

Relazione della Direttrice.

INTRODUZIONE

Nel presentare il preventivo 2018 segnalavamo che si poteva ritenere, e sperare che, dopo un 2017 tanto particolare avremmo potuto ancora godere di qualche beneficio generato proprio da quei macro fattori che avevano influenzato il 2017, come l'apertura di Alpransit e l'introduzione del Ticino Ticket o l'apertura del Fiore di Pietra, ma così non è stato.

Preparando il preventivo 2019 e considerando l'involuzione del numero dei pernottamenti registrato nel 2018, abbiamo invece deciso di essere molto prudenti, supponendo che il risultato che potremmo ottenere il prossimo anno potrebbe al massimo essere in linea con la media dei risultati ottenuti nel corso degli ultimi 5 anni. Un risultato che riteniamo sarà influenzato da molti fattori, ma che tiene chiaramente in conto che l'offerta ricettiva della regione sta attraversando un periodo difficile, condizionata da fattori influenzabili direttamente, come gli investimenti per i rinnovi e l'organizzazione professionale della vendita, ma anche da fattori difficilmente influenzabili, che concernono in generale l'offerta turistica ticinese e non in particolare la nostra regione. Tra questi ricordiamo lo sviluppo di offerte di soggiorno alternative, quali Airbnb, ma anche un potenziale aumento del turismo di giornata, legato alla nuova proposta di Alpransit. Due fattori nuovi, il cui impatto deve ancora essere misurato e valutato, ma che riteniamo opportuno riportare all'attenzione dell'assemblea, in quanto siamo fortemente convinti che influenzeranno i risultati ed anche lo sviluppo del consumo dell'offerta turistica, anche nella nostra regione.

L'unico punto fermo in tutto questo resta il lavoro in ambito turistico che si fa in una regione, il prodotto che si sviluppa, si cura, si prepara per accogliere gli ospiti, un prodotto che ha necessità di evolvere malgrado tutto, un prodotto nel quale è necessario investire, in modo particolare per mantenere alta la "reputazione" di una destinazione turistica, come il Ticino.

La professionalizzazione dei servizi e della vendita dei prodotti turistici è fondamentale e necessita importanti investimenti da parte di tutti. La comunicazione, la costruzione di racconti e la trasmissione di emozioni sono oggi più importanti che mai. Per quanto ci concerne dall'ottobre del 2018 e con la riduzione di contratto da parte della nostra grafica, abbiamo deciso di inserire nel nostro team una persona impiegata al 50% che si occupa di digitalizzazione e di comunicazione sui social. Riteniamo indispensabile avere a disposizione competenze specifiche in questi campi e con Laura Righettoni abbiamo un intenso programma di lavoro da svolgere nel 2019.

LA STRATEGIA CANTONALE

La strategia cantonale definita per il periodo 2015-2019 prevede che, per quanto concerne il mercato svizzero, l'investimento in mezzi finanziari sia totalmente a carico di Ticino Turismo, mentre tutte le OTR collaborano alla realizzazione del programma. Per quanto concerne gli altri mercati, definiti sulla base delle esigenze delle singole OTR, questi vengono principalmente lavorati con il supporto di Svizzera Turismo, che risulta in questo caso il partner di riferimento per Ticino Turismo e per le OTR. Qui il modello di collaborazione prevede una compartecipazione al finanziamento delle singole attività scelte dalle OTR nell'ordine del 70% dei costi. Quale novità per l'anno 2019, di comune accordo, la Commissione Marketing cantonale ha deciso di lavorare tenendo in particolare attenzione la necessità di reagire a novità con attività di marketing ad-hoc, in particolare utilizzando piattaforme digitali, ma non solo.

