

Relazione della Direttrice.

INTRODUZIONE

Malgrado...

- i risultati particolarmente positivi registrati nel 2018 a livello cantonale e anche regionale...
- nel 2018 siano state introdotte alcune importanti novità che si poteva ritenere avrebbero avuto uno sviluppo positivo nel corso degli anni a seguire, come l'apertura di AlpTransit ed anche l'introduzione del Ticino Ticket...
- le previsioni a livello svizzero ed a livello cantonale parlassero a favore di una ripresa dopo diversi anni caratterizzati da un trend negativo...
- a livello regionale avessimo considerato che l'apertura del Fiore di pietra ed il rinnovo dell'offerta escursionistica sul Monte Generoso, l'inaugurazione del Teatro dell'Architettura, i Campionati Europei di Corsa d'Orientamento ed anche il rinnovo di alcune strutture ricettive con investimenti mirati ad un miglioramento dell'offerta o al rilancio con nuove gestioni, avrebbero potuto concorrere a totalizzare un risultato positivo in termini di pernottamenti...

Malgrado tutte queste premesse, la realtà riporta di un risultato 2018 non soddisfacente, che non siamo riusciti ad influenzare e che molto probabilmente non avremmo in nessun caso potuto influenzare...

Se da un lato potremmo riconoscere alcuni macro fattori che hanno influenzato il risultato generale cantonale, portando ad una riduzione del 7% il numero dei pernottamenti alberghieri rispetto al 2017, ritengo sia assolutamente più facile determinare l'influenza diretta sul risultato regionale di alcune strutture, chiuse per fallimento, cambio gestione o impegnate in importanti lavori di rinnovazione nel corso del 2018, come è stato il caso dell'Hotel Milano. Questo ha chiuso in ottobre e riaprirà, interamente rinnovato per riprendere la sua attività più motivato che mai a partire da fine giugno.

Senza dimenticare di considerare l'importante impatto risultante dall'acquisizione di strutture da parte di nuove proprietà, che ora devono integrarsi e devono apprendere i trucchi del mestiere per ottenere risultati migliori di quelli ottenuti nel 2018. Ricordando infine che nella nostra regione è stata registrata una diminuzione di 18'563 pernottamenti alberghieri, a fronte di un piccolo numero di strutture che hanno invece lavorato bene e che hanno comunque ottenuto nel 2018 un risultato migliore o in linea con l'anno precedente, come è stato il caso dell'albergo Zen, del Garni Cherry, dell'albergo La Palma, della Vecchia Osteria, della Stazione di Maroggia e dell'Hotel Serpiano. Strutture con le quali ci complimentiamo chiaramente per lo sforzo, l'impegno ed anche per il risultato raggiunto.

Ripensando agli argomenti che avevo proposto all'attenzione dell'assemblea in occasione della presentazione del preventivo 2018 non posso quindi esimersi dal dire che in generale le nostre previsioni sono state sconfessate, ricordando anche che la percezione d'incertezza in merito ai cambiamenti in atto di cui avevo parlato, è stata invece confermata. La conclusione resta quindi quella che, ancora una volta, l'unico punto fermo resta il lavoro in ambito turistico che si fa in una regione, il prodotto che si sviluppa, si cura, si prepara per accogliere gli ospiti. Un prodotto che ha necessità di evolvere malgrado tutto, un prodotto nel quale è necessario investire, in modo particolare per mantenere alta la "reputazione" di una destinazione turistica. Un prodotto che oggi più che mai è importante gestire con professionalità e lungimiranza anche nella nostra regione, dove vi è ancora molto lavoro da svolgere. Se le competenze e la visione dei responsabili delle strutture ricettive non evolvono con i tempi e le situazioni, con l'obiettivo di risultare attuali e performanti, se i singoli imprenditori non pianificano e completano i necessari investimenti, in futuro altre strutture saranno destinate a chiudere, con importanti conseguenze anche per la nostra organizzazione turistica, che pur consapevolmente cerca da numerosi anni di offrire il necessario sostegno. La flessibilità e lo spirito d'innovazione dovranno essere sempre più presenti nel nostro settore, a tutti i livelli perché le incognite sono molte... perché non sappiamo proseguirà l'evoluzione dell'utilizzo di AlpTransit, in particolare da parte dei turisti confederati nel futuro, ma non conosciamo neanche con quale frequenza potrebbero arrivare in Ticino per degli eventi o momenti di svago che non prevedono forzatamente un soggiorno...

La nostra regione è piccola ed è fragile in quanto, malgrado l'eccezionalità di alcuni prodotti ed offerte turistiche, il ridotto numero di pernottamenti ci preclude a priori la possibilità d'incassare e quindi d'investire maggiormente nella promozione per fare conoscere un angolo del Ticino che è davvero "La Regione da Scoprire", impedendoci infine di sviluppare progetti utili a consolidare l'offerta e le collaborazioni regionali. Fino al 2014 abbiamo potuto contare su un importante contributo di NCKM SA/PROMO. Con questi fondi di pubblica utilità, abbiamo potuto pianificare e lavorare con serenità, sviluppando l'offerta e consolidando gli investimenti nella comunicazione. La situazione è però cambiata e da allora viviamo un momento di grande incertezza e questo non ci permette di pianificare veramente sul medio-lungo termine. Un sentito ringraziamento per la sensibilità e per l'attenzione nei confronti della nostra

situazione va quindi ai nostri sostenitori ed in particolare a Fox Town, che si è sempre dimostrato un partner presente ed affidabile. Assolutamente provvidenziale infine è stato il fatto che nel 2017, come anche nel 2018, Casinò Admiral per tramite di NCKM SA/PROMO, abbia deciso di mettere a nostra disposizione fondi di pubblica utilità. È unicamente grazie a questi fondi se nel 2017 e 2018 abbiamo potuto sviluppare il nostro piano d'attività e affrontare innumerevoli imprevisti legati a fattori esterni e non direttamente legati alla nostra attività, come la necessità di traslocare in Via A. Maspoli.

Nelle schede a pagina 22-23 che riportano i risultati del 2018, edite da O-tur, trovate molte informazioni interessanti relative agli ospiti che hanno soggiornato nella regione nel 2018.

Fortemente motivati a presentare ciò che di bello ed importante ha da offrire la nostra regione dal punto di vista turistico, nel 2018 abbiamo sviluppato il piano d'attività così come era stato preventivato. La nostra Product Manager Benji Katz Roncoroni ha lavorato fianco a fianco con Ticino Turismo, le altre OTR ed anche con i partner del territorio e grazie alla sua motivazione non abbiamo riscontrato difficoltà nel portare a termine i nostri compiti, anche se la nostra struttura è davvero molto ridotta rispetto a quella delle altre OTR e lo sforzo prodotto è stato davvero notevole. La nostra grafica Giulia Cereghetti Garcia ha invece portato a termine la sua gravidanza a giugno ed è stata sostituita nei mesi del congedo maternità da una nostra ex stagista, Giovanna Spena, che è rimasta con noi fino al momento del rientro al lavoro. Al rientro dopo la nascita di Samia, Giulia ha quindi ridotto il suo contratto lavorativo al 50% e così a partire da ottobre 2018 abbiamo completato il team introducendo una nuova figura, con competenze molto utili ai processi di comunicazione e marketing che vengono via via sempre più utilizzati nel nostro settore. La nuova collaboratrice che ha assunto il ruolo di "content manager" con un contratto di lavoro al 50%, si chiama Laura Righettoni e il suo ruolo completa così le nostre competenze in qualità di organizzazione turistica regionale. I contenuti digitali ed emozionali sono diventati strumenti di comunicazione attiva assolutamente indispensabili ed il primo incarico di Laura è stato quello di iniziare a sistemare e migliorare il nostro sito web, sia per quanto concerne i contenuti che la visibilità degli stessi, in quanto sappiamo che questo è un punto ancora debole della nostra attività di comunicazione, che richiede grande impegno ed anche competenze che sin qui non avevamo a disposizione. Considerata l'importanza del settore escursionistico, con il supporto del nostro caposquadra Federico Cattaneo, abbiamo quindi deciso di potenziare l'attività sui sentieri e di rivedere l'organizzazione del servizio, occupandoci anche di rafforzare i già ottimi rapporti con i comuni della regione, di seguire alcuni importanti progetti escursionistici che potremmo definire strategici ed approfondendo la valutazione della possibile realizzabilità di itinerari per bike sia sul Monte Generoso che sul Monte San Giorgio. Infine con il supporto e la collaborazione di Serena e Luca abbiamo potuto occuparci dell'organizzazione dell'Infopoint del parco archeologico, che ge-

stiamo su mandato del comune di Mendrisio ed abbiamo potuto seguire progetti importanti come la Rassegna Gastronomica e i due progetti Interreg che sono stati confermati a fine 2018. I mansionari di tutto il personale di OTRMBC resta comunque un tema attuale sul quale dovremo chinarci a breve per aggiornare compiti e responsabilità dei singoli, perché anche all'interno del nostro team le situazioni evolvono ed evolveranno ancora in futuro. Cambiamenti che saranno richiesti in quanto serviranno nuove competenze utili a supportare le tendenze negli ambiti della comunicazione digitale e la creazione di prodotti utili ad essere presentati a target sempre più precisi e ci imporranno di ripensare alla nostra struttura per essere in grado di agire con efficacia anche in futuro.

