
08.08.2017

Autori: Riccardo Curtale, Stefano Scagnolari

Il Ticino turistico

RAPPORTO DESTINAZIONE 2017

O-Tur

Tel +41 58 666 46 66
Fax +41 58 666 4662

Via Maderno, 24 - CP 4361
CH-6904 Lugano

www.otur.usi.ch
otur@usi.ch

Indice dei Contenuti

1. Introduzione	3
2. Settore alberghiero	7
2.1 Domanda	7
2.2 Offerta	13
2.3 Tassi d'occupazione	14
3. Settore paralberghiero	19
3.1 Abitazioni di vacanza	21
3.2 Alloggi collettivi	22
3.3 Campeggi	25
4. Mercato del lavoro	31
4.1 Livello d'istruzione	33
4.2 Posizione professionale	35
4.3 Occupazione femminile	36
4.4 Impiego di stranieri	38
4.5 Regioni turistiche	42
5. Conclusioni	45
Appendici	55
Contatti	57

1. Introduzione

Il Rapporto Destinazione di O-Tur giunge alla sua sesta edizione e, anche quest'anno, si occupa di investigare le prestazioni turistiche del Canton Ticino attraverso analisi qualitative e quantitative. All'interno dei prodotti e servizi offerti dall'Osservatorio, i Rapporti Destinazione hanno una prospettiva più generale e offrono una visione d'insieme della piazza turistica ticinese cercando di dare maggiore enfasi a confronti sviluppati su diversi livelli: internazionale, nazionale e regionale che siano utili a contestualizzare i risultati del nostro Cantone.

Obiettivo: un'aggiornata visione del turismo cantonale a 360 gradi

In particolare, rispetto alle edizioni precedenti, questo documento arriva in un momento in cui, dopo diversi anni in cui i principali indicatori turistici erano risultati in calo, i valori delle statistiche ufficiali sembrano indicare una discreta ripresa del settore turistico ticinese. Per cercare di offrire un maggiore dettaglio su quanto accaduto recentemente in Ticino, la presente edizione tralascia il confronto internazionale concentrandosi sul livello nazionale e, ove possibile, regionale. In particolare, vengono quindi sviluppate diverse comparazioni tra le prestazioni delle quattro organizzazioni turistiche regionali (OTR): OTR Bellinzonese e Alto Ticino (OTR BAT), OTR Lago Maggiore e Valli (OTR LMV), OTR Luganese (OTR L) e OTR Mendrisiotto e Basso Ceresio (OTR MBC).

Inoltre, il presente rapporto si distingue rispetto al passato per ulteriori due caratteristiche: in primo luogo, mette a disposizione del lettore una più dettagliata panoramica sul settore ricettivo ticinese analizzando i dati ufficiali relativi alla domanda turistica nelle varie tipologie d'alloggio (e quindi non solo nel settore alberghiero) e, in secondo luogo, - per la prima volta - descrive il contributo occupazionale delle forze lavoro impiegate nei settori alberghiero e della ristorazione.

Una prima, importante e doverosa premessa, se si volesse avere un'ampia visione della piazza turistica, riguarderebbe la distinzione fra turisti pernottanti, turisti di giornata e persone in transito. Tuttavia, non sono molte le fonti di informazione in grado di descrivere tale dettaglio. Stando ai dati del 2012 dello "Studio dell'impatto economico del turismo in Ticino"¹ curato dal

¹ Consultabile al seguente link: [Rapporto finale impatto economico del turismo in Ticino.pdf](#)

Consorzio impac_ti (composto dalle aziende Rütter Soceco Di Rüsclikon, Tiresia di Savosa e Line@soft di Riva San Vitale) su mandato della Repubblica e Cantone Ticino e pubblicato nel 2014, i primi corrispondono circa al 38% del totale delle visite effettuate. Ne consegue che, anche al netto di possibili variazioni sopraggiunte negli ultimi anni, i pernottamenti ricoprono sì un ruolo molto importante per il settore turistico e probabilmente sono un buon indicatore delle tendenze generali, ma essi non forniscono una descrizione del tutto esaustiva dell'importanza del settore stesso. Un'importante quota di ospiti in Canton Ticino è composta infatti da ospiti che non pernottano in Ticino, i quali, aggirandosi intorno alle 12 milioni di unità, corrispondono a quasi il 62% del totale delle visite. Di questi circa 4 milioni si recano in Ticino per ragioni puramente turistiche e vengono definiti giornalieri nel grafico a sinistra della Figura 1.1.

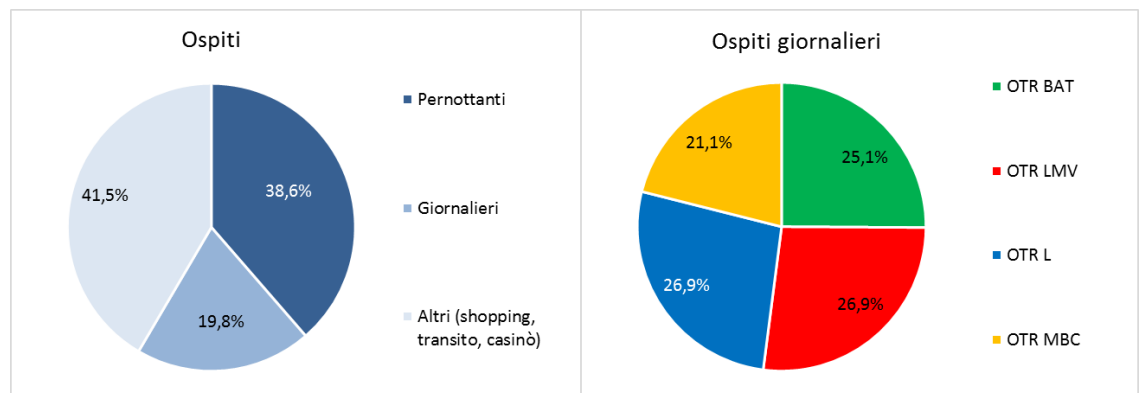


Figura 1.1 - A sinistra: quota di ospiti pernottanti, ospiti di giornata (pernottanti al di fuori del Canton Ticino) e Altri (shopping, transito, casino). A destra: Ospiti giornalieri nelle diverse regioni (considerati anche i pernottanti in un'altra regione del Ticino)

In particolare, la Figura 1.1 mostra alcuni risultati importanti. Nel grafico di sinistra, non solo si ha una visione d'insieme dell'importanza relativa tra ospiti che pernottano e coloro che visitano giornalmente il Ticino, ma si nota anche la dimensione della quota delle persone in transito. Nel grafico di destra, che mostra la distribuzione degli ospiti giornalieri nelle diverse regioni, considera come ospiti giornalieri di una singola regione non solo chi proviene da fuori cantone, ma anche coloro che alloggiano in Canton Ticino, ma in una regione diversa da quella di riferimento. In questo caso, è importante notare che nonostante, come è ben noto, i pernottamenti siano concentrati maggiormente nelle due regioni principali OTR LMV e OTR L, in realtà gli ospiti giornalieri visitano con percentuali più o meno simili tutte le diverse regioni ticinesi. Tale risultato è rilevante perché, da un lato, dimostra come tutte le regioni turistiche risultino attrattive e suscitino interesse da parte degli ospiti e come, dall'altro, il lavoro sulle tematiche legate alla mobilità delle OTR e, in particolare, dell'ATT, siano effettivamente importanti. Infatti, tali cifre mostrano indirettamente che agevolare la mobilità dei turisti sul

territorio significa sia rispondere ad un desiderio dei turisti sia favorire una distribuzione più omogenea degli impatti economici del turismo sul territorio.

Come accennato in precedenza, il presente rapporto tocca numerosi aspetti del turismo ticinese, di seguito viene riportata la struttura e sono introdotti i principali temi trattati.

Struttura del rapporto

In aggiunta alla presente introduzione, il rapporto è composto da tre capitoli che sviluppano tematiche distinte (eventualmente consultabili singolarmente) e da un capitolo contenente le riflessioni conclusive ed un breve focus sulla spesa media dei turisti nelle varie regioni in base al tipo di alloggio scelto.

Il secondo capitolo approfondisce l'andamento relativo al settore alberghiero, con un confronto a livello regionale fra OTR. In particolare, i temi di principale interesse sono l'analisi della domanda e dell'offerta turistica, completati da un "focus" sui tassi d'occupazione e un approfondimento sull'attrattività turistica delle differenti regioni.

Successivamente, il terzo capitolo esamina il settore paralberghiero, che, nel dettaglio, è composto da abitazioni di vacanza, alloggi collettivi e campeggi. In aggiunta, sempre all'interno del terzo capitolo il capitolo, si presenta un approfondimento su Airbnb, agenzia turistica online che permette la prenotazione di differenti tipologie di alloggio, dalle seconde case, a singole camere nella struttura di residenza fino a *bed and breakfast* od ostelli.

Il quarto capitolo offre un'analisi relativa al mercato del lavoro nel settore turistico, tema d'attualità e molto rilevante per la definizione delle politiche e dell'economia cantonale. Il tema del mercato del lavoro nel settore turistico, nonostante la sua rilevanza politica ed economica, non ha mai ricevuto grandissima attenzione da parte degli studiosi a causa di alcune limitazioni sui dati. Innanzitutto è difficile definire quale sia il confine tra professioni esclusivamente turistiche e le altre: se, ad esempio il personale alberghiero è facilmente catalogabile come forza lavoro turistica, lo stesso non si può dire per il personale della ristorazione. In secondo luogo, la stagionalità del turismo ha reso difficile il raccoglimento di dati dettagliati, considerando le tempistiche di raccolta dati.

In conclusione, il presente rapporto vuole essere il documento di riferimento dell'Osservatorio del turismo relativamente alla piazza turistica ticinese, esso infatti è comprensivo di analisi specifiche e di richiami ad altri elaborati dell'Osservatorio del turismo, i cui risultati, presentati

sotto forma di infografiche o di rapporti separati, sono consultabili attraverso i numerosi collegamenti al sito di O-Tur² presenti nel rapporto, così come i collegamenti ad altre fonti esterne che permettono un ulteriore approfondimento.

Dati ed Approccio Metodologico

Le fonti di dati per analizzare l'andamento e le peculiarità della destinazione turistica del Canton Ticino sono molteplici e variano in funzione dei confronti che vengono presentati. Al fine di snellire la lettura del presente documento alcune delle informazioni relative alle fonti dati utilizzate vengono chiarite in questa sezione. Inoltre va precisato che, nonostante a questo punto dell'anno, siano già disponibili i dati provvisori del settore alberghiero per i primi mesi del 2017, gli ultimi dati disponibili e completi per le analisi - non solo per il settore alberghiero - sono nella maggior parte dei casi quelli relativi all'anno 2016. Nel dettaglio, le fonti dati sono descritte di seguito. Per quanto riguarda il settore alberghiero e quello dei campeggi si utilizzano dati ufficiali HESTA forniti dall'Ufficio federale di statistica (UST)³, il paragrafo sull'attrattività delle differenti regioni turistiche utilizza i dati di proprietà dell'istituto di ricerca e consulenza BAK Basel. Se i dati relativi al settore alberghiero sono soggetti a una legislatura più stringente, lo stesso non si può dire per quanto riguarda i dati relativi al settore paralberghiero. Per tal ragione, le fonti relative al settore paralberghiero sono differenti e non uniformate a una stessa metodologia di raccolta. Il 2017 è il primo anno in cui l'UST rende disponibili le statistiche ufficiali PASTA, il cui obiettivo è quello di ottenere un monitoraggio esaustivo e complessivo dei dati relativi al settore paralberghiero, ma che per il momento fanno riferimento solamente a un campione di rispondenti. Per quanto riguarda i bed and breakfast, si fa riferimento alle statistiche relative a quelle strutture appartenenti all'organizzazione "Bed and Breakfast Switzerland", all'interno della quale possono partecipare anche strutture classificate come alberghiere, dunque non è possibile aggiungere il numero di pernottamenti a quelli del settore alberghiero. I dati relativi a ostelli della gioventù e seconde case attingono alle differenti OTR come fonti d'informazione.

² Tutti i documenti sono reperibili a partire dalla home page: <http://www.otur.usi.ch/it/prodotti>

³ La homepage del portale dell'UST è disponibile al seguente link:
<https://www.bfs.admin.ch/bfs/it/home.html>

2. Settore alberghiero

Come introdotto nel capitolo precedente, tra le persone in visita o in transito in Canton Ticino, si stima che una percentuale del 39% circa decida di pernottare almeno una notte nelle strutture ricettive. Tra queste, il settore principale in termini di pernottamenti registrati è quello alberghiero, analizzato in questo capitolo. Il capitolo è suddiviso in 3 paragrafi relativi a domanda, offerta, tassi d'occupazione e un ulteriore approfondimento sull'attrattività turistica delle varie regioni. I 3 paragrafi fanno riferimento ai dati HESTA forniti dall'UST mentre l'approfondimento sull'attrattività turistica combina dati HESTA e dati elaborati dall'istituto di ricerca BAK BASEL.

2.1 Domanda

Il paragrafo relativo alla domanda turistica analizza l'andamento di pernottamenti, arrivi e permanenza media di turisti in Ticino e nelle 4 OTR. Le informazioni analizzate fanno riferimento al periodo 2005-2016, ma l'attenzione principale nelle analisi è posta sui risultati dell'anno 2016, con un'indicazione sulla differenza con quelli dell'anno precedente e con quelli dell'ultimo quinquennio. Nel 2016, la domanda alberghiera, dopo alcuni anni di trend al ribasso, ha visto un'inversione di tendenza con aumento sia di pernottamenti che di arrivi. Sono stati registrati 1'090'383 arrivi per un totale di 2'280'339 pernottamenti, corrispondenti a una durata media di 2,09 giorni di permanenza.

IL 2016 ha registrato un aumento del 4,9% degli arrivi e del 4,6% dei pernottamenti alberghieri

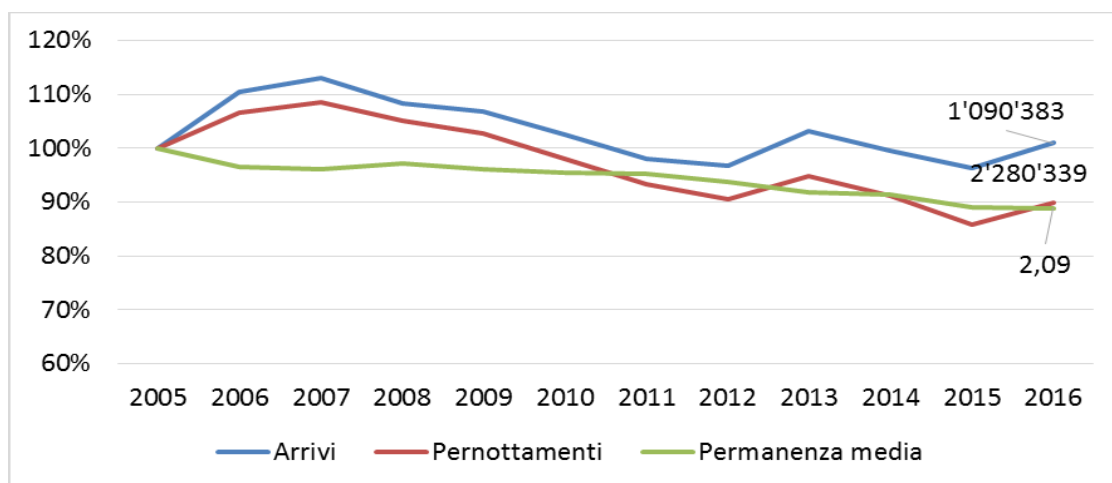


Figura 2.1- Evoluzione di pernottamenti, arrivi e permanenza media Ticino, dati HESTA

Si può notare nella Figura 2.1 come sia gli arrivi che i pernottamenti abbiano registrato un aumento rispetto all'anno precedente (rispettivamente +4,9% e +4,6%), ma un risultato differente rispetto alla media del quinquennio 2011-2015 (arrivi +2,3%, pernottamenti -1,5%). Il dato evidenzia come a fronte di un maggior numero di turisti, il numero di pernottamenti sia

calato a causa di una permanenza media inferiore (-0,3% rispetto al 2015 e -3,6% rispetto al 2011-2015). La diminuzione della permanenza media è una tendenza che sta avvenendo in modo continuativo in un periodo di tempo più ampio, infatti confrontando i dati con l'inizio della serie storica si nota come il 2016 abbia registrato un numero di arrivi leggermente superiore rispetto al 2005 (+2,8%), ma un numero di pernottamenti inferiore del 10%, tradotto in una riduzione della permanenza media da 2,35 a 2,09 giorni.

Dei 2'280'339 pernottamenti, circa il 46,8% è stato registrato nell'OTR LMV (1'067'886), il 40,8% nell'OTR L (931'478), il 7,5% nell'OTR BAT (171'293), mentre il 4,8% nell'OTR MBC (109'668). Relativamente al confronto col passato dei pernottamenti nelle 4 OTR, si registra un aumento rispetto al 2015 nell'OTR LMV (+7,9%), nell'OTR BAT (+3,1%) e nell'OTR L (+2,6%), mentre una riduzione nell'OTR MBC (-5,5%). Confrontando il dato con il quinquennio 2011-2015 si registra un aumento di pernottamenti solo nell'OTR L (+1%), mentre si riducono i pernottamenti nelle altre regioni (-0,9% nell'OTR BAT, -2% nell'OTR LMV, -15,1% nell'OTR MBC).

Le 4 regioni hanno capacità ricettive differenti e la maggior parte dei pernottamenti viene registrata a OTR LMV e OTR L, tuttavia, consapevoli di queste differenze in valore assoluto, è interessante confrontare la durata media dei pernottamenti nelle varie regioni (Figura 2.2).

La permanenza media degli ospiti è più alta nell'OTR LMV (2,5), rispetto alle altre OTR (1,9 per OTR L, 1,7 per OTR MBC e 1,6 per OTR BAT)

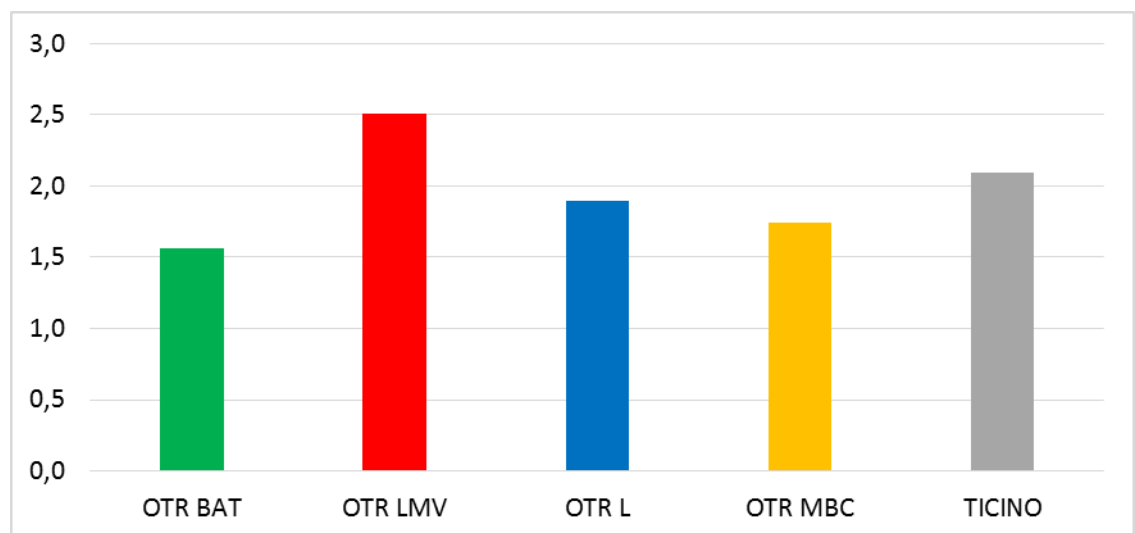


Figura 2.2 - Permanenza media nel settore alberghiero nelle diverse OTR

Osservando il dettaglio sulla permanenza media, si notano differenze significative tra le varie regioni. L'OTR LMV, con 2,5 giorni di permanenza media, è la regione nella quale i turisti si fermano più a lungo, seguita dall'OTR L (1,9), OTR MBC (1,7) ed infine OTR BAT, dove in media gli ospiti pernottano per 1,6 giorni.

Mercati d'origine

Il mercato domestico raggiunge in Ticino il 62,8% della domanda totale. Nel restante 37,2%, tra i mercati d'origine principali si trovano la Germania con il 9,6% e l'Italia con il 7,2%.

Rispetto al 2015, i pernottamenti generati dai turisti domestici nel 2016 aumentano in tutte le OTR, i turisti internazionali aumentano nell'OTR LMV e nell'OTR L.

