

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...)

a risollevarlo 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 prodigi 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 quesito 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

Elasticità



I repentini mutamenti dei flussi impongono più flessibilità che pianificazione

TURISMO

Turismo
Un 2016 a gonfie vele per la ritro vata Sonnenstube

In Ticino l'aumento più forte di pernottamenti tra i cantoni. Crescita di 4,8% nel 2016. Proiezione per il 2017: +4,8%.

Turismo alberghiero in Ticino
Evoluzione nel corso degli anni

Andamento dei pernottamenti

Andamento ospiti svizzeri
-0,3% nel 2016

Provenienza degli ospiti

Ticino	Svizzera	Resto d'Europa	Extra-UE
2015/2016	+4,8%	+1,4%	+2,9%
2016/2017	+4,8%	+1,4%	+2,9%

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

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