

Università della svizzera italiana (USI) - Istituto di ricerche economiche (IRE)

Osservatorio del turismo (O-Tur)

L'andamento della piazza turistica ticinese

Stefano Scagnolari

Auditorium BancaStato

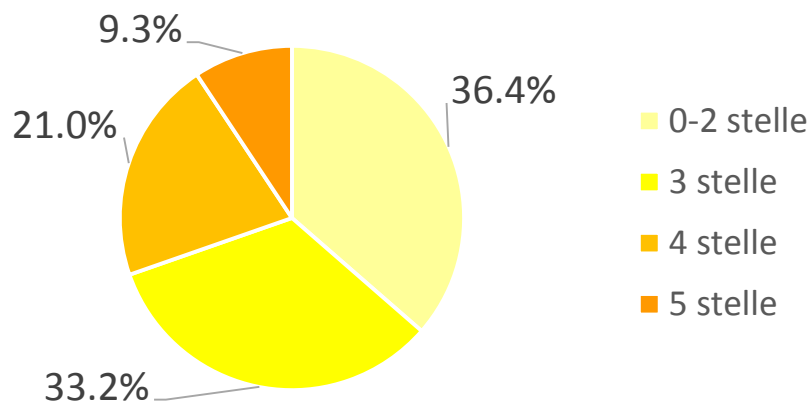
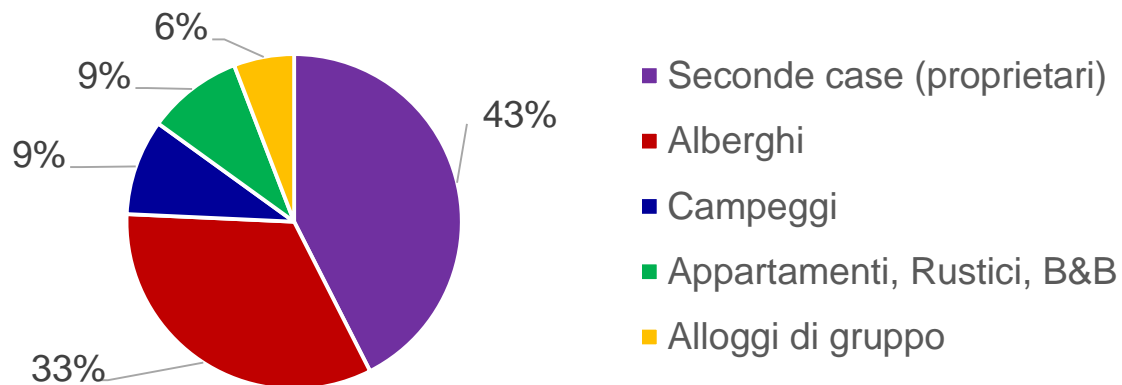
Bellinzona – 14 Giugno 2016

Caratteristiche della Piazza Turistica

Punti di Forza	Opportunità
<ul style="list-style-type: none">– Bellezza del paesaggio (combinazione: Lago-Montagna)– Clima mite– Siti UNESCO– Eterogeneità dell'offerta turistica– Percezione da parte del turista di qualità e sicurezza (data dalla "Swissness")– Manifestazioni ed Eventi internazionali	<ul style="list-style-type: none">– Offerta culturale (LAC, siti UNESCO)– AlpTransit e la conseguente riduzione dei tempi di viaggio– Progetti (Parco Nazionale del Locarnese, Parc Adula, Terme Acquarossa, ...)– Invecchiamento della popolazione– Opportunità di mercati nuovi, lontani ed emergenti– Offerta infrastrutturale sportiva– Crescita della domanda globale