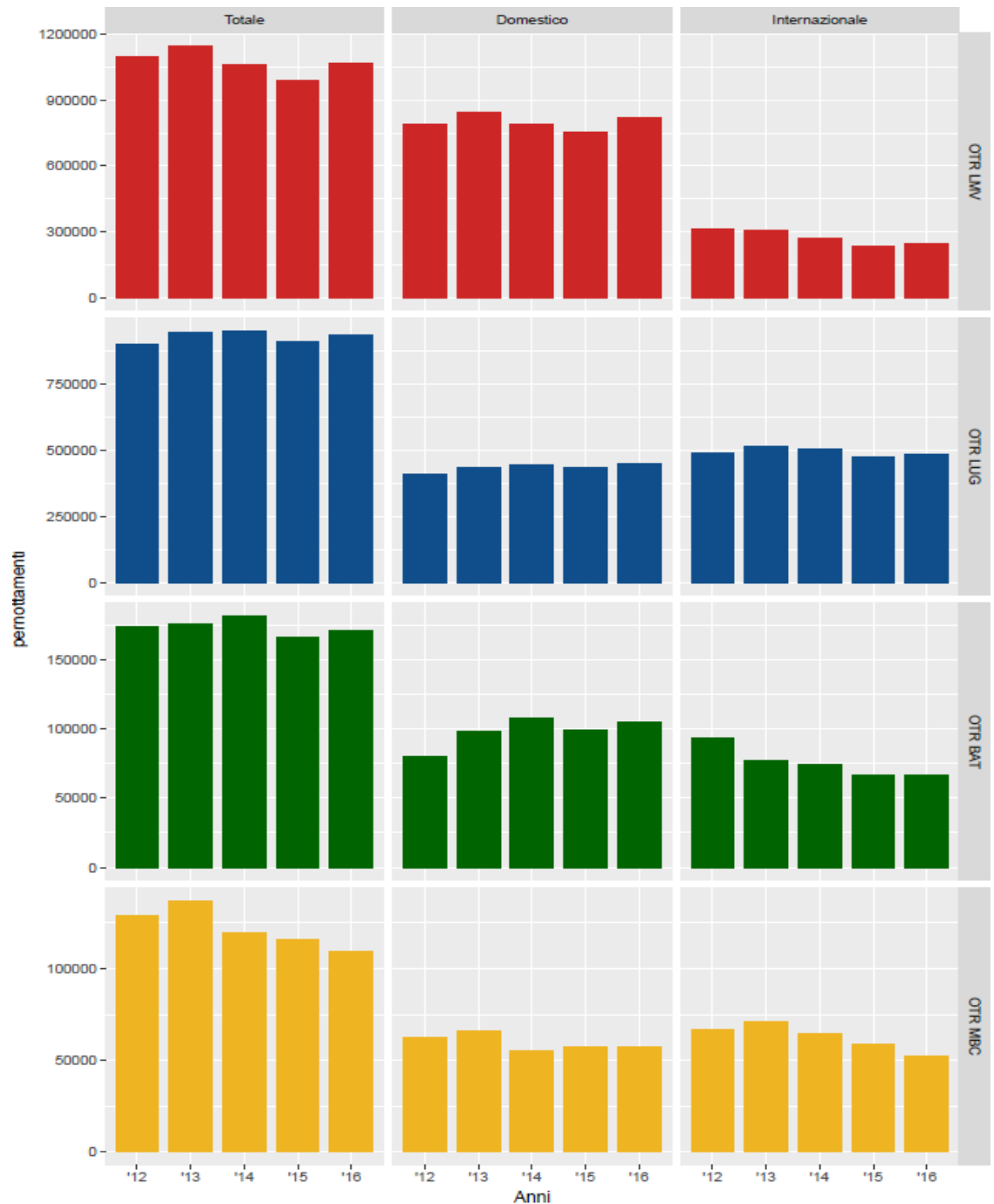


Figura 2.4 Evoluzione dei pernottamenti di turisti svizzeri e stranieri nell'ultimo quinquennio

Nell'OTR LMV nel 2016 sono aumentati rispetto al 2015 sia i turisti domestici (8,3%) che gli internazionali (6,5%), così come nell'OTR L (3,5% domestici, 1,7% internazionali). Nell'OTR BAT

invece, a fronte di un aumento di turisti domestici (5,5%), c'è stato un leggero calo di quelli internazionali (-0,4%), infine, nell'OTR MBC è stato registrato un lieve aumento (0,3%) di turisti domestici e un calo dell'11,2% di turisti internazionali.

In totale oltre un terzo dei pernottamenti in Ticino è generato da ospiti internazionali. Tuttavia, considerata la diversità tra le varie regioni in termini di caratteristiche morfologiche e di offerta turistica, la provenienza degli ospiti è molto eterogenea e varia da regione a regione. Per tale ragione non è possibile considerare i turisti internazionali come un unico mercato. Stando al piano di marketing divulgato da Ticino turismo, ogni OTR focalizza le proprie strategie su mercati differenti, considerati potenzialmente i più interessanti date le caratteristiche del proprio territorio. L'analisi che segue introduce quali sono i mercati ritenuti interessanti dalle varie OTR, analizza il loro apporto in termini di pernottamenti (Figura 2.3) e la loro evoluzione nell'ultimo quinquennio (Tabelle 2.1 e 2.2).

Oltre ai mercati classici, quali Svizzera, Germania e Italia, ciascuna OTR si concentra su obiettivi e target differenti.

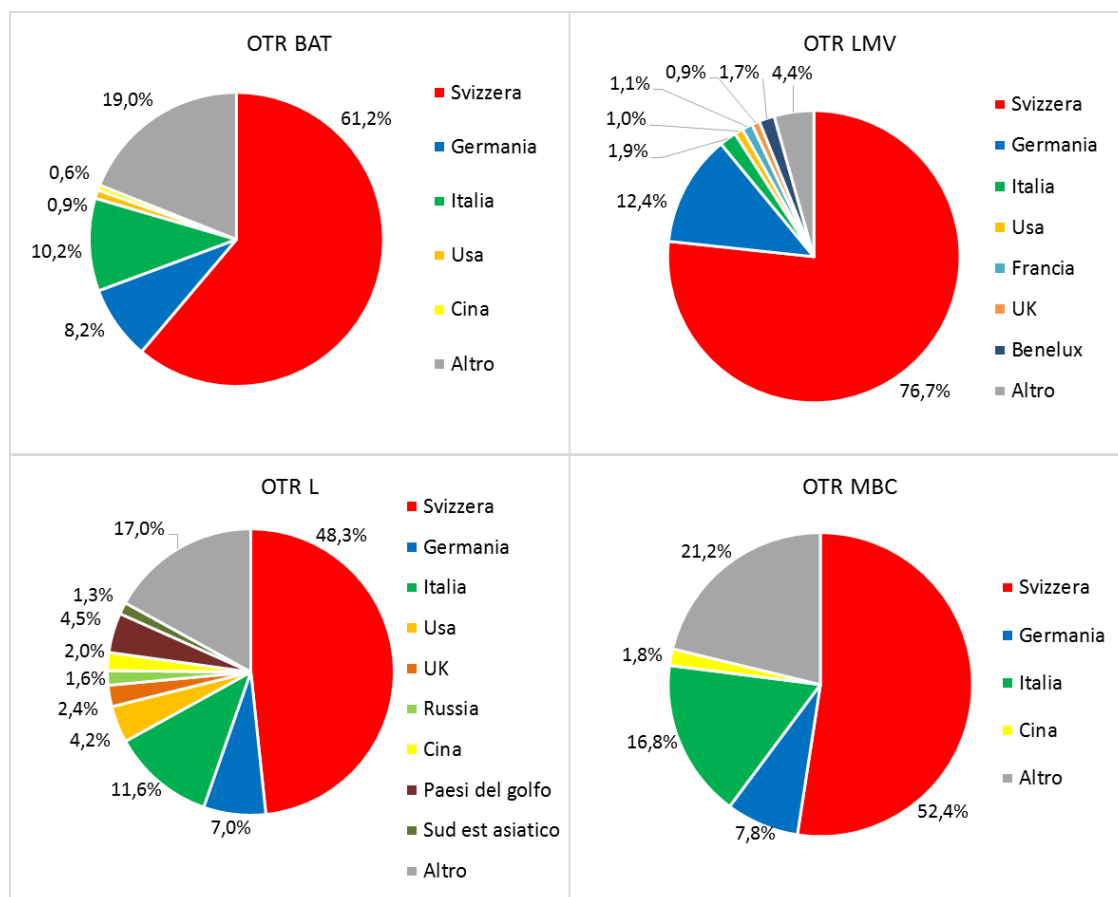


Figura 2.3 – Provenienza degli ospiti nel settore alberghiero delle 4 OTR

Svizzera, Germania e Italia sono mercati importanti per tutte le regioni, tra gli altri, OTR BAT si concentra su Stati Uniti d'America e Cina, OTR LMV decide di puntare su Stati Uniti d'America,

Francia, Regno Unito e Benelux (acronimo di Belgio, Paesi Bassi, Lussemburgo), OTR L su Stati Uniti d'America, Regno Unito, Russia, Cina, Paesi del golfo (Arabia Saudita, Bahrein, Emirati Arabi Uniti, Kuwait, Oman, Qatar) e Sud est asiatico, infine OTR MBC, punta sui mercati tradizionali e sul mercato cinese. Nella Tabella 2.1 si illustrano i valori assoluti del 2016 e le variazioni percentuali dei pernottamenti dei vari mercati d'origine rispetto al 2015 e alla media del quinquennio 2011-2015.

Il 2016 è stato un anno positivo che ha visto un recupero di pernottamenti di un mercato storico come la Germania ma anche un aumento, nelle regioni interessate, di pernottamenti generati da turisti provenienti da Francia, Stati Uniti, Benelux, Russia o Sud-Est asiatico

Mercati		OTR BAT	OTR LMV	OTR L	OTR MBC
Svizzera	Totale pernottamenti 2016	104'769	818'906	450'192	57'491
	Var. % 2016 vs 2015	5,5%	8,3%	3,5%	0,3%
	Var. % 2016 vs media '11-'15	13,0%	2,9%	6,0%	-6,3%
Germania	Totale pernottamenti 2016	13'970	131'971	65'355	8'514
	Var. % 2016 vs 2015	4,0%	12,1%	9,2%	2,6%
	Var. % 2016 vs media '11-'15	-15,3%	-17,5%	-23,3%	-27,7%
Italia	Totale pernottamenti 2016	17'482	20'150	108'136	18'466
	Var. % 2016 vs 2015	-4,6%	1,0%	-7,6%	-11,1%
	Var. % 2016 vs media '11-'15	-3,8%	-9,4%	-10,1%	-22,1%
USA	Totale pernottamenti 2016	1'585	10'238	38'726	-
	Var. % 2016 vs 2015	9,3%	-0,8%	1,0%	-
	Var. % 2016 vs media '11-'15	19,6%	-1,2%	2,6%	-
Francia	Totale pernottamenti 2016	-	12'252	-	-
	Var. % 2016 vs 2015	-	7,2%	-	-
	Var. % 2016 vs media '11-'15	-	-11,3%	-	-
UK	Totale pernottamenti 2016	-	9'262	22'458	-
	Var. % 2016 vs 2015	-	-4,5%	2,5%	-
	Var. % 2016 vs media '11-'15	-	-8,2%	-0,3%	-
Benelux	Totale pernottamenti 2016	-	18'336	-	-
	Var. % 2016 vs 2015	-	14,4%	-	-
	Var. % 2016 vs media '11-'15	-	-14,6%	-	-
Russia	Totale pernottamenti 2016	-	-	15'172	-
	Var. % 2016 vs 2015	-	-	6,7%	-
	Var. % 2016 vs media '11-'15	-	-	-13,7%	-
Cina	Totale pernottamenti 2016	1'145	-	24'279	1'959
	Var. % 2016 vs 2015	-17,3%	-	-2,6%	33,2%
	Var. % 2016 vs media '11-'15	-14,8%	-	30,1%	-11,5%
Paesi del golfo	Totale pernottamenti 2016	-	-	41'758	-
	Var. % 2016 vs 2015	-	-	0,0%	-
	Var. % 2016 vs media '11-'15	-	-	43,0%	-
Sud est asiatico	Totale pernottamenti 2016	-	-	12'519	-
	Var. % 2016 vs 2015	-	-	18,6%	-
	Var. % 2016 vs media '11-'15	-	-	22,8%	-

Tabella 2.1 – Valore assoluto dei pernottamenti nel 2016 e variazione percentuale rispetto al 2015 e alla media del quinquennio 2011-2015

L'obiettivo di questa analisi, differenziata in funzione della rispettiva OTR e dei relativi mercati d'interesse, è quello di contestualizzare i risultati dell'anno in corso con quello degli anni precedenti in modo tale da avere alcune indicazioni, tra le altre, sull'andamento delle campagne di marketing. Per contestualizzare un confronto con il quinquennio precedente, bisogna

ricordare come con l'avvento della legge del turismo del 2015, i fondi per le campagne di marketing siano stati distribuiti in maniera differente. Infatti, dal 2015 le singole OTR possono agire con strategie indipendenti ed è dunque doveroso osservare con cautela il confronto dei risultati del 2016 con quelli del quinquennio precedente. Per poter avere un'indicazione più precisa sull'efficacia delle varie campagne di marketing delle singole OTR dall'entrata in vigore della nuova legge del turismo è necessario disporre di ulteriori dati, e sarà dunque possibile tra qualche anno.

In sintesi i risultati ottenuti nel 2016 registrano segnali positivi per i mercati sui quali le diverse OTR hanno deciso di incentrare le proprie strategie di marketing. Tale risultato sembra indicare come le strategie delle diverse OTR abbiano avuto un buon effetto sull'ultimo anno, sebbene ci siano anche altri fattori da tenere in considerazione per spiegare i risultati positivi, quali ad esempio la ricerca di una destinazione considerata sicura in un momento storico influenzato molto dall'allerta attentati, il meteo o nuove tendenze turistiche. Un risultato positivo che emerge dall'analisi rispetto alla media del quinquennio precedente è un aumento, in tutte le regioni ad eccezione dell'OTR MBC, di pernottamenti per il mercato svizzero, il più importante in termini di pernottamenti generati. Guardando i risultati un po' più nel dettaglio, a livello regionale si segnala nell'OTR BAT un forte incremento del mercato americano ed un risultato in calo per i turisti cinesi. Nell'OTR LMV oltre ai segnali positivi di svizzeri e tedeschi, si registra un forte aumento di turisti provenienti da Paesi Bassi, Belgio e Lussemburgo, mentre il mercato inglese sembra perdere un po' di interesse. Nell'OTR L si registrano segnali positivi da svizzeri, tedeschi, russi e turisti provenienti dal sud est asiatico, in forte trend crescente insieme ai turisti dei paesi del golfo nell'ultimo quinquennio. Nell'OTR MBC si registra un aumento di turisti tedeschi e cinesi, mentre il mercato italiano continua la sua difficoltà. Sul sito di O-Tur è possibile consultare le infografiche che illustrano l'andamento di domanda e offerta nel settore alberghiero delle 4 differenti OTR.

Il Ticino si conferma una destinazione con una stagionalità piuttosto elevata (73% dei pernottamenti generati in estate), ma c'è anche chi riesce a ridurre questa differenza, come ad esempio OTR L, che ha registrato un aumento del 2,3% dei pernottamenti invernali e una riduzione del 2,6% di quelli estivi nell'ultimo

Stagionalità

La destinazione Ticino è stata sempre caratterizzata da una forte stagionalità estiva, nel 2016 il 73% dei pernottamenti è stato registrato durante la stagione estiva, con alcune differenze a livello regionale. OTR LMV è la regione nella quale la stagionalità è più marcata, il numero dei pernottamenti estivi ammonta all'79% del totale annuale, seguita dall'OTR MBC con il 70%. OTR L e OTR BAT hanno una stagionalità meno marcata (68% e 67%) rispetto alle altre regioni, una possibile spiegazione potrebbe essere la presenza di turismo congressuale per quanto riguarda

Circa il 73% dell'offerta turistica alberghiera in Ticino è composta da strutture fino a 3 stelle.

la regione del OTR L e la presenza di comprensori sciistici nell'Alto Ticino. Relativamente alla stagione estiva, è stato registrato un aumento rispetto al 2015 per OTR LMV (+12%), OTR BAT (+6,4%) e la regione del OTR L (+1,6%), mentre una riduzione nell'OTR MBC (-2,6%). Nel confronto con il quinquennio precedente, OTR BAT registra il più alto aumento di pernottamenti (+1,6%), seguito dal +0,6% di OTR LMV. OTR L e OTR MBC registrano una diminuzione di rispettivamente -2,6% e -13%. Per quanto riguarda la stagione invernale, OTR L e OTR LMV registrano un aumento di pernottamenti rispetto all'anno precedente (+1,5% e +0,4%) ma segni discordanti rispetto al quinquennio 2011-2015 (+2,3% per OTR L e -8,2% per OTR LMV), OTR BAT e OTR MBC registrano un calo sia rispetto al 2015 (-4,2% e -14%) sia rispetto alla media del quinquennio 2011-2015 (-2,3% e -20,3%).

2.2 Offerta

Sono 336 gli stabilimenti aperti in Canton Ticino nel 2016, su un totale di 402 strutture censite ed il totale di posti letto ammonta a 15'706, corrispondenti a 47 posti letto medi per struttura. Gli stabilimenti fino a 2 stelle e quelli non classificati sono 222, quelli a 3 stelle 81, quelli a 4 stelle 24 mentre a 5 stelle sono 9. Per quel che riguarda le OTR, la capacità ricettiva maggiore è dell'OTR LMV, con 149 strutture alberghiere, seguite dalle 107 dell'OTR L, le 54 dell'OTR BAT e le 26 dell'OTR MBC. Nella Figura 2.5 è possibile vedere l'offerta dei posti letto nelle varie regioni e per differenti categorie di alloggio.

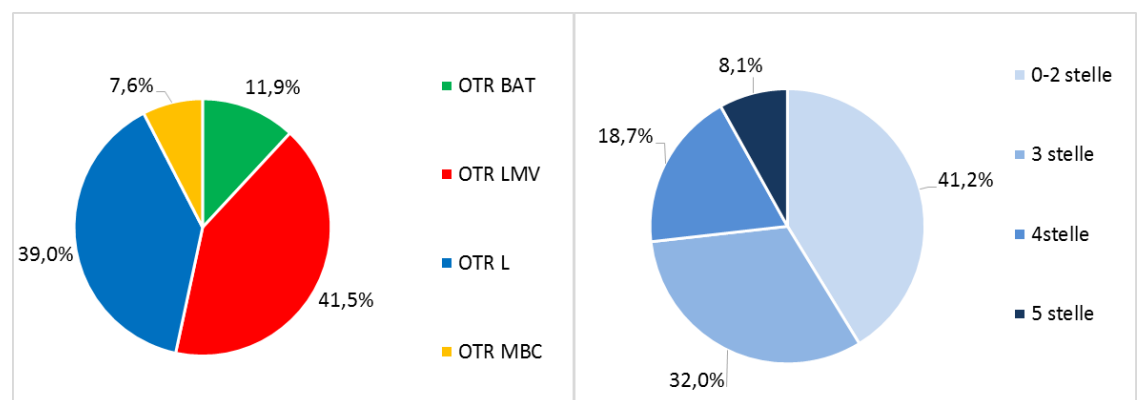


Figura 2.5 – Numero di posti letto alberghieri nelle diverse regioni (a sx), e nelle diverse categorie d'alloggio (a dx)

La regione con il maggior numero di posti letto è OTR LMV (equivalenti al 41,5% del totale dei posti letto alberghieri in Ticino), seguito da OTR L (39%), OTR BAT (11,9%) e OTR MBC (7,6%). Per quel che riguarda le categorie di alloggio, gli stabilimenti non classificati o quelli classificati fino a 2 stelle contengono il 41,2% dei posti letto totali, seguiti dagli alberghi a 3 stelle (32%), 4 stelle (18,7%) e 5 stelle (8,1%). Negli ultimi anni in Ticino c'è stata una progressiva chiusura di stabilimenti, il numero di stabilimenti aperti nel 2016 è inferiore del 3,2% rispetto al 2015 e circa

del 20% rispetto al 2005. Confrontando i dati sulla dimensione media delle strutture, un trend in crescita dai 44 posti letti medi per struttura del 2005 ai 47 del 2016 lascia intendere come siano state le strutture più piccole a trovarsi in difficoltà e chiudere. Osservando i dati sulle diverse categorie alberghiere, gli stabilimenti aperti sono diminuiti nelle strutture da 0 a 3 stelle rispetto al 2015, il numero degli stabilimenti a 4 stelle è rimasto costante mentre è stato registrato uno stabilimento a 5 stelle aperto in più rispetto al 2015.

2.3 Tassi d'occupazione

Il tasso d'apertura medio annuo supera l'80% in Ticino, mentre il tasso d'occupazione dei letti nelle strutture aperte è di circa il 49%.

In questo paragrafo si analizzano l'evoluzione e le differenze regionali per quanto riguarda il tasso d'occupazione netto delle camere, calcolato come il numero di camere occupate sul totale di camere disponibili negli stabilimenti aperti. Nella Figura 2.6 si può vedere a sinistra quale sia la percentuale media annua di strutture aperte sul totale di strutture nelle varie regioni, mentre a destra è illustrato il tasso d'occupazione netto delle camere negli stabilimenti aperti.

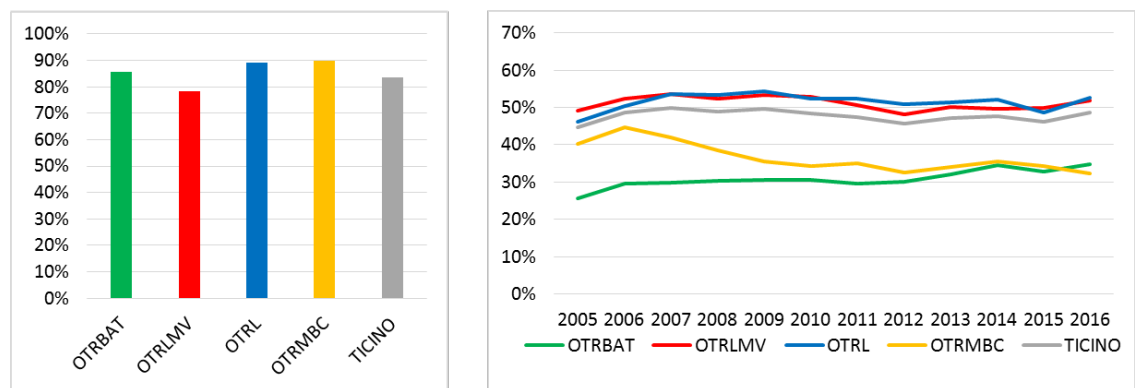


Figura 2.6 – A sinistra: Tassi di apertura delle strutture alberghiere. A destra: evoluzione del tasso netto d'occupazione delle camere nelle strutture aperte.

