

Relazione della Direttrice.

INTRODUZIONE

Preparando il preventivo 2020 e malgrado l'evoluzione positiva del numero dei pernottamenti registrato nel 2019 ed alcune novità che potrebbero portare a sviluppare ulteriormente l'offerta regionale nel corso del 2020, abbiamo deciso di essere molto prudenti, supponendo che il risultato in numero di pernottamenti e quindi di TS e TPT che potremmo ottenere il prossimo anno, potrebbe essere in linea con la media dei risultati ottenuti nel corso degli ultimi 5 anni. Un risultato che considera come l'offerta ricettiva della regione stia attraversando un periodo di transizione, condizionata da fattori influenzabili direttamente come gli investimenti per i rinnovi e l'organizzazione professionale della vendita, ma anche dai fattori che abitualmente definiamo difficilmente influenzabili, che concernono in generale l'offerta turistica ticinese e non in particolare la nostra regione. Ricordiamo inoltre l'evoluzione positiva relativa all'aumento del numero di pernottamenti nei nostri campeggi nel 2019 e attendiamo di verificare il numero di pernottamenti annuali per quanto concerne le residenze secondarie al fine di poter cambiare anche l'evoluzione di queste offerte di soggiorno alternative, in parte riferite allo sviluppo di AirBnB, ma non solo.

Nel 2020 aprirà la tratta Alptransit del Ceneri e probabilmente anche questo fattore influenzerà il futuro della nostra regione che non ha collegamenti diretti, come invece è il caso per le città di Bellinzona, Lugano e Locarno.

L'unico punto fermo in tutto questo resta il lavoro in ambito turistico che si fa nella nostra regione, con i partner e attraverso i loro progetti. Una regione che ha ancora molti cantieri aperti e che sta facendosi conoscere ed apprezzare per la particolarità degli attrattori e le specifiche offerte di qualità. Un territorio che non ha una lunga tradizione turistica, ma che si sta comunque prodigando per risultare ospitale e per stupire il visitatore con offerte sempre nuove, anche grazie all'introduzione di proposte legate al mondo del digitale. Una Regione da Scoprire che si sta costruendo una piccola reputazione, grazie anche al lavoro sviluppato in collaborazione con Ticino Turismo nell'ambito della relazione con media e influencers.

Ma la professionalizzazione dei servizi e della vendita dei prodotti turistici resta un punto importante sul quale lavorare.

Nel 2019, in collaborazione con OTR Lugano, abbiamo organizzato un primo corso di due mezze giornate per i nostri partner, dedicato al mondo dei social. Nel 2020 vorremmo riproporre almeno un corso e quindi sollecitare i nostri partner a gestire la loro comunicazione sui social. Un campo in cui è necessario lavorare ed investire, sia con le giuste competenze che, quando e se possibile, con delle attività di marketing.

IL BUSINESS PLAN 2020-2023

Nel corso del 2019 abbiamo elaborato e preparato il documento che è quindi stato inoltrato prima a ERSMB e poi al DFE e a ATT e che trovate allegato a questo dossier. Lo stesso documento è pure visionabile online. Le linee guida tracciate in questo documento non si distanziano molto dal precedente BP, ma contiene pur sempre alcune modifiche che sono frutto di attente valutazioni e di prospettive relative allo sviluppo di progetti.

LA STRATEGIA CANTONALE

La strategia cantonale è ormai consolidata e non cambierà neanche per quanto concerne il 2020. Per quanto concerne il mercato svizzero, l'investimento in mezzi finanziari è 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.

Il Ticino Ticket sarà riproposto anche nel 2020 e continuerà a garantire una maggiore e migliore mobilità all'interno del nostro Cantone, permettendo al turista di consumare tranquillamente l'offerta cantonale senza costi addizionali o problemi di spostamento. grazie al progetto Interreg Desy che ha preso avvio lo scorso anno, dovremmo inoltre poter utilizzare i dati registrati per poter attivare delle campagne marketing coordinate da Ticino Turismo, ma anche di meglio comprendere come si muovono i turisti all'interno del Cantone per fruire delle proposte contenute nel Ticino Ticket.

L'Hospitality Manager ed anche la formazione "Pop Up Academy" saranno parte dell'offerta che proporremo a tutti i partner nel corso del 2020.

LA STRATEGIA REGIONALE

I nostri macro obiettivi:

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

I campi strategici e i progetti identificati dalla nostra OTR anche per il periodo 2020-2023 ricordiamo che sono:

ENOGASTRONOMIA

Piattaforma agroalimentare e sviluppo per il posizionamento regionale.