Malgrado i diversi accadimenti, il nostro team ed ognuno nell'ambito delle proprie competenze, ha quindi lavorato nel corso dell'anno tenendo presente, oltre agli obiettivi personali definiti con la direzione, anche i macro obiettivi di OTRMBC che sono:

- **visibilità**
- **sviluppo, rafforzamento e messa in rete del prodotto**

Molte energie nel 2018 sono state comunque investite per gestire le questioni che abbiamo dovuto affrontare a seguito del fallimento del nostro ex affittuario di via Maspoli, ma soprattutto organizzare e realizzare il trasloco del nostro ufficio da via Lavizzari (dove eravamo dal 2005) al piano terra di via Maspoli. Considerato che per lunghi mesi abbiamo dovuto tenere in deposito il materiale lasciato dal nostro affittuario e che siamo riusciti comunque a mantenerci attivi durante tutto il periodo di transizione da un ufficio all'altro, senza perdere un giorno di lavoro, ritengo che anche questo capitolo sia stato gestito in maniera molto proficua e senza provocare particolari scossoni. Lo stabile di via Maspoli è stato sistemato grazie all'impegno del personale della nostra squadra sentieri ed i lavori sono stati prevalentemente svolti dallo stesso gruppo, con un importante contenimento dei costi a carico di OTRMBC, costi che sono stati ridotti al minimo.

Mantenendo inalterati i nostri obiettivi e le strategie che abbiamo identificato e presentato con il Business Plan 2015-2019, nel corso del 2018 abbiamo anche preparato il Business Plan 2020-2023 che ora, seguendo la prassi, è stato consegnato a ERSMB che deve approvarne i contenuti. Un lavoro impegnativo che è stato sviluppato passo-passo con il nostro Consiglio d'amministrazione e con la collaborazione della nostra Product Manager, che a sua volta dovrà tenerne conto nella preparazione dei Piani d'attività che saranno sviluppati di anno in anno con ATT e con le altre OTR.

LA STRATEGIA REGIONALE

I campi strategici e i progetti identificati dalla nostra OTR per il periodo 2015-2019 ricordiamo che sono:

ENOGASTRONOMIA

Piattaforma agroalimentare e sviluppo per il posizionamento regionale.

MONTE GENEROSO

Progetto di analisi "Messa in scena" Esperienza turistica.

MONTE SAN GIORGIO

Progetto di sviluppo "Messa in scena" Esperienza turistica.

PROCESSIONI DELLA SETTIMANA SANTA

Candidatura ai Patrimoni immateriali.

ATTIVITÀ 2018. IL PRODOTTO DEI CAMPI STRATEGICI

Per quanto concerne i campi strategici per il 2018 avevamo previsto di lavorare su una serie di progetti prioritari.

Enogastronomia

- comitato direttivo del nuovo CENTRO DI COMPETENZE AGROALIMENTARE CANTONALE, costituito nella primavera del 2016;
- collaborazione con il promotore dell'iniziativa MENDRISIOTTO-TERROIR, in particolare per la proposta Bike'n wine
- collaborazione con TicinoWine e Casa del Vino
- collaborazione con GastroMendrisiotto
- gestione del segretariato-organizzativo della Rassegna Gastronomica del Mendrisiotto e Basso Ceresio
- collaborazione con Mangialonga, Agrob Blues, Festa della Musica, Sagra del Borgo
- FOOD TRAIL

Messa in scena esperienza turistica sul Monte Generoso

- terrazza alla Bellavista/Armirone, abbiamo preparato una proposta per un progetto che è stato sottoposto all'attenzione del PUC
- sentieri Bike, dopo lo Studio di Allegra, nel 2018 è stata fatta un'ulteriore indagine da parte di COMAL per determinare il possibile tracciato. Dopo diversi tentativi e valutazioni di varianti, sembra essere stato identificato, ottenendo anche il benessere del PUC
- i sentieri Rovio-Bellavista e Roncapiano-Nadigh sono stati sistemati come previsto
- albergo diffuso, lo studio come indicato nel capitolo collaborazioni con ATT, è stato avviato ed anche concluso
- progetto Interreg LA REGIONE DA SCOPRIRE, capofila SUPSI, è stato presentato ed approvato, in attuazione dal 2018.

Messa in scena esperienza turistica sul Monte San Giorgio

- terrazza Valmara, è stata realizzata dalla FMSG
- rotonda Rancate (progetto inserito nel doc di analisi, sviluppato ora da FMSG), non è stato realizzato
- offerta noleggio E-Bike e punti ricarica (progetto in sviluppo con FMSG e CRTM), non è stato realizzato
- funivia Serpiano (progetto inserito nel doc di analisi, da strutturare con H.Serpiano), non è stato realizzato
- sentieri Bike, dopo lo Studio di Allegra, in accordo con Hotel Serpiano e con il sostegno di molti altri partner regionali, abbiamo potuto approfondire con COMAL lo studio di un tracciato e di elementi d'interesse che hanno ottenuto anche il benessere del DT.

Parco archeologico di Tremona-Castello

- gruppo di lavoro tecnico e politico con capofila Mendrisio ha proseguito gli incontri e lo sviluppo del progetto
- sviluppo progetto 3D per occhiali in coop con gruppo di lavoro tecnico, è stato realizzato del nuovo materiale nel corso del 2018 che è stato però inserito negli occhiali solo nel 2019
- gestione Infopoint a Tremona, Mendrisio ha confermato il suo mandato a OTRMBC per gli anni 18-20.

Cave di Arzo

- gruppo di lavoro per sviluppo offerta con capofila Patriziato e Cavaviva, ha continuato ad incontrarsi, ma poi è stato sciolto
- progetto itinerario didattico, sono stati posati i pannelli
- progetto lancio cave, non è stato realizzato
- progetto eventi 2018, è stato realizzato il progetto evento con lo spettacolo di Cainero-Hutter.

Processioni della Settimana Santa di Mendrisio

- mandato della Fondazione Processioni storiche e di Mendrisio per preparazione dossier candidatura a OTRMBC è stato dato
- collaborazione con Fondazione, Mendrisio, DECS e BAK, è stata portata avanti nel corso di tutto l'anno
- collaborazione con Museo d'arte per Museo del Trasparente, è stata portata avanti nel corso di tutto l'anno
- filmatino 3D presentazione dei trasparenti, è stato realizzato e presentato
- filmatino di promo turistica delle Processioni, è stato realizzato e presentato
- progetto Interreg Vo.Ca.Te, capofila Cantar di pietre, è stato presentato ed approvato, in attuazione dal 2018.

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 però 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.

Nel 2017 abbiamo lanciato il nuovo sito emozionale www.laregionedascoprire.ch. Nel 2018 abbiamo preparato nuovi contenuti per arricchirlo e la versione offline è stata inserita su 8 totem touch screen che, a loro volta, sono stati inseriti in alcuni punti strategici della regione ed in particolare il più vicino possibile ai 7 luoghi che vengono principalmente promossi con il progetto La Regione da scoprire. Gli spazi dedicati all'informazione emozionale della regione sono stati resi identificabili grazie all'allestimento di isole informative personalizzate all'interno delle quali sono stati posizionati i touch screen. Per presentare l'idea della messa in rete delle attrazioni e il valore dello sviluppo di una comunicazione emozionale, che presenta contenuti di grande qualità e utilizza anche le nuove tecnologie, il 18 ottobre 2018 è stato organizzato un evento di presentazione al quale sono stati invitati i partner tecnologici che hanno cooperato con OTRMBC e gli operatori turistici del territorio.



