

Piano attività 2016.

Relazioni a preventivo e a consuntivo
della Direttrice all'attenzione dell'Assemblea

mendrisiottoturismo.ch

Preventivo 2016

Assemblea ordinaria, 25 novembre 2015

mendrisiottoturismo.ch

Presentazione attività 2016.

mendrisiottoturismo.ch

Assemblea ordinaria – preventivo 2016, 25 novembre 2015.

Introduzione.

Se è pur vero che vi sono una serie di fattori positivi e negativi che possono essere considerati nella stesura di un preventivo e di un piano d'attività, è altrettanto vero che il settore turistico, qui come altrove, oggi più che mai è particolarmente influenzato da una serie di macro fattori che in nessun modo sono prevedibili o anticipabili.

Sappiamo quanto conta oggi essere professionali ed attenti alle esigenze di una clientela che è sempre più internazionale, quanto contino la qualità del prodotto e dell'accoglienza, quanta concorrenza ci sia tra le moltitudine di destinazioni turistiche e quanto valore venga dato oggi all'esperienza turistica, di qualsiasi genere questa sia.

Sappiamo anche che questi sono i motivi che spingono le organizzazioni e le destinazioni turistiche ad impiegare molti mezzi per raggiungere obiettivi che mirano ad offrire il massimo benessere al turista.

Ma quello che non conosciamo e che non possiamo riuscire ad influenzare sono i sempre più repentini cambiamenti di tendenze d'acquisto di vacanze e di viaggio, influenzati da improvvise svalutazioni, crisi economiche, crash aerei, crisi politiche, epidemie, alluvioni, guerre, terrorismo, confini che innalzano barriere o che le tolgono ... Eventi che influenzeranno comunque i risultati turistici di una qualsiasi destinazione, al di sopra di tutto.

Il turismo è sicuramente un settore economico molto influenzabile da fattori difficilmente controllabili, sensibile, fragile, mutevole. Nel Mendrisiotto come in Svizzera, in Egitto come in Inghilterra o negli USA. Sì, perché neanche le grandi e ricche mete turistiche sfuggono ai grandi eventi.

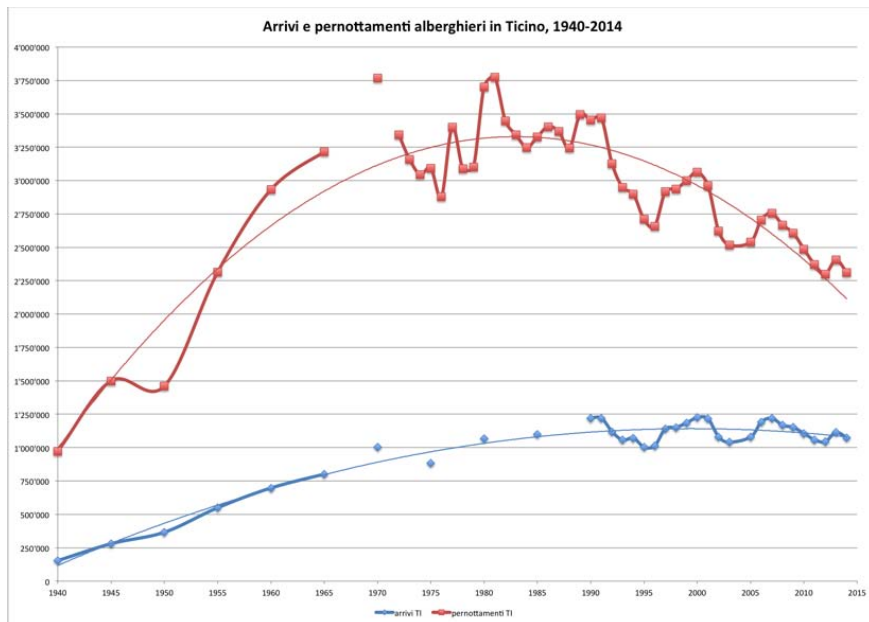
Le Organizzazioni Turistiche allora cosa possono fare?

Possono procedere nel loro lavoro **considerando ciò che è conosciuto**, contribuendo nello sviluppo di progetti che grazie al loro lavoro possono in qualche modo **influenzare l'offerta** e supportare la vendita dei prodotti, **cercando di adattarli** quando possibile, agli effetti derivati dalle nuove tendenze e dalla globalizzazione .

Quando si parla di turismo in Ticino si parla ancor oggi prevalentemente di **pernottamenti alberghieri** e si comparano le statistiche annue senza troppo considerare quanti di questi sono stati chiusi e come le opportunità di soggiornare in appartamenti o case di vacanza siano mutate.

Nell'arco di 35 anni sono cambiati i risultati in termini di pernottamenti alberghieri, ma **sono cambiate anche le tendenze**, basti pensare alle numerosissime e svariate destinazioni ed offerte che vengono sfoggiate sul web.

Dando uno sguardo ai dati riportati nei documenti USTAT (arrotondati per migliore lettura) e come evidenziato dal grafico riportato di seguito, nel 1980 in Ticino il numero dei pernottamenti in strutture alberghiere era di 3.8 mio, nel 1985 di 3.3 mio, nel 1990 di 3.5 mio, nel 1996 di 2.6, nel 2000 di 3 mio, nel 2005 di 2.5 mio, nel 2010 di 2.5, nel 2014 di 2.3 mio.



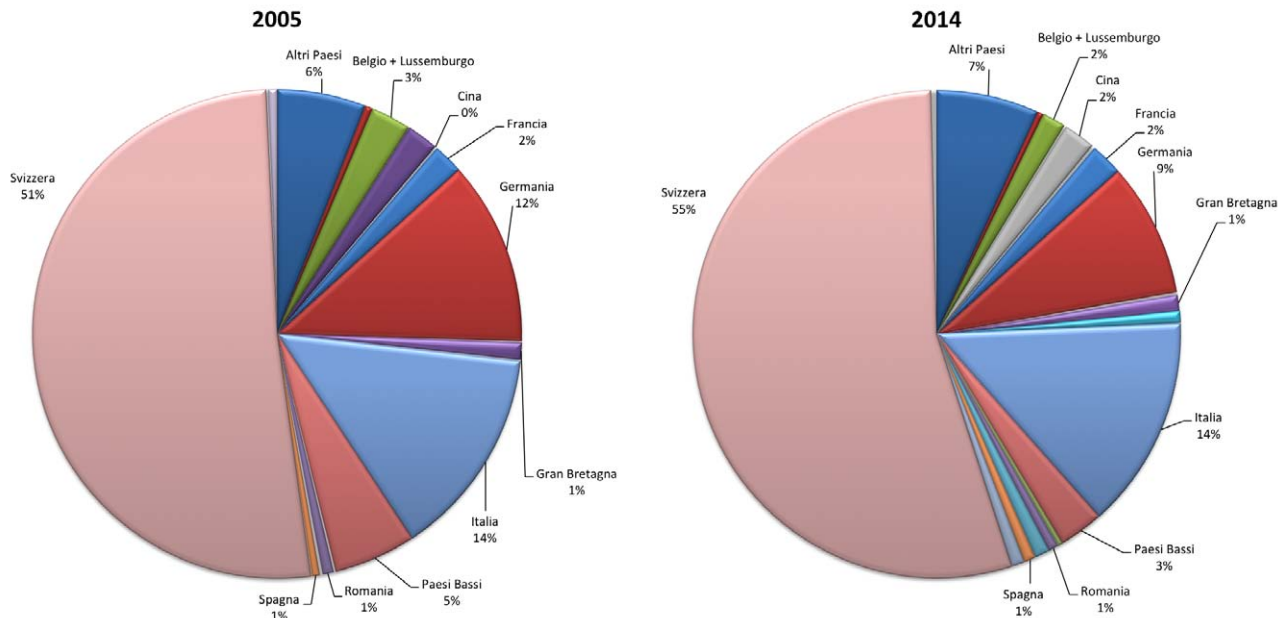
fonte: http://www.danielebesomi.ch/turismo/pernottamenti_arrivi/index.html

Due sono le considerazioni importanti per guardare al futuro:

- 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 "ticesità" 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.

Oggi si potrebbe avanzare l'ipotesi che avremmo dovuto cercare di **diversificare prima i mercati** di provenienza degli ospiti, andando a rafforzare l'immagine del prodotto Ticino nei cosiddetti mercati emergenti. Ma non lo abbiamo fatto.

Con i "se" e con i "ma" sappiamo comunque che non possiamo costruire il futuro e ... allora in questo "mondo di offerte turistiche" che evolve a velocità supersonica **cosa possiamo fare, oggi?**



I due grafici riferiscono in merito alla nazionalità dei pernottamenti nel Mendrisiotto

La grande sfida a mio parere è quella di trovare **un equilibrio nella diversificazione dei mercati**, proponendo un prodotto turistico di qualità che risulti capace di soddisfare mercati diversi, per evitare di crollare qualora i pochi mercati di riferimento dovessero modificare il loro atteggiamento nei confronti della nostra offerta, **mantenedoci però costantemente all'erta e disposti a modificare le nostre strategie**, nel caso in cui le situazioni davvero lo richiedessero.

Personalmente ritengo che dobbiamo quindi continuare a lavorare ed investire, ma soprattutto dobbiamo farlo ricordando che una parte dei benefici dello sviluppo della nostra piccola destinazione turistica influenzano anche la qualità dell'offerta per coloro che vivono in questa regione.

Nel 2004 quando ho presentato a questa cortese assemblea il mio piano d'attività 2005 ho iniziato a parlare di **PRODOTTO e VISIBILITÀ**. Due macro obiettivi che da quel momento ho sempre indicato essere alla base del mio progetto lavorativo. Due obiettivi che non possono essere disgiunti perché non ha senso investire in comunicazione e promozione se non vi sono prodotti, se non vi sono offerte di qualità da proporre.

Sappiamo che costruire una destinazione turistica è un progetto complesso, i fattori che ne influenzano lo sviluppo sono molteplici ed un'organizzazione turistica ha la possibilità di influenzarne solo una piccola parte, quella più strettamente legata ai prodotti riconosciuti come turistici, ma non sempre ne ha i mezzi. Ed anche questo è un concetto che ho ripreso più volte in questi anni.

Sappiamo anche che non possiamo più permetterci di NON mettere il **nostro ospite al centro** dell'esperienza turistica che vogliamo offrire. Dobbiamo ascoltarlo.

Mendrisiotto Turismo in questi anni ha lavorato impegnandosi a fare crescere l'offerta turistica regionale e contribuendo direttamente alla creazione di diversi progetti, come anche supportando finanziariamente ulteriori progetti, utilizzando i fondi di pubblica utilità. Ma resta ancora molto da fare per strutturare l'offerta ed attraverso la stessa, costruire l'immagine turistica di questa regione ... e i fondi di pubblica utilità, al momento, non sono disponibili, anche se siamo convinti che la causa in corso porterà ad un risultato positivo per la nostra regione.

Fortunatamente però la visione di Mendrisiotto Turismo, rispetto all'importanza dello sviluppo e la messa in rete del prodotto turistico, può essere considerata "condivisa" anche da un importante progetto di livello nazionale. Infatti il **Programma di attuazione cantonale di Politica regionale (PdA)** per il prossimo quadriennio segnala come la Confederazione ed il Cantone riconoscano il bisogno d'investire in progetti turistici.

Addirittura due dei tre obiettivi principali del PdA hanno come tema lo sviluppo dell'offerta turistica!

Penso sia necessario sottolineare che dal 2008 Mendrisiotto Turismo segue con **interesse lo sviluppo dell'implementazione della Nuova Politica Regionale e degli Enti Regionali di Sviluppo**; enti che sono chiamati a livello cantonale ad occuparsi dello sviluppo delle **quattro aree geografiche cantonali** che, con l'introduzione della Nuova Legge sul Turismo, dal 1.1.2015, corrispondono alle aree delle quattro Organizzazioni Turistiche Regionali, fra cui quella del Mendrisiotto e Basso Ceresio.

Mendrisiotto Turismo, sin dall'inizio di questo orientamento di promovimento regionale, ha manifestato di avere ben compreso l'importanza di questa nuova legge settoriale, come anche l'indicatore con il quale si segnalava la **necessità di un'intensa collaborazione tra le leggi settoriali del turismo e della politica regionale**, decidendo di sostenere, su base volontaria, lo sviluppo dell'ARS regionale con un finanziamento di chf 40'000 ripartito sui primi quattro anni d'attività, a partire dal 2010, e di seguito con un contributo di chf 3'500 e chf 4'000 per gli anni 2014-2015.

