

Turismo

Un 2016 a gonfie vele per la ritro vata Sonnenstube

In Ticino l'aumento più forte di pernottamenti tra i cantoni Tornati gli svizzeri e i tedeschi - Previsione positiva per il 2017

Le cifre parlano chiaro: il Ticino è la regione turistica che nel 2016 è andata più forte. La crescita dei pernottamenti è stata del 4,6% rispetto al 2015, laddove a livello nazionale c'è stata una diminuzione dello 0,3%. Nella Sonnenstube della Svizzera sono tornati soprattutto i turisti elvetici e i tedeschi: i primi sono aumentati del 6,2%, i secondi del 10,3%. Dati incoraggianti e che fanno ben sperare guardando in prospettiva: l'Osservatorio del turismo prevede, nel primo semestre del 2017, un aumento di pernottamenti dell'1%. Il 2016 è stato l'anno dell'inaugurazione

della più lunga galleria ferroviaria del mondo, ma l'anno di AlpTransit sarà il 2017 e Ticino turismo, in una conferenza stampa, ha sottolineato lo straordinario potere attrattore del primo passaggio nel tunnel. Ma non solo: come ha evidenziato Elia Frapolli (vedi intervista in basso) si sta instaurando in Ticino un circolo virtuoso, grazie anche agli investimenti da parte degli operatori del settore, che stanno rinnovando le proprie strutture. L'esperto Claudio Visentin (a fianco) ha invece svolto un'analisi guardando anche alla storia del turismo nel nostro cantone.

PAGINE DI
MICHELLE CAPPELLETTI e MAURO ROSSI

Il turismo ticinese è riuscito a invertire la rotta. Dopo anni di un irrefrenabile declino, nel 2016 è andato a gonfie vele registrando un aumento di pernottamenti del 4,6% rispetto all'anno precedente, attestandosi così a quota 2.280.339. Queste le cifre pubblicate dall'Ufficio federale di statistica e sottolineate a Bellinzona in una conferenza stampa di Ticino turismo. I primi segnali che qualcosa stava cambiando si erano già visti durante l'estate, quando in luglio e in agosto i pernottamenti erano aumentati rispettivamente del 9,5 e del 9,2%. Ma non solo: anche l'autunno ha tenuto bene e ha beneficiato dell'ondata lunga dell'estate, finendo in bellezza l'anno con un dicembre sempre all'insegna della positività con un +1,2%. Un andamento che diventa ancora più sorprendente se lo si confronta con il resto della Svizzera. Paragonando il nostro cantone alle altre regioni elvetiche, emerge che a segnare la maggiore crescita è proprio il Ticino. La media elvetica mostra una diminuzione dello 0,3%, mentre le regioni turistiche svizzere ad essere andate meglio sono state, dietro al Ticino, il Lemano (+4,5%) e il Bernese (+2,1%), seguite da Giura e i tre laghi (+1,2%), Basilea e Svizzera orientale entrambe con un +0,6% e infine da Zurigo (+0,2%). I Grigioni e il Vallesse hanno invece registrato una flessione, entrambi dell'1,9%. Ma il tonfo maggiore lo hanno subito l'Oberland Bernese e Lucerna/Lago dei quattro Cantoni con un calo di pernottamenti del 2,4% rispetto al 2015.



A 360 GRADI Sono numerose le attività che Ticino turismo ha in previsione nel 2017 rivolte a diversi tipi di mercato. (Foto Reguzzì)

tarla, seppure leggermente, è stata quella del Lago Maggiore e Valli: è passata da 2,50 a 2,51 giorni.

Questione di stelle

Dopo le regioni, lo sguardo si posa sulle categorie alberghiere. A registrare la crescita maggiore in termini di pernottamenti è la categoria che va dalle 0 alle 2 stelle. Questo settore ha segnato un aumento pari al 7,6%. Ma sono andate bene un po' tutte le categorie: subito dietro gli alloggi più economici si è posizionato il segmento del lusso, con un aumento del 5,6% nei 5 stelle e del 3,1% nei 4 stelle. Bene anche gli alberghi a 3 stelle, anche se la crescita (+2,9%) è meno marcata rispetto alle altre categorie.

Un anno sereno

Anche le prospettive per il 2017 sono positive. Secondo l'Osservatorio del turismo (O-Tur) dell'Università della Svizzera italiana il primo trimestre dovrebbe registrare un aumento dell'1% di pernottamenti, e questo nonostante lo spostamento della Pasqua, che sarà in aprile. Per gennaio l'O-Tur prevede un aumento del 2,8%, per febbraio dell'1,6% mentre a marzo ci sarà un calo dell'1,2% per l'effetto appunto dello slittamento delle vacanze pasquali. Per ciò che riguarda la provenienza degli ospiti, l'O-Tur attende, sempre nel primo trimestre, una flessione dell'1,6% del mercato interno rispetto allo stesso periodo del 2016 e una crescita dei pernottamenti dei turisti stranieri del 4,5%. Secondo il sondaggio dell'Osservatorio condotto presso 20 strutture alberghiere, emerge che nel periodo tra febbraio e aprile 2017 il 55,6% si aspetta un fatturato uguale a quello del 2016, mentre il 16,7% prevede un aumento e il 27,8% una diminuzione.