ATTIVITÀ 2019. LE COLLABORAZIONI CON...

ATT e altre OTR

Dal 2015, data d'entrata in vigore della nuova legge sul turismo, la collaborazione tra OTR e ATT per la preparazione del piano d'attività marketing è aumentata di molto, così come anche il lavoro per sviluppare l'integrazione d'attività tra OTR e partner. Così come definito dalla legge, la commissione marketing cantonale, composta dai direttori delle 4 OTR e di ATT, lavora praticamente tutto l'anno alla preparazione del Piano d'attività dell'anno successivo, mentre si sviluppano le attività previste dal Piano d'attività dell'anno in corso. Gli incontri tra OTR e ATT sono frequenti, così come anche gli scambi puntuali legati ad azioni da sviluppare.

Questa strategia cantonale definita per il periodo 2015-2019 prevede che, per quanto concerne il mercato svizzero, l'investimento in mezzi finanziari sia totalmente a carico di Ticino Turismo, mentre tutte le OTR collaborano alla realizzazione del programma. Per quanto concerne gli altri mercati, definiti sulla base delle esigenze delle singole OTR, questi vengono principalmente lavorati con il supporto di Svizzera Turismo, che risulta in questo caso il partner di riferimento per Ticino Turismo e per le OTR. Qui il modello di collaborazione prevede una compartecipazione al finanziamento delle singole attività scelte dalle OTR nell'ordine del 70% dei costi.

Tra i progetti cantonali, ritenuti d'importanza strategica, condivisi e compartecipati dalle OTR ed anche cofinanziati, ricordiamo il Ticino Ticket che è stato riproposto per il secondo anno. Un prodotto molto importante che permette ai turisti di utilizzare il sistema di mobilità pubblica ticinese a costo zero e di ottenere prezzi scontati per acquistare i biglietti per le principali attrazioni turistiche cantonali. Un progetto che ci permetterà in futuro di leggere e comprendere i movimenti dei turisti all'interno del Cantone per arrivare a prospettare la definizione di nuovi strumenti di marketing.

Ticino Ticket stampati nel 2017 = 538'511

Ticino Ticket stampati nel 2018 = 540'000



 -30%							
 -20%							

Nel 2018 nella nostra regione abbiamo inoltre avuto modo d'incontrare in modo regolare l'Hospitality Manager che ha offerto la sua collaborazione a diversi imprenditori locali per lo sviluppo di progetti legati a rinnovi o a sviluppo di nuove attività ricettive. Tra i progetti di particolare importanza che la nostra OTR ha sviluppato nel corso del 2018 anche quello dell'Albergo Diffuso. Un progetto ritenuto di valenza strategica per lo sviluppo dell'offerta ricettiva del Monte Generoso e della Valle di Muggio che ha ottenuto un importante finanziamento cantonale ed ha permesso d'incaricare la società CONIM d'accompagnare il gruppo di lavoro capitanato dall'OTR e coadiuvato dall'Hospitality Manager che ha lavorato per quasi un anno con i promotori del progetto di Scudellate e del Caviano per definire i contorni di un progetto che si sta delineando sempre più innovativo ed attuabile.

In collaborazione con ATT sono inoltre state sviluppate le attività legate ai mercati da noi scelti per il 2018, che sono stati confermati essere Italia, Germania e Cina, mercati ai quali si è aggiunto per la prima volta anche i Paesi del Golfo (GCC) che interessava particolarmente al nostro partner Ferrovia Monte Generoso.

Le campagne trasversali programmate da Svizzera Turismo (Estate, Swiss Cities, Famiglie, UNESCO, Wellness, Grand Tour of Switzerland, ecc) sono state sostenute in modo differenziato da ATT e OTR, come pure i viaggi stampa (blogger, influencer e media tradizionali), quelli dei Tour Operator e del Turismo d'affari.

In particolare il Piano d'attività 2018 ha contemplato le seguenti attività:

SVIZZERA

- Bike days Soletta
- Sommerkampagne
- Herbstkampagne

MICE

- Ticino Open Doors

GERMANIA

- Louis
- ADAC classic

ITALIA

- Go Ticino

CINA

- China star

GCC

- Workshop Switzeland

Molti contatti con Media e influencer che abbiamo accompagnato nella scoperta della regione e delle attrazioni che avevano attirato il loro interesse o che sono in linea con loro attività media.

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 definite nelle strategie condivise a livello cantonale, è totalmente a carico di ATT, ma nel direttivo resta il rappresentante di OTRMBC.

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. OTRMBC siede nel comitato direttivo del 2010 e dal 2017 ha assunto la vice presidenza.

Per l'anno 2018 le attività sviluppate sono state:

- Partecipazione al progetto Grand Tour of Switzerland;
- Partecipazione al progetto delle Giornate del Patrimonio, 3a ed.;
- La realizzazione di VOUCHER per ogni luogo legato agli 11 Patrimoni e distribuzione attraverso i tour operator;
- Collaborazione con SWISS TRAILS per il catalogo 2017 con una doppia pagina di promozione dei Patrimoni e con la messa a disposizione di Voucher da proporre al cliente;
- Collaborazione con Svizzera Turismo per tutte le attività di PR e MEDIA, nonché gli aggiornamenti dei contenuti.

In occasione dell'odierna assemblea avremo ospiti a Mendrisio i rappresentanti di WHES che ci presenteranno i nuovi statuti, il nuovo ruolo ed i nuovi compiti che WHES ha deciso di assumere a partire dal 2020. Quanto sarà presentato è il risultato di un intenso anno di lavoro che ha visto coinvolto il comitato e il responsabile dell'ufficio signor Kaspar Schürch, che hanno elaborato le nuove strategie recentemente approvate dall'assemblea dei soci.

A pagina 36 di questa relazione assembleare troverete una presentazione di WHES con dettagli relativi a obiettivi ed attività 2018, nonché alle novità che concernono il prossimo futuro.

Grand Tour of Switzerland

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 Innoutour si è occupata del prodotto fino a fine 2016 e solo a partire dal 2017 anche del marketing. OTRMBC siede anche nel direttivo dell'associazione dalla sua costituzione.

Grazie alle attività di promozione organizzate dall'associazione nazionale tutto il tracciato e le sue eccellenze sono stati promossi a livello internazionale e nazionale. L'obiettivo dell'associazione resta quello di far in modo che GrandTour of Switzerland diventi uno dei 5 più importanti TOUR al mondo.

Per quanto concerne le attività svolte nel 2018 si è trattato soprattutto di investimenti nazionali ed internazionali nell'ambito della comunicazione, principalmente sviluppati in stretta collaborazione con i responsabili di Svizzera Turismo nei mercati d'interesse per il progetto, che sono essenzialmente i mercati di prossimità.

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 FoxTown, questo strumento ci ha sicuramente permesso anche di promuovere la regione ed i suoi prodotti.

Come nel 2017, anche nel 2018 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 ripetuto la nostra partecipazione ad ErlebnisTessin (progetto coordinato da ATT), Cantine aperte (con ATT e OTR in coop con TicinoWine) e Inverno gastronomico (con GastroTicino).

in "SOLUM"

Grazie anche ai fondi di pubblica utilità ottenuti nel 2018 abbiamo potuto investire in qualche attività divulgativa supplementare, queste non hanno comunque potuto aumentare il numero delle attività nei diversi mercati seguiti da Ticino Turismo, poiché le scadenze per confermare la nostra presenza erano ormai passate. Accanto quindi alle attività di promozione legate ad Autopostale, Jazz Matinée, Ticino a Tavola, Ticino Reise Führer, Ticino top ten SopraCeneri e Ticino top ten SottoCeneri con copertina personalizzata, nel 2018 abbiamo anche partecipato alla realizzazione di una serie di pagine inserite nel libro "Leben, Wohnen und Geniessen im Tessin".