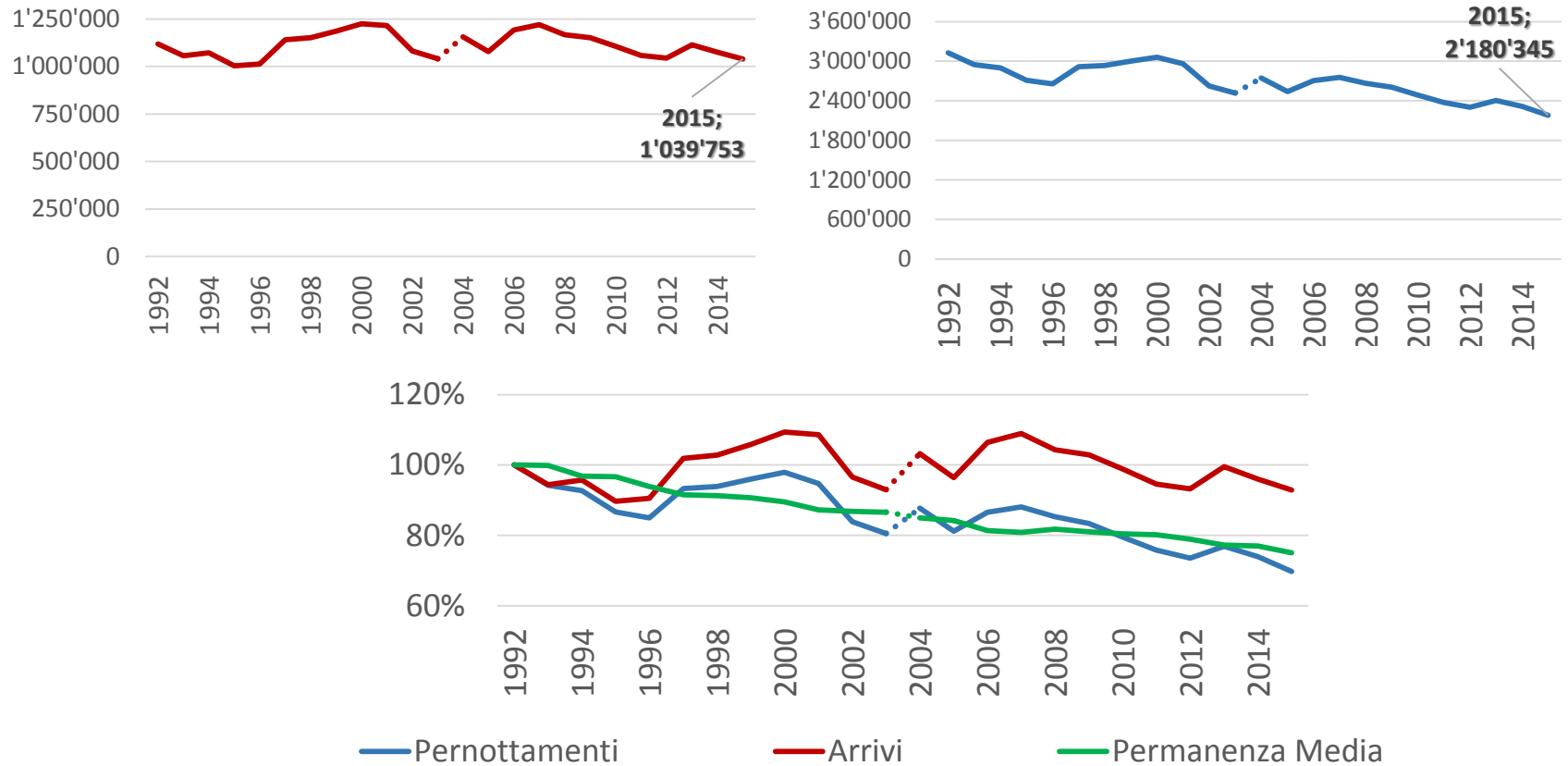
Caratteristiche della Piazza Turistica

- L'offerta turistica ticinese si articola in un ampio ventaglio di situazioni e i pernottamenti si distribuiscono fra le varie strutture