Parola d'ordine: promozione

A differenza del resto della Svizzera in Ticino non sembra aver pesato l'effetto negativo rappresentato dal franco forte, ma piuttosto, come è stato sottolineato da Ticino turismo, un effetto positivo dovuto all'apertura della galleria di base del San Gottardo. Lente ha infatti ricordato come «nel 2017 giungerà in corso culmine la campagna triennale in vista dell'apertura di AlpTransit promossa grazie a un credito straordinario di due milioni di franchi votato dal Gran Consiglio». Vale la pena evidenziare che il budget annuo di Ticino turismo per il 2017 è di 5,3 milioni di franchi. La promozione rivolta ai turisti el-

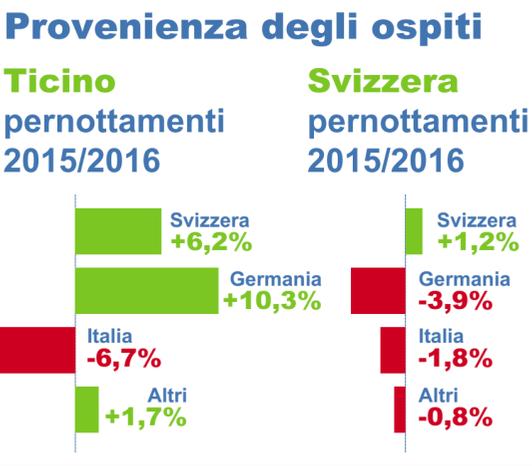
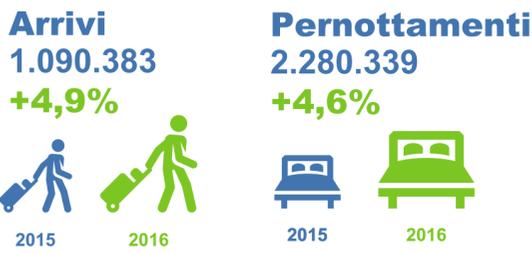


SODDISFATTO
Per Elia Frapolli nel turismo ticinese si è instaurato un circolo virtuoso. (Foto Reguzzì)

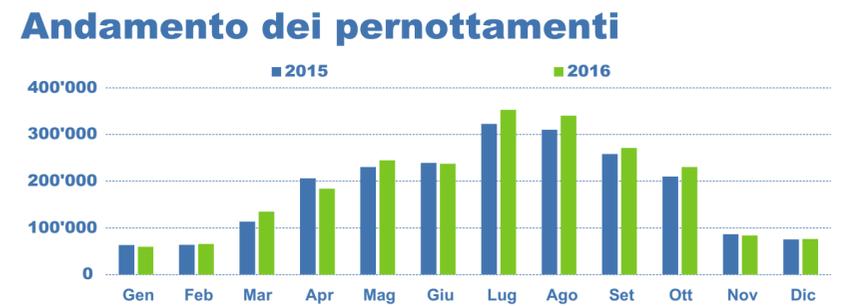
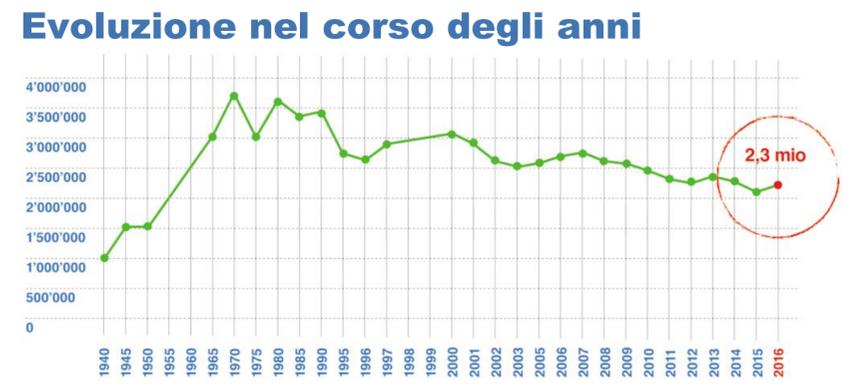
Elia Frapolli, il 2016 è stato un anno eccezionale per il turismo ticinese. Quanto è soddisfatto?

