

Commento alle attività 2014.

mendrisiottoturismo.ch

Assemblea ordinaria – consuntivo 2014, 20 maggio 2015.

Rapporto della direttrice.

Il 2014 non è sicuramente stato un anno facile. Gli impegni pianificati erano molti, ma gli imprevisti e le situazioni poco favorevoli sono state almeno altrettanto numerose! Per questo motivo penso di poter affermare che il 2014 è stato uno degli anni di lavoro più difficili ed impegnativi per il nostro team. Un team che ha comunque saputo mantenere la rotta e portare a termine un importante numero di progetti, compiendo degli sforzi che mi sento di definire “particolari”, dimostrando la giusta sensibilità ai temi del contenimento dei costi e dimostrando la capacità di sapere guardare oltre al momento.

Come riferito nella relazione del presidente, le inattese e frammentate informazioni che Mendrisiotto Turismo ha ricevuto nel corso di tutto il 2014, per tramite della NCKM, in merito alla posizione ed alle decisioni della Casinò Admiral, hanno posto il nostro ente in una situazione di attesa che si è praticamente protratta per tutto l'anno.

Un'attesa ...

... che ci ha indotto ad essere particolarmente prudenti su più fronti e che non ci ha permesso di lavorare seguendo la normale pianificazione e programmando i processi così come avremmo voluto,

... che ci ha portato a dovere decidere di sviluppare comunque il nostro programma di lavoro,

... che non si è purtroppo consolidata con l'auspicato riscontro risolutivo che ci si attendeva.

Ma per riferire dell'anno 2014 va ricordata la sfavorevolissima situazione meteo che abbiamo avuto nel corso di tutta l'estate, che penso sarà ricordata come una delle più piovose in assoluto.

Un anno il cui risultato negativo deve essere spiegato ed in merito al quale vorrei sottoporvi una serie di considerazioni che potrebbero essere facilmente considerate “opportunistiche”, ma che io considero concrete.

Come ho già avuto modo d'indicare in passato una lettura delle statistiche e dei dati non è sufficiente per potersi esprimere in merito all'attrattività turistica di una regione, anche se purtroppo questo è ciò che avviene di regola ed in particolare questa è la chiave di lettura più frequentemente proposta dai media. Il turismo è offerta ed è quest'offerta e la sua qualità che influenzano direttamente il risultato, in primis degli imprenditori, che strutturano, posizionano e gestiscono l'offerta. Sono quindi la capacità imprenditoriale e sono quindi le decisioni strategiche che sempre più influenzano il risultato economico di chi opera nel settore del turismo. Un settore che si muove rapidamente, un settore in continua evoluzione. Dietro ai dati statistici vi sono quindi decisioni di imprenditori che agiscono e reagiscono perseguendo i propri obiettivi e questo è un dato di fatto sempre più concreto.

Se leggiamo le statistiche della nostra regione per l'anno 2014, senza tenere presente queste considerazioni, potremmo erroneamente ritenere che la diminuzione del numero dei pernottamenti possa coincidere con una mancanza d'attrattività della regione, ma io vorrei invece spiegarvi che questa lettura non è corretta, che il risultato in termini di numero di pernottamenti non ha a che fare con l'attrattività della Regione, ma con una diminuzione dell'offerta ricettiva e con le decisioni strategiche di alcuni imprenditori.

Per entrare in tema desidero premettere che siamo sicuri di poter affermare che nella nostra regione vi sono molte attrazioni particolari e di qualità, che stuzzicano l'interesse dei visitatori, che però non soggiornano forzatamente nella regione, anzi!

Le distanze e la mobilità oggi non rappresentano assolutamente più un problema per i turisti che possono scegliere di risiedere in una regione e "consumare" proposte turistiche in altre.

Nel corso degli ultimi 20 anni si è lavorato ed investito molto per creare nuove attrazioni e per migliorare l'immagine della nostra regione, utilizzando in particolare i fondi di pubblica utilità provenienti dalle convenzioni con Casinò Admiral, ma non solo. Sappiamo che molti privati hanno investito e che la somma di tutti questi investimenti hanno prodotto realizzazioni importanti che oggi sono a disposizione dei visitatori, che dimostrano di apprezzarli.

Dobbiamo inoltre riconoscere che in questi anni Mendrisiotto Turismo si è anche molto adoperato per raggiungere obiettivi importanti per la regione, cercando di promuovere e sostenere progetti, come anche la professionalizzazione e la strutturazione dell'offerta regionale e la sua messa in rete. Obiettivi raggiunti che han accresciuto la visibilità della Regione e dei suoi prodotti.

Ma ciò che non possiamo negare è che nella regione abbiamo un concreto problema con la diminuzione delle strutture ricettive. Vi sono state strutture che hanno chiuso per un anno e quindi riaperto dopo una ristrutturazione o cambio di gestione, ma altre purtroppo han chiuso per sempre togliendo di fatto posti letto all'offerta.

Arrivando alla considerazione del risultato 2014 dobbiamo segnalare che le strutture attive nella regione che erano aperte (ricordiamo che il Museo Vincenzo Vela e la Ferrovia Monte Generoso erano chiusi) hanno registrato dei risultati generalmente buoni in termini di numero di visite ed hanno accompagnato un totale di circa 14'000 visite guidate. Come anche che, il numero di visitatori al FoxTown Factory Store nel 2014 ha avuto un importante incremento. Mentre che i lidi e le piscine, come anche i grotti, hanno risentito in modo particolare della cattiva meteo che ha imperversato nel corso dei mesi estivi.

Dopo un 2013 che lasciava comunque intravedere una ripresa del numero dei pernottamenti alberghieri (4 stelle: da 28'440 nel 2012 a 29'797 pernottamenti nel 2013 e 3 stelle: da 97'907 nel 2012 a 105'666 pernottamenti nel 2013), il 2014 segnala un calo globale del numero totale dei pernottamenti nella regione (esclusi i forfait) di ben 25'392 unità e quindi una perdita percentuale del 13%!!!!

25'392 pernottamenti in meno rispetto al 2013, che devono tenere in conto due dati, uno negativo, l'altro positivo, ma non sufficiente a sopperire al problema causato dal primo ...