Il Ticino Ticket, che sembra ormai essere un prodotto consolidato e molto apprezzato dal pubblico, sarà riproposto nel 2019 per il terzo anno e garantirà una maggiore e migliore mobilità all'interno del nostro Cantone. Questo permetterà al turista di scegliere di risiedere in una regione e di consumare tranquillamente l'offerta delle altre tre senza costi aggiuntivi o problemi di spostamento. Come, dove e quanto si spostano realmente i turisti sarà verificato e valutato dal team di Ticino Turismo sulla base delle cifre registrate nel corso dei primi due anni e ci sarà sicuramente occasione e modo per discutere e valutare i risultati.

Altro progetto strategico sviluppato da Ticino Turismo in collaborazione con le OTR, che proseguirà anche nel 2019, è quello dell'Hotel Hospitality Manager. Un progetto condiviso che permette a Ticino Turismo e alle OTR di sostenere l'attività degli albergatori e di ambire a consolidare con loro gli aspetti di progettualità, attualizzazione dell'offerta, sviluppo degli strumenti social utili e delle conoscenze legate alle strategie di vendita. Un progetto particolarmente apprezzato dagli albergatori, che anche nella nostra regione hanno già avuto più occasioni d'incontro con questa importante figura professionale, che ci sta anche sostenendo nel progetto dell'Albergo Diffuso del Monte Generoso.

LA STRATEGIA REGIONALE

L'applicazione della strategia cantonale è parte delle nostre attività quotidiane, ma non va dimenticato che nel 2015 OTRMBC ha realizzato un Business Plan, individuando dei temi strategici ai quali stiamo continuamente lavorando e che mirano al raggiungimento di quelli che restano i nostri macro obiettivi:

- **Visibilità**
- **Sviluppo e rafforzamento del prodotto (messa in rete).**

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

ENOGASTRONOMIA

Piattaforma agroalimentare e sviluppo per il posizionamento regionale.

MONTE GENEROSO

Progetto di analisi "Messa in scena" Esperienza turistica.

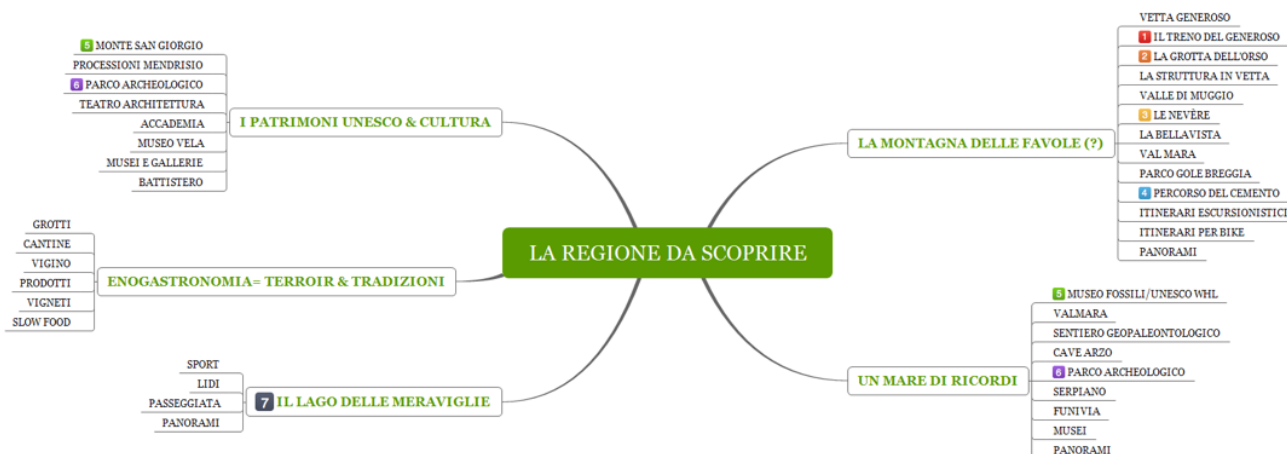
MONTE SAN GIORGIO

Progetto di sviluppo "Messa in scena" Esperienza turistica.

PROCESSIONI DELLA SETTIMANA SANTA

Candidatura ai Patrimoni immateriali.