Concretamente, per quanto concerne il tema **della collaborazione tra OTR e ERS**, ricordo infine che:

- con l'introduzione della nuova Legge sul Turismo, è stato chiesto alle OTR di preparare un **Business Plan** e di definire le linee strategiche, e il nostro è stato **condiviso ed approvato dalla nostra ERS**;
- la nostra ERS ha stanziato **fondi FPR** a favore della nostra OTR per un totale di chf 78'606.- sul totale degli anni **2013-2014-2015**;
- le nostre ERS e OTR hanno inoltre lavorato insieme su **progetti che possono ambire ad attingere ad un finanziamento tramite la NPR** solo sulla base della condivisione della validità del progetto;
- ERS e OTR sono state chiamate tutte a collaborare con il DFE per preparare il **programma d'indirizzi del Cantone Ticino per il periodo 2016-2019**, il cui finanziamento è stato approvato recentemente.

Da parte nostra intendiamo fare il possibile per poter ottenere che la competitività della nostra destinazione turistica ed il suo posizionamento possano concretizzarsi come auspicato dal documento PdA, e per farlo cercheremo attivamente la collaborazione ed il sostegno di ERS, come anche dei comuni e dei partner regionali.

Il Business Plan che ognuna delle quattro OTR ha redatto nel 2014 ha contribuito a mettere a fuoco gli ambiti e le direzioni che ogni regione intende percorrere per raggiungere i propri risultati nello **sviluppo dei prodotti, nelle collaborazioni ed anche nel marketing e comunicazione**.

Per quanto concerne i **prodotti-servizi turistici**, Ticino Turismo si concentra sulle prestazioni di carattere sovraregionali: sviluppo di *Hike Ticino* e lancio del nuovo progetto *Hospitality Manager* per stimolare l'albergheria all'innovazione.

Le OTR, come menzionati nei loro piani strategici, mettono l'accento in modo differenziato sui prodotti principali seguenti:

- **Bellinzona e Alto Ticino**: escursionismo, UNESCO, sport outdoor, parco naturale, scienza e natura, gastronomia tipica, alloggi paralberghieri, inverno;
- **Lago Maggiore e Valli**: escursionismo, lago, parchi e giardini, parco nazionale, turismo di giornata, eventi, wellness, sport, gastronomia, prodotti per famiglie;

- **Luganese:** lago, eventi, escursionismo, città, cultura, enogastronomia, Business, lusso, Mountain Bike, Mototouring, Lifestyle, Shopping;
- **Mendrisiotto:** UNESCO, enogastronomia, architettura, Shopping, natura, escursionismo, tradizioni, turismo di giornata.

Chiaramente il quadro non è ancora del tutto definito e molto resta ancora da fare per creare processi di lavoro sinergici tra organizzazioni che comunque hanno delle realtà operative totalmente diverse sia per quanto concerne il numero del personale impiegato, che per il budget a disposizione.

Come anche si dovranno affinare gli **ambiti di specializzazione** e quindi i **centri di competenza** che si vorrebbe arrivare a costituire.

La nostra OTR risulta chiaramente la più piccola ed il fatto che dal 2015 **non possiamo più contare sui fondi di pubblica utilità per sviluppare i progetti** che abbiamo in cantiere non ci aiuta certo, anche se chiaramente confidiamo che la situazione con Casinò Admiral possa rientrare e che la causa in corso porti a buon fine.

Il piano d'attività di Mendrisiotto Turismo per il 2016 e per i prossimi quattro anni terrà 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, hanno preso di comune accordo in merito alla visione dell'attività che ATT svolgerà nell'ambito del suo mandato.

Considerando come una moltitudine di **problemi non controllabili condizioneranno comunque il nostro progetto di sviluppo dell'offerta e dell'immagine turistica della regione**, la nostra volontà è infatti quella di sviluppare i progetti che riteniamo potrebbero portare ad ottenere il **potenziamento di alcuni potenziali attrattori che hanno bisogno di essere sviluppati e sostenuti** per arrivare a consolidare l'esperienza turistica e quindi attrarre concretamente i visitatori.

In questo momento, particolarmente difficile per il turismo ed anche per le finanze della nostra OTR, non possiamo quindi che auspicare che le premesse assolutamente positive di collaborazione con ERSMB e con i comuni della regione, possano essere di sostegno allo sviluppo di progetti turistici, per una regione ancora poco conosciuta, la più piccola in termini di numero di pernottamenti alberghieri, ma sicuramente non la più povera in termini di prodotti ed offerta, o di motivazione!

Il preventivo 2016 è stato discusso e preparato con molta attenzione, molte le voci che sono state più volte discusse e riviste. Di questo preventivo e del bisogno di poter ottenere un sostegno a consuntivo abbiamo parlato a più riprese, in consessi molteplici, con i rappresentanti dei municipi della regione, che ci hanno **dimostrato il loro sostegno e la loro volontà di aiutare lo sviluppo turistico di questa regione**.

Per quanto attiene il numero dei pernottamenti, rileviamo come le azioni e le decisioni che saranno prese da parte dei proprietari e gerenti di alcune strutture segneranno in maniera marcata anche il risultato 2016.

I nostri obiettivi di lavoro per l'anno 2016 risultano essere riconfermati e consolidati dalle strategie che seguiremo nello sviluppo delle nostre attività, così come espressi nel documento redatto lo scorso anno, sono:

Visibilità

Sviluppo e rafforzamento del prodotto

Coordinatore regionale dell'attività turistica (messa in rete)

I progetti.

Centrale nel lavoro di OTRMBC per il prossimo quadriennio 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.

1. ENOGASTRONOMIA

OTRMBC

- è stata designata quale rappresentante delle OTR e ATT per proseguire il lavoro che potrà alla costituzione del nuovo **CENTRO DI COMPETENZE AGROALIMENTARE CANTONALE** a partire dal 2016;
- 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 il 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.

OTRMBC intende collaborare con il comune di Mendrisio per valutare e portare a realizzazione nel 2016 il progetto di personalizzazione tematica delle rotonde del comprensorio comunale, in particolare cercando di focalizzare i temi del VINO e di UNESCO MSG.

Il progetto è stato inserito nella lista presentata al Cantone nell'ambito della valutazione per il credito NPR 2016-2019. Questo progetto è ritenuto STRATEGICO, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone!

2. ANALISI DELLA MESSA IN SCENA DEL MONTE GENEROSO

OTRMBC considera che il Monte Generoso sia una montagna molto vasta, con parecchi elementi d'interesse turistico, ma che necessita di una messa in rete dei diversi e numerosi partner (dalla Valmara alla Valle di Muggio).

Già nel 2013 ETMBC aveva proposto a **Ferrovia Monte Generoso** di utilizzare il tempo che servirà per edificare la nuova struttura in Vetta per approfondire il tema dell'esperienza turistica sulla Montagna.

Il progetto, presentato al Cantone, era stato di principio ritenuto interessante e assolutamente importante in funzione del rilancio della vetta, ma non solo.

OTRMBC ha quindi convocato una prima volta gli attori presenti nel territorio per un incontro introduttivo e conoscitivo e nel 2014, insieme alla Ferrovia, ha già effettuato un sopralluogo dell'area e delle principali attrattive turistiche con Erlebnisplan, che a sua volta ha già formulato la sua offerta per la preparazione del MasterPlan.

Con la riattivazione del **PUC**, avvenuta nel 2015, ora OTRMBC ritiene necessario coordinarsi con questo partner, cercando di sviluppare sinergie tra gli scopi ed il ruolo del PUC ed il progetto di Messa in Scena, nel quale vorrebbe coinvolgerlo.

Ottenuta la condivisione del Masterplan, OTRMBC intende proporre a Cantone, ERSMB e partner di progetto l'assunzione di un Project Manager che sviluppi e consolidi i progetti ritenuti importanti per l'esperienza turistica.

Questo progetto è ritenuto STRATEGICO, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone! Il progetto è stato inserito nella lista presentata al Cantone nell'ambito della valutazione per il credito NPR 2016-2019.

3. SENTIERO BELLAVISTA-MONTE GENEROSO

Nel 2003 questo importante sentiero era stato rifatto grazie ad un importante investimento sostenuto anche dal Cantone. Purtroppo la specificità del sentiero e la mancanza di una serie di misure atte a sostenere lo scorrimento delle acque, ha portato il nostro ente a doversi confrontare con un importante degrado del sentiero già a partire dal 2005.

La soluzione, a più riprese ricercata da parte della OTR non ha poi potuto concretizzarsi in quanto le infrastrutture presenti sotto il tracciato del sentiero hanno sempre rappresentato delle incognite, in particolar modo per quanto concerne il tema del loro mantenimento e della partecipazione ai costi da parte dei partner-proprietari. Il progetto era già stato inserito nel credito quadro 2012-2015, ma non è stato realizzato in quanto nel frattempo sono nati i due nuovi progetti della vetta e della condotta dell'acqua via Valle di Muggio.

Così nel 2015 si è deciso di riprendere il discorso con il Cantone per inserire il progetto nel credito quadro della legge Sentieri 2016-2019 e si è nuovamente convocato i partner al tavolo. Il Cantone ha incaricato una ditta di fare una valutazione, una proposta d'intervento ed una proposta di chiave di riparto, chiaramente tenendo in conto le infrastrutture presenti sotto il sentiero.

La pianificazione di OTRMBC, sostenuta dal Cantone che ci affianca nella realizzazione di questo importante progetto, prevede che quest'opera venga realizzata nel 2016, entro il mese di settembre, al momento sono in discussione alcuni punti di tipo tecnico e la chiave di riparto dei costi.

4. 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.

- **Nel 2011/2012** ETMBC ha lavorato con i portatori di progetto (Cantone-Fondazione Monte San Giorgio-Mendrisio-RivaSanVitale-Brusino) e realizzato un Masterplan che presenta una serie di proposte di progetto per **METTERE IN SCENA** l'esperienza turistica del Monte San Giorgio.

- **Nel 2013** ha approfondito la realizzabilità e valutato i possibili costi dei due progetti che, con i portatori di progetto, ha definito prioritari:
 - la terrazza in Valmara,
 - il Parco Giochi a Serpiano.
- **Nel 2014** ha approfondito con l'ufficio dello Sviluppo economico la possibilità di ricevere dei finanziamenti per proseguire l'analisi acquisendo un Project Manager che, sull'arco di 5 anni (di cui 2 con un'attività al 100% e 3 al 50%) si occupasse di realizzare il maggior numero di progetti possibile, incluso i due sopracitati, ma anche di altri. Ed ha preparato un rapporto all'attenzione del Cantone con una richiesta di finanziamento, che è stata approvata, ma condizionata alla condivisione d'impegno da parte dei partner di progetto, anche per quanto concerne una parte di finanziamenti.
- **Nel 2015** ERSMB è stato coinvolto nel progetto, il progetto è stato rivisto e con i partner è stato condiviso il progetto di un PM per 6 mesi, finanziato da ERS e dai partner, per solo alcuni definiti progetti, in merito ai quali però i partner non hanno espresso l'accordo per poter dare il via al progetto. Comune di Brusino ha indicato di non volere più essere coinvolto nel progetto. Fondazione Monte San Giorgio ha indicato di non volere più portare avanti il progetto del PM.

Nel 2016 OTRMBC proverà nuovamente a fare comprendere ai partner quanto importante sarebbe poter lavorare su progetti condivisi, sia per obiettivi che per impatto sul turista al fine che il Monte San Giorgio WHL UNESCO possa diventare una meta turistica attrattiva per un vasto pubblico.

Questo progetto è ritenuto STRATEGICO, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone! Il progetto è stato inserito nella lista presentata al Cantone nell'ambito della valutazione per il credito NPR 2016-2019.

5. 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 ed è anche stato ritenuto prioritario dal gruppo di lavoro che nel 2013 ha definito le priorità d'intervento indicate sopra.

OTRMBC ha seguito lo sviluppo di questo progetto sin dal 2004, nel 2012 aveva collaborato con ARAM per realizzare **un primo documento di presentazione del progetto Parco** e dal 2013 partecipa ai **gruppi di lavoro organizzati da Mendrisio**. OTRMBC ha anche già indicato al comune di Mendrisio il suo **interesse ad avere un ruolo attivo nell'elaborazione del progetto Parco e nella sua gestione**.

