

# OBIETTIVO TURISMO

Ticino Turismo  
Lugano 24 settembre 2007

## TICINO 2018: turisti senza alberghi ?

### Intervento di Dick Marty, Presidente di Svizzera Turismo

La chiusura di diversi alberghi, taluni dei quali protagonisti della storia e dello sviluppo del turismo nel nostro cantone, e la loro trasformazione in appartamenti di lusso, spesso usati solo per poche settimane all'anno, costituisce indubbiamente un segnale importante e legittima il quesito che ci è posto oggi:

*Ticino 2018: turisti senza alberghi?*

La diminuzione del numero degli alberghi non è solo un fenomeno ticinese ma è una tendenza in atto anche a livello nazionale: dal 1990 al 2006 il numero degli alberghi è diminuito del 13%. Se invece consideriamo la capacità, per il periodo 1988 – 2003 constatiamo una contrazione da 272'200 a 258'700 letti; nello stesso periodo il numero di letti negli appartamenti di vacanza – ovvero quelli dati in affitto a turisti – è rimasto costante. Aumento spettacolare invece per le residenze secondarie, da 700'000 a circa 1 milione; la tendenza è chiara, i letti “caldi” tendono a trasformarsi in letti “freddi”.

Queste cifre e queste dinamiche celano tuttavia situazioni molto diverse a seconda della regione e del tipo di stabilimento. Nelle grandi città svizzere osserviamo così un sensibile aumento dell'offerta alberghiera sia dal punto di vista della capacità che della qualità. Nelle regioni periferiche, nelle destinazioni tipiche di vacanza, la tendenza è invece chiaramente verso la diminuzione.

L'evoluzione dei pernottamenti alberghieri nelle diverse regioni svizzere conferma tale evoluzione: dal 1992 al 2005 i cantoni di Zurigo, Basilea e Ginevra registrano un saldo positivo tra il 10 e il 14%, mentre Berna, Vallese, Ticino e Grigioni subiscono un calo tra il 6 e il 25%. Ed è proprio in questi ultimi cantoni che si assiste al boom delle residenze secondarie.

Il forte aumento del numero di residenze secondarie costituisce un fattore positivo per l'edilizia e per i servizi (dal notaio alle assicurazioni, passando dalle banche alle agenzie immobiliari) ma crea anche grossi problemi che possono mettere in pericolo l'offerta turistica e la destinazione stessa. Certe stazioni turistiche assumono l'aspetto di villaggi fantasmi per la maggior parte dell'anno, diventando così poco attrattive, causando ingenti costi infrastrutturali agli enti locali. In alcuni cantoni la situazione ha assunto una dimensione assai allarmante tanto da indurre le autorità a prendere contromisure. Temo tuttavia che i comuni non abbiano né la capacità né la forza politica necessaria per imporre dei correttivi veramente efficaci. L'intervento del cantone e della Confederazione mi sembra pertanto auspicabile per parare ad una situazione che potrebbe compromettere l'insieme del turismo.

Il dibattito oggi sembra concentrarsi sulla Lex Koller, che molti, dopo averne ripetutamente chiesto l'abrogazione, vorrebbero ora mantenere; la questione è tuttora aperta, ma più il tempo passa più appare improbabile una sua abrogazione. Penso tuttavia che vi siano altre soluzioni ben più efficaci. Cito, senza entrare nel dettaglio, la restrizione delle zone edilizie (anche a tutela di un territorio raro e delicato, eccessivamente sfruttato con edifici poco utilizzati), l'introduzione di quote minime di residenze primarie nei piani regolatori e l'adozione di misure fiscali a favore dei residenti stabili. Particolarmente importante mi sembrano pure gli incentivi per indurre i proprietari di residenze secondarie a mettere i loro letti sul mercato degli appartamenti di vacanza. Ciò permetterebbe di aumentare la capacità ricettiva e di prolungare la durata della stagione, premesse per una migliore animazione e un'offerta più ricca, rendendo così più propizia la creazione e la gestione di strutture alberghiere. L'esistenza di strutture efficienti e vantaggiose per la gestione della locazione di questi oggetti indurrebbe certamente il

proprietario ad essere maggiormente propenso ad offrire il proprio appartamento al mercato degli alloggi di vacanza.

L'evoluzione dell'offerta alberghiera è manifestamente condizionata dalla durata della stagione. Le grandi città sono in grado di offrire durante tutto l'anno occasioni di animazione, manifestazioni culturali, gastronomiche e congressuali. Gli investimenti alberghieri diventano così interessanti e redditizi. La chiusura di alberghi non è necessariamente un male; è spesso la manifestazione di un ineluttabile rinnovo strutturale. Troppi alberghi non hanno adeguato la loro offerta alle mutate esigenze della clientela. Gli investimenti sono stati così insufficienti o inadeguati alla richiesta della domanda. Anche a livello di gestione non sempre si è tenuto il passo con i tempi. Una gestione familiare può andar bene per piccole strutture di nicchia ma non per alberghi di una certa importanza. In molte stazioni manca ancora la capacità degli albergatori di mettere in comune certi servizi ciò che permetterebbe loro di diminuire i costi, fattore decisivo per la conduzione dell'azienda. Mi sembra troppo facile attribuire la responsabilità alle banche della difficile situazione di molti alberghi. Certo, vi sono stati momenti in cui gli istituti finanziari hanno dato prova di eccessiva prudenza. Ma se l'operazione è ben fatta e redditizia la banca di certo non rinuncia.

