

---

Anno: III

Numero: VIII

29.01.2014

---

# Inchiesta sulle case secondarie nella Regione Lago Maggiore e Valli: abitudini e comportamenti dei proprietari

Commissionato da:

Ente Turistico Lago Maggiore

Ente Turistico Gambarogno

Ente Turistico Tenero e Valle Verzasca

Ente Turistico Vallemaggia

## O-Tur

---

Tel +41 58 666 4666  
Fax +41 58 666 4662

Via Maderno, 24 - CP 4361  
CH-6904 Lugano

[www.otur.usi.ch](http://www.otur.usi.ch)  
[otur@usi.ch](mailto:otur@usi.ch)

---



---

# Indice dei Contenuti

Introduzione	1
Abitazioni Secondarie: il Campione	3
Proprietari	5
Provenienza	5
Età e occupazione	6
Titolo di studio	7
Reddito	7
Permanenza, Abitudini ed Attività	9
Permanenza	9
Compagnia	12
Mezzi di trasporto e spostamenti a destinazione	12
Attività	13
Utilizzo dei Servizi	16
Motivazioni ed Aspetti Psicologici	19
Motivazioni della proprietà	19
Motivazioni del soggiorno	20
Rapporto con la destinazione e i residenti	22
Desiderio di stabilirsi in Ticino	24
Suggerimenti dei Proprietari	26
Proprietari Svizzeri e Tedeschi a Confronto	28
Conclusioni	34
Appendice	38
Contatti	42
Committenti	43

---

## Introduzione

---

Tra le diverse tipologie di alloggi turistici, le case secondarie appartengono alla categoria degli alloggi privati e rappresentano una fetta estremamente importante per il mercato turistico. In Europa gli appartamenti privati sono una delle principali fonti di pernottamento: nonostante delle differenze regionali anche piuttosto marcate, si stima che in Europa più dei due terzi delle vacanze domestiche vengono passate in tali strutture e meno del 20% in hotels o similari (Eurostat, 2013). Accanto agli altri tipi di alloggi privati, le case secondarie rappresentano in Europa circa il 9% della domanda totale di pernottamenti turistici (il 13% se si considerano i viaggi domestici, il 3% per i viaggi all'estero) per quello che riguarda soggiorni di 4 o più notti.

Le case secondarie hanno una lunga tradizione in Svizzera e quello riguardante questa tipologia di alloggio è un tema di discussione ricorrente nella confederazione (si pensi solo all'ultimo, recente dibattito sfociato nella decisione presa a seguito di un referendum di limitare la quota di case secondarie al 20% del totale delle abitazioni in ogni singolo comune). Il Ticino è uno dei cantoni maggiormente esposti al fenomeno: si pensi che delle 420.000 case secondarie registrate nel 2000 in Svizzera, quasi l'11% erano localizzate proprio in questo Cantone il quale, in termini di numero, risultava essere secondo solo a Vallese, Grigioni e Berna. Sempre nel 2000, le abitazioni secondarie in Ticino rappresentavano quasi un quarto delle abitazioni totali.

Il presente rapporto è dedicato al fenomeno delle seconde case nella regione del Lago Maggiore e Valli, territorio con un impatto turistico alberghiero e paralberghiero particolarmente importante all'interno del Canton Ticino ma che presenta anche un elevato numero di case di proprietà di persone non residenti che sfruttano tali alloggi per trascorrervi dei periodi di soggiorno nel corso dell'anno.

Oltre agli aspetti economici direttamente riconducibili al mercato delle seconde case, il fenomeno ha chiaramente anche degli impatti sulla vita sociale di un territorio e sul suo settore turistico; le analisi che compongono il presente rapporto e presentate nel seguito tralasciano le prospettive ascrivibili alle ricadute economiche legate all'acquisto ed alla proprietà delle case secondarie nella regione del Lago Maggiore e si basano esclusivamente sugli aspetti personali dei proprietari di tali abitazioni e sul loro "inserimento" nella vita comune del territorio: lo scopo del lavoro è quello di comprendere al meglio quali sono le motivazioni che spingono le persone ad acquistare una casa secondaria nella regione del Lago Maggiore, qual è il loro comportamento circa l'utilizzo della stessa, cosa spinge tale tipologia di turisti a recarsi più o meno spesso, nel

corso dell'anno, presso la propria casa di proprietà, quali sono le attività più importanti che svolgono a destinazione, quanto si sentono appagati dai loro soggiorni e quali bisogni sentono che dovrebbero essere soddisfatti per una migliore esperienza di vita nel territorio. Per tutte queste dinamiche, al contrario degli aspetti economici e commerciali i quali, per il mercato delle case secondarie in Ticino, sono piuttosto noti, si presentano molti punti ancora poco chiari e che necessitano di un'osservazione accurata e approfondita.

L'esigenza di comprendere meglio tale fenomeno ha portato i quattro enti turistici della regione Lago Maggiore e Valli a dare mandato all'Osservatorio del Turismo del canton Ticino di svolgere un'inchiesta. A questa ha direttamente partecipato un campione di proprietari di case secondarie nella regione: l'indagine ha preso il via con la spedizione di un questionario a tutte le persone fisiche che possiedono una seconda casa nel territorio d'interesse e il presente rapporto riporta i dati raccolti e le analisi ad essi legati. Lo studio sulle abitudini e sui comportamenti dei proprietari di seconde case nella regione del Lago Maggiore è basato su un totale di 1'291 questionari raccolti (su un totale di 11'910 spediti per un tasso di risposta pari al 10.84%), dei quali il 68.7% in forma cartacea ed i restanti online.

L'analisi che segue presenta in un primo momento quella che è la panoramica, derivante dai dati raccolti, riferita alla presenza delle case secondarie nel territorio del Lago Maggiore e Valli e a questa è fatta seguire la descrizione dettagliata del campione di rispondenti che hanno partecipato all'inchiesta. Successivamente viene proposto un resoconto puntuale, strutturato in diverse sezioni, relativo alla permanenza nel corso dell'anno dei proprietari di seconde case e alle abitudini degli stessi quando si recano alla propria casa di vacanza. A seguire vengono considerate le motivazioni che hanno spinto i proprietari ad entrare in possesso di una casa nella regione e gli stimoli che li spingono a recarsi a destinazione; si analizza, inoltre, quello che è il rapporto degli ospiti con il territorio e con i residenti e il desiderio di trasferirsi stabilmente in Ticino. Infine, si prendono in esame le diverse sensibilità mostrate dai proprietari di case secondarie verso quegli interventi ritenuti necessari a migliorare l'esperienza sul territorio.

Oltre all'analisi dei dati riferita all'intero campione di rispondenti, in un ultimo step si è proceduto ad un confronto tra i due sotto-campioni maggiormente rappresentati nell'inchiesta: i proprietari di seconde case svizzeri e quelli tedeschi.

La descrizione dei dati viene affiancata dai risultati di alcune analisi statistiche le quali forniscono un'ulteriore fonte di comprensione dei comportamenti e delle attitudini dei proprietari di seconde case.

## Abitazioni Secondarie: il Campione

L'inchiesta sulle case secondarie ha preso in esame l'intera regione del Lago Maggiore e Valli e la localizzazione delle abitazioni rappresentate nei dati raccolti è diffusa su tutto il territorio considerato per quanto si trovino dei comuni maggiormente interessati rispetto ad altri: nello specifico, circa il 15% delle residenze secondarie oggetto dell'inchiesta si trova nel comune di Ascona, oltre il 20% tra Brissago e Gambarogno, l'8% circa nel comune di Locarno e la stessa percentuale a Minusio. Questi 5 comuni coprono oltre il 50% dei casi analizzati e le singole località rimanenti hanno tutte un peso inferiore al 5% del totale.

Figura 1 - Ripartizione delle case secondarie per comune

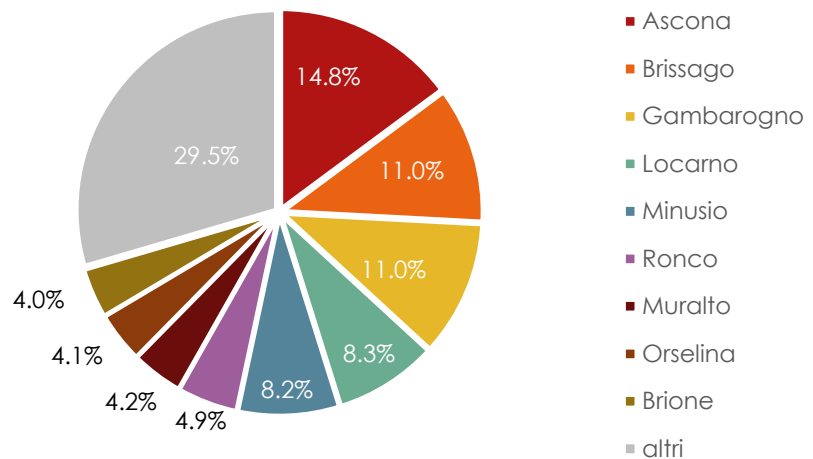
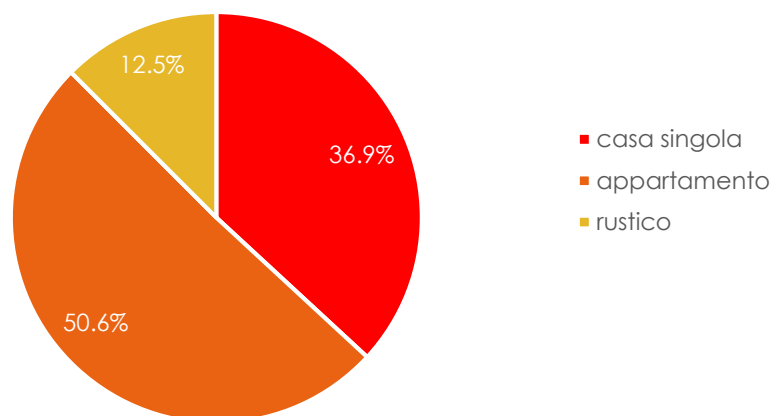


Figura 2 - Tipologia di abitazione



*Oltre la metà delle case secondarie prese in esame sono appartamenti*

Oltre la metà delle case secondarie è rappresentata da appartamenti mentre poco meno del 40% sono abitazioni singole. All'interno del campione interessato dallo studio si registra, inoltre, un certo numero di rustici.

La localizzazione e la tipologia di abitazione risultano essere strettamente connesse in quanto si è riscontrato che nei principali centri urbani vi sono soprattutto appartamenti (ad esempio ad Ascona delle 189 proprietà riscontrate tramite l'inchiesta 161 risultano essere appartamenti e lo stesso vale per Locarno la cui quota di appartamenti è dell'84%); il dato non è comunque sorprendente data la più alta densità e la minor presenza di spazio nei centri urbani piuttosto che nelle periferie.

