

Comunicato stampa

Bellinzona, 5 dicembre 2017

Il nuovo volto del Ticino turistico dopo AlpTransit

È un bilancio più che positivo quello tracciato da Ticino Turismo al termine della campagna straordinaria per l'apertura di AlpTransit. Le varie azioni intraprese dal 2015 a oggi hanno contribuito al rilancio del settore. L'aumento del numero di pernottamenti alberghieri registrato nei primi dieci mesi del 2017 (+ 7,7%), che ha interessato tutte le regioni del Cantone, rappresenta il miglior risultato degli ultimi sette anni.

Gli "Oculus-Rift", occhiali di nuova generazione che permettono a chi li indossa di godersi alcuni panorami ticinesi in 3D. Il progetto "On Board Concierge Service", la consulenza turistica itinerante al termine della quale agli ospiti in viaggio sui treni vengono trasmessi su smartphone o stampati dei veri e propri programmi personalizzati. Ticino Ticket, il biglietto che permette a chi pernotta in un albergo, campeggio o ostello di muoversi liberamente su tutto il territorio cantonale beneficiando al contempo di importanti sconti sulle principali attrattive turistiche. Quelli appena elencati sono solo tre esempi delle numerose attività promosse da Ticino Turismo nell'ambito della campagna di marketing straordinaria per l'apertura della galleria di base del San Gottardo.

La messa in esercizio della trasversale alpina più lunga al mondo l'11 dicembre 2016 ha fatto parlare del Ticino nel mondo intero. Consapevole del fatto che si sarebbe trattato di un avvenimento storico, già nel 2013 il Gran Consiglio ticinese ha votato un credito straordinario di due milioni di franchi per lanciare una campagna marketing triennale. Lo slogan scelto - "Entdecke die andere Seite" - fa leva, più che sulla rapidità del nuovo collegamento ferroviario, sulla curiosità del turista. Dall'altra parte del tunnel c'è un lato ancora in parte sconosciuto da scoprire. Un Ticino diverso, all'avanguardia, con un'offerta turistica che si è molto ampliata rispetto ai tradizionali "clichés". Ed è proprio sull'innovazione e la tecnologia che hanno voluto puntare le innumerevoli azioni di marketing intraprese.

La partecipazione a molti grandi eventi come i festeggiamenti di apertura della galleria di base (80mila visitatori), la "Züri Fäscht" (2,2 milioni di visitatori) o la presenza al Museo dei Trasporti di Lucerna (700'000 visitatori in due anni) hanno garantito un costante contatto con il grande pubblico e una visibilità enorme. "Oggi raccogliamo il frutto di quanto seminato negli scorsi anni - afferma **Elia Frapolli**, direttore di Ticino Turismo -. Oltre al lavoro svolto dal marketing, non si può non fare un plauso ai singoli imprenditori ticinesi che hanno saputo sfruttare questo particolare momento storico rinnovando le strutture alberghiere ma anche dando la luce a nuove e importanti attrattive turistiche".

Il rilancio del settore è confermato dai dati relativi ai pernottamenti alberghieri sia nel 2016 (con un +4,6% il Ticino è stato il Cantone a registrare il miglior andamento in Svizzera) che nel 2017. Da gennaio a ottobre di quest'anno secondo l'Ufficio federale di statistica l'aumento dei pernottamenti è infatti stato del 7,7% ed ha interessato tutte le regioni del Cantone. Dal canto suo il direttore del Dipartimento delle finanze e dell'economia **Christian Vitta** evidenzia come "l'insieme delle numerose attività della campagna straordinaria per l'apertura di AlpTransit ha portato alle soddisfazioni concrete che raccogliamo oggi: dalle percentuali estive e autunnali

positive (giugno +13.6%, luglio +6.2%, agosto +2.2%, settembre +8.2%, ottobre 16,3%) a quella più generale che rappresenta il miglior risultato degli ultimi sette anni. Senza nulla togliere alla destinazione Ticino, che non conosce problemi legati alla sicurezza e che attira il pubblico grazie al bel paesaggio e al clima mediterraneo, l'apertura di AlpTransit, la campagna straordinaria correlata e Ticino Ticket vi hanno senz'altro contribuito in modo sostanziale. Gli effetti di questo risultato, inoltre, fanno sorridere l'intero Cantone: il ritorno economico si dimostra infatti essere positivo non solo per gli operatori turistici e per i commercianti, bensì per tutto il Ticino". Il presidente del Gran Consiglio ticinese **Walter Gianora** si rallegra per il bilancio della campagna. "Il Parlamento, già nel 2013, ha dimostrato di essere lungimirante e di credere in questo importante settore dell'economia. La messa in esercizio della galleria di base del San Gottardo è stato un avvenimento di portata storica che abbiamo saputo valorizzare appieno. Oggi i risultati ci stanno dando ragione e non possiamo che dirci soddisfatti".

I numeri del 2017

A quasi un anno dalla messa in esercizio di AlpTransit il bilancio delle FFS è oltremodo positivo. "Con l'apertura della galleria di base del San Gottardo vi è stato un aumento di viaggiatori di circa il 30% percento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. La galleria viene attraversata mediamente da 10'000 viaggiatori al giorno", sottolinea **Alessandro Malfanti**, manager regionale FFS Viaggiatori Ticino. Un successo, quello della nuova trasversale alpina, confermato anche dai dati relativi alle principali azioni di marketing condotte quest'anno. La campagna promozionale in collaborazione con Raiffeisen ha generato un indotto di 8,5 milioni di franchi nella regione sottoforma di pernottamenti e di entrate nelle varie attrattive convenzionate. Sono invece stati 2.000 i pacchetti di sconto acquistati nell'ambito dell'azione "Cumulus" in collaborazione con 43 ristoranti ticinesi. Ticino Ticket, il biglietto che dal 1° gennaio 2017 facilita la mobilità dei visitatori che scelgono il nostro Cantone quale meta di vacanze, è stato distribuito a oltre 540'000 turisti, mentre sono state oltre 180'000 le entrate a tariffa ridotta nelle principali attrattive turistiche. Ha riscosso molto successo anche l'iniziativa "On Board Concierge Service": in sei mesi sono state oltre 8.000 le interazioni.

Complessivamente, la campagna straordinaria marketing per l'apertura di AlpTransit ha generato circa 65 milioni di contatti e un aumento di visite del sito ticino.ch, dal 2015 al 2017, del 65%.

Per ulteriori informazioni: www.alptransit.ticino.ch