

## NOTE INTRODUTTIVE

Dodici anni sono trascorsi dal giorno in cui, per desiderio di Marco Solari, per fiducia della Società degli albergatori, per accondiscendenza della Camera di commercio e per benevolenza delle persone e delle istituzioni dedite ai problemi del nostro turismo (in particolare dei compianti e indimenticabili amici Corrado Kneschaurek Senior, Gildo Papa e Ferruccio Pelli), entrai a far parte del Consiglio dell'ETT. Marco Solari sollecitò, in particolare, il mio contributo di collaborazione e di esperienza nelle iniziative adottate per mutare il volto provinciale e l'immagine dimessa del nostro turismo. Erano i tempi delle campagne promosse per attenuare l'incidenza degli "zoccoletti", del "nostrano", dei "boccalini" e di altri simboli legati a un'epoca ormai tramontata, e delle azioni intraprese per offrire agli ospiti di media categoria (e in particolare a quelli di élite) la possibilità di fruire del connubio ideale fra le seduzioni del materialismo e i conforti spirituali racchiusi nelle opere d'arte (monumenti, chiese, musei, costruzioni storiche o di avanguardia) che nobilitano le nostre regioni. In questo clima di euforia e di benessere nacquero i "Calendari artistici" che, per tre anni - dal 1985 al 1987 -, attirarono interessi e simpatie grazie all'impeccabile riproduzione delle immagini di opere realizzate dai nostri maggiori artisti contemporanei (Calendario 1985), da quelli del recente passato (Calendario 1986) e dai maestri che elessero il Ticino a loro luogo di vita, di ispirazione e di lavoro (Calendario 1987).

Purtroppo, dopo questa felice esperienza triennale, le prime avvisaglie della crisi economica che travaglia da un decennio le attività imprenditoriali ticinesi imposero la sospensione - tradotta ormai in abolizione - del calendario, veicolo ideale che, anno per anno, trasmise a una cerchia di destinatari sempre più vasta, il messaggio di una terra e di un turismo dediti a coniugare la bellezza del paesaggio con le seduzioni dell'arte e - perché no? - con le tentazioni della buona tavola e con i conforti dei migliori alberghi.

Molti sono stati i momenti proficui e ricordativi che ho vissuto, in questi dodici anni, accanto agli uomini intelligenti che hanno presieduto il nostro Ente: da Flavio Cotti a Renzo Respini a Dick Marty. Vorrei ricordare, con sentimenti di profonda riconoscenza, l'operosità, la chiarezza, l'eleganza delle intraprese di Flavio Cotti; l'impegno, la dedizione, la concretezza di Renzo Respini; la schiettezza, il realismo, la fiducia, la speranza scaturiti dalle iniziative di Dick Marty. E, con loro, proporre alla gratitudine nostra il lavoro esemplare svolto dai vicepresidenti e dai colleghi di Consiglio, nonché dai direttori Marco Solari ed Eugenio Foglia e dai loro abili e benemeriti collaboratori.

Se il momento del mio incontro, nel 1984, con l'ETT fu segnato dalle luci e dalle soddisfazioni di un'attività turistica intessuta di appagamenti e di successi, il commiato odierno appare, purtroppo, carico di ombre, di alee, di incertezze e di preoccupazioni. Eppure, nonostante l'insicurezza e i dubbi, rimango ottimista. Come ottimista fui, costantemente, nel lungo periodo della mia presidenza della Camera di commercio, dell'industria e dell'artigianato del Cantone Ticino. Ottimista perché credo nei valori della tradizione, nel miracolo del seme da cui germogliano la pianta e poi il frutto, nelle iniziative adottate dai presidenti, dai direttori, dagli amministratori e da tutti gli uomini di buona volontà onde ridare al nostro turismo e alla nostra economia nuovi slanci, nuovi appagamenti e nuove certezze.

Penso all'introduzione del tasso agevolato sull'IVA e, in un futuro che auspico prossimo, all'applicazione di regole di maggior libertà commerciale; a un allentamento delle disposizioni concernenti i cartelli e delle norme restrittive in materia di acquisto di abitazioni da parte di stranieri; all'organizzazione attenta e oculata delle attrazioni offerte dai casinò (che, dopo il recente voto cantonale, saranno in grado di offrire richiami di qualità anche nell'ambito delle slot machines); alla stabilizzazione della situazione valutaria; alla definizione più ordinata dei prezzi; ai benefici offerti dalla nuova legge sul turismo che dovrebbe consentire, finalmente e dopo anni di attesa, di concretare una presenza più incisiva e professionale del turismo ticinese sui vari mercati. Tutto questo nell'ambito delle attività promozionali e di sviluppo promosse dall'ETT che non dovrebbero tardare a offrire frutti concreti.