## Proprietari

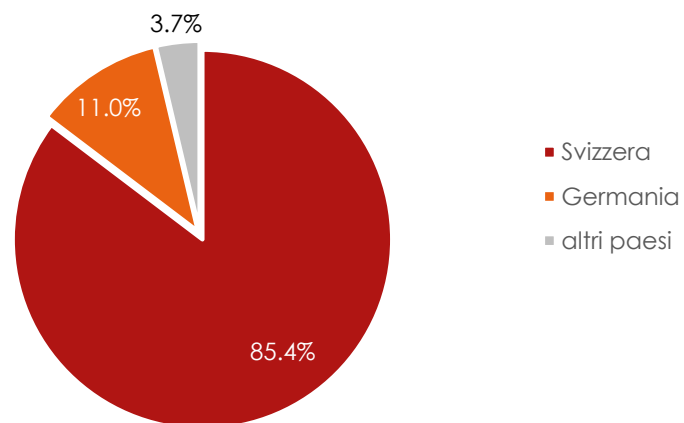
Il seguente capitolo del rapporto ha l'obiettivo di descrivere il campione di individui che ha partecipato all'inchiesta. Alcuni degli aspetti presi qui in esame risulteranno essere di interesse per le analisi proposte nel prosieguo del rapporto.

### Provenienza

Il dato relativo alla provenienza dei proprietari di seconde case indica che oltre l'85% risulta essere Svizzero e di questi circa un terzo risiede presso Zurigo. La seconda nazionalità più rappresentata è quella tedesca con l'11% dei rispondenti totali; a seguire si riportano quote (molto minori) di proprietari residenti in Italia (0.6%), Francia (0.6%), Lichtenstein (0.6%), Austria (0.4%), Olanda (0.3%) e Lussemburgo (0.3%).

*I proprietari zurighesi rappresentano il 28.4% del campione. I rispondenti tedeschi risiedono soprattutto nel sud della Germania*

Figura 3 - Provenienza dei proprietari di case secondarie



Entrando maggiormente nel dettaglio dei rispondenti confederati, si osserva come oltre il 90% dei proprietari di seconde case provengano dalla Svizzera tedesca: come già riportato, Zurigo rappresenta circa un terzo del sotto-campione svizzero (il 28.4% del totale del campione) seguito dal canton Argovia e Basilea (rispettivamente 11% e 8% del sotto-campione svizzero). Per quello che riguarda la Romandia si riportano quote piuttosto contenute dal Vallese (0.9%), dal canton Vaud (0.5%) e Ginevra (0.5%).

Relativamente ai rispondenti tedeschi, oltre i due terzi provengono dai Land più a sud della Germania: il 26.4% risiede nel Nord-Reno Westfalia, poco più di un quinto nel Baden



Württemberg e nella Baviera, il 9% circa del sotto-campione tedesco proviene dall'Assia mentre il 5% da Amburgo.

Figura 4 - Cantone di origine dei proprietari svizzeri

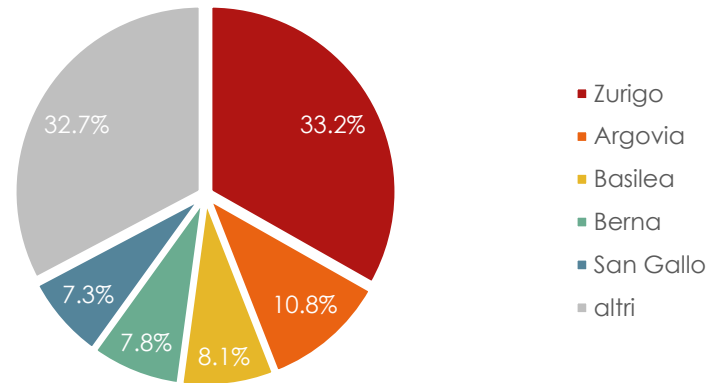
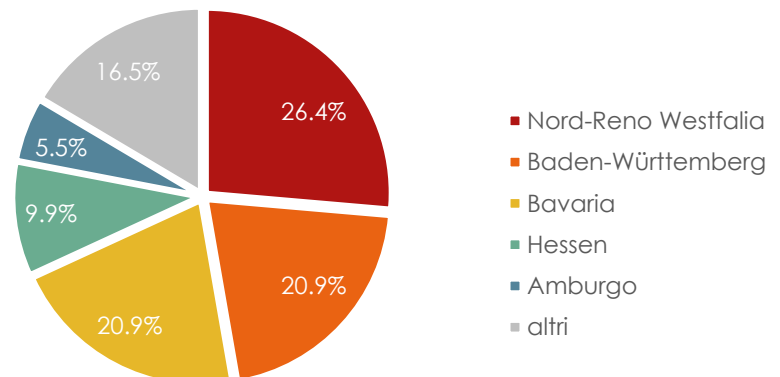


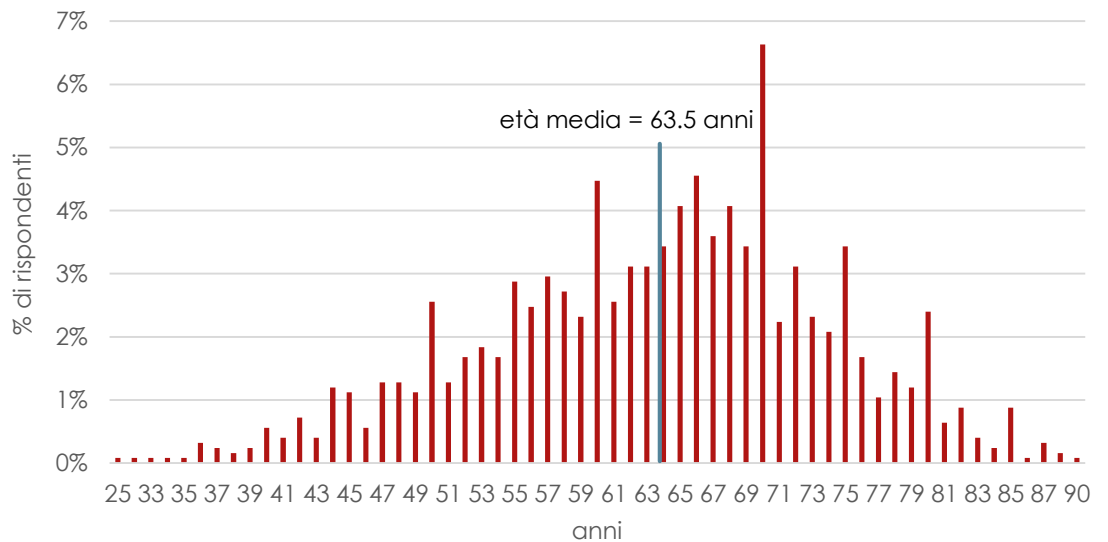
Figura 5 - Land di origine dei proprietari tedeschi



## Età e occupazione

L'età media dei rispondenti è di 64 anni, dato che si presenta in linea con la quota di persone che hanno riportato di essere in pensione (43.5%); relativamente ad altre forme di occupazione, nel campione la quota di lavoratori indipendenti è del 18.4% mentre sono il 13.5% gli impiegati.

Figura 6 - Et  dei rispondenti

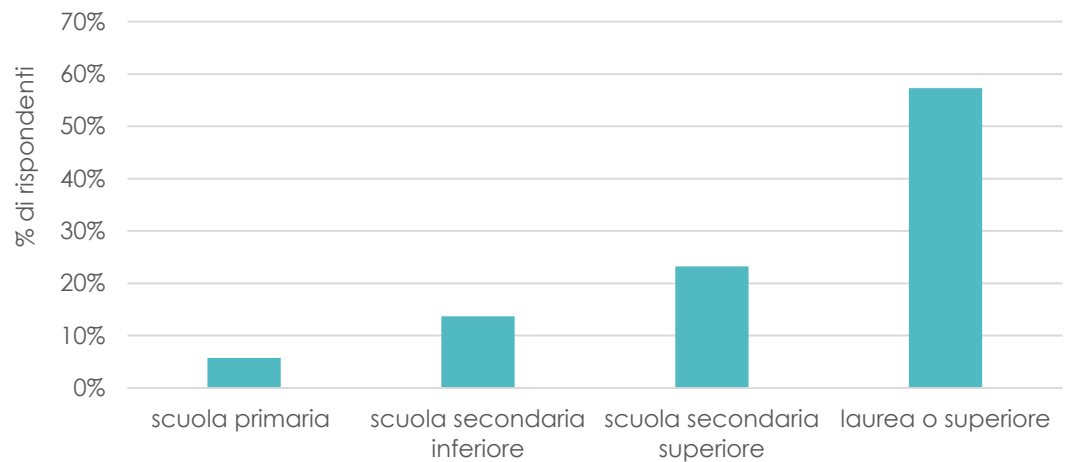


*Oltre il 40% del campione   rappresentato da pensionati. Oltre la met  dei rispondenti   in possesso di una laurea universitaria*

## Titolo di studio

Il livello d'istruzione dei proprietari di seconde case   mediamente alto: oltre il 56% ha riportato infatti di essere in possesso di un titolo universitario, come si pu  osservare dal grafico.

Figura 7- Titolo di studio dei rispondenti

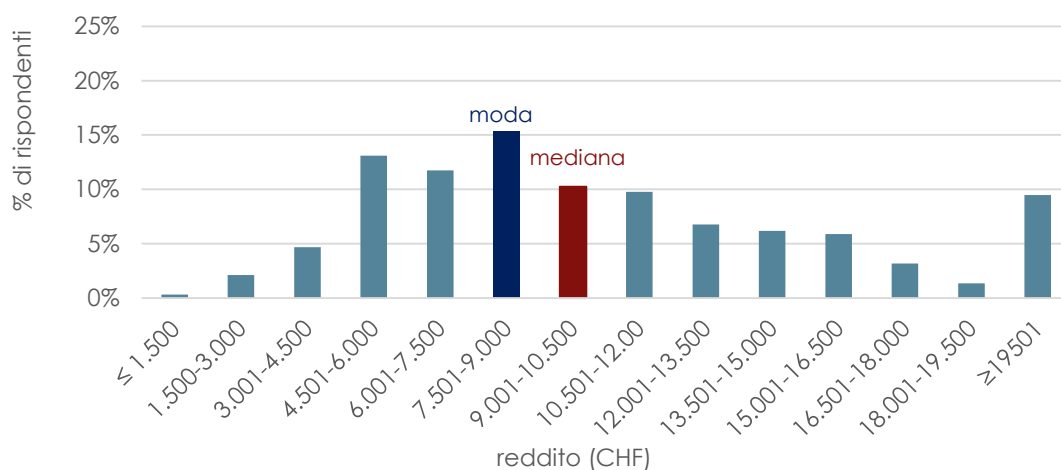


## Reddito

Per quello che riguarda il reddito medio mensile del nucleo familiare, il questionario proposto ai proprietari di seconde case distingueva tra reddito in franchi (per gli Svizzeri) e reddito in altre valute (per i non Svizzeri): a tal proposito si riportano i dati che fanno riferimento ai rispondenti Svizzeri e a quelli dell'area Euro (i quali, nel complesso, coprono oltre il 99% del totale).