Per quanto concerne i temi della visibilità e della messa in rete ricordiamo che lo slogan "La Regione da Scoprire" è stato scelto, ormai da oltre 10 anni, per promuovere la visibilità di 7 elementi dell'offerta turistica regionale che riteniamo veri o potenziali attrattori, con i quali continuiamo ad organizzare incontri finalizzati a rafforzare le modalità cooperative anche tra partner.



I FINANZIAMENTI

Questo tema è il più delicato per la nostra OTR, che è confrontata ormai da anni con un notevole aumento di offerte e prodotti turistici d'importanza anche cantonale, a fronte di una scarsa e diminuita offerta di posti letto nelle strutture alberghiere. Con l'entrata in vigore della nuova Legge sul turismo e con la modifica dell'accordo siglato da parte di NCKM SA con la Casinò Admiral, dal 2014, viviamo in una situazione d'insicurezza. Dopo avere limato i costi al massimo e dopo avere cercato soluzioni di finanziamento ed avere trovato un importante sponsor, oltre ad avere ottenuto un aiuto "straordinario" dai comuni nel 2015, nel 2017 abbiamo potuto godere di un ulteriore finanziamento "straordinario" da parte di Fondazione Promo. Ma negli anni a venire sappiamo che non potremo più contare su ulteriori contributi. Il problema dell'insicurezza finanziaria della nostra OTR è quindi ora totalmente e direttamente legata alla modalità di finanziamento delle attività delle OTR che, come indicato dalla legge, prelevano le tasse di soggiorno e di promozione per investire, a favore della regione turistica, realizzando un Piano d'attività. Malgrado il notevole numero di progetti turistici particolarmente importanti sviluppati nel corso degli ultimi 20 anni, non siamo ancora riusciti a catturare l'attenzione d'imprenditori che investano per realizzare strutture alberghiere e, di conseguenza, le tasse incassate sono poca cosa se paragonati con le altre OTR del Cantone.

Per il 2019 OTRMBC ha quindi deciso di formalizzare la richiesta per ottenere un aiuto finanziario, così come la legge prevede, da parte del Fondo di Funzionamento. Un contributo che corrisponde al 50% dell'importo del quale potevamo disporre per convenzione fino al 2014, ma che risulta in ogni caso importante in quanto ci permette di poter gestire la necessità di sviluppare l'offerta e di essere attivi nel marketing, proprio come la legge sul turismo ci chiede.

ATTIVITÀ 2019. IL PRODOTTO DEI CAMPI STRATEGICI

Per quanto concerne i campi strategici per il 2019 abbiamo previsto di lavorare su una serie di progetti prioritari.

Enogastronomia

- comitato direttivo del nuovo **CENTRO DI COMPETENZE AGROALIMENTARE CANTONALE, costituito nella primavera del 2016;**
- collaborazione con il promotore dell'iniziativa **MENDRISIOTTO-TERROIR, in particolare per la proposta Bike'n wine**
- collaborazione con TicinoWine e Casa del Vino
- collaborazione con GastroMendrisiotto
- gestione del segretariato-organizzativo della Rassegna Gastronomica del Mendrisiotto e Basso Ceresio
- collaborazione con organizzazione di alcuni eventi a carattere enogastronomico
- **gestione e organizzazione di FOOD TRAIL**
- **organizzazione delle visite settimanali con degustazione in cantina**

Messa in scena esperienza turistica sul Monte Generoso

- terrazza alla Bellavista/Armirone
- sentiero Bike dalla Vetta alla Bellavista
- Albergo Diffuso (studio avviato con partner novembre 2017)
- progetto Interreg LA REGIONE DA SCOPRIRE, capofila SUPSI

Messa in scena esperienza turistica sul Monte San Giorgio

- funivia Serpiano (progetto inserito nel doc di analisi, da strutturare con H.Serpiano)
- sentieri Bike (studio Allegra)

Parco archeologico di Tremona-Castello

- gruppo di lavoro tecnico e politico con capofila Mendrisio
- sviluppo progetto 3D per occhiali in coop con gruppo di lavoro tecnico
- gestione Infopoint a Tremona

