positività, convinti che la forte motivazione contraddistingua anche in questi momenti difficili la nostra piccola OTR. I risultati del nostro lavoro sono appena percepibili, perché influenziamo direttamente una piccolissima parte del prodotto turistico regionale. Per questo motivo da oltre un decennio ripetiamo quanto sia importante collaborare e mettere in rete l'offerta, convinti che in questo agire risieda una concreta opportunità per tutti. Per questo motivo vogliamo mettere a disposizione del territorio e dei partner le nostre competenze e gli strumenti che il nostro settore ha a disposizione.

Il 2017 si presenta come un anno positivo, perché le premesse sono ottimali, ma sappiamo che le questioni internazionali potrebbero, purtroppo, invertire questa prospettiva. Le situazioni sono mutevoli, i cambiamenti viaggiano molto più veloci di quanto invece facciamo noi con le nostre attività di sviluppo dell'offerta, e questo fatto rappresenta anche un problema. Ma anche su questo tema, restiamo positivi, perché conosciamo il valore di questa regione e sappiamo che non è ancora stata "scoperta" perché non le è pubblicamente riconosciuto il ruolo di destinazione turistica, malgrado le eccellenze presenti nel territorio.

Con il sostegno dei comuni e di ERS, con l'aiuto finanziario di chi come loro crede in questa regione, nel suo futuro e nella sua economia, condividendo con noi l'idea che vi sia del potenziale da esprimere, sono sicura che riusciremo a svolgere anche nel 2017 e negli anni a venire, un buon programma di lavoro.

Spesso non è comprensibile od immaginabile la quantità di attività che la nostra organizzazione svolge e quindi anche l'onere e le competenze del piccolo team di OTRMBC. Purtroppo in molti non hanno ancora ben in chiaro quali siano i compiti che svolge un'Organizzazione turistica regionale. L'invito, che vi prego di volere estendere, è sempre quello di avvicinarci per informarsi direttamente e per magari condividere delle idee, visioni o progetti a favore della regione, che vogliamo ospitare anche per chi vi abita.

Concludo ringraziando i comuni e ERSMB per la condivisione e l'appoggio, gli sponsor per il sostegno, il mio team per la collaborazione e i membri del Consiglio d'amministrazione per la fiducia e per condividere con me la certezza che il lavoro che Mendrisiotto Turismo sta sviluppando è da considerarsi positivo per la Regione.

Novembre 2016

ORGANIZZAZIONE TURISTICA REGIONALE MENDRISIOTTO E BASSO CERESIO



Nadia Fontana - Lupi

Direttrice Mendrisiotto Turismo