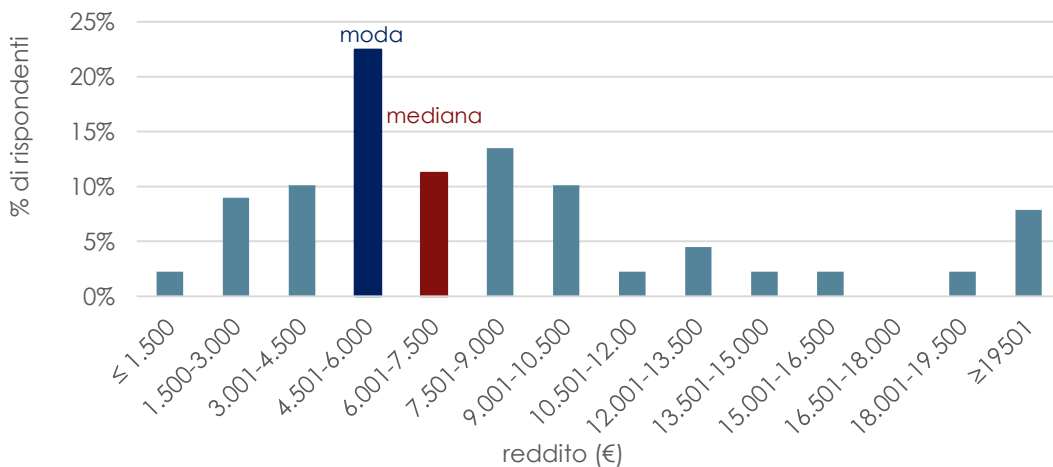
Il reddito riportato dai rispondenti Svizzeri è mediamente elevato: la fascia di reddito maggiormente osservata è quella che va dai 7.501 ai 9.000 franchi al mese (nel nucleo familiare) la quale interessa il 15% dei rispondenti confederati mentre la classe mediana (che separa il 50% delle categorie di reddito più elevate da quelle più basse) è la classe successiva (9.001-10.500 franchi); sempre tra i proprietari svizzeri, il 9% ha dichiarato un reddito mensile superiore ai 19.500 franchi.

Figura 8 - Reddito medio mensile del nucleo familiare - proprietari Svizzeri



Per i rispondenti dell'area euro, invece, la moda della distribuzione è rappresentata dalla classe 4.501-6.000 euro, riportata dal 21.3% dei rispondenti; la classe mediana risulta essere quella da 6.001 a 7.500 euro.

Figura 9 - Reddito medio mensile del nucleo familiare - proprietari area Euro



## Permanenza, Abitudini ed Attività

L'obiettivo di questa sezione del rapporto è descrivere quelle che sono le consuetudini dei proprietari di seconde case nel recarsi, più o meno abitualmente, a destinazione: la durata dei soggiorni nel cantone nel corso dell'anno, la compagnia, il mezzo di trasporto tipicamente utilizzato, le attività svolte durante la permanenza e l'utilizzo dei diversi servizi messi a disposizione nel territorio.

### Permanenza

Nel corso dell'anno la permanenza media riportata dai rispondenti è di circa 17 giorni ma questa, chiaramente, varia notevolmente a dipendenza della stagione: si registra, infatti, che durante la primavera (marzo-maggio) la durata media del soggiorno dei proprietari di seconde case è di 17 giorni; nel corso dell'estate (giugno-agosto) il dato parla di 23 giorni mentre nel trimestre autunnale (settembre-novembre) la permanenza media è di circa 16 giorni. Il soggiorno più corto avviene in inverno nel corso del quale i proprietari di seconde case si fermano mediamente 9 giorni con quasi un terzo dei rispondenti che ha riportato di non recarsi affatto in Ticino.

Relativamente alla permanenza totale dei rispondenti nel corso dell'anno, l'analisi dei dati ha fornito alcune evidenze interessanti:

- l'età dei proprietari: la permanenza media tende ad aumentare con l'avanzare dell'età dei proprietari. Il legame può essere dato dalla maggiore disponibilità di tempo libero;
- la tipologia di abitazione: la permanenza media risulta essere significativamente più elevata tra i proprietari di case singole piuttosto che tra quelli che posseggono appartamenti o rustici;
- l'appeal della destinazione e l'intenzione di passarvi la vecchiaia: chi ha acquistato l'abitazione per motivi puramente di piacere tende a fermarsi, in media, oltre dieci giorni in più all'anno rispetto agli altri "tipi" di proprietari; l'unica eccezione è rappresentata da chi ha acquistato la casa con l'intenzione di passarvi la vecchiaia: questi risultano essere la categoria di rispondenti la cui permanenza media è più elevata (circa 80 giorni all'anno). Quest'ultimo dato trova inoltre riscontro in un altro risultato: all'aumentare della probabilità di stabilirsi definitivamente presso il Lago Maggiore nel corso della vecchiaia (variabile analizzata nel seguito del rapporto) aumenta la durata media del soggiorno. Chi è amante del luogo passa molto più tempo a destinazione rispetto a chi ha acquistato la casa altri motivi: si può interpretare il fatto di decidere di trasferirsi a

*Nel corso dell'estate la durata media del soggiorno è di 23 giorni*

*Chi ha intenzione di stabilirsi in Ticino in futuro soggiorna, mediamente, 80 giorni all'anno presso la propria abitazione secondaria*

destinazione come una sorta di "estensione" del piacere che si prova nel passare dei soggiorni presso il Lago Maggiore e il risultato è che questo sentimento abbia un effetto ancora maggiore sulla durata del soggiorno;

- la nazionalità dei proprietari: facendo riferimento alla provenienza dei proprietari, non si riscontrano differenze significative tra le diverse nazionalità se si eccettuano i proprietari francesi (che rappresentano comunque una quota minima di rispondenti) i quali tendono a soggiornare, nel corso dell'anno, molti meno giorni nella regione del Lago Maggiore;
- l'importanza assegnata alla presenza di manifestazioni e alle previsioni meteo: la presenza di manifestazioni nella regione influenza positivamente la durata del soggiorno mentre il peso dato alle previsioni meteo impatta negativamente sulle decisioni di soggiornare. Relativamente al primo aspetto, nonostante (come si vedrà nel prosieguo) in generale gli eventi non assumano un peso particolarmente significativo nelle decisioni di recarsi a destinazione, chi è interessato a questi e ne è "influenzato" tende a soggiornare più a lungo nel corso dell'anno presso la propria residenza secondaria: ciò è indice dell'esistenza di un segmento di proprietari che tende a sfruttare la propria abitazione nel corso dell'anno proprio per partecipare alle diverse manifestazioni organizzate sul territorio. Per quello che riguarda il meteo, l'analisi riporta una correlazione negativa tra l'influenza delle previsioni meteo e la durata media del soggiorno: una possibile interpretazione è che chi si cura poco dell'eventuale cattivo tempo a destinazione tende a soggiornare più a lungo e viceversa;
- aspetti di carattere psicologico: alcuni risultati interessanti fanno riferimento alle domande di carattere psicologico incluse nel questionario (analizzate in maniera dettagliata nel seguito del rapporto). La soddisfazione di possedere una casa nella regione del Lago Maggiore spinge i proprietari a fermarsi più a lungo e lo stesso effetto si riscontra se si considera il legame che i rispondenti hanno riportato di avere nei confronti della destinazione (e ciò può essere ricondotto all'osservazione riportata in precedenza relativamente alle motivazioni per cui l'abitazione è stata acquistata). Al contrario, sentimenti come il piacere di trascorrere i soggiorni presso la regione o il fascino che la stessa ha sui proprietari (due variabili che sono tra loro fortemente correlate) non sembrano influenzare particolarmente la decisione di fermarsi a destinazione più o meno a lungo. Un ulteriore aspetto fa riferimento al "sentirsi turista" nella destinazione dove si possiede la proprietà secondaria: più è forte tale sentimento più breve è il soggiorno. Infine, il fatto di non relazionarsi con i residenti rappresenta un