Processioni della Settimana Santa

- collaborazione con Fondazione, Mendrisio, DECS e BAK
- collaborazione con Museo d'arte per Museo del Trasparente
- progetto Interreg Vo.Ca.Te, capofila Cantar di pietre

ATTIVITÀ 2019. LE COLLABORAZIONI

Grand Tour of Switzerland

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

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

Nel 2016 nel Mendrisiotto sono state implementate due misure:

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

Nel 2019 si vorrebbe poter realizzare:

- in collaborazione con il comune di Mendrisio, anche la terza misura: un luogo dove lasciare un ricordo del proprio passaggio che sia legato al luogo visitato
- in collaborazione con i comuni lungo il percorso, la realizzazione di pannelli turistici all'entrata dei paesi direzione sud e nord

WHES

È un **progetto nazionale** essenzialmente vocato alla **promozione e valorizzazione dell'offerta turistica legata al mondo dei patrimoni mondiali dell'umanità UNESCO**. In collaborazione con la **Fondazione Monte San Giorgio** porteremo avanti a livello regionale i progetti e le proposte che saranno sviluppate nell'ambito di **WHES, un'associazione alla quale partecipiamo attivamente anche lavorando nel comitato direttivo**.

Autopostale

- dal 2015 cofinanziamento della tratta Serpiano-Meride, soppressa in quanto non finanziabile da parte del Cantone con Mendrisio, Brusino, Fondazione Monte San Giorgio e Hotel Serpiano.
- dal 2014 programma di collaborazione per entrata ai lidi

FoxTown

Diventato dal 2015 il nostro principale Sponsor, FoxTown è comunque da oltre 10 anni un partner con il quale lavoriamo per promuovere la regione e le sue attrattive, ma che ritroviamo come partner anche a livello cantonale in molteplici occasioni di collaborazione. Presso FoxTown abbiamo dal 2005 un **INFOPOINT** turistico che nel 2019 verrà ulteriormente promosso e presentato come punto di contatto regionale. Con loro sviluppiamo una comunicazione trimestrale attraverso la loro newsletter all'indirizzo della loro clientela. FoxTown è partner attivo nell'ambito della promozione su mercati comuni come Italia, Cina e Emirati Arabi Uniti.

Gruppo di lavoro lago (e piscine)

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

Club San Gottardo

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

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

Golf di Lanzo

Dal 2017 abbiamo iniziato una collaborazione con questo golf club che si è detto interessato ad entrare in contatto con la nostra realtà per potersi promuovere come il golf club del Mendrisiotto attraverso i nostri albergatori.

I primi contatti con gli alberghi hanno dimostrato un interesse per quest'offerta e quindi la possibilità di realizzare pacchetti che possano essere proposti come offerte di relax e svago sul campo da Golf del Monte Generoso, c'è anche se ancora da sviluppare.

Nel 2019, nel comune di Lanzo, è prevista la seconda edizione della gara dedicata al Mendrisiotto, occasione per presentare e promuovere la regione confinante.

ATTIVITÀ 2019. IL MARKETING

Il programma d'attività di promozione sviluppate in collaborazione con ATT prevede un investimento su 4 mercati: Italia, Germania, Cina e Paesi del Golfo.

Considerato il limitato budget disponibile e il bisogno di ottimizzare i nostri interventi, ulteriori investimenti sono previsti:

- con RailAway, per promuovere offerte legate al viaggio in treno e quindi al pubblico CH tedesco e francese;
- con Ticino Top Ten, per promuovere gli eventi della regione attraverso l'importante rete strutturata negli anni da questo prodotto;
- con Saperi Ticino, una manifestazione enogastronomica che coinvolge tutte le regioni del Ticino in una strutturata proposta di eventi di successo
- con Autopostale, che da qualche anno ci propone di essere presenti nel libretto che presenta l'offerta di trasporto pubblico regionale.

eMARKETING E SOCIAL

Sito internet

Il nuovo sito è online dal 2017, ma bisogna aggiornarlo costantemente e sviluppare i contenuti in funzione delle tendenze e del potenziamento dell'offerta. Anche nel 2019 continueremo quindi a creare testi aggiornati e suggestivi, materiale fotografico e video moderni e dinamici.