Evoluzione e Tendenze dell'alberghiero

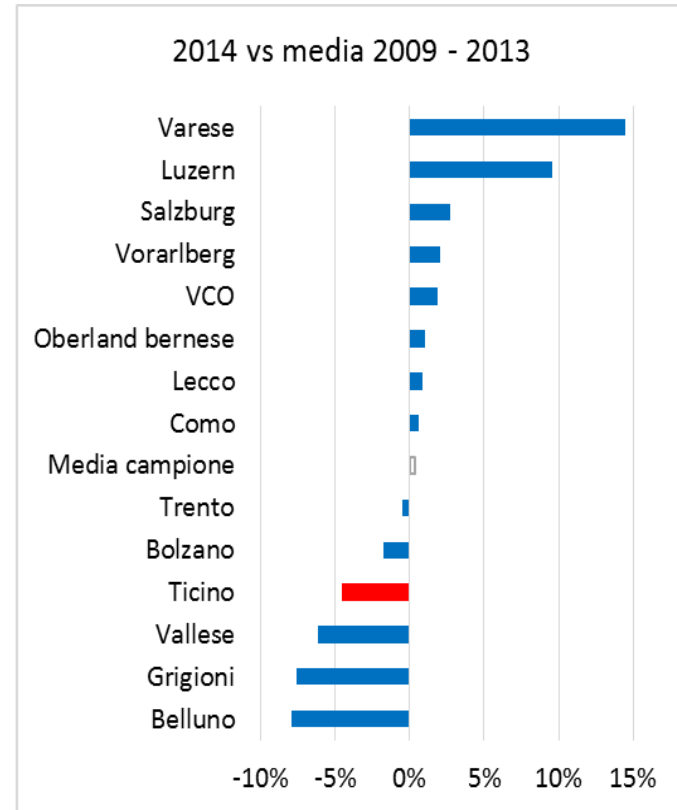
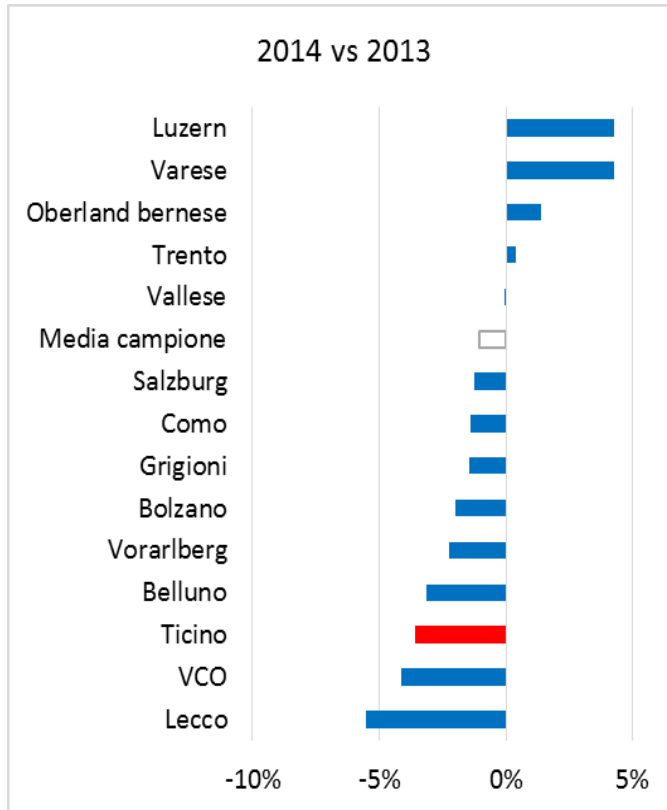
► Arrivi, Pernottamenti e Permanenza Media nel settore alberghiero



Fonte: Statistica HESTA - Ufficio Federale di Statistica (UST), elaborazioni O-Tur

Confronto con potenziali concorrenti

- L'utilizzo di dati 2014 è necessario per il confronto internazionale.

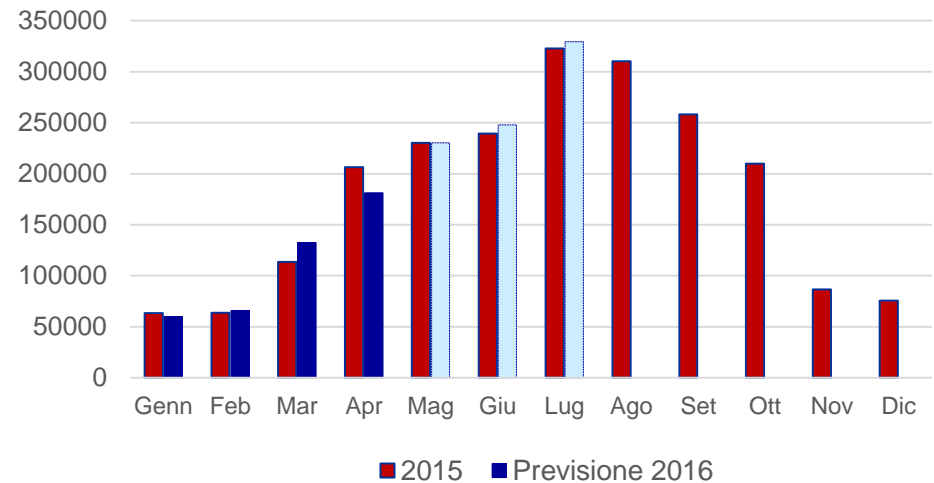
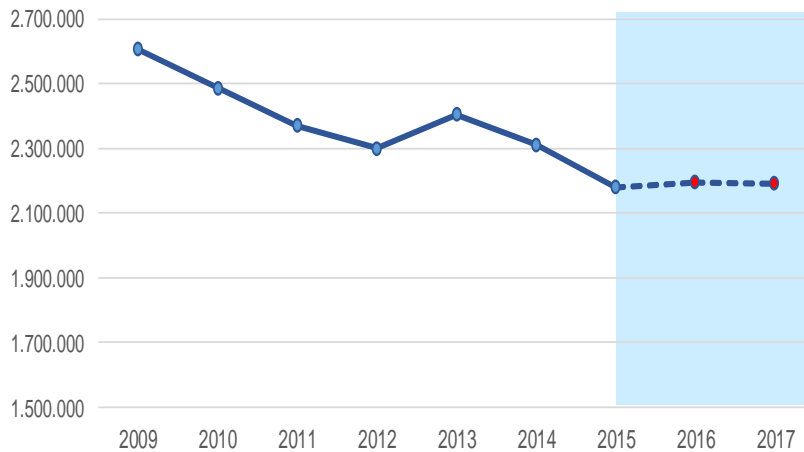