Consentitemi di accennare ancora alla nuova linea di stampati basata su immagini meditate e coordinate; alle campagne promozionali predisposte in base a precise ricerche di mercato; alle presenze viepiù numerose e attrattive del Ticino e delle sue offerte turistiche e paesaggistiche nella rete Internet; al progetto "Azienda Ticino" e alla sua incidenza attiva nell'azione "Scegli il tuo Ticino"; alle proposte della "TICINOCARD" , ai ripetuti interventi intesi a migliorare i servizi e le infrastrutture dell'aeroporto di Agno e la migliore agibilità delle strade e autostrade di accesso a Lugano e a Locarno. Iniziative - tutte - proposte, studiate, introdotte, assecondate e attentamente seguite dall'ETT nella ricerca di segni concreti di ritrovato benessere.

Possano dunque la consapevolezza del dovere compiuto per chi giunge alla conclusione del mandato; la ferma volontà di operare e di migliorare per chi continua la missione istituzionale o professionale; l'entusiasmo e l'anelito di successo dei nuovi amministratori e collaboratori, propiziare al più presto un efficace salto di qualità "per meglio crescere, per non scomparire" come auspicò il Presidente Dick Marty nella relazione introduttiva al nostro precedente rapporto annuale.

A chi resta e a chi si accosta alle nuove responsabilità, l'auspicio, dunque, di nuove aurore ridondanti di ritrovata serenità.

Sergio Grandini, membro del  
Consiglio di Amministrazione

# 1. CONSIDERAZIONI SULLA STAGIONE 1995

## 1.1 Commento generale

Viste alcune persistenti carenze dell'offerta turistica ticinese e rispettivamente di una domanda in verità poco sollecitata, se consideriamo le condizioni economiche, congiunturali e monetarie del 1995, possiamo concludere con un laconico "non è poi andata così male". Risultati decisamente positivi sono stati raggiunti da Paesi a valuto molto debole e al loro interno solo da regioni dai prezzi molto vantaggiosi. D'altro canto anche altre parti della Svizzera come pure le regioni costose di nazioni dal cambio favorevole (Costa Azzurra, Riviera Ligure) hanno subito gli effetti di una crisi perdurante e di una ripresa economica ancora lontana.

Il risultato complessivo rimane negativo soprattutto per ciò che concerne i pernottamenti alberghieri che continuano a rappresentare l'unica misura di successo di una stagione turistica. Altre forme di soggiorno più vantaggiose hanno invece retto bene l'urto della crisi a testimonianza del ruolo assunto dai prezzi nella scelta di Paesi e destinazioni.

Le cause che hanno determinato questo regresso sono analoghe a quelle già segnalate nel rapporto del 1994, ma questa ulteriore diminuzione è stata una volta di più dovuta a uno sviluppo oltremodo sfavorevole dei cambi, in particolare a un pauroso calo della lira italiana durante il primo semestre del 1995. Tale sviluppo ha avuto anche quest'anno riflessi più negativi sul Ticino che non su altre regioni svizzere a causa della vicinanza dei laghi italiani, un prodotto turistico analogo al nostro da un punto di vista paesaggistico, culturale e climatico, ma ottenibile a prezzi di gran lunga più vantaggiosi dei nostri. Questo fatto va comunque interpretato positivamente: è segno infatti che la cosiddetta "Regione dei laghi" ha comunque mantenuto il suo potere d'attrazione anche nei confronti di altre regioni mediterranee, ciò che lascia in definitiva sperare in bene tanto più che qualità e servizi, anche se continuamente intaccati da condizioni quadro sempre meno favorevoli, rimangono pur sempre, alle nostre latitudini, di livello superiore, a parte qualche solita dannosa eccezione. Bisogna poi tener presente un fatto importante: in questi momenti di particolari difficoltà congiunturali il prezzo assume un ruolo vieppiù importante, fattore prontamente rilevato dai commercianti e dai grandi distributori che hanno saputo adattarsi alla situazione e rivedere le loro condizioni, molto probabilmente poiché erano in grado di farlo e i loro margini lo consentivano ancora. Su questo piano la nostra industria alberghiera ed esercentesca non può purtroppo fare di più, essendo i suoi margini già oltremodo ridotti e non avendo quindi più sufficiente spazio di manovra in questo settore. Bisognerà quindi dar sfogo alla fantasia, alla creatività, all'accoglienza personalizzata, alla specializzazione e a nuovi indirizzi delle proprie offerte verso ben precise e mirate nicchie di mercato. Fra queste ultime non figurano purtroppo ancora né i golfisti né i giocatori d'azzardo; vi sono certamente anche altri segmenti interessanti e non ancora avvicinati dagli operatori turistici in misura sufficiente, ma se solo il Ticino disponesse di più campi da golf e di casinò, il compito di chi deve "vendere" sarebbe notevolmente facilitato, poiché si tratta di ospiti dall'elevato potere d'acquisto e meno sensibili della tradizionale clientela estiva alle fluttuazioni monetarie e alle difficoltà congiunturali del momento.