OTR MBC è la regione con il più elevato tasso di apertura delle strutture alberghiere durante l'anno (89,7%), seguito da OTR L (89,2%), OTR BAT (85,6%) e OTR LMV (78,4%). Per quanto riguarda il tasso d'occupazione netto delle camere, le due regioni maggiori per numero di pernottamenti sono quelle che registrano i tassi d'occupazione più elevati: OTR L registra un tasso d'occupazione del 52,7%, mentre OTR LMV del 51,8%. OTR BAT e OTR MBC hanno un tasso d'occupazione dei letti più basso con rispettivamente 34,8% e 32,4%, il Ticino registra in media un tasso d'occupazione pari al 48,7%. Se si osserva l'andamento dei tassi d'occupazione nel corso degli ultimi 12 anni, OTR LMV e la regione del OTR L hanno un tasso di occupazione stabile che oscilla intorno al 50%, si osserva un trend fortemente crescente nell'OTR BAT, che dal 25,7% è

Nella stagione estiva il tasso d'apertura delle strutture nelle varie regioni raggiunge picchi del 99% nell'OTR L e non scende sotto al 93% di OTR BAT.

passato al 34,8% negli ultimi 12 anni, mentre l'OTR MBC ha visto una diminuzione dal 40,3% al 32,4%.

Stagione estiva

La stagione estiva è quella che regolarmente registra il maggior numero di pernottamenti in Canton Ticino, nel 2016 il contributo della stagione estiva al numero totale di pernottamenti ha raggiunto il 73%. L'analisi offerta in questo paragrafo si concentra sul tasso d'apertura delle strutture ricettive alberghiere e sul tasso d'occupazione netto dei letti nella stagione estiva (Figura 2.7).

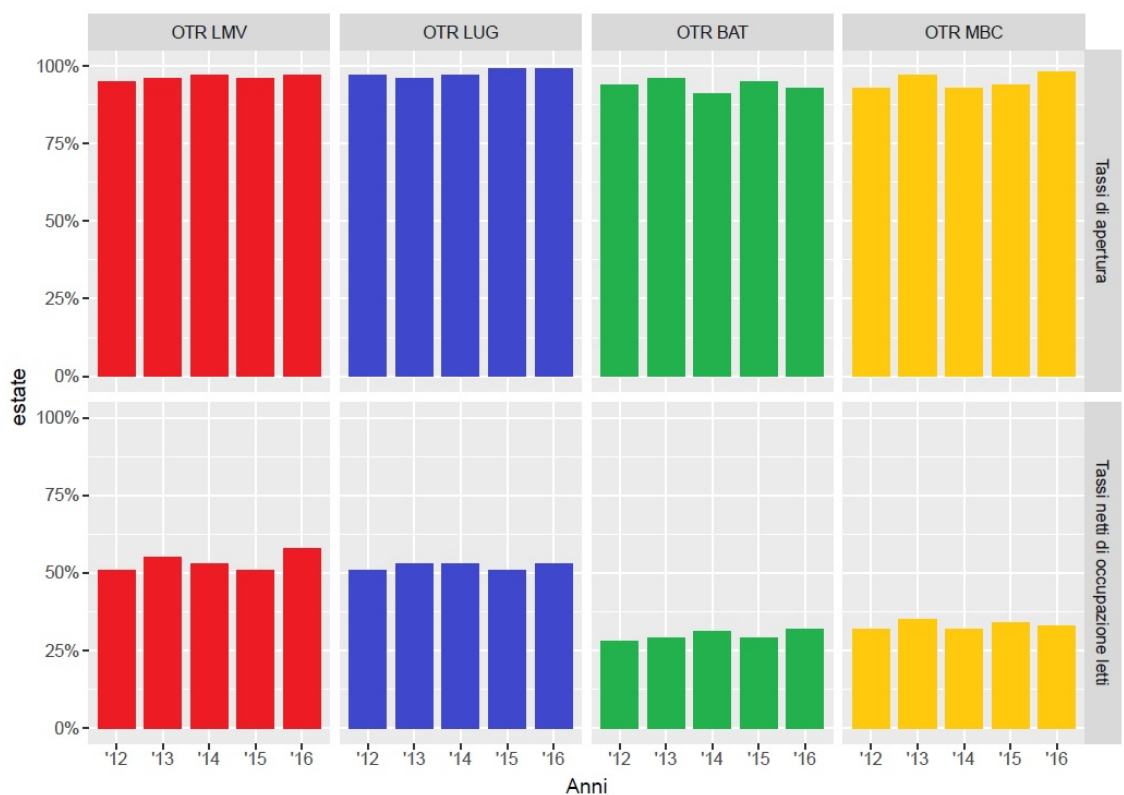


Figura 2.7 – Tassi di aperture delle strutture alberghiere (sopra) e tassi netti d'occupazione dei letti (sotto) nel settore alberghiero nelle 4 OTR

L'analisi dei tassi d'apertura nella stagione estiva riporta un elevato tasso d'apertura nelle 4 OTR, nel 2016 nell'OTR LMV ha tenuto aperto il 97% delle strutture, nell'OTR L il 99%, nell'OTR BAT il 93% e nell'OTR MBC il 98%. Il tasso netto d'occupazione dei letti nella stagione estiva, così come quello annuale, presenta livelli più alti per le due regioni principali: è stato del 58% nell'OTR LMV e del 53% nell'OTR L, mentre del 33% a MBC e del 32% a BAT. Rispetto all'anno precedente si è registrato un aumento in tutte le OTR ad eccezione di MBC.

Focus: Attrattività turistica

Dopo aver analizzato le prestazioni delle differenti regioni turistiche è stata evidenziata una diversità in termini di pernottamenti, permanenza media e tassi d'occupazione. Tuttavia bisogna segnalare che le 4 regioni turistiche differiscono notevolmente tra di loro ed è dunque incompleto descrivere le differenze tra le prestazioni turistiche raggiunte senza verificare eventuali differenze in termini di attrattività. L'analisi dell'attrattività, che può variare da regione e regione in funzione di diversi fattori quali ad esempio i paesaggi, le attrazioni, gli eventi organizzati, la gastronomia e la capacità di ricevere diverse tipologie di turisti, viene effettuata sui dati pubblicati da BAK BASEL⁴ e calcolati su una serie di indicatori, differenti per la stagione estiva o invernale. Relativamente alle prestazioni, si utilizza il tasso di occupazione dei letti come indicatore del rendimento regionale, con una differenziazione tra tasso d'occupazione invernale ed estivo. Sia il tasso d'occupazione che l'attrattività specifiche per regione e a livello cantonale sono misurate in una scala da 1 a 100 e vengono rappresentate nella Figura 2.8.

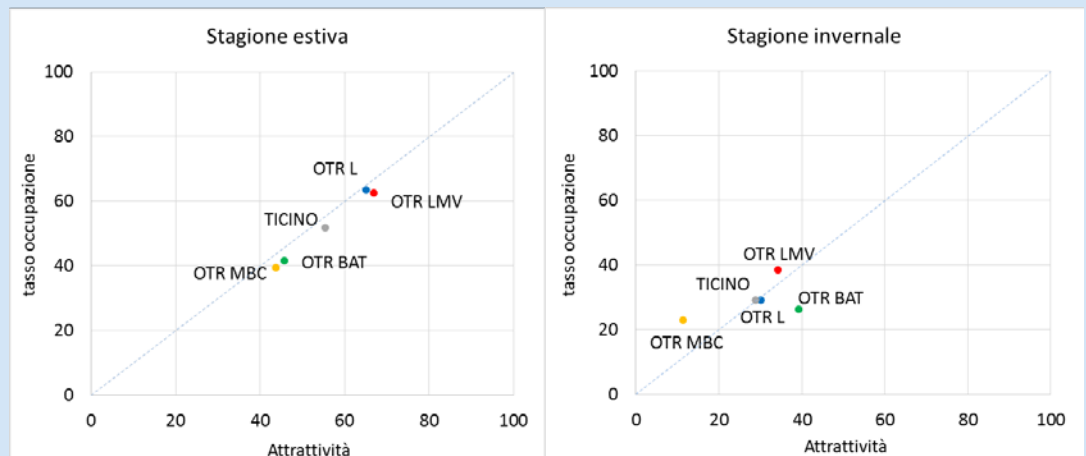


Figura 2.8 Attrattività e tassi d'occupazione netti dei letti nelle stagioni estiva ed invernale

La prestazione delle 4 OTR e del Ticino in generale è rappresentata in relazione alla relativa attrattività con un punto sul piano cartesiano avente sull'asse delle ascisse (orizzontale) l'attrattività e sull'asse delle ordinate (verticale)⁵ il tasso d'occupazione. In base alla posizione

⁴ Sulla piattaforma "Destination Monitor" di BAK BASEL è possibile scaricare i dati sull'attrattività e consultare il glossario con la spiegazione esaustiva del calcolo degli indicatori al seguente link: <http://www.destinationsmonitor.com/it/DataPage.aspx?D=1&S=1>

⁵ Più un punto è posizionato sulla destra (in alto) e maggiore sarà l'attrattività (il tasso d'occupazione netto delle camere) della regione corrispondente, e viceversa.

dei punti sul piano cartesiano si può capire se le prestazioni delle differenti regioni sono più o meno buone relativamente alla loro attrattività. Nella stagione estiva OTR LMV e OTR L sono le regioni con la maggiore attrattività e il maggior tasso d'occupazione, mentre OTR BAT e OTR MBC presentano sia un'attrattività che un tasso d'occupazione minore. Nel grafico è presente una linea che presenta una proporzionalità diretta tra attrattività e prestazioni: tutti i punti giacciono leggermente al di sotto della linea, il che vuol dire che ogni regione ha una prestazione direttamente proporzionale alla propria attrattività. Per quanto riguarda la stagione invernale, OTR BAT è la regione più attrattiva, seguita da OTR LMV, OTR L e OTR MBC. Osservando il tasso d'occupazione dei letti, OTR LMV e OTR MBC ottengono una prestazione migliore rispetto alla relativa attrattività, OTR L ha un rendimento proporzionale alla propria attrattività mentre OTR BAT, considerando un'attrattività maggiore dovuta principalmente alla presenza di impianti sciistici, ha un rendimento leggermente inferiore al proprio potenziale. I valori relativi al Ticino in generale non sono forniti da BAK BASEL ma sono calcolati considerando la media delle 4 OTR, in modo tale da poter confrontare le prestazioni di ogni singola OTR con le media cantonale.

Le regioni ticinesi sono molto più attrattive nella stagione estiva piuttosto che invernale e registrano punti di forza per quanto riguarda sport e avventure, ma anche escursioni e gite in montagna

Nelle Figure 2.9 e 2.10 sono rappresentate le valutazioni di BAK BASEL sulle varie componenti dell'attrattività estiva ed invernale delle 4 OTR. L'indice BAK di attrattività estiva si basa su circa 100 singoli parametri sviluppati da BAKBASEL, orientati verso l'offerta turistica estiva.

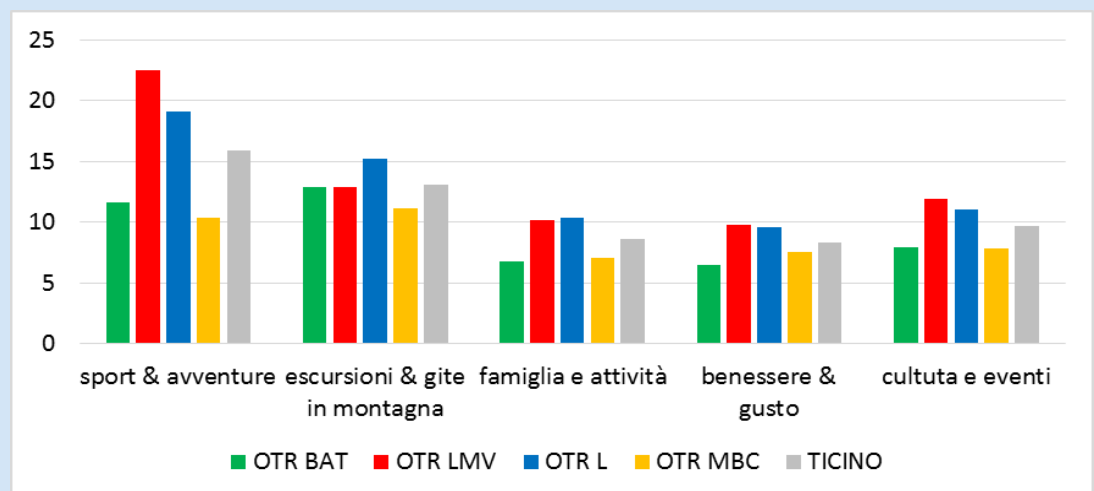


Figura 2.9 – Attrattività turistica delle 4 OTR e del Ticino nella stagione estiva

L'indicatore BAK dell'attrattività estiva si suddivide in 5 categorie caratterizzate da un diverso numero di parametri per la valutazione finale. Le categorie considerate sono sport & avventure (30 parametri), escursioni & gite in montagna (25), famiglia & attività (15), cultura & eventi (15) e wellness & gusto (15). OTR LMV risulta la più attrattiva per quanto riguarda sport e avventure mentre un punteggio poco superiore alla media cantonale per quanto riguarda escursioni e gite

in montagna, famiglia e attività, benessere e gusto, cultura ed eventi. OTR L risulta molto attrattiva per quanto riguarda sport e avventure, escursioni e gite in montagna, l'attrattività per quel che riguarda famiglia e attività, benessere e gusto, cultura ed eventi è poco superiore rispetto alla media cantonale. OTR BAT e OTR MBC presentano margini di miglioramento per quel che riguarda sport e avventure, mentre hanno un'attrattività, seppur inferiore, non troppo distante dalle altre regioni per quel che riguarda le altre categorie.

L'indicatore BAK di attrattività invernale si basa su una serie di valutazioni assegnate a 5 categorie, in particolare lo sci alpino (40 parametri), sport & divertimento (20), escursione invernale (10), sci di fondo (10), parchi invernali (10) e famiglia (10). Nella Figura 2.10 è possibile vedere le specifiche valutazioni.

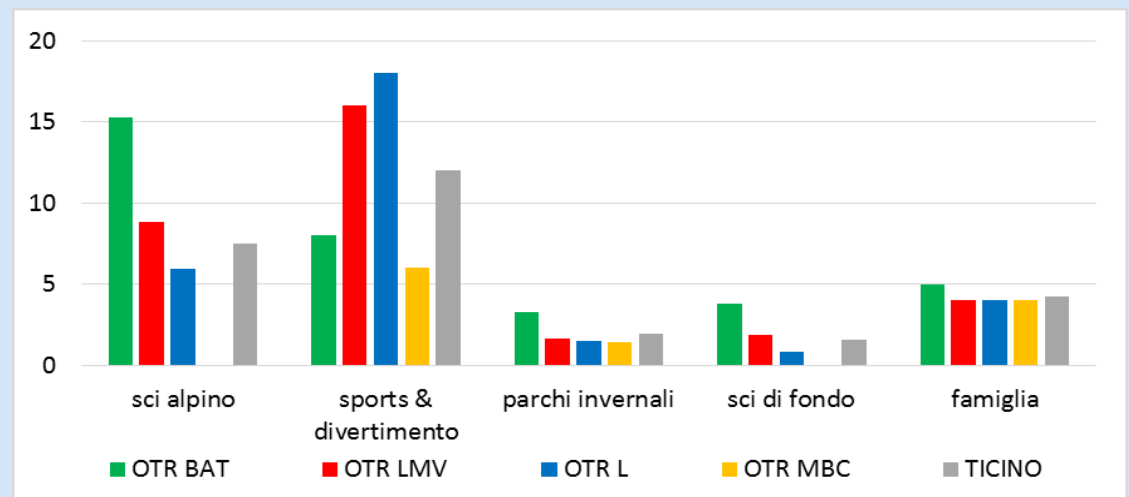


Figura 2.10 – Attrattività turistica delle 4 OTR e del Ticino nella stagione invernale

In generale le regioni ticinesi risultano poco attrattive in inverno, con OTR BAT che si distingue per avere una maggiore attrattività relativamente allo sci alpino e OTR LMV e OTR L per sports & divertimento.

3. Settore paralberghiero

A differenza del settore alberghiero, quello paralberghiero non dispone di statistiche ufficiali censuarie raccolte dall'ufficio federale di statistica. Tuttavia, a partire dal 2016 è stata lanciata dall'UST la piattaforma PASTA⁶, il cui obiettivo è quello di raccogliere informazioni relative a domanda e offerta di abitazioni di vacanza sfruttate commercialmente e di alloggi collettivi. La partecipazione alla rilevazione PASTA è obbligatoria per la strutture, ma a differenza di quella HESTA relativa al settore alberghiero, avviene su base campionaria e con periodicità trimestrale. Le informazioni di questo capitolo relative ad abitazioni di vacanza e alloggi di gruppo fanno riferimento principalmente ai dati PASTA, quelle relative al settore dei campeggi ai dati HESTA mentre gli approfondimenti legati a seconde case, Airbnb e bed and breakfast sono frutto di informazioni raccolte da diverse fonti illustrate nel dettaglio nel focus a fine capitolo. A partire dal 2016, inoltre, gli ostelli non sono più considerati come categoria d'alloggio e le strutture classificate come tali sono state riassegnate alle categorie alberghiera o di alloggi di gruppo sulla base di determinati parametri. Nel capitolo si confrontano domanda e offerta relativi al settore paralberghiero in Ticino e in Svizzera. Innanzitutto si presenta un'analisi dell'importanza del settore paralberghiero in termini di pernottamenti, in seguito vengono riportate le differenze tra le varie strutture ricettive in termini di permanenza media degli ospiti e infine una panoramica sull'impatto della domanda domestica o straniera nelle varie tipologie d'alloggio.

Il settore paralberghiero pesa per il 40% sul totale dei pernottamenti in Ticino, contro il 30% a livello svizzero

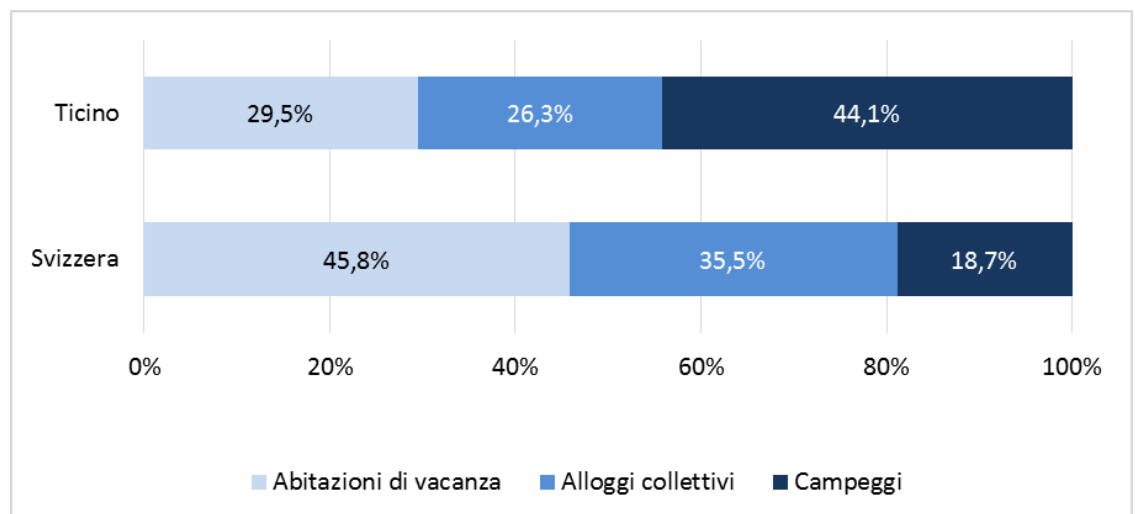


Figura 3.1 - Pernottamenti effettuati nelle varie tipologie d'alloggio, confronto Ticino e totale Svizzera

Il settore paralberghiero ha registrato 14'864'450 pernottamenti in Svizzera nel 2016, dei quali 1'493'296 in Canton Ticino. A livello nazionale i pernottamenti generati dal settore paralberghiero corrispondono a circa il 30% del totale dell'industria ricettiva svizzera, mentre in Canton Ticino questo valore raggiunge quasi il 40%. In un confronto tra Ticino e Svizzera, le

abitazioni di vacanza e gli alloggi collettivi presentano una quota percentuale sul totale dei pernottamenti paralberghieri maggiore in Svizzera rispetto al Ticino (29,5% in Ticino e 45,8% in Svizzera per le abitazioni di vacanza e rispettivamente 26,3% e 35,5% per gli alloggi collettivi). Diverso è il ruolo dei campeggi, che a livello svizzero conteggiano il 18,7% del totale dei pernottamenti paralberghieri mentre a livello ticinese, con il 44,1% sono il settore più importante dopo quello alberghiero (Figura 3.1). Una volta presentata la rilevanza dei pernottamenti del settore paralberghiero, è importante identificare le differenze in termini di comportamento dei turisti, misurato in questo caso con la durata media del soggiorno. A tal proposito la Figura 3.2 illustra la permanenza media nelle varie tipologie di strutture paralberghiere e nel settore alberghiero.

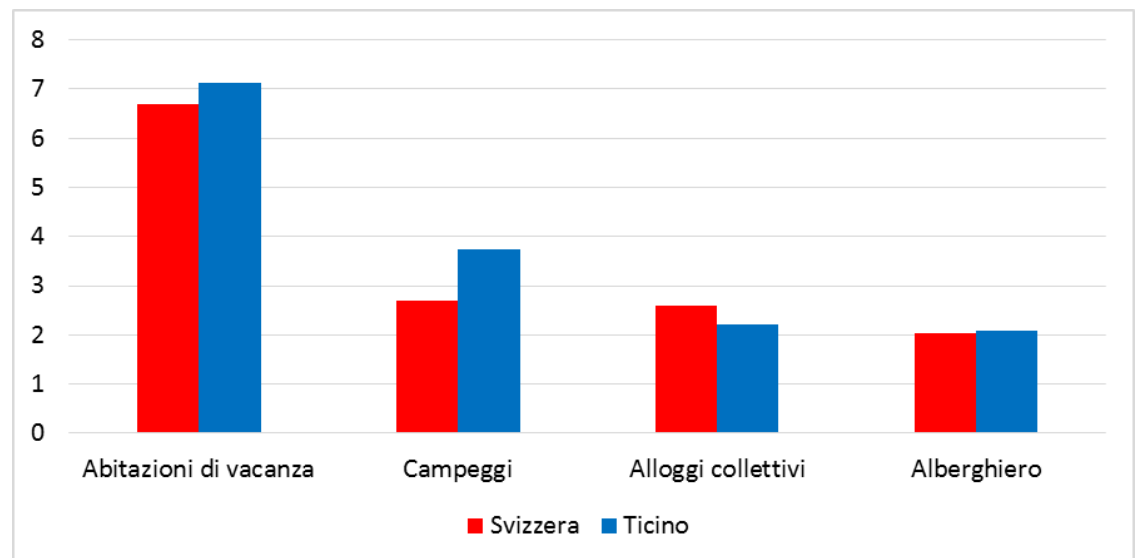


Figura 3.2 - Permanenza media nelle varie tipologie d'alloggio, confronto Ticino e resto della Svizzera

La permanenza media nelle strutture paralberghiere è più alta rispetto a quella alberghiera. I turisti che scelgono un'abitazione di vacanza come struttura ricettiva sono quelli che pernottano mediamente più a lungo, sia a livello ticinese (7,1 giorni), sia a livello nazionale (6,7), seguono i campeggi, per i quali la differenza tra il Ticino e il resto della Svizzera è più marcata (3,7 contro 2,9) e gli alloggi collettivi, che però registrano in Ticino una permanenza media più bassa rispetto al resto della Svizzera (2,2 contro 2,6).