... il fatto che nel 2014 non ha riaperto, dopo la pausa invernale, la struttura più grande e con il posizionamento più esclusivo che avevamo nella regione: l'Hotel Lago di Lugano, l'unico Kid Hotel del Sottoceneri, apprezzato e rinomato, attivo nell'ambito dell'accoglienza per famiglie da molti anni. Una struttura che potenzialmente poteva generare 30/40'000 pernottamenti alberghieri all'anno, come è comprovato dalle statistiche

... il fatto che l'altra struttura a 4 stelle presente nella regione ha aumentato in maniera sensibile il numero dei pernottamenti nel 2014 (fino al 2006 i dati statistici riportano i risultati dell'unico albergo a 4 stelle che era l'Hotel Lago di Lugano)

I turisti s'informano, leggono, comparano e scelgono su web, sui social. Non solo in base al prezzo, ma a diversi fattori di qualità e di servizio, all'esperienza che è l'insieme del vissuto in un luogo. Questo impone agli imprenditori del settore alberghiero una riflessione, anche nella nostra regione, se vogliono mantenersi concorrenziali con la concorrenza che su web è mondiale e non solo cantonale. È difficile, è impegnativo, ma non impossibile restare al passo con le nuove sollecitazioni, ma si devono fare delle scelte per rendersi riconoscibili. Ma spesso in Ticino le strutture chiudono.

Considerando i dati e il potenziale dell'Hotel Lago di Lugano si può pensare che se questa struttura fosse stata ancora attiva, il risultato per il 2014 sarebbe stato in linea con il risultato 2013-2012. Questa è la lettura dei dati e dei fatti che, ricordiamolo, influenzano anche il risultato economico del nostro ente turistico, che poco può contro le chiusure di strutture ricettive e che in nessun modo può influenzare le decisioni strategiche delle gestioni alberghiere, ma che è positivamente fiducioso in merito al fatto che nella regione vi siano tre progetti che dovrebbero concretizzarsi entro il 2016 e che potrebbero portare nuove opportunità di soggiorno nella regione per coloro che desiderano sceglierla per un soggiorno e che, a volte, sappiamo dirigersi oltre confine o a nord del ponte diga.

Nel 2014 abbiamo anche avuto il grande onore di accogliere nella nostra regione un importante premio nazionale, un riconoscimento che va al grande lavoro, alla grande lungimiranza e costanza che il Museo Etnografico ha saputo dimostrare con il suo operato nel corso di svariati decenni d'attività. Il riconoscimento di "Paesaggio svizzero dell'anno 2014" è da ritenersi una distinzione di qualità e di unicità che contribuisce notevolmente all'immagine della regione che può proporre ai turisti una visita in questo luogo così speciale. Un premio che già nel 2014 ha attirato nella regione molti visitatori che hanno voluto visitare personalmente il Museo ed il territorio per apprezzarlo, fotografarlo e poterne parlare con gli amici, come è in uso fare quando si visitano luoghi unici. Purtroppo anche in Valle di Muggio mancano strutture ricettive e quest'indicazione ci è stata data più volte nel corso del 2014, quando molti avrebbero voluto fermarsi in Valle per gustarne l'atmosfera, ma non han potuto e, spesso, han quindi scelto di non fermarsi a dormire nella regione ...

Ribadisco che la nostra regione è piccola in termine di numero di strutture alberghiere e di numero di pernottamenti, ma ricca di offerte e di attrazioni che possono intrigare ed incuriosire, e che non basta una campagna di comunicazione per rendere visibile ed appetibile la Destinazione. L'offerta deve essere costantemente monitorata nel suo insieme, serve un lavoro coordinato, consapevole e duraturo. Serve qualità e attenzione nel servizio alla clientela per costruire l'immagine di Destinazione. Serve collaborazione tra partner attivi nel territorio per fare sentire ai turisti che si è pensato ai loro bisogni e che si è disposti a dimostrare loro quell'accoglienza che chiedono. Servono quindi strutture che sanno rispondere alle esigenze attuali del cliente con strategie a medio e lungo termine per costruire un'offerta per il turista che può scegliere tra "qui" e il mondo, con un clic.

Per tutti questi motivi da anni Mendrisiotto Turismo ribadisce che i propri macro obiettivi di lavoro sono e restano:

- Lo sviluppo del prodotto e la sua messa in rete
- La ricerca di visibilità

Il 2014, grazie ad un preventivo prudenziale e all'introduzione di ulteriori misure di contenimento di spesa, malgrado la diminuzione d'incasso fortemente influenzata dalla perdita dei pernottamenti generati dall'Hotel Lago di Lugano, chiude con un risultato finanziario che può essere considerato soddisfacente, in particolare se si considera il gran numero di attività svolte e le importanti incertezze relative ai fondi di pubblica utilità.

Sviluppo della visibilità

VISIBILITÀ - STAMPATI

La copertina della quinta edizione della GUIDA del Mendrisiotto e Basso Ceresio è stata dedicata al tema scelto da Svizzera Turismo per la campagna estiva dell'anno: "Panorami". Per introdurre il Benvenuto della Regione abbiamo scelto di dare la parola ad un testimonial del tutto particolare, che sta raccogliendo successi con i nuovi film: "La Palmira", i cui panni sono vestiti da Rodolfo Bernasconi, figura nota agli amanti del teatro dialettale.

Come sempre i temi sviluppati all'interno della GUIDA sono stati valutati e strutturati in maniera attenta, cercando di coordinare al meglio la complementarietà di temi e prodotti, che sono stati presentati anche attraverso numerose belle nuove immagini.

Per la quinta edizione del prospetto DOVE DORMIRE e della WELCOME CARD sono stati applicati gli stessi principi relativi allo sviluppo del tema dei PANORAMI attraverso la ricerca di immagini coerenti.

I tre prospetti sono stati distribuiti a livello regionale e cantonale, direttamente, attraverso i partner, in occasione di manifestazioni ed eventi e tramite Ticino e Svizzera Turismo, sia in Svizzera che all'estero.