Social

In questo ambito abbiamo molto lavoro da fare. Sono numerose le piattaforme sulle quali dobbiamo intervenire per migliorare la visibilità dell'offerta regionale ed i contenuti. Inoltre vorremmo professionalizzare la gestione di instagram e Facebook.

È evidente che seguire il lavoro in ambito web e social comporta delle competenze specifiche. Fino a qualche mese non disponevamo di una persona formata e competente che potesse lavorare quotidianamente su questi importantissimi temi. Non siamo riusciti ad ottenere la necessaria attenzione ed il supporto per creare la proposta di "centro di competenza regionale" di cui vi avevamo parlato e quindi ci concentreremo sui nostri strumenti e sulle nostre piattaforme.

ATTIVITÀ 2019. ASSISTENZA AL TURISTA

Nel 2019 intendiamo pubblicare due prospetti. Uno emozionale, in linea con le proposte delle altre OTR, di Ticino e Svizzera Turismo ed uno che vuole essere un supporto informativo a chi arriva nella regione. Nel 2019 dovremmo anche essere in grado di riproporre la collaborazione con GastroMendrisiotto e Società commercianti del Mendrisiotto per creare una Welcome Card, particolarmente pensata per i proprietari di residenze secondarie e per coloro che scelgono di soggiornare in alloggi di vacanza.

Nel 2019 avremo inoltre disposti in luoghi diversi della regione 8 Infopoints con Totem informativi touch screen. Per quanto concerne gli Infopoint presidiati dal nostro personale, oltre allo sportello del FoxTown, saremo nuovamente presenti anche all'Infopoint del parco archeologico a Tremona-Castello.

ATTIVITÀ 2019. RETE ESCURSIONISTICA E BIKE

Rete escursionistica

La rete escursionistica della regione è in buono stato. Nel 2017 e 2018 sono stati fatti considerevoli investimenti per sistemare tracciati importanti come Bellavista-Vetta, Ristorante-Vetta, Rovio-Bellavista, inoltre è stata inaugurata la Variante del Generoso, unica traccia alpina del Sotto Ceneri. Nel programma di lavoro 2019 vi sono ancora una serie d'interventi che vorremmo poter affrontare, ma che in parte dipendono dal sostegno finanziario che ci sarà dato. Il nostro capo squadra ha steso una lista d'interventi prioritari che sono stati sottoposti al PUC e alla commissione sentieri e che potrebbero essere finanziati nel corso dei prossimi anni. Le conoscenze del territorio e le competenze acquisite dal 2012 ad oggi da parte della nostra squadra ci permettono di essere dei validi partner per i comuni che in svariate occasioni ci contattano per degli scambi costruttivi legati al territorio e con i quali sono stati conclusi anche degli accordi puntuali che potranno risultare a beneficio dei fruitori.

Itinerari bike

Nel 2018 è stato definito, approvato e posato il tracciato del Lavaggio, che ha sostituito il vecchio tracciato del percorso 350 ed è stato inserito in Svizzera Mobile.

La nostra prima priorità è e resta comunque sempre quella della realizzazione di un tracciato BIKE dalla Vetta del Generoso alla Bellavista. Entro la fine del 2018 dovremmo finalmente avere la conferma che il tracciato identificato è approvato da parte del PUC e dei diversi servizi cantonali e così, i finanziamenti saranno confermati nei primi mesi del 2019 potremo dare il via al cantiere.

Un secondo tracciato potrebbe anche prendere il via a Capolago e salire fino al Serpiano per poi scendere su Brusino e ritornare al punto di partenza percorrendo la strada del lago (in alternativa, ritorno con la funivia) ed andrebbe a sostituire il vecchio 351, i cui cartelli segnaletici sono stati tolti lo scorso anno.