Dal 2013 OTRMBC ha inserito il futuro Parco Archeologico nel progetto LA REGIONE DA SCOPRIRE e negli anni 2014-2015 ha lavorato alla realizzazione di un primo importante progetto che mira a stuzzicare la curiosità dei visitatori realizzando, in collaborazione con ARAM e con uno studente, **un mini filmato in 3D di una visita al villaggio ricostruito ai tempi del Medioevo**. Continuando a collaborare con ARAM e con il comune di Mendrisio, OTRMBC intende ora riprendere il discorso già prospettato di realizzare una APP in 3D che sostenga l'esperienza del visitatore del villaggio medievale.

Nel 2016 OTRMBC intende lavorare al progetto di realizzazione della APP in 3D come capo progetto, in collaborazione con il comune di Mendrisio e avvalendosi della consulenza scientifica di ARAM, presentando il progetto al DFE per richiedere il sostegno finanziario della NPR, con il sostegno di ERS che dovrà avallare la richiesta.

Questo progetto è ritenuto STRATEGICO, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone! Il progetto è stato inserito nella lista presentata al Cantone nell'ambito della valutazione per il credito NPR 2016-2019.

6. 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 2016 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).

Questo progetto è ritenuto **STRATEGICO**, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone!
Anche per la realizzazione di questo progetto è previsto chiedere un finanziamento con fondi NPR, con il sostegno di ERS.

7. PROCESSIONI STORICHE DI MENDRISIO

CANDIDATE ALLA LISTA DEI PATRIMONI IMMATERIALI CULTURALI UNESCO.

Nel 2013 ETMBC ha realizzato il Flyer turistico delle Processioni. Nel 2014 ha realizzato il sito web in italiano.

Nel 2016 ETMBC intende affiancare attivamente la Fondazione Processioni Storiche per la **preparazione del dossier di candidatura alla lista dei Patrimoni immateriali culturali**, mettendo a disposizione del progetto le proprie competenze. Inoltre OTRMBC si propone quale coordinatore delle attività delle Processioni legate a promozione e immagine, nonché per la realizzazione di contatti e di offerte.

Questo progetto è ritenuto **STRATEGICO**, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone!

8. 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**.

OTRMBC ha accettato di partecipare al progetto nazionale lanciato da Svizzera Turismo, con il supporto finanziario di INNO-TOUR, dal titolo **ENJOY GRAN TOUR OF SWITZERLAND**, al quale partecipano in tutto 7 regioni svizzere. Nell'ambito di questo progetto si sono valutate quattro misure che s'intende implementare per rendere più **accogliente ed emozionante** il viaggio dei turisti, creare motivi per **farli fermare** nelle regioni coinvolte e gustare i prodotti locali.

Le quattro misure prevedono la creazione di:

- uno snack box con prodotti regionali, acquistabili in diversi punti già repertoriati;
- un passaporto sul quale fare apporre i timbri dei luoghi visitati;
- dei punti foto, dove proporre di scattare foto e selfie da pubblicare sui social;
- un luogo dove lasciare un ricordo del proprio passaggio che sia legato al luogo visitato.

OTRMBC sta lavorando al progetto che dovrebbe essere implementato entro giugno 2016 e che permetterà alla nostra regione di essere comunicata in modo particolare nell'ambito di questo progetto.

OTRMBC ha già definito, in collaborazione con ATT, sia l'**itinerario regionale** che il tracciato **dell'itinerario cantonale nella regione**.

Questo progetto è ritenuto **STRATEGICO**, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone! OTRMBC chiederà il sostegno di ERS per finanziare l'implementazione delle quattro misure nella regione.

9. 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. Siamo da tempo consapevoli del **bisogno di arricchire l'offerta** con almeno un complemento sul versante del Monte San Giorgio, dove sappiamo che anche l'Hotel Serpiano ha un interesse per questo genere di offerta, ed uno sul versante del Monte Generoso, dove sappiamo che Ferrovia Monte Generoso ha un ulteriore interesse a consolidare un'offerta su un tracciato dedicato.

Nel 2015, in accordo con l'OTR di Lugano e seguendo l'esempio delle OTR di Locarno e Bellinzona, abbiamo deciso di partecipare ad un'importante **analisi del potenziale** di tracciati per bike, chiedendo al DFE di ottenere il finanziamento.

Una volta ottenuto il documento che confermerà quanto sarebbe opportuno realizzare nella regione per risultare complementari alle altre offerte cantonali, potremo passare alla realizzazione e così poter consolidare un secondo progetto escursionistico trasversale (come quello escursionistico già consolidato da ATT nel 2015)

ERSMBC deve pronunciarsi in merito a questa nostra richiesta di finanziamento NPR, così come han fatto le altre ERS per gli altri tre progetti regionali.

Il progetto è stato inserito nella lista presentata al Cantone nell'ambito della valutazione per il credito NPR 2016-2019.

10. 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 2016, per il terzo 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.

Nel 2016 proseguiranno i contatti con la navigazione per cercare di creare un prodotto di qualità, valutando al meglio le opportunità e necessità dei diversi comuni.

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

11. 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.

La strategia Marketing cantonale.

La nuova Legge sul Turismo prevede che le 4 OTR e ATT costituiscano una Commissione Marketing che elabori 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 2015 ed ha così **definito una proposta di strategia di marketing** che tiene in conto gli investimenti e le attività svolte da ATT, come anche quelle svolte dalle singole OTR che, con l'entrata in funzione della nuova legge, sono liberi di svolgere attività di marketing utilizzando i fondi della TPT.

La strategia elaborata per il periodo 2016-2019 tiene quindi conto dei piani strategici delle singole OTR, che segnalano la volontà di specializzare maggiormente **l'offerta turistica e, logicamente, di orientare la promozione e la comunicazione agli interessi di clientele più mirate.**

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.

Sono così stati **identificati quattro turisti tipo** ai quali proporre delle attività e delle esperienze da fare in Ticino:

- **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;
- **Carolin 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), il principio condiviso è il seguente:

- 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.

È da notare che:

- il Luganese mostra interesse per quasi tutti i mercati esteri (eccetti Francia e Benelux);
- il Locarnese concentra la sua promozione sull'Europa e gli Stati Uniti d'America;
- il Bellinzonese-Alto Ticino mette l'accento sulla Germania, l'Italia, gli USA e la Cina;
- **il Mendrisiotto limita la sua azione all'Italia, la Germania e la Cina**, perché le finanze ci impongono delle scelte prioritarie.

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 TRADE INVERNALE	settembre 2016
	FIERA TTG RIMINI	ottobre 2016
	ABC PACKAGE (newsletter con offerta spex)	TBD
GERMANIA	ATTIVITÀ DA DEFINIRE con ATT	-
CINA	ASIAN PACIFIC WORKSHOP SVIZZERA	ottobre 2016
MICE	TICINO OPEN DOORS	settembre 2016

Saremo inoltre presenti con le altre OTR a:

FIERA FAMEXPO A WINTERTHUR	27-29 maggio 2016
ALP TRANSIT	30 maggio-5giugno 2016
ZÜRI FÄSCHT	1-3 luglio 2016

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 **2016 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);
- Realizzazione di un passaporto dei Patrimoni (da valutare in coordinazione con Grand Tour);
- Collaborazione con "SWISS TAVOLATA" ;
- Collaborazione con Svizzera Turismo per tutte le attività di PR e MEDIA, nonché gli aggiornamenti dei contenuti.

Particolarmente importante nel 2016 sarà l'organizzazione della **giornata nazionale dei Patrimoni** che si svolgerà a **Berna l'11 e il 12 giugno**, mentre nelle 11 regioni dei Patrimoni nella giornata del 12 giugno si organizzeranno eventi particolari. La promozione, l'organizzazione e il coordinamento di questo primo evento sarà di WHES in collaborazione con i suoi marketing partner e con i gestori dei siti.

CON GRAND TOUR OF SWITZERLAND E SVIZZERA TURISMO

Questo progetto, unico nel suo genere, coinvolge 70 tratte di un itinerario lungo 1'600km 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.

Per gli anni **2015 e 2016 è Svizzera Turismo ad occuparsi delle attività di marketing** che prevedono importantissimi investimenti in tutti i mercati.

OTRMBC, che siede anche nel direttivo dell'associazione e compartecipa al progetto ENJOY lanciato da Svizzera Turismo, collabora attivamente sia con ATT che con Svizzera Turismo per poter essere presente nelle comunicazioni con i propri prodotti.

Al di là del Piano Marketing generale di Svizzera Turismo sul tema, particolarmente importante per quanto concerne la nostra regione, nel 2016, sarà **la comunicazione relativa alle implementazioni delle misure definite nel progetto**, che ci daranno modo di ottenere visibilità.

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 2016, per il secondo 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.

CON FOX TOWN

Dal 2005 Mendrisiotto 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 Mendrisiotto Turismo l'opportunità di promuovere la regione ed i suoi prodotti 7/7gg e l'apertura di questo InfoPoint turistico è promosso attivamente.

Nel 2016, 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 2016 distribuiremo la 7.edizione della GUIDA.

Cadel Evans, noto ciclista di origini australiane vincitore dei Mondiali 2009 a Mendrisio, ha cortesemente accettato di scrivere un testo di Benvenuto con il quale racconta i motivi per i quali apprezza vivere nella regione. 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 Mendriotto 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 alcuni anni notiamo un aumento di turisti cinesi che soggiornano nella nostra regione. Le cifre sono ancora relativamente basse, ma l'incremento percentuale è importante.

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, con la collaborazione di China Star, produrremo la Guida per il mercato cinese.

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

2015 avevamo deciso di non realizzare la nostra Welcome Card perchè volevamo concentrare l'offerta sulla Discovery Card, che nel 2016 non sarà però disponibile.

Nel 2016 torneremo a stampare una Welcome Card regionale.

eMarketing e Social.

SITO WEB

Nel corso del 2015 abbiamo lavorato alla realizzazione della struttura del nuovo sito web. Un sito che sfrutta l'importante investimento fatto da Ticino Turismo per realizzare il nuovo sito ticino.ch e che ci permette di coordinarci al meglio con i nostri colleghi al fine di sfruttare sinergie e risparmiare costi di gestione. Il nuovo sito, la cui tecnologia è la medesima scelta da Ticino Turismo, ci permetterà di avere un gran numero di schede condivise totalmente con la banca dati di ticino.ch, ma anche di condividere parte delle caratteristiche di questo sito, pur presentandosi con un layout personalizzato.

Il primo obiettivo è quello di risultare più performanti, immettendo i dati una volta sola e aggiornando i due siti con meno dispendio di energie e di costi.

Il fatto che nel nostro team ci sia una sola persona che si occupa della realizzazione del sito chiaramente allunga i tempi che, con l'aiuto di uno stagista la cui posizione è stata stralciata con le misure di risparmio implementate, avrebbero previsto invece che il sito fosse terminato già nel 2015.

Il sito sarà mandato online nel corso della primavera 2016.

Per completare ed arricchire il lavoro del nuovo sito, intendiamo realizzare una serie di testi, per pagine che sono ad uso esclusivo del sito regionale, seguendo l'esempio di quelle realizzate da Ticino Turismo, con le caratteristiche dello **story-telling**.

Una modalità di raccontare che richiede l'intervento di professionisti e per i quali vorremmo fare capo alla medesima persona che ha redatto i siti di ticino.ch.

La nostra richiesta di sostegno per questo investimento relativo allo story telling in quattro lingue è pendente presso ERSMB.

SOCIAL

Avendo dovuto rinunciare allo stagista che avevamo acquisito dal marzo 2013 per sostenere il lavoro di grafica e dei social, chiaramente all'interno del nostro team resta solo una persona che si occupa dei social. Ciò malgrado le nostre pagine Facebook, You Tube e Google+ sembrano essere apprezzate.

1726 persone hanno cliccato LIKE alla nostra pagina Facebook, su Google+ abbiamo 427 follower, e sul canale YouTube presentiamo 31 video.

La nostra attività sui social proseguirà anche nel 2016.

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 2016, che sommano a chf 30'000 per le attività di seguito illustrate.

MEDIA PLAN 2016																						
data public	TESTATA	MERCATO	LINGUA	FORMATO	R	P	A	VISUAL	TESTO	COSTO Euro	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SET	OCT	NOV	DEC
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/E/T/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 2015.

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 uno-due apprendisti e uno stagionale 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 terminerà la sua formazione uno dei nostri due apprendisti.

Di particolare interesse per noi nel 2016 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 sediamo anche al tavolo che discute 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.