La stesura di testi, come le traduzioni, ma anche la realizzazione di nuovo materiale fotografico nel corso del 2014 è proseguita, per rispondere a bisogni di realizzazioni grafiche in ambito pubblicitario e per poter rispondere alle sollecitazioni di media classici e di social net work.

Abbiamo inoltre portato a compimento la preparazione e stampa del **prospetto delle CURIOSITÀ DEI 5 ITINERARI STORICO CULTURALI** in lingua I/E e D/F, che vogliono stimolare la curiosità di chi vorrebbe conoscere meglio la regione ed i suoi comuni, come anche la storia dei luoghi e delle persone che li hanno abitati.

Tutti i prospetti sono stati inseriti sull'APP "Leggi il Mendrisiotto" (rintracciabile sull'APP STORE) come già era stato fatto con le precedenti edizioni, in modo da poter essere meglio distribuiti e facilmente sfogliabili in qualsiasi momento.

Ritenute le incertezze finanziarie abbiamo deciso di non procedere con l'elaborazione del concetto di GUIDA in lingua CINESE e della stampa di questo prospetto.



VISIBILITÀ - TICINO E SVIZZERA TURISMO

Mendrisiotto Turismo nel corso del 2014 ha ulteriormente sviluppato la propria collaborazione con Ticino e Svizzera Turismo. Nell'ambito della campagna PANORAMI del 2014 la nostra regione ha avuto diverse occasioni per partecipare ad attività di comunicazione sviluppate dai due partner, anche se non ha potuto proporre attivamente la vetta del Generoso come punto panoramico come sarebbe stato bello poter fare.

Da segnalare inoltre che nel 2014 il rapporto di collaborazione con i due partner è stato intenso e che le sollecitazioni da parte di entrambi i partner per sviluppare proposte ed offerte sono stati molti.

VISIBILITÀ - SITI WEB, MOBILE, APP E SOCIAL MEDIA

Nuovi testi e nuove foto sono state inserite sul sito di Mendrisiotto Turismo. Il Progetto La Regione da scoprire, come anche il Progetto La Svizzera più vicina all'EXPO sono stati aggiornati e seguiti anche su web. Non sono però stati fatti investimenti importanti per implementazioni di nuovi strumenti tecnologici, ritenuto che si è lavorato al progetto di rifacimento del sito cercando e trovando la collaborazione di ticino.ch. Si è quindi investito tempo per valutare la possibilità di sviluppare la medesima tecnologia che nel 2015 è già stata implementata da ticino.ch con il nuovo sito e sono state poste le basi per lavorare in questa direzione.

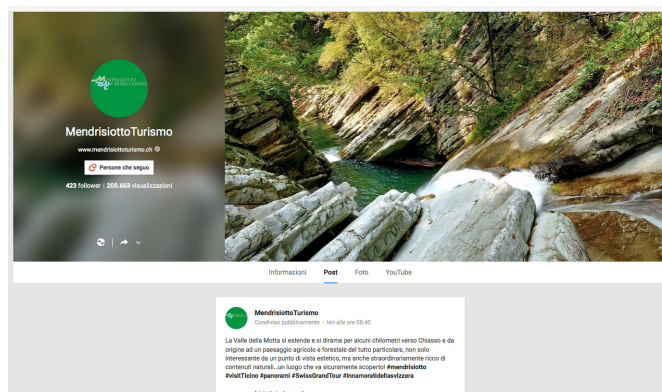
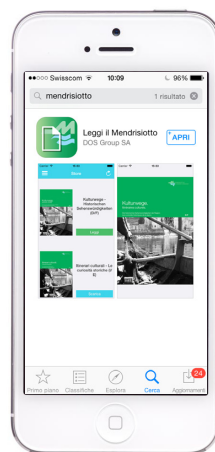
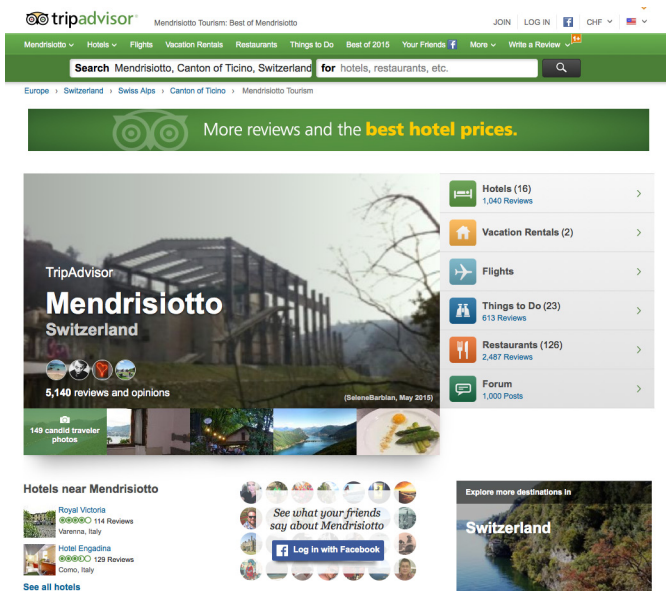
Anche nel corso del 2014 molte ore di lavoro sono quindi state dedicate al miglioramento dei dati, alle correzioni, all'inserimento di **nuovo materiale fotografico e video** sul nostro sito web. Ulteriore tempo è stato anche investito per controllare, aggiornare, rettificare dati inseriti **sul sito di Svizzera Turismo** e di altri partner.

Dal 2013 abbiamo **la versione MOBILE del nostro sito web** che è ora scaricabile su tablet e cellulari di Apple come Android.

Nel corso del 2014 abbiamo ancora ingaggiato uno stagista che ha affiancato l'attività di G. Cereghetti ed ha lavorato sui social. Oltre alla nostra pagina **FACEBOOK** e alla nostra pagina **YOUTUBE**, abbiamo anche creato la nostra pagina su **GOOGLE+** e su **TRIPADVISOR**.

La collaborazione con il progetto Mendrisiotto TV Channel ha avuto un ulteriore sviluppo con l'insediamento di un monitor presso l'area di servizio a Coldrerio nell'aprile 2014.

Ritenute le incertezze finanziarie abbiamo deciso di non procedere con l'elaborazione del concetto di APP **AROUND YOU**.