Fonte: BAK Basel, elaborazioni O-Tur

- ▶ Per il settore alberghiero, caratteristica comune tra tutte le regioni del Ticino è l'accresciuta dipendenza dal **mercato domestico**.
 - ▶ Fonte di sicurezza e stabilità (grande esperienza su tale mercato)
 - ▶ Difficoltà da parte degli operatori di settore di attrarre e lavorare con altri mercati.
- ▶ Negli ultimi anni, i **mercati lontani** hanno fatto registrare, in aggregato, una quota pari al 13-15% dei pernottamenti totali superando i mercati tedesco ($\approx 11\%$) e italiano ($\approx 8\%$)
 - ▶ Questi mercati (specie i turisti provenienti da Cina, USA e Paesi del Golfo) appaiono più «in salute» rispetto a quelli tradizionali.
 - ▶ Sono però turismi diversi tra loro (es: per permanenza media, spesa pro-capite ecc.)
- ▶ I **mercati tradizionali europei** hanno sofferto negli ultimi anni. I pernottamenti sono stati: $\approx 200'000$ Mercato tedesco (2015 vs 2012: -30%), $\approx 177'000$ Mercato italiano (2015 vs 2012: -5%) e Mercato francese $\approx 38'500$ (2015 vs 2012: -10%)
 - ▶ Tuttavia i mercati europei non vanno trascurati vista:
 - ▶ la vicinanza territoriale e l'ulteriore aumento di accessibilità (Alptransit)
 - ▶ la grande esperienza maturata negli anni