Purtroppo però apprendiamo troppo tardi di situazioni particolari come quella della soppressione dei collegamenti tra Meride e Sempiano dove, con l'introduzione del nuovo orario, si è deciso di cancellare la tratta.

Eventi speciali.

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

Dal 7 al 24 luglio 2016 nella nostra regione si svolgerà il Tiro Cantonale, una manifestazione che potenzialmente porterà diversi tiratori a soggiornare da noi.

Nel 2016 continueremo la nostra collaborazione con La Vineria dei Mir per l'organizzazione dei loro eventi.

Saranno inoltre riproposte nel 2016

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

Risultati gennaio-ottobre 2015.

Nel corso degli ultimi due 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, una struttura di successo e molto specializzata, abbia segnato in modo molto importante il risultato statistico 2014 e 2015. È da tenere in considerazione che la clientela del Family hotel non ha molto probabilmente potuto trovare nella regione un "sostituto" con le medesime caratteristiche.

Ma per una corretta lettura dei dati ritengo anche utile indicare come, nel corso del 2015, vi siano almeno altre 5 strutture che sono state chiuse o parzialmente chiuse, a causa di problemi legati alla successione di gestioni, e che **questo altalenare di situazioni sembra cancellare anche gli sforzi ed i risultati di chi invece ha lavorato bene, anche nel 2015.**

	ANNO 2015 (gen-ott)	ANNO 2014 (gen-dic)	ANNO 2013 (gen-dic)
Alberghi 4-5 stelle	9'484	11'106	29'797
Alberghi 1-3 stelle	91'606	103'963	105'666
Campeggi	25'654	27'227	30'857

A fine commento alleghiamo lo schema con i risultati dei pernottamenti in tutte le categorie fino al 2014.

Commento finale.

Gli investimenti nel settore turistico che sono stati fatti in questa regione sono tanti e tutti molto importanti.

Tutti i cambiamenti e tutte le incertezze del momento non ci permettono di guardare al 2016 con grande positività e fiducia. Inoltre sappiamo che i fatti che potrebbero influenzare negativamente il risultato sono molti.

Non dobbiamo però essere negativi di fondo, perché di fatto le situazioni sono comunque sempre mutevoli. Concentriamoci su ciò che possiamo influenzare e guardiamo oltre il 2016 per cercare di meglio comprendere quanto ciò che facciamo ora possa essere di grande rilevanza per il futuro della regione.

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 2016 un buon programma di lavoro.

Rimaniamo comunque fiduciosi, sicuri che i numerosi progetti attualmente in sviluppo, tra i quali l'importante progetto in Vetta al Generoso ed alcune iniziative nel campo alberghiero, potranno contribuire al raggiungimento di risultati positivi a medio-lungo termine.

Vorrei congedarmi quindi ricordando che lo sforzo prodotto dal team di Mendrisiotto Turismo per affrontare le diverse situazioni è davvero grande. Spesso non è comprensibile od immaginabile la quantità di attività che la nostra organizzazione svolge e quindi anche l'onere e le competenze di questo gruppo di persone che da parecchi anni si sta prodigando per riuscire, di anno in anno, a tenere fede al programma di lavoro presentato. Lo ha sempre fatto, mosso da una forte determinazione e motivazione che non dovranno mancare neanche nel 2016.

Ringrazio quindi il team di ETMBC per la collaborazione e per la sensibilità con la quale hanno saputo e sapranno accompagnarmi nello sviluppo delle attività.

Concludo ringraziando i membri del Consiglio d'amministrazione, per la fiducia, l'appoggio e per condividere con me la certezza che il lavoro che Mendrisiotto Turismo sta sviluppando è da considerarsi positivo per la Regione.

Novembre 2015

ORGANIZZAZIONE TURISTICA REGIONALE DEL MENDRISIOTTO E BASSO CERESIO



Nadia Fontana - Lupi

Direttrice Mendrisiotto Turismo

Consuntivo 2016

Assemblea ordinaria, 14 giugno 2017

mendrisiottoturismo.ch

Relazione della Direttrice.

INTRODUZIONE

Dal 2014 la nostra OTR si trova in una situazione particolarmente delicata. I motivi sono molteplici e le sfide importanti. Da un canto abbiamo i problemi derivati dal repentino cambiamento di rotta di Casinò Admiral, che ci ha costretti a ripensare alla nostra organizzazione, a contenere in maniera importante le spese e a cercare nuove fonti di finanziamento. Dall'altro le nuove sfide, determinate dallo sviluppo dell'offerta turistica e dall'incalzare concorrenza dei prezzi a livello internazionale, ma anche dalla crescente instabilità dei mercati internazionali e delle tendenze.

La vertenza con la Casinò Admiral, per quanto concerne la nostra partecipata NCKM SA è terminata ad aprile 2017. Ora stiamo recuperando in toto i nostri soldi e ciò ci permette di chiudere un brutto capitolo e ritrovare una certa stabilità. Quella della quale necessitiamo per lavorare e che è totalmente mancata nel corso degli ultimi anni. Almeno una parte del problema legato alla nostra situazione finanziaria, finalmente, dopo tre lunghi anni è risolto! Ma sappiamo bene che uno dei principali problemi della nostra regione turistica resta la capacità finanziaria a fronte di un numero relativamente esiguo di strutture ricettive, tra le quali vi sono regolari avvicendamenti di gestione ed alcune chiusure... e quindi il problema è lungi dall'essere risolto, visto che non possiamo comunque contare sul fatto di ritornare ad avere la possibilità di utilizzare regolarmente i fondi di pubblica utilità per supplire alla mancanza di soldi... Ma tutto ciò è musica di oggi e di domani, mentre ora vogliamo dare uno sguardo retrospettivo all'attività 2016. Un anno molto impegnativo, che ci ha dato grandi soddisfazioni!

Consapevoli delle molteplici difficoltà che contraddistinguevano il momento, avevamo segnalato all'assemblea che il trend generalmente negativo del turismo ticinese, come anche la nostra particolare situazione finanziaria, avrebbero significativamente influenzato il plausibile risultato del 2016 e, consapevoli di essere la più piccola OTR del Cantone e di dovere prestare comunque particolare attenzione alle spese, avevamo dichiarato di essere stati molto prudenti nella stesura di un preventivo che presentava pur sempre, per la prima volta, un risultato in rosso. Perché, pur avendo lavorato molto per mettere in rete, fare crescere l'offerta turistica regionale e contribuendo direttamente alla creazione di diversi progetti, come anche supportando finanziariamente ulteriori progetti, utilizzando i fondi di pubblica utilità, restiamo consapevolmente fiduciosi in merito al fatto che vi è ancora molto lavoro da fare per strutturare l'offerta ed attraverso la stessa, costruire l'immagine turistica di questa splendida regione...

Nel corso dell'anno 2016 comunque molte cose sono cambiate rispetto a quanto avevamo prospettato. Gli sforzi prodotti dal settore turistico nel corso degli anni, forse, hanno influenzato le scelte dei turisti che hanno spostato nuovamente il loro interesse nei confronti del nostro Cantone. Forse anche una somma di eventi non direttamente influenzabile dal settore ha partecipato al successo, di fatto l'anno 2016 è stato un anno positivo. Le statistiche dell'osservatorio ticinese segnalano che il Ticino nel 2016 ha infatti registrato un numero totale di pernottamenti alberghieri di 2'280'339, con un aumento del 4.6% rispetto al 2015. Sono aumentati gli svizzeri e tornati i tedeschi...

...e l'unica regione a non avere ottenuto questo risultato positivo è risultata la nostra, che ha registrato 109'682 pernottamenti alberghieri (4.8% del totale ticinese), con una diminuzione del 5.5 % rispetto al 2015.

Andando nel particolare dei risultati ottenuti a livello regionale scopriamo che l'unica struttura a 4 stelle che abbiamo nella nostra regione, l'Hotel Coronado, ha conseguito un risultato migliore dell'anno precedente. Anche i campeggi, malgrado il cambio di gestione in corso a Meride, hanno ottenuto un risultato positivo con 27'791 pernottamenti a fronte dei 25'654 del 2015 e il risultato degli ostelli nel 2016 era in linea con il 2015.

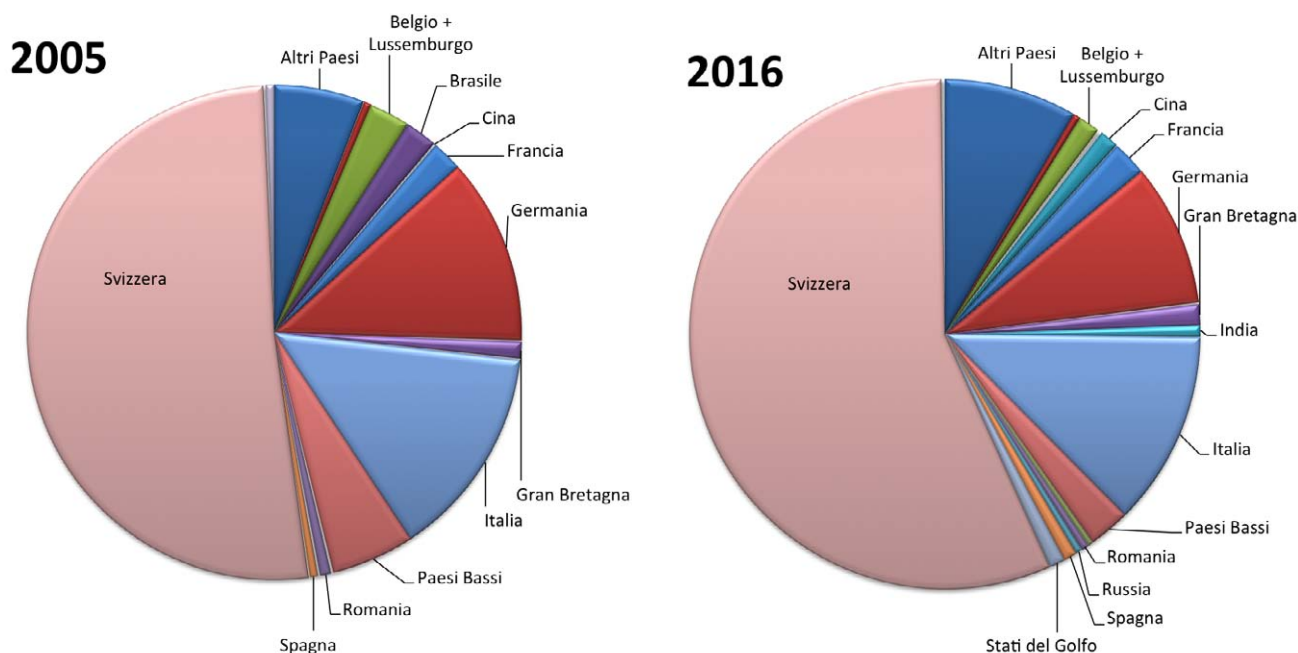
Mentre per quanto attiene agli alberghi nella categoria 0-3 stelle il numero dei pernottamenti è passato dai 98'524 del 2015 ai 95'541 del 2016 (-2'983 pernottamenti) ed abbiamo dovuto prendere atto che le instabilità, già percepite nel corso del 2015, sono state confermate con la chiusura dell'Albergo Stazione a Mendrisio, il ristorante con alloggio Grütli e l'Osteria della Posta a Brusino.

Poche strutture, relativamente piccole, che hanno comunque potenzialmente influenzato il risultato leggermente in negativo e che hanno diminuito di 10 posti letto il numero in offerta nella regione, che ammontava a fine 2016 a 1'289 nel settore alberghiero.

Quindi un anno tutto sommato in linea con il trend cantonale anche per la regione Mendrisiotto e Basso Ceresio, se si considerano le chiusure delle tre strutture ed i risultati delle altre categorie.

Ma da dove provengono gli ospiti che soggiornano nella nostra regione?