MONTE GENEROSO

Progetto di analisi "Messa in scena" Esperienza turistica.

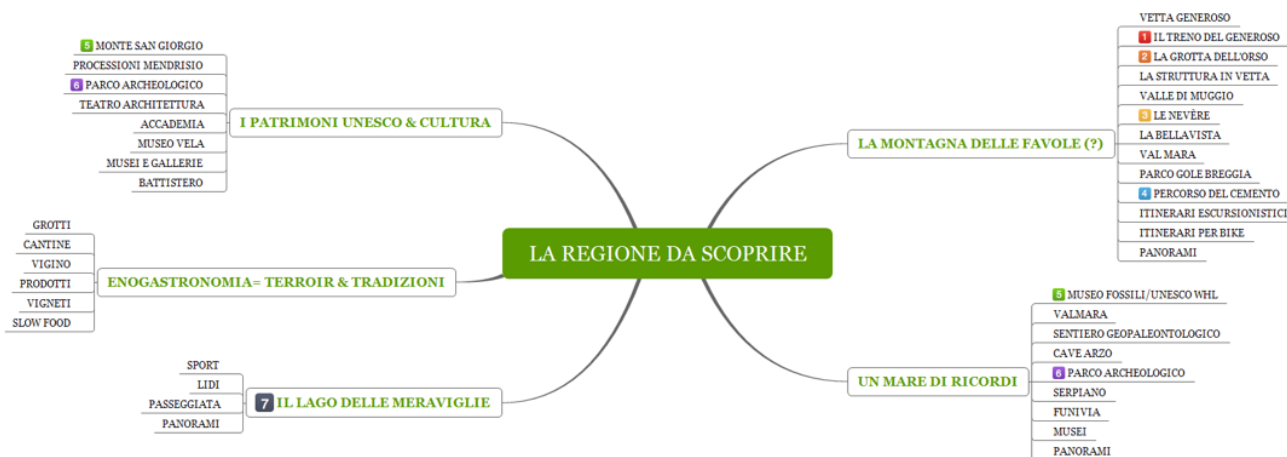
MONTE SAN GIORGIO

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

La nostra OTR è confrontata 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, un modesto numero di pernottamenti generati nella regione e di conseguenza minori entrate.

Dopo avere limato i costi al massimo e cercato soluzioni di finanziamento, avere trovato un importante sponsor, ottenuto un aiuto "straordinario" dai comuni nel 2015, nel 2017-18 ed anche nel 2019 abbiamo potuto ricevere dei contributi di pubblica utilità da parte di Fondazione Promo, ma non abbiamo la sicurezza di potere ricevere dei contributi nel 2020 e tanto meno negli anni a seguire.

Abbiamo traslocato, chiesto un aiuto al Fondo di Funzionamento ed anche modificato il piano d'attività per il 2020 introducendo dei tagli a fronte dei limitati mezzi a disposizione. Ciò nonostante il preventivo 2020 non si è prospettato facile da preparare e i costi dovranno essere costantemente monitorati nel corso di tutto l'anno. 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.

ATTIVITÀ 2020. IL PRODOTTO DEI CAMPI STRATEGICI

Per quanto concerne i campi strategici per il 2020 abbiamo previsto di continuare a lavorare sui progetti prioritari.

Enogastronomia

- comitato direttivo del nuovo CENTRO DI COMPETENZE AGRO-ALIMENTARE 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
- organizzazione delle visite settimanali con degustazione in cantina

Messa in scena esperienza turistica sul Monte Generoso

- terrazza alla Bellavista/Armirone (Progetto)
- sentiero Bike dalla Vetta alla Bellavista (Progetto)
- albergo Diffuso (Progetto)
- Interreg LA REGIONE DA SCOPRIRE, capofila SUPSI (Progetto)

Messa in scena esperienza turistica sul Monte San Giorgio

- funiva Serpiano (Progetto)
- sentieri Bike (Progetto)

Parco archeologico di Tremona-Castello

- gruppo di lavoro tecnico e politico con capofila Mendrisio
- gestione Infopoint a Tremona

Processioni della Settimana Santa di Mendrisio

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

ATTIVITÀ 2020. LE COLLABORAZIONI

Grand Tour of Switzerland

Nel 2020 si vorrebbe poter realizzare:

- in collaborazione con il comune di Mendrisio, un luogo dove lasciare un ricordo del proprio passaggio che sia legato al luogo visitato
- in collaborazione con i comuni lungo il percorso, i 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 Mendrisio