## 1.2 Osservazioni statistiche

La diminuzione di pernottamenti alberghieri verificatasi nel 1995 è da attribuire una volta di più agli ospiti stranieri passati da 1'418'208 a 1'256'813 (- 11,4%) e in particolare a quelli provenienti dai paesi europei scesi da 1'273'384 a 1'122'919 (- 11,8%). Non c'è praticamente più valuta forte che tenga nei confronti del franco svizzero, a parte lo yen giapponese: e sono proprio gli ospiti del Sol Levante a far segnare un elevato aumento percentuale (+ 15%), purtroppo ininfluenza dal punto di vista assoluto, trattandosi di 5383 pernottamenti passati a 6189. Altri aumenti, pur se percentualmente rispettabili, rimangono senza effetti quantitativi apprezzabili, ma dimostrano comunque la necessità di dedicare maggior attenzione a questi mercati, gli unici apparentemente suscettibili di questi tempi di reagire positivamente alle sollecitazioni provenienti dalla Svizzera.

Per ciò che concerne i nostri connazionali possiamo essere relativamente soddisfatti nel senso che le loro permanenze sono diminuite "solo" di 27'262 (- 1,8%) mentre i loro arrivi hanno tenuto, registrando una perdita minima dello 0,5%). Quest'ultimo dato è comunque in un certo senso indicativo, poiché dimostra come gli svizzeri rimangano ancora sensibili ai richiami del Ticino, ma se lo possono permettere solo per una durata più breve. Forse un ruolo l'ha pure giocato il fatto che la Svizzera è stato l'unico Paese nel quale l'ETT abbia svolto nel 1995 una certa pubblicità. Questi dati stanno chiaramente a significare alcuni fatti e tendenze importanti. Innanzitutto, indipendentemente dall'evoluzione dei cambi, il mercato europeo, pur rimanendo determinante, da anni sta dando sintomi evidenti di ristagno. La Svizzera e il Ticino non rappresentano più per questi Paesi una novità particolarmente originale e attraente se non in segmenti chiaramente definiti e giustamente identificati da Svizzera Turismo p.es. fra i cicloturisti, gli escursionisti, gli sportivi in generale, gli amanti della cultura e della cura della propria salute (wellness). Siccome l'Europa rappresenta comunque il 41% delle presenze in Ticino, nonostante la crisi economica sempre presente sul vecchio continente, bisognerà continuare a marcare una presenza possibilmente più attiva in questi mercati che rappresentano per noi una riserva indispensabile. Ciò non esclude che si guardi con crescente attenzione all'Estremo Oriente e al Sud Est Asiatico, le cui economie e i rispettivi tassi di crescita superano di gran lunga quelli di altri continenti.