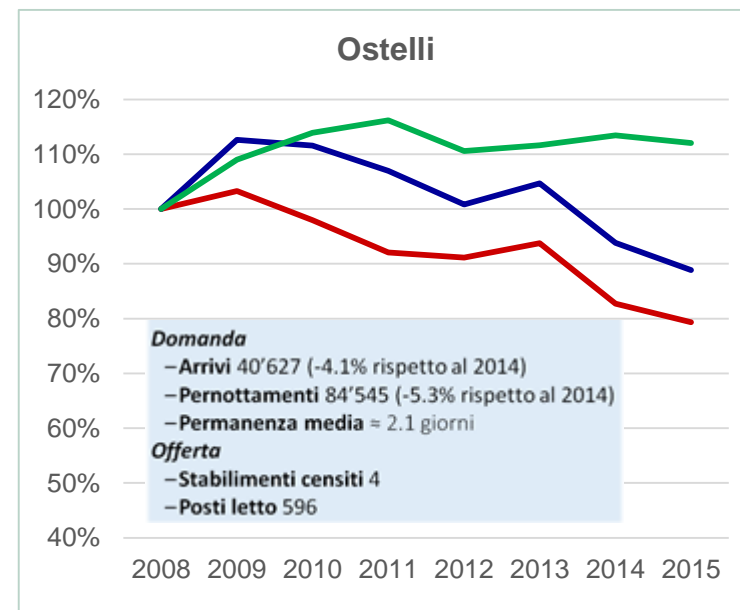
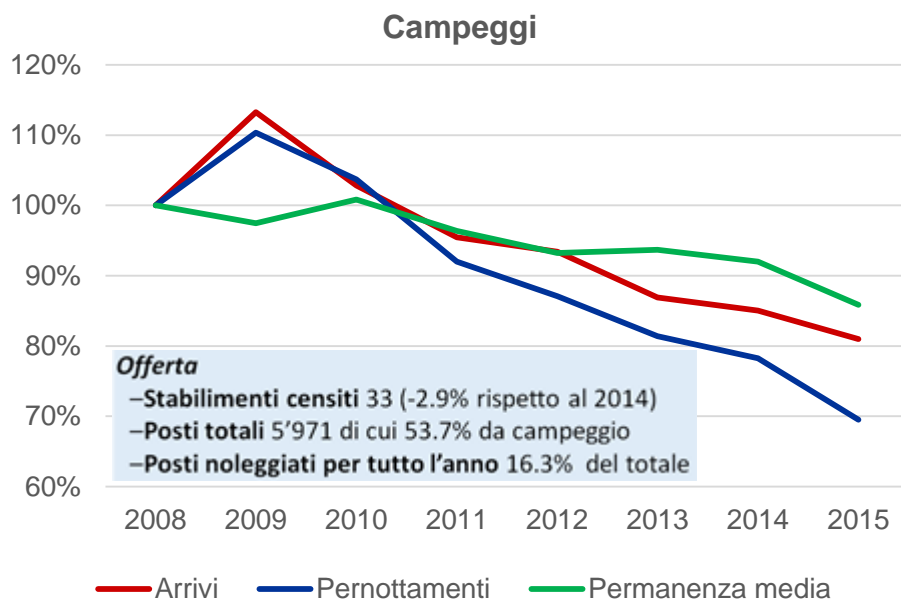
Previsioni O-Tur: pernottamenti dell'alberghiero

- Per i prossimi anni, O-Tur ha stimato rispetto all'anno 2015, un incremento delle presenze pari allo 0.7% nel 2016 e del 0.5% nel 2017.
- Le previsioni di O-Tur indicano per il bimestre giugno-luglio un incremento rispettivamente del 3.6% e del 2.11%.



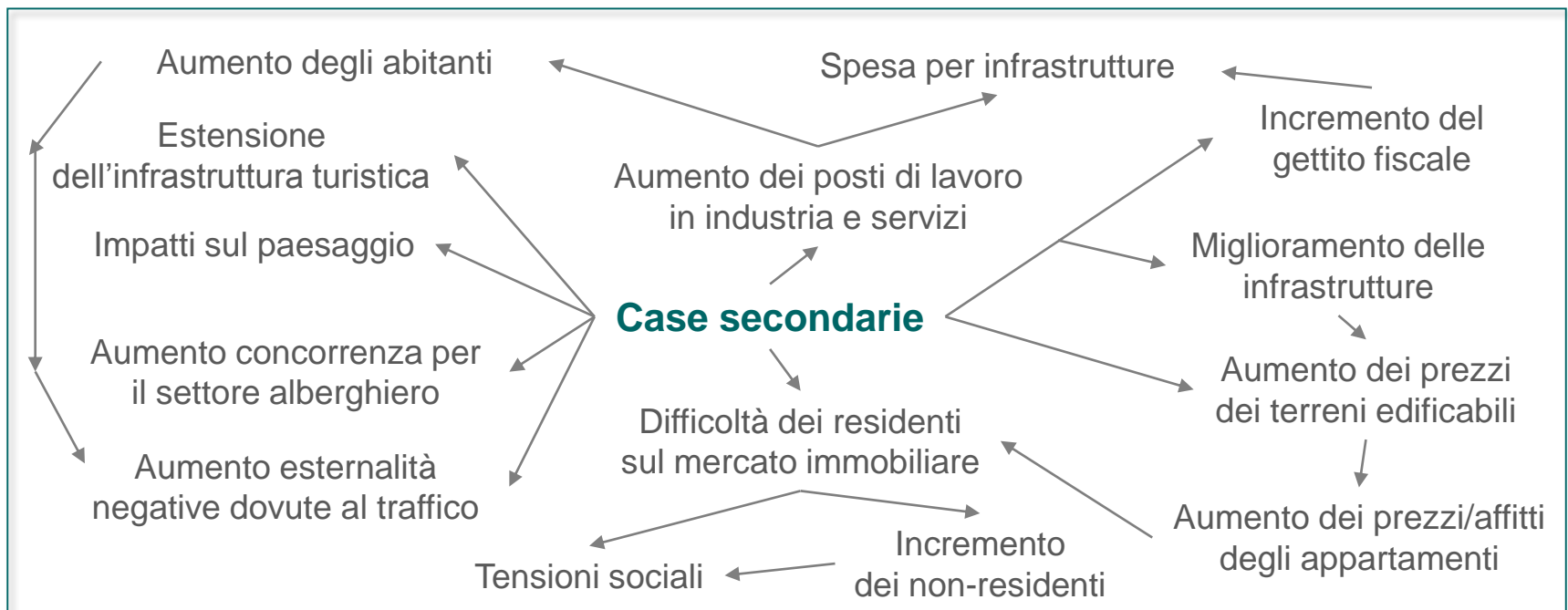
Fonte: Statistica HESTA - Ufficio Federale di Statistica (UST), elaborazioni O-Tur