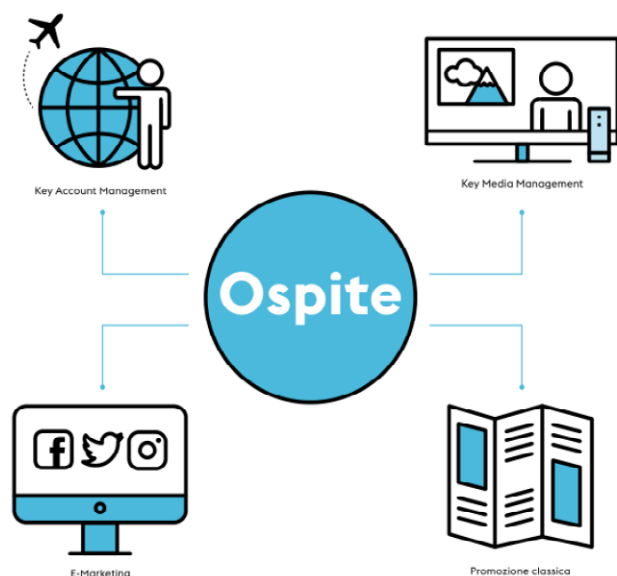
Diventato dal 2015 il nostro principale Sponsor, FoxTown è comunque da oltre 10 anni un partner con il quale lavoriamo per promuovere la regione e le sue attrattive, ma che ritroviamo come partner anche a livello cantonale in molteplici occasioni di collaborazione.

Presso FoxTown abbiamo dal 2005 un INFOPOINT turistico che nel 2019 è stato interamente rinnovato.

Gruppo di lavoro lago (e piscine)

Il tavolo di lavoro 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).

ATTIVITÀ 2020. IL MARKETING



Nell'ambito della collaborazione cantonale saremo attivi con Ticino Turismo sui mercati svizzero, italiano, germanico, britannico e scandinavo. In solum ci occuperemo di sviluppare alcune piccole attività nel mercato svizzero e ticinese. Anche gli investimenti nell'ambito marketing sono stati rivisti per quanto concerne l'attività del 2020.

Nel corso del 2020 è prevista un'intensificazione degli incontri tra OTR e ATT per discutere temi legati alle strategie e non solo le tematiche puntuali ed il piano d'attività in corso. L'obiettivo è quella di rafforzare la collaborazione e realizzare le migliori possibili attività di promozione, con un occhio particolare ai target specifici (personas) e ai target di mercato.

SOCIAL MEDIA

3.26 miliardi di utenti sui social media a livello globale (45% della popolazione globale)

In Svizzera, il 52% della popolazione è attiva sui social media

I social media hanno acquisito, nel corso degli ultimi anni, sempre maggiore importanza e sono diventati il primo strumento di promozione nel settore turistico. Sono diventati la prima fonte di informazione degli utenti che non solo leggono le news proposte dal social ma la prima cosa che i possibili clienti fanno quando si avvicinano ad un nuovo brand è quella di ricercare l'account Facebook o Instagram dell'azienda, della struttura e dell'attrazione per scoprirne i segreti e operare la propria scelta. Prendere quindi una decisione di acquisto.

Facebook

Mendrisiotto Turismo ha iniziato la sua attività su Facebook nel 2013, aprendo una pagina business. Ad oggi si contano oltre 3200 iscritti, con una crescita organica del 29% negli ultimi 6 mesi. Si prega di notare che ad oggi non è stata definita nessuna campagna digitale.

Dal mese di giugno la cadenza di pubblicazione è quotidiana e rispetta un preciso piano editoriale che prende in considerazione tutti i temi e le maggiori attrazioni della Regione da Scoprire alternando la pubblicazione di immagini, video ed eventi.

Instagram

Dove andare in vacanza? Ora lo si sceglie in base al luogo più postato su Instagram

Il primo post in Instagram per Mendrisiotto Turismo è stato pubblicato nel luglio del 2017. Da allora in modo organico, siamo seguiti da quasi 2000 persone.

I temi proposti anche qui spaziano attraverso le tematiche relative alla regione, agli eventi in calendario e alle belle iniziative. Secondo la logica di funzionamento di questo social media, sfruttiamo inoltre il cosiddetto contenuto generato dagli utenti, questo per amplificare ulteriormente il senso di collaborazione e aggregazione e creare appartenenza intorno alla community.