«È un risultato molto soddisfacente, soprattutto perché è sintomo di una dinamica positiva. Da una parte aumentano i pernottamenti ma allo stesso tempo c'è la tendenza delle strutture alberghiere a rinnovare, quindi a investire. Ciò significa che se si investe, la qualità aumenta, i turisti arrivano e si genera un circolo virtuoso. Questo è davvero importante perché in Ticino per decenni siamo rimasti bloccati in una dinamica in cui si vendeva al prezzo di oggi un prodotto che era di vent'anni fa. E in un mercato internazionale dove con un clic si può guardare mezzo mondo e dove si può volare a prezzi irrisori o meno in tutta Europa non avere qualità ci rende fuori mercato». **Oltre agli investimenti, quali sono i fattori che hanno determinato questo successo?**
«Alcuni elementi sono esogeni, ossia non dipen-

dono da noi, come ad esempio l'insicurezza legata agli attentati terroristici. Questa ha determinato uno spostamento dei flussi turistici all'interno dell'Europa. Il Ticino con questo suo mix di essere svizzero, sicuro, di qualità ma allo stesso tempo al sud, quindi già mediterraneo sia per il clima che per la lingua e la cultura, ci posiziona molto bene. Sia rispetto agli svizzeri, che non vogliono uscire dal Paese ma spostarsi comunque a sud, sia per i tedeschi, che sono venuti proprio da noi e non nel resto della Svizzera». **Come ha ricordato l'insicurezza è un fattore esterno e può mutare rapidamente. Come state lavorando in prospettiva?**
«Questa è la vera sfida. Ora stiamo approfittando di questa insicurezza, quello su cui stiamo lavorando è fare in modo che il turista tedesco, che non veniva da anni in Ticino, torni a casa contento e possa dire che quel Ticino dove venivano i nonni e i genitori è interessante e innovativo». **Ma come ha ricordato in conferenza stampa, su**



Turismo alberghiero in Ticino



L'INTERVISTA ■ ELIA FRAPOLLI*

«Resta ancora molto da fare per migliorare la cultura dell'accoglienza»



LORENZO PIANEZZI
presidente di HotellerieSuisse Ticino



MASSIMO SUTER
presidente di GastroTicino



Questo andamento positivo non è che un parziale recupero di quanto perduto in passato. Approfittando di AlpTransit che riduce la distanza tra noi e i nostri principali clienti, dobbiamo ora investire per rendere il Ticino sempre più attrattivo

Sono dati interessanti: un punto di partenza per rilanciare e intensificare gli sforzi intrapresi nell'ultimo biennio da chi opera in ambito turistico alla ricerca di soluzioni condivise che possano favorire tutti, e non solamente i singoli orticelli

LE STRATEGIE

TICINO TICKET

Iniziativa portata avanti dal Dipartimento delle finanze e dell'economia con Ticino turismo, dal 1. gennaio 2017 sono già stati emessi 21.000 Ticino ticket.

CUMULUS

I 2,8 milioni di soci della carta Cumulus di Migros avranno l'opportunità di

usufruire di prezzi scontati per giungere e soggiornare in Ticino.

RAIFFEISEN

Verrà riproposta tra marzo e ottobre l'offerta «Tutto il Ticino a metà prezzo» rivolta ai soci, che sono 1,8 milioni, della banca Raiffeisen. Ticino turismo si attende di generare 120.000 pernottamenti e 100.000 escursioni.

■ L'INTERVISTA

CLAUDIO VISENTIN*

«Occorre essere snelli, reattivi e più propositivi» A giocare un ruolo determinante sono l'insicurezza e l'AlpTransit

I positivi dati sul turismo in Ticino nel 2016 come devono essere interpretati: come un segnale che il momento negativo è passato, oppure come un attimo di respiro all'interno di un trend pluriennale che, comunque, tende al ribasso?

«È difficile dare una risposta precisa. Ciò che i dati rivelano è che il turismo contemporaneo sta vivendo una fase di estrema mutevolezza. Quindi un'analisi dei suoi flussi è molto complicata, visto che la sua evoluzione avviene su tempi molto più brevi, meno prevedibili e controllabili che in passato. Quello che è certo è che il turismo in Ticino non ha più l'importanza che ha avuto in passato, quando era una grande industria che ha aiutato la regione a crescere. Dobbiamo ora capire la sua posizione nel quadro economico-sociale del cantone, cioè se sta diventando lentamente un'attività marginale rispetto ad altre (mi riferisco al settore economico finanziario e al terziario in generale) o se - come i dati resi noti ieri fanno sperare - conserva ancora la sua importanza. È dunque necessario mantenere gli occhi ben aperti per capire tutto ciò, magari tenendo conto di un paio di elementi particolari». **A cosa fa riferimento?**

