



PIANO STRATEGICO OTRMBC 2020 - 2023

Estratto da Business Plan



INDICE (estratto dal documento inoltrato al Cantone)

PARTE I: ANALISI DELLA REGIONE E DEI PRODOTTI TURISTICI

1.	PRODOTTI (OFFERTE TURISTICHE) D'ECCELLENZA REGIONALI.....	5
1.1.	PRODOTTI NATURALI.....	5
1.1.1.	MONTE SAN GIORGIO.....	5
1.1.2.	MONTE GENEROSO.....	7
1.1.3.	VALLE DI MUGGIO.....	9
1.1.4.	PARCO DELLE GOLE DELLA BREGGIA.....	10
1.1.5.	MONTE SIGHIGNOLA.....	11
1.1.6.	MONTE BISBINO.....	11
1.1.7.	SASSO GORDONA.....	11
1.1.8.	LAGO CERESIO O DI LUGANO.....	11
1.1.9.	VIGNETI.....	12
1.1.10.	COLLE DEGLI ULIVI.....	13
1.1.11.	PARCO VALLE DELLA MOTTA.....	13
1.1.12.	COLLINA DEL PENZ/PARCO SPINA VERDE.....	13
1.1.13.	PARCO DEL PRE MURIN.....	13
1.1.14.	PARCO DEL LAVEGGIO.....	13
1.1.15.	PUNTI PANORAMICI.....	13
1.2.	PRODOTTI DERIVATI (PREPARATI DALL'UOMO).....	14
1.2.1.	ATTRATTORI.....	14
1.2.2.	ENOGASTRONOMIA.....	16
1.2.3.	ESCURSIONISMO E SVAGO.....	18
1.2.4.	PROGETTI CON GRANDE POTENZIALE.....	20
1.3.	PRODOTTI CULTURALI / STORICI.....	21
1.4.	CAMPI D'ATTIVITÀ STRATEGICI REGIONALI (ASB).....	22
1.5.	CICLO DI VITA DEI PRODOTTI.....	26
2.	MERCATO (ANALISI DEI DATI IN NOSTRO POSSESSO UTILI A DETERMINARE I MERCATI IN CUI INVESTIRE).....	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
2.1.	PAESI DI PROVENIENZA.....	26
2.2.	MOTIVAZIONI DEL SOGGIORNO.....	27
2.3.	SEGMENTAZIONE DEL MERCATO.....	27
3.	ANALISI SWOT.....	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
3.1.	DELL'ORGANIZZAZIONE TURISTICA REGIONALE.....	28
3.2.	DELLA DESTINAZIONE.....	29
3.3.	CONCLUSIONI.....	31

PARTE II: VISIONE E STRATEGIA

1.	VISIONE, MISSIONE, OBIETTIVI.....	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
2.	STRATEGIE DI PRODOTTO (OFFERTA TURISTICA).....	33
2.1.	NUOVI PRODOTTI DA SVILUPPARE	33
2.2.	PRODOTTI ESISTENTI DA MIGLIORARE / SVILUPPARE.....	36
3.	STRATEGIE DI MARKETING.....	ERRORE. IL SEGNALIBRO NON È DEFINITO.
3.1.	DESCRIZIONE PIANO/STRATEGIA MARKETING OTR (E COMPLEMENTARIETÀ CON ATT).....	37
3.2.	MERCATI PRIORITARI E OBIETTIVI	38
3.3.	MERCATI ATTIVI E OBIETTIVI	38
3.4.	MERCATI EMERGENTI E OBIETTIVI	38
3.5.	MODALITÀ DI PRENOTAZIONE.....	38
3.6.	PUBBLICITÀ / RELAZIONI PUBBLICHE.....	38
3.7.	OSSERVAZIONE DEL MERCATO	39
4.	STRATEGIE DI COOPERAZIONE.....	39
4.1.	SVIZZERA TURISMO	40
4.2.	AGENZIA DEL TURISMO TICINESE (ATT).....	42
4.3.	ALTRE ORGANIZZAZIONI TURISTICHE REGIONALI (OTR).....	43
4.4.	COMUNI E ERSMB	44
5.	STRATEGIE IT	47
5.1.	SOCIAL MEDIA.....	47
5.2.	BANCA DATI (ATT)	48
5.3.	SITI INTERNET.....	49
5.4.	PRENOTAZIONE ONLINE	49
6.	ORGANIZZAZIONE (SI TRATTA DI IDENTIFICARE I 3 AMBITI DI COMPETENZA DELLE OTR).....	50
6.1.	CENTRI DI COMPETENZA	50
6.2.	SERVIZI CONDIVISI	53



PARTE I

ANALISI DELLA REGIONE E DEI PRODOTTI TURISTICI



1. Prodotti (offerte turistiche) d'eccellenza regionali

1.1. Prodotti naturali

1.1.1. Monte San Giorgio

WHL UNESCO dal 2003, con allargamento transnazionale nel 2010.

È ritenuto un potenziale attrattore, ma il valore e l'unicità del Monte San Giorgio continuano ad essere temi difficili da rivelare al turista in quanto sono complessi da spiegare. Il Museo dei fossili, in particolare, lavora costantemente allo sviluppo di supporti che coinvolgono emozionalmente il visitatore, proponendo visite ed attività. Da rimarcare la difficoltà di collaborazione transfrontaliera che confronta il tema dell'offerta turistica - ricreativa e culturale del MSG WHS con differenti opportunità e prodotti, su un'area che, dal punto di vista del riconoscimento di UNESCO e quindi anche del concetto di prodotto, è unico.

OTRMBC è membro fondatore della Fondazione Monte San Giorgio ed ha promosso e sostenuto la costruzione del nuovo museo dei fossili a Meride, inaugurato nell'ottobre 2012. La ristrutturazione del Museo è stata eseguita dall'architetto Mario Botta, che nella regione, oltre ad avere promosso la realizzazione dell'Accademia d'architettura, si è occupato anche di altre importanti realizzazioni. La presenza dell'Accademia, del Teatro dell'architettura, dell'atelier di Botta e dei suoi lavori in luoghi d'interesse turistico (Fiore di Pietra), come anche i richiami ad altri importanti architetti come Borromini, Croci, Carloni e Gianola richiamano la nostra attenzione sul tema dell'architettura, che deve essere considerato strategico ai fini del lavoro della OTR.

Nel 2012, con il sostegno finanziario di Svizzera e Ticino Turismo e quello del Cantone, ma anche con la partecipazione attiva della FMSG e dei comuni di Brusino, Riva San Vitale e Mendrisio, OTRMBC è stato capoprogetto dell'Analisi della Messa in Scena (o esperienza turistica) sul Monte San Giorgio. Di fatto i progetti identificati come utili a rendere maggiormente coinvolgente ed interessante la visita sul Monte San Giorgio comprendevano, oltre ai concetti legati al tema WHS, anche la messa in rete di altre esperienze ritenute potenzialmente importanti da sviluppare. Tra il 2012 e il 2017 si è discusso della possibilità di avere un Project Manager che potesse occuparsi dell'insieme dei progetti e seguirli portandoli alla realizzazione, andando anche a trovare i finanziamenti necessari. Di fatto su questo tema non è stato trovato il necessario accordo e quindi solo alcuni dei progetti individuati (25 in tutto nel documento) sono stati sviluppati dai singoli partner, mentre altri potrebbero ancora esserlo nel corso degli anni a venire.

In particolare, nell'area del MSG sono comunque numerosi i progetti, già inseriti nel Masterplan, che sono stati seguiti e sviluppati nel corso degli ultimi anni:

- Le audio guide e l'esperienza di realtà aumentata al Museo dei fossili (auspicata esperienza interattiva digitale);
- La Terrazza della ValMara (sarà inaugurata nella primavera 2019);
- Il Parco Archeologico di Tremona-Castello, con l'Infopoint turistico (inaugurato nel settembre 2016);
- L'esperienza di realtà aumentata al Parco Archeologico di Tremona-Castello con gli occhiali 3D (implementata da primavera 2017);
- L'area delle cave di Arzo con la realizzazione dell'anfiteatro, del sentiero didattico e del laboratorio (inaugurato nel settembre 2017);
- Il prospetto turistico dell'area del MSG che presenta le principali attrazioni visitabili in loco, supportando così il tema della messa in rete locale (stampato nel 2018);
- Il progetto per la realizzazione di un itinerario per BIKER che da Capolago salga al Serpiano e scenda a Brusino (attualmente in discussione con gli uffici cantonali).

OTRMBC ha interesse a sviluppare contatti con la Cina per il prodotto Monte San Giorgio perché in Cina vi sono luoghi legati al MSG (indicati anche nel riconoscimento UNESCO) che hanno tra l'altro anche i medesimi fossili.



OTRMBC investe dal 2004 nella collaborazione nazionale WHES/WORLD HERITAGE EXPERIENCE SWITZERLAND (prima chiamata UDS/UNESCO DESTINATION SWITZERLAND), che ha come obiettivo di lavoro la messa in rete dell'offerta legata ai 12 WHS svizzeri, ma anche lo sviluppo di sinergie tra i prodotti.

OTRMBC è membro di WHES dal 2009 e dal 2012 ha un rappresentante nel suo Comitato direttivo. A livello svizzero WHES segue e sviluppa un progetto intercantonale sostenuto con i fondi NPR dal 2012 ed è grazie al sostegno della SECO e dei Cantoni che ha, nel tempo, sviluppato competenze che possono ora mirare ad essere ampliate, a supporto del lavoro svolto da SUK, BAK e BAFU.

Ulteriori progetti che potrebbero portare ad un ulteriore sviluppo dell'offerta e dell'esperienza turistica sul MSG sono:

- Il progetto della funivia Serpiano;
- Il progetto della Punta di Pojana;
- Il progetto della passeggiata a lago;
- Il progetto delle fornaci di Riva San Vitale;
- Il progetto dell'Antiquarium al Parco archeologico.
-

Un'attenzione particolare verrà posta all'evoluzione dell'offerta di vitto e alloggio sul MSG, che ad oggi risulta infatti ancora carente malgrado siano stati portati avanti alcuni importanti progetti:

- Campeggio di Meride: TCS ha venduto ed è stato acquistato da una Fondazione che intende sviluppare l'offerta implementando una serie di novità legate anche alla struttura, oltre che al posizionamento;
- Grotto presso il campeggio: riaperto con nuova gestione;
- Camino Spinirolo: è stato pure acquistato dalla medesima Fondazione che sta lavorando al recupero della struttura e che vorrebbe in seguito poter mettere in rete questo spazio ricettivo con il campeggio;
- Osteria con alloggio San Silvestro: è stata acquistata e riattata (riapertura prevista per la primavera 2019);
- Osteria La Guana: è stata ripresa da nuova gerenza.

Resta da vedere se finalmente sarà portato a compimento il progetto di ristrutturazione dell'Hotel Serpiano, sul quale pende ancora l'incognita della possibile vendita da parte dell'attuale proprietario. Una svolta importante a questo progetto potrebbe essere data dal fatto che sul MSG e nell'area del Serpiano in particolare, vengano realizzati i progetti di itinerari x BIKER identificati dall'analisi svolta da ALLEGRA. La loro implementazione permetterebbe all'Hotel Serpiano di compiere delle scelte mirate in merito a prodotto e posizionamento.

Altro tema legato alla proprietà dell'Hotel Serpiano è quello della Funivia Brusino-Serpiano sulla quale a breve si dovrà intervenire con un importante investimento al fine di poter mantenere la concessione e continuare l'attività. Senza dimenticare che anche il futuro del ristorante Funivia è legato alle decisioni che la proprietà dell'Hotel Serpiano potrebbe prendere in futuro, ma anche che dal 2016 il Cantone non sussidia più la tratta di Autopostale che collega Meride con Serpiano e che di conseguenza è un pool di partner a sostenere ancora le due tratte giornaliere da marzo ad ottobre. Fattori che chiaramente compromettono il prodotto turistico risultante.

Altre incognite sono quelle del futuro dell'Osteria con alloggio Al Torchio di Arzo, del B&B La Crisalide nel centro di Meride, che oltre ad offrire camere proponeva anche ristorazione e quella dell'Alpe di Brusino, dove da anni si parla di ristrutturazione, ma senza per ora un progetto che concretamente possa essere realizzato e finanziato.

Sarà importante infine vedere come si svilupperà la gestione della cava di Arzo e quali obiettivi potranno essere raggiunti per quanto concerne lo sviluppo di manifestazioni presso l'anfiteatro, ma anche quale sarà l'offerta generale legata alle cave e quindi alla possibilità di visite singole e senza guida per chi arriva sul posto. Altro tema importante sarà lo sviluppo del Parco archeologico e della sua gestione con l'eventuale realizzazione del progetto



Antiquarium. Dallo sviluppo dell'offerta dei singoli prodotti e dalla validità della proposta potrebbero nascere nuove opportunità a sostegno dello sviluppo di offerte triangolate.

La messa in rete dei Fossili del Monte San Giorgio con gli altri 6 attrattori identificati come importanti per lo sviluppo turistico della regione da parte di OTRMBC nell'ambito del progetto "La Regione da scoprire", è ritenuto fondamentale per lo sviluppo dell'esperienza, accoglienza e per lo sviluppo della visibilità dei singoli prodotti.

Allo studio un progetto di messa in rete di visite guidate con GUIDE ufficiali regionali, non ha per ora prodotto i frutti sperati. Malgrado gli incontri con responsabili di formazione anche a livello cantonale, la preparazione di un concetto di formazione a moduli condivisibile e la disponibilità di sviluppare nel Mendrisiotto un primo progetto-modello, al momento mancano i riscontri necessari ad avviare in maniera definitiva il progetto di formazione che vorrebbe permettere la professionalizzazione delle professioni, oltre che formare guide che possano muoversi all'interno della regione.

1.1.2. Monte Generoso

Con il San Salvatore, è la montagna con la più "datata" vocazione turistica. È una montagna estremamente vasta, che è stata vissuta come meta turistica anche dalla popolazione locale, oltre ad avere attirato moltissima clientela internazionale.

Nel 2017 la Ferrovia Monte Generoso ha inaugurato in vetta la nuova struttura ricettiva chiamata FIORE DI PIETRA ed ha ripreso l'attività dopo due anni di chiusura anche della tratta ferroviaria. Altro fatto importante da rilevare è che il nuovo LOGO e il nuovo NOME della ferrovia è ora MONTE GENEROSO. La scelta di togliere il tema della "ferrovia" e di appropriarsi del nome della "montagna" con lo scopo di sviluppare la propria offerta turistica non è il frutto di un progetto discusso od elaborato in maniera condivisa con OTRMBC, i comuni o con altri operatori attivi sulla montagna. La riapertura della tratta ferroviaria ed in particolare l'apertura nell'aprile 2017 del FIORE DI PIETRA, hanno suscitato curiosità ed attenzione mediatica, confermando l'importanza di questo prodotto turistico sia a livello regionale che a livello cantonale.

La realizzazione del FIORE di PIETRA è stata eseguita dall'architetto Botta, che nella regione, oltre ad avere promosso la realizzazione dell'Accademia d'architettura, si è occupato anche di altre importanti realizzazioni. La presenza dell'Accademia, del Teatro dell'architettura, dell'atelier di Botta e dei suoi lavori in luoghi d'interesse turistico (Museo dei fossili), come anche i richiami ad altri importanti architetti come Borromini, Croci, Carloni e Gianola richiamano la nostra attenzione sul tema dell'architettura, che deve essere ritenuto strategico ai fini del lavoro della OTR.

OTRMBC, come era stato fatto con il MSG in precedenza, ha lavorato nel 2017-2018 con un gruppo di portatori d'interesse per analizzare la messa in scena e sviluppare il Masterplan dell'esperienza turistica sul Monte Generoso. Accanto a Ferrovia Monte Generoso ed ai comuni di Mendrisio, Breggia e Castel San Pietro, anche il PUC ha collaborato ai lavori che sono stati sviluppati con il supporto di ERLEBNISPLAN. Da segnalare che il Parco delle Gole della Breggia è pure stato coinvolto, anche se ha deciso di concentrarsi sull'analisi della propria attività-offerta e di quindi poi integrare le proprie valutazioni nel documento finale. Da quest'analisi globale, che ha coinvolto una vasta area e preso in considerazione numerosi attori attivi sul territorio, sono emersi diversi progetti. È anche stata confermata l'esigenza e l'importanza strategica di considerare l'insieme del territorio, che si estende dal Sighignola al Bisbino come un'unica area, che riferisce con il nome di "Monte Generoso". La concezione per la quale anche la Valle di Muggio, la Val Mara e il Parco delle Gole della Breggia siano parte dell'area Monte Generoso è quindi da applicare in futuro nella comunicazione delle offerte per poter trarre il maggior beneficio possibile anche dall'importante nuovo logo della ferrovia Monte Generoso.

OTRMBC ha inoltre promosso importanti investimenti per ripristinare e valorizzare le tratte escursionistiche Bellavista-Vetta e Rovio-Vetta, consapevole del bisogno di integrazione del progetto escursionistico all'offerta del treno del Generoso.



Il Masterplan dell'esperienza turistica del Monte Generoso ha evidenziato alcuni progetti che sono da considerarsi prioritari e sui quali OTRMBC intende lavorare con i partner nel corso dei prossimi anni:

- La realizzazione di un itinerario per BIKER che dalla Vetta scende alla Bellavista;
- La valorizzazione dell'area della Cascina d'Armirone;
- La valorizzazione dell'area della fermata ferroviaria della Bellavista;
- La valorizzazione dell'area dell'ex Albergo Bellavista con la realizzazione di un glamping;
- Il prospetto turistico dell'area del MG che presenta le principali attrazioni visitabili in loco, supportando così il tema della messa in rete locale;
- Lo sviluppo dell'offerta ricettiva con la realizzazione di un progetto di Albergo diffuso.