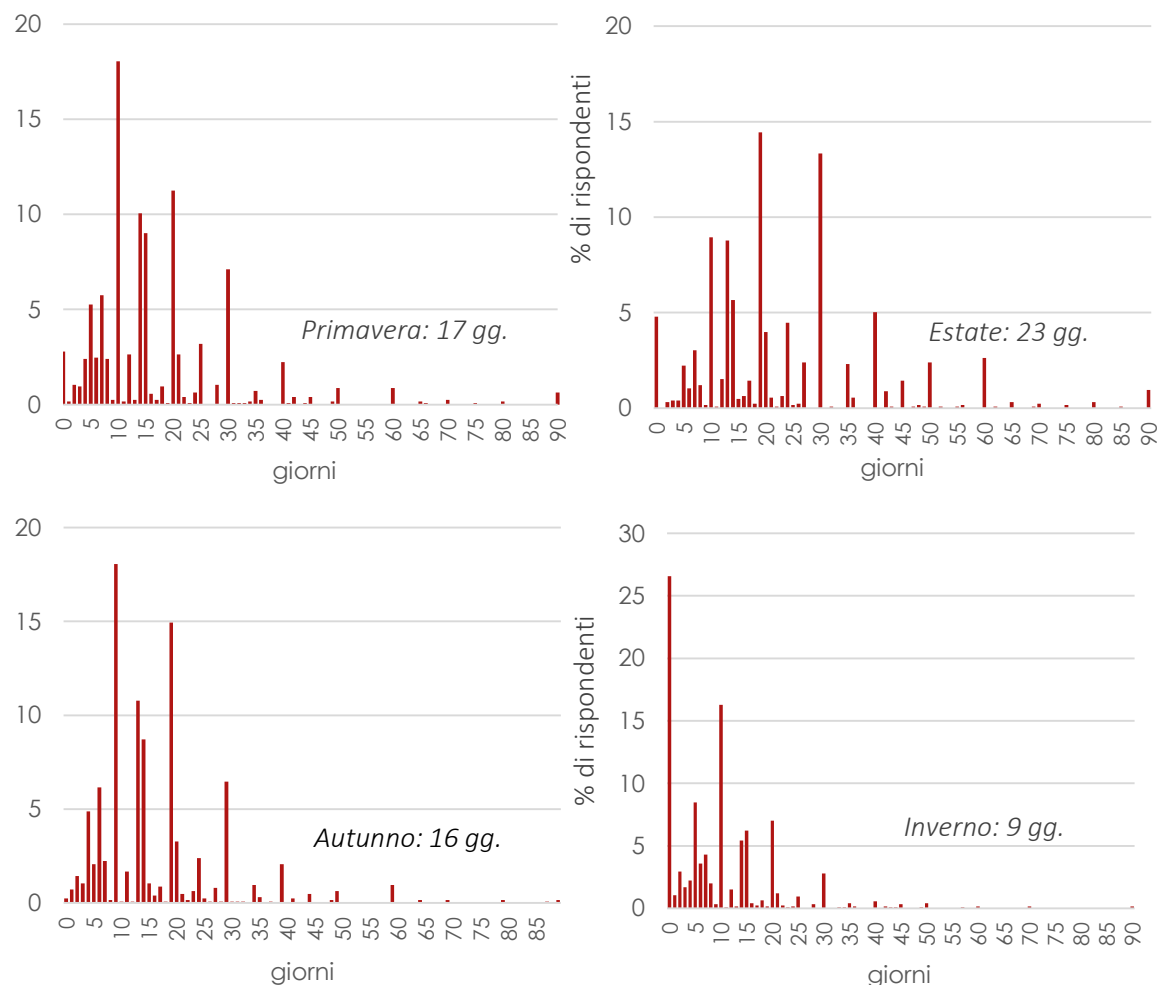
*L'interesse negli eventi della regione spinge gli ospiti a sfruttare maggiormente la propria seconda casa*

*Più forte è il legame emotivo con la destinazione più a lungo i proprietari di case secondarie soggiornano nel territorio*

freno per gli intervistati: i dati mostrano infatti che chi tende a non avere dei rapporti sociali con gli abitanti della regione preferisce soggiorni più brevi. Tutti questi aspetti risultano essere interessanti in quanto profilano quanto il legame con la destinazione (più che il piacere di trascorrervi dei periodi di vacanza) e il sentirsi “residente” (piuttosto che un turista) influenzano positivamente la durata della permanenza nel corso dell’anno presso il Lago Maggiore; a ciò segue, inoltre, che le persone che stabiliscono delle relazioni sociali con i locali si trovano, evidentemente, molto più a proprio agio nel recarsi alla propria residenza secondaria.

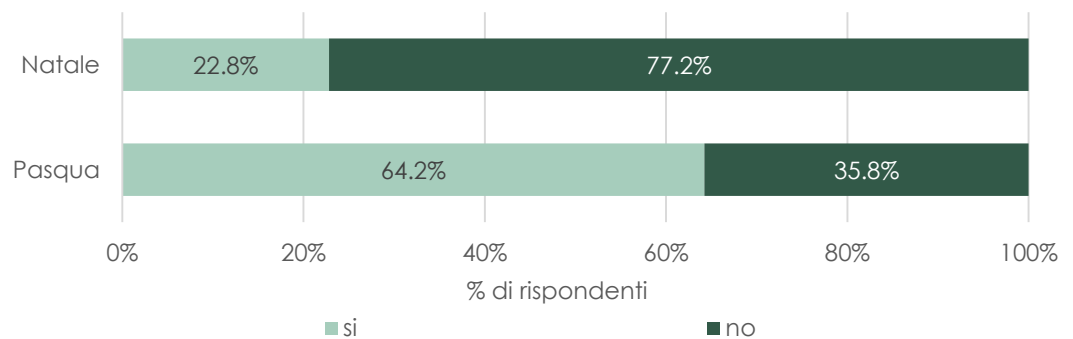
Se si considera il totale dei giorni trascorsi a destinazione riportati dai residenti e le permanenze nel corso delle singole stagioni si riscontra che i tre mesi estivi pesano per il 35% del totale mentre la quota riservata alle presenze invernali è del 14%. Il dato sul tasso di occupazione risulta essere pari al 17.5%, il quale è indice di un volume considerevole di “cold beds”.

Figura 10 – Permanenza media



Per i proprietari di seconde case il periodo pasquale rappresenta un'ottima occasione per recarsi a destinazione e questo vale per il 64.2% dei rispondenti; al contrario, nel corso del periodo natalizio il volume di presenze nelle abitazioni secondarie del Lago maggiore e Valli non è particolarmente elevato in quanto solo un quinto dei rispondenti vi soggiorna. Relativamente all'affitto dell'abitazione a terzi, amici e/o conoscenti nel corso dell'anno, la metà degli interpellati ha dichiarato essere una pratica abituale.

Figura 11 - Soggiorno durante le festività



### Compagnia

Oltre il 90% dei rispondenti ha riportato di recarsi abitualmente presso il Lago Maggiore in compagnia del proprio partner (66.0%) o con la famiglia (23.3%), i rimanenti soggiornano invece da soli (7.6%) o con amici (3.1%).

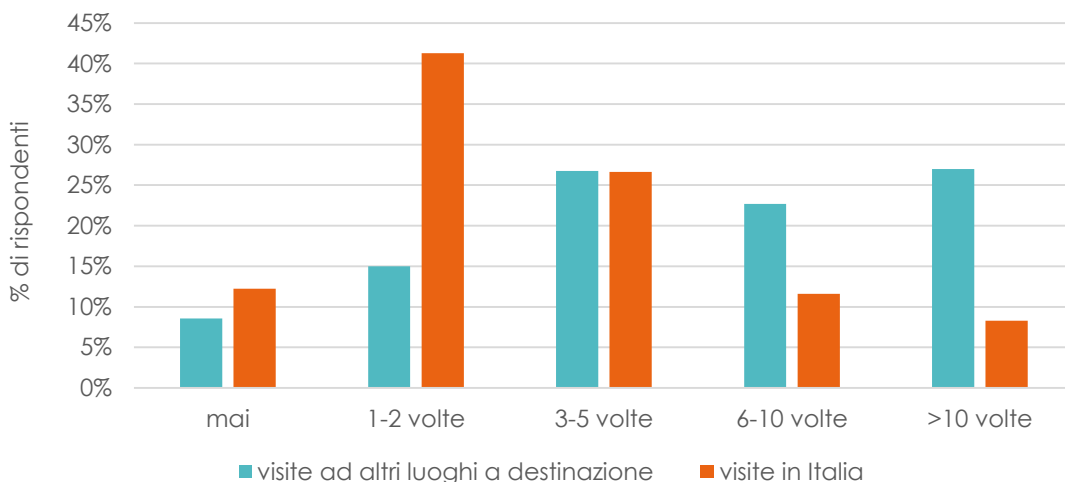
*Il mezzo di trasporto più utilizzato è l'auto, soprattutto da parte degli ospiti tedeschi*

### Mezzi di trasporto e spostamenti a destinazione

Il mezzo di trasporto preferito dai proprietari di seconde case è, senza sorpresa, l'automobile (80.5%) mentre al secondo posto è riportato il treno (14.8%). Il restante 4.7% si divide tra pullman, motocicletta o altri mezzi di trasporto.

Dai dati si nota che i proprietari di seconde case, quando si recano in regione, tendono a spostarsi all'interno del cantone visitando anche altri luoghi in Ticino oltre al territorio del Lago Maggiore; al contrario, è molto minore la propensione a sfruttare la locazione per recarsi al di là del confine nella vicina Italia.

Figura 12 - Spostamenti a destinazione



*Un segmento di rispondenti si reca a destinazione per "staccare" dalla quotidianità...*

*...un secondo segmento è maggiormente legato alla presenza degli eventi...*

*...mentre una parte dei proprietari di case secondarie è attratta dall'attività fisica e dalla vita all'aria aperta*

## Attività

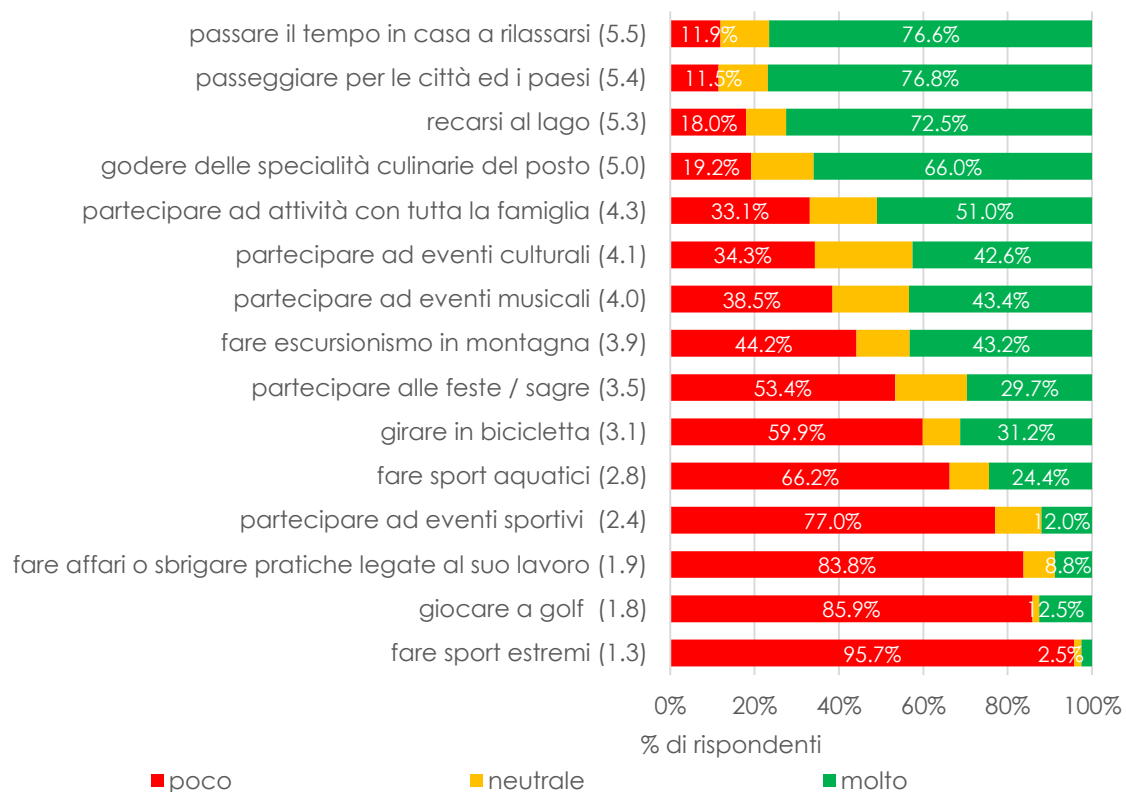
Una parte importante del lavoro di analisi fa riferimento alle attività che i proprietari di seconde case svolgono nella regione del Lago Maggiore. Ai rispondenti è stato fornito un elenco di attività con la richiesta di indicare, per ogni elemento, quanto è importante (su una scala da 1=per niente a 7=moltissimo) lo svolgimento durante i soggiorni presso il Lago Maggiore; oltre a riportare le valutazioni medie per il campione riferite ad ogni singola attività e le quote di rispondenti suddivise su una scala ridotta (come da grafico), l'analisi dei dati ha previsto anche uno step ulteriore concretizzato in una factor analysis: questo tipo di analisi statistica permette di individuare se vi sono degli elementi (in questo caso le attività a cui si fa riferimento) tra i quali esiste una correlazione. I risultati (le correlazioni) che emergono da un'analisi di siffatta specie possono essere visti come evidenze dell'esistenza di fili conduttori (osservabili indirettamente attraverso le valutazioni fornite dai rispondenti per ogni singolo elemento) che legano tra di loro diverse attività e queste comunanze indicano a loro volta l'esistenza di determinati segmenti di persone che hanno comportamenti, almeno in parte, distinti tra di loro. Allo scopo di non appesantire il rapporto, i risultati delle diverse factor analysis svolte vengono semplicemente descritti e commentati senza riportare i valori numerici dettagliati.