Da 10 anni fa ad oggi le cose sono un po' cambiate, ma essenzialmente non troppo, almeno per quanto concerne i tre principali mercati. Il cliente svizzero è stato nel 2016 ancora il turista più presente 56.49% (su totale 153'177 pernottamenti complessivi nella nostra regione) rispetto al 51.46% del 2005 (su 168'973). A seguire i turisti italiani, sono passati dal 13.93% del 2005 al 12.33% e i germanici dal 12.14% al 9.03% del 2016. Diminuite le provenienze da Paesi Bassi - Belgio - Lussemburgo. Mentre invece da qualche anno sono state registrate piccole, ma interessanti, percentuali di provenienze da Cina e Paesi del Golfo. Mercati nuovi, con grande potenziale. Mercati per i quali abbiamo prodotti interessanti da offrire: FoxTown, enogastronomia e UNESCO. *

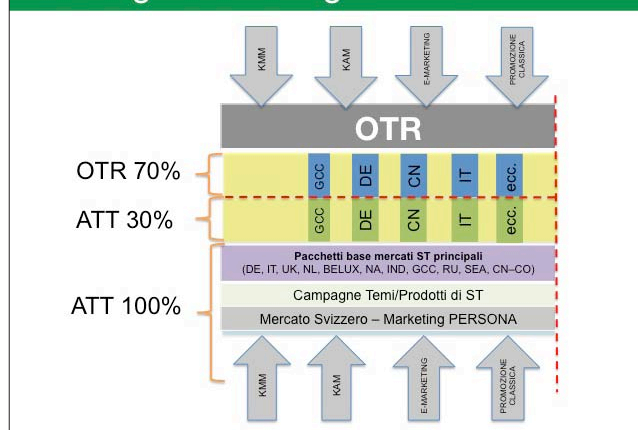


Il piano d'attività di Mendrisiotto Turismo per il 2016 ha essenzialmente tenuto conto di quanto indicato nei documenti redatti ed approvati da ERS e Cantone nel 2014, nonché delle decisioni che la Commissione Marketing Cantonale (costituita come richiesto dalla nuova legge sul turismo), ha preso di comune accordo in merito alla visione dell'attività che ATT svolgerà nell'ambito del suo mandato.

Al tavolo della Commissione Marketing, nell'ambito dei lavori svolti nel corso del 2015 e 2016, la nostra OTR ha quindi indicato di volere collaborare con ATT per quanto attiene il lavoro che questi programma sul mercato svizzero nell'ambito della nuova strategia cantonale e poi essenzialmente investire su tre mercati: Italia, Germania e Cina. Pochi soldi, ma investiti nei mercati in cui possono risultare meglio impiegati.

* fonte dei dati O-Tur

Strategia marketing cantonale.



Strategia marketing cantonale.

Mercati esteri e interesse OTR.

	OTRBAT	OTLMV	OTRL	OTRMBC
Germania				
Italia				
USA/NA				
Francia				
Inghilterra				
Olanda				
Belgio e Lussemburgo				
Russia				
Cina				
GCC				
India				
Sud Est Asiatico (SEA)				

Il Business Plan che ognuna delle quattro OTR ha redatto nel 2014 ha contribuito a mettere a fuoco gli ambiti e le direzioni che ogni regione intende percorrere per raggiungere i propri risultati nello **sviluppo dei prodotti, nelle collaborazioni ed anche nel marketing e comunicazione**. La nostra non è cambiata e le attività che abbiamo svolto nel 2016 sono perfettamente allineate con gli obiettivi indicati nel documento strategico. Considerando come una moltitudine di **problemi non controllabili condizioneranno comunque sempre il nostro progetto di sviluppo dell'offerta e dell'immagine turistica della regione**, il nostro obiettivo di lavoro è stato quindi ancora una volta quello di sviluppare i progetti che riteniamo potrebbero portare ad ottenere il **rafforzamento di alcuni potenziali attrattori, che sappiamo avere bisogno di essere sviluppati, professionalizzati e sostenuti** per arrivare a consolidare l'esperienza turistica e quindi attrarre concretamente i visitatori.

Malgrado le molte difficoltà derivate dalle incertezze finanziarie e dalle misure di risparmio intraprese, con l'obiettivo di creare soprattutto prodotti che aumentino la competitività della nostra destinazione turistica e rafforzino il proprio posizionamento, abbiamo cercato la collaborazione ed il sostegno di ERS, come anche dei comuni e dei partner regionali.

Ben chiari i due macro obiettivi:

Visibilità
Sviluppo, rafforzamento e messa in rete del prodotto.

ATTIVITÀ 2016

con ATT e le altre OTR

La nuova Legge sul Turismo prevede che le 4 OTR e ATT costituiscano una Commissione Marketing che elabori 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.

La strategia elaborata per il periodo 2016 - 2019 tiene quindi conto dei piani strategici delle singole OTR, che segnalano la volontà di specializzare maggiormente l'**offerta turistica e, logicamente, di orientare la promozione e la comunicazione agli interessi di clientele più mirate. Nel corso dell'anno questa commissione discute del PA in atto e del PA dell'anno successivo.**

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. 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), il principio condiviso è il seguente:

- 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 differenziato da ATT e OTR, come pure i **viaggi stampa** e quelli dei **Tour Operator, nonché il turismo d'affari.**

ITALIA	ST WORKSHOP ESTIVO - MI	febbraio 2016
	GO TICINO	maggio 2016
	FIERA TTG RIMINI	ottobre 2016
	ST WORKSHOP INVERNO - MI	ottobre 2016
GERMANIA	ADAC	settembre 2016
CINA	ASIAN PACIFIC WORKSHOP SVIZZERA	ottobre 2016
	COOPERAZIONE CON CHINA STAR	tutto l'anno
MICE	TICINO OPEN DOORS	settembre 2016

In Svizzera abbiamo inoltre partecipato alle seguenti attività organizzate e coordinate da ATT:

SAPORI TICINO	maggio 2016
FAMEXPO SOLETTA	maggio 2016
ALP TRANSIT	giugno 2016
ZÜRİ FÄSCHT	luglio 2016
VERKHERSHAUS LUCERNA	settembre 2016
STC DAY ZH	settembre 2016
TICINO OPEN DOORS	settembre 2016
ZUERICH SCB	settembre 2016
CARAVAN	ottobre 2016

con WHES

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 siede dal 2010 nel direttivo dell'associazione.

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.

Nel corso dell'anno sono state quattro le occasioni d'incontro per il comitato e due per i partner marketing del progetto.

Per l'anno **2016 le attività sviluppate sono state:**

- Partecipazione al progetto Grand Tour of Switzerland;
- Partecipazione al progetto Grand Train of Switzerland con Svizzera Turismo;
- La realizzazione di VOUCHER per ogni luogo legato agli 11 Patrimoni e distribuzione attraverso i tour operator;
- 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.

Inoltre, per la prima volta in Svizzera, WHES ha organizzato le **GIORNATE DEL PATRIMONIO che si è svolta a Berna con la presenza di tutti i siti, l'11 e il 12 giugno**, mentre nelle 11 regioni dei Patrimoni nella giornata del 12 giugno sono stati organizzati eventi particolari. In Ticino è stata organizzata una conferenza stampa per presentare il tema. Al Museo dei fossili di Meride il programma organizzato per la giornata ha attirato parecchia gente, mentre il cattivo tempo a Berna non ha dato modo di ottenere quella presenza di pubblico che sarebbe stata auspicabile.

con GToS

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 da RDK, da alcuni sponsor e da Innotour si è occupata del prodotto soltanto fino a fine 2016 e solo a partire dal 2017 s'incaricherà anche del marketing. **Per gli anni 2015 e 2016 è Svizzera Turismo che si è occupata delle attività di marketing** con importantissimi investimenti in tutti i mercati.

OTRMBC, che siede anche nel direttivo dell'associazione, ha partecipato al progetto ENJOY lanciato da Svizzera Turismo, che si è concluso nel 2016. Al di là del Piano Marketing generale di Svizzera Turismo sul tema per la campagna estiva, particolarmente importante per quanto concerne la nostra regione, nel 2016 sono state sviluppate due delle tre misure previste nell'ambito del progetto ENJOY e grazie a queste abbiamo chiaramente ottenuto una certa visibilità per i prodotti regionali.

Nel corso dell'anno sono state quattro le occasioni d'incontro del comitato e sei gli incontri del gruppo ENJOY.

Grazie alla collaborazione di un gruppo di ragazzi e due signore che abitano la regione, abbiamo potuto organizzare un FOTOSHOOTING sul tema del Grand Tour ed in particolare sul tema degli SNACK BOX e dei FOTOSPOT che sono stati posati.

Il progetto è stato sostenuto da ERSMB che ha partecipato all'investimento per realizzare il progetto, come anche dall'associazione stessa che ha partecipato in particolare al finanziamento delle strutture FOTOSPOT.

La creazione dell'offerta SNACK BOX ci ha permesso di collaborare con tre negozi di prodotti locali: Magnifico Borgo, UI Mezzanin e la Dispensa. I prodotti proposti sono stati presentati nell'edizione di un libretto che, con un tovagliolo ed un apribottiglia personalizzati con il tema della REGIONE DA SCOPRIRE sono stati inseriti nell'offerta come omaggio.

In "SOLUM"

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 2016, concentrando i propri interventi sul tema della promozione degli eventi ricorrenti e qualche promozione di prodotto sulle seguenti testate:

Libretto Autopostale, Jazz Mattinée, Ticino a Tavola, Inside Zürich, Guida Verde Svizzera, Libro "Tra i cieli del Ticino", Guida Brocante, Ticino Reise Führer, Ticino top ten SopraCeneri e Ticino top ten SottoCeneri con copertina personalizzata.

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 2016, per il secondo anno, abbiamo siglato 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 abbiamo partecipato ad ErlebnisTessin (progetto coordinato da ATT), Cantine aperte (con ATT e OTR in coop con TicinoWine), Inverno gastronomico (con GastroTicino) e Andiamo ai grotti (con i grotti delle cantine di Mendrisio)

eMarketing e Social

Nel corso del 2015 abbiamo lavorato alla realizzazione della struttura del nuovo sito web. Un sito che sfrutta l'importante investimento fatto da Ticino Turismo per realizzare il nuovo sito ticino.ch e che ci permette di coordinarci al meglio con i nostri colleghi al fine di sfruttare sinergie e risparmiare costi di gestione. Il nuovo sito, la cui tecnologia è la medesima scelta da Ticino Turismo, ci permetterà di avere un gran numero di schede condivise totalmente con la banca dati di ticino.ch, ma anche di condividere parte delle caratteristiche di questo sito, pur presentandosi con un layout personalizzato.

Il primo obiettivo è quello di risultare più performanti, immettendo i dati una volta sola e aggiornando i due siti con meno dispendio di energie e di costi.

Il fatto che nel nostro team ci sia una sola persona che si occupa della realizzazione del sito chiaramente allunga i tempi che, con l'aiuto di uno stagista la cui posizione è stata stralciata con le misure di risparmio implementate, avrebbero previsto invece che il sito fosse terminato già nel 2015.

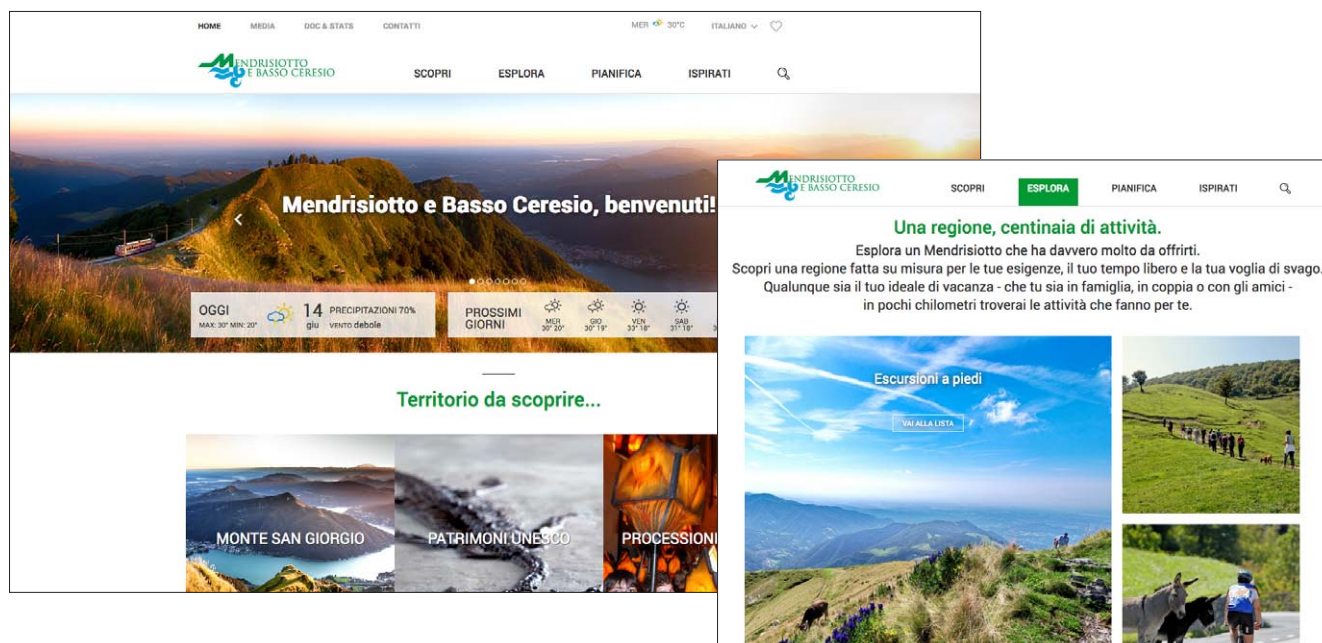
Il sito purtroppo non è stato messo online nel corso della primavera 2016, come era previsto, ma solo nel 2017, a causa di mancanza di mezzi per seguire il lavoro.