In quasi tutti questi progetti sarà coinvolto il PUC, che è in fase di costituzione e che avrà a disposizione gli strumenti utili alla realizzazione dei progetti. Nel corso dei prossimi anni questo PUC dovrebbe permettere di poter riprendere a discutere e a pianificare il futuro dell'offerta della montagna ed in particolare di riprendere il tema del Parco del Generoso. Nello specifico sono previsti investimenti su ulteriori tratte escursionistiche ritenute strategiche ed utili allo sviluppo del prodotto nel suo insieme. Altrettanto importante sarà la decisione relativa all'ente gestore del Monte Generoso e la possibilità da parte di OTRMBC di partecipare attivamente al lavoro di questo ente con un proprio rappresentante. OTRMBC ha un rappresentante all'interno della Fondazione Monte Generoso sin dalla sua costituzione. La Fondazione, che alcuni anni fa ha potuto acquisire un importante numero di terreni sulla montagna, potrebbe essere trasformata nel futuro ente gestore.

Per quanto concerne la futura attività della Ferrovia e del Fiore di Pietra è importante ricordare che dal 2019 l'apertura sarà ridotta al periodo da aprile a fine ottobre e che nel corso di due-tre anni saranno svolti importanti lavori lungo tutta la linea ferroviaria che non comprometteranno l'attività ed il trasporto di passeggeri, che resta comunque limitato ad un tetto massimo di 1'200 persone/giorno.

La realizzazione di un nuovo ed attrattivo ITINERARIO BIKE dalla Vetta potrebbe potenzialmente aumentare il numero dei fruitori della montagna con il treno, considerando come il tracciato sia primariamente pensato per essere fatto in discesa. Il ruolo della ferrovia per quanto attiene l'investimento generale per tracciato ed accoglienza dei biker in vetta (attrezzature), come anche la manutenzione del tracciato è ancora da discutere e definire.

Altro tema legato all'attività della ferrovia è quello delle collaborazioni con il Centro Astronomico di Varese e con la Grotta dell'Orso che sono stati disdetti e che non saranno quindi più proposti come loro prodotti dal 2019. Al momento non sono note le ulteriori o nuove attività che la ferrovia vorrà implementare per strutturare la propria offerta e l'attrattiva del prodotto in vetta. Un aspetto importante sarà quello di definire un nuovo concetto di vendita che tenga conto delle moderne esigenze della clientela legate in particolare alla digitalizzazione delle prenotazioni. Altro tema importante sarà quello dell'introduzione di nuovi treni in sostituzione degli attuali e dell'accoglienza che potrebbe essere data alla clientela a Capolago, a Bellavista, in vetta, ma anche sul treno durante il tragitto.

Un'attenzione particolare verrà posta all'evoluzione dell'offerta di vitto e alloggio sul MG, che ad oggi risulta infatti ancora carente malgrado si parli da tempo di alcuni importanti progetti:

- Osteria Peonia con alloggio: nuova gestione dal 2019;
- Osteria Balduana: nuova gestione dal 2019;
- Glamping Bellavista: da discutere con PUC i dettagli del progetto;
- Albergo Des Alpes: promosso da imprenditori locali presso la Bellavista, non si conoscono tempistiche e fattibilità;
- Agriturismo Dos dall'Ora e PianSpessa: nuovo progetto innovativo e di sviluppo di nuova attività;



- Alpe del Caviano: ampliamento della struttura e nuovo concetto di gestione legato ad Albergo diffuso;
- Ostello Scudellate: ristrutturazione della struttura e nuovo concetto di gestione legato ad Albergo diffuso;
- B&B Scudellate: nuovo progetto e nuovo concetto di gestione legato ad Albergo diffuso;
- Alpe Arogno: progetto di ristrutturazione non consolidato.

Interessanti saranno anche gli sviluppi che potrebbero nascere nell'ambito della collaborazione con la Val d'Intelvi per quanto concerne il Golf Club di Lanzo ed il progetto Interreg La Regione da Scoprire che mira a sviluppare e consolidare il prodotto e l'offerta turistica della Grotta dell'Orso.

Nel 2018 è stato inoltre terminato il lavoro di ripristino del tracciato alpino denominato "Variante" che collega Rovio con la Vetta lungo un percorso alpino, l'unico del Sottoceneri, la cui manutenzione resta di spettanza del club alpino che lo ha realizzato. Il potenziale attrattivo di questo tracciato escursionistico è alto e OTRMBC intende utilizzarlo per promuovere l'escursionismo sulla montagna.

Sempre nel 2018 è stato pubblicato il prospetto che presenta l'area del Monte Generoso nella sua interezza, dando così seguito all'idea prospettata nel documento di analisi della Messa in Scena.

Da rilevare che altri progetti potrebbero essere sviluppati in occasione dell'analisi della Messa in scena quali:

- la via del Pasta;
- la via dei Magistri Comacini;
- il sentiero delle favole alla Bellavista.

La messa in rete della Ferrovia e della Grotta dell'orso con gli altri 5 attrattori identificati come importanti per lo sviluppo turistico della regione da parte di OTRMBC nell'ambito del progetto La Regione da scoprire, è ritenuto fondamentale per lo sviluppo dell'esperienza, accoglienza e per lo sviluppo della visibilità dei singoli prodotti.

Allo studio un progetto di messa in rete di visite guidate con GUIDE ufficiali regionali, non ha per ora prodotto i frutti sperati. Malgrado gli incontri con responsabili di formazione anche a livello cantonale, la preparazione di un concetto di formazione a moduli condivisibile e la disponibilità di sviluppare nel Mendrisiotto un primo progetto-modello, al momento mancano i riscontri necessari ad avviare in maniera definitiva il progetto di formazione che vorrebbe permettere la professionalizzazione dell'attività, oltre che formare guide che possano muoversi all'interno della regione.

1.1.3. Valle di Muggio

Ancora prevalentemente considerata un'offerta naturalistica e culturale a sé, di fatto è parte della grande area del Monte Generoso, lungo le cui pendici si ritrovano un gran numero degli oggetti che il Museo Etnografico della Valle di Muggio (MEVM) ha sviluppato nel corso di 30 anni di attività.

Nel 2014 il MEVM e la Valle hanno ottenuto un prestigioso riconoscimento nazionale grazie all'attenzione della Fondazione Svizzera per il paesaggio che ha voluto premiarli scegliendoli quali "Paesaggio svizzero 2014". Questa valle che è molto apprezzata da chi vive nella regione e che è tornata ad essere abitata ed è oggi scelta da molte famiglie, ha saputo conservare il suo sapore di un tempo attraversando gli anni 80-90 quasi "indenne". Nella valle hanno particolare importanza due attività economiche, interessanti dal punto di vista turistico, che sono state riscoperte e rilanciate grazie al sapiente lavoro di pochi: il Mulino di Bruzella e i formaggini della Valle con lo Zincarlin, quest'ultimo divenuto un presidio Slow Food ormai da diversi anni.

Le attività del MEVM spaziano però anche in escursioni didattiche legate a rifacimenti e ricostruzioni di oggetti nel territorio (roccoli, graa, Nevère) e nel coordinamento di attività tradizionali che vengono messe in scena ormai da anni. OTRMBC reputa importante sostenere l'attività del MEVM, la cui organizzazione è stata recentemente completamente rinnovata.



Da segnalare che in Valle è pure molto attiva l'associazione PROVALLE DI MUGGIO che, tra l'altro, organizza annualmente la Sagra della Castagna e la Rassegna del Piatto Nostrano.

Il progetto relativo all'insediamento di un'esposizione che presenti la storia della montagna presso il Fiore di Pietra, in collaborazione tra MEVM e ferrovia, non è andato in porto.

Il progetto di Albergo Diffuso, che è in fase di elaborazione con il supporto della società CONIM, giocherà un ruolo strategico per lo sviluppo futuro dell'offerta turistica della Valle di Muggio, ma anche per lo sviluppo dell'accoglienza e delle competenze che potremo avere in valle. L'Osteria la Manciana e l'Ostello di Scudellate giocheranno un ruolo centrale in questo progetto che progressivamente prevede di allargarsi ed integrare altre strutture, tra le quali anche appartamenti, oggi sprovviste di personale e di strumenti utili al raggiungimento di obiettivi turistici e commerciali interessanti per la valle. Il progetto di Albergo Diffuso prevede d'integrare anche l'area dei dossi della Bellavista fino al Caviano e potrebbe essere in un secondo momento aperto anche alla Val Mara.

I progetti sviluppati dal MEVM, come quelli che potrebbero essere sviluppati dalla nuova Fondazione che sarà creata per gestire il progetto di Scudellate e le collaborazioni con Patriziato di Castel San Pietro per il Caviano e con l'Agriturismo Doss dall'Ora, anche per il progetto di Pian Spessa, potrebbero portare molte novità in Valle a beneficio anche del settore agricolo e a vantaggio di un turismo che cerca emozioni vere, legate al valore del territorio in cui si trovano.

La messa in rete delle Nevère/Valle di Muggio con gli altri 6 attrattori identificati come importanti per lo sviluppo turistico della regione da parte di OTRMBC nell'ambito del progetto La Regione da scoprire, è ritenuto fondamentale per lo sviluppo dell'esperienza, accoglienza e per lo sviluppo della visibilità dei singoli prodotti.

Allo studio un progetto di messa in rete di visite guidate con GUIDE ufficiali regionali, non ha per ora prodotto i frutti sperati. Malgrado gli incontri con responsabili di formazione anche a livello cantonale, la preparazione di un concetto di formazione a moduli condivisibile e la disponibilità di sviluppare nel Mendrisiotto un primo progetto-modello, al momento mancano i riscontri necessari ad avviare in maniera definitiva il progetto di formazione che vorrebbe permettere la professionalizzazione della professione, oltre che formare guide che possano muoversi all'interno della regione.

1.1.4. Parco delle Gole della Breggia

Ancora prevalentemente considerato un'offerta naturalistica e culturale a sé, di fatto è parte della grande area del Monte Generoso ed è il primo GEOPARCO svizzero, gestito da una Fondazione che amministra i fondi e opera su mandato ed in cooperazione del PUC Parco delle Gole della Breggia.

Lungo il tracciato dei sentieri vi sono tavole didattiche che introducono al tema, non facile, della geologia. Pur avendo un punto in comune con il Monte San Giorgio (specificità geologica unica e d'eccellenza), la differente "età" geologica non ha permesso a suo tempo di inserire quest'area nel progetto di candidatura WHL UNESCO.

L'area del Parco è anche una grande apprezzata area di svago per la popolazione locale, dove è stato anche creato un laghetto artificiale il cui accesso per la pesca è possibile da poco.

Nel corso degli anni molti sono stati i lavori sviluppati all'interno del Parco. In particolare, sono stati restaurati ponti, rivisto il tracciato del fiume e ristrutturato il mulino del Ghitello dove, da qualche tempo, ha trovato spazio anche un Info Point.

La Fondazione organizza sull'arco dell'anno diverse manifestazioni. Tra i progetti più interessanti quello di "legare" il parco con la Valle di Muggio, costruendo un sentiero attraverso le gole per risalire fino ad incrociare il sentiero a Morbio e quello di sviluppare una collaborazione attiva con il Parco della Valle della Motta per la gestione comune dell'offerta escursionistica-naturalistica e geologica.



All'interno del Parco dal 2012 la presenza del Percorso del Cemento attira l'attenzione del pubblico. Nato da un'idea di bonifica comune del Cantone, comuni e Holcim, questo Itinerario alla scoperta di un'attività economica particolare ha un potenziale molto alto, ma è sicuramente ancora poco sviluppato.

OTRMBC ha collaborato con la direzione del Parco per l'analisi del prodotto e dell'offerta legata ai due principali temi proposti all'interno dell'area del parco ed il risultato del lavoro è parte integrante del Master Plan del Monte Generoso. Il potenziale del Percorso del Cemento e della Torre dei forni anche come location per eventi è tutto da sviluppare e potrebbe rappresentare un punto forte per la regione.

La messa in rete del Percorso/Parco con gli altri 6 attrattori identificati come importanti per lo sviluppo turistico della regione da parte di OTRMBC nell'ambito del progetto La Regione da Scoprire, è ritenuto fondamentale per lo sviluppo dell'esperienza, accoglienza e per lo sviluppo della visibilità dei singoli prodotti.

In particolare, con la direzione del Parco, OTRMBC ha lavorato allo studio un progetto di messa in rete di visite guidate con GUIDE ufficiali regionali, che è in attesa di risposte da parte del DECS per poter essere implementato nella regione quale iniziante di un progetto da poi espandere al Cantone tutto.

1.1.5. Monte Sighignola

Viene definito "il balcone d'Italia" perché la sua vetta si trova in territorio italiano. Fino a pochi anni orsono in vetta si trovavano i resti di un'opera mai compiuta, la teleferica che avrebbe dovuto salire in vetta partendo dalla riva del lago Ceresio. Bonificato grazie anche all'importante contributo del Cantone, sulla vetta oggi c'è solo una piccola buvette che non risulta sempre aperta.

La vetta è raggiungibile da Lanzo (I) con l'auto percorrendo una strada sterrata, ma non risulta molto frequentata, forse proprio perché priva di strutture ricettive, ma anche perché la strada stessa non è mantenuta in modo da sviluppare ulteriore traffico.

Il comune di Arogno, in collaborazione con OTRMBC, ha investito per sistemare in parte e creare un itinerario escursionistico che conduce in vetta dal lato CH, percorrendo un tracciato difficoltoso e poco adatto alle famiglie. OTRMBC ha inserito anche il Monte Sighignola nel concetto dell'area del Monte Generoso.

1.1.6. Monte Bisbino

Il Monte Bisbino ed il Monte Generoso sono le due montagne che fanno da cornice alla Valle di Muggio. Sul Bisbino alcuni insediamenti ed alpeggi rendono comunque interessante un'escursione. Nel concetto di analisi della Messa in Scena del Monte Generoso, OTRMBC ha inserito anche il Bisbino nel concetto dell'area del Monte Generoso.

1.1.7. Sasso Gordona

Il Sasso Gordona era uno dei capisaldi più importanti del sistema difensivo della Frontiera Nord in Val d'Intelvi, costruito per controllare da est il saliente ticinese. Vera fortezza naturale, grazie all'osservatorio in caverna posto immediatamente sotto la vetta, essa garantiva il perfetto controllo del territorio svizzero in direzione del Monte Bisbino e del Monte Generoso. La sua vetta è raggiungibile partendo da Cabbio ed è una meta apprezzata da molti escursionisti e biker.

1.1.8. Lago Ceresio o di Lugano

Il ramo a sud del Ponte diga è anche detto Basso Ceresio. Quest'area comprende sei comuni: Bissone, Maroggia, Melano, Capolago-Mendrisio, Riva San Vitale e Brusino Arsizio.

Da alcuni anni OTRMBC organizza incontri regolari con questi comuni per sviluppare collaborazioni e progetti d'interesse comune. Tra questi: la messa in rete dei lidi e piscine comunali della regione.



I comuni a lago vantano dei lidi apprezzati ed importanti investimenti sono stati fatti e/o pianificati da Bissone, Maroggia, Melano, Riva San Vitale e Brusino per strutturare, attrezzare, rinnovare ed ampliare le offerte. Al lago sono praticabili anche attività sportive particolari quali il Beach Volley, il Wind Surf e lo Stand up Paddle. È allo studio la possibilità di creare una passeggiata a lago che possa, partendo da Brusino, congiungersi a Bissone con il luganese. OTRMBC conferma l'importanza di questo progetto ritenuto strategico per lo sviluppo dell'offerta turistica regionale.

Un altro progetto a lago nel quale OTRMBC è coinvolto da diversi anni è quello dell'area Lago di Melano. Un'area giunta da poco alla pubblicazione della pianificazione. Qui e nelle sue prossimità un tempo si trovavano tre campeggi, oggi solo due, che con grande probabilità diverranno uno solo dopo lo sviluppo dell'area lago Melano. Il campeggio di Melano, che dovrebbe restare anche in futuro, risulta e risulterà essere in una zona privilegiata ed il progetto prevede la possibilità di edificare anche dei bungalows, ma allo stato attuale il proprietario non è in grado di fare previsioni. Un campeggio strutturato a dovere e con infrastrutture moderne avrebbe qui un potenziale assolutamente concreto da portare a frutto.

In ogni caso il progetto pianificatorio dell'Area Lago Melano è stato sospeso da parte del Cantone ed al momento non vi è modo di sapere quando e come potrà essere ripreso.

Dal 2013 con Autopostale viene proposta un'offerta speciale per raggiungere i lidi e le piscine con il servizio pubblico, mettendo così in rete la promozione dell'offerta.

Importante sarà monitorare attività e strategie della Società Navigazione del Lago di Lugano, che al momento serve Capolago e Brusino, ma che potrebbe modificare le proprie scelte e le destinazioni a sud del ponte diga a seguito della riduzione del numero dei passeggeri trasportati.

Anche per il LAGO nel 2018 è stato pubblicato un piccolo prospetto, come per MSGiorgio e MGeneroso, che presenta tutta l'offerta nel suo insieme, a supporto della messa in rete del prodotto LAGO.

La messa in rete dell'offerta a lago con gli altri 6 attrattori identificati come importanti per lo sviluppo turistico della regione da parte di ETMBC nell'ambito del progetto La Regione da scoprire, è ritenuto fondamentale per lo sviluppo dell'esperienza, accoglienza e per lo sviluppo della visibilità dei singoli prodotti.

1.1.9. Vigneti

All'interno della regione più vignata del Cantone, rappresentano chiaramente un punto di forza sia per quanto concerne il ruolo paesaggistico-estetico che svolgono, sia per il fatto che legato a questi vigneti ci sono prodotti di qualità e cantine assolutamente vincenti.

Nel 2006 OTRMBC ha promosso in collaborazione con i partner del territorio legati all'iniziativa dei 100 anni del Merlot, lo sviluppo di tre itinerari tematici tra i vigneti. Itinerari che parlano di tradizione e modernità, territorio e meteorologia, ma anche geologia. Pannelli didattici supportano la visita che permette di conoscere a fondo il territorio della regione.