*Passare il tempo in casa a rilassarsi è importante per oltre 3/4 dei rispondenti. Circa il 40% degli ospiti mostra un certo grado di interesse verso gli eventi culturali e musicali*

Veniamo al dettaglio dei risultati: l'analisi statistica mostra, innanzitutto, che attività come "passare il tempo in casa a rilassarsi", "passeggiare per le città ed i paesi" e "recarsi al lago", con delle valutazioni medie che superano un valore pari a 5 su una scala di 7 punti, rappresentano per i proprietari di case secondarie gli elementi maggiormente importanti nell'ambito dell'alloggio presso il Lago Maggiore. A seguire si trovano attività come "godere delle specialità culinarie del luogo", "partecipare ad attività con la famiglia", "partecipare ad eventi culturali e musicali" e "fare escursionismo in montagna" per le quali si riporta una valutazione media che si pone all'incirca a metà della scala di valori utilizzata. Tra le attività poco o molto poco importanti (che non superano un giudizio medio pari a 3.5) per i rispondenti vi sono "partecipare alle feste/sagre", le diverse attività sportive considerate ed il fatto di fare affari o lavorare (quest'ultimo aspetto è certamente in linea con il dato raccolto relativamente alle motivazioni di acquisto dell'abitazione secondaria precedentemente riportato).

Figura 13 - Importanza delle attività a destinazione



L'analisi dei fattori comuni ha dato dei risultati interessanti permettendo di trovare dei legami latenti tra alcune delle attività oggetto di osservazione e di identificare tre segmenti descritti dai legami stessi che risultano esservi tra le diverse attività svolte:

Tabella 1 - *Factor analysis*: legami tra le attività svolte a destinazione

Segmento	Attività	Commento
Relax	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Passare il tempo in casa a rilassarsi</li> <li>• Partecipare ad attività che coinvolgano tutta la famiglia</li> </ul>	Questo segmento sembra essere quello maggiormente legato al concetto di “allontanamento” dalla vita di tutti i giorni, per rilassarsi e rafforzare il legame con la propria famiglia. Tale segmento non sembra cercare delle attività specifiche da svolgere a destinazione; piuttosto, necessita di trovarsi in un luogo diverso, dove non vi sia il peso della quotidianità e dove sia possibile interagire maggiormente con i famigliari
Eventi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partecipare ad eventi culturali e musicali</li> <li>• Partecipare a feste e sagre</li> <li>• Godere delle specialità culinarie del posto</li> </ul>	Questo segmento è maggiormente legato agli eventi organizzati sul territorio e coglie l’occasione delle manifestazioni per passare un soggiorno a destinazione. Sembra esservi l’aspettativa verso opportunità diverse da quelle che tale segmento trova nel proprio luogo di residenza e la ricerca di un ambiente sociale differente da quello a cui appartengono, spiegato dal legame che unisce il fatto di partecipare a feste e sagre al piacere di provare specialità culinarie locali
Attività fisica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fare escursionismo in montagna</li> <li>• Fare sport estremi</li> <li>• Girare in bicicletta</li> <li>• Recarsi al lago</li> <li>• Fare sport acquatici</li> </ul>	Questo rappresenta il segmento più legato all’attività fisica ed al benessere, siano questi elementi legati alla montagna (escursionismo ma probabilmente anche arrampicata sportiva) o al lago. È probabile che questo segmento di rispondenti (come quello precedentemente analizzato) cerchi tali elementi in un ambiente diverso da quello in cui vive solitamente

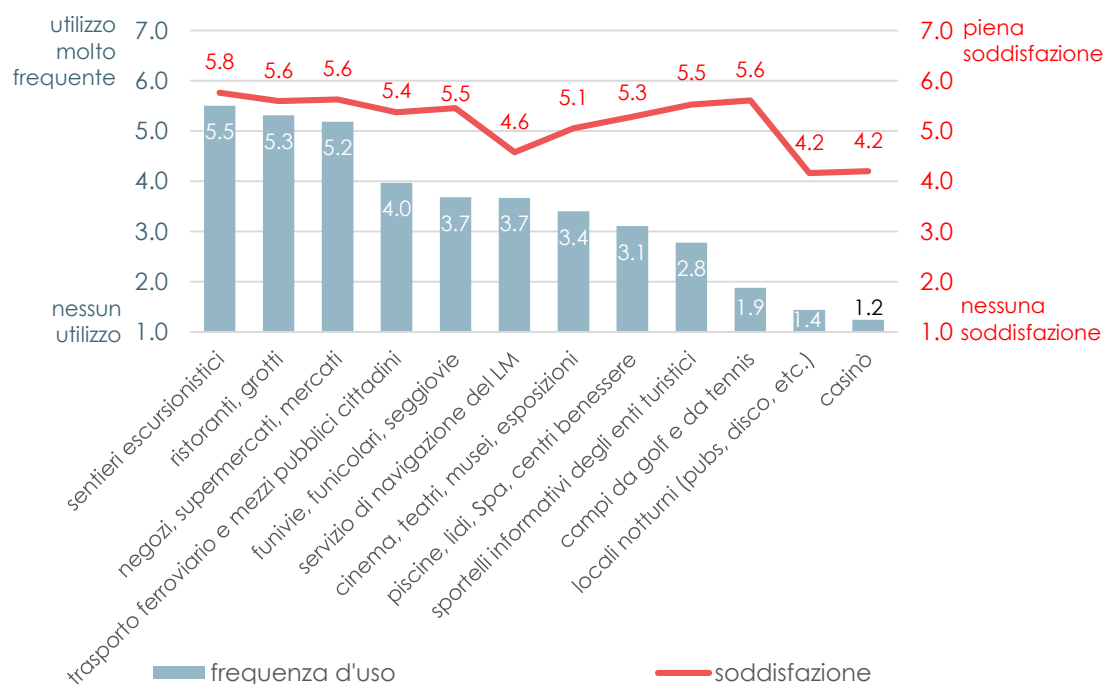
## Utilizzo dei Servizi

I dati già descritti circa l'importanza delle diverse attività svolte a destinazione vengono ulteriormente approfonditi analizzando quanto riportato dai rispondenti relativamente all'utilizzo che gli stessi fanno dei servizi a disposizione nel territorio. Per quanto riguarda i diversi servizi elencati nel questionario si riporta, nel grafico sottostante, quello che è l'utilizzo medio fattone dai proprietari di seconde case (le valutazioni fanno riferimento ad una scala da 1, corrispondente a "mai", a 7, corrispondente a "molto frequentemente") e quella che è la soddisfazione generale nell'utilizzo di tali servizi (anche qui si è utilizzata una scala da 1, "per nulla soddisfatto", a 7, "molto soddisfatto" – tali valutazioni sono state riportate da quei rispondenti che fanno effettivamente uso dei servizi). Innanzitutto notiamo che vi è una grande eterogeneità di utilizzo all'interno della lista presentata: tra gli altri spiccano la fruizione di grotti e ristoranti in generale, il fatto di recarsi presso negozi e supermercati e passeggiate su sentieri escursionistici. Per tutti questi elementi i rispondenti hanno riportato dei livelli di soddisfazione mediamente buoni. A seguire possiamo trovare un gruppo di attività il cui utilizzo da parte dei proprietari di seconde case non risulta essere particolarmente intenso; nello specifico facciamo riferimento all'utilizzo del trasporto pubblico (si tenga comunque a mente che la stragrande maggioranza degli interessati ha a disposizione l'automobile) e del servizio di navigazione presso il Lago Maggiore (servizi a cui è associato un livello di soddisfazione sopra il punto intermedio della scala), alla fruizione di funivie, funicolari e seggiovie (particolarmente apprezzati dai rispondenti). Anche per quello che riguarda cinema, teatri e similari il tasso di utilizzo generalmente riscontrato risulta sotto il valore medio della scala (associato comunque ad un sostanziale apprezzamento da parte dei rispondenti). Infine, nonostante le attività legate al lago risultino avere un certo peso per i rispondenti (si guardino le analisi proposte in precedenza), l'utilizzo fatto di servizi quali piscine pubbliche, lidi, spa e centri benessere non sembra essere particolarmente intensivo; cionondimeno, il gradimento per tali servizi raggiunge un livello apprezzabile.

*Sentieri escursionistici, ristoranti e grotti e negozi di vario tipo sono ciò di cui i proprietari di seconde case usufruiscono maggiormente sul territorio*

In coda alla lista troviamo un gruppo di servizi la cui fruizione è decisamente modesta: gli sportelli informativi degli enti locali, ancorché ben valutati, sono poco utilizzati (ciò è probabilmente da ricondurre alla buona conoscenza del territorio da parte dei proprietari di seconde case) e ancor meno servizi legati a campi da tennis e golf, locali notturni e casinò (in particolare per questi ultimi si riportano livelli di gradimento decisamente inferiori rispetto a quando riportato per la generalità degli altri servizi elencati).