STATISTICHE 2018

Di seguito i dati relativi a alberghi e campeggi.

	2018 gen-ott	2017 gen-dic	2016 gen-dic
Alberghi 4-5 stelle	8'797	11'869	12'635
Alberghi 1-3 stelle	81'396	105'020	95'541
Campeggi	28'232	30'511	27'791

COMMENTO FINALE

Il ruolo delle OTR e di Ticino Turismo risulta ancora oggi poco chiaro a coloro che non lavorano a stretto contatto con queste realtà. Spesso si ritiene infatti che siano queste organizzazioni ad influenzare direttamente il risultato del numero dei pernottamenti generati in un anno. Ma il sistema è più complesso e i motivi che portano la gente a scegliere una destinazione lo sono altrettanto. Il loro ruolo è sicuramente importante sia per quanto concerne la messa in rete e lo sviluppo dei prodotti, che per quanto concerne la promozione dell'offerta turistica cantonale, perché al centro vi sono sempre le esigenze e la visione del turista. Ma ci si dimentica che non sono loro a gestire o controllare i singoli prodotti che compongono l'offerta turistica di questa destinazione. Le loro competenze dovrebbero essere comprese come uno strumento di supporto alla messa in rete ed anche al rinnovo dell'offerta, come anche alla promozione, senza dimenticare che alla base resta l'offerta, i vantaggi proposti al turista. Oggi più che mai la qualità del prodotto turistico ed un prezzo concorrenziale sono i temi che spopolano sul web e si propagano ad alta velocità per attrarre l'attenzione del possibile turista-cliente. Se la collaborazione tra i partner e le OTR e tra le OTR e ATT è positiva, sicuramente le sfide di mercati e destinazioni sempre più competitivi potranno essere affrontate con maggior impatto. Un esempio su tutti per chiarire questo punto è l'impatto positivo delle Azioni Raiffeisen sul risultato del 2010 e del 2017. Ma la strada per il successo non è sempre facile e a volte ci si scontra con realtà e con percezioni dell'offerta che rendono una destinazione, la nostra destinazione, meno attraente, come è capitato nel 2018. Perché la qualità, come l'immagine e quindi la popolarità di una destinazione turistica, dipendono dai prodotti e dalla loro gestione, che consolida il valore di una bella esperienza.

È per questo che da anni esprimiamo il bisogno di lavorare sulla qualità del prodotto, che proponiamo la nostra collaborazione ai partner ed è sempre per questo motivo che mettiamo le nostre competenze a disposizione della regione. Una regione molto bella, con un grande potenziale, che però deve essere consolidato con azioni concrete.

I nostri mezzi finanziari sono molto limitati. Il fatto che nella regione non vi siano molte strutture alberghiere limita da sempre la nostra capacità d'intervento e d'investimento. Abbiamo investito molti fondi di pubblica utilità a favore dello sviluppo dell'offerta regionale e della sua visibilità, ma ora non possiamo più contare su questi fondi e resta davvero ancora molto da fare per quanto concerne lo sviluppo del prodotto e la messa in rete, come anche nella creazione di un'immagine turistica positiva per la nostra regione. Il lavoro da fare è molto e necessitiamo del sostegno dei partner e della regione per riuscire a portare avanti la nostra visione ed i nostri obiettivi, che nel tempo non sono cambiati. Non ci scoraggiamo però e malgrado le difficoltà cerchiamo costantemente di trovare soluzioni ed anche aiuti finanziari da parte dell'ERSMB, dell'USE, dei comuni, di sponsor ...

Ringrazio quindi chi, come voi, capisce il nostro sforzo, il nostro impegno ed ha in chiaro anche i nostri limiti di azione. Ma vi ringrazio soprattutto per condividere con noi l'idea che questa regione ha molto da offrire in ambito turistico.

Mendrisio, novembre 2018

**ORGANIZZAZIONE TURISTICA REGIONALE
MENDRISIOTTO E BASSO CERESIO**



Nadia Fontana-Lupi
Direttrice