



**RALLENTAMENTO** Secondo il direttore dell'Istituto ricerche economiche Rico Maggi (in alto), sono numerosi i motivi alla base della diminuzione dei pernottamenti nel nostro Cantone. (Foto Keystone e Scolari)

# Ticino Pensare al rilancio del settore turistico

Analisi interregionale presentata nell'ambito di ConfronTI

**GIAN LUIGI TRUCCO**

Il tradizionale convegno ConfronTI, su aspetti del Ticino economico nel confronto interregionale, promosso dall'Istituto di ricerche economiche dell'Università della Svizzera italiana, è stato quest'anno dedicato al tema del turismo ed in particolare alla realtà dei laghi prealpini.

Rico Maggi, direttore dell'IRE, ha ricordato il trend negativo che caratterizza il turismo ticinese, sia in termini assoluti sia relativi, anche rispetto alle altre destinazioni lacustre. Una tendenza fatta di accorciamento delle vacanze, diminuzione delle presenze medie e caduta progressiva di quelle tedesche in particolare (scese del 50% in 10 anni), elevata stagionalità, allargamento della gamma delle destinazioni concorrenti, vicine e lontane. Il tutto entro un contesto congiunturale difficile, che richiede però interventi orientati alla fase post crisi che si aprirà. I dettagli dell'analisi che l'Istituto ha condotto sono stati illustrati da Lorenzo Masiero: la ricerca ha riguardato il confronto fra Ticino e fascia lacustre italiana più prossima (Lago di Como, Lago Maggiore e di Garda), aree omologhe austriache e, per la Svizzera, come destinazioni equivalenti, Oberland bernese, Grigioni e Vallese. Ne risulta in particolare un forte "dirottamento" di flussi, svizzeri ed internazionali, dal Ticino verso i laghi italiani ed il Voralberg austriaco, calcolati in termini di dati alberghieri. Tuttavia i dati ricavati dalle presenze in hotel sono parziali, in quanto il Ticino si

conferma destinazione ancora leader per i campeggi e mantiene buone posizioni quanto a residenze di vacanza e soluzioni para-alberghiere.

Le strutture ricettive sono diminuite nel Cantone e ci si è posti il quesito se ciò sia causa od effetto dei minori flussi di visitatori. La riduzione delle unità ha portato alla riduzione degli addetti, nell'area hotellerie e ristorazione, oggi intorno ai 15.000, con un costo superiore rispetto alle destinazioni omologhe, cui si aggiunge un costo più alto di circa il 40% per i prodotti alimentari rispetto alla media europea.

Il questionario IRE rivolto agli operatori del settore (con 113 risposte) evidenzia punti di forza (ad esempio clima, paesaggio, cucina), ma anche carenze nel «destination management», cioè nelle azioni promozionali integrate fra istituzioni pubbliche e private, nonché lacune di formazione del personale. Gli operatori appaiono poco elastici nell'adeguare i prezzi, basandosi più sui costi che non sull'analisi della concorrenza e sembrano inoltre poco interessati al feed-back della clientela, soprattutto quando si esprime attraverso i nuovi mezzi, come Internet e social network.

Un'analisi parallela, realizzata da un team dell'Università degli Studi di Milano, è stata presentata da Alessandra Tedeschi, dell'Osservatorio Laghi che fa capo all'ateneo lombardo. Lo studio italiano evidenzia una contraddizione che, per la ricercatrice, va ricondotta a problemi di comunicazione: le aree lacustri considerate vengono percepite da

gli operatori del settore come profondamente differenziate, mentre per la clientela tale diversità è molto sfumata. La ricerca evidenzia anche la persistenza di luoghi comuni nei confronti del turismo lacustre, in termini ad esempio di clima umido, contesto noioso adatto solo ad anziani e famiglie con bimbi piccoli, scarsi eventi e balneazione poco attraente. Inoltre i laghi italiani, e quello di Lugano, si pongono come concorrenti, talvolta addirittura una riva nei confronti di quella opposta, mentre, ad esempio, quelli austriaci hanno costituito un «sistema integrato», con marketing ed iniziative promozionali in comune.

Per Alessandra Tedeschi il Ticino gode comunque di elevate potenzialità inesprese, che possono essere sfruttate per certi segmenti di clientela, anche in un quadro di costi superiori. Ovviamente al «premium price» pagato dal cliente deve corrispondere un livello di qualità superiore e specificità di offerta. Stefano Corsi, dell'Università di Milano, ha trattato un tema sensibile: l'attenzione per gli aspetti ambientali, in termini sia ecologici-paesaggistici sia umani, nell'attività turistica, così da evitare squilibri che finiscono con lo snaturare il territorio e rivelarsi controproducenti a lungo termine. Un modello quantitativo in grado di valutare impatto e sostenibilità delle presenze turistiche è stato applicato alle coste del Lago di Como, misurando gli effetti dei flussi delle persone non residenti sulle acque, le abitudini di spesa e di consumo, la viabilità e la concentrazione edilizia.