La presenza dei vigneti ha stimolato diversi partner di OTRMBC a creare e promuovere eventi, che nel tempo hanno assunto un ruolo importante per l'intera regione. OTRMBC stessa collabora mettendo a disposizione le proprie competenze e strutture (Ciaspalonga, Mangialonga, Agroblyes, Cantine aperte, Il Tappo alle Cantine, ...).

Da alcuni anni OTRMBC propone anche la VENDEMMIA come offerta turistica regionale, mentre dal 2006 ha in calendario ogni sabato una visita con degustazione in una cantina del territorio. Un ulteriore prodotto turistico legato ai vigneti della regione e delle attrazioni culturali è stato realizzato da OTRMBC in collaborazione con un piccolo tour operator regionale dal nome Mendrisiottoterroir. Questo prodotto dal nome Bike'n'Wine propone visite guidate in bici e degustazioni di prodotti locali.

1.1.10. Colle degli Ulivi

Fotografato e presentato in contesti di promozione da molti decenni, questo colle è privato e quindi non accessibile al grande pubblico. Rappresenta di per sé il Mendrisiotto in quanto “luogo simbolo”.

1.1.11. Parco Valle della Motta

Pur non essendo ritenuto un elemento o prodotto turistico strategicamente importante da parte di OTRMBC, questo parco, quest’area di svago e le sue infrastrutture, rappresentano un complemento importante all’interno dell’offerta turistica regionale.

Sarà interessante verificare come, grazie a piste ciclabili e diversi livelli di collaborazione tra partner regionali, si potrà coordinare una messa in rete di questo parco con gli altri “prodotti” sopra elencati ed in particolare collegarli costruendo un’offerta ricreativa per famiglie. In particolare, l’attività collaborativa con il Parco delle Gole della Breggia e la messa in rete dei mulini della regione (5 in totale) potrebbe rappresentare un interessante sviluppo del potenziale anche per questo prodotto.

1.1.12. Collina del Penz/Parco Spina Verde

La collina del Penz è un’area prossima a Chiasso. Zona residenziale è anche zona di vigneti ed è proprio qui che si trova uno dei tre itinerari didattici tra i vigneti. Conosciuta da alcuni perché qui si trova il punto più a sud della Svizzera, è invece conosciuta da pochi come una parte di una grande area transnazionale denominata “Parco della Spina Verde”.

Nel 2016 OTRMBC in collaborazione con il comune di Chiasso ha seguito il progetto di valorizzazione del Punto più a sud della Svizzera inserendo Morsetta, la Giovane Esploratrice, per attirare l’attenzione su questo luogo e il Punto più a sud è ora integrato nelle comunicazioni e nelle presentazioni.

1.1.13. Parco del Pre Murin

È una piccola area verde che si estende tra Ligornetto e Genestrerio e potenzialmente potrebbe essere inserita in un concetto d’itinerario escursionistico o intreccio d’itinerari escursionistici sul fondo valle tra il lago e Stabio o Stabio-Novazzano-Coldrerio.

1.1.14. Parco del Lavaggio

È un progetto interessante al quale stanno lavorando, con il sostegno finanziario del Cantone e di ERSMB, i membri del comitato Cittadini del Territorio. OTRMBC farà parte del gruppo di accompagnamento in quanto interessato a verificare le diverse tappe che porteranno al consolidamento di un progetto che permetterebbe di creare un percorso escursionistico dal Lago fino quasi a Stabio. Il tracciato del sentiero escursionistico è stato valutato e identificato nel 2018 ed ora OTRMBC seguirà lo sviluppo del progetto che deve ottenere il sostegno dei comuni.

Nella primavera 2019 sarà lanciato un concorso su invito che dovrebbe permettere di scegliere il migliore progetto per realizzare due aree di svago, una alla foce e una al “ponticello Capoferri”. Questo progetto, come anche quello della rinaturalizzazione e della messa in sicurezza, hanno come capofila il comune di Riva San Vitale, ma coinvolgono anche Mendrisio.

1.1.15. Punti Panoramici

La particolarità geografica della regione è rappresentata dalla presenza di due montagne che si affacciano sulla Pianura Padana, sui laghi e le cui vette guardano lontano fino alle Alpi. Uno dei punti panoramici già evidenziato all’interno di un progetto è quello del parco archeologico di Tremona che si apre sulla Pianura Padana. Nel 2017



OTRMBC ha rifatto i pannelli del punto panoramico sulla vetta del Monte Generoso. Proseguendo, OTRMBC riterrebbe utile rafforzare il tema dell'accoglienza e della visibilità di alcuni dei punti panoramici regionali, che sono anche ritenuti particolarmente interessanti per lo sviluppo della messa in rete nelle tre aree del Monte Generoso, Monte San Giorgio e Lago:

- La Bellavista del Monte Generoso (due terrazze in prossimità della stazione intermedia);
- La Cascina d'Armirone;
- La torretta di San Nicolao;
- L'arrivo della funivia a Serpiano;
- La Punta di Pojana;
- Il punto sotto la Chiesa Rossa che affaccia sul Parco delle Gole della Breggia;
- La Terrazza prima della Chiesa di Santo Stefano sulla collina del Penz (Dosso Pallanza);
- Scudellate;
- Alpe del Caviano;
- Alpe di Nadigh;

1.2. Prodotti derivati (preparati dall'uomo)

Sono esclusi gli itinerari storico-culturali.

1.2.1. Attrattori

- **Fox Town:**

È un attrattore, il più grande attrattore turistico del Cantone Ticino e tra i maggiori della Svizzera. Il progetto è consolidato ed inserito nei tour di operatori internazionali, come anche nei programmi di Svizzera Turismo. All'interno di FoxTown OTRMBC ha un punto informativo dal 2006, che ritiene importante per poter raggiungere un pubblico particolarmente numeroso e variegato che in nessun altro modo sarebbe possibile raggiungere, per poter presentare la regione e le sue peculiarità. La direzione di Fox Town si è sempre detta disposta a collaborare con OTRMBC e quindi le occasioni di scambio non mancano. Dal 2016 FoxTown è anche il principale SPONSOR di OTRMBC, che può anche distribuire tramite Fox Town informazioni nelle newsletter. Chiaramente non tutti i frequentatori di FoxTown pernottano nella regione, motivo per il quale, pur generando pernottamenti anche nella regione, viene considerato un prodotto per turismo di giornata.

- **Ferrovia Monte Generoso:**

È un partner molto importante per OTRMBC e sviluppa da oltre 130 anni un'attività turistica di grande interesse sulla montagna del Generoso. Nel 2017 si sono conclusi i lavori di edificazione in vetta della nuova struttura ricettiva "Fiore di Pietra", mentre dal 2019 prenderanno il via i nuovi lavori per la sistemazione della linea. La presenza dell'edificio realizzato da Mario Botta attira l'interesse di un nuovo target di clientela, si tratta però di una nicchia. Per coprire i costi di gestione è importante raggiungere numeri elevati. In questo senso il lavoro nel settore marketing dovrà essere sviluppato tenendo conto anche dei mercati più lontani.

Con questo partner OTRMBC ha dato avvio allo studio dell'offerta del Monte Generoso nel 2016 e dei suoi possibili sviluppi. Il documento elaborato considera il Generoso come l'area che si estende dal Monte Sighignola al Monte Bisbino e sottolinea la necessità di migliorare alcuni aspetti dell'offerta legata alla ferrovia, oltre che all'attività di altri partner attivi sulla montagna. Gli aspetti della messa in rete e dell'offerta ricettiva sono trattati nel documento con la dovuta attenzione in quanto ritenuti elementi strategici.

La presenza nella regione di diversi edifici particolari edificati da Mario Botta, come anche dell'Accademia di architettura, potrebbero rappresentare un ulteriore punto d'interesse per la regione.



- **Museo dei Fossili del Monte San Giorgio:**

È stato sempre ritenuto da parte di OTRMBC che questo museo fosse la chiave per arrivare a svelare ai visitatori il segreto dell'eccellenza del Monte San Giorgio. OTRMBC ha investito molto nel progetto di sviluppo del museo, che ha ritenuto e ritiene una meta assolutamente immancabile per tutti coloro che vogliono comprendere il valore dell'unicità di questo luogo, dichiarato Patrimonio mondiale dell'umanità. Inaugurato nell'ottobre 2012 il Museo deve sviluppare le proprie attività e le proprie sinergie anche con altre offerte culturali regionali e transnazionali. Un aspetto sul quale si sta lavorando, per quanto concerne il tema del valore unico del MSG, è quello della trasmissione non solo didattica, ma anche emozionale della storia del Monte San Giorgio ("Un mare di ricordi") al grande pubblico.

- **Percorso del cemento:**

Ritenuto, come detto sopra, strategico, sostenuto da OTRMBC, finanziato da Cantone e Holcim, questo progetto ha visto la luce presso il Parco delle Gole della Breggia nel 2012. Tenuto conto della specificità legata alla presenza dell'impressionante torre dei forni e di quasi 1 km di gallerie visitabile con una guida, quest'offerta risulta particolarmente interessante, ma ha bisogno di essere sostenuta nella comunicazione e nella gestione (guide e orari) al fine di poterla veramente offrire al grande pubblico. Le possibilità di mettere ulteriormente in scena l'ambiente non mancano e ci si dovrebbe assolutamente pensare a breve-medio termine, così come è anche emerso dall'analisi sviluppata dal parco con la società Steiner Sarnen nel 2018.

- **Le Nevère del Monte Generoso:**

Sul Monte Generoso ed in particolare con partenza dalla vetta, OTRMBC ha realizzato in stretta collaborazione con il MEVM, l'itinerario didattico delle Nevère, che già a partire dal 2012 attira l'attenzione di chi si reca in vetta. Il riconoscimento ottenuto nel 2014 dalla Valle di Muggio con il premio del Paesaggio svizzero dell'anno ha permesso di verificare quanto e come la gente apprezzi il tema della scoperta di questo territorio, dove le Nevère sono un attrattore del tutto particolare che è molto ammirato.

- **La Grotta dell'orso:**

È un progetto lanciato dalla Ferrovia Monte Generoso quasi 30 anni fa. Di fatto le visite generano un indotto alla Ferrovia che vende i biglietti e ha coordinato l'attività di visita con l'Università di Milano per molti anni. La Grotta è parte del progetto Interreg sul quale OTRMBC sta lavorando come partner e che ha per capofila la SUPSI. L'idea è quella di sviluppare qui, come al parco archeologico ed al museo dei fossili, un'offerta che permetta di comprendere e di vedere ciò che non si vede più. La digitalizzazione e le nuove tecnologie sono gli strumenti che si vogliono mettere in campo per creare un prodotto turistico di qualità ed al passo con i tempi.

- **I Mulini:**

La messa in rete dei mulini è sentita anche dalle organizzazioni che li gestiscono, come un punto importante che permetterebbe una buona visibilità ai 5 luoghi. L'offerta ed anche i progetti dei 5 mulini non sono però allineati al momento, sia per questioni legate all'implementazione dell'offerta, come nel caso della Tana a Rancate o del Mulino del Daniello, sia per una questione legata alla gestione delle visite. Bruzella e Maroggia sono i due mulini pronti ad accogliere visite e ad organizzare anche attività legate alla produzione della farina. Ciò nonostante, considerata la forte volontà dei Mulini di lavorare insieme, OTRMBC ha realizzato un prospetto che li presenta tutti e 5 e sta studiando un percorso escursionistico, collegando le stazioni ferroviarie regionali, che possa essere presentato al pubblico.



1.2.2. Enogastronomia

- **Grotti:**

Il Mendrisiotto è anche GROTTI! Ve ne sono numerosi, di tipologie diverse, alcuni più tradizionali, altri più indirizzati alla ristorazione in senso esteso. I luoghi sono ricercati, perché tipici e particolari ed è proprio su questo elemento di tipicità al quale OTRMBC vorrebbe puntare in collaborazione con GastroMendrisiotto. I grotti, con le cantine descritte sopra, le numerose macellerie e le cantine vitivinicole regionali, fanno parte di quell'offerta enogastronomica più tradizionale e saldamente legata al territorio. Una genuinità che viene indicata anche nelle descrizioni proposte ai turisti.

- **Rassegne Gastronomiche:**

Sono 3 sull'arco dell'anno. La Rassegna Gastronomica del Mendrisiotto e Basso Ceresio cade sempre nel mese di ottobre ed è una manifestazione longeva e di grande successo (oltre 50 edizioni). OTRMBC partecipa attivamente all'organizzazione della manifestazione con una persona in comitato, la gestione del segretario e la gestione della grafica dell'evento. I mutamenti delle situazioni potrebbero portare OTRMBC a dovere assumere un ruolo maggiormente importante per quanto concerne l'organizzazione dell'evento. In questo caso sarà quindi fondamentale stabilire una modalità di gestione che permetta anche la copertura dei costi di OTRMBC. La seconda per numero di partecipanti (sia ristoratori che pubblico) è la Rassegna del Piatto Nostrano della Valle di Muggio. Un'ulteriore rassegna che sta prendendo piede, proposta da un numero molto ridotto di ristoratori, ma pur sempre apprezzata è "Nem ai gròtt".

- **FoodTrail Mendrisio:**

La Società FoodTrail ha sede ad Herisau nel Canton Appenzello ed ha sviluppato nel corso degli scorsi anni un progetto che mira ad essere esteso ad un gran numero di città svizzere, con la realizzazione d'itinerari degustativi molto particolari e che permettano nel contempo di assaporare i gusti del luogo e passeggiare, scoprendo alcuni degli angoli più particolari di una città. Dal 2018 OTRMBC propone il FoodTrail a Mendrisio, in collaborazione con diversi commercianti.

FoodTrail è proposto anche a Liestal, Thun, Sciaffusa, Rapperswil-Jona, San Gallo, Coira ed il "format" proposto ai visitatori in ciascuna delle 8 città svizzere è standardizzato, mentre il progetto locale e quindi la scelta del percorso, dei testi e delle domande da porre ai visitatori, come anche i luoghi in cui farli sostare per le degustazioni, è valutato e definito localmente.

- **Street Food Festival:**

Nato da una nuova collaborazione tra gli organizzatori ed il comune di Riva San Vitale su idea della OTR, questo appuntamento ha l'ambizione di diventare ricorrente e di catturare un pubblico diverso da quello delle classiche rassegne. La prima edizione avrà luogo nel 2019.

- **Vigneti e Cantine:**

La Regione è la più vignata del Cantone e vanta la presenza di numerose cantine. Con le cantine da alcuni anni vengono organizzate visite guidate "programmate" per i sabati (oltre chiaramente alle visite con degustazione organizzate ad hoc) ed anche vendemmie per turisti. Le Cantine ed i vigneti rappresentano un punto forte molto importante per la regione e per l'offerta turistica che li apprezza, come pure i tre itinerari tra i vigneti e le numerose manifestazioni a carattere enogastronomico, ma anche offerte come Bike'n'Wine.



- **Casa del vino Ticino:**

Su progetto di Ticinowine, dal 2017 è aperto questo punto di promozione-degustazione dei vini ticinesi presso il Mulino del Ghitello, all'interno del parco delle Gole della Breggia. La collaborazione tra il parco e casa del vino è ottima e favorisce lo sviluppo di opportunità di organizzazione di eventi presso il parco. OTRMBC collabora con Casa del vino Ticino.

- **Antiche Cantine di Mendrisio / Salorino / Capolago:**

Sono luoghi particolari, antichi. Le più conosciute e visitate sono quelle di Mendrisio. Inserite nella comunicazione come un luogo da visitare, sono anche una delle tappe dell'itinerario attraverso il centro storico di Mendrisio. Grazie all'iniziativa di un'associazione benefica da tre anni a questa parte, nel mese di settembre alle cantine di Mendrisio viene organizzato un evento pubblico. OTRMBC intrattiene rapporti con l'associazione proprio per questo evento che raccoglie anche qualche difficoltà, visto che le cantine sono praticamente tutte private, ma che sta crescendo e sembra piacere molto.

- **Zincarlin:**

Tra i prodotti enogastronomici di qualità e specifici della regione si trovano chiaramente i formaggini della Valle di Muggio. Grazie all'attività sviluppata da RVM è stata ritrovata una vecchia ricetta per produrre, con latte non pastorizzato, lo Zincarlin, un formaggio che necessita una lunga procedura di preparazione, da anni inserito nella lista dei Prodotti Slow Food e commercializzato anche grazie all'attività svolta da produttori locali capitanati da PROVAMM. I formaggini e lo Zincarlin in particolare rappresentano un'eccellenza specifica della regione.

- **Prodotti della Castagna:**

In particolare, nel corso dell'autunno in Valle di Muggio vengono organizzate manifestazioni legate ai prodotti derivati dalla castagna. In Valle la presenza del sentiero tematico e delle Graa (essiccatoi per castagne), come anche la vendita di prodotti presso gli spacci locali, permette di garantire la presenza del prodotto ed il tema della ruralità legata al consumo di questo prodotto sull'arco di tutto l'anno.

- **Salumifici:**

Nel Mendrisiotto sono presenti numerosi produttori di salumi apprezzati per la qualità "nostrana" dei prodotti. In particolare, nel corso dei mesi autunnali i prodotti locali trovano spazio sulle tavole, ma nel corso dell'estate i medesimi sono serviti nei grotti più tradizionali. Tra i salumifici da segnalare la presenza di Rapelli, un salumificio a livello industriale legato al settore turistico, con la quale OTRMBC intende collaborare cercando d'identificare il luogo ideale per creare una cantina che possa risultare un'offerta a carattere turistico come già fatto in Piora ed ai Castelli di Bellinzona.

- **Birrifici:**

I birrifici a carattere artigianale che sono presenti nella regione sono ormai numerosi e molto apprezzati.

- **Gin del Bisbino e Amaro del Generoso:**

Sono due prodotti nuovi, giovani, creati per parlare dei profumi e del sapore di un territorio e stanno riscuotendo grandissimo successo tra il pubblico locale, ma anche nella Svizzera interna dove già vengono consumati presso alcune strutture alberghiere scelte. La loro rinomanza sostiene il lavoro di promozione della Valle di Muggio e del Monte Generoso.