VISIBILITÀ - FILM

Ritenute le difficoltà finanziarie abbiamo deciso di non procedere con la realizzazione del nuovo filmato per promuovere la regione.

VISIBILITÀ - UNESCO DESTINAZIONE SVIZZERA

Quest'associazione svizzera opera sotto questo nome dal 2009, ma è dal 2004 che Mendrisiotto Turismo partecipa, anche finanziariamente, al progetto di messa in rete nazionale dei Patrimoni Mondiali dell'umanità UNESCO. Dal 2011 un nostro rappresentante siede nel suo consiglio direttivo con i rappresentanti di Lavaux, La Chaux de Fonds, Rhätische Bahn e Aletsch-Jungfrau. Consapevole del potenziale relativo ai Patrimoni, quest'associazione dal 2004 cerca di creare visibilità ai prodotti WHL e si può dire che un primo risultato del lavoro svolto lo si è visto nel 2008 quando sia Svizzera Turismo che Ticino Turismo hanno iniziato ad integrare nella loro comunicazione i siti WHL svizzeri.

Il programma di lavoro per quanto attiene il **progetto di Politica Regionale Intercantonale** sviluppato da questa associazione è giunto nel 2014 al terzo anno d'attività.

Nel 2014, a lato delle normali attività di promozione legate alla collaborazione con Svizzera Turismo, con Railway e con il tour operator Globus, il comitato all'interno del quale siede Mendrisiotto Turismo, ha deciso di affrontare e discutere a fondo il tema del RUOLO e degli SCOPI dell'associazione e di trovare la migliore modalità di collaborazione possibile tra UDS e la Commissione Svizzera Unesco.

Da questo importante lavoro sono nati i **nuovi STATUTI** associativi come anche il **nuovo NOME che è ora WORLD HERITAGE EXPERIENCE SWITZERLAND (WHES)**, entrambi approvati dall'assemblea dei soci.

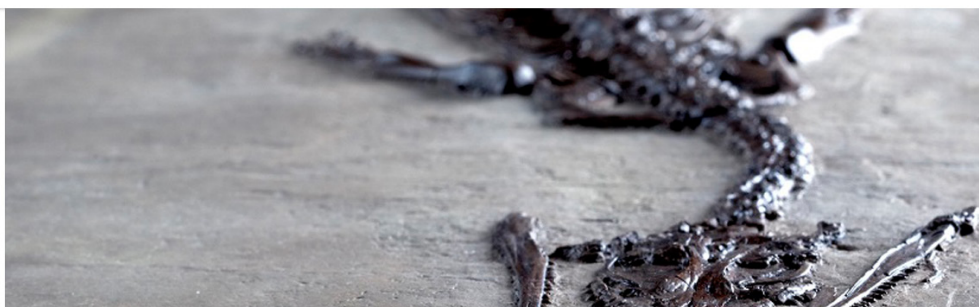
Questo importante lavoro ha fatto anche discutere a fondo in merito allo sviluppo del progetto intercantonale ed alla proposta di progetto da sottoporre ai Cantoni con la richiesta di finanziamento per il periodo 2016-2019.

Nell'ambito delle proprie attività legate all'associazione, Mendrisiotto Turismo ha pure collaborato alla valutazione dell'offerta turistica ideale legata ad un Patrimonio Mondiale UNESCO, collaborando con l'università di Lucerna per analizzare contenuto, attrattiva e vendibilità del pacchetto **pacchetto turistico "Un mare di ricordi"**.

Da segnalare che, nell'ambito della manifestazione turistica "WTE, World Tourism EXPO 2014" che si è svolta a Padova a settembre, l'offerta turistica realizzata in collaborazione dall'Hotel & SPA Internazionale e dall'Hotel Serpiano, che propone delle visite ai due Siti Unesco, ha ricevuto il **"Premio Turismo Cultura UNESCO"**, premiando la creazione della piccola rete d'offerta.

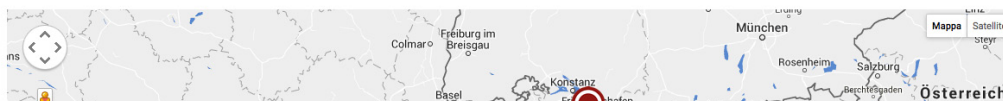
WORLD HERITAGE
EXPERIENCE  SWITZERLAND

[HOME](#) [WORLD HERITAGE/BIOSPHERE](#) [ABOUT US](#) [WORLD HERITAGE SITES](#) [NEWS](#) [MEDIA](#)



Experience unique Switzerland

«Experience the uniqueness of Switzerland» is our promise and the motto guiding everything we do. By it, we mean that we offer you outstanding experiences at the Swiss UNESCO World Heritage sites and in the Entlebuch biosphere reserve. These sites are magnificent representatives of natural or cultural features which are of universal value, irreplaceable and outstanding – in fact, they are unique beacons.



VISIBILITÀ - FOXTOWN

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

La presentazione di questo InfoPoint rappresenta per Mendrisiotto Turismo l'opportunità di promuovere la regione ed i suoi prodotti 7/7gg e l'apertura di questo InfoPoint turistico è promosso attivamente. Dal 2014 l'area dell'InfoPoint presso FoxTown è rinnovata.

Nel 2014 la collaborazione e gli incontri con FoxTown sono stati intensificati in funzione dell'avvicinarsi dell'appuntamento con EXPO MILANO, ma non solo. FoxTown ha lavorato al rifacimento del proprio sito integrando una serie di informazioni turistiche regionali che hanno coinvolto anche alcuni alberghi della regione. Il nuovo sito è stato messo online nel marzo 2015.

PROGETTI - LA REGIONE DA SCOPRIRE

Per diventare davvero LA REGIONE DA SCOPRIRE, abbiamo bisogno di raccontare, di METTERE IN SCENA un'esperienza, promettendo emozioni! Nel corso del 2013 Mendrisiotto Turismo ha quindi preparato il progetto LA REGIONE DA SCOPRIRE e lo ha condiviso prima con i partner e poi strutturato nei dettagli.