Figura 14 - Frequenza d'uso dei servizi nella regione del Lago Maggiore e Valli e relativa soddisfazione



Un'osservazione va fatta per quello che riguarda alcuni elementi toccati dall'inchiesta che presentano valori di soddisfazione inferiori alla media; si osserva infatti che per l'utilizzo di servizi strettamente legati all'intrattenimento come cinema, teatri e affini e locali notturni e casinò, indipendentemente dal tasso di utilizzo, i rispondenti hanno riservato dei giudizi più freddi se si comparano ad altri elementi. Questo rappresenta un elemento di riflessione che può portare nella direzione di un miglioramento delle opportunità legate a questi servizi.

L'analisi dei fattori dedicata al grado di utilizzo dei diversi servizi permette di riportare alcuni risultati interessanti:

- i vari servizi di trasporto elencati (mezzi pubblici, servizio di navigazione e funivie, funicolari e seggiovie) sono tra loro strettamente legati e l'utilizzo degli stessi da parte dei proprietari di seconde case segue un filo comune; a questi servizi sono, inoltre, legati l'utilizzo dei sentieri escursionistici e il fatto di rivolgersi ai sportelli informativi degli enti turistici;
- la fruizione di servizi di ristorazione (ristoranti e grotti) è legata alle attività di shopping (fruizione di negozi, supermercati e mercati). Inoltre, l'analisi mostra che le attività raccolte in questo fattore presentano una certa correlazione con quanto descritto al punto precedente;

- infine, l'ultima relazione individuata raccoglie assieme l'utilizzo di locali notturni e casinò, i quali evidentemente interessano un segmento di individui piuttosto ridotto e con delle esigenze particolari rispetto alla generalità dei proprietari di seconde case nella regione: questo segmento, infatti, appare slegato rispetto ai due raggruppamenti sopra descritti.

## Motivazioni ed Aspetti Psicologici

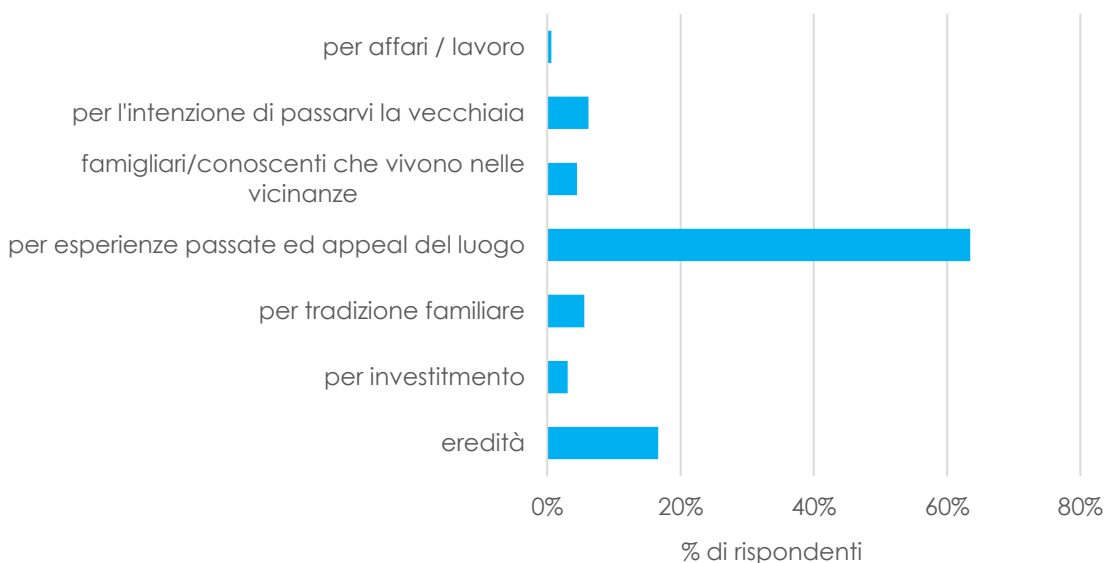
Nella sezione “Motivazioni ed aspetti psicologici” vengono in un primo momento descritti sia i motivi che hanno spinto i proprietari ad entrare in possesso della loro casa secondaria sia i desideri e le necessità che spingono gli stessi a trascorrere dei soggiorni in Ticino. Il rapporto continua poi con l’analisi di una serie di aspetti che fanno riferimento all’attaccamento dei rispondenti al territorio e ai rapporti interpersonali intrattenuti con i residenti. Infine si prende in esame qual è la propensione dei rispondenti a trasferirsi stabilmente nella loro casa secondaria in futuro.

*L’appeal del luogo è la principale motivazione che ha spinto le persone ad acquistare una casa nella regione...*

### Motivazioni della proprietà

Le motivazioni per cui gli intervistati posseggono una casa di vacanza in Ticino sono le più svariate e il questionario sottoposto ai rispondenti mirava a cogliere quella che è stato il motivo principale che ha portato all’acquisto o comunque a trovarsi nella posizione di essere proprietario di una casa presso il Lago Maggiore: si nota che oltre il 60% del campione ha riportato di aver acquistato una casa per motivi puramente turistici in quanto amanti del luogo e poco meno del 20% ha riportato di aver ereditato la struttura.

Figura 15 - Principale motivazione della proprietà di una casa secondaria



*...e vi è anche chi l’ha acquistata per trascorrervi la vecchiaia*

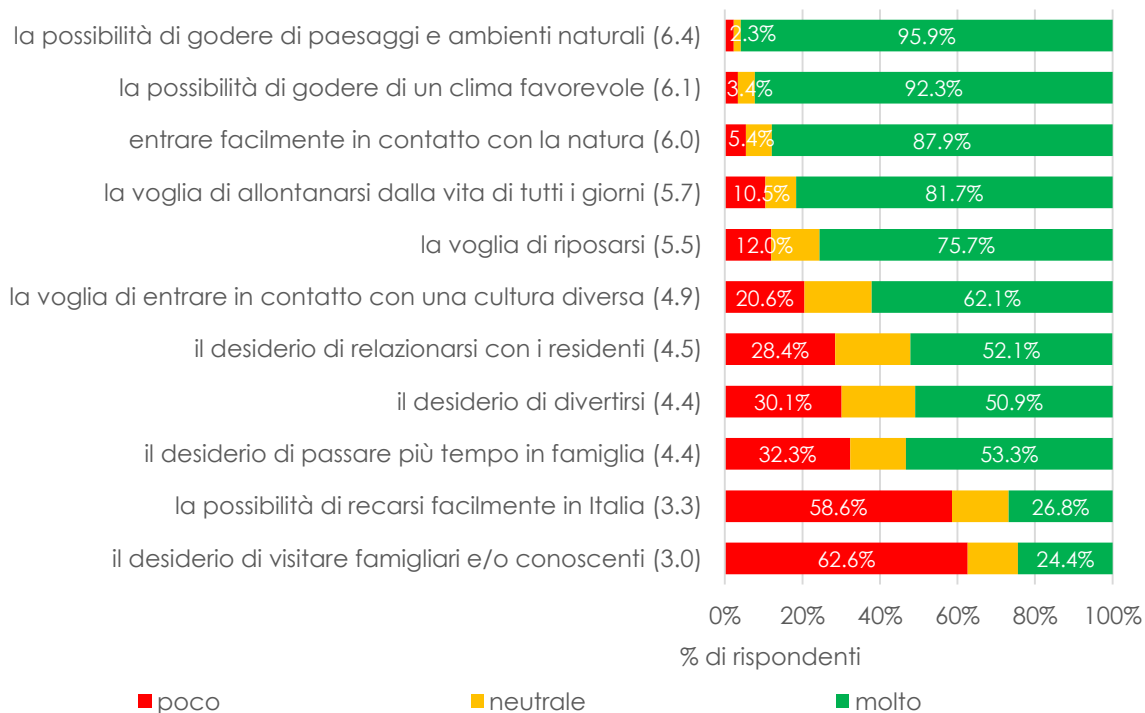
Relativamente alle altre motivazioni si riscontrano quote molto minori: in particolare quelli che hanno acquistato la casa con l’intenzione di stabilirvisi durante la vecchiaia sono solo poco più del 6%.

*Buona parte degli individui interessati dallo studio decide di soggiornare nella regione per le classiche motivazioni che scaturiscono dalle caratteristiche peculiari del territorio: il sole, il paesaggio, le montagne, il lago*

## Motivazioni del soggiorno

Oltre alle attività svolte a destinazione (già prese in esame in precedenza) ai rispondenti è stato chiesto di valutare (sempre su una scala da 1=per niente a 7=moltissimo) quanto una serie di desideri e necessità influenzi la decisione di recarsi alla propria casa nella regione del Lago Maggiore. Dalle risposte fornite si riscontra che i fattori che pesano maggiormente sono dati dalla possibilità di poter godere di paesaggi ed ambienti naturali, dal clima ottimale presente in Ticino e dalla possibilità di entrare facilmente a contatto con la natura, tutti aspetti per i quali si riporta una valutazione media di circa 6 punti; altri due fattori ritenuti di una certa importanza sono il desiderio di allontanarsi dalla vita di tutti i giorni e la voglia di riposarsi e rilassarsi. Su un piano inferiore, ma comunque con una valutazione media maggiore di 4 su 7, troviamo il desiderio di relazionarsi con i locali e, in generale, con culture diverse dalla propria, il desiderio di passare più tempo con la propria famiglia e quello di divertirsi.

Figura 16 - Aspetti che influenzano la decisione di recarsi a destinazione



Gli ultimi due punti, ai quali si assegna una bassa importanza, sono la possibilità di recarsi facilmente in Italia e il desiderio di visitare famigliari e/o conoscenti.