Per completare ed arricchire il lavoro del nuovo sito abbiamo lasciato realizzare dallo stesso editor che ha lavorato su ticino.ch, una serie di testi con le caratteristiche dello **story-telling e anche una serie di nuove immagini a 360 gradi che sono ora pubblicate con i testi sul nuovo sito, finalmente online.**

Il progetto è stato sostenuto finanziariamente da ERSMB.

Avendo dovuto rinunciare allo stagista che avevamo acquisito dal marzo 2013 per sostenere il lavoro di grafica e dei social, chiaramente all'interno del nostro team resta solo una persona che si occupa dei social. Ciò malgrado le nostre pagine Facebook, You Tube e Google+ sembrano essere apprezzate.

2242 persone hanno cliccato LIKE alla nostra pagina Facebook e sul canale YouTube presentiamo 35 video.



ASSISTENZA AL TURISTA 2016

GUIDA

Nel 2016 abbiamo distribuito la 7. edizione della GUIDA.

Cadel Evans, noto ciclista di origini australiane vincitore dei Mondiali 2009 a Mendrisio, ha cortesemente accettato di scrivere un testo di Benvenuto con il quale racconta i motivi per i quali apprezza vivere nella regione. 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 è occupato 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 alcuni anni notiamo un aumento di turisti cinesi che soggiornano nella nostra regione. Le cifre sono ancora relativamente basse, ma l'incremento percentuale è importante. 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, con la collaborazione di China Star, abbiamo prodotto il layout ed i testi della GUIDA che è stata però stampata a marzo 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 2015 avevamo deciso di non realizzare la nostra Welcome Card perchè volevamo concentrare l'offerta sulla Discovery Card, che nel 2016 non sarà però disponibile. **Nel 2016 abbiamo quindi deciso di stampare una Welcome Card regionale.**



CAMPI STRATEGICI REGIONALI

Centrale nel lavoro di OTRMBC per il prossimo quadriennio 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 rappresentante delle OTR e ATT del nuovo **CENTRO DI COMPETENZE AGROALIMENTARE CANTONALE, costituito il 28 aprile 2016**;
- ha collaborato con Ticino Wine per progetto RDT e Cantine aperte;
- ha tenuto una relazione nell'ambito della presentazione del libro "Bianco, rosso e blu" svoltasi all'istituto svizzero di Venezia;
- ha proseguito la collaborazione con il promotore dell'iniziativa **MENDRISIOTTOTERROIR**;
- ha gestito in parte il segretariato-organizzativo della Rassegna Gastronomica del Mendrisiotto e Basso Ceresio, garantendo lo svolgimento di una buona parte dei compiti;
- ha collaborato con gli organizzatori degli eventi Mangialonga, Mirarte e Agroblyes;
- su incarico di Mendrisio si è occupata di una prima valutazione del progetto "rotonde tematizzate" - tema viticoltura.

Il progetto è stato inserito nella lista presentata al Cantone nell'ambito della valutazione per il credito NPR 2016 - 2019. Questo progetto è ritenuto **STRATEGICO**, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone!

ANALISI DELLA MESSA IN SCENA DEL MONTE GENEROSO

OTRMBC, ottenuto il consenso di ERS, del tavolo del turismo e dell'USE, nonché il finanziamento per lo studio, ha costituito nella seconda metà del 2016 il Tavolo di lavoro per l'Analisi della Messa in scena dell'offerta del Monte Generoso e il lavoro di analisi in collaborazione con Erlebnisplan ha preso il via con la riunione del 24.10.2016.

L'obiettivo di lavoro è stato quello di considerare la montagna del Generoso nella sua interezza di territorio, dal Sighignola al Bisbino e dalla Vetta fino al Parco delle Gole della Breggia.

Al tavolo come "portatori di progetto" i rappresentanti di FMG, PUC, comuni di Mendrisio, Breggia e Castel San Pietro, con i quali sono stati discussi i temi relativi allo studio e poi le prime stesure del documento, in merito al contenuto del quale si ha poi discusso anche con un pubblico di riferimento ampliato, che comprende tutti i comuni, patriziati, associazioni, fondazioni e enti interessati. Il lavoro di OTRMBC ha poi sviluppato anche incontri bilaterali che hanno portato ad arricchire il tema. In luglio 2017 il MASTERPLAN sarà presentato nuovamente al gruppo di riferimento ampliato che potrà così decidere di fare proprio il contenuto del documento.

Questo progetto è ritenuto **STRATEGICO**, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone! Il progetto è stato inserito nella lista presentata al Cantone nell'ambito della valutazione per il credito NPR 2016 - 2019.

Nel contempo

OTRMBC si è occupato di altri temi legati allo sviluppo dell'offerta del Monte Generoso.

IL SENTIERO BELLAVISTA - VETTA

OTRMBC ha ottenuto finalmente l'accordo in merito alla necessità di ristrutturare e sistemare il tracciato del sentiero Bellavista-Monte Generoso. Un sentiero che era stato rifatto nel 2003 con un importante investimento sostenuto anche dal Cantone, ma che data la specificità del sentiero e la mancanza di una serie di misure atte a sostenere lo scorrimento delle acque, era presto arrivato al degrado. In particolare, lavorando in stretto contatto con gli uffici del DT, OTRMBC ha potuto far preparare un progetto dalla ditta Comal SA e quindi trovare il necessario consenso in merito al cofinanziamento da parte dei comuni e di tutti coloro che erano coinvolti con sottostrutture. Preparato il bando di concorso e definita la ditta incaricata dei lavori, che è stata la ECO 2000, i lavori hanno preso il via nell'autunno 2016 e sono terminati nella primavera 2017.

Questo lavoro è stato reso possibile grazie alla collaborazione ed all'interesse condiviso da parte di più attori.

IL SENTIERO RISTORANTE - KULM

Dal 2014, a causa di una slavina, un tratto del sentiero era inagibile e da mettere nuovamente in sicurezza sia per quanto concerneva la camminata che per quanto concerneva il muro di sostegno, i paletti in ferro e le cordine. Inoltre i pannelli posati sul belvedere del Kulm erano datati e da sostituire, anche per accogliere con temi attuali i visitatori della Vetta.

OTRMBC ha fortunatamente potuto trovare un partner sensibile ed interessato al territorio nel club di servizio dei Lions Club Mendrisiotto, che ha deciso di sostenere questo importante lavoro. Un altro aiuto è stato quindi trovato nel Fondo svizzero per i sentieri e nell'ERS.

Del lavoro di sistemazione del tracciato è quindi stato incaricata la ditta Medici SA, mentre i pannelli in Vetta, che richiamano il tema della REGIONE DA SCOPRIRE, sono stati realizzati dalla ditta Variante SA. I lavori sono stati realizzati a cavallo tra il 2016 e il 2017.



COOPERAZIONE CON FMG E PUC

Il fatto di riprendere l'attività in Vetta ed anche quello di riaprire il tema del PUC sono chiaramente stati considerati importanti da OTRMBC che nel corso del 2016 ha mantenuto costante l'interesse e la collaborazione con i due partner, senza chiaramente poter influenzare le decisioni strategiche dei rispettivi partner e gremio istituzionale.

COOPERAZIONE CON FONDAZIONE MONTE GENEROSO

OTRMBC è membro del CdF e lavora attivamente nel gremio. Nel 2015 si è occupato per la fondazione di realizzare il sito web e da allora gestisce i contenuti, collaborando attivamente con il CdF.

COOPERAZIONE CON USI, SUPSI e COMUNE DI LANZO

Nel 2016 tramite un gruppo di studenti dell'USI, OTRMBC ha avuto modo di lavorare ad un progetto di studio della situazione degli agriturismo che si trovano in zona Bellavista. Il documento è stato integrato nel lavoro di analisi dell'esperienza turistica. Inoltre OTRMBC in coop con SUPSI e COMUNE DI LANZO ha lavorato alla concezione di un progetto INTERREG che ha come scopo quello di poter mettere in rete il Monte Generoso I - CH e realizzare degli strumenti di sostegno alle visite degli attrattori turistici che siano in linea con il concetto della REGIONE DA SCOPRIRE.

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.

- Nel 2011/2012 OTRMBC ha lavorato con i portatori di progetto (Cantone - Fondazione Monte San Giorgio - Mendrisio - Riva San Vitale - Brusino) e realizzato un Masterplan che presenta una serie di proposte di progetto per METTERE IN SCENA l'esperienza turistica del Monte San Giorgio.
- Nel 2013 ha approfondito la realizzabilità e valutato i possibili costi dei due progetti che, con i portatori di progetto, ha definito prioritari:
 - la terrazza in Valmara,
 - il Parco Giochi a Serpiano.

- **Nel 2014** ha approfondito con l'ufficio dello Sviluppo economico la possibilità di ricevere dei finanziamenti per proseguire l'analisi acquisendo un Project Manager che, sull'arco di 5 anni (di cui 2 con un'attività al 100% e 3 al 50%) si occupasse di realizzare il maggior numero di progetti possibile, incluso i due sopracitati, ma anche di altri. Ed ha preparato un rapporto all'attenzione del Cantone con una richiesta di finanziamento, che è stata approvata, ma condizionata alla condivisione d'impegno da parte dei partner di progetto, anche per quanto concerne una parte di finanziamenti.
- **Nel 2015** ERSMB è stato coinvolto nel progetto, il progetto è stato rivisto e con i partner è stato condiviso il progetto di un PM per 6 mesi, finanziato da ERS e dai partner, per solo alcuni definiti progetti, in merito ai quali però i partner non hanno espresso l'accordo per poter dare il via al progetto. Comune di Brusino ha indicato di non volere più essere coinvolto nel progetto. Fondazione Monte San Giorgio ha indicato di non volere più portare avanti il progetto del PM.

Nel 2016 OTRMBC ha potuto riavere al tavolo i partner-portatori di progetto per un primo incontro con l'obiettivo di capire l'interesse a proseguire, la necessità di coordinamento, gli obiettivi dei singoli e le priorità dei progetti contenuti nel Masterplan, con relativa opportunità di gestione e finanziamento. In particolare è emersa la volontà della Fondazione di volere portare avanti il progetto della terrazza della Valmara e delle rotonde tematizzate.

Questo progetto è ritenuto STRATEGICO, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone! Il progetto è stato inserito nella lista presentata al Cantone nell'ambito della valutazione per il credito NPR 2016 - 2019.

Nel contempo

OTRMBC si è occupato di altri temi legati allo sviluppo dell'offerta del Monte San Giorgio.

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 ed è anche stato ritenuto prioritario dal gruppo di lavoro che nel 2013 ha definito le priorità d'intervento indicate sopra. OTRMBC ha seguito lo sviluppo di questo progetto sin dal 2004, nel 2012 aveva collaborato con ARAM per realizzare un primo documento di presentazione del progetto Parco e dal 2013 partecipa ai gruppi di lavoro organizzati da Mendrisio. OTRMBC ha anche già indicato al comune di Mendrisio il suo interesse ad avere un ruolo attivo nell'elaborazione del progetto Parco e nella sua gestione.

Dal 2013 OTRMBC ha inserito il futuro Parco Archeologico nel progetto LA REGIONE DA SCOPRIRE e negli anni 2014 - 2015 ha lavorato alla realizzazione di un primo importante progetto che mira a stuzzicare la curiosità dei visitatori realizzando, in collaborazione con ARAM e con uno studente, un mini filmato in 3D di una visita al villaggio ricostruito ai tempi del Medioevo.