La permanenza media nelle categorie paralberghiere in Ticino (7,1 nelle abitazioni di vacanza, 3,7 nei campeggi, 2,2 in alloggi collettivi) è più alta rispetto a quella nel settore alberghiero (2,9)

3.1 Abitazioni di vacanza

Tra le abitazioni di vacanza sfruttate commercialmente sono considerate tutte quelle abitazioni offerte ai turisti per brevi periodi da un'organizzazione di distribuzione (uffici del turismo, piattaforme di prenotazione online, etc.). La rilevazione delle statistiche sulle abitazioni di vacanza è di tipo campionario ed è stata reintrodotta nel 2016 dopo essere stata sospesa nel 2003. Tuttavia, a seguito di alcune modifiche metodologiche, i risultati del 2016 non sono confrontabili con quelli precedenti al 2003. Il campione del 2016 è composto di 12'277 strutture a livello nazionale, alle quali vengono richieste informazioni con cadenza trimestrale. Nel conteggio rientrano camere o letti subaffittati o offerti a terzi; non sono considerati gli alloggi (i letti e i relativi pernottamenti) occupati esclusivamente dai proprietari, dagli inquilini permanenti o dai loro parenti (conteggiati come turisti di residenze secondarie).

In Ticino il turismo domestico nelle case vacanza pesa maggiormente rispetto al resto della Svizzera (74,2% contro 60,2%). La durata media nelle abitazioni di vacanza è di circa una settimana.

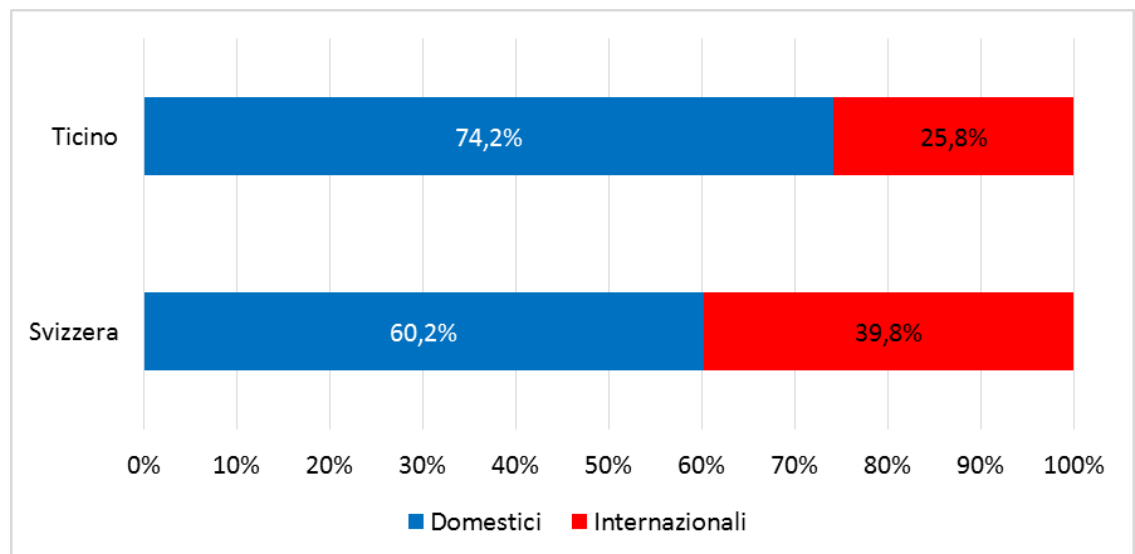


Figura 3.3 – Quota di pernottamenti di svizzeri e stranieri nelle case di vacanza in Ticino e in Svizzera

Sono 33'403 le abitazioni censite a livello nazionale, di cui 2'234 in Ticino, le quali hanno conteggiato 1'014'500 arrivi a livello nazionale per un totale di 6'808'131 pernottamenti (permanenza media di 6,7 giorni), in Canton Ticino sono stati registrati 61'994 arrivi, per un totale di 441'095 pernottamenti (permanenza media di 7,1 giorni). Nella Figura 3.3 è possibile visualizzare la composizione di pernottamenti effettuati da ospiti domestici e internazionali.

In Ticino il 74,2% dei pernottamenti effettuati in abitazioni di vacanza è composto da visitatori domestici, contro il 60,2% a livello nazionale. Relativamente alla permanenza media dei visitatori, illustrata nella Figura 3.4, si può notare una durata leggermente superiore per gli ospiti in Ticino rispetto alla media nazionale, ma non si evidenzia una differenza significativa tra la permanenza media di turisti domestici e internazionali, né a livello ticinese (7,1 giorni di permanenza media per i turisti domestici contro 7,2 per gli internazionali), né a livello nazionale (6,6 domestici contro 6,8 internazionali).

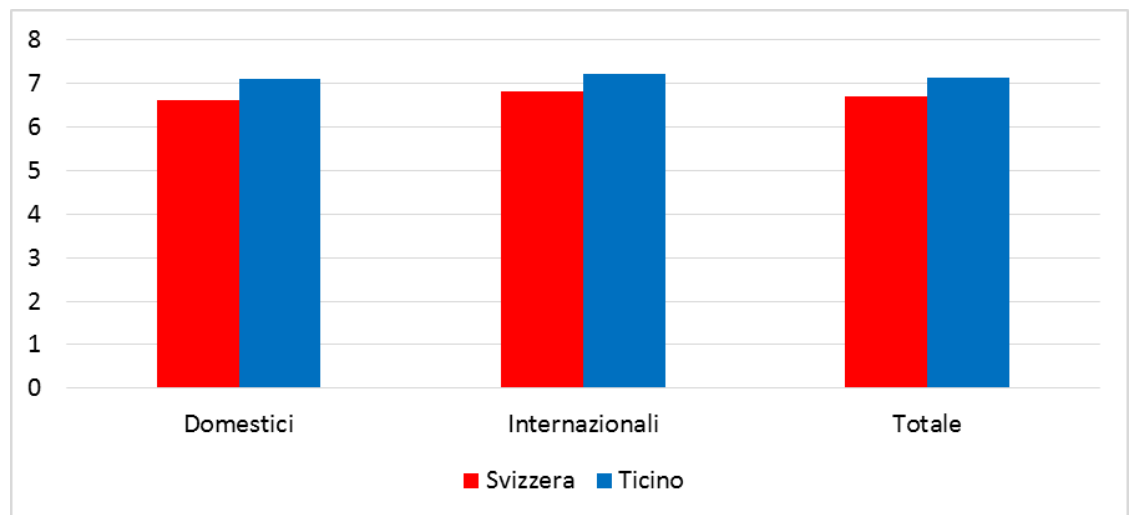


Figura 3.4 – Permanenza media di svizzeri e stranieri nelle abitazioni di vacanza

Per un ulteriore approfondimento, è possibile consultare l'approfondimento di O-Tur "Inchiesta su case ed appartamenti di vacanza in Ticino", frutto della collaborazione tra l'Osservatorio del Turismo e l'Associazione Case e Appartamenti di Vacanza in Ticino (ACAV). L'approfondimento analizza più nel dettaglio i comportamenti, le caratteristiche e le preferenze di coloro che alloggiano in case vacanza in Ticino.⁷

3.2 Alloggi collettivi

Nella categoria degli alloggi collettivi rientrano i dormitori, i centri di vacanza, le case appartenenti a società o club, le capanne e i rifugi, le case degli amici della natura, degli esploratori, di società sportive e le capanne del club alpino svizzero (CAS). La rilevazione degli alloggi collettivi è una rilevazione campionaria realizzata a livello nazionale con cadenza trimestrale. Nel 2016 sono stati censiti 2'561 stabilimenti, dei quali 189 in Ticino. Nel campione di riferimento utilizzato per l'indagine, sono stati contattati 1'253 alloggi collettivi. Nel 2016 sono stati 2'062'531 gli ospiti degli alloggi collettivi in Svizzera, i quali hanno generato 5'270'111 pernottamenti, equivalenti a una permanenza media di 2,6 giorni. A livello ticinese sono 178'362 gli arrivi, per un totale di 393'128 pernottamenti generati, equivalenti a una media di 2,2 giorni di permanenza, valore inferiore rispetto alla media svizzera. Nella figura 3.5 è possibile visualizzare la quota di turisti domestici e stranieri sul totale dei pernottamenti generati dalle strutture di alloggi collettivi.

Negli alloggi collettivi la maggior parte degli ospiti è di origine svizzera (93,3% a livello ticinese, 78,3% a livello svizzero). La durata media a livello ticinese è inferiore rispetto a quella svizzera (2,2 contro 2,6)

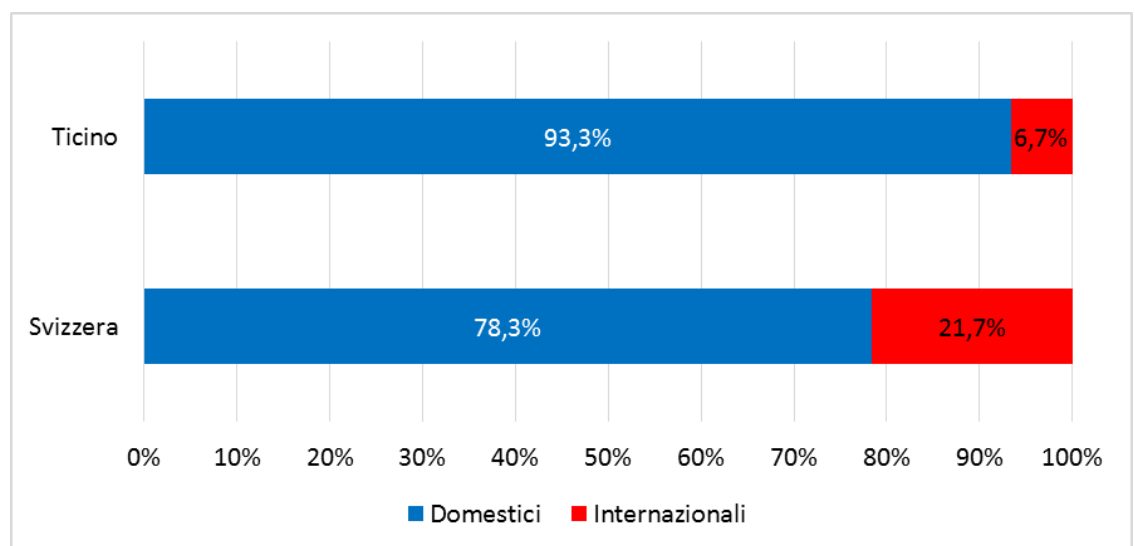


Figura 3.5 – Quota di pernottamenti di svizzeri e stranieri negli alloggi collettivi in Ticino e in Svizzera

Gli ospiti che decidono di pernottare in alloggi collettivi sono principalmente svizzeri, sia a livello nazionale (78,3% contro il 21,7% degli ospiti internazionali) e sia a livello cantonale (93,3% contro

⁷ L'approfondimento è disponibile al link <http://www.otur.usi.ch/it/approfondimenti>

6,7%). Per quel che riguarda la permanenza media degli ospiti di alloggi collettivi, il dato è presentato nella Figura 3.6.

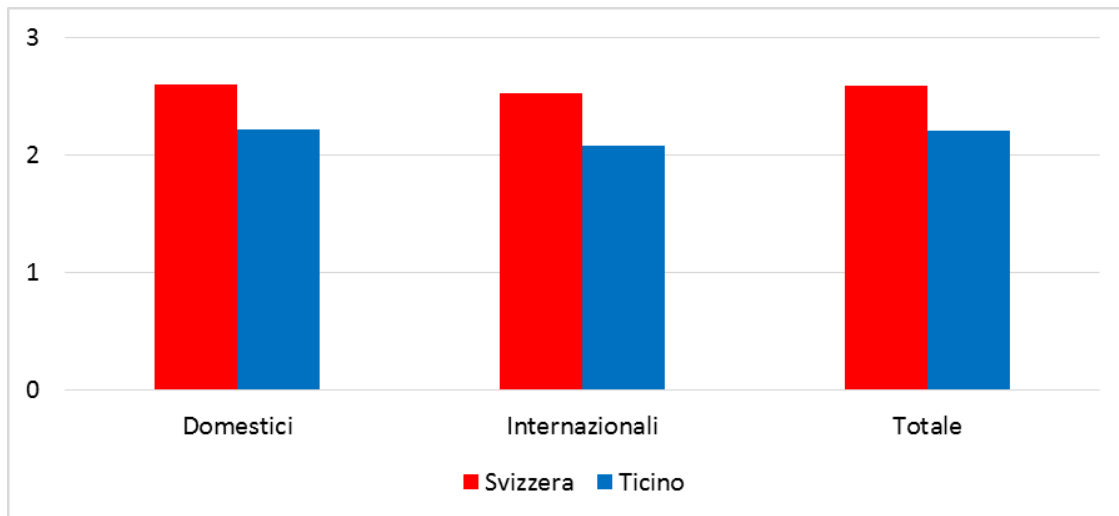


Figura 3.6 – Permanenza media di svizzeri e stranieri negli alloggi collettivi

Come illustrato in precedenza la permanenza media a livello svizzero è maggiore rispetto a quella a livello cantonale ma non vi è sostanziale differenza tra la permanenza media di turisti domestici e internazionali, né a livello ticinese (2,2 giorni di permanenza media per i turisti domestici contro 2,1 per gli internazionali), né a livello nazionale (2,6 per i domestici, 2,5 per gli internazionali).

3.3 Campeggi

I dati relativi al settore dei campeggi fanno parte della statistica ufficiale HESTA, sono dunque di natura censuaria ed essendo rilevati da un periodo di tempo più lungo rispetto ad alloggi collettivi e abitazioni di vacanza, permettono l'analisi di un trend oltre che del valore assoluto annuale.

Nell'anno 2016 il Canton Ticino ha registrato un aumento non solo nel settore alberghiero ma anche in quello dei campeggi. Gli arrivi sono stati 175'774 per un totale di 659'073 pernottamenti, corrispondenti ad una durata media di 3,7 giorni, decisamente superiore rispetto a quella del settore alberghiero (2,1). Il dettaglio sull'andamento di pernottamenti, arrivi e permanenza media dal 2005 al 2016 è disponibile nella Figura 3.7.

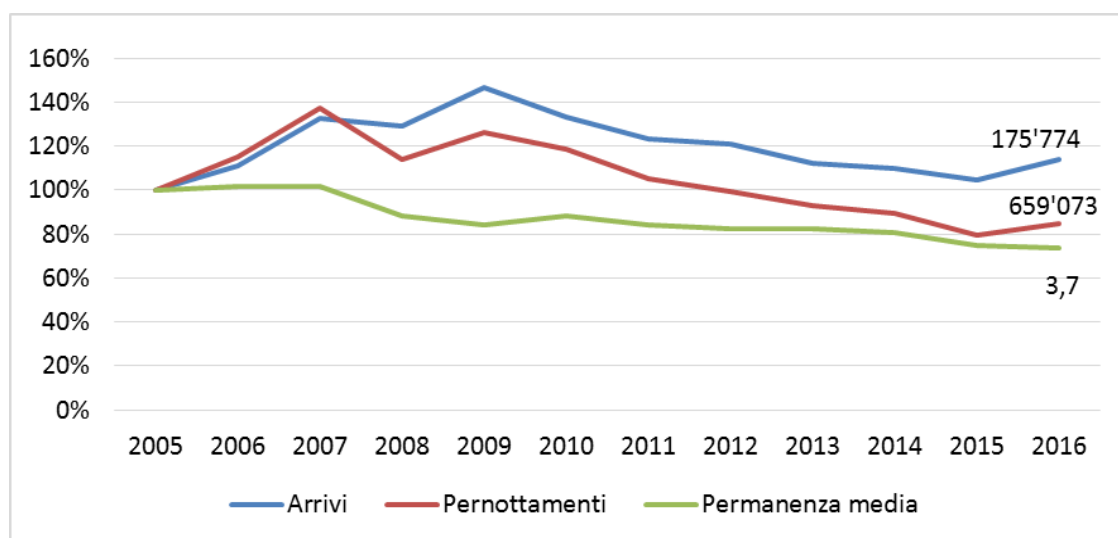


Figura 3.7 – Evoluzione di pernottamenti, arrivi e permanenza media nei campeggi in Ticino, (dati HESTA)

Quello dei campeggi è il settore più importante nella ricezione turistica dopo quello alberghiero per numero di pernottamenti, registra 659'073 pernottamenti nel 2016, in aumento rispetto al 2015.

Nel 2016 stato registrato un aumento di pernottamenti pari al 4,9% rispetto al 2015 in tutta la Svizzera, mentre è stato del 6,7% in Canton Ticino. Tali numeri, considerando che in Ticino i pernottamenti nei campeggi sono circa il 26% di quelli alberghieri (contro il 7% svizzero), mettono in risalto ulteriormente come il 2016 potrebbe essere l'anno di inversione di tendenza per tutto il settore dell'accoglienza ticinese. I dati HESTA sui campeggi non permettono una differenziazione a livello regionale, ma sulla base dei dati delle singole OTR, la regione con la maggior domanda di pernottamenti nel settore dei campeggi è l'OTR LMV, che registra circa l'80% del totale dei pernottamenti a livello cantonale.

Nella Figura 3.8 viene illustrata la differente composizione della domanda nei campeggi per quanto riguarda la provenienza degli ospiti.

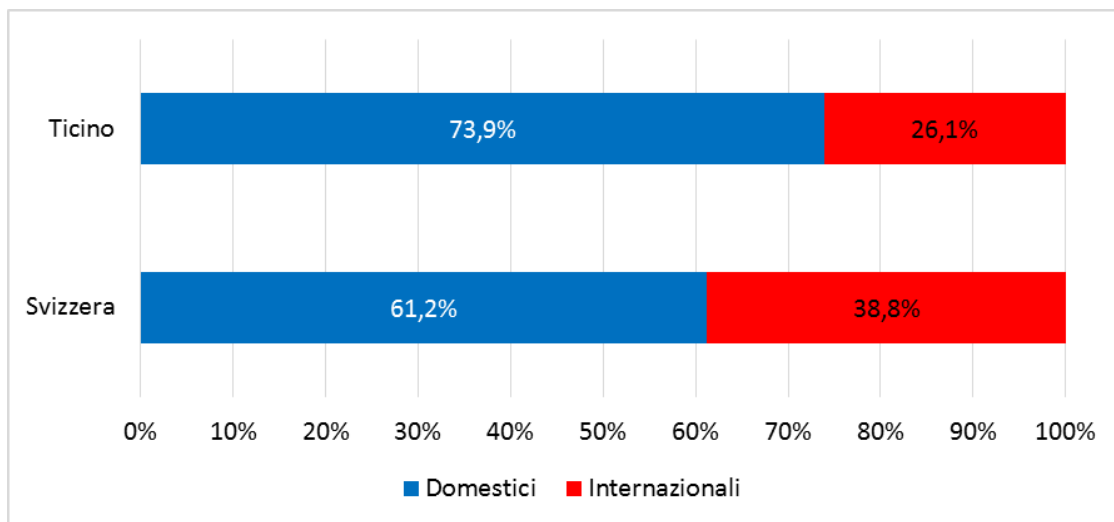


Figura 3.8 – Quota di pernottamenti di svizzeri e stranieri nei campeggi in Ticino e in Svizzera

La quota di turisti domestici è notevolmente superiore in Ticino rispetto al resto della Svizzera, sono infatti il 73,9% del totale, contro i 61,2% nazionale. Dati che evidenziano come il mercato interno sia molto importante per questo settore. Tra le altre nazionalità, i turisti più presenti sono quelli provenienti da Germania e Paesi Bassi. Per quanto riguarda la permanenza media degli ospiti, nella figura 3.9 è disponibile un confronto tra turisti domestici ed internazionali, sia a livello svizzero che ticinese.