- Con circa 620'000 pernottamenti registrati (2015), il Ticino è la regione turistica più importante a livello svizzero nel settore dei campeggi.
 - Ai pernottamenti registrati vanno aggiunti quelli stagionali ($\approx 200'000$).
 - Rispetto al 2014, in Ticino si registra un marcato calo (-11%).
 - La permanenza media è più elevata in Ticino (3,8 giorni) rispetto alla media nazionale (3)



Fonte: Statistica HESTA - Ufficio Federale di Statistica (UST), elaborazioni O-Tur

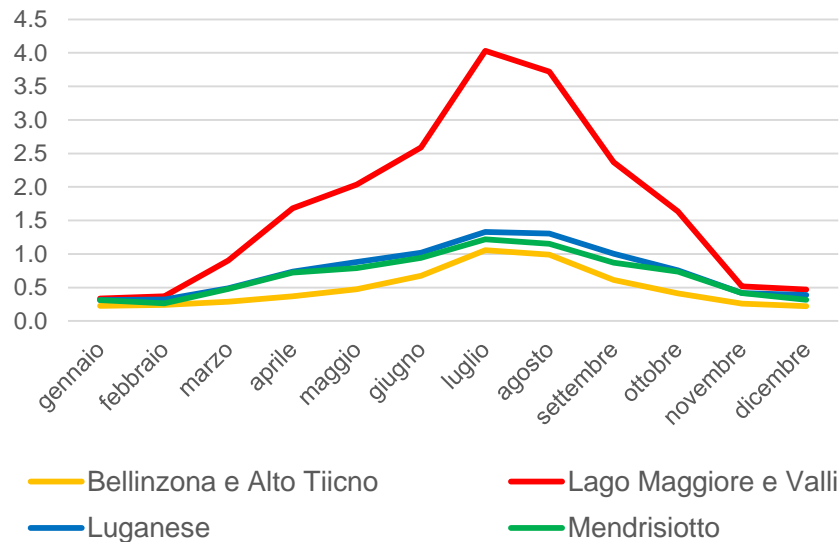
- Il turismo legato alle seconde case (tipico delle destinazioni mature) è un fenomeno differente rispetto a quello legato ai settori ricettivi più tradizionali. L'importanza delle seconde case per il mercato turistico ticinese è innegabile rappresentando circa il 40-44% del totale dei pernottamenti (se ne stimano 2,95 milioni)
- Serve una visione di lungo periodo sulla pianificazione urbana e l'utilizzo del territorio



Stagionalità e Pressione Turistica

- La stagionalità è un fattore importante in Ticino.
 - Negli ultimi anni circa il 70-75% dei pernottamenti sono stati effettuati nella stagione estiva.
 - La stagionalità di una destinazione turistica ha degli effetti rilevanti su quella che è la gestione delle strutture e dei servizi turistici sia in fase di pianificazione degli investimenti sia ad attività avviata.