Alla base l'idea di creare il personaggio della "Giovane esploratrice", che nasce quale conseguenza del volersi presentare come "Regione da scoprire", ma anche dalla consapevolezza della difficoltà dei temi presentati dai prodotti turistici regionali "di punta" che presentano temi non facili da trasmettere, prodotti unici, di grande valore, ma che potrebbero rimanere prodotti per target di nicchia. Nessuno di questi così eclatante ed attraente per un grande pubblico. Nessun vero "wow effect", nessun Matterhorn.

Nel corso del 2014 il progetto ha vissuto delle tappe importanti, alle quali hanno collaborato il team di Mendrisiotto Turismo ed anche i partner rappresentanti e curatori dei 7 luoghi da scoprire:

- Il 20 marzo tutti i bambini di tutte le scuole elementari della regione Mendrisiotto e Basso Ceresio hanno ricevuto una comunicazione congiunta di Mendrisiotto Turismo e dei tre partner AGE, AIM e AMSA, che voleva sensibilizzarli in merito alla giornata internazionale dell'acqua, omaggiandoli con una borraccia realizzata con le immagini della Giovane Esploratrice
- In aprile è stato presentato il FOLDY che presenta (I/E e F/D) la Regione da scoprire ed i 7 luoghi
- In maggio la giuria ha premiato le due classi di scuola elementare del Mendrisiotto e Basso Ceresio tra le classi che hanno partecipato al concorso lanciato nell'ottobre 2013 ed hanno proposto il nome per la giovane esploratrice e scritto un racconto
- Sono stati realizzati dei nuovi key holders ed inserito il tema della Giovane esploratrice
- Sono state realizzate una serie di 7 cartoline con i luoghi da scoprire e 7 poster
- Mentre la comunicazione relativa alla Regione da scoprire, ai 7 luoghi da scoprire ed alla simpatica giovane esploratrice che invitava i bambini delle scuole italiane a partecipare al concorso promosso attraverso il media "OKAY" è proseguita per tutto l'anno.

Il progetto è presentato in tutti i suoi dettagli sulla Home Page del sito di Mendrisiotto Turismo, che consigliamo di visitare!



PROGETTI - LA SVIZZERA PIÙ VICINA ALL'EXPO 2015

Mendrisiotto Turismo ha più volte indicato che ritiene che l'occasione dell'EXPO 2015 sia da utilizzare, come anche è stato il caso con i Mondiali di ciclismo del 2009, per cercare attenzione nei confronti di un grande pubblico che difficilmente si riuscirebbe altrimenti a catalizzare in una regione che:

- è alla ricerca di visibilità, vuole essere vista, colta, visitata ... indipendentemente dai grandi flussi che convergeranno verso EXPO 2015.
- sta costruendo una sua immagine e che cercando di contestualizzarsi nel panorama dell'offerta turistica cantonale avvalendosi degli importanti prodotti turistici presenti nel territorio.
- rischia, proprio in occasione di EXPO, ma non solo, di non essere colta proprio perché "troppo" facile da attraversare.
- non vuole "subire" il traffico di gente che transiterà sull'asse Nord-Sud.
- deve fare il possibile per ritagliarsi della visibilità e evitare di risultare una semplice area di transito o di ponte tra Milano e Lugano

Per tutti questi motivi Mendrisiotto Turismo ha deciso di creare attenzione attorno al tema di "prossimità" in occasione dell'EXPO 2015, iniziando a strutturare una mini-campagna già nel 2013 per presentarsi con il messaggio "LA SVIZZERA PIÙ VICINA ALL'EXPO 2015" !

Il progetto, malgrado l'attenzione prestata agli aspetti finanziari, grazie anche alla collaborazione di ERSMB, è stato portato avanti anche nel 2014.

PROGETTI - TRENHOTEL CHIASSO - EXPO 2015

Il comune di Chiasso e Mendrisiotto Turismo hanno lavorato al progetto di TRENHOTEL dal 2009, ritenendo che il ruolo di Chiasso in ambito di Expo 2015 – ma non solo – avrebbe potuto essere quello di evidenziare tutti quei concetti di vicinato e di scambio, di conosciuto e di nuovo, di storico e di dinamico che, intriso di valori legati a italianità e swissness, hanno fatto di questa città, con il Gottardo e Basilea, il simbolo di un asse di assoluta importanza a livello europeo, grazie alla presenza delle ferrovie elvetiche.

La proposta di "temporary hotel" era stata pensata per risultare anche un'attrazione turistica legata ai valori degli scambi e della vicinanza, ma soprattutto per creare l'occasione, **la grande occasione, di profilare la città e la regione, evitando che venisse unicamente attraversata facendo da ponte tra Milano e Lugano. Un TrenHotel che voleva risultare un'esperienza e ambiva a cambiare l'immagine di Chiasso, con una presenza dal 1 aprile al 31 ottobre 2015.**

324 posti letto, per 6 carrozze con ciascuna 9 scompartimenti di 6 cuccette, noleggiate dalla ferrovia austriaca e 4 carrozze delle FFS, strutturate appositamente per organizzare al loro interno la Lounge, la Reception ed il punto Info turistico, ma anche un'esposizione tematica. **Le FFS, dopo anni di valutazione e verifiche**, nel 2013 hanno iniziato a lavorare fianco a fianco con Chiasso e Mendrisiotto Turismo, valutando, finalizzando, decidendo ... e nell'autunno hanno formalizzato il loro sostegno al progetto, definendolo un progetto strategico in previsione di EXPO.

Il 21 febbraio 2014 abbiamo organizzato a Zurigo un'importante conferenza stampa in collaborazione con il comune di Chiasso, alla quale hanno presenziato Svizzera Turismo, le FFS e Ticino Turismo, per presentare un progetto le cui finalità erano chiaramente condivise dai partner.

Il progetto è stato valutato negativamente da parte della popolazione di Chiasso che, chiamata **in votazione il 18 maggio 2014**, ha deciso di non confermare l'approvazione di quel messaggio municipale che il consiglio comunale aveva approvato nel mese di febbraio. Di fronte all'ipotesi, indicata nel messaggio municipale vagliato ed approvato anche dalla commissione della gestione, di un deficit di 300'000fr a carico del comune, nel caso in cui l'occupazione fosse stata del 30% durante i sette mesi d'attività del prodotto, non ha infatti potuto credere (o rischiare) che questo progetto non avrebbe avuto un deficit, ma addirittura generare degli introiti e sicuramente cambiare l'immagine di Chiasso.