In Ticino la permanenza media nei campeggi è più alta rispetto al resto della svizzera (3,7 contro 2,9)

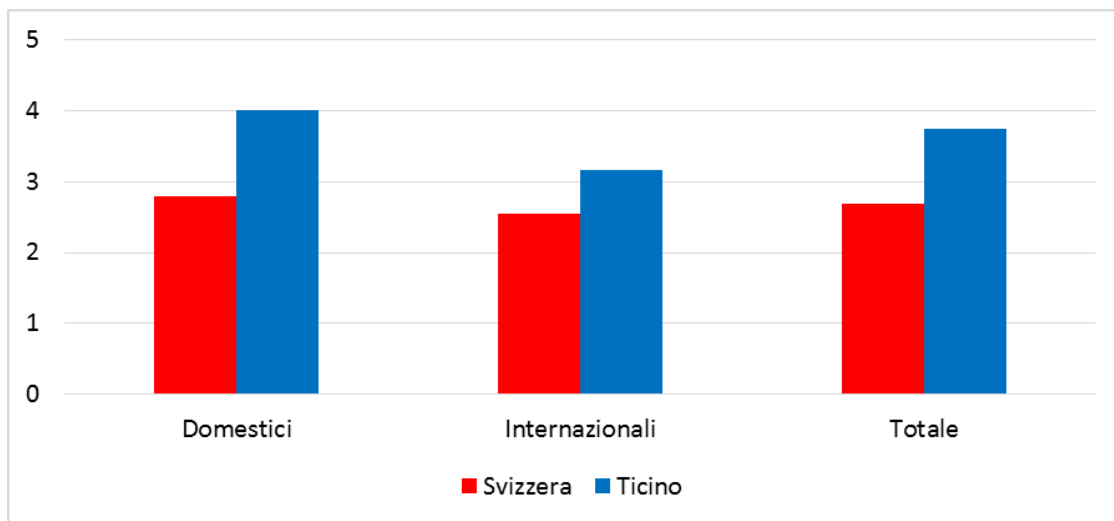


Figura 3.9 – Permanenza media di svizzeri e stranieri nei campeggi

I dati sulla permanenza media dimostrano come il settore dei campeggi in Canton Ticino ricopra un ruolo fondamentale, infatti, rispetto al resto della Svizzera, oltre ad ospitare una quota maggiore di turisti sul totale della domanda di pernottamenti, registra una permanenza media

più lunga. Osservando il dettaglio dell'origine degli ospiti in Ticino e in Svizzera, si nota come la permanenza media degli ospiti domestici in Ticino sia notevolmente superiore rispetto alla media nazionale (4 giorni medi in Ticino, 2,8 in Svizzera), mentre un po' meno marcata, ma ugualmente superiore, quella dei turisti internazionali (3,2 in Ticino contro 2,5 in Svizzera).

Focus: Bed and Breakfast, Ostelli, Airbnb e Seconde case

Tra le altre soluzioni di alloggio relative al settore paralberghiero si segnalano i bed & breakfast, gli ostelli e le seconde case. Queste vengono presentate sotto forma di approfondimento, invece che complementari alle tipologie d'alloggio già analizzate per problematiche relative alla reperibilità di una fonte statistica ufficiale o alla classificazione univoca sotto una singola categoria d'alloggio. A titolo esemplificativo si segnala come alcune strutture facenti parti della categoria dei bed and breakfast siano classificate anche come strutture alberghiere, causando problemi di doppio conteggio. Per quanto riguarda gli ostelli, invece, si segnala che la statistica degli ostelli è stata abolita a partire dal 2016, le strutture ricettive sono state riclassificate secondo la nomenclatura NOGA: sulla base di determinati parametri alcune strutture sono state classificate come alberghiere mentre altre come alloggi di gruppo. Questo approfondimento vuole dunque fornire ulteriori informazioni su altre tipologie d'alloggio, cercando di capire i comportamenti dei turisti che scelgono tali strutture, ma non è possibile sommare i valori relativi ai pernottamenti delle categorie presentate nell'approfondimento con quelli presentati in precedenza e attinenti a fonti ufficiali.

Bed and Breakfast:

Le informazioni sull'offerta e sulla domanda delle unità di pernottamento di bed and breakfast sono censite dall'Ufficio federale di statistica (UST) su mandato di Bed and Breakfast Switzerland. Le unità di pernottamento sulle quali si basano questi risultati provengono unicamente dalla lista dei membri dell'organizzazione Bed and Breakfast Switzerland. Poiché l'organizzazione comprende anche stabilimenti alberghieri, questi risultati non possono essere semplicemente aggiunti a quelli ottenuti nel quadro della statistica alberghiera per costituire una statistica più completa⁸. Tutte le informazioni presenti in questo paragrafo sono dunque da considerarsi

I B&B in Ticino hanno una capacità ricettiva media inferiore rispetto al settore alberghiero (8,2 contro 23 posti letto). La permanenza media degli ospiti è maggiore nei B&B rispetto al settore alberghiero (2,3 contro 2,09 giorni)

⁸ I risultati pubblicati si basano solo sulle unità che hanno risposto all'indagine, non sono stati sottoposti a

descrittive della tipologia di struttura dei B&B. Le strutture di B&B sono generalmente caratterizzate da una conduzione familiare e una dimensione ridotta rispetto al settore alberghiero. La dimensione media in Ticino è di circa 8 posti letto per struttura, rispetto ai 23 del settore alberghiero. In totale in Svizzera sono 912 gli stabilimenti (5'777 il numero totale di posti letto) iscritti alla lista dei membri di Bed and Breakfast Switzerland, dei quali 58 sono stati censiti in Ticino, per un totale di 476 posti letto. Con una dimensione media di 8,2 letti per struttura, i Bed and Breakfast del Ticino risultano più grandi rispetto alla media svizzera di 6,3. Nel 2016 sono stati registrati 14'615 arrivi, per un totale di 33'105 pernottamenti in Ticino, corrispondenti a una permanenza media di 2,3 giorni, stesso valore registrato in media in Svizzera e più alto rispetto alla durata media del settore alberghiero (2,1). Le informazioni relative alla nazionalità sono disponibili unicamente in forma aggregata a livello svizzero ed evidenziano come la maggior parte della domanda nei B&B provenga da ospiti confederati (53%), seguiti dai tedeschi (15,7%) e molto staccati da francesi (4,7%), italiani (3,8%), americani (2,3%), inglesi (2,3%) austriaci (2,1%) e olandesi (2%), tutte le altre nazionalità non raggiungono il 2%. Gli ospiti asiatici contano un totale del 3,8% dei pernottamenti, con la Cina che raggiunge l'1,4% mentre uno 0,7% di pernottamenti è generato dall'Oceania e lo 0,3% dall'Africa.

Airbnb:

Airbnb è un'agenzia online che permette di prenotare diverse tipologie di sistemazioni per il pernottamento: è utilizzato sia da proprietari di casa vacanza, sia da residenti che affittano alcune stanze nell'abitazione di residenza, ma anche da strutture ricettive quali bed and breakfast, ostelli o alberghi con lo scopo di ottenere una maggiore visibilità. Sebbene dalla sua nascita nel 2007, Airbnb abbia ricoperto un ruolo sempre più importante nel panorama turistico mondiale, il registro della contabilità dei pernottamenti non è ancora sufficientemente regolamentato a livello federale né cantonale, ragion per cui non è possibile disporre ancora di dati ufficiali riguardanti la sua offerta e domanda turistica. Dal 2014 la regione turistica del Vallese ha cominciato a monitorare la domanda turistica generata da Airbnb. A livello ticinese, a fine giugno 2016, le strutture registrate ad Airbnb sono 897, per un totale di 2'462 posti letto

Sono 897 le strutture registrate ad Airbnb in Ticino, per un totale di 2'462 posti letto, il cui prezzo di affitto medio è di 64 CHF a notte

estrapolazione e quindi non permettono di tirare conclusioni generali su questo tipo di alloggi in Svizzera. Poiché questi risultati non sono stati estrapolati, non sono direttamente comparabili con i risultati degli anni precedenti. È possibile reperire i dati al seguente link: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/it/home.gnpdetail.2017-0579.html>

(2,7 per struttura), il totale svizzero è di 18'494 strutture e 48'198 posti letto (2,6 per struttura). Il ruolo di Airbnb non è da considerarsi trascurabile all'interno dell'offerta turistica ricettiva, raggiunge infatti il 15% dell'offerta alberghiera in Ticino e il 19% a livello Svizzero. Il prezzo medio per oggetto è di 137 CHF a notte in Canton Ticino contro i 134 CHF a livello svizzero mentre per il singolo posto letto è di 64 CHF in Ticino contro i 63 medi nazionali.⁹ Per quanto riguarda le regioni ticinesi, si riscontrano alcune differenze per numero di letti e prezzo medio. Le strutture registrate ad Airbnb nell'OTR L hanno una dimensione media di 2,4 letti e un prezzo per posto letto di 76 CHF, nell'OTR LMV di 3 posti letto al prezzo medio di 57 CHF, nell'OTR BAT di 3,2 posti letto al prezzo medio di 38 CHF e nell'OTR MBC di 2,2 posti letto per 70 CHF. Il prezzo medio per casa risulta dunque di 153 CHF per OTR L, 146 CHF per OTR MBC, 130 CHF per OTR LMV e 90 CHF per OTR BAT.

Seconde case:

Per il settore delle seconde non si dispone di dati altrettanto dettagliati come quelli relativi al settore alberghiero e paralberghiero presentati sin qui e, non essendoci una fonte ufficiale di riferimento, spesso sono frutto di aggiustamenti e stime statistiche. Nonostante rappresenti una porzione molto importante del turismo ticinese, il settore delle seconde case è quindi uno di quelli con meno informazioni. Queste ultime vengono ottenute principalmente dai dati sulle tasse di soggiorno dichiarati dalle OTR e da sondaggi ad hoc rivolti ai proprietari. Ad esempio, lo studio su l'impatto economico, curato dal Consorzio impac_ti, ha stimato un numero di pernottamenti in Ticino pari a circa 3 milioni di pernottamenti, dei quali circa 1,5 milioni nell'OTR LMV, 800 mila nell'OTR L, 540 mila nell'OTR BAT e 150 mila nell'OTR MBC. I proprietari di seconde case, che in base al medesimo studio spendono circa 58 CHF al giorno in Ticino, utilizzano la propria residenza per 65 giorni l'anno mediamente, secondo l'inchiesta sulle "Case secondarie nella regione Lago Maggiore e Valli" condotta da O-Tur.¹⁰

Sono circa 3 milioni i pernottamenti registrati in seconde case. La metà dei quali viene effettuata nell'OTR LMV.

⁹ Fonte dati: <https://www.google.ch/>

¹⁰ L'Inchiesta su case ed appartamenti di vacanza in Ticino: comportamenti degli ospiti e caratteristiche dei proprietari, pubblicato a Marzo 2017, è disponibile sul sito di O-Tur al seguente link: <http://www.otur.usi.ch/it/consulenze>

4. Mercato del lavoro

Il rapporto destinazione 2017 analizza per la prima volta il mercato del lavoro relativo al settore turistico utilizzando i dati messi a disposizione dall'UST. L'obiettivo di questo capitolo è quello di esplorare la situazione del mercato del lavoro ticinese nel settore turistico, offrendo una panoramica qualitativa sulle caratteristiche socio-demografiche degli impiegati. In particolare, si focalizza l'attenzione su caratteristiche quali il livello d'istruzione, il genere e la nazionalità, con l'intento di osservare le possibilità d'inserimento nel settore turistico per quelle categorie di persone che trovano difficoltà ad accedere ad altri settori, quali ad esempio persone con un profilo non altamente specializzato, donne oppure stranieri. Le fonti d'informazione relative ai dati sul mercato del lavoro fanno riferimento a due sistemi di rilevazione, differenti per metodologia e per dettaglio di informazione. Le due fonti alle quali si fa riferimento sono la Rilevazione sulle forze di lavoro in Svizzera¹¹ (RIFOS), e la statistica strutturale delle imprese¹² (STATENT).

Rilevazione sulle forze di lavoro in Svizzera (RIFOS)

La rilevazione sulle forze di lavoro in Svizzera (RIFOS) è un'indagine campionaria condotta presso persone fisiche. L'obiettivo principale dell'indagine RIFOS è quello di raccogliere dati sulla struttura della popolazione attiva e sul comportamento in materia di attività professionale, con una metodologia che permetta il confronto dei dati svizzeri con i dati dei Paesi dell'OCSE o dell'Unione Europea. La dimensione campionaria è di circa 126'000 individui, dei quali 105'000 svizzeri e 21'000 stranieri, raggiunti tramite interviste telefoniche ed estratti casualmente dal registro di campionamento dell'UST. Le persone partecipanti alla rilevazione fanno parte del campione RIFOS per un anno e mezzo circa, periodo entro il quale vengono intervistate quattro volte.

Statistica strutturale delle imprese (STATENT)

La rilevazione della statistica strutturale delle imprese (STATENT) si basa sui dati dei registri dell'assicurazione per la vecchiaia e per i superstiti (AVS) e sulle informazioni contenute nel

¹¹ Ulteriori informazioni sulla rilevazione RIFOS sono reperibili al link indicato qui di seguito: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/it/home/statistiche/lavoro-reddito/rilevazioni/rifos.html>

¹² Ulteriori informazioni sulla rilevazione STATENT sono reperibili al link indicato qui di seguito: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/it/home/statistiche/industria-servizi/rilevazioni/statent.html>

registro delle imprese e degli stabilimenti dell'UST. I dati dei registri vengono integrati con informazioni ottenute mediante rilevazioni effettuate presso le imprese, tra le quali *profiling*, *profiling light*, ERST, STATIMP. Le rilevazioni vengono effettuate con periodicità annuale e il periodo di riferimento, ad eccezione delle imprese del settore primario, è il mese di Dicembre.

Nota metodologica

I dati sugli impiegati vengono raccolti solitamente in duplice maniera: sia conteggiando il numero assoluto di impiegati, sia nel conteggio dei cosiddetti equivalenti a tempo pieno (ETP)¹³. Le due metodologie di conteggio restituiscono valori diversi (con un valore di ETP inferiore al numero di impiegati) ragion per cui, per una interpretazione univoca, i risultati relativi a questo capitolo fanno riferimento unicamente agli impiegati ETP. Inoltre, considerando la natura campionaria dei dati e l'obiettivo descrittivo del capitolo, i valori indicati non sono specifici di un anno in particolare ma fanno riferimento alla media degli anni 2012-2015.

Sono 40 mila circa gli impiegati ETP nel metasettore turistico, di cui 10 mila nel settore dei servizi alberghiero e della ristorazione

Il metasettore turistico e il settore dei servizi di alloggio e ristorazione

Il conteggio degli impiegati nel settore turistico è più complicato rispetto a quello di altri settori economici. La causa di questa complicazione deriva dal fatto che, escludendo forse unicamente il personale alberghiero, molte professioni, tra le quali ad esempio quelle relative al settore dei trasporti o della ristorazione, erogano servizi sia per la popolazione residente sia per i turisti. Inoltre, un'altra problematica presente per il conteggio finale è quella che deriva dalla stagionalità degli impieghi turistici e dalla tempistica di raccolta dati. Ad esempio, la statistica della STATENT viene effettuata a fine anno, ma non tiene conto della differente numerosità di impiegati ETP nel settore turistico tra la stagione estiva e quella invernale. A livello ticinese, il primo esercizio dedicato a quantificare il numero di ETP impiegati nel settore turistico è stato svolto nell'ambito dello studio svolto dal Consorzio impac_Ti già citato in questo rapporto. Tale studio considera i posti di lavoro generati dalla domanda diretta ed indiretta di lavoro per il settore turistico e stima un numero di ETP pari a 22'100 individui sulla base delle diverse informazioni raccolte sia dalle statistiche ufficiali sia tramite indagini campionarie *ad hoc*. I dati presentati in questo Rapporto Destinazione, invece, fanno riferimento esclusivamente alle

¹³ Nel calcolo degli ETP si conteggia come forza lavoro unitaria la somma al 100%, ad esempio nel caso di due lavoratori impiegati al 50%, li conteggio degli ETP equivale a un solo impiegato.

statistiche ufficiali STATENT e RIFOS, e considerano come oggetto di analisi gli ETP relativi all'intero metasettore turistico¹⁴. Nel metasettore turistico, comprendente diversi settori economici¹⁵ sono impiegati circa 40 mila lavoratori ETP (STATENT) di cui circa 10 mila unicamente nei settori alberghiero e della ristorazione (STATENT, RIFOS). I dati presentati relativi al settore alberghiero e della ristorazione, che fanno riferimento alla statistica RIFOS, permettono un'analisi più dettagliata sulle caratteristiche socio-demografiche dei lavoratori, mentre quelli sul metasettore, provenienti dalla statistica STATENT, non hanno tali informazioni ma ne hanno altre relative alla regione d'impiego. I risultati presentati nei paragrafi relativi al livello d'istruzione, alla posizione professionale, all'occupazione femminile e all'impiego di stranieri fanno riferimento unicamente ai settori alberghiero e della ristorazione (dati RIFOS), mentre il paragrafo sulle regioni turistiche fa riferimento al metasettore turistico, i cui dati afferiscono alle statistiche della STATENT. È doveroso segnalare come la statistica dei frontalieri (STAF) riporti circa 2'800 lavoratori medi (non ETP) nell'ultimo quinquennio. A causa di metodologie di raccolta e di contenuto dei dati differenti, non è possibile aggregare i dati RIFOS con quelli della STAF, per tale ragione, tutti i risultati sulle caratteristiche sociodemografiche del mercato del lavoro fanno riferimento ai dati RIFOS.

4.1 Livello d'istruzione

Una delle variabili tenute in considerazione per classificare gli impiegati è il livello d'istruzione (o formazione) conseguito. Il livello di istruzione in Svizzera è generalmente suddiviso in 3 livelli: nella formazione di primo livello ricadono coloro che hanno completato la scuola dell'obbligo e la formazione secondaria breve, la formazione di secondo livello comprende formazione professionale elementare, scuola diploma, scuola di cultura generale, apprendistato, scuola

¹⁴ Secondo la definizione più comune, per metasettore si intende un comparto che presenta stretti e intensi legami con altri settori, nei quali le tradizionali separazioni merceologiche tendono progressivamente ad attenuarsi, portando ad un crescente intreccio tra gli stessi.

¹⁵ Il metasettore turistico è composto da: Commercio al dettaglio, escluso quello di autoveicoli e di motocicli, Trasporto terrestre e trasporto mediante condotte, Trasporti marittimi e per vie d'acqua, Trasporto aereo, Servizi di alloggio, Attività di servizi di ristorazione, Attività dei servizi delle agenzie di viaggio, dei tour operator e servizi di prenotazione e attività correlate, Attività creative, artistiche e d'intrattenimento, Attività di biblioteche, archivi, musei e altre attività culturali, Attività riguardanti scommesse e case da gioco, Attività sportive, di intrattenimento e di divertimenti, Attività dei servizi sanitari

professionale a tempo pieno, maturità e scuola magistrale, mentre la formazione di terzo livello comprende scuola professionale superiore, università, politecnico, SUP e ASP. Nella Figura 4.1 è possibile vedere la percentuale di impiegati ETP nel settore turistico in base al livello d'istruzione, in Ticino e Svizzera.

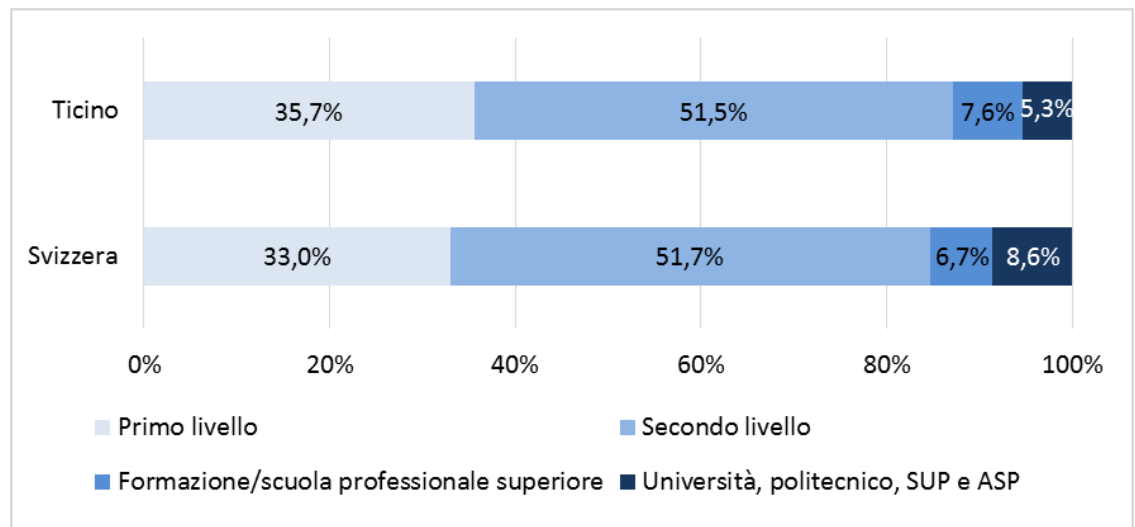


Figura 4.1 – Suddivisione ETP nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione per livello di formazione, in Ticino e in Svizzera (dati RIFOS)

La percentuale degli impiegati ETP con una formazione di primo livello è maggiore in Ticino rispetto alla Svizzera (35,7% contro 33%), mentre la percentuale di impiegati con una formazione di secondo livello non presenta differenze significative tra Ticino e Svizzera (51,5% contro 51,7%). Per quanto riguarda la formazione di terzo livello, date le differenze significative riscontrate, vengono considerati distintamente i diplomati alla scuola professionale superiore e coloro che hanno frequentato università, politecnico, SUP e ASP. In Ticino, rispetto alla Svizzera, c'è una percentuale maggiore di ETP con diploma di scuola professionale superiore (7,6% contro 6,7%), mentre coloro che hanno finito l'università, un politecnico, SUP o ASP sono presenti in percentuale minore in Ticino in confronto con il resto del Paese (5,3% contro 8,6%). Nel complesso, in Ticino, poco più dell'87% degli ETP è composto da individui che non hanno un profilo altamente qualificato. Un dato ancor più elevato rispetto al resto della Svizzera (84,7%) che dimostra l'importanza generale del turismo nel creare posti di lavoro per tutti i profili. In effetti, per sua stessa natura, il turismo ha bisogno anche di manodopera che svolga mansioni ripetitive e non troppo complesse (ad esempio la pulizia, il facchinaggio, i servizi di manutenzione generica, ecc.), le quali possono essere svolte da persone prive di formazione specifica. Tuttavia, è da segnalare come, anche in questi casi, piccoli investimenti nella formazione interna, ad esempio sui temi dell'accoglienza ai turisti, potrebbero migliorare la qualità dell'interazione con il turista e dei servizi turistici offerti.