Pressione turistica (con giornalieri)



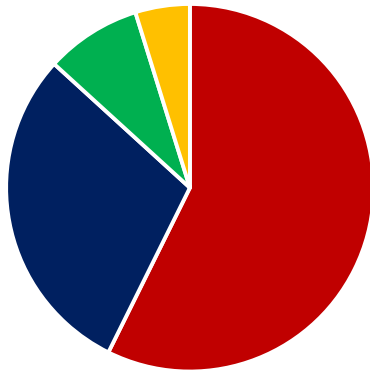
Il rapporto può indicare la pressione stagionale sulle risorse ambientali e sociali delle regioni ospitanti e delle popolazioni

Fonte: Statistica HESTA - Ufficio Federale di Statistica (UST) e "Studio dell'impatto economico del turismo in Ticino" curato dal Consorzio Impac_TI elaborazioni O-Tur

Turismo in Ticino e Specificità Regionali

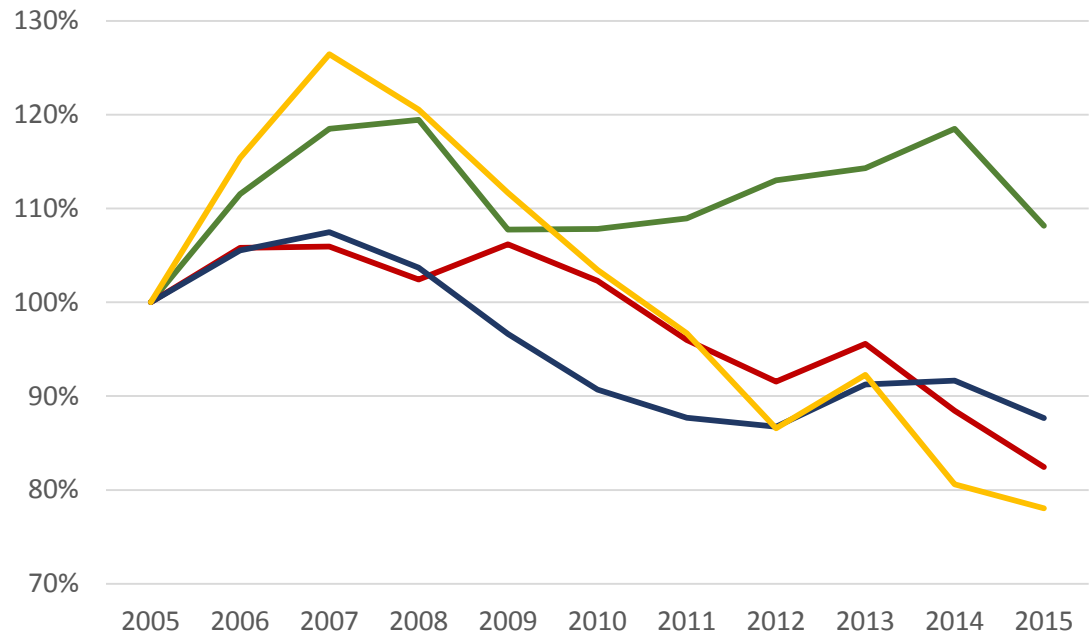
- Le regioni turistiche non sono entità indipendenti e il Ticino turistico non è solo l'unione di esse.

Totale Pernottamenti



- Lago Maggiore e Valli
- Lago di Lugano
- Bellinzona e Alto Ticino
- Mendrisiotto e Basso Ceresio

Andamento dei pernottamenti del settore alberghiero

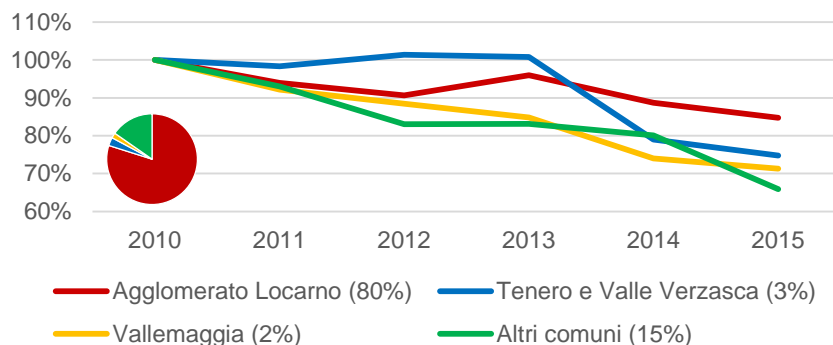


Fonte: Statistica HESTA - Ufficio Federale di Statistica (UST) e "Studio dell'impatto economico del turismo in Ticino" curato dal Consorzio Impac_TI elaborazioni O-Tur