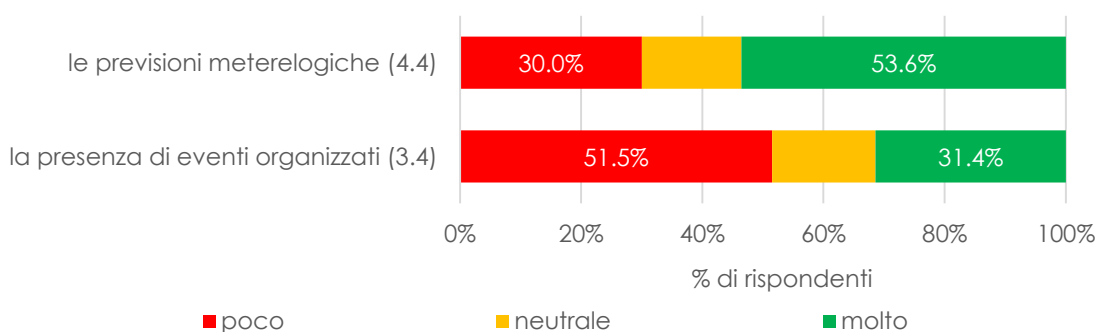
L'analisi dei fattori ha evidenziato che si possono identificare tre gruppi di aspetti che influenzano la decisione di recarsi in Ticino:

- la voglia di allontanarsi dalla routine e il desiderio di rilassarsi vengono associati al desiderio di stare in famiglia ed alla voglia di divertirsi: tali aspetti possono essere messi in collegamento con quanto riportato per il segmento, precedentemente considerato, relativo alle attività svolte;
- gli aspetti più vicini al clima e alla natura sono tra loro legati e a questi viene anche associato il contatto con culture differenti. È possibile che all'interno di tale segmento di rispondenti vi siano due legami distinti ma tra loro connessi: uno unisce l'aspetto della vita all'aria aperta e quindi mette in relazione l'ambiente naturale e le condizioni climatiche particolarmente favorevoli a destinazione; per l'altro si può pensare che il clima e la cultura presenti in Ticino vengano associati alla vita mediterranea, certamente distante da quella a cui appartiene la stragrande maggioranza dei proprietari di abitazioni secondarie interessati dallo studio;
- infine, i dati parlano di una correlazione tra l'incontro con i locali, il desiderio di visitare i famigliari e/o i conoscenti e quello di recarsi facilmente in Italia.

*Oltre la metà dei rispondenti si dicono molto influenzati dal fattore meteo, tra questi vi sono soprattutto gli ospiti confederati mentre i proprietari tedeschi risultano essere meno sensibili*

Due ulteriori considerazioni vengono fatte circa l'importanza assegnata, da un lato, alle previsioni meteo e, dall'altro, alla presenza degli eventi organizzati nella regione del Lago Maggiore. Le prime risultano avere una certa rilevanza nella decisione di recarsi a destinazione in quanto il 53% degli intervistati ha dichiarato che le previsioni meteorologiche influenzano molto o moltissimo la scelta di venire in Ticino. Relativamente al meteo, è interessante distinguere a seconda della provenienza dei proprietari di seconde case: le analisi statistiche infatti mostrano che i confederati assegnano una maggiore importanza al fattore climatico e questo è certamente dato dal fatto che per gli Svizzeri i viaggi spontanei e "improvvisati" sono più facilmente attuabili.

Figura 17 - Influenza delle previsioni meteo e degli eventi sulla decisione di recarsi a destinazione





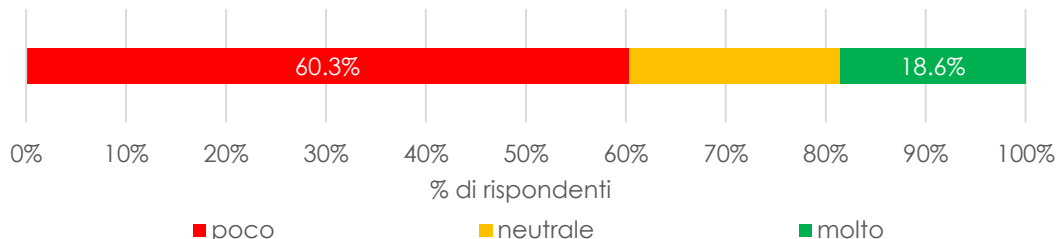
La presenza degli eventi assume invece un'importanza minore se si considera che quasi il 70% dei rispondenti si dice poco influenzato o neutrale e che solo il 7.4% è influenzato "moltissimo" dalla presenza di manifestazioni organizzate in regione.

*Chi ha una casa secondaria nella regione e vi si reca abitualmente non si sente un turista...*

### Rapporto con la destinazione e i residenti

Tra i quesiti posti ai partecipanti all'inchiesta sono state incluse alcune domande con l'intento di osservare degli aspetti di carattere psicologico legati al fatto di possedere un'abitazione secondaria nella regione del Lago Maggiore e poter sfruttare la stessa per trascorrere dei soggiorni nel corso dell'anno.

Figura 18 - Quanto i proprietari di seconde case si sentono turisti  
(valore medio: 3.1)



*I proprietari di seconde case amano particolarmente il territorio del Lago Maggiore e a questo è connesso il piacere di soggiornarvi*

Un dato interessante emerso dall'inchiesta è che in generale i rispondenti non si sentono turisti quando visitano il territorio: alla domanda "Quando visita il Ticino lei si sente un turista?" oltre il 60% degli stessi, infatti, ha assegnato delle valutazioni basse alla domanda mentre è meno del 20% la quota di rispondenti che ha riportato di sentirsi "molto" o "moltissimo" un turista.

Relativamente alle altre variabili di carattere psicologico, il questionario presentava una serie di domande facenti riferimento al piacere del soggiorno presso la regione del Lago Maggiore e Valli, l'appeal che la destinazione ha sui proprietari di seconde case, la soddisfazione che questi provano nell'aver una casa nella regione e infine il legame con la regione. È interessante notare che tutti questi aspetti hanno ricevuto valutazioni notevolmente elevate: in particolare, oltre il 98% dei rispondenti ha riportato che ama molto o moltissimo soggiornare in Ticino.

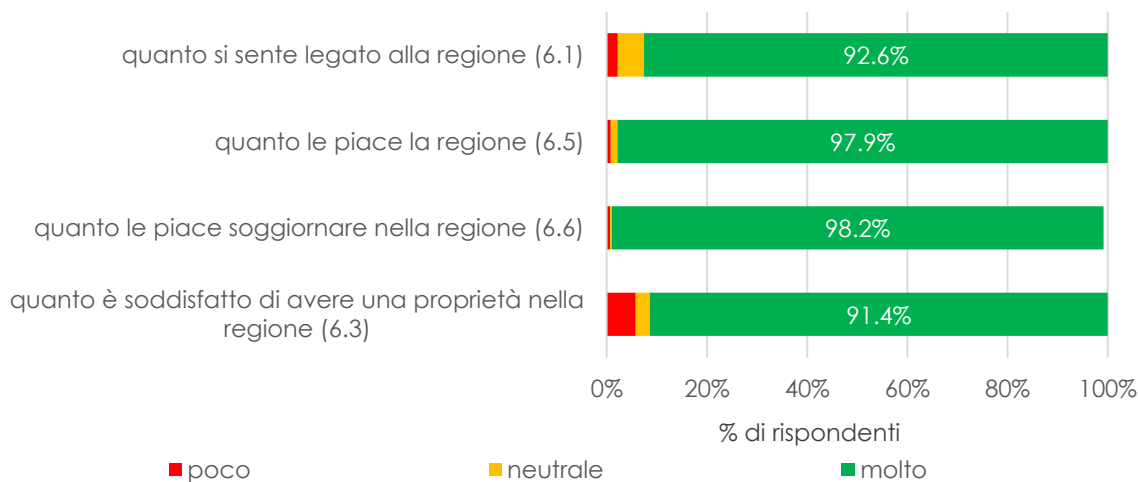
Il legame con la regione è l'aspetto a cui è stata assegnata la valutazione media più bassa ma comunque la quota di rispondenti che risulta essere poco legato al territorio è solo del 2.2%.

*...e ciò può essere spiegato dal forte legame verso la destinazione*

L'analisi statistica ha permesso di evidenziare che tra alcuni dei fattori qui considerati vi è un certo grado di correlazione. La soddisfazione di possedere una casa presso il Lago Maggiore presenta una connessione positiva, ma comunque di debole intensità, con gli aspetti legati all'appeal della destinazione, con il sentirsi legati alla regione e con il piacere di passarvi dei periodi di vacanza. Questo indica che tale sentimento (la soddisfazione di essere proprietario di

un'abitazione in Ticino) è solo parzialmente legato a questi fattori e evidentemente va oltre ad essi. Una correlazione piuttosto marcata esiste tra attrattività della regione e l'appagamento di risiedervi: se si tiene a mente, da un lato, quali sono le attività maggiormente svolte dai proprietari di seconde case (il relax, la montagna, il lago, passeggiare per le realtà urbane e rurali del territorio) e i desideri che portano questi a recarvisi (il meteo e la natura, così come la necessità di allontanarsi dalla realtà di tutti i giorni) e, dall'altro, a cosa il Ticino (in generale) viene associato (la natura, il bel tempo e per certi aspetti la vita mediterranea), si può intuire che gli individui assegnano un'importanza notevole proprio a questi che sono i fattori che caratterizzano più di tutti il territorio piuttosto che a tutto quello che fa da contorno alla vita del turista. Il legame con la regione che i rispondenti hanno riportato di sentire è in parte correlato con l'attrattività della destinazione ed il piacere di recarvisi: anche in questo caso si osserva che la connessione tra questi sentimenti esiste ma non è di forte intensità, indice che il sentimento di legame che i proprietari di seconde case provano nei confronti della regione del Lago Maggiore va oltre al mero fatto trascorrervi dei soggiorni piacevoli.

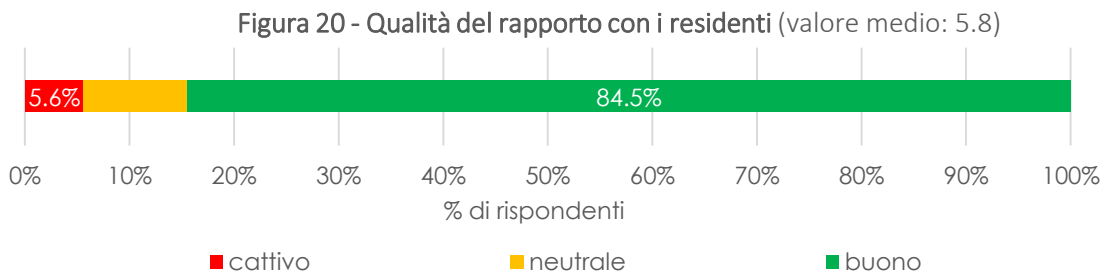
Figura 19 - Piacere, soddisfazione e legame con la destinazione Lago Maggiore e Valli



Un'ulteriore aspetto dell'analisi che interessa i proprietari di seconde case presso il Lago Maggiore fa riferimento al rapporto che questi hanno con gli abitanti della zona in cui è locata l'abitazione di proprietà. Relativamente a ciò si evidenzia che circa il 14% dei rispondenti ha riportato di non relazionarsi abitualmente con gli abitanti del Ticino; tra i rimanenti, quasi l'85% reputa il proprio legame con i locali buono o molto buono mentre, all'opposto, solo il 5.6% risulta non essere contento del rapporto instaurato con gli abitanti della zona dove si trova la casa di

*Gli intervistati ritengono il loro rapporto con i residenti generalmente buono nonostante per alcuni sia necessario creare un clima più cordiale*

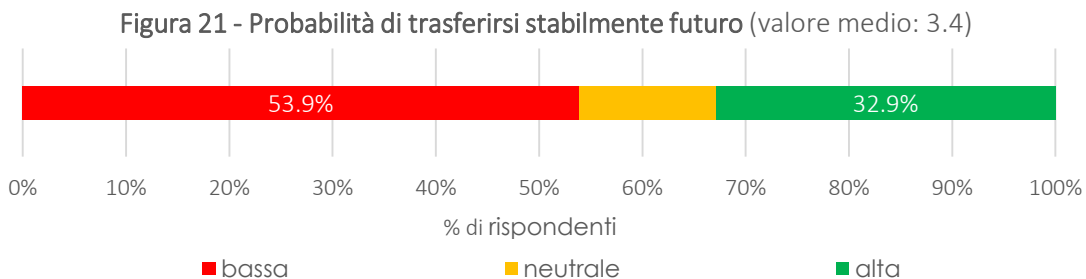
proprietà (come da grafico, la valutazione fa riferimento ad una scala da 1=molto cattivo a 7=molto buono).