Diverse mansioni nel settore turistico, essendo ripetitive e non troppo complesse, non richiedono personale altamente qualificato. Nonostante ciò, un investimento nella formazione dei profili che interagiscono con i turisti potrebbe migliorare l'esperienza turistica di questi ultimi

4.2 Posizione professionale

Per quanto riguarda la posizione professionale, si effettua un confronto tra il Ticino e il resto della Svizzera per osservare le differenze nelle strutture organizzative (Figura 4.2).

Rispetto al resto della Svizzera, il Ticino ha una quota maggiore di lavoratori indipendenti, dipendenti della propria impresa o collaboratori familiari, mentre è inferiore il numero di dipendenti.

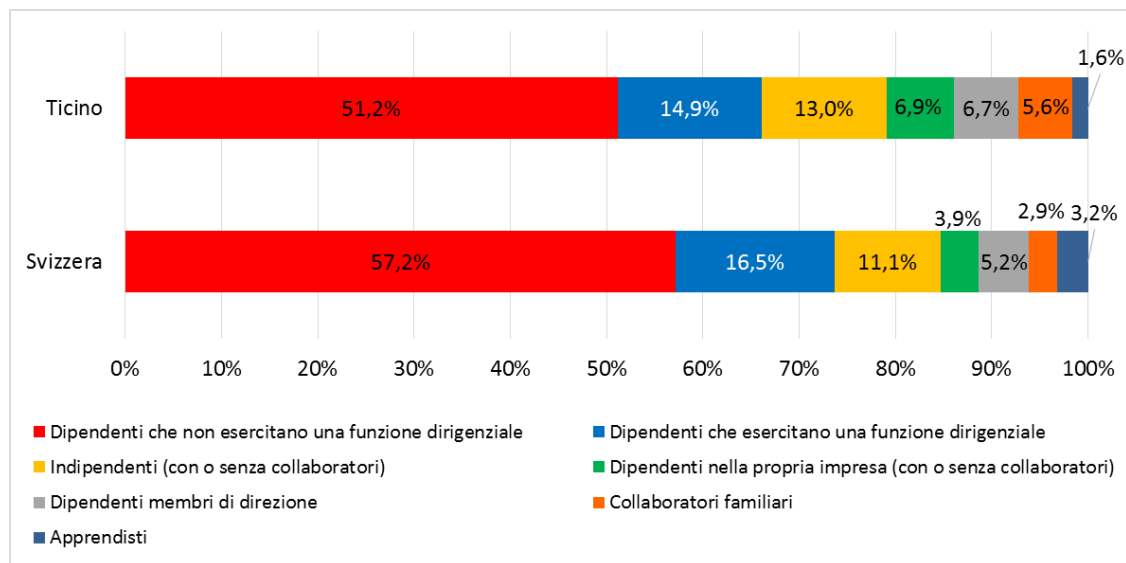


Figura 4.2 – Suddivisione ETP nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione per posizione professionale, in Ticino e in Svizzera (dati RIFOS)

Il Ticino ha una minor quota di lavoratori dipendenti rispetto al resto della Svizzera, sia per quanto riguarda quelli che non esercitano una funzione dirigenziale (51,2% contro il 57,2%), sia per quelli che la esercitano (14,9% contro 16,5%). Per contro, il Ticino ha una quota maggiore di lavoratori indipendenti (13% contro 11,1%), di dipendenti della propria impresa (6,9% contro 3,9%), di dipendenti membri di direzione (6,7% contro 5,2%) e di collaboratori familiari (5,6% contro 2,9%), infine, c'è una quota inferiore di apprendisti in Ticino rispetto al resto della Svizzera (1,6% contro 3,2%).

In Ticino, rispetto al resto della Svizzera, c'è una percentuale maggiore di micro imprese (con meno di 10 dipendenti), mentre sono del tutto assenti le grandi imprese (con un numero di dipendenti maggiore di 250)

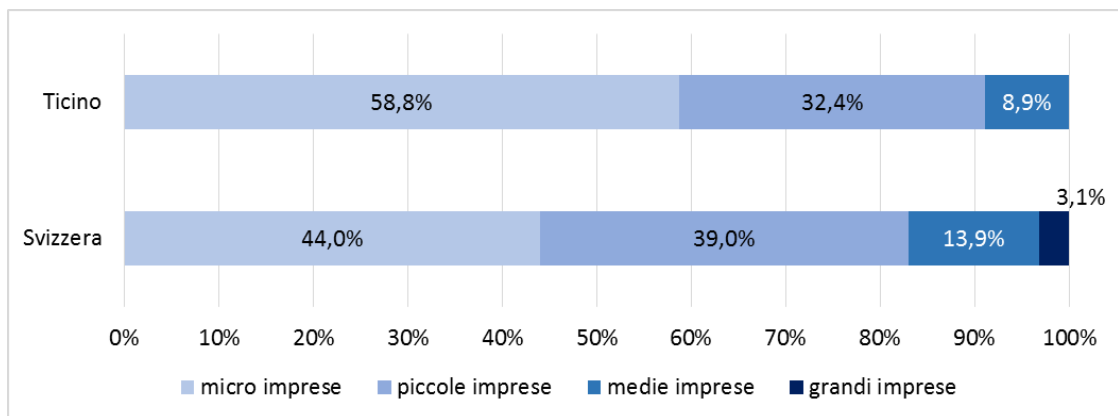


Figura 4.3 – Dimensione delle imprese in Ticino e in Svizzera in base al numero di addetti (dati RIFOS)

Una percentuale maggiore di lavoratori dipendenti in Svizzera è dovuta ad una diversa struttura delle imprese turistiche a livello ticinese rispetto alla Svizzera. Come si può vedere nella Figura

4.3, in Ticino c'è una maggior presenza percentuale di quelle che vengono definite micro imprese, ovvero le imprese fino a 9 impiegati (58% contro 44%), ed una percentuale minore di piccole e medie imprese, ovvero quelle fino a 250 addetti. In Ticino non sono presenti grandi imprese (imprese con più di 250 addetti), mentre si registra un 3,1% di grandi imprese a livello svizzero.

4.3 Occupazione femminile

A livello svizzero, per quanto riguarda l'economia in generale, la quota di donne impiegate è pari al 45,8% del totale, mentre a livello ticinese raggiunge il 43,7%. Nella Figura 4.3 è possibile vedere le differenze nell'impiego di donne nel settore turistico in Ticino e in Svizzera.

Nel settore turistico c'è un impiego femminile significativamente superiore rispetto al resto dell'economia.

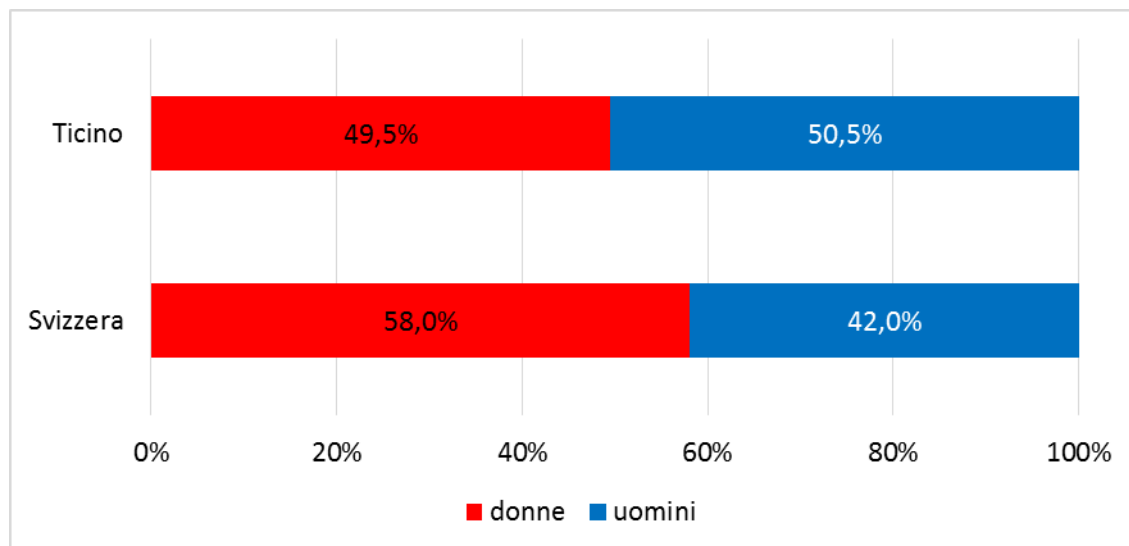


Figura 4.4 – Suddivisione ETP nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione e nell'economia in generale per genere, in Ticino e in Svizzera (dati RIFOS)

Il settore turistico ricopre un ruolo fondamentale per quanto riguarda l'impiego di donne, sia a livello svizzero, sia, seppur con numeri inferiori, a livello ticinese. In Svizzera le donne impiegate nel turismo sono il 58% del totale, mentre a livello ticinese il numero di queste ultime è quasi pari a quello degli uomini impiegati (49,5%). Il turismo è dunque un settore che riesce a bilanciare bene l'impiego di donne e uomini, con una quota di impiegati donna superiore alla media degli altri settori. Di seguito, nella Figura 4.4 è possibile vedere a livello ticinese come si posiziona il turismo nella classifica delle sezioni economiche che meglio bilanciano la quota di impiegati donne e uomini. I 21 settori economici sono stati raggruppati in 9 sezioni economiche secondo la classificazione NOGA, si è deciso di fare riferimento a quest'ultima classificazione per avere una visione complessiva più adeguata alle finalità dell'analisi, che è quella di paragonare

l'impiego femminile nel turismo con altre sezioni, senza scendere in livelli di dettaglio che non siano funzionali al focus dell'analisi.

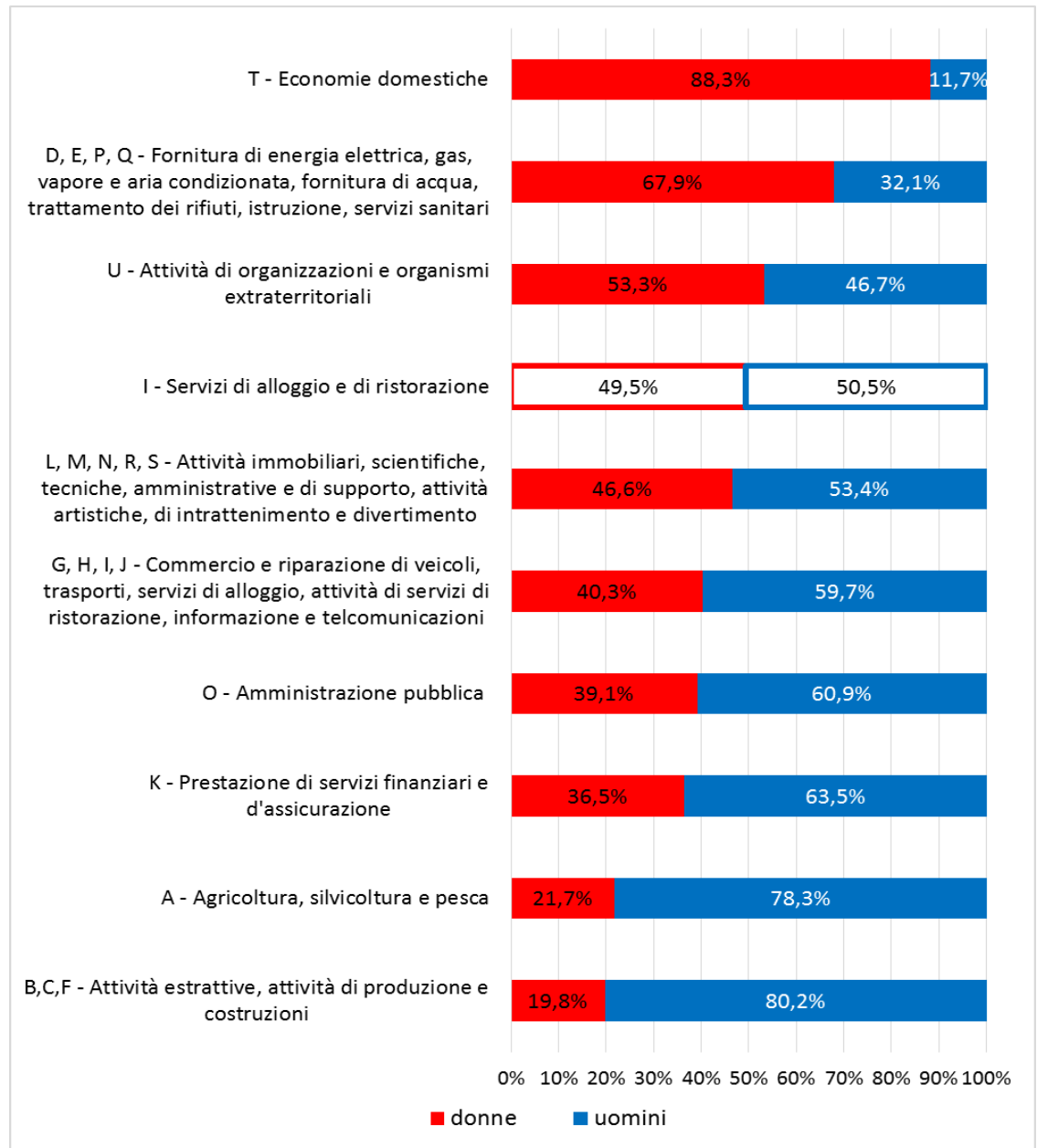


Figura 4.5 – Suddivisione ETP nelle varie sezioni economiche per genere, in Ticino (dati RIFOS)

Con il 49,5% di donne impiegate, il settore turistico, composto dai servizi di alloggio e ristorazione, si posiziona al quarto posto nella classifica delle sezioni economiche, meglio rispetto alla sezione economica di appartenenza (40,3%). La sezione economica con la più alta quota di donne è quella delle economie domestiche (88,3%), seguita dalla sezione comprendente i settori di fornitura di energia elettrica, gas, vapore e aria condizionata, fornitura di acqua, trattamento dei rifiuti, istruzione, servizi sanitari (67,9%). Le sezioni economiche con

meno presenza di impiegati donne sono quella dell'agricoltura, silvicoltura e pesca (21,7%) e quella relativa ai settori di attività estrattive, produzione e costruzioni (19,8%). Per quanto riguarda i lavoratori frontalieri, il tasso di occupazione femminile si aggira intorno al 43%.

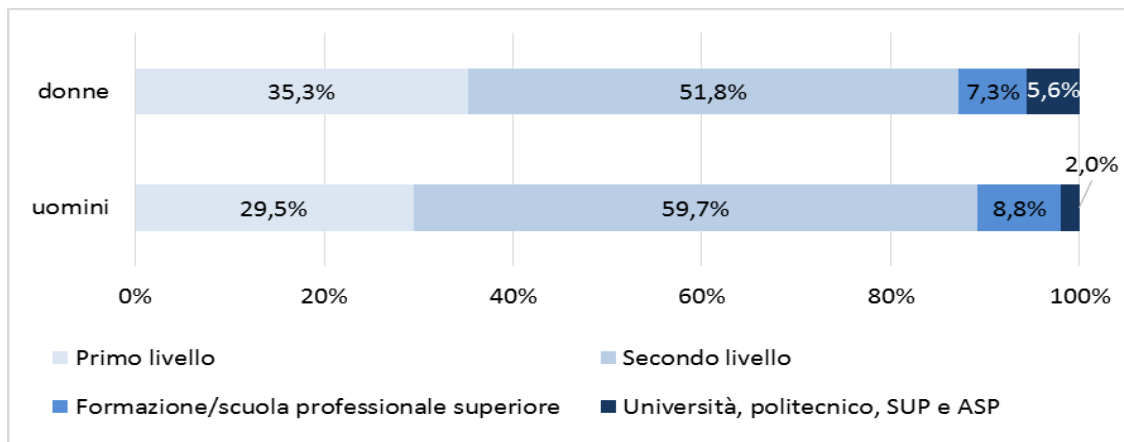


Figura 4.6 - Suddivisione ETP nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione per livello di formazione e genere, in Ticino (dati RIFOS)

Osservando il dato incrociato tra il sesso e il livello d'istruzione, si registra un livello d'istruzione mediamente più elevato tra gli uomini rispetto alle donne, con il 70,5% degli uomini aventi un livello d'istruzione superiore al primo, contro il 64,7% delle donne (Figura 4.6). Il dato sulla posizione professionale in relazione al sesso (Figura 4.7) mostra una maggior percentuale di dipendenti che non esercitano una funzione dirigenziale tra le donne (55,2% contro 37,8%).

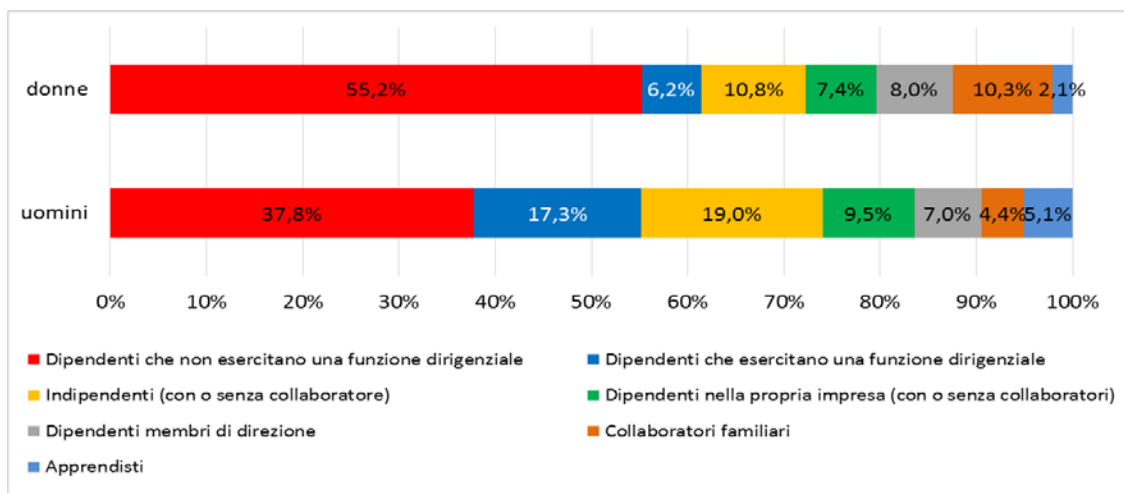


Figura 4.7 - Suddivisione ETP nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione per posizione professionale e genere, in Ticino (dati RIFOS)

Tra gli uomini c'è una percentuale maggiore di dipendenti con una funzione dirigenziale (17,3% contro 6,2%) e di lavoratori indipendenti (19% contro il 10,8% tra le donne).

4.4 Impiego di stranieri

I lavoratori stranieri rappresentano una categoria di lavoratori con una facilità d’inserimento nel mondo del lavoro piuttosto disomogenea a livello settoriale, con probabilità maggiori d’inserimento in alcuni settori quali ad esempio l’edilizia, e notevolmente più basse per quanto riguarda ad esempio l’amministrazione pubblica. A livello nazionale i lavoratori stranieri residenti corrispondono al 23,4% del totale degli impiegati (28,6% considerando anche i lavoratori frontalieri), mentre a livello ticinese sono il 27,2% (49% considerando anche i lavoratori frontalieri).

Nella Figura 4.8 è possibile confrontare la quota di lavoratori stranieri sul totale nel settore turistico, sia in Ticino che in Svizzera. Sia a livello nazionale che a livello ticinese, il settore turistico registra un numero di impiegati stranieri significativamente superiore al resto dell’economia.

A livello svizzero il 45,1% del totale degli impiegati ETP è di origine straniera (49% considerando anche i lavoratori frontalieri) mentre nel Canton Ticino questo valore sale al 53,6% (59% considerando anche i lavoratori frontalieri).

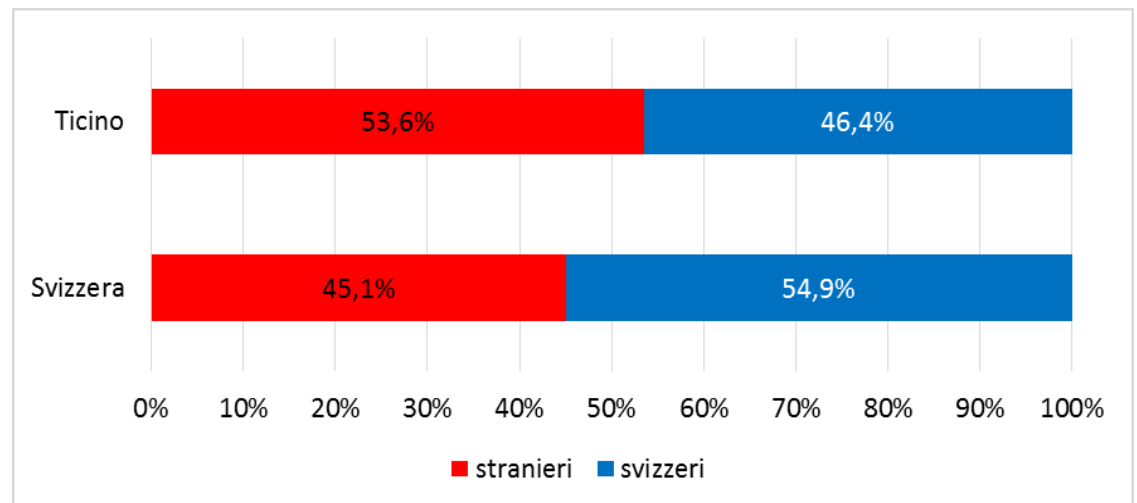


Figura 4.8 – Suddivisione ETP nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione e nell’economia in generale per nazionalità, in Ticino e in Svizzera (dati RIFOS)

Per uno sguardo più completo all’importanza della forza lavoro straniera nel settore turistico è utile osservarne un confronto con la quota di impiego negli altri settori, illustrato nella Figura 4.9.

Il settore turistico è quello che presenta la maggior quota di lavoratori stranieri sul totale (53,6%), con un valore molto maggiore rispetto alla sezione economica di appartenenza (G,H,I,J, 34,9%).

Il settore turistico è quello che registra la maggior quota di lavoratori stranieri, dovuto probabilmente ad una maggiore flessibilità di questi ultimi e ad una maggiore predisposizione rispetto ai residenti a contratti stagionali o senza prospettive di lungo periodo.