Abbiamo inoltre deciso di cooperare attivamente con la promozione di EVENTI della regione utilizzando la piattaforma proposta dalla TILO e di siglare degli accordi di collaborazione con TIPPS WEEK END e con ENOGASTROINFO.

Abbiamo inoltre proseguito la collaborazione con due testate realizzando dei redazionali su TicinoWelcome e MagicLake of Como.

Anche nel 2018 è proseguita la nostra collaborazione con Autopostale su tre progetti avviati ormai da tempo in collaborazione con i nostri partner:

- dal 2015 cofinanziamento della tratta Serpiano-Meride, soppressa in quanto non finanziabile da parte del Cantone con Men-

- drisio, Brusino, Fondazione Monte San Giorgio e Hotel Serpiano.
- dal 2014 programma di collaborazione per entrata ai lidi
- dal 2017 offerta MyPlus con Galleria Gb, Museo dei fossili e Swissminiatur

Abbiamo inoltre proseguito gli incontri regolari con diversi partner, tra cui anche quelli del tavolo di lavoro con i comuni a lago che è stato avviato nel 2011 e ci siamo occupati di seguire l'evoluzione del progetto gestito da SNL denominato BOAT NOW, oltre che dei contenuti per il libro edito sempre dalla SNL e della promozione dei lidi sulla rivista Magic Lake of Como.

Nel 2018 è proseguita anche la nostra collaborazione con il golf club di Lanzo dove abbiamo organizzato per la prima volta una partita dedicata alla regione del Mendrisiotto.

ATTIVITÀ 2018. EMARKETING E SOCIAL

Sito web

Il lavoro che è stato fatto sul nostro sito ufficiale nel 2018 è stato relativamente poco e solo con l'arrivo di Laura a partire da ottobre abbiamo iniziato a rivedere, approfondire e valutare contenuti e formulazione degli stessi, con l'obiettivo di migliorare e di rendere più attrattivo il contenuto del nostro sito. Sono inoltre state realizzate nuove fotografie ed è stata rilanciata la collaborazione con alcuni partner che ancora non avevano fornito il materiale necessario per creare nuove schede sul sito web.

Per quanto concerne il sito emozionale www.laregionedascoprire, come indicato prima, i contenuti sono stati ulteriormente sviluppati. Altro tema importante nel corso del 2018 è stato quello della gestione del mini sito del parco archeologico, online dal 2017, ma anche lo sviluppo degli altri mini siti che sono in preparazione e che ancora non sono stati messi online dai nostri partner che sono le Cave di Arzo, il Parco delle Gole della Breggia e il Parco della Valle della Motta, mentre nel corso del 2018 abbiamo consolidato l'idea di creare un nuovo mini sito per le Processioni al quale abbiamo lavorato per parecchio tempo e che è stato messo online qualche mese fa. Il lavoro svolto sul web è qualcosa di costante e in continua evoluzione. Intanto che parliamo stiamo già valutando un nuovo progetto per rendere il sito attuale maggiormente performante e ottimizzato per i dispositivi mobili, che oggi rappresentano gli strumenti più utilizzati nel mondo per accedere ad internet.

Social

La nostra attività sui social è proseguita nel 2018. Dal 2017 siamo attivi su Instagram dove ad oggi abbiamo 1691 followers e postiamo regolarmente quasi quotidianamente. Con l'arrivo di Laura abbiamo anche iniziato a valutare cosa e come postare su FB dove abbiamo aumentato la nostra frequenza di post e cercato di migliorare anche le interazioni con i partner.

Ad oggi su FB siamo seguiti da 3091 persone ed ad accogliere i curiosi non ci sono solo più belle immagini, ma anche video. Chiaramente l'influenza di Laura sul lavoro che stiamo sviluppando su FB e su altri canali social, ma anche lo sviluppo delle interazioni è aumentato notevolmente, così come lo sono anche gli scambi tra Laura - Content Manager e Benji - Product Manager, che stanno raccogliendo impressioni, esperienze e stimoli per cercare d'integrare le attività che si svolgono sui social anche attraverso il lavoro degli influencer e blogger che visitano la nostra regione.

Con Laura, Benji e Giulia abbiamo anche chiarito quanto sarà importante lavorare per sviluppare un archivio fotografico e di materiale video che risulta alla base di qualsiasi possibile azione legata alla loro attività quotidiana diretta o per tramite di ATT e ST. Altrettanto importante sarà il lavoro che sappiamo dovrà essere fatto per migliorare i contenuti di piattaforme importanti quali TripAdvisor e Google, che ancora non è stato fatto.

Il compito che svolge Laura è un compito centrale nella comunicazione turistica ed è evidente che la sua occupazione al 50% è ben lontana dal potersi dire sufficiente per soddisfare il grande bisogno di ordine-gestione-rinnovo che è in costante evoluzione, ma al momento non abbiamo alternative.

Ora noi disponiamo finalmente di una persona formata che concentra la sua attività in un ambito molto specialistico, ma è evidente che seguire il lavoro in ambito web e social comporta delle competenze specifiche che nella regione mancano a molti dei nostri partner. Per questo motivo avevamo lanciato la proposta di creare un "centro di competente regionale" per gli ambiti social e di comunicazione. Una proposta che fino ad ora non ha trovato riscontro, ma sulla quale torneremo perché vitale per il futuro turistico regionale.

ATTIVITÀ 2018. ASSISTENZA AL TURISTA

Come ogni anno dal 2010, è stata pubblicata anche nel 2018 la GUIDA turistica. Un prospetto molto apprezzato prodotto in 4 lingue che per quanto concerne l'edizione 2018 ha avuto come testimonial Gardi Hutter, che ha introdotto la regione e ha salutato anche la novità del grande anfiteatro delle cave di Arzo dove è stato organizzato un grande spettacolo d'inaugurazione.

Ma per sostenere la divulgazione del concetto della Regione da scoprire, nel 2018 sono anche stati preparati i FOLDY dedicati alla presentazione del progetto e dei sette attrattori, le Welcome Card

per presentare una serie di offerte e vantaggi principalmente pensati per i proprietari delle residenze secondarie che sono il frutto di una collaborazione con la GastroMendrisiotto e la Società dei commercianti del Mendrisiotto ed i Flyer che illustrano la ricchezza e varietà dell'offerta del Monte Generoso. Considerato come nella regione vi siano ben 5 Mulini che sono stati recuperati da vecchie tradizioni, tra cui uno a Maroggia che macina con grande successo

e la cui attività è stata tramandata di padre in figlio, tre che sono stati recuperati e valorizzati per attività didattiche-dimostrative e produttive legate al tema della farina da polenta ed uno che è in fase di ristrutturazione e che valorizza l'area particolarmente ben conservate della Tana a Rancate, la nostra OTR ha deciso di cooperare con i cinque mulini per metterli in rete ed ha mandato in stampa un nuovo prospetto.

Il nostro personale ha inoltre continuato anche nel 2018 a presidiare ed accogliere il pubblico presso i due InfoPoint del Fox Town e del Parco archeologico di Tremona.

ATTIVITÀ 2018. RETE ESCURSIONISTICA E BIKE

Rete escursionistica

La rete escursionistica della regione è in buono stato, ad eccezione di alcuni punti che conosciamo e monitoriamo, dove sarebbero necessari interventi importanti. Per questo motivo il nostro capo squadra ha steso una lista d'interventi prioritari che sono stati sottoposti al PUC ed alla commissione sentieri e che potrebbero essere finanziati nel corso dei prossimi anni. Le conoscenze del territorio e le competenze acquisite dal 2012 ad oggi da parte della nostra squadra ci permettono di essere anche dei validi partner per i comuni che in svariate occasioni ci contattano per degli scambi costruttivi legate al territorio. Le intemperie ed in generale le forti piogge accompagnati da vento che hanno scosso la regione nel 2018 hanno causato non pochi danni ai boschi e sui sentieri. La nostra squadra è stata quindi particolarmente sollecitata ad intervenire ed ha dovuto occuparsi anche di gestire situazioni particolari come è stato il caso della tratta Riva San Vitale-Alpe di Brusino, che è stata danneggiata in modo particolarmente importante.