- **Istituto agrario di Mezzana:**

È un punto d'eccellenza per quanto concerne la produzione, ma anche la scuola. Tra i partner regionali attivi nel settore enogastronomico è uno dei più attivi. In futuro, grazie anche alla presenza di uno spaccio di prodotti locali, potrebbe assumere un ruolo molto importante nell'ambito dello sviluppo del progetto legato a Vigino. Un progetto quest'ultimo, del quale non si sentono novità da molto tempo.

- **Manifestazioni a carattere tradizionale legate al territorio con un'ampia offerta enogastronomica**

Sono molte dalla Mangialonga, al Tappo alle Cantine, la Fiera di San Martino, la Sagra del Borgo, della Castagna, del Bue, del Pesciolino, dell'Asino, di San Giuseppe, Festa del Beato Manfredo,...

1.2.3. Escursionismo e svago

- **Sentieri tematici: sono ormai numerosi, alcuni sono partner di progetti, altri sono progetti sviluppati o sostenuti da OTRMBC**

Itinerario delle Nevère: è un itinerario didattico, per ora senza pannelli, che conduce il visitatore dalla Vetta alla scoperta delle Nevère lungo le pendici del Generoso.

Sentiero GeoPaleontologico: è un itinerario didattico, con pannelli in lingua I e E, che si sviluppa in territorio CH e in territorio I. Racconta del Monte San Giorgio, della sua storia geologica e delle sue specificità ed è quindi di supporto a quanto viene presentato al museo di Meride e di Besano (I).

Sentiero dei Pianeti: è un breve itinerario con pannelli didattici, un tema ispirato dalla presenza del centro astronomico di osservazione, che continua per il momento la sua collaborazione con la Ferrovia Monte Generoso.

Sentée da l'Albur: è disegnato attraverso un'area boschiva di castagni e presenta le peculiarità di questo prodotto tanto importante in Valle di Muggio e nel Mendrisiotto.

Trekking Smeraldo: è un progetto del WWF Ticino. L'itinerario, diviso in nove tappe, permette di camminare quasi l'intera rete cantonale dei sentieri presenti nella regione e permette la scoperta di luoghi, insetti e animali che il WWF ha inserito nella lista delle *Specie Smeraldo* ovvero specie rare e particolari. Il percorso è stato definito da WWF, che si è anche occupato di posare i pannelli indicatori. Trascorsi oltre 10 anni, il tema di quest'offerta e della sua promozione dovrà essere ridiscusso con WWF.

Itinerari tra i Vigneti: sono tre, in tre zone distinte della regione (1. Mendrisio - Cantine - Castel San Pietro - Mezzana - Coldrerio - Mendrisio; 2. Rancate - Tremona - Arzo - Ligornetto - Rancate; 3. Seseglio - Pedrinete - Seseglio) con pannelli didattici che illustrano tre ambiti diversi relativi alla viticoltura nel Mendrisiotto.

- **Aree Pic-Nic:**

Nella regione ci sono diverse aree pic-nic: principalmente sulle due montagne o all'interno di aree di svago gestite dai diversi comuni. Per quanto concerne i progetti, OTRMBC aveva proposto di creare una particolare area picnic tematizzata alla Punta di Pojana, nel comune di Brusino Arsizio. Una piccola area a lago con una vista impareggiabile, ben visibile dalla strada che collega Riva San Vitale con Brusino. Sarebbe un ottimo tassello nel progetto di Messa in Scena del Monte San Giorgio, ma anche di questo progetto bisognerebbe tornare a parlare in quanto nel tempo se ne sono perse un po' le tracce.

- **Parchi gioco:**

Le piccole e medie aree di svago comunali all'interno della regione sono molte, molte di queste sono state recentemente modernizzate. Tra i parchi gioco più particolari, quello della Bellavista realizzato dalla Fondazione Monte Generoso nel 2018. Tra i progetti legati alla Messa in Scena del Monte San Giorgio avevamo prospettato di realizzare due parchi gioco tematizzati a Riva San Vitale ed uno al Serpiano, di grandi dimensioni. Entrambi avrebbero degli elementi in legno, già studiati, legati al mondo dei fossili del Monte San Giorgio, ma i due progetti al momento non sembrano risultare prospettabili.



- **Funivia Serpiano:**

Da tempo si discute del futuro di questa funivia che dovrebbe essere modernizzata e automatizzata per poter risultare veramente un servizio utile allo sviluppo dell'offerta del Serpiano e del Monte San Giorgio. Dalla funivia purtroppo si può/deve raggiungere a piedi l'Hotel Serpiano da dove è possibile prendere l'autopostale per scendere a Meride. L'offerta quindi legata alla "porta d'entrata al Monte San Giorgio" non è soddisfacente al momento, ma il proprietario pare disposto a verificare altre opportunità al fine di legare maggiormente il punto d'arrivo della funivia (con ristorante) all'hotel e quindi ai servizi pubblici. OTRMBC intende seguire lo sviluppo legato a quest'offerta nell'ambito del progetto di Messa in Scena del Monte San Giorgio.

Il tema del futuro investimento per sistemare la funivia è aperto ed è già arrivato sul tavolo delle autorità. Il tema della messa in scena delle cabinovie per farle diventare parte della promessa legata al bene WHS del Monte San Giorgio, utilizzando anche la giovane esploratrice a supporto della comunicazione emozionale e del progetto "La Regione da Scoprire", resta in discussione con il proprietario del Serpiano.

- **Maneggi/Scuole di equitazione:**

Nella regione sono 4 i centri che possono essere frequentati per dei corsi e/o per fare delle passeggiate a cavallo.

- **Centro Wind-surf alla "Batüda" di Riva San Vitale:**

Un centro sportivo consolidato che svolge un'attività apprezzata anche dai proprietari di residenze secondarie che si trovano sulle rive del lago. Con la messa in rete dei prodotti turistici a lago OTRMBC prevede di sviluppare attenzione anche nei confronti di questo prodotto.

- **Beach Volley presso il lido di Melano:**

La sua presenza presso il lido è datata di 3-4 anni e risulta un'interessante offerta per i fruitori dei lidi, in particolare per i proprietari di residenze secondarie. Con la messa in rete dei prodotti turistici a lago OTRMBC prevede di sviluppare attenzione anche nei confronti di questo prodotto.

- **Centri Parapendio di Capolago e Melano:**

Il centro per parapendio a Melano ha cessato la sua attività. Restano il centro Pink Baron a Capolago e il centro per parapendio FlyTicino con sede a Gandria, che propongono discese dalla Vetta del Monte Generoso.

- **Centro/scuola Sub (Lugano):**

Rappresenta un interessante complemento d'offerta per i turisti, in particolare per i proprietari di residenze secondarie.

- **Lidi di Riva San Vitale, Capolago, Melano, Maroggia, Bissone e Brusino Arsizio:**

Si tratta in linea di massima di lidi pubblici dati in gestione dai comuni a terzi. Particolarmente grande ed apprezzato è il lido di Riva San Vitale dove il comune sta investendo per ampliare superficie ed offerta. Altri investimenti sono pure in atto presso i comuni di Melano, Maroggia e Brusino, dove progetti di diverso tipo mirano comunque a rendere accattivante un soggiorno o una visita nella regione. I lidi sono già stati messi in rete con un primo progetto legato ad un'offerta creata con Autopostale. Con la messa in rete dei prodotti turistici a lago OTRMBC prevede di sviluppare attenzione anche nei confronti di questo prodotto. I lidi sono inseriti anche nel nuovo prospetto LAGO realizzato da OTRMBC nel 2018.



- **Piscine comunali di Chiasso e Mendrisio:**

Sono delle strutture molto sfruttate che necessiterebbero di essere ripensate e modernizzate per poter tenere il confronto con strutture a carattere maggiormente turistico. La piscina di Chiasso è aperta anche durante l'inverno (coperta). Con la messa in rete dei prodotti turistici a lago OTRMBC prevede di sviluppare attenzione anche nei confronti di questo prodotto.

- **California Acquapark a Balerna:**

È un piccolo centro acquatico che propone diverse attività sportive e ricreative. Risulta un interessante complemento ad un soggiorno nella regione in caso di cattivo tempo.

- **Stadio del ghiaccio a Chiasso:**

È un luogo principalmente riservato alle attività sportive che però può essere frequentato anche da privati in alcune ore e giornate della settimana. La sua presenza con la pista del ghiaccio a Mendrisio nel periodo natalizio, hanno risvegliato un certo interesse nei giovani locali, ma nel contempo propongo un'interessante attività ricreativa e sportiva anche a coloro che vengono nella regione.

1.2.4. **Progetti con grande potenziale**

- **Parco archeologico:**

Tra i progetti di recente realizzazione, vi è questo, che faceva parte dei progetti identificati dall'Analisi della Messa in Scena del Monte San Giorgio e che è stato segnalato e seguito da OTRMBC per molti anni, insieme con i progetti del Museo dei Fossili, del Percorso del Cemento, delle Fornaci di Riva San Vitale e delle Terme di Stabio, ritenendo che questi potevano essere progetti strategici per lo sviluppo dell'offerta turistica regionale. Per quanto concerne il Parco OTRMBC ha collaborato con il comune di Mendrisio, con ARAM e UBC per la realizzazione del progetto Parco che è stato inaugurato nel 2016 ed anche per preparare il materiale 3D con il quale è stato realizzato un filmato di lancio e di seguito utilizzato per sviluppare i contenuti dell'esperienza di realtà aumentata con gli occhiali che viene proposta dal maggio del 2017 al Parco. OTRMBC gestisce anche l'infopoint e la sala didattica del parco dal 2017 e collabora con Mendrisio nello sviluppo dell'attività di comunicazione e promozione del parco. Il prossimo passo sarà quello di realizzare il progetto dell'Antiquarium. Chiaramente il parco è un importante attrattore, in quanto unico nel suo genere in Ticino, ma anche perché si trova a pochi km dal Museo dei Fossili e dalle cave di Arzo e quindi, come già indicato nel doc di Analisi della Messa in Scena del MSG, potrebbe diventare parte di un'offerta coordinata molto interessante agli occhi del pubblico.

- **Cave di Marmo:**

È un progetto del quale si parla già da numerosi anni ed al quale ha lavorato in particolare il patriziato in collaborazione con l'ERSMB. L'attività estrattiva alle cave è ripresa nel 2018, mentre il processo di valorizzazione dell'anfiteatro e del laboratorio sono terminati nel 2017. Da alcuni anni OTRMBC ha avviato con il patriziato una discussione in merito all'offerta delle Cave ed al prodotto turistico che s'intende proporre al pubblico, ma malgrado l'attenzione di OTRMBC ad oggi il progetto turistico non è ancora stato definito. Con la FMSG dal 2018 vengono proposte delle visite per gruppi alle cave e sempre nel 2018 l'associazione Cava Viva ha organizzato un piano di supporto all'ufficio patriziale per rispondere alle domande per lo spazio dell'anfiteatro, ma non solo. L'itinerario didattico tra le cave è stato anche terminato nel 2018 con la posa di alcuni pannelli didattici che spiegano la storia del luogo e delle genti. Le cave di Arzo, con il Parco archeologico di Tremona ed il Museo dei fossili di Meride, potrebbero in futuro comporre quel triangolo d'offerta descritto nel documento Master Plan realizzato nell'ambito dell'analisi della Messa in scena del Monte San Giorgio che permetterebbe di offrire una giornata ricreativa alla scoperta delle eccellenze della montagna.



- **Teatro dell'architettura:**

È stato inaugurato nel 2018, ma la prima attività espositiva è stata presentata al pubblico solo in autunno. Non è ben chiaro il progetto di gestione di questo spazio molto bello e particolare, ma neanche il programma espositivo. L'intenzione sembra ancora essere quella di portare a Mendrisio una serie di congressi ed esposizioni di alto valore.

- **Club del San Gottardo/Treno Val Morea:**

Creato dall'ex direttore di OTRMBC questo club di volontari è oggi diventato un'associazione e ha l'ambizione di sviluppare un progetto cantonale e nazionale legato alla ferrovia del Gottardo ed alla locomotiva Coccodrillo, già acquisita tempo fa. Nella regione, ed in particolare in direzione della Valmorea, vengono organizzati viaggi con il treno a vapore, alcuni con programmi particolari. OTRMBC collabora attivamente con loro ed è consapevole che il potenziale dell'offerta non è ancora stato sfruttato e che quindi ci potrebbero essere molti sviluppi positivi, legati però a fattori esterni, quali la collaborazione con Ferrovia Nord e la concessione per l'utilizzo dei binari da parte di FFS.

- **Fornaci di Riva San Vitale:**

Anche questo progetto è in fase di gestazione da molti anni. È un progetto del comune di Riva San Vitale che ha il sostegno ed è seguito dall'OTRMBC. L'idea è quella di creare un'area di valorizzazione dell'attività legata alle antiche fornaci. Sostenuto e voluto dal comune di Riva San Vitale, il progetto prevede la nascita di un piccolo centro di competenza e di attività economica, ma anche lo sviluppo di un'area espositiva ed attività didattiche. Questo elemento, ritenuto appunto da OTRMBC come strategico, permetterebbe di creare una serie di itinerari tematici legati ai materiali ed anche al tema della geologia, oltre che di creare un'attenzione particolare sul mondo dell'artigianato locale che, con le fornaci e le cave di marmo, avrebbe anche modo di avere ulteriori sviluppi.

Al momento il comune di Riva San Vitale ha acquisito una fornace ed uno stabile che saranno elementi importanti nello sviluppo del progetto che concerne un piccolo quartiere del paese.

1.3. Prodotti culturali / storici

Questo capitolo riteniamo debba essere introdotto dalla segnalazione che il Mendrisiotto e Basso Ceresio è da secoli patria di artisti, pittori, scultori, architetti assai rinomati: dai celebri architetti Francesco Borromini, Carlo Fontana e Carlo Maderno attivi a Roma, da Baldassarre Longhena celebre a Venezia, ai Maestri campionesi attivi in Francia, Russia e Polonia, fino a Mario Botta; dagli scultori Vincenzo Vela e Apollonio Pessina a Remo Rossi e Pierino Selmoni; dagli scrittori Francesco Chiesa e Alberto Nessi al naturalista Luigi Lavizzari e ai numerosi giovani artisti pittori, scultori, scrittori, fotografi e musicisti locali che con la loro creatività rendono molto interessante la vita artistica di una regione per tradizione ponte culturale fra gli importanti poli artistici di Milano, Zurigo e Basilea. Pure molti artisti svizzeri e stranieri sono e sono stati ospiti di questa Lombardia svizzera: citiamo a caso Max Weiss, Giacomo Puccini, Gerhart Hauptmann o gli eroi del Risorgimento italiano. Terra d'artisti, il Mendrisiotto e Basso Ceresio è pure terra d'arte. Qui, chi ama scoprire una regione camminando trova in quasi tutte le località preziosi scrigni da gustare con rispetto e tranquillità e in Valle di Muggio un eccezionale Museo nel territorio. Le colline del Mendrisiotto e Basso Ceresio, punteggiate da ulivi e coperte da vigneti, da fitti boschi di castagni e faggi, con il verde intenso in estate ed i colori accesi in autunno, circondano villaggi che nascondono veri e propri tesori artistici e architettonici, come ad esempio la Pinacoteca Cantonale Züst a Rancate, casa Cantoni a Muggio, i palazzi Pollini e Torriani a Mendrisio, la Chiesa romanica di Sant'Agata a Tremona, il Battistero paleocristiano di Riva San Vitale, il Museo Vela a Ligornetto, il Museo dei Fossili di Meride, la Loggia settecentesca della Casa Allio ad Arzo, il Chiostro dei Serviti e Museo d'Arte di Mendrisio, i Palazzi di Brusata e di Loverciano, le Masserie di Mezzana e le Ville di Puccini e Leoncavallo a Vacallo, o le case unifamiliari di celebri architetti contemporanei quali Tita Carloni, Ivano Gianola e Mario Botta che offrono una sorta di modello abitativo ideale per una classe di persone colte. Ma i paesaggi bucolici e tinteggiati di nostalgia non devono far dimenticare che questa terra è estremamente moderna e dinamica ed è un importante luogo di cultura europeo grazie anche all'Accademia di Architettura di

Mendrisio, centro cosmopolita e umanista dove gli studenti incontrano celebrità internazionali, quali Zaha Hadid, Franck Gehry e Massimo Cacciari, fra le mura del neoclassico Palazzo Turconi reso meno austero da un gigantesco uccello variopinto, opera di Niki de Saint-Phalle. Oltre a queste opere, il Mendrisiotto e Basso Ceresio offre al visitatore attento anche molta semplicità ed arte popolare che troviamo nelle numerose Chiese e cappelle, nelle Nevère, nelle botteghe dei vasai, nelle fornaci, nelle fonderie artistiche che completano la sua ricca offerta. Assieme fanno di questa terra un vero luogo di cultura.

Nello specifico, elementi d'interesse per il visitatore possono essere:

- Chiostro dei Serviti; Chiesa Santa Maria; Chiesa di San Giovanni; Chiesa San Martino; Chiesa Rossa; Erbonne; Chiesa di San Vigilio; Chiesa di S. Silvestro; Chiesa di S. Martino; Chiesa di San Carpofo; Chiesa di Santa Croce e Battistero;
- Centro Storico di Mendrisio; Casa Cantoni; Casa Croci; Palazzo Torriani; Palazzo Pollini; Villa Argentina; Villa di Mezzana; Villa Foresta; Cinema Teatro di Chiasso; Nevère; Roccoli; Eremo di San Nicolao; Nuclei di Arzo, Meride, Rovio, Arogo e della Valle di Muggio;
- Festival di cultura e musica jazz; Processioni storiche Pasquali; Chiasso Letteraria; Fiera dell'Antiquariato; Festate: Festival di culture e musiche dal mondo; Festival di Narrazione; La Via Lattea; Fiera di San Martino;
- Museo Vincenzo Vela; Museo d'arte di Mendrisio; Pinacoteca Züst; M.A.X. Museo; Accademia e la Galleria dell'Accademia; Archivio Moderno; Museo Civiltà Contadina; Museo Etnografico della Valle di Muggio; Galleria Baumgartner; Museo del Trasparente.