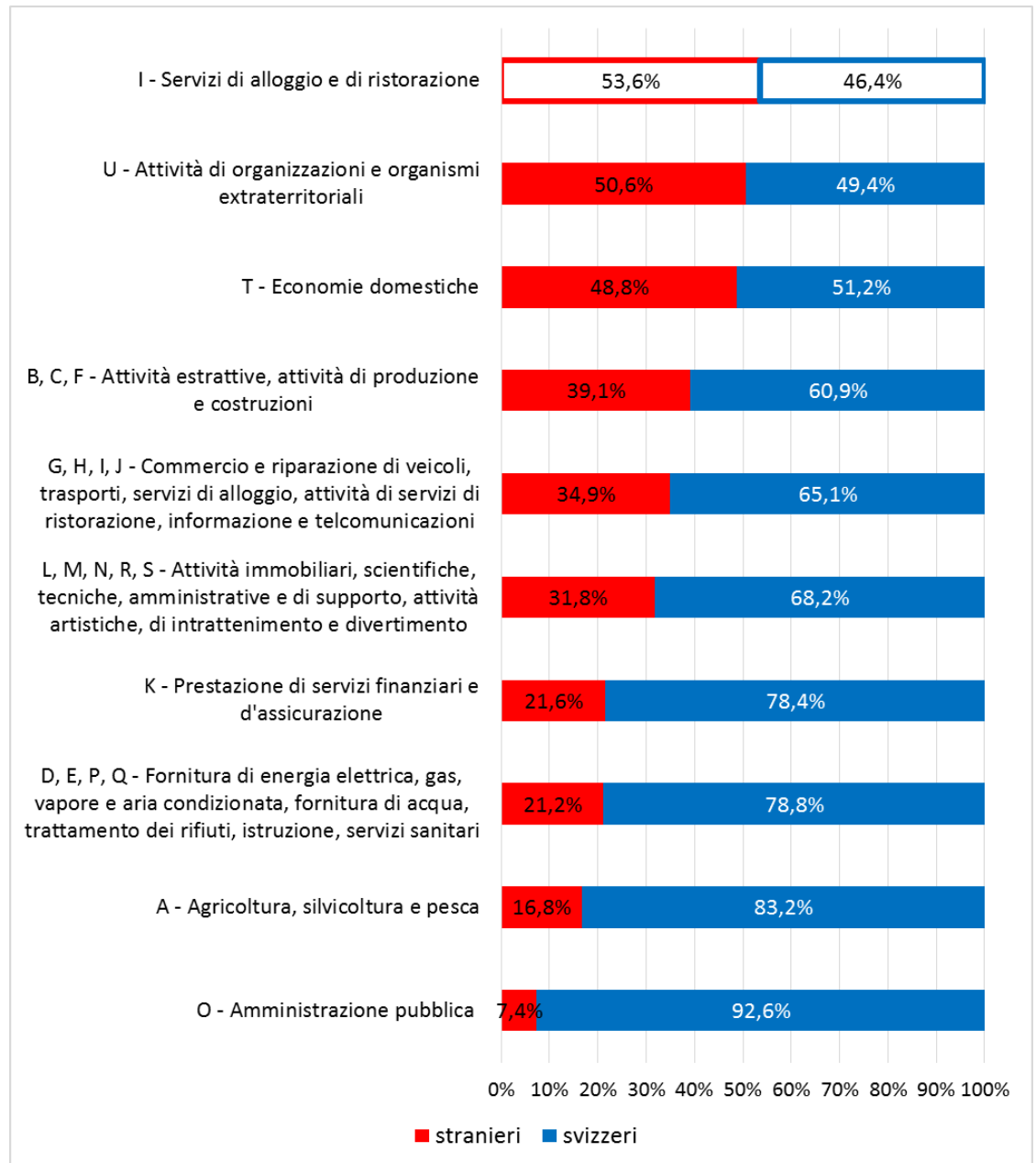


Figura 4.9 – Suddivisione ETP nelle varie sezioni economiche per nazionalità, in Ticino (dati RIFOS)

Seguono la sezione economica delle attività di organizzazioni e organismi territoriali (50,6%) e le economie domestiche (48,8%). Le sezioni economiche con quota minore di impiegati stranieri sono quelle di agricoltura, silvicoltura e pesca (16,8%) e l'amministrazione pubblica (7,4%). I motivi per i quali l'impiego di lavoratori stranieri è particolarmente richiesto nel settore turistico sono vari, tra i quali un'elevata flessibilità richiesta sulla stagionalità del lavoro e l'impossibilità di garantire contratti di lungo periodo da parte dei datori di lavoro, caratteristiche che raramente

rendono le posizioni appetibili per le forze lavoro domestiche. Osservando il dato incrociato tra la nazionalità e il livello d'istruzione tra i residenti in Ticino, si registra un livello d'istruzione mediamente più elevato tra gli svizzeri rispetto agli stranieri, con l'80,9% degli svizzeri aventi un livello d'istruzione superiore al primo, contro il 55,2% degli stranieri (Figura 4.10).

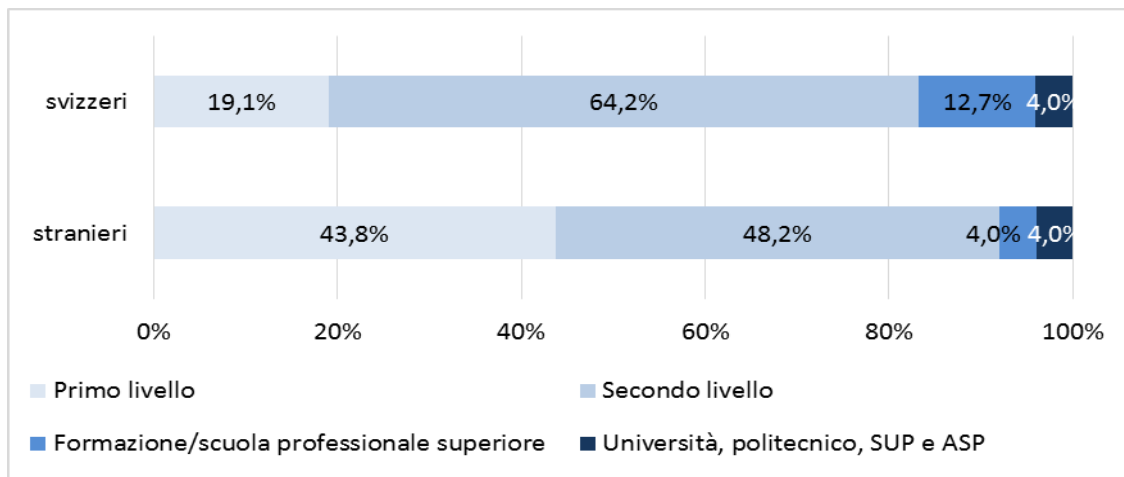


Figura 4.10 - Suddivisione ETP nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione per livello di formazione e nazionalità, in Ticino (dati RIFOS)

Il dato sulla posizione professionale in relazione alla nazionalità (Figura 4.11) mostra una maggior percentuale di dipendenti che non esercitano una funzione dirigenziale tra gli stranieri rispetto agli svizzeri (61,4% contro 29,8%).

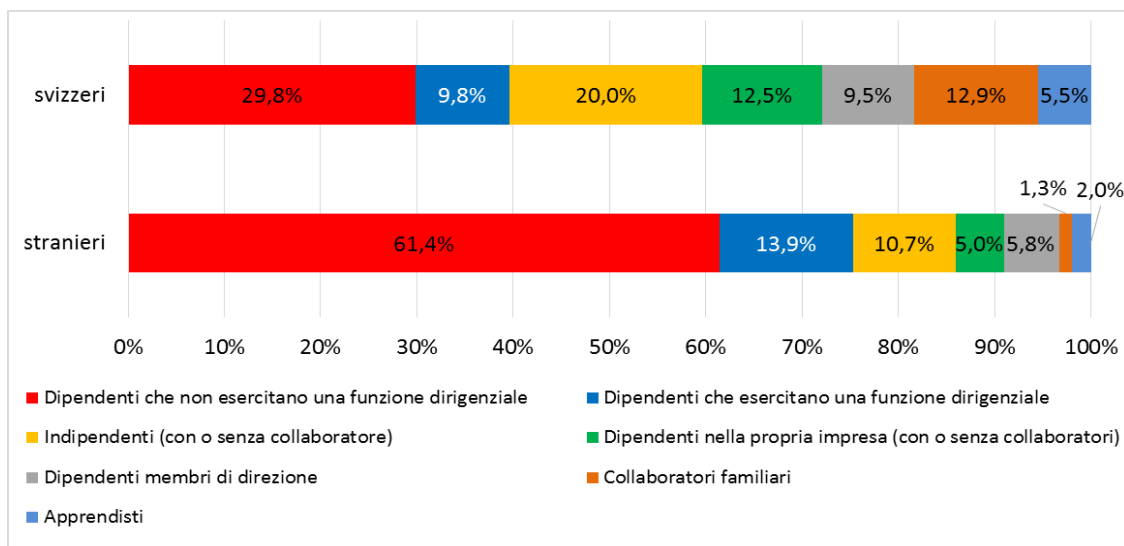


Figura 4.11 - Suddivisione ETP nel settore dei servizi di alloggio e ristorazione per posizione professionale e nazionalità, in Ticino (dati RIFOS)

Una differenza colmata da una maggior percentuale di lavoratori svizzeri indipendenti (20% contro 10,7%), dipendenti nella propria impresa (12,5% contro 5%) e di collaboratori familiari (12,9% contro l'1,3% tra gli stranieri).

4.5 Regioni turistiche

La fonte dati per le analisi presentate in questo paragrafo è la statistica strutturale delle imprese (STATENT), che permette di analizzare gli occupati ed equivalenti a tempo pieno a livello regionale nel metasettore turistico. Il metasettore turistico non prende in considerazione solamente il settore dei servizi alberghieri e di ristorazione ma tutti quei settori che giocano un ruolo nell'industria turistica¹⁶. I dati relativi alla STATENT fanno riferimento alle rilevazioni di fine anno, sono dunque da considerare eventuali variazioni dovute alla stagionalità che non vengono prese in considerazione nei valori di fine anno. Nella Figura 4.12 è possibile osservare gli ETP nelle diverse OTR.

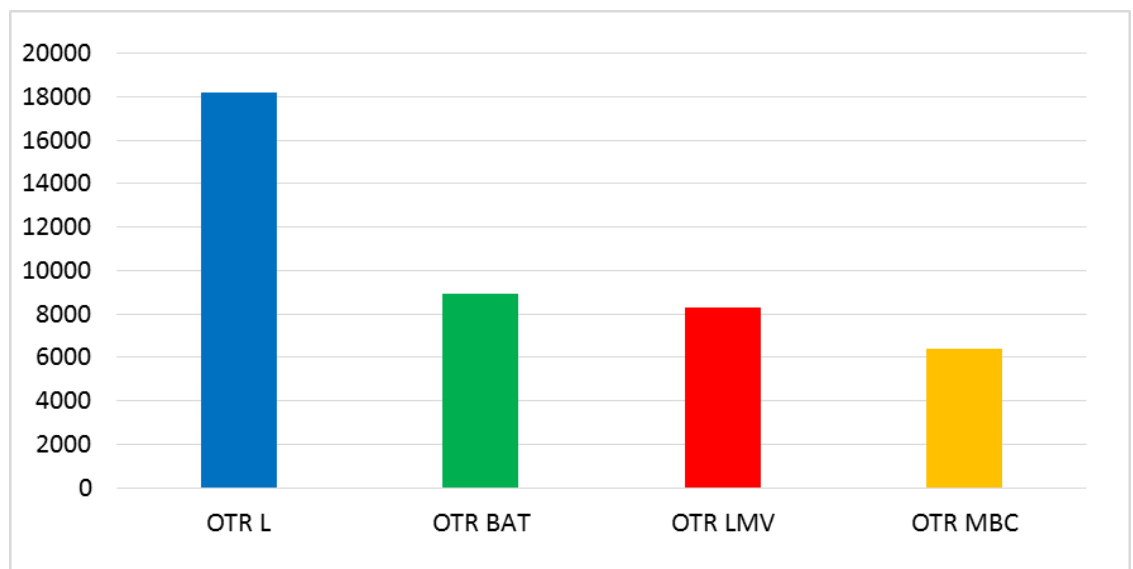


Figura 4.12 – Suddivisione ETP nel metasettore turistico nelle 4 OTR ticinesi (dati STATENT)

Gli ultimi dati fanno riferimento all'anno 2014, stando ai quali, l'OTR L conta il maggior numero di ETP nel settore turistico (18'187), seguito da OTR BAT (8'944), OTR LMV (8'272) e OTR MBC (6'375). Le statistiche relative agli ETP degli ultimi anni mostrano un trend crescente in tutte le OTR, con un tasso maggiore nell'OTR L, indice del fatto che il contributo che il settore turistico sta dando in termini di occupazione è in aumento. Tuttavia, è doveroso ricordare come il metasettore sia composto non solamente da settori i cui servizi siano rivolti unicamente ai turisti, ma da molti settori che vengono utilizzati dalla popolazione residente, ragion per cui è fisiologico

¹⁶ I settori coinvolti sono indicati nel primo paragrafo di questo capitolo.

che nella regione di OTR L (che conteggia il 41% dei residenti totali del Canton Ticino) ci sia il numero più elevato di ETP (pari a circa il 43% del totale in Ticino) rispetto alle altre regioni. Inoltre, come menzionato in precedenza, i dati della statistica STATENT vengono raccolti a fine anno e quindi la distribuzione degli ETP nelle diverse OTR presentata non rispecchia la stagionalità delle regioni.

5. Conclusioni

Il settore turistico ricopre un ruolo fondamentale a livello mondiale, secondo le stime dell'organizzazione mondiale del turismo (UNWTO)¹⁷ infatti il 10% del prodotto interno lordo è generato dal turismo e circa un impiegato su undici ricopre una posizione legata al settore turistico. I numeri relativi al Canton Ticino sono molto simili a quelli mondiali e registrano circa il 12% dell'occupazione cantonale legata al turismo con il 9,6% del PIL cantonale generato dal settore¹⁸. Gli ultimi dati completi disponibili, analizzati nel presente documento, mostrano diversi segnali di ripresa rispetto alle tendenze negative degli ultimi anni che è valso la pena contestualizzare in questo documento.

Il settore alberghiero

In particolare, nel settore alberghiero ticinese, i valori della statistica censuaria HESTA - mostrati nel secondo capitolo - indicano come nel 2016 arrivi e pernottamenti siano cresciuti rispetto all'anno precedente. Un evento questo che dal 2007 si era verificato solamente un'altra volta (nel 2013) e che è quindi molto importante accogliere con ottimismo. Tuttavia, non va dimenticato che il 2015, utilizzato come termine di paragone, è storicamente uno degli anni più difficili per il settore. Infatti, se si estende l'analisi anche al quinquennio precedente, rimane difficile archiviare il 2016 come un'annata particolarmente positiva. D'altro canto, un'ulteriore ventata di ottimismo giunge dai dati parziali e provvisori del 2017¹⁹ che confermano il trend positivo iniziato nel 2016. La permanenza media, invece, ricalca una tendenza negativa ormai in atto da diverso tempo non solo in Ticino.

Se si osservano i mercati di origine, un altro segnale positivo relativo al 2016 riguarda l'aumento di turisti domestici in tutte e quattro le OTR, aspetto che assume una doppia rilevanza vista l'importante quota che i turisti confederati rivestono per il turismo ticinese e che, in una certa misura, premia gli sforzi e le innovazioni di marketing rivolte al mercato interno da parte dell'ATT

¹⁷ Consultabili al sito: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>

¹⁸ Dati dello studio sull'impatto economico del turismo in Ticino consultabile al seguente link: [Rapporto finale impatto economico del turismo in Ticino.pdf](#)

¹⁹ Il sito di O-Tur divulga mensilmente i dati del settore alberghiero: <http://www.otur.usi.ch/it/analisi-domanda>

e delle singole OTR, le quali sembrano essere riuscite a comprenderne e soddisfarne le esigenze. Le strategie di marketing in collaborazione tra l'ATT e le OTR²⁰, infatti, dopo l'entrata in vigore della nuova legge sul turismo hanno subito un cambiamento rispetto al passato, permettendo a queste ultime di occuparsene attivamente e finanziariamente (oltre ad effettuare il lavoro di accoglienza, informazione, organizzazione eventi e cura del territorio). Tale collaborazione ha permesso così di focalizzarsi su target di riferimento più precisi²¹ e di utilizzare strategicamente tutti gli strumenti a disposizione (oltre alla promozione classica effettuata con stampati, eventi o fiere, le campagne sono state condotte tramite promozione su diversi media, contatti con tour operator e tramite social network). Da questo punto di vista, ciò che è stato interessante analizzare sono le tendenze di ciascuna OTR all'interno di quei mercati esteri che vengono indicati da queste come strategici e sui quali concentrano le attività di promozione. I risultati del 2016 si confermano incoraggianti e, salvo alcuni casi, sono stati migliori rispetto al 2015. Tuttavia, anche in questo caso, se si estende il paragone anche ai risultati precedenti il 2015, la situazione risulta leggermente meno rosea. D'altro canto, va ricordato che l'attuale legge sul turismo è relativamente nuova e che i risultati delle campagne e attività promozionali su questi mercati andranno valutati nel medio termine.

Spostando l'attenzione dalla domanda all'offerta alberghiera, anche questo rapporto conferma la tendenza negativa degli ultimi anni. Tuttavia, al di là del fatto concreto e serio della difficoltà delle micro imprese a conduzione familiare, ciò che fa ben sperare sono il rinnovato interesse per gli investimenti nel settore²². La difficoltà riscontrata da micro imprese è un fenomeno da non trascurare dato l'impatto che può avere a livello economico e sociale. Un aspetto da tenere

²⁰ La strategia di marketing di ATT e OTR è consultabile sul "Piano di attività Marketing 2017" disponibile al seguente link <http://www.ticino.ch/it/about-us.html>

²¹ A tal proposito si citano tra gli altri gli esempi del marketing "personas" dell'ATT (che individua quattro profili di turisti tipo), le campagne mirate dell'OTR LMV (quali ad esempio quelle sulla Svizzera romanda) o le collaborazioni strategiche con importanti partner nazionali (Migros Cumulus, Admeira, FFS- RailAway, Ringier, TicketCorner, AZ Medien, per citarne alcuni), così come il marketing mirato a segmenti specifici (MICE e turismo culturale per OTR L, mountain-bikers per OTR L e OTR BAT, turisti da shopping per OTR L e OTR MBC) o un marketing incentrato sui patrimoni della regione (Monte San Giorgio e in generale tutta la "regione da scoprire" per OTR MBC o i castelli di Bellinzona per OTR BAT).

²² La "Domanda del mese" rivolta al Panel O-Tur nel Settembre 2016 metteva in evidenza proprio questo aspetto: http://www.otur.usi.ch/sites/www.otur.usi.ch/files/uploads/barometro_settembre_2016.pdf

in considerazione per venire incontro alle necessità di queste ultime potrebbe essere la promozione e la creazione di esperienze turistiche specifiche per quella tipologia di turismo alla ricerca di un ambiente familiare, così come un'indagine ulteriore relativa a caratteristiche, preferenze e attitudini di questo segmento.

Il settore paralberghiero

Il 2016 è il primo anno in cui vengono raccolte e divulgate dall'UST statistiche per quanto riguarda domanda e offerta di abitazioni di vacanza sfruttate commercialmente e alloggi collettivi. Questa novità contribuisce a definire con maggiore precisione i confini del settore paralberghiero. I dati ufficiali del 2016 confermano quanto il settore ricopra un ruolo importante a livello svizzero, con il 30% circa del totale dei pernottamenti effettuati in tale settore, ma ancora di più in Canton Ticino, dove tale valore sale al 40%. Il contributo principale arriva dal settore dei campeggi, che con 659'073 pernottamenti ammonta a circa il 17% della domanda globale in Ticino²³, seguito dal 12% delle abitazioni di vacanza (441'095) e dal 10% degli alloggi collettivi (393'128). Tuttavia, va precisato che all'interno della definizione di settore paralberghiero le opzioni di alloggio sono eterogenee e, di conseguenza, è importante cercare di analizzare e commentare ciascuna delle soluzioni con la dovuta attenzione sottolineandone le rispettive specificità. All'interno del terzo capitolo, ciascuna di queste tipologie è stata presentata in dettaglio a seconda delle informazioni disponibili.

- Abitazioni di vacanza: Le abitazioni di vacanza affittate contribuiscono circa al 30% della domanda che non fa riferimento agli alberghi e, in analogia con quanto avviene in quel settore, sono caratterizzate da una clientela tendenzialmente domestica (74% circa). Nonostante diverse analogie con gli hotel, sono diversi i tratti distintivi di questa tipologia d'alloggio che assume un ruolo fondamentale in Ticino se si osserva il tipo e il livello di indotto generato. Infatti, la permanenza media degli ospiti in abitazioni di vacanza è di circa una settimana e la spesa media in Ticino di ogni turista che pernotta in abitazioni di vacanza è di circa 102 CHF al giorno²⁴. Il fatto di poter disporre finalmente

²³ Si ricorda che i dati dei campeggi vengono raccolti dall'UST tramite la statistica HESTA.

²⁴ I dati facenti riferimento alla spesa media e alla durata dei soggiorni riportati in questa sezione

di statistiche dell'UST con una frequenza stabilita permetterà un monitoraggio costante dell'evoluzione di questo comparto, tuttavia, viste le peculiarità, sarà importante investigarne ulteriori aspetti anche tramite indagini specifiche²⁵.