La mancata realizzazione di questo progetto ha generato di fatto un mancato guadagno per quanto concerne l'incasso di tasse di soggiorno e tasse di promovimento turistico per il nostro ente turistico per l'anno 2015. Inoltre non ha permesso a Chiasso e alla regione di avere un tema forte, unico e assolutamente innovativo che la sostenga nel profilarsi quale "La Svizzera più vicina all'EXPO".

PROGETTI - ANALISI DELLA MESSA IN SCENA DEL MONTE SAN GIORGIO

Valutato che il Monte San Giorgio è un potenziale USP e sostenuto dal fatto che anche Svizzera Turismo è convinta che, malgrado le difficoltà oggettive che il prodotto presenta dal punto di vista dell'offerta turistica, **si debba investire per contribuire a costruire un'offerta** che, sostenuta dagli importanti elementi scientifici oggettivi presenti in loco (tra cui il Nuovo Museo), **si tramuti in un'esperienza per il visitatore**, Mendrisiotto Turismo ha assunto il ruolo di capo progetto nel corso del 2011/2013.

Il Masterplan elaborato dalla società Erlebnisplan in collaborazione con Mendrisiotto Turismo è stato presentato e condiviso con molti partner, in primis con il gruppo dei portatori di progetto e cofinanziatori (Svizzera Turismo, Ticino Turismo, Cantone, comuni di Mendrisio, Riva San Vitale e Brusino e Fondazione Monte San Giorgio), ma anche da ARAM, patriziato di Arzo, Forestali, Museo Cantonale di Scienze naturali e diversi altri funzionari del Cantone ed è stato presentato anche al Tavolo dei Direttori del Turismo ticinese.

Tra tutti i progetti individuati e presentati nel documento, sono tre quelli che sono stati ritenuti prioritari da parte del gruppo dei portatori di progetto:

- **Parco Archeologico di Tremona, che è un progetto condotto direttamente e finanziato dal comune di Mendrisio**
- **Terrazza in ValMara**
- **Parco Giochi tematizzato**

Mendrisiotto Turismo si è incaricato di verificare la **fattibilità dei due progetti** ed ha continuato a lavorare nei diversi gremii organizzati da Mendrisio per il Parco Archeologico.

Dopo numerosi sopraluoghi, accompagnati da esperti e da responsabili dei diversi ambiti coinvolti, **Mendrisiotto Turismo ha potuto quindi consolidare una serie di dati che confermano la realizzabilità dei due progetti ed anche una prima valutazione dei costi.** Ora si tratterebbe di passare alla parte realizzazione definendo chi porta a realizzazione il progetto occupandosi degli aspetti formali e tecnici e chi lo finanzia, definendo delle chiavi di riparto.

Mendrisiotto Turismo ha presentato al Cantone nella tarda primavera del 2014 il **rapporto conclusivo** del lavoro 2011-2013 ed ha formulato una **proposta per poter proseguire** con la strutturazione del lavoro per arrivare alla realizzazione del maggior numero dei progetti identificati come utili agli scopi. In particolare ha formulato la richiesta per il finanziamento di **un PM per la Messa in Scena del Monte San Giorgio** che possa seguire lo sviluppo dei progetti che il Gruppo di lavoro di cui Mendrisiotto turismo è capofila, deciderà di affinare-valutare e finanziare. Il progetto, che per principio è stato approvato dal Cantone ed è stato in seguito presentato a ERSMB e ai partner di progetto, è ora in fase di affinamento e dovrebbe potersi consolidare nel corso del 2015.

PROGETTI - ANALISI DELLA MESSA IN SCENA DEL MONTE GENEROSO

Nel corso del 2014 è stato organizzato con la società Erlebnisplan un sopraluogo sul Monte Generoso per prendere in visione i luoghi e le peculiarità. All'incontro durato un'intera giornata ha partecipato anche la Ferrovia Monte Generoso, partner di Mendrisiotto Turismo per questo progetto.

Erlebnisplan ha quindi prodotto una proposta di collaborazione che di principio è stata condivisa da Mendrisiotto Turismo e Ferrovia Monte Generoso. Si tratta ora di coinvolgere tutti gli altri partner attivi sul Monte Generoso al fine di stabilire interesse e compartecipazione, nonché ruoli nell'ambito del progetto.

PROGETTI - PARCO ARCHEOLOGICO TREMONA-CASTELLO

Per rendere accessibili al pubblico i ritrovamenti, il Municipio di Mendrisio, in stretta collaborazione con ARAM, Mendrisiotto Turismo, la Fondazione Monte S. Giorgio e i proprietari del terreno sta lavorando al progetto di parco archeologico.

Nel corso del 2014 Mendrisiotto Turismo ha seguito passo passo le vicende legate allo **sviluppo del progetto** a capo del quale vi è il comune di Mendrisio.

I rapporti con ARAM sono stati molto intensi e notevoli sono state le occasioni per avere degli scambi in merito ai temi legati al futuro del sito.

Per sei mesi Mendrisiotto Turismo ha ingaggiato uno stagista che, collaborando per la parte scientifica strettamente con ARAM ed ha lavorato alla realizzazione in 3D del villaggio di Tremona Castello nell'epoca medievale. Questo lavoro costituisce la base per la realizzazione del filmato di 2 minuti che si vuole presentare quale trailer per attirare l'attenzione del pubblico, ma anche della futura APP che Mendrisiotto Turismo intende realizzare in collaborazione con ARAM e con la città di Mendrisio. Un progetto ambizioso e complesso al quale Mendrisiotto Turismo ha già lavorato parecchio nel 2014 poiché la tecnologia ed i partner di riferimento, come anche le questioni legate al finanziamento del progetto sono complessi.

Mendrisiotto Turismo ha pure collaborato con ARAM e con Quod Principi Placet per l'organizzazione della prima manifestazione rievocativa che si è svolta all'interno del sito archeologico di Tremona nel settembre 2014, occupandosi prevalentemente della comunicazione e della promozione. Una manifestazione che ha riscosso grande interesse di pubblico e che dovrebbe ripresentarsi nel 2016.