Conclusioni

Lo sfruttamento efficiente ed efficace delle nuove tecnologie disponibili sta diventando un fattore concorrenziale sempre più importante e la digitalizzazione offre grosse opportunità. I numeri importanti ci dimostrano ancora di più come siano cambiate le abitudini sociali e comunicative del turista 3.0.

Il futuro

Social Network e Turismo, il binomio vincente per il successo

Per tutti i motivi elencati in precedenza, c'è la volontà di impegnare maggiormente le forze a disposizione e dedicare attivamente energie nel corso del prossimo anno attraverso l'utilizzo di un piano editoriale, una calendarizzazione mirata e campagne sponsorizzate.

Vogliamo inoltre continuare ad offrire ai partner, alle strutture, agli attrattori della regione la possibilità di formarsi all'utilizzo di queste nuove tecnologie per aumentare ancora più le sinergie e le opportunità della comunicazione digitale.

**Vi invitiamo dunque a menzionarci nelle vostre comunicazioni!
È un modo per rimanere informati e dare risonanza alle vostre iniziative!**

@mendrisiottoturismo

#mendrisiottoturismo

#laregionedascoprire

SITO WEB

Il sito web che è online dal 2017 sarà presto sostituito dal nuovo sito, che sarà responsive come quello delle altre OTR e di Ticino Turismo. La piattaforma ufficiale deve essere continuamente aggiornata. I mini siti dei partner: Parco archeologico, Processioni, Cave di Arzo, Parco delle Gole della Breggia e Parco della Valle della Motta possono attingere dal nostro sito e dalla banca dati cantonale elementi importanti che risultano utili per i turisti che s'informano direttamente sui loro siti. La messa in rete dei dati e la matrice costruita grazie all'utilizzo della medesima tecnologia, permette ai partner di ottenere così un'ottimizzazione delle risorse e un ampliamento delle opportunità di visibilità del loro prodotto.

ATTIVITÀ 2020. ASSISTENZA AL TURISTA

Nel 2020 non pubblicheremo nuovi prospetti. Questa è una delle forme di risparmio che intendiamo implementare. Stiamo invece valutando l'ipotesi di realizzare una Welcome card con una lista di offerte proposte online sul nostro sito, che possa essere aggiornata quindi in maniera continuativa nell'arco di tutto l'anno.

Nel 2020 avremo ancora in gestione l'infopoint di Tremona nel corso dell'estate ed inoltre 8 Infopoints con Totem informativi touch screen. Per quanto concerne gli Infopoint presidiati dal nostro personale chiaramente avremo lo sportello al FoxTown.

ATTIVITÀ 2020. RETE ESCURSIONISTICA E BIKE

Rete escursionistica

La rete escursionistica della regione è in buono stato. Per il quadriennio 20-23 sono stati pianificati degli interventi importanti su tracciati che riteniamo di grande interesse e per i quali abbiamo ottenuto delle importanti partecipazioni al finanziamento da parte dei fondi che saranno resi disponibili dal nuovo credito quadro della legge sentieri. Se il PUC sarà attivato vi sarà inoltre probabilmente la possibilità di iniziare già nel 2020 i primi interventi sui tracciati identificati.

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. Da diversi anni stiamo invece lavorando per identificare il tracciato per bike che consenta una discesa dalla vetta fino alla Bellavista e finalmente lo abbiamo identificato, ottenendo le necessarie conferme da parte del Cantone in merito alla realizzabilità del progetto. Ora siamo quasi pronti per la pubblicazione della domanda di costruzione, conosciamo i dettagli del percorso e degli interventi che sarà necessario realizzare, come anche il preventivo dei costi, ma abbiamo ancora alcuni piccoli problemi da sistemare prima di procedere.

Per quanto concerne il Monte San Giorgio siamo anche avanzati sul progetto che a breve dovrebbe essere consolidato con un tracciato che dovrà essere verificato con il Cantone e quindi anche per questo itinerario vi dovrà essere la verifica del costo di realizzazione e quindi anche la pubblicazione della domanda di costruzione per poi poter procedere con la realizzazione.

Il Cantone ha da tempo confermato la volontà di sostenere, con una partecipazione del 50%, l'impegno finanziario relativo alla realizzazione di un itinerario bike, impiegando fondi PER. Ma chiaramente fino a che non avremo una visione completa dei costi delle due offerte sulle due montagne, non potremo valutare l'entità dell'importo che sarebbe a carico di OTRMBC e dei partner che sarà necessario coinvolgere per portare a realizzazione questo importante progetto.