- Alloggi collettivi: I turisti che scelgono gli alloggi collettivi costituiscono circa il 26% della domanda paralberghiera in Ticino e presentano una permanenza media paragonabile a quella degli ospiti del settore alberghiero (2,2 contro 2,1). Secondo le stime questi turisti spendono circa 86 CHF al giorno.
- Campeggi: Il settore dei campeggi nel Canton Ticino genera circa il 24% dei pernottamenti a livello nazionale, ed è anche la tipologia d'alloggio più scelta dagli ospiti nel Canton Ticino dopo quella alberghiera (soprattutto nel periodo estivo). Sono 659 mila circa i pernottamenti generati dagli ospiti di questa categoria e, secondo le stime, la spesa media di questi ultimi ammonta a circa 74 CHF al giorno. I turisti che scelgono il campeggio pernottano mediamente per 3,7 giorni in Ticino, un valore superiore alla media nazionale di 2,9. Risulta evidente, dai dati presentati, il ruolo centrale del settore dei campeggi per il turismo ticinese. Infatti, nei mesi di luglio e agosto, in regioni importanti come quella del Lago Maggiore e Valli, la domanda rivolta al comparto assume dimensioni paragonabili a quella del settore alberghiero²⁶. Avendo a disposizione i dati storici della statistica HESTA è stato interessante notare come, in analogia con il settore alberghiero, il 2016 in Ticino abbia fatto registrare un aumento sia degli arrivi che dei pernottamenti, fatto che, anche in questo caso, non accadeva da diversi anni - in particolare dal 2009 - e che è doveroso accogliere con consapevole ottimismo. In conclusione, per i campeggi, va sottolineato un ulteriore aspetto comune al settore alberghiero. Esiste in Ticino un'offerta di strutture molto eterogenee tra loro,

provengono dalla statistica PASTA e dallo studio sull'impatto economico del turismo in Ticino consultabile al seguente link: [Rapporto finale impatto economico del turismo in Ticino.pdf](#)

²⁵ Come, ad esempio, l'indagine sui comportamenti degli ospiti e le caratteristiche degli ospiti che ha permesso di chiarire alcuni degli aspetti legati sia alla scelta di questa particolare tipologia di alloggio sia alla mobilità degli ospiti: [Case e abitazioni di Vacanza indagine2017-03-07.pdf](#)

²⁶ Al seguente link è possibile scaricare l'infografica relativa al 2015:

<http://www.otur.usi.ch/sites/www.otur.usi.ch/files/uploads/campeggiotlmv2015.pdf>

che variano per dimensioni, localizzazione e organizzazione/gestione, e non sempre il risultato aggregato del settore rispecchia l'andamento delle singole strutture (o delle regioni). Vista l'importanza dei campeggi in Ticino è auspicabile che si mantenga verso queste strutture una continua attenzione e, sfruttando il fatto di essere il punto di riferimento a livello Svizzero, si continui ad investire per poter offrire ai turisti strutture moderne e attrattive che garantiscano al meglio la soddisfazione di tutte le esigenze della categoria di turisti che alloggiano in queste strutture, tra le quali ad esempio un più ampio contatto con la natura.

Focus: Spesa media per tipologia di alloggio

Le statistiche su arrivi e pernottamenti sono importanti per analizzare i trend della domanda turistica, ma una valutazione più approfondita dell'importanza del turismo per l'indotto economico si può dedurre osservando quella che è la spesa media di ogni turista durante l'intero soggiorno. Utilizzando le informazioni della spesa media calcolata dallo studio su l'impatto economico del turismo in Ticino e quelle relative alla permanenza media degli ospiti, è stata stimata la spesa complessiva generata dal turista durante il soggiorno in Ticino. Gli ospiti che contribuiscono maggiormente all'economia cantonale sono quelli che scelgono le abitazioni di vacanza, con una spesa media di 724 CHF a soggiorno a persona, seguiti da coloro che pernottano nel settore alberghiero (433), campeggi (274) e alloggi di gruppo (189). Gli ospiti giornalieri, che rappresentano circa il 20% del totale delle presenze in Ticino, spendono circa 90 CHF in media (Figura 5.1).

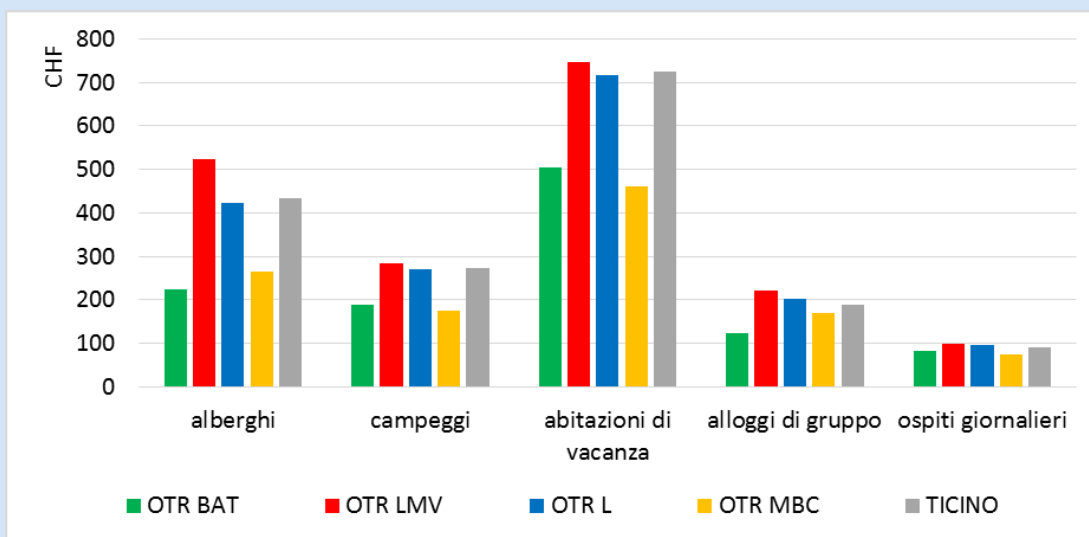


Figura 5.1 – Spesa media complessiva del soggiorno nelle varie strutture d'alloggio. (Stima O-Tur su dati HESTA e informazioni dello studio su "l'impatto economico del turismo in Ticino")

I dettagli con i valori specifici nelle diverse OTR è presentato nella tabella 5.1.

	OTR BAT	OTR LMV	OTR L	OTR MBC	TICINO
alberghi	225	525	423	264	433
campeggi	189	285	270	174	274
abitazioni di vacanza	504	746	717	462	724
alloggi di gruppo	123	222	202	169	189
ospiti giornalieri	82	100	95	74	90

Tabella 5.1 - Spesa media complessiva del soggiorno nelle varie strutture d'alloggio. (Stima O-Tur su dati HESTA e informazioni dello studio su "l'impatto economico del turismo in Ticino")

È doveroso segnalare come nella presente analisi sia rappresentata la spesa media, valore che nell'albergheria è molto variabile in base alla categoria: a livello ticinese varia dai circa 340 CHF negli alberghi a 1-2 stelle fino a 580 CHF per quelli a 4-5 stelle.

Il mercato del lavoro

Il turismo abbraccia in Ticino, come nel resto del mondo, un ampio spettro di attività, tipi di imprese, contratti e accordi di lavoro. Tuttavia, non sempre si dispone degli strumenti adeguati per misurarne ed analizzarne i diversi aspetti. Fortunatamente la Svizzera assieme ad altri paesi quali Austria, Brasile, Spagna e Nuova Zelanda, come spiegato dall'UNWTO²⁷, può considerarsi un buon esempio con statistiche ufficiali relativamente dettagliate. Per la prima volta quest'anno, da parte di O-Tur, è stato analizzato il mercato del lavoro per quel che riguarda il settore turistico in Ticino. Nonostante l'ottima base di informazioni a disposizione, è doveroso specificare come rimangano alcuni vincoli dettati dalle statistiche disponibili. Ad esempio, nelle categorie NOGA²⁸, sono considerate come professioni turistiche solamente le voci relative a servizi di alloggio e ristorazione, e non sono considerate nel conteggio altre professioni quali i trasporti turistici o il personale delle diverse attività prettamente turistiche. Inoltre può succedere che la periodicità di raccolta dati non coincida con la stagionalità del fenomeno. Ad esempio in Ticino il fatto che

²⁷ I documenti possono essere consultati al link: [ilo-unwto-promote-reliable-and-comparable-statistics-tourism-employment](https://www.unwto.org/en/promote-reliable-and-comparable-statistics-tourism-employment)

²⁸ Maggiori informazioni possono essere trovate nel sito dell'UST:

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/it/home/statistiche/industria-servizi/nomenclature/noga.html>

la statistica dell'UST denominata STATENT veda come periodo di raccolta dati il mese di dicembre può portare ad una sottostima o ad imprecisioni. A livello ticinese, una prima e utile analisi relativa al mercato del lavoro nel settore turistico è stata proposta nello studio de "L'impatto economico del turismo in Ticino", il quale, nel tentativo di individuare l'indotto economico generato dal turismo in senso ampio, considera anche professioni non direttamente turistiche, ma che hanno a che fare con tutta l'economia che gravita attorno al settore, come ad esempio coloro che effettuano lavori di ammodernamento in case secondarie. D'altro canto, l'analisi proposta in questo studio ha l'obiettivo principale di fornire un quadro qualitativo sulle caratteristiche socio-demografiche della forza lavoro impiegata. I dati mostrati nel quarto capitolo evidenziano come il turismo svolga in Ticino, come in molte altre destinazioni, una funzione sociale oltre che economica, offrendo una possibilità d'impiego più alta per tutte quelle categorie che incontrano difficoltà nel trovare una collocazione in altri settori, quali ad esempio personale con un livello di istruzione non altamente qualificato, donne o stranieri. Tuttavia, le statistiche mostrate, essendo una media degli ultimi cinque anni, devono servire come base per un'ampia riflessione sulle competenze a disposizione del settore. La competitività di un territorio infatti non dipende solo dall'accessibilità, dall'organizzazione della ricettività, dai servizi e dalle risorse a disposizione, ma anche dall'insieme delle competenze che consentono di attivare il potenziale attrattivo della destinazione adattandolo alle esigenze della domanda e orientandolo verso obiettivi condivisi. Infatti, le competenze della forza lavoro hanno un ruolo strategico sia a livello aziendale - nella gestione di specifiche attività turistiche -, sia a livello territoriale - nella definizione, realizzazione, gestione e monitoraggio delle politiche di sviluppo turistico. Come accade in molti altri settori, anche nel turismo, il livello di sviluppo competitivo è spesso determinato più dalla disponibilità di competenze adeguate e strategicamente orientate che non dalla disponibilità di risorse. Competenze che, in un settore che si vuole rilanciare come quello turistico in Ticino, devono essere espresse tanto dal settore privato quanto da quello pubblico.

Riflessioni conclusive

Dopo anni di trend negativo, il 2016 ha presentato un'inversione di tendenza, registrando un aumento di pernottamenti rispetto al 2015 sia nel settore alberghiero che nei campeggi. I numeri sono da interpretarsi come un segnale positivo, ma non è possibile - al momento - dire con certezza se questo segnale, assieme ai dati incoraggianti del 2017, sia effettivamente l'inizio di un trend crescente duraturo. In questo senso, anche le previsioni dei modelli statistici sviluppate

da O-Tur – che non tengono conto di tutti quei fattori “straordinari” come l’apertura della galleria ferroviaria di base del San Gottardo, l’introduzione del Ticino Ticket o l’offerta “tutto il Ticino a metà prezzo” per i soci Raiffeisen – indicano che il 2018 potrebbe ancora essere un anno positivo, ma forse non ai livelli del 2017.

Nel commento dei risultati positivi del 2016 e le aspettative per il futuro non va sicuramente tralasciato il fattore legato alla sicurezza percepita dagli ospiti che si recano in Svizzera. In un contesto come quello attuale, nel quale molte destinazioni turistiche tradizionali sono state teatro di eventi tragici, vi è stato un cambiamento dei comportamenti e delle preferenze dei turisti durante i loro spostamenti²⁹. Questo fatto conferma che il consumo di una vacanza può aumentare (o diminuire) non solo perché il prezzo è diminuito (o aumentato) o quello dei beni e delle destinazioni sostituiti è aumentato (o sceso), ma anche per effetto di trasformazioni nel costume o nelle percezioni che possono rendere la vacanza più (o meno) accettabile.

A distanza di un anno dal precedente rapporto destinazione e nonostante i risultati positivi menzionati valgono ancora numerose delle considerazioni finali fatte in precedenza dall’Osservatorio³⁰. In particolare, nonostante l’argomento non sia stato nuovamente approfondito vale la pena riprendere le riflessioni fatte sulle differenti dinamiche in atto nelle zone urbane e nelle aree periferiche. Esiste, infatti, un trend che sta caratterizzando la domanda turistica di tutta la Svizzera e del Canton Ticino negli ultimi anni: l’aumento del numero di pernottamenti nelle città e la diminuzione nelle zone alpine e rurali. L’Osservatorio, grazie anche al contatto diretto con diversi operatori sul territorio garantito dalla piattaforma Panel O-Tur³¹, riceve, su questo tema, numerose testimonianze dirette riguardanti le difficoltà riscontrate dalle strutture situate nelle zone più discoste. Il turismo relativo alle zone extra-urbane ricopre un ruolo importante nell’economia del turismo ticinese e necessita di interventi per poter rilanciare alcune aree che stanno registrando un calo delle visite già da diversi anni. Esistono punti di debolezza di tali zone con i quali bisogna confrontarsi quali: la scarsa accessibilità, strutture

²⁹ La “Domanda del mese” rivolta al Panel O-Tur nel Ottobre 2016 metteva in evidenza questa tematica:

http://www.otur.usi.ch/sites/www.otur.usi.ch/files/uploads/barometro_ottobre_2016.pdf

³⁰ Il Rapporto Destinazione 2016 è disponibile al link:

http://www.otur.usi.ch/sites/www.otur.usi.ch/files/uploads/rapporto_destinazione_2016.pdf

³¹ Maggiori dettagli al link: <http://www.otur.usi.ch/it/panel-operatori-turistici>

ricettive spesso datate e poco capienti, l'assenza della comodità dei grandi centri urbani e la stagionalità. Tuttavia, un elemento da non sottovalutare e che deve essere un alleato nel rilancio di queste zone è una tendenza di turismo orientata alla riscoperta del benessere, del relax e ad uno stile di vita sano e attivo in un ambiente autentico. Ciò che devono essere in grado di fare gli operatori di settore è il rilancio di tali zone attraverso investimenti, rinnovamenti delle vecchie strutture e proposte di attrattori innovativi, tutti nel rispetto della genuinità dell'ambiente e della popolazione residente.

Infine, vale la pena menzionare uno degli aspetti spesso discussi in ambito turistico a livello Ticinese: la collaborazione fra i diversi attori locali pubblici e privati. In generale, la capacità di una destinazione turistica di realizzare e proporre servizi e prodotti attrattivi, attraverso il controllo e la gestione di determinate risorse, dipende fortemente dal coordinamento dei diversi attori che operano nella loro autonomia operativa ed istituzionale. In Ticino, la necessità di coordinamento è data tra le altre cose dalla varietà e dalla complessità della domanda. Complessità che, in un qualche modo, mette in crisi una fruizione spontanea dell'offerta. Infatti, da un lato, non tutti i turisti conoscono la molteplicità dell'offerta ticinese e, dall'altro, a non tutti i turisti piacciono le stesse attività. Le singole regioni ticinesi, senza la collaborazione con le altre, rischiano quindi di non essere in grado di offrire un'esperienza turistica competitiva rispetto ad altre destinazioni concorrenti. Per questo, e per altri motivi, le OTR, l'ATT e gli attori pubblici e privati in genere devono coordinarsi per offrire la varietà e la variabilità dell'offerta che superino i confini delle singole regioni e che diano risposta all'evoluzione costante della domanda turistica.

Appendici

	OTR BAT	OTR LMV	OTR L	OTR MBC
Svizzera				
Totale pernottamenti 2016	104'769	818'906	450'192	57'491
Var. % 2016 vs 2015	5,5%	8,3%	3,5%	0,3%
Var. % 2016 vs media '11-'15	17,6%	4,3%	7,1%	-5,1%
Europa (senza CH)				
Totale pernottamenti 2016	60'163	220'420	319'868	43'176
Var. % 2016 vs 2015	1,6%	9,8%	1,6%	-5,6%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-14,7%	-15,1%	-10,9%	-20,7%
Asia				
Totale pernottamenti 2016	3'131	11'383	94'642	5'680
Var. % 2016 vs 2015	-35,4%	-7,9%	1,2%	-3,2%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-28,0%	5,7%	28,8%	-9,0%
America				
Totale pernottamenti 2016	2'527	14'413	56'372	2'714
Var. % 2016 vs 2015	16,4%	-4,2%	1,9%	1,4%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-17,1%	-4,2%	2,9%	-0,7%
Oceania				
Totale pernottamenti 2016	362	1'828	5'895	142
Var. % 2016 vs 2015	30,2%	-9,6%	7,6%	-27,2%
Var. % 2016 vs media '11-'15	8,4%	-18,0%	2,6%	-42,2%
Africa				
Totale pernottamenti 2016	341	936	4'509	479
Var. % 2016 vs 2015	26,8%	-73,0%	7,6%	-88,8%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-82,6%	-85,9%	6,6%	-88,3%

Figura A.1 – Pernottamenti alberghieri 2016 e variazione rispetto al 2015 e alla media 2011-2015 nelle 4 OTR per continente (fonte HESTA)

	0-2 stelle	3 stelle	4 stelle	5 stelle
Svizzera				
Totale pernottamenti 2016	431'378	591'380	320'621	87'979
Var. % 2016 vs 2015	10,0%	4,7%	5,1%	2,8%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-11,9%	14,0%	16,8%	-4,5%
Europa (senza CH)				
Totale pernottamenti 2016	216'418	204'701	143'964	78'544
Var. % 2016 vs 2015	7,3%	0,2%	0,9%	9,3%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-19,2%	-7,8%	-9,4%	-17,0%
Asia				
Totale pernottamenti 2016	17'038	30'120	36'552	31'126
Var. % 2016 vs 2015	-7,3%	-11,1%	-1,8%	15,0%
Var. % 2016 vs media '11-'15	4,7%	19,3%	9,5%	56,0%
America				
Totale pernottamenti 2016	16'534	23'156	20'642	15'694
Var. % 2016 vs 2015	8,5%	5,3%	0,3%	-9,8%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-8,5%	18,2%	0,0%	-9,2%
Oceania				
Totale pernottamenti 2016	2'197	3'049	2'043	938
Var. % 2016 vs 2015	9,1%	2,9%	-3,0%	5,0%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-15,9%	1,3%	2,4%	-0,1%
Africa				
Totale pernottamenti 2016	2'224	1'613	1'547	881
Var. % 2016 vs 2015	-71,9%	-8%	-5%	-3,5%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-82,6%	4,4%	1,3%	-15,0%

Figura A.2 – Pernottamenti alberghieri 2016 e variazione rispetto al 2015 e alla media 2011-2015 nelle varie categorie d'alloggio per continente (fonte HESTA)

	OTR BAT	OTR LMV	OTR L	OTR MBC
Svizzera				
Totale pernottamenti 2016	104'769	818'906	450'192	57'491
Var. % 2016 vs 2015	5,5%	8,3%	3,5%	0,3%
Var. % 2016 vs media '11-'15	13,0%	2,9%	6,0%	-6,3%
Germania				
Totale pernottamenti 2016	13'970	131'971	65'355	8'514
Var. % 2016 vs 2015	4,0%	12,1%	9,2%	2,6%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-15,3%	-17,5%	-23,3%	-27,7%
Italia				
Totale pernottamenti 2016	17'482	20'150	108'136	18'466
Var. % 2016 vs 2015	-4,6%	1,0%	-7,6%	-11,1%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-3,8%	-9,4%	-10,1%	-22,1%
USA				
Totale pernottamenti 2016	1'585	10'238	38'726	1'210
Var. % 2016 vs 2015	9,3%	-0,8%	1,0%	3,0%
Var. % 2016 vs media '11-'15	19,6%	-1,2%	2,6%	-3,6%
Francia				
Totale pernottamenti 2016	3'602	12'252	23'117	3'002
Var. % 2016 vs 2015	6,5%	7,2%	12,5%	-3,6%
Var. % 2016 vs media '11-'15	3,8%	-11,3%	4,4%	-0,7%
UK				
Totale pernottamenti 2016	2'035	9'262	22'458	1'634
Var. % 2016 vs 2015	-18,5%	-4,5%	2,5%	-7,9%
Var. % 2016 vs media '11-'15	1,0%	-8,2%	-0,3%	0,0%
BENELUX				
Totale pernottamenti 2016	15'485	18'336	23'453	3'731
Var. % 2016 vs 2015	5,5%	14,4%	15,9%	-10,3%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-15,2%	-14,6%	-12,2%	-33,2%
Russia				
Totale pernottamenti 2016	659	2'111	15'172	667
Var. % 2016 vs 2015	92,1%	-3,4%	6,7%	-26,9%
Var. % 2016 vs media '11-'15	1,2%	-35,9%	-13,7%	-52,5%
Cina				
Totale pernottamenti 2016	1'145	2'751	24'279	1'959
Var. % 2016 vs 2015	-17,3%	-41,7%	-2,6%	33,2%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-14,8%	-20,8%	30,1%	-11,5%
GCC				
Totale pernottamenti 2016	167	2'605	41'758	1'268
Var. % 2016 vs 2015	32,5%	71,4%	0,0%	-19,2%
Var. % 2016 vs media '11-'15	38,2%	149,4%	43,0%	6,7%
SEA				
Totale pernottamenti 2016	345	1'974	12'519	506
Var. % 2016 vs 2015	-21,8%	3,8%	18,6%	-55,5%
Var. % 2016 vs media '11-'15	-58,4%	0,5%	22,8%	-44,8%

Figura A.3 – Pernottamenti alberghieri 2016 e variazione rispetto al 2015 e alla media 2011-2015 nelle varie OTR per mercati d'origine (fonte HESTA)

Contatti



Riccardo Curtale

Collaboratore O-Tur

riccardo.curtale@usi.ch



Stefano Scagnolari

Responsabile O-Tur

stefano.scagnolari@usi.ch



Osservatorio del Turismo

Via Maderno, 24 - CP 4361

CH-6904 Lugano

Tel +41 58 666 46 66

Fax +41 58 666 4662

www.otur.usi.ch