PROGETTI - LAGO-PISCINE E AUTOPOSTALE

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

Autopostale ha strutturato anche nel 2014 un'offerta per incrementare il trasporto passeggeri in direzione dei lidi/piscina il cui accesso è scontato del 20% rispetto al prezzo normale, coinvolgendo oltre ai lidi, anche la piscina di Chiasso.

PROGETTI - PROCESSIONI STORICHE DI MENDRISIO

Dopo avere preparato e stampato nel 2013 un prospetto promozionale delle Processioni Storiche, a partire dal 2013 Mendrisiotto Turismo pure ha affiancato la Fondazione per la realizzazione del sito web, che è stato messo online nel marzo del 2014. Un sito attualmente sono in lingua italiana, che si vorrebbe poter tradurre quanto prima in tedesco, francese e inglese e che presenta tutti gli aspetti di una manifestazione che è ora la candidata ufficiale ticinese alla Lista dei Beni Immateriali Culturali di UNESCO. Le competenze di Mendrisiotto Turismo nell'ambito della comunicazione sono state lette da parte della Fondazione Processioni Storiche come un importante atout e la collaborazione tra i due partner è molto attiva.

PROGETTI - RASSEGNA GASTRONOMICA DEL MENDRISIOTTO E BASSO CERESIO

Anche la 51 edizione della Rassegna Gastronomica si è avvalsa della collaborazione di Mendrisiotto Turismo che da sempre sostiene attivamente quest'importante evento coordinando una buona parte dei lavori organizzativi e di segretariato, ma anche di grafica e comunicazione.

La manifestazione ha avuto un buon successo ed è stata apprezzata come sempre.

PROGETTI - NUOVA LEGGE SUL TURISMO

Dal 2011 al 2013 si sono svolti i lavori di preparazione del progetto di Nuova Legge sul Turismo.

Il 25 giugno 2014 la Nuova Legge è stata approvata dal Gran Consiglio ed è entrata in vigore dal 1.1.2015.

Nel corso del 2014 Mendrisiotto Turismo si è fatto affiancare dal professor Beritelli dell'università di San Gallo per analizzare prodotti e offerta regionale ed elaborare i contenuti da inserire nei piani strategici e nel documento di Business Plan che ad ottobre 2014 è stato inoltrato al Cantone così come previsto.

Nel corso della fase d'analisi sono stati organizzati diversi work shop ai quali sono stati invitati numerosi partner attivi nel settore turistico a livello regionale, con lo scopo di discutere e condividere una serie di elementi di valutazione del potenziale della regione. **Il risultato dei work shop, così come anche il documento delle attività per il 2015 sono pubblicati nel web di Mendrisiotto Turismo e consultabili sempre.**

Nel novembre 2014 è stata costituita l'ATT all'interno del cui CdA siede un rappresentante di Mendrisiotto Turismo.

Media Plan e PR

La ricerca di visibilità per una regione non è un fatto che può essere risolto semplicemente con un investimento pubblicitario! È un programma che deve essere strutturato e seguito con assoluta coerenza. Per questo motivo Mendrisiotto Turismo si è impegnato ad organizzare un piano di comunicazione e d'attività dal 2004, proponendo inoltre ai partner di lasciarsi coinvolgere anche negli ambiti di promozione oltre che in quelli dello sviluppo di progetti. Ritenuto che Mendrisiotto Turismo ha competenze in ambito di sviluppo progetti e di comunicazione/marketing, così facendo ha cercato di sostenere i partner nello svolgimento di queste attività e di creare un'immagine coordinata della regione.

Le esperienze raccolte in questi gruppi di lavoro e i riscontri ottenuti, parlano a favore d una consapevolezza e di una volontà da parte dei partner di cercare in ETMBC il sostegno e le competenze che, a tratti, non sono presenti nei diversi consessi.

L'attività con i media locali è stata intensa e costruttiva anche nel corso del 2014. I media plan sviluppati sono stati due: quello ordinario e quello straordinario, dedicato al tema dello slogan "La Svizzera più vicina all'Expo 2015".

Per quanto concerne l'attività di promozione della regione, Mendrisiotto Turismo ha fatto delle scelte d'investimento in linea con la propria filosofia.

Ha inserito, in collaborazione con i partner ed anche con Ticino e Svizzera Turismo, in alcuni media dove vi era uno "speciale" dedicato al Ticino.

Ha rinnovato la sua collaborazione con:

Railaway per le attività delle diverse stagioni, andando a rafforzare l'investimento con questo partner al fine di ottenere dei risultati di visibilità, ma anche di vendita.

Per quanto concerne la **mini campagna** legata al tema della Svizzera più vicina all'EXPO, la scelta di Mendrisiotto Turismo è stata ancora quella di lavorare in linea con Ticino e Svizzera Turismo.

Magic Lake, la rivista distribuita sul Lago di Como, con la quale Mendrisiotto Turismo collabora da diversi anni, nel corso del 2014 ha nuovamente offerto spazio redazionale che è stato utilizzato per promuovere novità e peculiarità regionali con dei brevi testi redatti da ETMBC, in particolare creando testi legati al tema della "Svizzera più vicina all'EXPO 2015".

Sentieri

Dal 1.1.2012 Mendrisiotto Turismo è attivo nella manutenzione sentieri con una sua piccola squadra. Una squadra capitanata da Federico Cattaneo, coadiuvato da un impiegato a ore e da un piccolo gruppo di civilisti e supervisionato da Luca Luisoni per tutti gli aspetti legati all'organizzazione di progetti e realizzazioni come anche per gli aspetti di amministrazione e consuntivi. Nel corso del 2014 la squadra sentieri di Mendrisiotto Turismo ha svolto la manutenzione regolare dei quasi 300 km di sentieri in rete, ha implementato alcune migliorie con delle ricostruzioni parziali o complete di strutture e l'ampliamento di alcuni tratti di sentiero.

Dal 2013, grazie al fatto che il nostro capo squadra ha seguito la necessaria formazione professionale e conseguito la **Maestria**, abbiamo nel nostro effettivo un **apprendista**.