Itinerari bike

Nel 2018 è stato posato ed inaugurato il tracciato del Laveggio, che va a sostituire il vecchio tracciato del percorso 350. Punto di partenza Capolago per un percorso che sarà segnalato con la segnaletica ufficiale di Svizzera Mobile e quindi promosso attraverso questo canale. Per la realizzazione del percorso abbiamo chiesto ed ottenuto il supporto finanziario di ERSMB.

IL DOSSIER DI CANDIDATURA DELLE PROCESSIONI DELLA SETTIMANA SANTA DI MENDRISIO

Nel corso degli ultimi anni la nostra OTR ha rafforzato la collaborazione con la Fondazione Processioni storiche, dove siede dalla sua costituzione la sottoscritta. In particolare nel corso delle ultime assemblee abbiamo riferito di esserci occupati

di realizzare e strutturare il primo sito web delle Processioni, della redazione di comunicati stampa ed anche di preparare il layout degli ultimi prospetti, incluso quello dell'Ancona che è un importante progetto di restauro seguito dalla Fondazione. La nostra presenza nel Consiglio di Fondazione ha permesso di portare in questo gremio alcune competenze utili quindi ad informare e ad accogliere le persone interessate alle Processioni e sull'onda di questo bisogno, ma anche fedeli alle linee direttive inserite nel nostro Business Plan, con la medesima motivazione ed impegno che già abbiamo profuso dal 2004 al 2012 per il progetto del Monte San Giorgio, abbiamo proposto il nostro supporto per il dossier di candidatura alla Lista rappresentative dei Beni immateriali culturali dell'UNESCO. A partire dal 2016 e ancora per tutto il 2018, siamo quindi stati occupati con questo dossier ed abbiamo collaborato a sviluppare le necessarie premesse che hanno portato alla realizzazione del primo Museo del Trasparente, ma anche ad un'importante modifica degli statuti, come anche del coordinamento del lavoro sul dossier con l'ufficio federale della cultura di Berna.

Il dossier, scritto a più mani grazie anche al supporto dell'ufficio cantonale di etnologia e dialettologia che ha seguito tutto l'iter della candidatura delle Processioni, è stato ufficialmente consegnato all'ufficio federale della cultura il 27 marzo 2018. Ma con la consegna del dossier il lavoro non è terminato, ma è proseguito, da un lato per consolidare alcuni temi importanti come quello della trasmissione e della divulgazione, dall'altra perché abbiamo deciso di preparare un nuovo sito per le Processioni. Anche per questo sito, come per quello del Parco Archeologico, del Parco delle Gole della Breggia, delle Cave di Arzo, del Club del San Gottardo, del CCAT e prossimamente anche del Parco della Valle della Motta, abbiamo quindi proposto e di seguito sviluppato un "mini sito" di mendrisiotto.ch, con l'obiettivo di poter sfruttare al meglio contenuti e sinergie.

Un nuovo impegno importante, quello del sito, per un obiettivo importante che mira a valorizzare le Processioni e a facilitare la divulgazione, ma che accompagna anche il curioso o il visitatore. Tutto questo lavoro ci ha permesso nel contempo di sviluppare nuove sinergie e nuove collaborazioni, come quella con l'USI e la cattedra UNESCO del prof Cantoni che ci ha permesso di proporre di organizzare a Mendrisio la quarta edizione del congresso internazionale "Heritage, Tourism and Hospitality" (<https://heritagetourismhospitality.org/>) che nel 2020 tratterà il tema "Living Heritage and sustainable tourism". Un congresso che è stato confermato da qualche settimana e che si svolgerà dal 6 al 8 aprile 2020 appunto a Mendrisio.

Intanto nel 2019 abbiamo terminato il nuovo sito delle Processioni, abbiamo accolto a Mendrisio l'ambasciatore che lavora per la Svizzera presso UNESCO a Parigi ed abbiamo proseguito il lavoro iniziato nel 2018 con il progetto INTERREG

VO.CA.TE, che vede trattato in modo importante il tema della valorizzazione delle Processioni.

La risposta in merito alla candidatura delle Processioni alla lista dei Beni immateriali culturali dell'UNESCO, che è la quarta candidatura della confederazione elvetica, arriverà a dicembre quando, in occasione dell'incontro annuale, i commissari di UNESCO valuteranno le proposte delle diverse nazioni e quindi anche il nostro dossier.

STATISTICHE 2018

Di seguito i dati relativi a alberghi e campeggi.

	2019 gen-apr	2018 gen-dic	2017 gen-dic	2016 gen-dic	2013 gen-dic
Alberghi 4-5 stelle	3'531	10'694	11'869	12'635	29'797 (2 hotel)
Alberghi 0-3 stelle	16'763	87'632	105'020	95'541	105'666
Camping	1'443	28'232	30'511	27'791	30'857

	2018	2017	2015	2010
Totale posti letto	1'253	1'262	1'351	1'749
Totale alberghi	30	31	38	46

COMMENTO FINALE

È difficile credo immaginare e comprendere di quante cose diverse si occupi quotidianamente il personale di OTRMBC. Il nostro team è piccolo ed inoltre molti lavorano con contratti a tempo ridotto, motivo per il quale anche la pianificazione e l'organizzazione dei processi di lavoro a tratti risulta complicata. Ma la nostra motivazione è forte perché siamo consapevoli di partecipare ad un progetto regionale importante che ci sta comunque dando grandi soddisfazioni. A sostegno di questa affermazione ci sono l'apprezzamento dei rappresentanti della stampa, dei blogger e degli influencer che arrivano nella nostra regione, un po' per caso, un po' perché la nostra regione è inserita nella loro proposta di viaggio e poi ... sorridono, si sorprendono ed apprezzano ciò che trovano! È incredibile la reazione di taluni che pensavano di conoscere il Ticino e non conoscevano la nostra regione ed è appagante il riscontro che riceviamo.

I risultati del nostro lavoro continuano ad essere appena percepibili, perché influenziamo direttamente una piccolissima parte del prodotto turistico regionale, ma ci sono e forse proprio in questi ultimi due anni sono ancora più percettibili perché il contatto diretto con tanti che visitano la nostra regione ci permette un confronto che non avevamo mai avuto prima. Ci sono poi giornalisti che scelgono di visitare la nostra regione perché attratti da temi particolari e tra questi sicuramente l'architetto Mario Botta con il suo Fiore di pietra, il Parco archeologico con l'esperienza 3D e la candidatura delle Processioni alla lista dei beni immateriali, sono quelli che in questo momento hanno il maggiore richiamo.

Interessante ed importante anche il riscontro dei partner con i quali condividiamo progetti importanti come a salvaguardia del territorio e dei sentieri, lo sviluppo di un'offerta per bike, il progetto di una passeggiata a lago, il progetto dell'albergo diffuso, ma che apprezzano anche l'idea di essere sostenuti nello sviluppo di progetti, per la creazione di siti, per progetti di messa in rete.

Le situazioni sono mutevoli, i cambiamenti viaggiano molto più velocemente di quanto invece facciamo noi con le nostre attività di sviluppo dell'offerta e questo fatto rappresenta un problema. 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, stiamo lavorando per costruire una destinazione turistica ed un buon programma di lavoro.

Il mio ringraziamento va al team di Mendrisiotto Turismo, al CdA, ai comuni, a ERSMB, ai funzionari del DFE e del DT, ai colleghi di Ticino e Svizzera Turismo, agli sponsor FoxTown e MendrisiottoTerroir e a tutti i soci, per il sostegno e per condividere con me la certezza che il lavoro che Mendrisiotto Turismo sta sviluppando è da considerarsi positivo per la Regione.