1.4. Campi d'attività strategici regionali (ASB)

Nel corso del 2019 OTRMBC ha nuovamente affrontato il tema delle strategie (il primo documento era stato preparato nel 2006) ed il primo Business Plan era stato preparato con l'introduzione della nuova legge, nel 2015. Il lavoro prodotto di seguito è il proseguo di tematiche già identificate per il precedente Business Plan, che contemplano gli aggiornamenti relativi a quanto è accaduto o cambiato nello spazio temporale 2015-2019.

Campo d'attività strategico		Testa/teste di sistema (essa tiene insieme la rete dell'offerta, dirige volente o nolente i meccanismi economici dell'area strategica nella destinazione)	Specialisti del settore (influenzano i turisti direttamente oppure con l'aiuto di un effetto di rete, dirigono volenti o nolenti i meccanismi decisionali e di futuro consumo del turista)
1. Enogastronomia	Ristoranti e grotti	GastroMendrisiotto	Media, Popolazione (C2C), GastroMendrisiotto, GastroTicino, comuni, OTRMBC, ATT, produttori di vino
	Cantine	Ticinowine, Federviti	Media, Popolazione (C2C), TicinoWine, OTRMBC, ATT, enoteche
	Casa del Vino Ticino	TicinoWine, Associazione Casa del Vino Ticino	Media, Popolazione (C2C), TicinoWine, OTRMBC, ATT, produttori, cantine
	CCAT (Centro di Competenze Agroalimentari Ticino)	CCAT	Partner promotori (UCT, Sez Agricoltura, Lati. OTRMBC, GastroTicino), TicinoWine, Interprofessioni, produttori,



			ristoratori, Media, altri partner sett gastronomia (es Sapori Ticino)
	Cantine aperte	Ticinowine	Media, Popolazione (C2C), TicinoWine, OTRMBC, ATT, produttori, cantine, Hotel, Railway
	Eventi tradizionali: La Rassegna gastronomica del Mendrisiotto e Basso Ceresio	APG	Media, Popolazione (C2C), Ristoranti, produttori di vino, GastroMendrisiotto, OTRMBC, ATT
	Eventi tradizionali: La Rassegna del piatto nostrano	Pro Valle di Muggio	Media, Popolazione (C2C), Ristoranti, produttori di vino. OTRMBC, ATT, GastroMendrisiotto
	Eventi tradizionali: Sagra del Borgo	Comitato Sagra del Borgo	Media, Mendrisio, Popolazione (C2C), ATT, Lista Tradizioni viventi, Hotel della regione, Railway
	Eventi tradizionali: Sagra della castagna	Pro Valle di Muggio	Media, Breggia - Castel San Pietro, Popolazione (C2C), OTRMBC, ATT, Hotel della regione
	Eventi tradizionali: Fiera di San Martino	Polizia comunale di Mendrisio	Media, Mendrisio, Popolazione (C2C), UTC, Cantine, Produttori, associazioni, Scuole, Lista Tradizioni viventi, OTRMBC, ATT, Hotel della regione
	Eventi culturali: Mangialonga e Agroblues	Vineria dei Mir	Media, Popolazione (C2C), OTRMBC, ATT, GastroMendrisiotto, Produttori, Cantine
	FoodTrail	OTRMBC	Media, Popolazione (C2C), OTRMBC, ATT. Produttori, commercianti
	Tappo alle cantine	Club del Tappo	Media, Popolazione (C2C), Mendrisio, OTRMBC, ATT, produttori, cantine
	Bike'n'Wine	MendrisiottoTerroir	Media, OTRMBC, ATT, produttori, cantine
Campo d'attività strategico		Testa/teste di sistema (essa tiene insieme la rete dell'offerta, dirige volente o nolente i meccanismi economici dell'area strategica nella destinazione)	Specialisti del settore (influenzano i turisti direttamente oppure con l'aiuto di un effetto di rete, dirigono volenti o nolenti i meccanismi decisionali e di futuro consumo del turista)
2. Monte Generoso	Fiore di Pietra	La Monte Generoso	Media, Tour Operator, comuni, Popolazione (C2C), OTRMBC, ATT, appassionati d'architettura, Hotels, Railway, Navigazione
	Trenino del Generoso	La Monte Generoso	Media, Tour Operator, comuni, Popolazione (C2C), OTRMBC, ATT, Hotels, Railway, Scuole,



			navigazione, Partner La Regione da scoprire
	Ristorante in vetta	La Monte Generoso	Media, Tour Operator, comuni, Popolazione (C2C), OTRMBC, ATT, GastroTicino, produttori, organizzatori di eventi
	Sentiero delle Nevère	OTRMBC con MEVM	Media, comuni, OTRMBC, ATT, amanti della natura, archeologi, Scuole, Partner La Regione da scoprire
	Grotta dell'Orso	OTRMBC con comune Valle d'Intelvi	Media, Uni Milano, comuni CH e I, OTRMBC, ATT, Regione Lombardia, geologi, paleontologi, amanti della natura, Scuole, Partner La Regione da scoprire
	Bolle, Roccoli, Graa e Mulino	MEVM	Media, Tour Operator, comuni, Popolazione (C2C), OTRMBC, ATT, Pro Valle di Muggio
	Bellavista	Fondazione Monte Generoso e agriturismi	Media, comuni, Popolazione (C2C), OTRMBC, GastroMendrisiotto, produttori locali, contadini, amanti della natura
	La Variante	Club Alpino Mendrisio	Media, Tour Operator, OTRMBC, ATT, Hotel, Popolazione (C2C), amanti degli sport estremi
	Sport	OTRMBC e La Monte Generoso	Media, Tour Operator, OTRMBC, ATT, Hotel, FlyTicino, Red Baron, negozi di bike e di equipaggiamento sportivo, associazioni sportive ed escursionistiche
	Percorso del Cemento	Fondazione Parco Gole Breggia	Media, Tour Operator, OTRMBC, ATT, comuni, popolazione (C2C), Hotel, Scuole, organizzatori di eventi, Partner La Regione da scoprire
	Casa del Vino Ticino	TicinoWine e Associazione Casa del Vino Ticino	Media, Tour Operator, OTRMBC, ATT, comuni, Popolazione (C2C), Hotel, organizzatori di eventi
Campo d'attività strategico		Testa/teste di sistema (essa tiene insieme la rete dell'offerta, dirige volente o nolente i meccanismi economici dell'area strategica nella destinazione)	Specialisti del settore (influenzano i turisti direttamente oppure con l'aiuto di un effetto di rete, dirigono volenti o nolenti i meccanismi decisionali e di futuro consumo del turista)
3. Monte San Giorgio	Museo dei fossili del Monte San Giorgio	Fondazione Monet San Giorgio	Media, Tour Operator, Commissione Svizzera UNESCO, OTRMBC, ATT, WHES, Hotel, Scuole, Popolazione (C2C), paleontologi, geologi, UNESCO Chair, Partner La Regione da scoprire



	Patrimonio Mondiale dell'umanità	Fondazione Monte San Giorgio con Cantone e BAFU	Media, Commissione Svizzera UNESCO, Tour Operator, WHES, OTRMBC, ATT, Scuole, Hotel, UNESCO Chair
	Parco archeologico di Tremona	Mendrisio e OTRMBC	Media, OTRMBC, ATT, comune, Fondazione Monte San Giorgio, Popolazione (C2C), Hotel, organizzatori di eventi, archeologi e universitari, amanti delle esperienze 3D, Partner La Regione da scoprire
	Funivia Serpiano	Hotel Serpiano SA	Media, hotel Serpiano, Fondazione Monte San Giorgio, Tour Operator, OTRMBC, ATT, DT, UTP, Mendrisio e Brusino Arsizio
	Pinacoteca Züst e Museo Vincenzo vela	Cantone e Confederazione	Media, BAK, UBC, Mendrisio, Fondazione Monte San Giorgio, Tour Operator, OTRMBC, ATT, Scuole, Hotel
	Cave di marmo	Patriziato Arzo	Media, OTRMBC, ATT, comune, Fondazione Monte San Giorgio, Popolazione (C2C), Hotel, organizzatori di eventi
Campo d'attività strategico		Testa/teste di sistema (essa tiene insieme la rete dell'offerta, dirige volente o nolente i meccanismi economici dell'area strategica nella destinazione)	Specialisti del settore (influenzano i turisti direttamente oppure con l'aiuto di un effetto di rete, dirigono volenti o nolenti i meccanismi decisionali e di futuro consumo del turista)
4. Siti e tradizioni	Processioni della Settimana Santa di Mendrisio e altri eventi e luoghi religiosi e di tradizione	Fondazione Processioni Mendrisio OTRMBC Associazioni diverse per riti e momenti diversi	Media, OTRMBC, ATT, comuni, BAK, Lista tradizioni viventi, Popolazione (C2C), Hotel, Tour Operator target cultura e religione
Campo d'attività strategico		Testa/teste di sistema (essa tiene insieme la rete dell'offerta, dirige volente o nolente i meccanismi economici dell'area strategica nella destinazione)	Specialisti del settore (influenzano i turisti direttamente oppure con l'aiuto di un effetto di rete, dirigono volenti o nolenti i meccanismi decisionali e di futuro consumo del turista)
5. Architettura	Le opere di Mario Botta e gli altri grandi	OTRMBC	Media, Riviste architettura nel mondo, OTRMBC, ATT, comuni, Popolazione (C2C), Hotel, Tour operator target architettura e cultura
	Teatro dell'architettura	Accademia d'architettura	Media, Riviste architettura nel mondo, OTRMBC, ATT, comuni, Popolazione (C2C), Hotel, Tour

			Operator target architettura e cultura, organizzatori di eventi
--	--	--	---

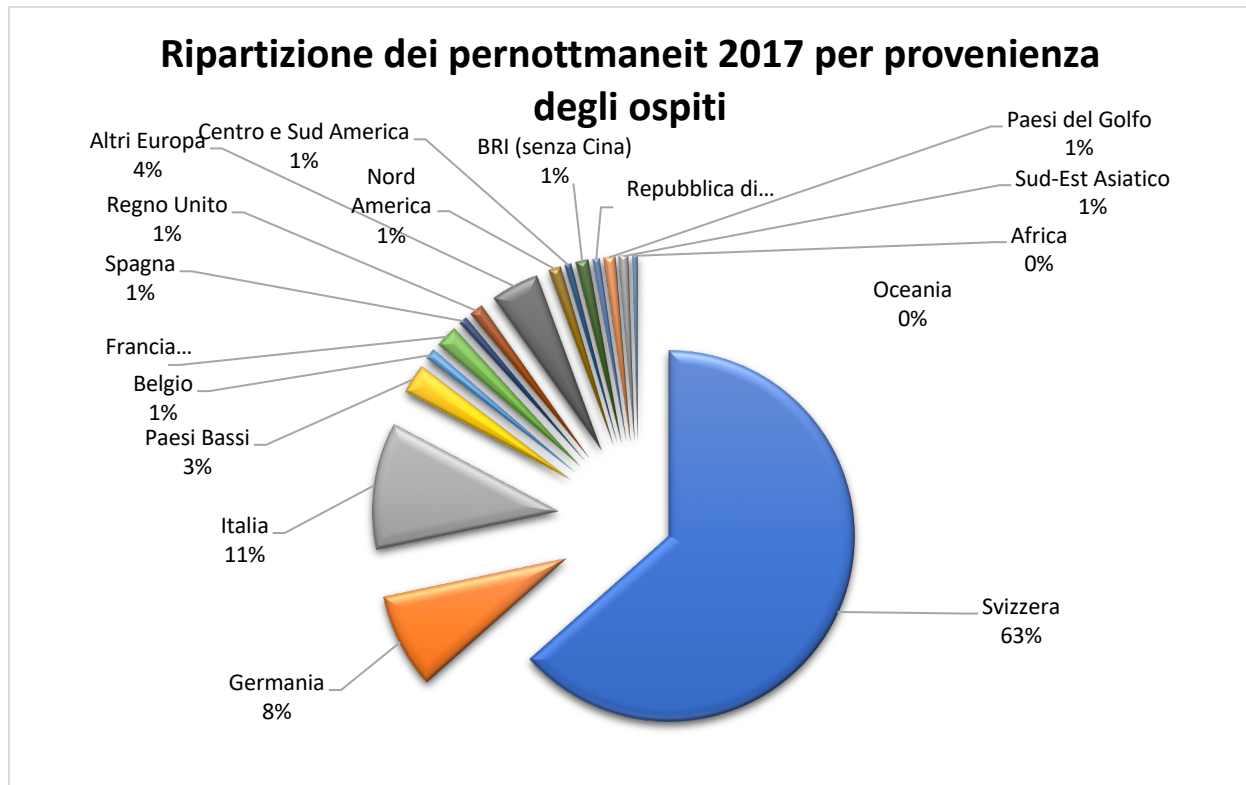
1.5. Ciclo di vita dei prodotti

Sarà rivalutato in occasione del prossimo lavoro di preparazione del BP 2024-2027 approfondendo il tema della comparazione delle situazioni e quindi dei possibili sviluppi dei cicli di vita rispetto al periodo dei due precedenti periodi 2015-2023.

2. Mercato (analisi dei dati in nostro possesso utili a determinare i mercati in cui investire)

2.1. Paesi di provenienza

Mendrisiotto 2017:



Commento:

Nella regione del Mendrisiotto e Basso Ceresio è rilevabile che i mercati principali sono quello svizzero, quello tedesco e quello italiano. Svizzera (63.5%), Italia (11.0%) e Germania (8.2%).

Da segnalare che nei dati che sono utilizzati per misurare gli arrivi non sono considerati i numerosi turisti di giornata italiani, o residenti in Italia ma provenienti da paesi terzi, o in transito attraverso il Ticino o residenti in altre regioni del Ticino.

Osservando i risultati relativi al numero di pernottamenti dei cinesi, un dato importante da rilevare tra il 2013 e il 2017 è la diminuzione % dei turisti cinesi presso le strutture alberghiere della regione, calati del 67.46%.

2015: 1330
 2016: 1847 (+38.9%)
 2017: 1026 (-44.5%)



2.2. Motivazioni del soggiorno

Non sono state fatte ricerche o studi. Forse potrebbe risultare interessante approfondire questo tema per individuare quanti soggiorni sono determinati da turismo d'affari, quanti per svago e quanti per shopping.

Sulla base dell'esperienza e delle conoscenze attuali si ritiene che i motivi per i quali i turisti vengono a visitare la nostra regione siano:

(i dati non sono in ordine di priorità o importanza)

1. I principali attrattori: Fox Town, Casinò, Monte San Giorgio (UNESCO WHES), Parco archeologico, Monte Generoso, Grotta dell'Orso, Valle di Muggio, Percorso del Cemento, Lago;
2. Enogastronomia (degustazioni e visite alle cantine, eventi enogastronomici, Rassegne, grotti, ...);
3. Business legato alle aziende attive nel territorio (principalmente moda e tessile);
4. Organizzazione di eventi (assemblee, piccoli congressi facilitati dalla posizione geografica);
5. Eventi a carattere tradizionale (Processioni, San Martino, Sagra del Borgo, Festival di Narrazione, Sagra della Castagna, ...);
6. Attività culturale e museale (eventi musicali e le offerte di musei, gallerie d'arte e teatro. Dal 2018 anche i nuovi programmi del Teatro dell'architettura e delle Cave di Arzo);
7. Vicinanza a Milano-Lombardia (Fiera Rho o altro);
8. Ricerca di "italianità-svizzeritudine";
9. Escursionismo, tranquillità e contemplazione: Monte Generoso, Valle di Muggio, Val Mara, Monte San Giorgio.

2.3. Segmentazione del mercato

Non sono state effettuate ricerche o studi.

Sulla base dell'esperienza e delle conoscenze attuali si ritiene che i segmenti siano:

(i dati non sono in ordine di priorità o importanza)

Turisti interessati allo shopping

Turisti interessati all'enogastronomia

Turisti di giornata (svago/eventi)

Business

Turisti interessati all'offerta culturale e/o naturalistica¹

Famiglie

¹ Per turismo naturalistico si intendono tutte le tipologie di turismo per le quali una della motivazione di base del viaggio è l'osservazione e l'apprezzamento della natura e delle culture tradizionali (<http://www.pnab.it/cosa-facciamo/turismo-sostenibile/definizioni/turismo-naturalistico.html> visualizzato il 09.09.2014)



3. Analisi SWOT

3.1. Dell'organizzazione turistica regionale

<u>Punti forti</u>	<u>Punti deboli</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Distribuzione dei compiti tra i collaboratori chiara ed efficace; - Collaborazione con le OTR, ATT e ST; - Comunicazione trasparente; - Infopoint al Fox Town ed al Parco archeologico; - Distribuzione capillare del materiale informativo su suolo regionale e cantonale; - Collaborazione attiva con i partner; - Presenza di rappresentanza in diversi gremi; - Progettualità; - Utilizzo nuove tecnologie per progetto "La Regione da Scoprire"; - Attrattori di rilievo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Poca considerazione da parte della popolazione locale; - La popolazione locale non percepisce l'attività di un Ente Turistico / La popolazione locale non è sufficiente informata sul ruolo e le attività promosse da un Ente Turistico; - Popolazione locale è restia a sacrificare la propria quotidianità per il turismo; - Poca collaborazione con Ente Turistico di Lugano; - Sede poco visibile (anche in via Maspoli); - Nessun controllo sulla veridicità della comunicazione dei pernottamenti alberghieri e privati; - Chiusura di alcuni alberghi; - Finanziamento di progetti con fondi della Fondazione Promo non più garantito; - Richiesta di sostegno con Fondo di funzionamento.
<u>Opportunità</u>	<u>Rischi</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Facebook; - Instagram; - Tripadvisor; - Sviluppo del Monte San Giorgio; - Sviluppo del Monte Generoso (nuovo concetto); - Avere dei Partner forti e fissi (MSG, Monte Generoso, Gastrosuisse, Hotellerie Suisse, Mezzana, MEVM, Parco delle Gole della Breggia, i comuni di Mendrisio e di Chiasso); - Distribuire il materiale informativo anche alle strutture alberghiere italiane; - Riconoscimento UNESCO delle Processioni della Settimana Santa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Regione piccola → Tutti si conoscono → rischio di influenze politiche; - Troppi progetti da seguire nello stesso momento → tempi lunghi; - OTR con meno mezzi finanziari del Ticino (a causa del numero di pernottamenti) → poco presa in considerazione; - Disponibilità finanziaria strettamente legata al numero di strutture alberghiere; - Impossibilità di attingere a fondi della Fondazione Promo.