Da qualche settimana abbiamo sottoscritto un accordo cantonale che permetterà la realizzazione del centro di competenze bike e l'assunzione di una persona che, a livello cantonale, s'occuperà dello sviluppo di questo importante prodotto turistico. Il costo del centro di competenze sarà sostenuto dal Cantone con fondi PER per due anni con un contributo pari al 90% dell'importo totale e per altri due anni con un contributo pari al 50% dell'importo totale. Il restante sarà a carico delle 4 OTR che suddivideranno la spesa in parti uguali. In questi costi non sono compresi costi di progettazione o supervisione dei lavori di realizzazione di tracciati.

I PROGETTI

Nel corso degli anni abbiamo accantonato dei fondi con l'obiettivo d'impiegarli per sviluppare progetti specifici, precisi, pensati e voluti perché in linea con i campi strategici presentati ed indicati anche nel nostro BP. Progetti dei quali abbiamo parlato nei Masterplan, che abbiamo presentato in assemblea e dei quali abbiamo già avuto modo di discutere negli anni. Non si tratta quindi di nuovi progetti, ma di progetti che nel tempo si sono via via sempre più consolidati. Se potremo ottenere i necessari permessi e sostegni potremo quindi sciogliere l'accantonamento dedicato:

- alla realizzazione di almeno un itinerario bike (chf117'972)
- alla realizzazione del progetto Messa in Scena Monte Generoso, con la realizzazione di una terrazza panoramica e la sistemazione dell'area alla Cascina d'Armirono (chf45'000)
- alla realizzazione del progetto Messa in Scena Monte San Giorgio, con la realizzazione di un concetto di comunicazione alla e per la funivia del Serpiano (chf45'000)
- alla realizzazione dell'ufficio presso la stazione ferroviaria di Mendrisio (chf 25'000)
- alla realizzazione di un sentiero d'importanza strategica (chf15'000)
- alla realizzazione del punto Grand Tour alle cantine di Mendrisio (chf40'000)
- all'investimento di chf13'500 per terminare i progetti INTERREG SCOPRI/VOCATE attualmente in corso

Sempre nell'ambito dei progetti non mancheremo di continuare a sostenere la Fondazione Processioni storiche nell'ambito delle sue attività e dei suoi progetti, anche se non abbiamo previsto un budget dedicato per quest'attività, le ore lavoro che andremo ad investire soprattutto per l'edizione 2020 e per il congresso sul tema HTCH2020 che si svolgerà a Mendrisio, saranno comunque molte. Altre ore lavoro saranno inoltre da dedicare al progetto "Albergo diffuso" che coordiniamo da oltre due anni e che potrebbe avere un'importante svolta nel corso del 2020. Un progetto importante per la Valle di Muggio e per tutto il Monte Generoso, che rappresenterebbe un unicum all'interno del panorama ticinese.

STATISTICHE 2019

Di seguito i dati relativi a alberghi e campeggi.

Pernottamenti generali gennaio-ottobre

| | 2014 | 2016 | 2018 | 2019 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| Alberghi 4-5 stelle | 9'423 | 11'148 | 8'797 | 11'658 |
| Alberghi 0-3 stelle | 95'354 | 88'204 | 81'401 | 77'222 |
| Camping | 27'227 | 27'791 | 28'232 | 31'973 |

| | 2014 | 2016 | 2018 | 2019 |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|
| Totale posti letto | 1'394 | 1'349 | 1'253 | 1'270 |
| Totale alberghi | 41 | 38 | 30 | 31 |

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 non è così.

Il sistema turistico è complesso e i motivi che portano la gente a scegliere una destinazione lo sono altrettanto.

Il ruolo delle OTR è importante sia per quanto concerne la messa in rete che per lo sviluppo dei prodotti, come anche la promozione dell'offerta turistica cantonale. Ma le OTR non gestiscono o controllano i singoli prodotti che compongono l'offerta turistica.

Le competenze delle OTR 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.

Le abitudini d'acquisto e i modelli di vendita cambiano velocemente, la digitalizzazione ed i social in particolare influenzano molti processi decisionali.

La reputazione, la qualità, 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. In passato 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.

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.

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.

Concludo ringraziando il mio team e il mio CdA per il supporto e la collaborazione, così come anche tutti i partner.

Mendrisio, dicembre 2019

**ORGANIZZAZIONE TURISTICA REGIONALE
MENDRISIOTTO E BASSO CERESIO**



Nadia Fontana-Lupi
Direttrice