## 1.3 Difficoltà e problematiche del turismo ticinese

E' stato più volte rilevato e da parti diverse come le condizioni quadro in cui operano le varie categorie professionali non siano spesso concepite per facilitare il compito degli operatori del settore. Fra i correttivi necessari non solo al turismo ticinese, ma più in generale a quello svizzero vi è quello dei costi relativi a prodotti e servizi. Ogni bene di consumo e ogni prodotto acquistato dai nostri albergatori, esercenti, trasportatori e altri operatori turistici viene da loro pagato a un prezzo eccessivamente elevato e comunque di gran lunga superiore a quello pagato dai loro colleghi di qualsiasi altro paese europeo, in particolare confinante. Ciò è dovuto in gran parte all'organizzazione ancora troppo cartellistica della nostra economia e a una relativa legislazione che impedisce alle forze di mercato di agire in senso calmieristico. Una radicale revisione della legge sui cartelli, ancorché parzialmente effettuata, potrebbe contribuire a una diminuzione di questi costi e a migliorare di conseguenza la situazione. Un altro intervento indispensabile onde premere meno pesantemente sulla redditività dell'industria alberghiera consiste in una diminuzione del carico fiscale, in tassi di favore per questo settore, in incentivi particolari all'investimento (come vien fatto per altre industrie) e in una maggior considerazione delle esigenze del ramo in ogni e qualsiasi tipo di legislazione (piani regolatori, le leggi sugli esercizi pubblici, sul lavoro, sulla disoccupazione, sulla manodopera estera, regolamenti comunali per tasse sui rifiuti e sul consumo d'acqua, ecc.). Ma le variabili che

influiscono sul turismo sono numerose, assai più di quelle che premono su altri settori economici. In altre parole, non basta una legge (nemmeno quella sul turismo, evidentemente!) a risolvere di punto in bianco i problemi, ma si tratta di adottare un pacchetto di misure articolate e armonizzate fra di loro per ottenere i benefici effetti auspicati. Una nuova legge più consona ai tempi così rapidamente mutevoli potrebbe comunque dare un valido apporto alla soluzione di diversi problemi che caratterizzano l'attuale struttura organizzativa del nostro turismo. Il momento economico e finanziario è particolarmente difficile e le soluzioni non possono consistere che in una concentrazione dei pochi mezzi a disposizione. Si fa quindi imperativo trovare quei consensi che permettano di riunire forze e strategie onde essere presenti in modo attivo e diversificato sui vari mercati a dipendenza dei segmenti mirati. L'altra soluzione passa attraverso una chiara ripartizione dei compiti fra ETT e ETL senza eccessivi riguardi a questioni di prestigio, protagonismo e campanilismo: è vero che il Ticino turistico non è un "prodotto unico", ma è altrettanto vero che si possono promuovere e "vendere" prodotti diversi riuniti sotto un solo cappello, con un'immagine di marca globale (come fanno non solo i grandi magazzini, ma quasi tutti i negozi con un certo assortimento). A livello di offerta, oltre ai citati campi da golf e casinò, bisognerà poi prestare particolare attenzione alle esigenze di una clientela emergente quale quella sportiva. A quest'ultima, sulla quale punta anche Svizzera Turismo come su quella interessata agli aspetti culturali, vanno proposti impianti sportivi, ciclopiste, sentieri pedestri, percorsi per rampichini, centri sportiv-ricreativi e soprattutto pacchetti concreti e organizzati di soggiorno che contemplino la pratica di queste e altre discipline sportive come la canoa, il tiro all'arco, la pesca, ecc. Queste iniziative possono essere intraprese indipendentemente dalle sfavorevoli condizioni quadro, ma certi progetti rimangono ancora troppo a lungo sulla carta non da ultimo per mancanza di mezzi e di sponsor.

Un ostacolo da superare consiste poi in una carente cultura turistica per cui bisognerà che il grado di accettazione del turismo (con i suoi vantaggi, ma anche inevitabili piccoli e sopportabili svantaggi) da parte di tutti i ticinesi abbia a migliorare. Dobbiamo essere tutti consapevoli che una mentalità turistica più radicata nella popolazione locale, fra i funzionari pubblici e i politici è comunque indispensabile per predisporre quei servizi, accoglienza e disponibilità che anche noi giustamente pretendiamo quando ci rechiamo in vacanza. I primi passi intrapresi dall'ETT in questo campo (azione SimpaTla, tavola rotonda, incontro su musei e turismo, ecc.) sono incoraggianti e lasciano ben sperare; con ben sperare fanno i campionati mondiali di ciclismo assegnati al Ticino grazie all'intraprendenza del signor Rocco Cattaneo e all'assicurato sostegno delle autorità cantonali e luganesi. Questa manifestazione, destinata a scrivere un'altra pagina indimenticabile negli annali dello sport ticinese, procurerà al Ticino non solo ricadute positive a livello di immagine e di propaganda, ma lascerà certamente un segno tangibile immediato anche sotto forma di pernottamenti alberghieri grazie all'elevata e prolungata presenza in tutto il Cantone di un folto gruppo di corridori, accompagnatori, delegati e giornalisti.