Mendrisio, giugno 2019

**ORGANIZZAZIONE TURISTICA REGIONALE
MENDRISIOTTO E BASSO CERESIO**



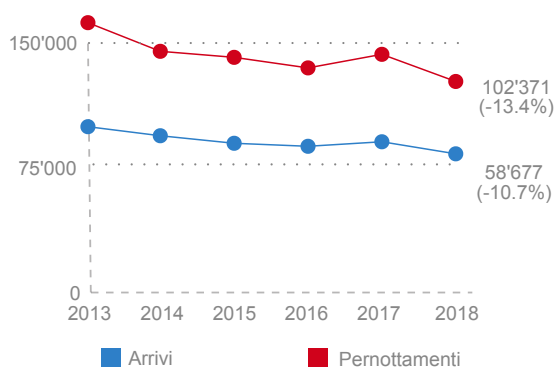
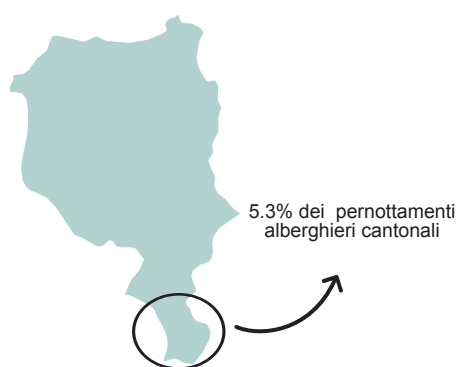
Nadia Fontana-Lupi

Direttrice

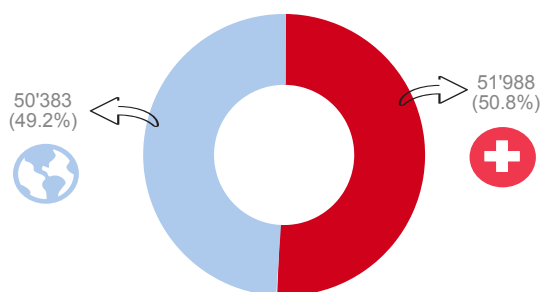
PERNOTTAMENTI 2005-2018
ORGANIZZAZIONE TURISTICA REGIONALE DEL MENDRISIOTTO E B.C.


Turismo alberghiero OTR Mendrisiotto e Basso Ceresio

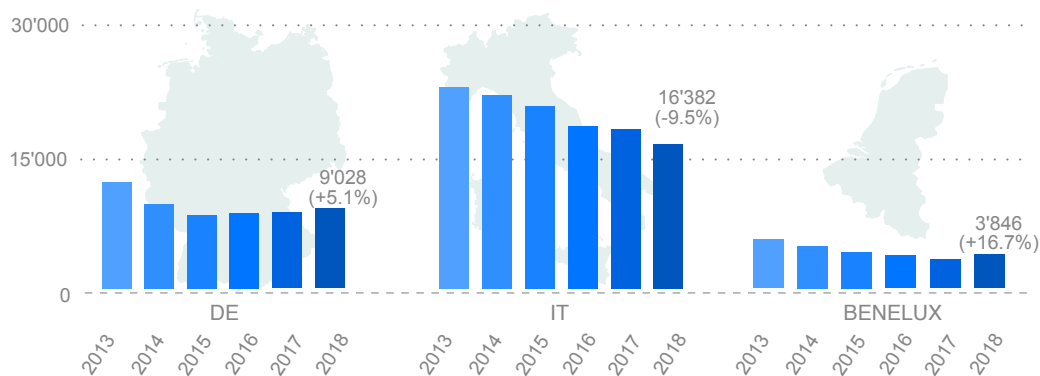
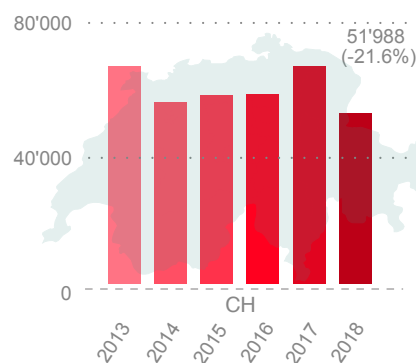
Arrivi e pernottamenti alberghieri nella regione



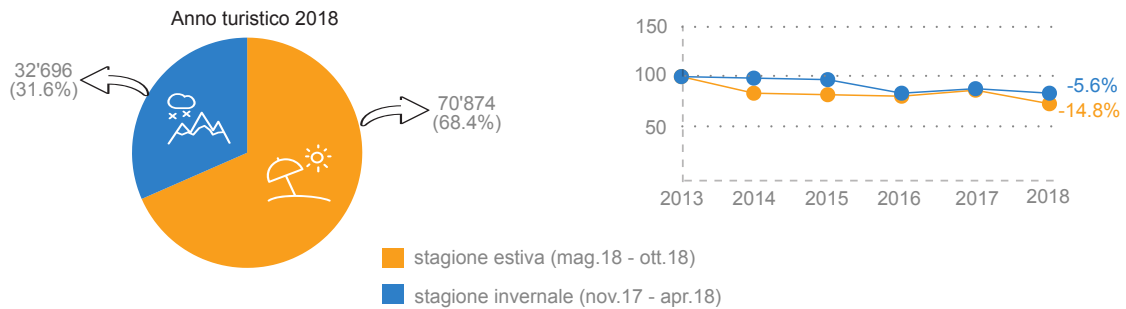
Pernottamenti e nazionalità dei visitatori



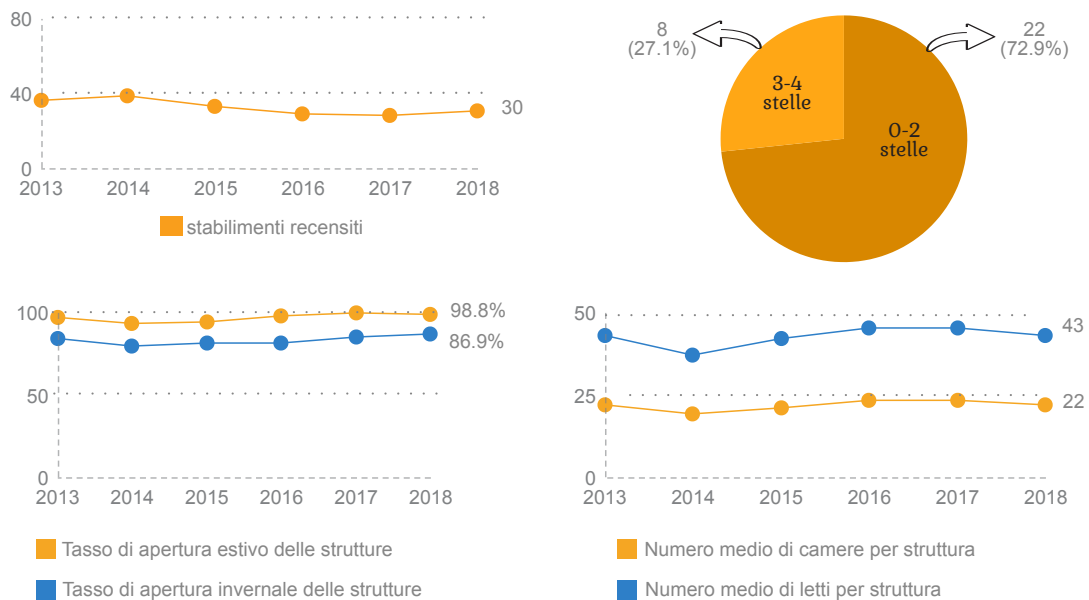
(anno solare 2018)



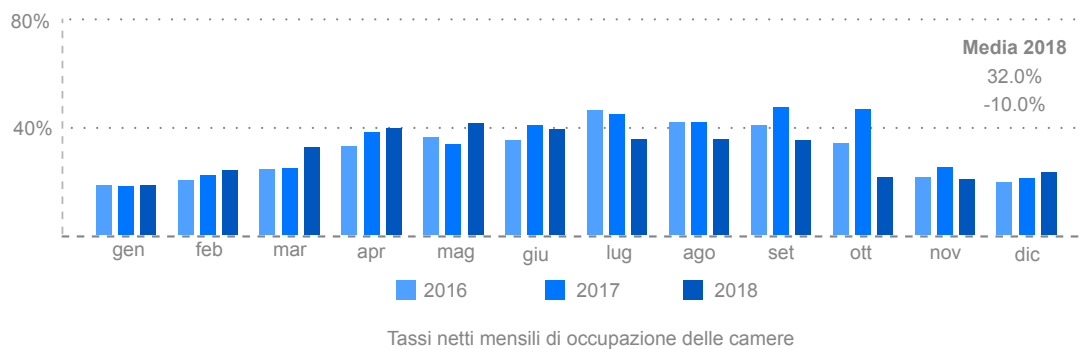
Pernottamenti e stagioni turistiche



Offerta alberghiera



Tassi di occupazione





Assemblea 13 giugno 2019
OTR Mendrisiotto e Basso Ceresio

WORLD HERITAGE
EXPERIENCE  **SWITZERLAND**

www.whes.ch



Stimati attori turistici

Il Patrimonio mondiale dell'UNESCO in Svizzera è una storia di qualità, unicità e diversità. I siti incarnano ciò che oggi dobbiamo preservare e proteggere: il nostro ambiente e la ricchezza del nostro passato. Oltre all'idea di protezione, è importante anche un'accessibilità sostenibile, perché vogliamo proteggere solo ciò che conosciamo. World Heritage Experience Switzerland (ex UNESCO Destination Schweiz) ha seguito questo principio negli ultimi dieci anni. Lo sviluppo di un turismo sostenibile nei siti del Patrimonio mondiale è stato promosso con attori regionali, nazionali e internazionali - potreste essere già stati coinvolti in uno o l'altro di questi progetti. Un estratto delle implementazioni degli ultimi anni è disponibile all'indirizzo [pagina 5](#).