Nel 2016 OTRMBC ha collaborato attivamente con il gruppo di lavoro e su mandato di Mendrisio si è occupato dell'organizzazione dell'inaugurazione del parco (settembre 2016) e della comunicazione relativa all'evento. Ha realizzato un prospetto sul parco della linea LA REGIONE DA SCOPRIRE ed ha gestito per tutto il mese di ottobre l'Infopoint presso la ex casa comunale di Tremona.

OTRMBC ha presentato a maggio 2016 il filmatino in 3D al pubblico e di seguito ha lavorato con il gruppo di lavoro sul tema della realizzazione dell'esperienza in 3D al parco. In particolare ha introdotto il progetto degli occhiali da indossare per realizzare un'esperienza emozionale ed ha ottenuto l'interesse per il progetto che nel corso dei mesi del 2016 è andato via più consolidandosi. Gli occhiali sono stati presentati al pubblico nel maggio del 2016.

Questo progetto è ritenuto STRATEGICO, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone! Il progetto è stato inserito nella lista presentata al Cantone nell'ambito della valutazione per il credito NPR 2016-2019.



SEGNALETICA DIREZIONALE PER IL MONTE SAN GIORGIO

Il tema relativo al bisogno di indirizzare chi esce dall'A2 o arriva sulla cantonale da N/S e vuole raggiungere il Monte San Giorgio è vecchio. Nel 2006 OTRMBC ha iniziato il progetto di segnaletica turistica ed ha posato nella regione i cartelli di benvenuto presso tutte le dogane in entrata nella regione, nonché sulla cantonale da N e sull'A2 nelle due direzioni.

Da quel momento era chiaro che la segnaletica direzionale doveva avere coerenza, ma lo svincolo di Mendrisio era in progettazione e d'accordo con la polcom si era deciso di attendere il termine dei lavori (inizialmente previsto per il 2009, data dei Mondiali) per quindi poter pianificare una segnaletica che contemplasse un senso di direzione e di circolazione del traffico valutato sulla base della nuova situazione viaria. Negli anni a seguire il tema è stato ripreso da OTRMBC più volte, ma solo nel 2016 abbiamo potuto avere ASTRA, uff segnaletica cantonale e polcom al tavolo e definire con loro il percorso del turista che vuole raggiungere il Monte San Giorgio e quindi la segnaletica direzionale necessaria. I lavori non sono finiti, ma tutto è stato chiarito e confermato.

COOPERAZIONE CON FOND. MSG, HOTEL SERPIANO, CAVE DI MARMO E CAMPEGGIO MERIDE

Con la Fondazione e con il museo in particolare i motivi di scambio e incontri sono stati molti, anche in considerazione dei progetti legati ad attività sviluppate con e attraverso WHES. Non sono mancati i momenti di incontro neanche con Hotel Serpiano, in particolare in merito ai temi bike e wellness. Per quanto concerne le cave OTRMBC ha cercato un contatto per cercare di capire l'offerta turistica che si vuole proporre in loco e che non è ancora consolidata, ma anche il tema degli eventi.

OTRMBC si è inoltre occupato della realizzazione del prospetto delle Cave con la linea della REGIONE DA SCOPRIRE.

Il campeggio di Meride è stato venduto da TCS ad una associazione che è già presente a Camino Spinirolo e che è interessata a sviluppare un'attività di ricezione turistica molto precisa, sostenuta dal tema del sociale e dell'integrazione per quanto concerne gli ambiti organizzativi, ma forse non solo.

OTRMBC ha tenuto contatti con questi partner ritenendoli strategici per il futuro dell'offerta turistica sul Monte San Giorgio.

PROCESSIONI STORICHE MENDRISIO

UNICHE CANDIDATE TICINESI ALLA LISTA DEI PATRIMONI IMMATERIALI CULTURALI UNESCO.

Nel 2013 OTRMBC ha realizzato il Flyer turistico delle Processioni. Nel 2014 ha realizzato il sito web in italiano. Nel 2015 le versioni D/E/F del sito web.

Nel 2016 OTRMBC ha assunto il ruolo di coordinatore del dossier di candidatura delle Processioni ed ha ricevuto il mandato dalla Fondazione (2016), confermato anche da parte del comune di Mendrisio nel 2017. Nel corso del 2016 OTRMBC ha quindi avuto diversi momenti d'incontro e di scambio con Fondazione e comune, ma anche con la resp del BAK per il dossier.

La prima versione in bozza del Dossier di candidatura, redatta in collaborazione con la funzionaria dell'ufficio di dialettologia e etnografia cantonale, è stata spedita al BAK a BERNA il 5 ottobre 2016, dopo essere stata approvata da Fondazione e comune.

Questo progetto è ritenuto STRATEGICO, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone!

Nel contempo

Inoltre OTRMBC ha lavorato come coordinatore delle attività delle Processioni legate a promozione e immagine, occupandosi di gestire il sito ed anche le comunicazioni. Ed ha organizzato la presenza delle Processioni presso la Coop di Tenero in occasione di un evento legato alle tradizioni.

OTRMBC ha anche cooperato attivamente con Museo d'arte Mendrisio per la realizzazione del progetto "Museo del Trasparente", che è poi stato inaugurato nel 2017.

Attualmente OTRMBC sta coordinando la possibile partecipazione delle Processioni in qualità di partner ad un progetto Interreg centrato sulle tradizioni viventi (coinvolti anche Passion, Beato, Santa Maria dei Miracoli, Museo civiltà contadina).

PROGETTI REGIONALI E CANTONALI

Per poter attingere a finanziamenti regionali e cantonali legati alla Politica regionale è essenziale avere un coordinamento ottimale con ERSMB che è tenuta a formalizzare il suo sostegno al principio del progetto ed all'interesse per la regione, anche quando i fondi vengono appunto stanziati dall'USE. Una seconda istanza che deve prendere atto della richiesta e dell'interesse di una regione è il "Tavolo del turismo", dove siedono i rappresentanti di USE, ATT, 4 OTR e 4 ARS. Questo gruppo di lavoro che si ritrova circa due volte/anno prende atto e conferma il proprio sostegno, considerando impatto, possibilità di collegamento con altri progetti regionali, interesse cantonale di sviluppo e chiaramente, interesse turistico.

Per quanto concerne l'anno 2016 OTRMBC ha cercato il sostegno di ERSMB per due progetti finanziati con fondi FPR: Grand Tour e Web-Story telling, ma anche per due progetti finanziati con fondi NPR: Analisi Bike e Analisi Monte Generoso.

PROGETTI 2016	PREVENTIVO PROGETTI (IVA INCLUSA)	Contributo OTRMBC	Contributo Cantone	Contributo partner	Contributo ERSMB (IVA non riconosciuta)	Contributo sponsor	Contributo Fondo Sentieri CH	CONSUNTIVO PROGETTI
ENJOY GRAND TOUR SNACK BOX e FOTO SPOT (513)	fr. 14'120.00	fr. 9'195.05	fr. 0.00	fr. 5'000.00	fr. 6'376.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 20'571.05
SENTIERO BELLAVISTA VETTA (515)	fr. 279'500.00	fr. 13'633.00	fr. 126'000.00	fr. 138'500.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 278'133.00
SENTIERO RISTORANTE VETTA variante 2 (518)	fr. 49'800.00	fr. 3'976.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 18'660.00	fr. 20'000.00	fr. 14'940.00	fr. 57'576.00
PANNELLI IN VETTA GENEROSO	fr. 8'100.00	fr. 1'242.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 6'858.00	fr. 0.00	fr. 8'100.00
STUDIO BIKE ALLEGRA (514)	fr. 34'560.00	fr. 3'456.00	fr. 31'104.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 34'560.00
TETTO VIA MASPOLI	fr. 31'239.90	fr. 25'869.90	fr. 5'370.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 31'239.90
STORY TELLING (516)	fr. 18'300.00	fr. 8'875.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 8'875.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 17'750.00
STORY TELLING e FOTO per WEB (517)	fr. 22'340.00	fr. 11'170.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 11'170.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 22'340.00
LINEA AUTOPOSTALE MERIDE-SERPIANO (520) i chf 18'360 sono stati fatturati direttamente al partner	fr. 21'600.00	fr. 3'240.00	fr. 0.00	fr. 18'360.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 21'600.00
STUDIO DELLA MESSA IN SCENA DELL'OFFERTA TURISTICA DEL MONTE GENEROSO (507)	fr. 44'366.00	fr. 4'436.60	fr. 39'929.40	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 0.00	fr. 44'366.00
TOTALI	fr. 523'925.90	fr. 85'093.55	fr. 202'403.40	fr. 161'860.00	fr. 45'081.00	fr. 26'858.00	fr. 14'940.00	fr. 536'235.95

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 aveva previsto di realizzare nel 2016 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), ma nel 2016 non ha potuto essere realizzato a causa di mancanza di sicurezza finanziaria e di tempo.

Anche per la realizzazione di questo progetto nel 2017 è stato chiesto un finanziamento con fondi FPR.

Nel frattempo è nata l'opportunità di lavorare con SUPSI ad un progetto Interreg che potrebbe permetterci di sviluppare altre esperienze come quella degli occhiali 3D al parco archeologico, in altri luoghi della REGIONE DA SCOPRIRE.

Questo progetto è ritenuto STRATEGICO, così come anche è stato indicato nel BP consegnato al Cantone!

FOX TOWN

Dal 2005 Mendrisiotto 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 stati inseriti eventi, manifestazioni, prodotti della regione. La presenza di questo Infopoint rappresenta per Mendrisiotto Turismo l'opportunità di promuovere la regione ed i suoi prodotti 7/7gg e l'apertura di questo punto informativo è promosso attivamente.

FoxTown sostiene il lavoro di OTRMBC e partecipa alle attività proposte. Nel 2016 abbiamo lavorato con FoxTown per la realizzazione delle NEWSLETTER.

SITO WEB

Purtroppo nel 2016 non siamo stati in grado di mettere online il nuovo sito per mancanza essenzialmente di tempo. Le ore investite su questo progetto sono state molte ed in pratica il lavoro è stato svolto da una sola persona, che come obiettivi di lavoro non aveva però soltanto il sito. Con l'introduzione di una persona iscritta ad un programma occupazionale da metà anno abbiamo potuto accelerare un po' i tempi. Grazie al cofinanziamento di ERS siamo riusciti anche ad elaborare un buon numero di testi in story-telling e a realizzare delle nuove foto che hanno arricchito di contenuti il sito.

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 ad Ersfeld a bordo di treni d'epoca.

Nel 2016 il Club del San Gottardo non ha potuto effettuare viaggi turistici per problemi di permessi sulla Valmorea.

Nel 2016 CSG è stato però presente con un'esposizione statica e con i partner-sponsor in due occasioni di comunicazione importanti: l'inaugurazione di AlpTransit e l'inaugurazione della stazione di Bellinzona.

OTRMBC ha collaborato ad entrambi i progetti ed ha inoltre realizzato i layout del materiale di comunicazione ed in particolare di tre prospetti.



AUTOPOSTALE

Nel 2016 OTRMBC ha appreso che la tratta Meride - Serpiano con Autopostale era stata soppressa e si è attivato per verificare conseguenze, interessi e possibilità di reintroduzione. È così nato un piccolo gruppo di lavoro composto da Fondazione Monte San Giorgio, Hotel Serpiano, comune di Mendrisio, Brusino e RSV, che con Autopostale ha siglato un accordo, ripreso anche nel 2017, per reintrodurre la corsa da maggio ad ottobre, cofinanziando l'operazione.

LAGO - PISCINE

Il **tavolo di lavoro**, costituito da Mendrisio 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, il sistema WIFI comune ed anche la passeggiata a lago (Bissone - Brusino).

Nel 2016, per il terzo anno, Autopostale, ha sostenuto il progetto di messa in rete lanciato da Mendrisio Turismo per presentare al pubblico, oltre ai lidi, anche la piscina di Chiasso.

Nel 2016 sono proseguiti i contatti con la navigazione per cercare di creare un prodotto di qualità, valutando al meglio le opportunità e necessità dei diversi comuni.

ITINERARI BIKE

Da tempo OTRMBC sta discutendo con il Cantone in merito alla necessità di creare degli itinerari dedicati ai biker.