Nel corso del 2014 la Squadra ha dovuto affrontare parecchi problemi derivati dalle condizioni meteo particolarmente sfavorevoli ad alta e bassa quota. Inoltre ha collaborato con la Fondazione Monte Generoso per sistemare l'area della Cascina d'Armirono.

Cooperazioni e partner

Ricordiamo che Mendrisiotto Turismo è un partner interessato a quanto accade nel territorio, che anche nel 2014 ha seguito con particolare interesse progetti in fase di sviluppo quale la realizzazione il RECUPERO DELLE FORNACI DI RIVA SAN VITALE, VIGINO e I DIVERSI PROGETTI A LAGO.

Nel 2014 Mendrisiotto Turismo ha anche cooperato con la GLATI per raccogliere i dati relativi al settore dell'artigianato nella regione.

Ricordiamo inoltre che Mendrisiotto Turismo è attivo in diversi gremii regionali:

- Fondazione Monte San Giorgio
 - Fondazione Monte Generoso
 - Fondazione Processioni Storiche
 - Comitato Rassegna Gastronomica del Mendrisiotto e Basso Ceresio
 - Comitato Palio degli asini
 - Gruppo di lavoro Mendrisio Città Slow
 - Gruppo di lavoro progetto Parco Archeologico
 - Gruppo di lavoro progetto Vigino
 - Consiglio direttivo dell'ERSMBC
 - Consiglio d'amministrazione di Ticino Turismo
 - Consiglio direttivo Unesco Destinazione Svizzera
 - Piattaforma cantonale Agroalimentare
-

Eventi speciali

Nel 2014 Mendrisiotto Turismo è stato presente alla **MUBA** e a **Sapori&Saperi** con del personale allo sportello.

Sapori Ticino, alla quinta edizione nel 2014, ha visto ancora una volta la collaborazione di Mendrisiotto Turismo e degli altri enti turistici locali e cantonale.

La collaborazione per la quinta edizione della **Mangialonga** con la Vineria dei Miir è stata molto positiva per il nostro ente che ha trovato in questo partner un ottimo sostegno alla messa in rilievo del territorio e dei prodotti locali. A questa manifestazione nel 2014 si è aggiunta la seconda edizione della Ciaspalonga e la terza edizione di Agoblues, sempre organizzate dalla Vineria dei Miir.

Mendrisiotto Turismo ha nuovamente collaborato con il **Club del San Gottardo** ed il team di partner (Jazz Club Mendrisiotto, Cantina Sociale e Chicco D'Oro) per un'unica uscita del Treno a vapore-musicale nel 2014 in quanto non è stato possibile sviluppare un programma completo.

Cantine Aperte anche per l'edizione 2014 ha riproposto la collaborazione con gli enti locali e Ticino Turismo per garantire visibilità e vendibilità in Svizzera interna utilizzando i canali di Railaway.

Visite nel territorio per SOCI di Mendrisiotto Turismo. Nel 2014 abbiamo proposto due visite:

- Artrust, Melano
 - Ticino Peppers, Stabio
-

Commento finale.

Il 2014 è stato un anno del tutto particolare.

Avrebbe potuto essere un anno entusiasmante e carico di aspettative positive, considerando l'importante premio consegnato alla Valle di Muggio ed il prossimo arrivo di EXPO e della Nuova Legge sul turismo, ma purtroppo così non è stato.

La meteo particolarmente sfavorevole, la chiusura del grande albergo per famiglie Hotel Lago di Lugano e la situazione d'incertezza generata dal protrarsi dell'attesa di risposte per quanto concerne i fondi di pubblica utilità, ci han destabilizzati.

Siamo stati abituati a lavorare costruendo progetti che di anno in anno abbiamo consolidato ed ora siamo in bilico, in attesa di sapere se potremmo continuare ad essere così attivi.

Mendrisiotto Turismo crede fortemente nel valore dei prodotti turistici regionali e nelle opportunità di ricaduta accresciuta che vi potrebbero essere se potessimo continuare a lavorare alla strutturazione e professionalizzazione dell'offerta. Lo ha detto più volte in questi anni. Ma il nostro impegno e volontà non bastano.

Servono mezzi finanziari per ambire ad avere la possibilità di progettare a medio-lungo termine uno sviluppo concreto dell'offerta turistica a favore della regione. Per poter essere progettuali e quindi risultare incisivi servono fondi che purtroppo, allo stato attuale, nella nostra regione non possono provenire dall'incasso delle tasse, perché il numero delle strutture ricettive non lo permette. E il turismo di giornata, che pure è interessante ed utile all'economia regionale, non frutta all'ente turistico benefici monetizzabili, utilizzabili per sviluppare progetti regionali.

Pur restando convinti che solo una collaborazione regionale integrata, con pochi o molti mezzi finanziari a disposizione, ed il giusto riconoscimento dell'indotto economico derivato dal turismo possano essere le giuste premesse per la realizzazione di un progetto di turismo di qualità, restiamo realisti e quindi attendiamo fiduciosi che le questioni relative ai fondi di pubblica utilità si risolvano positivamente.

Le sfide che attendo la neo-OTR sono molte se si pensa che i problemi legati all'EURO ridurranno presumibilmente il numero dei pernottamenti nella nostra regione, ma in tutta la Svizzera, nel corso degli anni 2015-2016. Ma anche se si pensa all'importanza del bisogno di dovere continuare a lavorare attivamente ed al bisogno di nuovi progetti in questo ambito turistico regionale che si compara con l'articolata offerta turistica cantonale ed internazionale e che deve essere smosso e strutturato per risultare maggiormente attrattivo.

Il team di Mendrisiotto Turismo non è grande, ma la struttura è funzionale ed il Team è molto consapevole e motivato. A loro va il mio ringraziamento, che estendo anche ai partner che in molteplici occasioni hanno dimostrato il loro sostegno al nostro ente ed alle nostre attività e progetti.

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

Maggio 2015

ENTE TURISTICO DEL MENDRISIOTTO E BASSO CERESIO



Nadia Fontana - Lupi

Direttrice Mendrisiotto Turismo