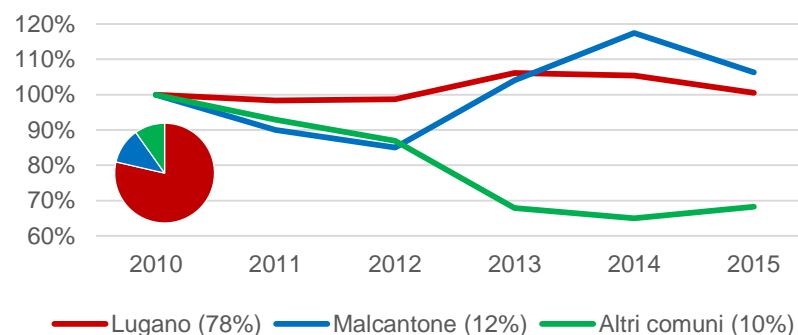
Turismo in Ticino e Specificità Regionali

- La realtà ticinese è eterogenea e, anche per il settore turistico, vi sono differenze fra le aree urbane e le zone più discoste (extra-urbane).

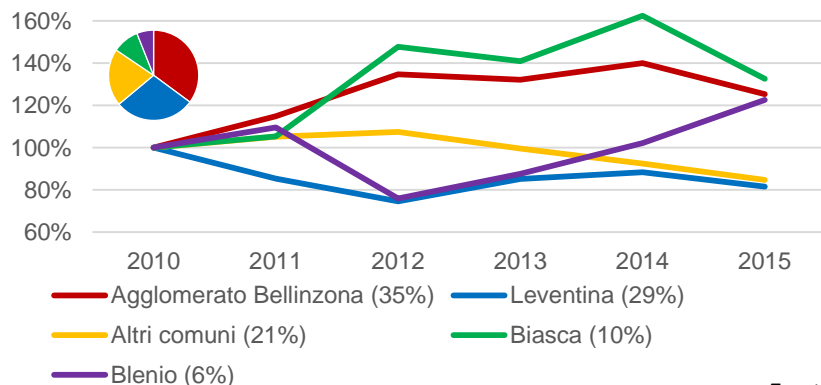
Lago Maggiore e Valli



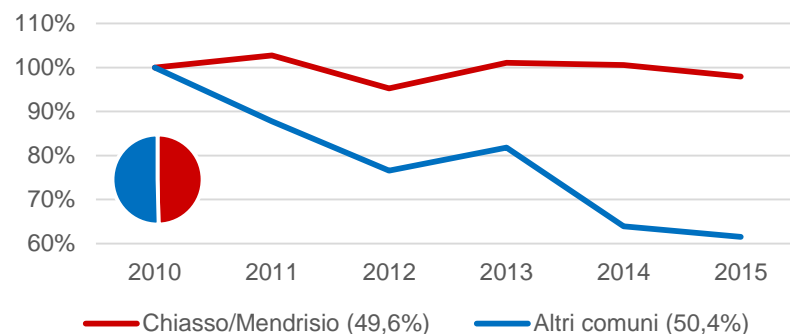
Luganese



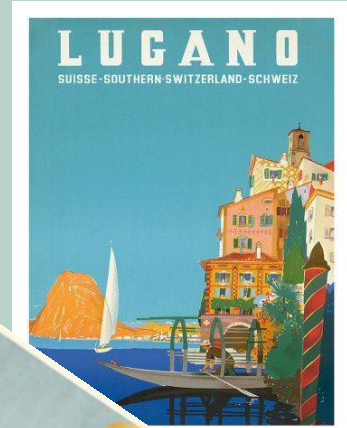
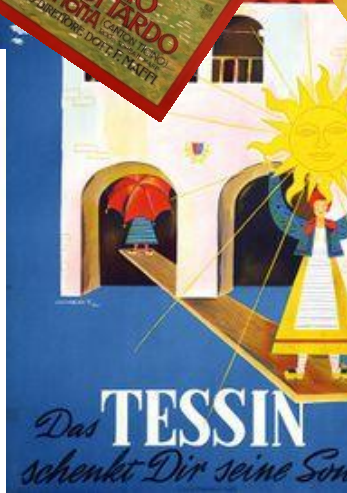
Bellinzona e Alto Ticino



Mendrisiotto e Basso Ceresio



Fonte: Statistica HESTA - Ufficio Federale di Statistica (UST), elaborazioni O-Tur



Grazie per l'attenzione!