Eugenio Foglia, direttore



\* Comitato internazionale della Città Bicini



**Cornelio Sommaruga (Presidente del CICR\*):**  
 «...e poi ci sono quelle chiese di sasso sparse sui pendii, nei boschi di castagni...»





**Harald Szeemann (inventore di esposizioni):**  
 «Il mio Ticino è una donna che amo.»



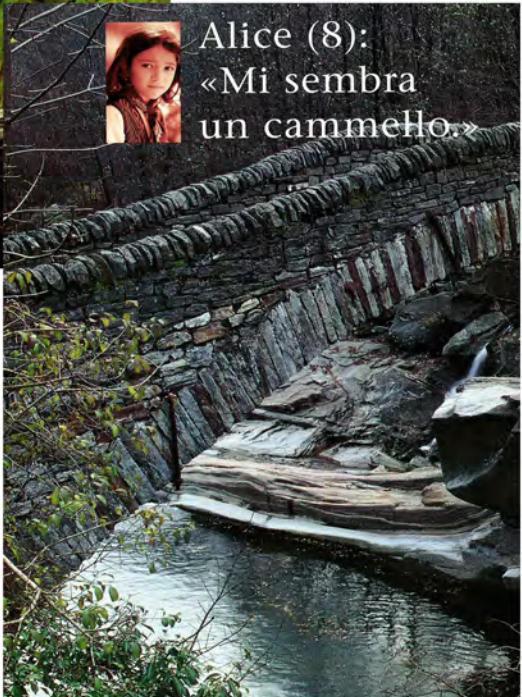

**Pierino Selmoni (scultore):**  
 «Qui la luce è capace di squarciare la pietra.»




**Sergio Monti (viticoltore):**  
 «C'è un antico e profondo legame con la terra.»

**Alice (8):**  
 «Mi sembra un cammello.»



Nuovo prospetto d'immagine "Biblioteca Ticino"



Ticino: Welcome Page

# IL TICINO SU INTERNET

<http://www.tourism-ticino.ch/map/coperlina.map?274,219>

## TICINO

- TRAVEL & LODGINGS
- EVENTS, ART & ARCHITECTURE
- GEOGRAPHY & CLIMATE
- PEOPLE & ECONOMY
- THE ITALIAN SWITZERLAND
- SPORTS & RELAXATION
- SPECIAL VACATION OFFERS
- GASTRONOMY
- MORE INFORMATION

1995 © TICINO TOURIST BOARD 

*A text only version is also available.*

## TICINOCARD BSI

Il tuo tempo libero inizia qui

TICINOCARD  
BSI

Il tuo tempo libero inizia qui

Cerca la BSI più vicina.  
Scopri una banca differente.



TICINO



# IL TICINO SPORTIVO

visto da:

A vertical film strip collage featuring various sports activities. The frames are numbered from 1 to 34. The names of the individuals or groups associated with the activities are listed vertically next to the film strip.

- Roberto Covino** (frames 1-3)
- Aldo Verzaroli** (frames 4-6)
- Andrea Bellati** (frames 7-9)
- Andrea Colombo** (frames 10-12)
- Renato Wiest** (frames 13-15)
- Monica Loppacher e Mario Antognini** (frames 16-18)
- Alberto Bertoglio** (frames 19-21)
- Flexio Molteni e Hans Streit** (frames 22-24)
- Paolo Quirici** (frames 25-27)
- Peter Draganis e Thomas Frauenfelder** (frames 28-30)

**BIBLIOTECA TICINO**

TICINO  
HOTELS  
GARNI • LOCANDE • PENSIONI  
RISTORANTI CON ALLOGGIO  
1995

Swizzera italiana  
Suisse italienne  
Südschweiz  
Southern Switzerland

**TICINO**



Modul Ticino per le fiere estere in collaborazione con ST.



Nuovo stand ETT per fiere e azioni in Svizzera.