3.2. Della destinazione

<u>Punti forti</u>	<u>Punti deboli</u>
<ul style="list-style-type: none">- Enogastronomia;- Fox Town - Casinò;- UNESCO Monte San Giorgio;- Percorso del Cemento;- Parco Archeologico;- Monte Generoso (trenino, Fiore di Pietra e Grotta dell'orso);- Valle di Muggio (Paesaggio e Nevère);- Lago - lidi;- Processioni della Settimana Santa di Mendrisio (candidata alla lista dei beni immateriali UNESCO);- Progettualità;- Tradizioni;- Accademia e Teatro dell'architettura;- Natura;- Cultura;- Itinerari Turistico Culturali;- Itinerari tra i vigneti;- Museo del Trasparente;- Fiera di San Martino, Sagra del Borgo;- Cantine;- Vigneti;- Rassegne gastronomiche;- Musei;- Teatro;- Parchi;- Geologia – Territorio – Materiali;- Momò;- Riri, Rex, Rapelli, Chicco D'Oro, Moka Efti, E. Zegna, Hugo Boss;- Swatch, Pamp, Valcambi, Argor-Heraeus centro della lavorazione dell'oro;- Raggiungibilità (aeroporti e stazioni FFS);- Manifestazioni (culturali e altre);- Turismo di giornata.	<ul style="list-style-type: none">- Asse di transito Nord-Sud;- Alptransit solo fino a Lugano;- Orari apertura negozi;- Distributori di benzina;- Hotel pochi;- Alcuni Hotel e ristoranti non gestiti in modo professionale;- Inquinamento;- Pannelli antirumore sull'A2;- Area di Servizio a Coldrerio non attrattiva o rappresentativa;- Associazioni per manifestazioni (volontariato che può venire a mancare...);- Manifestazioni importanti (poche con richiamo internazionale);- Formazione turistica;- Zona di confine;- Scarsa considerazione dell'indotto turistico (da parte della popolazione e politica);- Messa in rete (poca);- Turismo di giornata;- Poche o niente discoteche;- Navigazione (poche corse);- Transfrontaliero;- Lido Brusino;- Club del S Gottardo - Treno a vapore.



<u>Opportunità</u>	<u>Rischi</u>
<ul style="list-style-type: none">- Tradizioni;- Fox Town e Casinò;- Messa in scena Monte San Giorgio;- Messa in scena Monte Generoso;- Teatro dell'Architettura;- UNESCO;- Enogastronomia;- Hotel Serpiano;- Messa in rete;- FFS;- Itinerario BIKE dal Generoso;- Itinerario BIKE sul S. Giorgio;- Agroalimentare (Agriturismi, B&B, ...);- Nuovo Museo del Trasparente;- Riconoscimento UNESCO per Processioni Mendrisio;- Passeggiata a lago (Bissone-Brusino);- Area Lago Melano;- Area Pic-Nic punta di Pojana;- Storie-fiabe;- Accoglienza;- Nuova apertura SUPSI a Mendrisio, sez. architettura e design;- Nuova apertura Scuola di Moda a Chiasso;- Alptransit;- Navigazione e Funivia;- Fornaci Riva San Vitale;- Terme Stabio;- Cave;- Nuove strutture sul Monte S. Giorgio e sul Generoso;- Cultura;- Mario Botta;- Linea Malpensa - Mendrisio.	<ul style="list-style-type: none">- Chiusura alberghi;- Chiusura domenicale Fox Town;- Manifestazioni gestite da associazioni;- Inquinamento;- Alptransit;- Sentieri Bike non realizzati;- ERSMB - OTRMBC: mancanza di visione comune - territorio;- Rete con operatori (ruolo OTRMBC);- Valutazione errata indotto turistico.



3.3. Conclusioni

Qui si conclude la fase di analisi della regione turistica del Mendrisiotti e Basso Ceresio, dei suoi elementi o prodotti, della sua attrattiva e dei suoi potenziali.

Dall'analisi presentata risulta chiaro come il potenziale della regione è notevole in quanto gli elementi naturalistici e i prodotti derivati, che possono risultare d'interesse per il turista, sono molti.

Da quanto indicato, risulta altrettanto chiaro che la regione è piccola, che vi è un grande bisogno di coordinare l'offerta e che si devono "utilizzare" al meglio gli attrattori internazionali, che sappiamo già oggi essere tali, per portare il turista alla scoperta di altri elementi di valore.

La visione di OTRMBC non risulta quindi diversa, relativamente al quadriennio precedente, per quanto concerne il prossimo quadriennio.

Valutati i propri strumenti, i progetti, i compiti di legge ed il proprio ruolo, OTRMBC ha formulato le proprie strategie e quindi gli obiettivi di lavoro, ponendo l'accento su uno dei bisogni primari della regione: la messa in rete (anche per quanto concerne la comunicazione o la promozione) e l'analisi e lo sviluppo dell'esperienza turistica.



PARTE II

VISIONE E STRATEGIA

1. Visione, missione, obiettivi

<u>Visione</u>	
<p>Promuovere il ruolo dell'Organizzazione Turistica Regionale come un centro di competenza e supervisione regionale.</p> <p>Supportare lo sviluppo dell'offerta dei prodotti forti e cogliere le opportunità di sviluppo dei punti deboli che potrebbero influenzare il posizionamento della destinazione.</p> <p>Sviluppare una rete di offerta e l'utilizzo del logo di OTRMBC al fine di sviluppare la comunicazione regionale turistica ma non solo.</p>	
<u>Missione</u>	
Vedi legge sul turismo	
<u>Obiettivi (smart)</u>	
1	Visibilità
2	Sviluppo e rafforzamento del prodotto
3	OTRMBC: coordinatore regionale dell'attività turistica (messa in rete)

2. Strategie di prodotto (offerta turistica)

Ovvero, come OTRMBC intende intervenire sulle sei offerte o prodotti turistici (Aree Strategiche di Business), identificati quali prioritari.

2.1. Nuovi prodotti da sviluppare

Prodotto	Monte Generoso
Responsabile	OTRMBC con PUC, CANTONE, FERROVIA MONTE GENEROSO, FONDAZIONE MONTE GENEROSO, COMUNI DI MENDRISIO, CASTEL SAN PIETRO, BREGGIA, ROVIO, AROGNO, MELANO e diversi patriziati
Descrizione	<p>OTRMBC intende occuparsi di seguire lo sviluppo dei progetti individuati dall'Analisi della Messa in scena del Monte Generoso, tenendo in conto l'importanza della messa in rete dell'offerta. Il progetto di Albergo diffuso ha un ruolo centrale per quanto concerne il possibile sviluppo dell'offerta turistica sulla montagna. Tutti i partner devono collaborare per sviluppare un progetto condiviso. La collaborazione con il futuro ente gestore sarà di primaria importanza per poter elaborare i progetti che OTRMBC ritiene debbano essere sviluppati.</p> <p>Il tema BIKE sarà anche da sviluppare così come definito nel documento elaborato dalla ditta grigionese ALLEGRA.</p>



Obiettivi	Costruire un prodotto coordinato attorno all'attrattore "Ferrovia Monte Generoso", che possa quindi permettere di percepire il Monte come un'unica entità e non un insieme di tante piccole realtà. In particolare, l'idea è quella di proporre delle esperienze e sviluppare delle offerte coordinate che possano servire da collante tra le attività imprenditoriali e culturali-ricreative-escursionistiche-sportive e che possano essere svolte sul Monte Generoso. Fino ad oggi non esiste un concetto che preveda di costruire un prodotto concreto, ma singoli progetti che non riescono a superare i confini delle rispettive aree di competenze e di visione per questioni legate a principi, ma anche a compiti e mezzi finanziari. Prolungare la % media del numero di pernottamenti nella regione ed il numero totale.
Attività OTR	OTRMBC è stato il capofila di questo progetto di analisi della Messa in Scena (e di sviluppo di progetti condivisi) collaborando con i partner indicati sopra e portandoli ad un tavolo di discussione. OTRMBC intende cercare di creare sensibilità ed attenzione nei confronti del visitatore e aumentare anche il senso dell'accoglienza che spesso ancora oggi viene a mancare. Grazie alle esperienze dei rispettivi partner ed alle conoscenze del territorio e di chi lo abita, OTRMBC mira a creare una rete che supporti l'attenzione dovuta e il sostegno nei confronti dei nuovi prodotti turistici che si potrà decidere di sviluppare. Una volta sviluppato il prodotto si potrà valutare un piano di comunicazione, di potenziamento delle offerte tematiche e di messa in rete di offerte già esistenti in altre parti della regione.
Finanziamento	L'idea è quella di chiedere un sostegno finanziario al Cantone tramite i fondi NPR, come è stato nel caso dell'analisi della Messa in scena del Monte San Giorgio, ma di coinvolgere anche i partner locali indicati sopra sia per la parte di analisi che per la parte relativa alla realizzazione di singoli progetti.
Tempistica	2020-2023 lo sviluppo dell'offerta per BIKER, la sistemazione dei sentieri segnalati al PUC, la realizzazione della terrazza alla Cascina d'Armirono, la sistemazione dell'offerta ricettiva a Scudellate ed al Caviano, con l'implementazione del sistema di Albergo Diffuso.

Prodotto	Agroalimentare (Enogastronomia)
Responsabile	OTRMBC in qualità di centro di competenze regionale in collaborazione con i partner di GastroMendrisiotto, TicinoWine, produttori di vino, organizzatori di eventi, ...
Descrizione	OTRMBC intende sviluppare itinerari tematici legati all'offerta enogastronomica, da percorrere in bici, a piedi o in auto, come anche intende potenziare la visibilità dell'offerta legata al mondo della viticoltura collaborando con i comuni ad un progetto di visibilità o messa in scena del prodotto vitivinicolo così da sostenere l'immagine del territorio ed il suo legame con il settore. Importante la collaborazione con Casa del Vino, con Mendrisiotto Terroir e con Food Trail.
Obiettivi	Posizionare la Destinazione. Sottolineare agli occhi del turista, a lato di quanto già intrapreso in passato con la preparazione degli itinerari tra i vigneti e/o la collaborazione per la realizzazione di manifestazioni a carattere enogastronomico, la vocazione vitivinicola, l'attività di macellazione, la produzione di latte e derivati, come di luoghi a carattere rurale legati alla produzione di farina o altri alimenti. Proporre la regione come la regione da scegliere per la qualità e varietà dell'offerta enogastronomica ed aumentare il numero dei pernottamenti.



Attività OTR	Preparare gli itinerari, contattare i partner e realizzare delle offerte legate agli itinerari (es. offerta per le scuole con attività al mulino). Organizzare e coordinare manifestazioni legate alla viticoltura ed alla gastronomia. Proporsi come coordinatore della comunicazione del settore enogastronomico regionale ai propri partner. Realizzare delle offerte in collaborazione con grandi partner quali Gastro Mendrisiotto, Cantina Sociale, Mezzana, Rapelli e Chicco D'Oro per presentare loro attività e/o loro ambiti di competenze.
Finanziamento	I costi di progettazione ed analisi, come le realizzazioni ricadrebbero in parte su OTRMBC, Ticinowine e Gastro Mendrisiotto, ma dovrebbero essere supportate anche con fondi NPR.
Tempistica	2020-2023

Prodotto	Architettura
Responsabile	OTRMBC in collaborazione con Accademia di architettura e SUPSI
Descrizione	Il Teatro dell'architettura dovrebbe rappresentare quel tassello che potrebbe permettere di creare delle diverse tipologie di proposte turistiche legate al mondo dell'architettura internazionale, in quanto risulterebbe un vero grande attrattore. Nella regione sono stati ristrutturati due musei da parte dell'architetto Mario Botta (Museo Vincenzo Vela e Museo dei fossili) e progettati e costruiti anche il Teatro dell'architettura e il Fiore di pietra. Si può dunque pensare di sviluppare il tema dell'architettura di qualità ticinese. Da sottolineare come anche la SUPSI, oltre che l'accademia, avrà la sua sede a Mendrisio dal 2019. La presenza del Percorso del Cemento e lo sviluppo del progetto delle Fornaci di Riva San Vitale permetteranno inoltre di allargare il tema dell'architettura al tema dei materiali. Il modello di offerta potrà quindi essere sviluppato in funzione dell'evoluzione degli elementi presenti nella regione.
Obiettivi	Sfruttare la presenza del polo di eccellenza rappresentato dall'Accademia, con il Teatro dell'architettura e tutto il suo mondo accademico, come anche della SUPSI, per presentare la regione, accrescendone la visibilità
Attività OTR	Costruire una relazione cooperativa con l'Accademia. Condividere il progetto con Mario Botta, continuare a proporre il tour guidato lungo l'itinerario convenuto con il suo studio. Mettere in rete le diverse realtà facendo emergere i punti convergenti. Creare l'offerta turistica e promuoverla.
Finanziamento	NPR
Tempistica	2020-2023



Prodotto	Grand Tour of Switzerland
Responsabile	Il progetto è nazionale ed ogni Destinazione ha la possibilità di creare delle offerte legate al tema del viaggiare per visitare i luoghi più panoramici della CH. Idealmente OTRMBC potrebbe agire solo, ma forse si potrebbe pensare allo sviluppo coordinato di offerte tematiche ed esperienze turistiche.
Descrizione	Creare nella regione Mendrisiotto due-tre itinerari che possano essere effettuati in auto o a piedi da parte di coloro che seguiranno il percorso di Grand Tour. In particolare, si pensa di costruire un itinerario con visita al Monte San Giorgio, uno con visita presso alcune cantine ed un itinerario alla scoperta dei prodotti e dei luoghi della Valle di Muggio. Lungo tutto il tracciato sarebbe importante poter posare una specifica segnaletica, inserendovi le principali icone turistiche e quella di GToS (su modello della Svizzera tedesca). Resta l'obiettivo di realizzare alle Cantine di Mendrisio un punto dove raccontare una storia e fare in modo che i clienti di GTOS lascino una traccia del loro passaggio.
Obiettivi	Sfruttare il progetto nazionale, la promozione nazionale, il fatto di trovarsi lungo il percorso con un prodotto WHL UNESCO e utilizzare il progetto di Messa in rete del Monte Generoso con la Valle di Muggio, che ha ottenuto il riconoscimento di Paesaggio CH 2014, per generare pernottamenti e non permettere un attraversamento veloce della nostra regione.
Attività OTR	Preparare le offerte, contattare i partner, inserire le offerte nei canali di comunicazione, coordinare con le altre OTR e promuovere la visibilità dei tre prodotti pensati per il pubblico di Grand Tour of Switzerland.
Finanziamento	NPR, Comuni, OTRMBC
Tempistica	2020-2023

2.2. Prodotti esistenti da migliorare / sviluppare

Prodotto	Monte San Giorgio
Responsabile	OTRMBC, quale capofila e coordinatore principalmente con la Fondazione Monte San Giorgio e con i partner del progetto di analisi già realizzato, di tutte le attività a carattere turistico legate allo sviluppo della Messa in Scena e dei prodotti sul Monte San Giorgio, non solo relativi a WHS UNESCO.
Descrizione	Si tratta di trovare il sostegno necessario ed anche i finanziamenti utili alla realizzazione dei progetti identificati dal progetto. In particolare, sarà importante seguire lo sviluppo del progetto parco nel suo insieme, ma in particolare l'edificazione dell'Antiquarium, come anche lo sviluppo del prodotto turistico delle cave e gli eventi che potranno essere organizzati in loco. Il tema della messa in rete e della collaborazione tra i tre punti sarà molto importante da chiarire in futuro. La collaborazione con la direzione di Serpiano per l'albergo e per la funivia, come anche la collaborazione con la FMSG saranno da sviluppare nel proseguo. Il tema BIKE sarà anche da sviluppare così come definito nel documento elaborato da ALLEGRA.
Obiettivi	Migliorare l'offerta turistica sul Monte San Giorgio per quantità e qualità, ma anche tramite una messa in rete dei diversi elementi che permettano al visitatore di comprendere che sono tutti tasselli di un medesimo prodotto. Ampliando l'offerta aumentare il numero di pernottamenti nella regione e sul Monte San Giorgio.
Attività OTR	Monitorare gli sviluppi delle presenze sul MSG in relazione con lo sviluppo dell'offerta.

Finanziamento	Fondi NPR, partecipazione finanziaria dei partner che già hanno condiviso la spesa per la realizzazione del Masterplan realizzato nel 2012.
Tempistica	2020-2023

Prodotto	Processioni storiche (Processioni della Settimana Santa di Mendrisio)
Responsabile	OTRMBC con la Fondazione Processioni Storiche ed in collaborazione con la città di Mendrisio.
Descrizione	Le Processioni Storiche di Mendrisio sono state inserite nella Lista delle Tradizioni Viventi svizzere e sono candidate ad essere inserite nella Lista dei Beni Immateriali di UNESCO. OTRMBC ha lavorato nel 2017 alla preparazione del dossier di candidatura che è stato consegnato a marzo 2018 nelle mani del BAK e quindi di UNESCO Parigi. Per novembre 2019 sapremo se UNESCO conferma l'iscrizione. La presenza del Museo del Trasparente a Mendrisio dal 2017 offre la possibilità di promuovere durante tutto l'anno le Processioni ed i trasparenti. Questo fatto permetterà a OTRMBC di motivare la costruzione di offerte di diverso genere attorno alle Processioni pasquali. Strutturare una comunicazione ed una promozione (mai fatta) per sottolineare la presenza dei due Patrimoni (San Giorgio e Processioni). Creare del materiale didattico e dei gadget.
Obiettivi	Aumentare la visibilità della regione e generare pernottamenti.
Attività OTR	Coordinare tutte le attività della Fondazione Processioni Storiche legate alla loro promozione ed immagine, come anche la creazione di contatti e la realizzazione di offerte. Sviluppo dell'offerta legata al target "turismo religioso" nella regione, mettendo in rete i diversi luoghi.
Finanziamento	NPR, ERMBS, comune di Mendrisio, comuni della regione.
Tempistica	2020-2023

3. Strategie di marketing

Si tratta di definire, indicare in quale modo OTRMBC intende intervenire per sviluppare immagine e presenza di offerte regionali.