Il Ticino ha indubbiamente ottime carte da giocare sul mercato del turismo anche se devono preoccupare le flessioni di questi ultimi anni. Un posizionamento più chiaro e mirato dell'offerta mi pare necessario così pure un miglior coordinamento delle forze in presenza. Ritengo anche indispensabile studiare ed attuare misure e iniziative atte a prolungare la stagione. Non dimentichiamo che Lugano è nata come stazione invernale; oggi il Ticino è spesso l'unico luogo in Svizzera, tra l'Altopiano coperto per lunghi mesi da nubi compatte e la fitta nebbia della Pianura Padana, che in inverno offre lunghi periodi di sole. L'offerta in quel periodo è tuttavia scarsa e poco o nulla si fa per attirare il turista. Eppure credo che le possibilità ci sarebbero: ad esempio, un escursionismo collinare con paesaggi inediti a causa dei boschi spogli e dei colori pastelli della magica luce invernale con un contorno di offerte gastronomiche e culturali. Una clientela di pensionati, sempre più giovani, in ottima salute e assai benestanti, potrebbe essere un target interessante per questo tipo di offerte. Nessuno auspica un riscaldamento climatico, ma il fenomeno, almeno in parte, sembra essere ineluttabile: bisogna tenerne conto con sufficiente anticipo e non credo che il Ticino sarebbe necessariamente tra i perdenti.

Il Ticino ha una paletta di offerte molto diversificata, come molto diverso è il suo territorio. Ciononostante un miglior coordinamento a livello cantonale sembra auspicabile; penso alle numerose offerte culturali, spesso molto interessanti ma troppo locali o in concorrenza tra di loro. A livello delle infrastrutture si risente la mancanza di un centro congressuale veramente all'altezza di ospitare prestigiosi simposi internazionali. Si parla spesso della città Ticino ma si agisce poco in tal senso; dobbiamo invece imparare a pensare, almeno a livello di importanti strutture, come Ticino e non sempre in funzione di rivalità regionali. Siamo una realtà di 300'000 abitanti e non è possibile immaginare di replicare in ogni angolo del cantone strutture di uguale natura. Un Ticino più unito con dei progetti forti, coralmente sostenuti dalle forze politiche che pensano in termini cantonali e non campanilistici, troverebbe certamente il necessario interesse e il sostegno finanziario di investitori.

No, un turismo senza alberghi non è concepibile. Certo, gli alberghi cambiano come cambiano le richieste degli ospiti. Le statistiche sono chiare: gli alberghi che hanno un'offerta di wellness o che sono particolarmente attrezzati per accogliere le famiglie hanno tassi di occupazione superiori alla media. Chi non si adegua scompare. L'albergo deve inserirsi tuttavia in un contesto di altre proposte attrattive offerte dal territorio circostante, potenziale che noi certamente abbiamo e che dobbiamo meglio valorizzare. Il fattore ambientale costituisce indubbiamente un aspetto sempre più importante. La qualità dell'aria, la balneabilità dei laghi, la tranquillità, il traffico o l'offerta di trasporto pubblico sono criteri che attirano o allontanano gli ospiti, e sono pertanto elementi importanti per chi sceglie le vacanze e, conseguentemente, per chi decide di investire in una struttura alberghiera.

Prima viene il prodotto, poi il marketing. Ho l'impressione che talvolta si faccia il contrario. Anche in questo campo occorre un maggior coordinamento. Enti regionali e locali che si recano da soli sui lontani mercati emergenti con operazioni di promozione sprecano quasi sempre preziose risorse e raccolgono

poco o nulla poiché la loro azione è forzatamente episodica e, dunque, di scarsa efficacia. Chi oggi ha più successo – e gli esempi sono chiarissimi – è proprio chi ha saputo meglio coordinare i propri sforzi con Svizzera Turismo, l'ente nazionale deputato alla promozione internazionale dell'offerta turistica del nostro paese. In questi ultimi anni il Ticino non ha privilegiato questa via e non posso nascondere di aver fatto fatica a capire questa scelta che peraltro non si è rivelata molto pagante. Mi rallegro pertanto del cambiamento di rotta in atto e sono certo che il nuovo spirito di collaborazione che anima ora i rapporti tra Svizzera Turismo e Ticino Turismo avrà delle ricadute positive per entrambi.

Marco Solari parla volentieri della cultura dell'ospitalità. A giusta ragione: se vissuto solo come mezzo di produzione di ricchezza, senza il valore aggiunto del fattore umano del piacere di accogliere, il turismo non ha avvenire.