«Alle impressionanti analogie che, in quanto storico del turismo, rilevo tra i dati del 2016 e quelli del passato. Ovvero alla fortissima crescita di presenze provenienti dal resto della Svizzera (+6%) e dalla Germania (+10%). Che lasciano intendere una sorta di ritorno della Sonnenstube, ossia di quel modello turistico che proponeva il Ticino come una oasi mediterranea all'interno della Svizzera. Un modello che buona parte di noi dava per superato e che invece vari elementi sembrano invece aver riportato in auge. A partire dal già citato dato relativo alle provenienze turistiche, ma anche l'apertura di AlpTransit, ossia di un nuovo transito ferroviario verso la nostra regione - non va infatti dimenticato che il concetto di Sonnenstube fu elaborato a fine Ottocento quale effetto dell'apertura della galleria ferroviaria del Gottardo. Ma c'è dell'altro: quando negli anni '30 il Ticino turistico patì una forte crisi a causa delle tensioni internazionali (la depressione, il fascismo e il nazismo...)»

Il Ticino turistico possiede, a suo avviso, questa elasticità?
«Sebbene storicamente non siamo dei prodighi in quest'ambito, noto che molte cose sono migliorate rispetto al passato quando c'era una maggior rigidità. Rimane tuttavia in sospeso la riflessione sul questo posto all'inizio: cosa vogliamo fare del turismo? Che posto gli vogliamo dargli nel futuro del nostro Cantone? Domande alle quali è necessario dare al più presto una risposta tenendo conto che turismo non significa unicamente economia - come ossessivamente si insiste a sottolineare - ma anche e soprattutto una finestra aperta sul mondo che ci porta a confrontarci con altre persone, altre culture, altre idee. È una ventata di aria fresca, della quale ritengo noi sia abbia bisogno, più ancora che dal profilo economico, come forma di rapporto con altri Paesi.»

Elasticità



I repentini mutamenti dei flussi impongono più flessibilità che pianificazione

a sollevarlo ci pensò un'iniziativa di Gottlieb Duttweiler, il fondatore della Migros. Il quale creò Hotelplan e una serie di offerte speciali per venire in Ticino (ce n'era una che garantiva una settimana nel nostro cantone per soli 57 franchi e che fece registrare un successo straordinario, con quasi 50.000 adesioni). Adesso cosa vediamo? Vediamo Migros che, assieme a Raiffeisen, fa offerte speciali in quest'ambito. Insomma una serie di analogie con il passato che sembrano riaprire uno scenario che sembrava tramontato. **Il Ticino quindi sta attraversando una fortunata fase di revival nostalgico?**

«Non solo. Sta anche approfittando dell'improvviso peggioramento della situazione internazionale. Se infatti negli ultimi decenni il fascino del Ticino era scemato, era perché molta gente poteva recarsi, a prezzi moderati, nelle "vere" Sonnenstube: il Nordafrica, l'Egitto, la Tunisia... Adesso viste le improvvise tensioni internazionali, il nostro cantone è tornato ad essere visto come in passato: un luogo sicuro, con caratteristiche climatiche mediterranee, al quale si arriva con un breve spostamento. Una situazione impensabile fino a solo cinque anni fa e che deve spingerci ad una riflessione.»

Quale?
«Che in un contesto internazionale viepiù nervoso, veloce, reattivo, è forse più importante farsi trovare pronti ai veloci cambiamenti dei flussi turistici che non pensare di poterli influenzare. Nel mondo di oggi è vincente chi è reattivo; è premiata la capacità di reagire ancor prima della propositività. Quindi per conservare quanto abbiamo riguadagnato nell'ultimo anno è necessario essere elastici, efficienti, snelli veloci, piuttosto che fautori di grandi pianificazioni che poi si scontrano con contingenze difficilmente prevedibili.»

Il Ticino turistico possiede, a suo avviso, questa elasticità?
«Sebbene storicamente non siamo dei prodighi in quest'ambito, noto che molte cose sono migliorate rispetto al passato quando c'era una maggior rigidità. Rimane tuttavia in sospeso la riflessione sul questo posto all'inizio: cosa vogliamo fare del turismo? Che posto gli vogliamo dargli nel futuro del nostro Cantone? Domande alle quali è necessario dare al più presto una risposta tenendo conto che turismo non significa unicamente economia - come ossessivamente si insiste a sottolineare - ma anche e soprattutto una finestra aperta sul mondo che ci porta a confrontarci con altre persone, altre culture, altre idee. È una ventata di aria fresca, della quale ritengo noi sia abbia bisogno, più ancora che dal profilo economico, come forma di rapporto con altri Paesi.»

* docente del Master in International Tourism all'Università della Svizzera italiana