Di particolare importanza il fatto che OTRMBC intenda lavorare alla messa in rete regionale della "comunicazione", che risulta centrale in un concetto di sviluppo dell'immagine e dei prodotti turistici regionali.

OTRMBC, in quanto centro di competenza regionale, si mette a disposizione del partner per cercare delle forme di collaborazione tese a migliorare la visibilità dei singoli prodotti turistici, inserendoli nelle proprie attività. Di fatto riducendo gli sforzi, riducendo la spesa ed aumentando la visibilità.

3.1. Descrizione piano/strategia marketing OTR (e complementarità con ATT)

OTRMBC intende valutare l'integrazione e lo sviluppo di attività coordinate con il Piano Marketing cantonale, come già ha fatto in passato. L'idea di OTRMBC, già applicata negli anni, è quella di creare le basi per una



promozione regionale coordinata con i partner locali interessati ad investire in comunicazione ed attività di promozione.

Sfruttando canali già centrati da un'attività promozionale cantonale, la regione risulta chiaramente collocabile nel Cantone Ticino e quindi i partner regionali che cercano visibilità possono sfruttare questo canale che di fatto è già facilmente identificabile. I mercati di riferimento sono CH, I e D. Resta comunque l'interesse per il mercato cinese che dal 2019 inizieremo a lavorare in collaborazione con OTRLUG e ATT/ST, mentre che per un paio d'anni e fino al 2018 abbiamo avuto una collaborazione per questo mercato con CHINA STAR.

3.2. Mercati prioritari e obiettivi

I mercati prioritari sono: Svizzera, Italia e Germania.

La Cina è un mercato che consideriamo importante da sviluppare, pur rimanendo consapevoli di una limitata possibilità di impatto. È per questo importante collaborare con altri partner ticinesi sottolineando e presentando temi essenziali per questo pubblico quali: Shopping, Casinò, Vino e Monte San Giorgio.

GCC e USA sono mercati ritenuti interessanti ed importanti in quanto anche diversi partner regionali sono interessati ad investire in questi due mercati. Per quanto concerne USA in particolare il tema della gastronomia potrebbe trovare sbocchi interessanti.

BENELUX, Gran Bretagna e Scandinavia non sono prioritari anche per una questione di limitazione di Budget.

Sappiamo che i turisti europei hanno un comportamento d'acquisto molto diverso da quello dei clienti BRIC che principalmente vengono nella regione (e appunto a volte vi soggiornano) con l'obiettivo di fare acquisti al Fox Town e/o di fare acquisti presso le cantine vitivinicole.

Sappiamo inoltre che il cliente italiano, che è comunque anche un cliente interessato allo shopping, spende meno del cliente asiatico in generale.

3.3. Mercati attivi e obiettivi

I mercati attivi per la regione del Mendrisiotto e del Basso Ceresio sono quello svizzero, quello tedesco e quello italiano.

L'obiettivo di OTRMBC descritto nel 2014 era quello di aumentare del 20% il numero dei pernottamenti generati dai mercati CH e D nel corso del 2015-2016, purtroppo le statistiche non hanno presentato i risultati sperati, condizionati anche da macro-fattori non influenzabili o prevedibili.

3.4. Mercati emergenti e obiettivi

Il mercato emergente interessante per la regione del Mendrisiotto e del Basso Ceresio è quello cinese. Fox Town, il Casinò, il Monte San Giorgio e il Monte Generoso sono le attrazioni particolarmente interessanti per questo mercato.

3.5. Modalità di prenotazione

Come in altre aree turistiche le prenotazioni avvengono di regola su booking.com, expedia.com ed altri portali simili. Gli alberghi e le altre strutture hanno un loro sistema ma si punta a fare in modo di spingerle ad utilizzare STC.

STC è inserito sul sito di OTRMBC e degli alberghi della regione da ormai diversi anni, ma il numero dei pernottamenti in generale generato attraverso questa piattaforma è molto limitato.

3.6. Pubblicità / Relazioni Pubbliche

Riteniamo utile indicare che OTRMBC ha a disposizione pochi mezzi finanziari per poter strutturare con i fondi provenienti dalla TPT una vera campagna di comunicazione e/o promozione. Fino al 2014 compreso, la realizzazione del piano d'attività di OTRMBC era legata ai finanziamenti ottenuti tramite la Fondazione Promo dal Casinò Admiral.



I principi che hanno sin qui retto le attività di PR/marketing di OTRMBC sono fondati su:

- Sviluppo del prodotto/offerta;
- Preparazione di offerte pacchetto vendute da OTRMBC;
- Realizzazione di collaborazioni trasversali all'interno della regione, con altre regioni, transnazionali;
- Collaborazione con ATT;
- Partecipazioni a gruppi di lavoro regionali e nazionali;
- Realizzazione di elementi grafici "in casa" grazie alla presenza di un grafico nel nostro staff;
- Gestione accurata del sito;
- Pubblicazione sul sito dei documenti resi pubblici in assemblea;
- Collaborazione con altri siti web;
- Newsletter tramite Fox Town;
- Presenza a manifestazioni regionali;
- Acquisizione e realizzazione di materiale fotografico e video;
- Realizzazione di testi di diverso genere in diverse lingue;
- Comunicati stampa;
- Mailing;
- Utilizzo dei social media dal 2013;
- Acquisizione di spazi promozionali/pubblicitari su testate CH, I e su Guide D.

3.7. Osservazione del mercato

OTRMBC non ha strumenti propri. Da alcuni anni esiste l'Osservatorio del Turismo ticinese. I dati che provengono da questo Osservatorio sono prevalentemente delle statistiche provenienti da USTA di Neuchâtel che vengono assemblate e commentate.

Sarebbe interessante che queste statistiche venissero esaminate nei commenti, andando in questo modo a toccare e ad approfondire temi quali la mutazione del mercato, delle abitudini di spesa e dell'economia dei Paesi di riferimento. Altro tema che influenza la lettura delle statistiche è il fatto che vengano pubblicate e inoltrate ai media mensilmente creando un circolo informativo poco costruttivo.

Un discorso più interessante potrebbe essere fatto prendendo in considerazione i dati su più mesi o più anni, che inglobano valutazioni relative agli influenzatori negativi, ma anche (mai fatto) gli influenzatori positivi (es. una campagna promozionale particolarmente aggressiva su un mercato, un'offerta particolarmente allettante e promossa attraverso canali di top partner come RailAway e/o Raiffeisen oppure un evento straordinario di successo).

4. Strategie di cooperazione

OTRMBC ha da sempre cercato di stringere cooperazioni con partner regionali, cantonali, ma anche nazionali.

Di particolare importanza risultano quindi le collaborazioni con Svizzera-Ticino Turismo e con WHES.

Collaborazioni conosciute e sperimentate che richiedono chiaramente un investimento e parecchio impegno anche di ore lavorative, ma che sono ritenute d'importanza strategica per l'accrescimento della visibilità e della regione.

Collaborazioni sulle quali OTRMBC intende continuare ad investire, ritenendo che anche la messa in rete cantonale e nazionale sia una modalità di lavoro da percorrere, a pari passo con la messa in rete regionale.

4.1. Svizzera Turismo

Per quanto concerne la promozione internazionale il partner svizzero è Svizzera Turismo che, finanziato dalla confederazione, gestisce la promozione internazionale turistica.

Svizzera turismo è il partner principale di due associazioni svizzere con le quali OTRMBC collabora da molti anni, anche grazie alla presenza della sua direttrice nei due Comitati direttivi: WHES e Grand Tour. Queste due associazioni rappresentano un importante strumento per una messa in rete di prodotti turistici a livello nazionale.

Tema		
Grand Tour of Switzerland	Descrizione	<p>Grand Tour of Switzerland è un progetto voluto dalla conferenza dei direttori regionali delle destinazioni turistiche svizzere, che cofinanziano anche parzialmente il progetto. L'idea è quella di creare una "Route66" per percorrere la Svizzera ed ammirarne le bellezze. L'itinerario disegnato e già consolidato è di 1'600km ed attraversa anche il Ticino, tocca punti panoramici particolarmente suggestivi, strade secondarie ed a tratti storiche, conduce sulle rive dei laghi ed attraverso i passi svizzeri ed anche alla scoperta di 10 siti UNESCO.</p> <p>Grand Tour of Switzerland è anche il nome dell'associazione appositamente costituita per sviluppare il progetto e strutturarla nel suo insieme, dove la direttrice di OTRMBC siede in qualità di rappresentante del Ticino.</p> <p>Svizzera Turismo si è occupata del marketing dell'itinerario a livello internazionale nel 2015-2016, dal 2017 è l'associazione ad occuparsene.</p>
	Obiettivi	<p>L'investimento per realizzare la segnaletica e promuovere il nuovo prodotto è stato considerevole. Gli interessi di molti enti turistici e di Svizzera Turismo convergono negli interessi dell'associazione Grand Tour of Switzerland. OTRMBC ha partecipato come unica OTR ticinese al progetto ENJOY promosso per creare accoglienza per questo cliente, l'obiettivo resta, a livello regionale, quello di utilizzare anche questo canale per promuovere la regione e fare in modo che non venga solo attraversata velocemente.</p>
	Finanziamento	<p>Il progetto nazionale è finanziato dall'associazione, da ST e da sponsor. OTRMBC deve investire per promuovere l'attenzione sul tema localmente e per sviluppare l'offerta legata al GTOS sul web e sui social media.</p> <p>Restano da realizzare nella regione i cartelli turistici all'entrata-uscita dei paesi che si trovano lungo GTOS e il punto alle Cantine di Mendrisio per fare sostare chi transita.</p>
	Tempistica	2020-2023
	Indicatori	<p>Da verificare se vi saranno degli indicatori a livello nazionale che potranno essere utili a livello regionale o cantonale per misurare l'interesse ed anche l'acquisto di offerte Grand Tour of Switzerland.</p>



WHES (un tempo UDS)	Descrizione	<p>WHES (WORLD HERITAGE EXPERIENCE SWITZERLAND) un tempo chiamata UDS (UNESCO DESTINATION SWITZERLAND), è un'associazione creata da un gruppo di lavoro (composto da rappresentanti del turismo e Site Manager) che dal 2003 al 2008 ha cercato la collaborazione con lo scopo di promuovere i siti UNESCO CH.</p> <p>La direttrice di OTRMBC siede nel direttivo dal 2010 in qualità di delegata per il Ticino.</p> <p>Gli obiettivi di WHES nel tempo sono cambiati ed ora la collaborazione con SUK/BAFU/BAK potrebbe portare a nuovi incarichi, che vanno oltre il semplice occuparsi di promozione.</p> <p>WHES ha ancora in corso un importante progetto NPR intercantonale cofinanziato da Confederazione e dai diversi Cantoni, che termina nel 2019.</p>
	Obiettivi	<p>I Patrimoni Mondiali dell'Umanità in Svizzera sono molto diversi tra loro. Alcuni di questi sono facili da capire e lasciano facilmente emozionare i visitatori (castelli di Bellinzona, trenino rosso del Bernina, biblioteca di San Gallo). Altri, come il Monte San Giorgio, sono difficili.</p> <p>OTRMBC intende sfruttare questa collaborazione e questa piattaforma per inserire il prodotto, l'offerta del Monte San Giorgio, in circuiti in cui da solo farebbe assolutamente fatica ad essere presentato e colto.</p>
	Finanziamento	<p>WHES è cofinanziata dai diversi partner (soci) con un importo di 500.-fr/anno e dai diversi partner marketing con un importo di 20'000.- fr./anno. ATT versa il contributo totale delle due OTR ticinesi dal 2015.</p> <p>OTRMBC mette a disposizione del progetto a livello cantonale e nazionale il proprio personale, principalmente nelle persone della direttrice e della responsabile del prodotto.</p>
	Tempistica	2020-2023
	Indicatori	Sviluppo di piano marketing e collaborazioni a profitto del Monte San Giorgio e della sua visibilità.



4.2. Agenzia del turismo ticinese (ATT)

Ticino Turismo è la nostra Agenzia turistica e si occupa del marketing cantonale.

Tema		
WHES	Descrizione	Vedi sopra. ATT è uno dei partner-soci di WHES e finanzia la presenza di OTRMBC e OTRBAT quali partner-marketing.
	Obiettivi	Tramite la collaborazione coordinata in merito al lavoro svolto da e con WHES, sfruttare le diverse opportunità per mettere in evidenza, tramite i canali di promozione cantonali, i due Patrimoni presenti sul territorio e le offerte ad essi legate.
	Finanziamento	Non sono previsti esborsi particolari. Le medesime persone che seguono il progetto nazionale si occupano anche della coordinazione con ATT a livello cantonale.
	Tempistica	2020-2023

Itinerari escursionistici (HIKE) e Itinerari BIKE	Descrizione	Dal 2017 ATT ha lanciato il progetto HIKE ed integrato 3 itinerari della regione Mendrisiotto nella lista dei sentieri PREMIUM. Ora si tratta di sviluppare l'offerta integrando i concetti di Svizzera Mobile sia per quanto concerne gli itinerari a piedi che quelli in BIKE. Sono stati sviluppati 5 itinerari storico culturali e molti altri itinerari tematici. Sarà importante che ATT integri un concetto di promozione del progetto BIKE in parallelo al progetto HIKE.
	Obiettivi	Riuscire a creare attenzione sui prodotti, proporre gli itinerari della regione utilizzando i canali di promozione del progetto. Strutturare offerte in collaborazione con i partner del territorio.
	Finanziamento	Non sono previsti particolari esborsi, ma un importante coordinamento con la squadra sentieri e con il responsabile dell'offerta escursionistica Federico Cattaneo.
	Tempistica	2020-2023



WEB	Descrizione	OTRMBC ha messo online la nuova versione del sito nella primavera 2017, con tecnologia e banca dati condivisa con ATT e le altre OTR. Dal 2017 su idea di OTRMBC sono stati realizzati dei mini-siti, utilizzando una tecnologia e contenuti comuni al sito di mendrisiottoturismo.ch e ticino.ch, per alcuni partner: CCAT /CSG/ CAVE/ PARCO GOLE BREGGIA/ PARCO ARCHEOLOGICO. Allo studio ora anche lo sviluppo del mini-sito per PARCO VALLE DELLA MOTTA. Nel frattempo, ATT e le altre OTR hanno già deciso di investire in un ulteriore sviluppo tecnologico che mette al centro la versione MOBILE DEL SITO. OTRMBC intende allinearsi e investire per arrivare ad avere lo stesso tipo di sistema di comunicazione web.
	Obiettivi	Migliorare la qualità dell'informazione, sfruttare al massimo le sinergie con ticino.ch e le altre OTR.
	Finanziamento	NPR e OTRMBC
	Tempistica	2020-2023

4.3. Altre Organizzazioni turistiche regionali (OTR)

Tema		
MICE	Descrizione	In Ticino una delle 4 OTR è considerabile e considerata come la specialista del settore MICE: Lugano. Nella regione del Mendrisiotto e Basso Ceresio vi sono strutture e alberghi interessati a presentarsi ed a collaborare per attirare clientela MICE.
	Obiettivi	Risultare un valido supporto o complemento all'offerta del resto del Cantone in ambito MICE considerando come nella regione vi sia un interessante potenziale nell'ambito incentive.
	Finanziamento	Da verificare se necessario un contributo finanziario.
	Tempistica	2020-2023

Famiglie	Descrizione	In Ticino una delle 4 OTR è considerabile e considerata come la specialista del settore FAMIGLIE: Locarno. Nella regione del Mendrisiotto e Basso Ceresio vi sono partner, strutture e alberghi interessati a presentarsi e a collaborare per attirare clientela FAMIGLIE.
	Obiettivi	Risultare un valido supporto o complemento all'offerta del resto del Cantone.
	Finanziamento	Da verificare se necessario un contributo finanziario.
	Tempistica	2020-2023

4.4. Comuni e ERSMB

La collaborazione per lo sviluppo di progetti turistici con ERSMB e comuni è essenziale. Una condivisione di obiettivi ed anche una condivisione di azioni strategiche che portino a lavorare tutti nella medesima direzione risulta essenziale, in modo particolare nella nostra regione.