I tempi però non erano maturi. Ora il Tavolo del Turismo ha discusso ed espresso l'interesse di tutto il Cantone a creare una vera offerta turistica legata al mondo dei biker, riconoscendo un potenziale a livello cantonale. La società Allegra Turismo è stata quindi incaricata da Bellinzona - Locarno e Lugano Turismo di fare un'analisi e sviluppare dei progetti. Questo lavoro di analisi finalmente nel 2016 ha potuto essere fatto anche nella nostra regione, che è stata coinvolta con due workshop organizzati per ricevere input ed avere uno scambio informativo. Nel frattempo OTRMBC ha cercato una soluzione per poter proporre sul Generoso ed in particolare dalla vetta un itinerario alternativo al nuovo sentiero sul quale non si vorrebbe transitassero le bici. Inoltre OTRMBC ha discusso con Hotel Serpiano e Ferrovia Monte Generoso del progetto di diventare due destinazioni per biker ed ha anche iniziato a togliere la segnaletica di due dei quattro tracciati per biker creati nel 2005, che partivano dalla stazione di Mendrisio.

Il nuovo tracciato Laveggio è stato verificato e la nuova segnaletica che permetterà l'entrata nella lista dei tracciati di Swis-smobile è listata.

Dal primo documento rilasciato da Allegra emerge il bisogno di lavorare sui tracciati e nel 2017 OTRMBC lo farà.

Il progetto è sostenuto da ERS e da USE.

IL SENTIERO BELLAVISTA - RISTORANTE

In particolare, lavorando in stretto contatto con gli uffici del DT, OTRMBC ha potuto far preparare un progetto dalla ditta Comal SA e quindi trovare il necessario consenso in merito al cofinanziamento da parte dei comuni e di tutti coloro che erano coinvolti con sottostrutture. Preparato il bando di concorso e definita la ditta incaricata dei lavori, che è stata la ECO 2000, i lavori hanno preso il via nell'autunno 2016 e sono terminati nella primavera 2017.

Questo lavoro è stato reso possibile grazie alla collaborazione ed all'interesse condiviso da parte di più attori

IL SENTIERO RISTORANTE - KULM

OTRMBC ha fortunatamente potuto trovare un partner sensibile ed interessato al territorio nel club di servizio dei Lions Club Mendrisio, che ha deciso di sostenere questo importante lavoro. Un altro aiuto è stato quindi trovato nel Fondo svizzero per i sentieri e nell'ERS.

Del lavoro di sistemazione del tracciato è quindi stata incaricata la ditta Medici SA, mentre i pannelli in Vetta, che richiamano il tema della REGIONE DA SCOPRIRE, sono stati realizzati dalla ditta Variante SA. I lavori sono stati realizzati a cavallo tra il 2016 e il 2017.

IL SENTIERO MERIDE - PARCO ARCHEOLOGICO TREMONA

OTRMBC si è adoperato al fine che il sentiero venisse inserito nella lista dei sentieri della rete ufficiale e s'occuperà quindi della manutenzione del tracciato, mentre all'interno del perimetro del parco sarà UTC Mendrisio a fare la manutenzione. Avviata la procedura ufficiale e definita la segnaletica, Mendrisio ha pagato la segnaletica e OTRMBC l'ha posata. Alcuni interventi sul terreno da parte di OTRMBC sono stati fatti per sistemare i punti d'entrata e uscita dal parco.

IL SENTIERO DELLE GUARDIE DA SESEGLIO A PEDRINATE

OTRMBC ha sostenuto il progetto di Chiasso che intendeva valorizzare il tracciato ed inserirlo nella rete cantonale sentieri. Avviata la procedura ufficiale il tracciato è stato realizzato in tre tappe, di cui l'ultima nel 2016. Chiasso ha pagato la segnaletica e OTRMBC l'ha posata. Inoltre OTRMBC ha proposto a Chiasso, che voleva valorizzare il PUNTO SUD, di posare un'installazione - Fotopoint con l'immagine di Morsetta, la guida virtuale della REGIONE DA SCOPRIRE. Sentiero e punto sud sono stati inaugurati a settembre 2016.

IL SENTIERO DELLE CAVE DI ARZO

OTRMBC ha sostenuto il progetto del patriziato di Arzo che intende valorizzare il tracciato che dall'anfiteatro sale nelle cave ed ha lavorato per inserirlo nella rete cantonale sentieri. Avviata la procedura ufficiale per la modifica del tracciato, la segnaletica è stata corretta ed ora la manutenzione del tracciato è a carico di OTRMBC, mentre la manutenzione delle cave è a carico dell'UTC di Mendrisio.



HOSPITALITY MANAGER

Avevamo segnalato che il Tavolo del turismo aveva approvato formalmente il finanziamento di questa nuova funzione-posizione, in seguito assunta da Emanuele Patelli. Il progetto lanciato da ATT e condiviso da OTR, HotelerieSuisse e Gastroicino, ambisce a colmare una lacuna di competenze latente nel settore turistico ticinese ed in particolare nel settore alberghiero.

L'Hospitality Manager nel corso del 2016 ha iniziato la sua attività e ha incontrato anche alcune delle strutture alberghiere della nostra regione. Li ha ascoltati, si è confrontato con loro, ha formulato suggerimenti e proposte per migliorare aspetti legati al posizionamento, alla vendita, all'immagine, al prodotto, alla logistica, alla gestione ed anche alla pianificazione degli investimenti.

Una figura importante che OTRMBC ha apprezzato per la collaborazione e con la quale intende collaborare anche nel 2017.

CARTA TURISTICA E WELCOME CARD

Nel corso del 2016 OTR Bellinzona e Valli ha ricevuto l'incarico di analizzare il prodotto carta turistica con l'idea di migliorarlo e di aumentare il numero delle carte utilizzate. Quindi nel 2016 la Carta turistica non è stata proposta al pubblico. Nel corso del 2016 è pure nata l'idea di Ticino Ticket che è stata discussa da ATT e OTR e che è quindi stata implementata dal 2017.

Nel 2016 la nostra OTR ha proposto la Welcome Card regionale ed ha ricevuto da GastroMendrisiotto la richiesta di approfondire il tema dell'offerta relativa agli sconti proposti, coordinando un certo numero di incontri anche con SCM con lo scopo di definire l'offerta della Welcome 2017.

Il progetto 2017 è quindi stato portato avanti unicamente con GastroMendrisiotto perché SCM non ha più dato riscontri in merito.

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 uno-due apprendisti e uno stagionale 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 il nostro primo apprendista.



COOPERAZIONI E PARTNER

Ricordiamo che Mendrisiotto Turismo è un partner interessato a quanto accade nel territorio. Progetti come L'AULA NELLA CAVA DI ARZO, VIGINO, IL RECUPERO DELLE FORNACI DI RIVA SAN VITALE, VIGINO e LA PASSEGGIATA LAGO, 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.

Nel 2016 è terminato il lavoro del gruppo che ha discusso il documento PAM3, dove siamo stati presenti nel corso degli ultimi 3 anni per affrontare le tematiche legate agli attrattori turistici ed alla mobilità regionale.

Prosegue l'impegno di OTRMBC nei gremi nazionali dell'Associazione svizzera dei manager del turismo e della giuria MILESTONE.

MEDIA

Nel 2016 OTRMBC ha realizzato 21 comunicati stampa, reperibili su web, di cui 11 realizzati per e con partner e 12 conferenze stampa. Inoltre abbiamo:

- redatto i testi per articoli di promozione degli eventi; Mangialonga, Anno Domini,
- inaugurazione Parco Archeologico,
- inaugurazione Punto sud
- inaugurazione sentieri in vetta al Monte Generoso
- collaborato con riviste come Reservé, Sapori Ticino, Ticino Welcome, Rivista del Mendrisiotto, Ticino Magazine, Azione, Ticino Reiseführer e Magic Lake of Como, producendo anche testi pubblicati
- fatto numerose interviste media, radio e tv, tra queste 3 dirette esterne della RSI e un articolo su Ticino Management Donna
- procurato materiale fotografico a diverse testate, anche internazionali
- presentato 5 giovani leve al concorso svizzero Milestone indetto da Hotelrevue
- presentato il progetto del filmato in 3D al concorso svizzero Milestone indetto da Hotelrevue
- inserito nuovi 8 articoli nella sezione DICONO DI NOI su web
- collaborato con ATT e ST per accogliere stampa nella regione (es. Kilimangiaro al Parco Gole Breggia)

RISULTATI 2016

Per i commenti mi rifaccio alla parte introduttiva del rapporto. Di seguito i dati relativi a alberghi e campeggi.

	ANNO 2016	ANNO 2015	ANNO 2013
Alberghi 4-5 stelle	12'635	11'305	29'797
Alberghi 1-3 stelle	95'541	98'524	105'666
Campeggi	27'791	25'654	30'857

Da considerare che Ferrovia Monte Generoso non è stata operativa nel 2016.

Mentre che per quanto concerne i risultati di LIDI e MUSEI in generale l'affluenza di pubblico è stata definita buona.

COMMENTO FINALE

Gli investimenti nel settore turistico che sono stati fatti in questa regione sono tanti e tutti molto importanti.

Nel commento al preventivo indicavo una certa apprensione per questo che si presentava come un anno impegnativo nel corso del quale avremmo dovuto confrontarci con nuovi progetti, ma una incertezza finanziaria che chiaramente condizionava la prospettiva di sviluppo dei molti progetti in cantiere.

Abbiamo affrontato il 2016 con coraggio e determinazione. Ci siamo impegnati per trovare partner e soluzioni che sono frutto di un grande lavoro di coordinamento e di promozione all'interno della regione.

Ciò che abbiamo saputo fare e che portiamo oggi a conoscenza dell'assemblea ci fa sentire orgogliosi perché non era per nulla scontato riuscire ad ottenerlo.

Con un po' di fortuna e grazie anche alla concorrenza di molti fattori, il Ticino ha riacquisito attrattività agli occhi dei turisti e anche la nostra regione ha potuto beneficiare di un miglioramento dei risultati generali 2016.

Con il sostegno dei comuni e di ERS, con l'aiuto finanziario loro e del Cantone, con i molti sostenitori, sponsor e cofinanziatori che ci hanno sostenuto per progetti puntuali e per l'insieme delle attività 2016, abbiamo potuto consolidare progetti impegnativi portandoli a realizzazione e quindi a favore dell'offerta turistica regionale.

La prevista apertura del Monte Generoso ha portato una ventata di positività e fiducia nella regione, ne siamo convinti e sull'onda di questa positività molte sono le situazioni che si sono sbloccate., permettendoci di raggiungere davvero un numero importante di traguardi e lavorare sull'offerta, sul prodotto turistico.

Un ringraziamento va quindi a tutti: comuni, ERS, enti, fondazioni, partner, Cantone e agli sponsor FoxTown e Lions Club, per la fiducia, per il sostegno, per avere capito che insieme si può riuscire davvero! Il fatto che attraverso la loro collaborazione e il loro sostegno ci venga manifestata la volontà di mettere a frutto le nostre competenze e il nostro ruolo, è importante per lo sviluppo turistico di questa regione, che resta ancora tutta da scoprire!

Il secondo ringraziamento va al mio team. Lo scorso anno è stato difficile per loro non solo per via della mole di lavoro, ma anche perché due di loro hanno dovuto essere assenti per motivi di lavoro per dei lunghi periodi, lunghi mesi nel corso dei quali la loro assenza è stata particolarmente sentita dal resto del team. Un team che, anche quando ridotto per questioni di forza maggiore, come sempre, ha tenuto il colpo e si è impegnato per tenere il passo con il ritmo sostenuto con il quale abbiamo lavorato.

La lista delle attività svolte e la qualità dei risultati è davvero importante ed il nostro è un piccolo team, al quale lo scorso anno abbiamo fortunatamente potuto affiancare delle persone che hanno svolto da noi dei periodi di programma occupazionale, perché senza di loro e con le assenze prolungate indicate sopra, non sarebbe stato possibile raggiungere gli obiettivi che abbiamo raggiunto.

Un grazie a Ticino Turismo e alle altre OTR, ai diversi gruppi di lavoro cantonali e nazionali per il lavoro svolto insieme a noi, per la condivisione e la maturazione di progetti che riteniamo importanti per la nostra regione e per il Ticino turistico.

Concludo ringraziando i membri del Consiglio d'amministrazione, per l'appoggio e per condividere con me la certezza che il lavoro che la nostra OTR sta sviluppando è da considerarsi positivo per la Regione.

Mendrisio, giugno 2017

ORGANIZZAZIONE TURISTICA REGIONALE MENDRISIOTTO E BASSO CERESIO



Nadia Fontana - Lupi

Direttrice Mendrisiotto Turismo