Nel 2018, il comitato WHES ha lavorato intensamente su una strategia a lungo termine. Negli ultimi anni è stato stabilito che, oltre al turismo, è sempre più necessaria una visione globale del Patrimonio mondiale, in quanto aree diverse come la protezione e l'uso spesso si intrecciano. In occasione dell'Assemblea generale del 13 marzo 2018, i membri hanno deciso all'unanimità che anche i temi della mediazione e della gestione dovrebbero far parte delle attività di WHES in futuro.

Emmanuel Estoppey
Presidente WHES
emmanuel.estoppey@whes.ch

Kaspar Schürch
Direttore WHES
kaspar.schuerch@whes.ch
Tél +41 (0)31 544 31 17

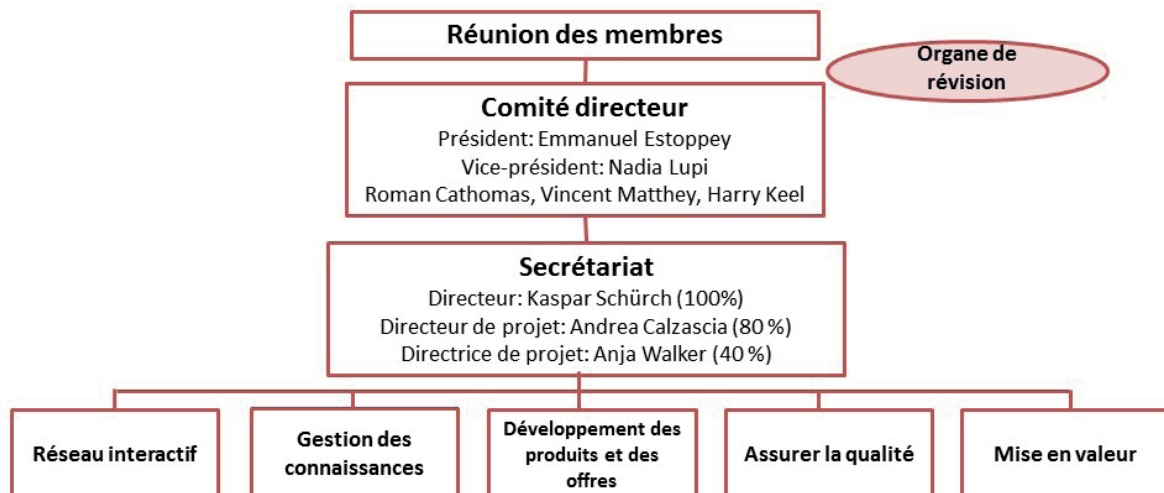
Per ulteriori informazioni: www.whes.ch



A proposito di WHES

Tra il 2003 e il 2008, i membri fondatori hanno sviluppato e promosso l'idea della cooperazione nazionale tra tutti i siti del Patrimonio mondiale dell'UNESCO e le biosfere UNESCO in Svizzera. Con l'aumento del numero dei siti del Patrimonio mondiale durante questo periodo, si è resa necessaria un'organizzazione nazionale uniforme. Nel 2009 è stata fondata la UNESCO Destination Schweiz (UDS) con sede a Berna (nuovo nome dal 21.10.2014 World Heritage Experience Switzerland - WHES). L'associazione impiega tre persone con una percentuale totale del 220%.

Struttura dell'organizzazione





A che punto siamo?

„World Heritage Experience Switzerland“ (WHES) rappresenta la rete turistica dei siti del Patrimonio mondiale in Svizzera. In collaborazione con le organizzazioni turistiche WHES promuove e coordina esperienze uniche e di alta qualità. Questi contribuiscono allo sviluppo sostenibile dei valori universali e all'uso (turistico) locale.

Queste esperienze uniche si basano sui valori universali dei vari siti del Patrimonio mondiale naturale e culturale dell'UNESCO. Nel campo dei valori e del sapere, WHES collabora con la Commissione svizzera per l'UNESCO.

Gran parte del lavoro quotidiano viene svolto nell'ambito del progetto NPR „Costruzione e sviluppo del Centro di competenza turistica del patrimonio mondiale“, che continua fino alla fine dell'anno. Le priorità di WHES in esso definite possono essere suddivise come segue:

- Rete interattiva
- Gestione della conoscenza
- Sviluppo di prodotti e offerte
- Garantire la qualità
- Miglioramento

L'associazione è finanziata dalle quote associative, dai contributi dei membri del marketing e dai contributi ai progetti nell'ambito della nuova politica regionale della Confederazione e dei Cantoni.



Pietre miliari negli ultimi tre anni

Rete interattiva

- Collegamento in rete dei partner turistici nel settore del Patrimonio mondiale dell'UNESCO
- Membro attivo dell'Associazione European World Heritage Associations
- Misure per la comunicazione transfrontaliera con i siti del Patrimonio mondiale dell'UNESCO
- Parametro di riferimento nel settore del turismo e della mediazione
- Cooperazione con università e scuole superiori

Gestione delle conoscenze

- Condurre un'indagine rappresentativa sulla consapevolezza del Patrimonio mondiale in Svizzera
- Organizzazione di conferenze nell'ambito delle Giornate del Patrimonio mondiale (gruppo target: pubblico specializzato)
- Supervisione delle tesi di laurea
- Creazione di un centro di documentazione / acquisizione di letteratura

Sviluppo dei prodotti e delle offerte

- Lancio e realizzazione delle Giornate del Patrimonio mondiale in Svizzera (fino a 10'000 visitatori all'anno)
- Introduzione di un negozio online contenente almeno un'offerta prenotabile per ogni sito.
- Distribuzione fino a 20.000 libri voucher all'anno con interessanti sconti e valore aggiunto. Questi opuscoli incoraggiano le escursioni ai siti del Patrimonio mondiale.
- Cooperazione con gli operatori turistici di CH, D, UK, IT, NL, ES, CZ, USA e JP.
- Lancio di offerte agli operatori turistici sul tema del Patrimonio mondiale dell'UNESCO

Garantire la qualità

- Sviluppo di un toolkit per la progettazione di offerte sostenibili nei siti del Patrimonio mondiale.
- Rapporti periodici e documentazione delle attività

Valorizzazione

- Integrazione nelle campagne turistiche svizzere
- Tutti i siti del Patrimonio mondiale sono Highligths lungo il Grand Tour of Switzerland.
- Pubblicazione del libro „Schönste Schweiz! Unterwegs zu den Schweizer UNESCO-Welterbestätten“ in collaborazione con Beobachter. Grazie alla grande richiesta, la terza edizione sarà pubblicata nel 2019.
- Varie misure di comunicazione con l'edizione Axel Springer (Beobachter, Landliebe, Glückspost, ecc.).
- Interventi pubblici (ad esempio: evento a piazza Federale a Berna con il Gruppo svizzero delle regioni di montagna e la rete dei parchi svizzeri)
- Misure di comunicazione nei media per la comunità estera residente in svizzera (expat community)
- Contributi ditoriali e redazionali a media nazionali e internazionali
- Campagne di comunicazione online e offline
- Sviluppo di una comunità su i social media

Le attività dettagliate sono riportate nelle rispettive relazioni annuali:

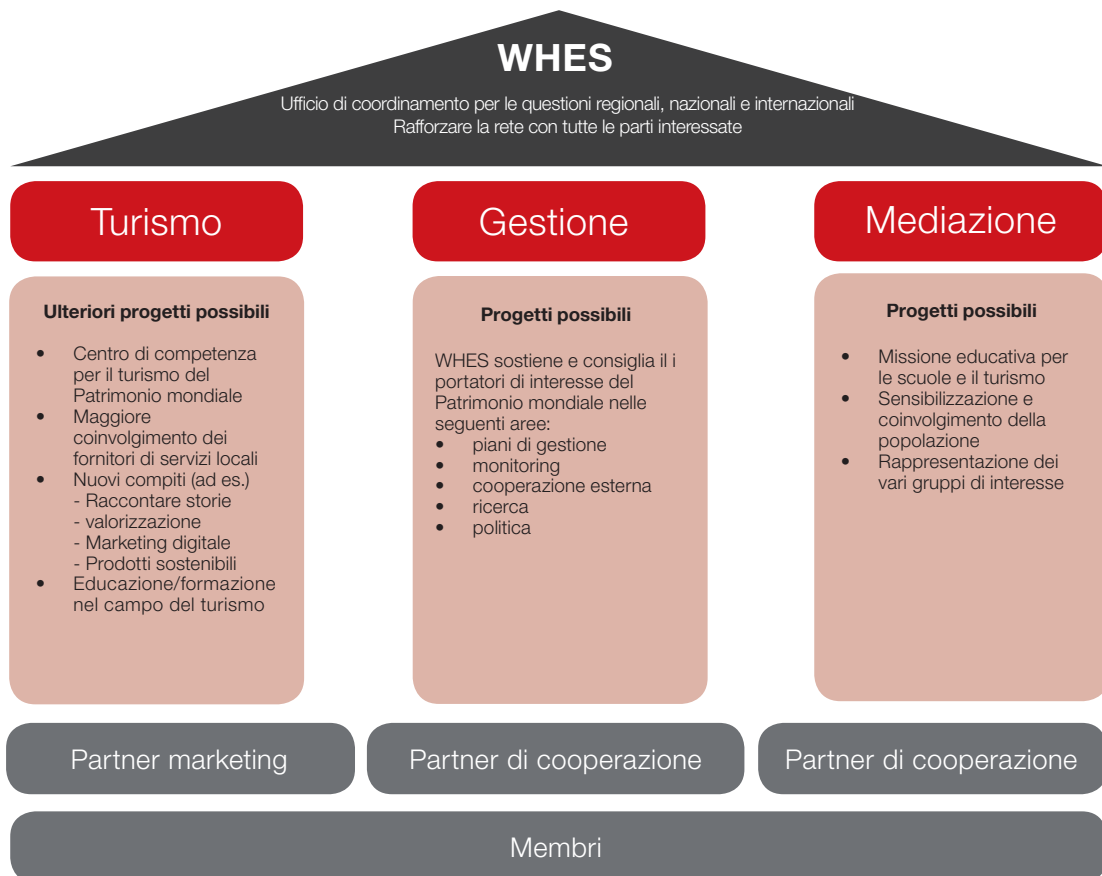
www.whes.ch/fr/media/rapport-de-gestion

pagina 5



Dove vogliamo andare?

Nel 2018, il Comitato i WHES ha riesaminato intensamente la strategia per un futuro a lungo termine e ha sviluppato approcci per possibili orientamenti in vari workshop. In occasione dell'ultima Assemblea generale, i membri hanno convenuto che WHES dovrebbe essere attiva in futuro non solo nel **turismo** ma anche in altri settori, in particolare nei campi della **mediazione** e della **gestione**. Il grafico sottostante mostra la nuova struttura e i possibili progetti secondo i vari campi.





Attività principali del 2018

Voucher WHES

- Nel 2018 sono stati stampati e distribuiti complessivamente 20.500 buoni in 7 paesi (CH, ES, GB, GB, DE, CZ, USA, JP). I buoni sono disponibili nelle tre lingue nazionali tedesco, francese e italiano, oltre che in inglese e giapponese.

Cooperazione coi i Tour Operator

- Eurotreck, Railtour Suisse, Switzerland Travel Centre e OTP Holiday & Swisspasses sono i principali Tour Operator in cui si sono portate avanti delle collaborazioni per ampliare l'offerta e la promozione turistica dei siti.

Cooperazione con Chocolat Frey

- Da Pasqua all'autunno, WHES era presente con un'esposizione presso centro visitatori di Buchs. Oltre a due concorsi ad ogni acquisto presso il negozio è stato distribuito un buono WHES.

Mercato dei Parchi

- In collaborazione con la Rete svizzera dei parchi e il Gruppo svizzero per le regioni di montagna (SAB), WHES ha organizzato l'evento per le regioni di montagna (il 4° mercato dei parchi). L'evento è stato anche politicamente interessante, in quanto ha permesso di stabilire molti contatti con vari leader politici.

European World Heritage Associations

- La cooperazione con le associazioni europee si sta rapidamente intensificando. Le sfide sono le stesse nella maggior parte dei paesi. Per questo motivo uno scambio è molto interessante e può anche indicare possibili soluzioni per WHES. Inoltre, la rete dei siti Patrimonio mondiale in tutto il mondo non è ancora ampiamente utilizzata per la comunicazione, e certamente ha ancora un grande potenziale in questo senso.

Sondaggio „Patrimonio mondiale in Svizzera“

- In collaborazione con la Ferrovia retica e la Blue Eyes Marketing GmbH, è stato condotto un sondaggio rappresentativo sul Patrimonio mondiale in Svizzera. Le conoscenze acquisite sono molto preziose per lo sviluppo di prodotti e servizi futuri, ma anche in termini di comunicazione.

Giornate del Patrimonio mondiale

- La terza edizione delle Giornate del Patrimonio mondiale si è tenuta in Svizzera il secondo fine settimana di giugno. L'evento principale di quest'anno si è svolto nell'ambito del Festival delle Ferrovie Retiche a Pontresina. Il lancio è stato dato da una conferenza sul tema „Cos'è il buon turismo (culturale)“? In totale hanno partecipato 60 persone provenienti dalla comunità turistica, politica e imprenditoriale.

Biglietto Patrimonio mondiale UNESCO

- La cooperazione più importante si è svolta nel quadro del nuovo negozio online. OTP Holiday & Swisspasses gestisce il negozio, il processo di incasso dei clienti e l'invio di voucher per i servizi acquistati. Inoltre, OTP è collegato al negozio attraverso i propri canali, il che consente di beneficiare di una maggiore visibilità.

Patrimonio mondiale dell'UNESCO in Svizzera



Centro storico di Berna
www.bern.com



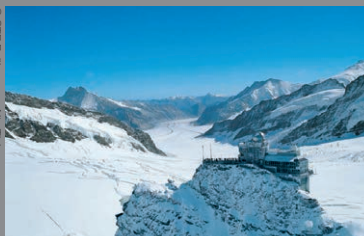
Convento San Giovanni a Münstair
www.muestair.ch



Abbazia di San Gallo
www.st.gallen-bodensee.ch



Tre Castelli di Bellinzona
www.bellinzonese-altoticino.ch



Swiss Alps Jungfrau-Aletsch
www.jungfrau-aletsch.ch



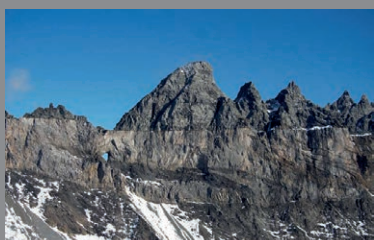
Monte San Giorgio
www.mendrisiottoturismo.ch



Lavaux, vigneti terrazzati
www.lavaux-unesco.ch



Ferrovia retica Albula / Bernina
www.rhb.ch/unesco



Arena tettonica svizzera Sardona
www.unesco-sardona.ch



La Chaux-de-Fonds / Le Locle
www.watch-cities.ch



Siti palafitticoli preistorici dell'arco alpino
www.palafittes.org / www.latenium.ch

World Heritage Experience Switzerland
Spitalgasse 4, CH-3011 Bern
www.whes.ch, info@whes.ch

WORLD HERITAGE
EXPERIENCE  **SWITZERLAND**