Tema		
Monte San Giorgio	Descrizione	Collaborare con il comune di Mendrisio risulta particolarmente importante per lo sviluppo del progetto di Messa in Scena del Monte San Giorgio e quindi della futura esperienza che possiamo offrire al turista, in quanto questo comune possiede la quasi totalità della superficie della Montagna. Non da meno importanti per lo sviluppo dell'offerta turistica del Monte San Giorgio risultano però anche una serie di altri partner: ERSMB, comuni di Riva San Vitale e Brusino Arsizio, Fondazione Monte San Giorgio, ARAM, patriato di Arzo, Tremona, Brusino Arsizio. Solo condividendo il progetto, anche procedendo per tappe e modulando gli interventi, considerando i diversi ruoli dei promotori e confidando nel coinvolgimento della OTR, si potrà arrivare al risultato!
	Obiettivi	Strutturare un'offerta concreta, coerente con i diversi valori scientifici, rispettosa dei valori UNESCO, che possa risultare coordinata al punto da essere percepita come un'offerta di qualità da parte del visitatore. Sviluppare l'attrattività del MSG creando delle offerte o prodotti che possano risultare di supporto al valore riconosciuto da UNESCO, introducendo temi che possono riferire dei valori UNESCO, ma anche di altro, considerando OTRMBC il partner con cui condividere offerta ed obiettivi. Creare dei legami, sinergie non solo di promozione, ma se possibile anche di gestione, coordinati.
	Finanziamento	Fondi NPR e Fondi FPR, sponsoring e mezzi finanziari di partner.
	Tempistica	2020-2023



Monte Generoso	Descrizione	<p>Collaborare con il comune di Mendrisio risulta particolarmente importante per lo sviluppo del progetto di Messa in Scena del Monte Generoso e quindi della futura esperienza che possiamo offrire al turista in quanto questo comune possiede la quasi totalità della superficie della Montagna. Fondamentale sarà lo sviluppo dell'offerta della Ferrovia Monte Generoso nei prossimi anni e l'introduzione del progetto PUC.</p> <p>Non da meno importanti per lo sviluppo dell'offerta turistica risultano però anche una serie di altri partner: ERSMB, comuni di Breggia, Castel San Pietro, Rovio, Arogno, Balerna, Morbio Inferiore, Provalle di Muggio, RVM, AFOR, Fondazione Monte Generoso, Fondazione Parco Gole Breggia, Patriziato di Arogno, Rovio, Castel San Pietro. Solo condividendo il progetto si potrà arrivare al risultato!</p>
	Obiettivi	<p>Strutturare un'offerta concreta, coerente con i diversi valori scientifici, rispettosa delle specificità della montagna, della Valle di Muggio, della Val Mara e del Parco delle Gole della Breggia, che possa risultare coordinata al punto da essere percepita come un'offerta di qualità da parte del visitatore.</p> <p>La collaborazione con Ferrovia Monte Generoso e PUC sarà d'importanza strategica per lo sviluppo dell'offerta sulla montagna. Creare dei legami, sinergie non solo di promozione, ma se possibile anche di gestione, coordinati.</p>
	Finanziamento	Fondi NPR e Fondi FPR, sponsoring e mezzi finanziari di partner.
	Tempistica	2020-2023

Processioni della Settimana Santa di Mendrisio	Descrizione	<p>Le Processioni Storiche della Settimana Santa di Mendrisio sono candidate alla lista dei Patrimoni culturali immateriali dell'UNESCO. OTRMBC ha assunto un ruolo determinante per quanto concerne la preparazione del dossier di candidatura, la realizzazione della prima sede del Museo del Trasparente e del nuovo sito web (mini-sito). Avrà un ulteriore ruolo strategico nello sviluppo della collaborazione di sviluppo della visibilità e partecipazione alla tradizione, anche nell'ambito del consiglio di Fondazione.</p>
	Obiettivi	<p>Accrescere la conoscenza dell'evento, sostenere lo sviluppo della creazione di un centro di competenza per i Trasparenti, la realizzazione di un nuovo museo, gestire il sito web e creare sinergie con altri luoghi legati al turismo religioso.</p>
	Finanziamento	Fondi NPR e Fondi FPR, in particolare del comune di Mendrisio.
	Tempistica	2020-2023



Enogastronomia	Descrizione	Il settore è particolarmente importante per la regione e per molte attività economiche, anche a carattere turistico, ma non solo. I partner attivi nella regione nel settore dell'enogastronomia sono molti, come anche le associazioni. Non vi è attualmente un coordinamento regionale.
	Obiettivi	Sostenere il posizionamento regionale con una messa in rete della comunicazione e sviluppo di sinergie tra i partner.
	Finanziamento	Fondi NPR e Fondi dei partner coinvolti.
	Tempistica	2020-2023

Parco archeologico Tremona	Descrizione	Gli scavi terminano nel 2019. Il progetto Parco è stato realizzato e così anche l'esperienza di visita con occhiali 3D. Mendrisio è interessata a sviluppare il progetto di Parco e ad edificare l'Antiquarium. ARAM e UBC sono interessati a restare e svolgere il compito di comitato scientifico. OTRMBC ha inserito lo sviluppo di questo progetto e le sue intenzioni nel rapporto della Messa in Scena del Monte San Giorgio. La gestione dell'Infopoint nel 2019 sarà affidata per il terzo anno a OTRMBC su mandato del comune.
	Obiettivi	Strutturare una nuova accattivante offerta turistica, coordinarla con le altre offerte sul MSG e nella regione, gestirla e promuoverla per portarla ad aumentare visibilità e numero di visitatori.
	Finanziamento	Fondi NPR, del comune di Mendrisio e Fondi di ev. sponsor.
	Tempistica	2020-2023

5. Strategie IT

5.1. Social Media

Il tema della comunicazione virtuale e dello sviluppo di supporti informatici utili agli scopi promozionali, è assolutamente riconosciuto. Per questo motivo da qualche anno investiamo per sviluppare una comunicazione sui nostri canali “social”, che richiedono un sempre maggiore sforzo, ma anche linguaggi diversi da quelli utilizzati su web. Dal 2018 abbiamo assunto una Content Manager, con un impiego al 50%.

Tema		
Facebook	Descrizione	Dal 2013 OTRMBC è presente e sta pubblicando su FB. Fino ad oggi su indirizzo del PM o della direzione, sono ancora gli stagisti a preparare i post e non è ancora stata fatta una pianificazione concreta della comunicazione con questo strumento. Con la recente entrata in servizio della Content Manager (50%), è intenzione di OTRMBC realizzare un piano di comunicazione integrato che tenga in conto FB e INSTAGRAM ed eventuali altri social. La gestione è impegnativa e richiede la collaborazione con ATT.
	Obiettivi	Aumentare le interazioni ed il numero dei follower. Creare un sistema coordinato di comunicazione che ci permetta di raggiungere un pubblico più vasto diversificando il target, sfruttando anche le informazioni e le competenze di ATT per promuovere attrazioni regionali e sostenere il posizionamento della regione attraverso campagne mirate.
	Finanziamento	Mezzi propri
	Tempistica	2020-2023

Instagram	Descrizione	Dal 2017 OTRMBC pubblica su Instagram. Fino ad oggi è solo NL che si occupa della pubblicazione su questo social sia con i post che con le stories e solo di raro vi sono interazioni tra Instagram e FB. Con la recente entrata in servizio della Content Manager (50%), è intenzione di OTRMBC realizzare un piano di comunicazione integrato che tenga in conto FB e INSTAGRAM ed ev. altri social. La gestione è impegnativa e richiede la collaborazione con ATT.
	Obiettivi	Aumentare le interazioni ed il numero dei followers. Creare un sistema coordinato di comunicazione che ci permetta di raggiungere un pubblico vasto e target diversi, sfruttando anche le informazioni e le competenze di ATT per promuovere attrazioni regionali e sostenere il posizionamento della regione attraverso campagne mirate.
	Finanziamento	Mezzi propri
	Tempistica	2020-2023



YOUTUBE	Descrizione	Dal 2013 OTRMBC pubblica il contenuto video sul proprio canale YouTube. Lo scorso anno è stata anche creata una pagina “La Regione da Scoprire” con filmati legati al tema.
	Obiettivi	Aumentare il numero dei followers sviluppando del materiale video di qualità. Sviluppare un sistema coordinato di comunicazione che ci permetta di raggiungere un pubblico vasto e target diversi, sfruttando anche le informazioni e le competenze di ATT per promuovere attrazioni regionali e sostenere il posizionamento della regione.
	Finanziamento	Mezzi propri
	Tempistica	2020-2023



5.2. Banca dati (ATT)

Tema		
Cooperazione con ATT	Descrizione	Dal 2017 OTRMBC ha messo online il nuovo sito che è stato realizzato come mini-sito di Ticino.ch, con l'obiettivo di utilizzare e sfruttare al meglio la banca dati in comune con ATT. Ticino.ch si sviluppa e consolida il suo contenuto grazie alla stretta e regolare collaborazione tra ATT e OTR. La struttura del nuovo sito di OTRMBC è esattamente la medesima del sito che aveva ATT fino al 2018.
	Obiettivi	Migliorare testi e contenuti delle schede grazie all'intervento della Content Manager entrata in servizio da poco. Arrivare a condividere tutte le schede in comune così da utilizzare al massimo le sinergie con ATT e le altre OTR. In questo modo il turista e l'utente avranno a disposizione un'unica versione delle offerte proposte sul territorio, il settore tutto, in questo modo, risulterà essere coeso negli intenti.
	Finanziamento	Mezzi propri
	Tempistica	2020-2023

5.3. Siti internet

Tema		
Svizzera Turismo	Descrizione	Razionalizzando e allineando i testi con Ticino.ch, l'informazione risulterà essere maggiormente coordinata. ST potrà sviluppare contenuti più articolati e corretti.
	Obiettivi	Aumentare la visibilità della regione e dei propri prodotti, ma anche aumentare la possibilità che l'informazione ricercabile sul sito porti a conoscere elementi di eccellenza della regione.
	Finanziamento	Mezzi propri
	Tempistica	2020-2023

MINI SITI WEB	Descrizione	Dal 2016 OTRMBC, in accordo con ATT e con Tinext, propone ai partner regionali e cantonali di creare dei MINI SITI di ticino.ch e mendrisiottoturismo.ch, con l'obiettivo di condividere elementi tecnologici sviluppati dopo un'attenta e professionale analisi realizzata da ATT, ma anche schede legate all'offerta turistica ed alla messa in rete tra partner. Ad oggi sono stati realizzati e sono online i mini-siti di: Parco archeologico di Tremona, Processioni della Settimana Santa e CCAT. In preparazione i mini-siti di: Club del San Gottardo, Parco Gole Breggia, Cave di Arzo, Parco Valle della Motta.
	Obiettivi	Allargare ulteriormente il numero dei partner che creano dei mini-siti. Proporre il finanziamento di una persona, un content manager regionale che si occupi dei mini-siti che devono essere costantemente alimentati



		e aggiornati e possono essere messi in rete anche con i social di OTRMBC e dei partner. Aumentare la visibilità della regione e dei propri prodotti, ma anche aumentare la possibilità che l'informazione ricercabile sul sito porti a conoscere elementi di eccellenza della regione.
	Finanziamento	NPR, FPR, Finanziamento dei partner
	Tempistica	2020-2023

5.4. Prenotazione online

Tema		
STC	Descrizione	Dal 2017 abbiamo sul sito il booking engine STC.
	Obiettivi	Booking engine sul sito per avere a disposizione il medesimo tool che hanno le altre OTR/ATT e gli alberghi del Ticino. Strumento che deve essere ancora perfezionato per migliorarne la fruibilità.
	Finanziamento	Mezzi propri
	Tempistica	2020 - 2023

6. Organizzazione (si tratta di identificare i 3 ambiti di competenza delle OTR)

Ci è stato chiesto di indicare gli ambiti in cui le competenze di OTRMBC possono essere considerate particolarmente sviluppate. Considerando il territorio, le sue offerte, ma anche gli ambiti in cui ha operato e opera OTRMBC, è stato facile scegliere i 3 ambiti in cui si può ritenere di avere competenze che potrebbero risultare utili anche per determinare il posizionamento della regione turistica.

6.1. Centri di competenza

Nome	UNESCO WHL (Monte San Giorgio e Processioni della Settimana Santa (? Da confermare))
Valenza	Regionale/Cantonale
Campo d'attività strategico	Sviluppo dell'offerta Utilizzo degli attrattori per strutturare offerte accessorie sui temi dei PATRIMONI e del TURISMO CULTURALE/RELIGIOSO.
Obiettivi	Sviluppare un'offerta completa ed articolata che permetta di attrarre il visitatore e che lo porti a comprendere l'unicità del luogo, il suo valore ma anche per permettere di prolungarne la permanenza nella regione.
Descrizione	È necessario occuparsi dello sviluppo delle sinergie tra i valori WHL e quelli di altri PATRIMONI presenti nella regione e nel Cantone. Vi è inoltre la possibilità di sviluppare sinergie con altri partner nella regione che possono risultare in linea con i temi della geologia, dei materiali e del turismo religioso.



	Senza dimenticare la grande opportunità di creare delle collaborazioni con i Castelli di Bellinzona o con altri WHL in Svizzera, anche negli ambiti legati a WHES e Grand Tour of Switzerland.
Analisi di mercato	I mercati risultano i medesimi, già più volte citati: Svizzera, Italia, Germania, Cina.
Analisi della concorrenza	Concorrente del Monte San Giorgio per quanto concerne il riconoscimento WHL sono sicuramente i Castelli di Bellinzona in Ticino e Castel Seprio/Sacri Monti nel Varesotto. La difficoltà del prodotto Monte San Giorgio è rappresentata dal fatto che i fossili risultano meno visibili, attrattivi e quindi interessanti per un vasto pubblico rispetto ad un castello, una biblioteca, un ghiaccio ... Da considerare che il tema della paleontologia non ha riferimenti diretti facili da ritrovare per la massa, se non che quello conosciuto di dinosauri. Da qui il bisogno della messa in scena dell'esperienza di una visita sul Monte San Giorgio.

Nome	Enogastronomia
Valenza	Regionale
Campo d'attività strategico	Sviluppo dell'offerta Coordinamento della promozione
Obiettivi	Sostenere il posizionamento della regione nell'ambito enogastronomico.
Descrizione	In stretta collaborazione con GastroMendrisiotto, i produttori di vino e con gli organizzatori dei principali eventi a carattere enogastronomico strutturare una supervisione degli eventi già esistenti, crearne di nuovi e sostenerli in tutti gli ambiti in cui non sono in grado d'intervenire direttamente, ma necessitano un coordinamento regionale per aumentare la loro visibilità.
Analisi di mercato	I mercati principali sono: Svizzera e Italia.
Analisi della concorrenza	Per quanto concerne il settore, il primo concorrente è la Lombardia. Qui per una questione di numeri, varietà d'offerte e prezzi, chiaramente il settore e tutti gli eventi ad esso legati sono molto attrattivi ed il rischio che la forza della loro attrattività sminuisca la presenza di proposte di qualità nella nostra regione è molto alto. Altro elemento da non sottovalutare è che chi opera nel settore enogastronomico ha la tendenza a vedere anche nel collega attivo a livello regionale o cantonale un concorrente, anzi spesso si sofferma troppo su questo pensiero.



Nome	Monte Generoso
Valenza	Cantonale
Campo d'attività strategico	Analisi, sviluppo e coordinamento dell'offerta. Coordinamento della promozione.
Obiettivi	Riuscire a strutturare attorno all'attrazione della Ferrovia Monte Generoso tutta una serie di attività e di prodotti che siano di supporto ad una visita sul Monte Generoso e le sue valli, creando opportunità di soggiorno prolungate.
Descrizione	<p>Come indicato precedentemente sono diversi gli elementi chiave del lavoro che OTRMBC intende svolgere:</p> <ul style="list-style-type: none">- Coordinamento con le attività sviluppate dal nuovo progetto in vetta;- Collaborazione con PUC per sviluppi diversi:<ul style="list-style-type: none">o Ente Gestore;o Glamping;o Sentieri da ricostruire;o Sviluppo dei progetti inseriti nel DOC "Analisi della Messa in Scena" con coordinamento locale con i partner;o Sviluppo dell'offerta Albergo diffuso;o Realizzazione sentiero Bike;o Sistemazione punti panoramici;o Interreg "La Regione da Scoprire";o Progetto Grotta dell'orso; <p>Si tratta d'iniziare un processo lungo e laborioso che dovrebbe permettere di strutturare offerte coordinate e combinate negli ambiti della cultura-escursionismo-sport.</p>
Analisi di mercato	I mercati d'interesse sono: Svizzera, Italia, Germania, ma il potenziale del Monte Generoso, in modo particolare legato alla presenza dell'attrattore Ferrovia Monte Generoso è sicuramente più ampio. Da considerare sono quindi anche i mercati GCC/CINA/INDIA/USA.
Analisi della concorrenza	Tutte le montagne svizzere sono potenzialmente dei concorrenti del Monte Generoso. Dal Rigi al Pilatus. Se però ci soffermiamo a valutare i concorrenti che hanno strutturato un'offerta attiva, interessante ed apprezzata in Ticino, il concorrente risulta il Monte Tamaro.



6.2. Servizi condivisi

Sono quei servizi o strumenti che si pensa di poter condividere con altri partner turistici. In particolare con ATT e con le OTR.

Servizio condiviso	Banca dati con ATT
Valenza	Cantonale
Obiettivi	Riuscire a razionalizzare le risorse e a migliorare l'informazione e la distribuzione (promozione).
Descrizione	Da valutare ulteriore sviluppo della cooperazione per la gestione della banca dati del sito e la creazione di un nuovo sito.

Servizio condiviso	Sentieri
Valenza	Cantonale
Obiettivi	Indicati nella legge
Descrizione	<p>La nostra squadra sentieri è stata costituita nel 2012 e si occupa della manutenzione dei sentieri della regione facenti parte della rete ufficiale cantonale (320 Km ca.).</p> <p>Il nostro caposquadra e l'operaio sono entrambi selvicoltori diplomati ed hanno entrambi il diploma per formare apprendisti. Ad oggi abbiamo formato un apprendista, ne abbiamo uno che sta per concludere la formazione ed uno che ha avviato il primo anno d'apprendistato, la loro formazione è gestita in collaborazione con i servizi del comune di Chiasso.</p> <p>A sostegno del lavoro che può essere svolto da questo piccolo team, OTRMBC ha sviluppato collaborazioni con programmi occupazionali, servizio civile, centro di accoglienza per richiedenti l'asilo di Chiasso ed il programma per l'inserimento dei detenuti.</p> <p>La collaborazione con la Protezione civile permette inoltre di sviluppare una serie di progetti puntuali che OTRMBC pianifica a medio termine.</p> <p>La prossima sfida è rappresentata dalla realizzazione e quindi dal tema della manutenzione dei tre itinerari per bike che intendiamo realizzare nella regione. Allo studio un ulteriore sviluppo di possibile collaborazione con Parco delle Gole della Breggia per creare un centro di competenze regionale.</p>