### Desiderio di stabilirsi in Ticino

Agli intervistati è stato anche chiesto di rispondere alla seguente domanda: “Come reputa la probabilità di trasferirsi stabilmente presso la propria casa nella regione del Lago Maggiore in futuro?”. Il dato parla di una valutazione media pari a 3.8 su una scala da 1 (probabilità estremamente bassa) a 7 (probabilità estremamente alta): poco meno di un terzo dei proprietari di seconde case ritiene che la possibilità di un trasferimento in Ticino sia “alta” o “estremamente alta” mentre, all’opposto, per il 28.3% dei rispondenti tale eventualità è “estremamente bassa”.

*La possibilità di godere di un clima favorevole, il desiderio di relax, un buon rapporto con i residenti e l’interesse verso gli eventi organizzati sul territorio possono spiegare l’intenzione di trasferirsi stabilmente presso l’abitazione secondaria*



Alcune analisi statistiche hanno permesso di individuare delle relazioni tra questa variabile e altri elementi già esaminati nel corso dello studio:

- senza sorprese, il fatto di aver acquistato la casa allo scopo porta a valutare con maggiore probabilità il fatto di stabilirsi presso la regione del Lago Maggiore; un’ulteriore incentivo è rappresentato dalla presenza di familiari ed amici che già vivono nella regione mentre l’aspetto legato al piacere di trascorre le vacanze a destinazione non assume un significato particolare in questo contesto;
- dei vari aspetti psicologici presi in esame ciò che influisce positivamente e in maniera significativa sulla probabilità di stabilirsi in Ticino è il legame che gli individui hanno con il territorio piuttosto che l’appeal che la destinazione ha sui rispondenti o la soddisfazione di possedere una casa in regione; al contrario, più i proprietari di case

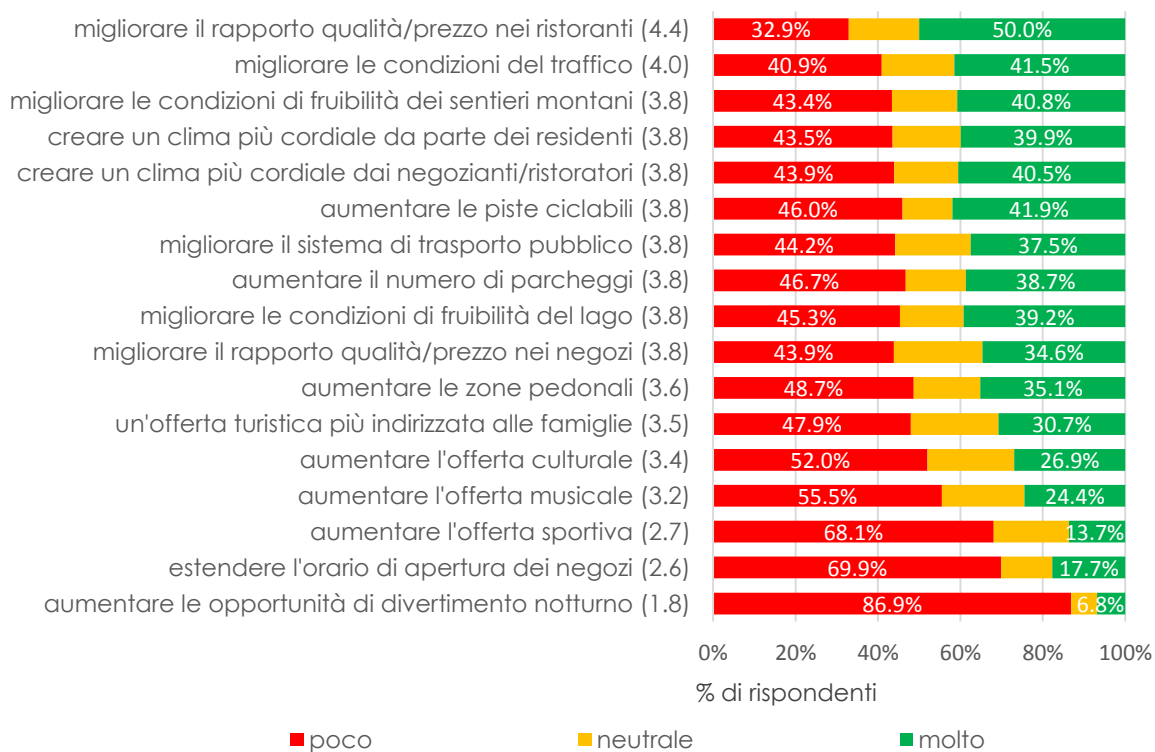
secondarie si sentono turisti a destinazione minore è la loro propensione a vedere la loro vita futura dove hanno l'abitazione: questa variabile, tra quelle considerate, rappresenta l'unico freno e probabilmente indica che maggiore è il senso di "estraneità" degli individui nei confronti del territorio minore è il legame con esso e, di conseguenza, più debole è l'intenzione di spostarsi;

- anche la durata complessiva dei soggiorni nel corso dell'anno tende a spiegare la propensione a stabilirsi definitivamente presso il Lago Maggiore: infatti, chi soggiorna più a lungo tende a valutare più concretamente tale possibilità; a questo si aggiunge il buon rapporto con i residenti e l'importanza assegnata alla presenza di eventi in regione (quest'ultimo elemento, in particolare, rappresenta un'ulteriore elemento che definisce quel segmento di individui particolarmente legati alle manifestazioni organizzate nella regione);
- ulteriori fattori che spingono le persone a prendere in considerazione di trasferirsi alla loro casa di proprietà sono, in primis, il fattore climatico (cioè la possibilità di godere di un clima favorevole), il desiderio di divertirsi (a questo può essere associato l'aspetto dell'importanza assegnata agli eventi) e la voglia di riposarsi: tra le diverse motivazioni (prese in esame in precedenza) che stimolano gli individui a passare i soggiorni in regione sembrano essere questi i principali fattori che influiscono sulla decisione di trasferirsi mentre per tutti gli altri non si riscontrano degli impatti significativi;
- infine, è interessante notare che non si riportano differenze significative se si discrimina per la nazionalità dei rispondenti: la propensione dei proprietari Svizzeri non si differenzia, in particolare, da quella dei Tedeschi se consideriamo i due sotto-campioni maggiormente rappresentati.

## Suggerimenti dei Proprietari

Questa parte dell'inchiesta si concentra sugli interventi ritenuti necessari per vivere una migliore esperienza presso il Lago Maggiore e Valli secondo il punto di vista dei proprietari di seconde case. I grafici che seguono mostrano il dettaglio delle risposte fornite da parte degli intervistati distinguendo tra i diversi interventi di interesse e riportando le quote di rispondenti a seconda del livello di importanza delle varie politiche da implementare (le valutazioni sono state effettuate su una scala da 1=per nulla necessario a 7=estremamente necessario).

Figura 22 - Necessità di interventi per migliorare l'esperienza turistica dei proprietari



*Un generale miglioramento del rapporto qualità/prezzo è ritenuto necessario da parte di molte persone*

Dai dati si riscontra che l'intervento maggiormente necessario risulta essere il miglioramento del rapporto qualità/prezzo offerto nei ristoranti della regione, aspetto che il 50% dei rispondenti ritiene necessario o estremamente necessario, ottenendo una valutazione media pari a 4.4 su una scala di 7 punti. L'analisi dei fattori evidenzia un filo conduttore che lega questo aspetto ad altri tre interventi: il primo fa riferimento ad un migliore rapporto qualità/prezzo nei negozi della regione (aspetto che interessa particolarmente oltre un terzo dei rispondenti e che trova riscontro nel fatto che i proprietari di seconde case fanno largo utilizzo di tali servizi come già riportato in precedenza) mentre gli altri due sono la creazione di un clima più cordiale sia da

parte dei residenti che da parte dei negozianti e ristoratori, entrambi interventi che interessano quote rilevanti di rispondenti.

A seguire, i dati indicano che un miglioramento delle condizioni del traffico è di forte interesse per i rispondenti; da questo punto di vista, altri interventi legati alla mobilità stradale (miglioramento del trasporto pubblico, aumento nel numero di parcheggi, aumento delle zone pedonali e delle piste ciclabili) assumono una rilevanza leggermente minore per quanto risultino essere correlati tra di loro. L'aspetto strettamente legato all'intrattenimento assume un certo peso per una quota interessante di rispondenti: una più ampia proposta culturale e musicale e una maggiore offerta sportiva (per quanto, come già riportato in precedenza, quest'ultima interessa solo una quota minore di proprietari di seconde case) presentano tra di loro un certo legame e a queste viene anche associato il bisogno di un'offerta turistica maggiormente indirizzata alle famiglie, indice che vi è un segmento di individui che pone le attività da svolgere in famiglia in correlazione con eventi legati al mondo della cultura, della musica e dello sport.

*L'importanza delle attività legate alla montagna e al lago merita un'attenzione particolare sotto il profilo della fruibilità del territorio*

Un'attenzione particolare va invece posta al miglioramento dei sentieri montani e della fruibilità del lago, interventi per cui quote rilevanti di rispondenti sembrano ritenere necessari degli aggiustamenti (anche in virtù del fatto che tali attività risultano avere una certa rilevanza per gli individui come già riportato in precedenza).

In fondo alla classifica si possono trovare le osservazioni che fanno riferimento all'intrattenimento notturno e all'estensione dell'orario di apertura dei negozi, aspetti rispetto ai quali quote rilevanti di rispondenti non assegnano una grande importanza.

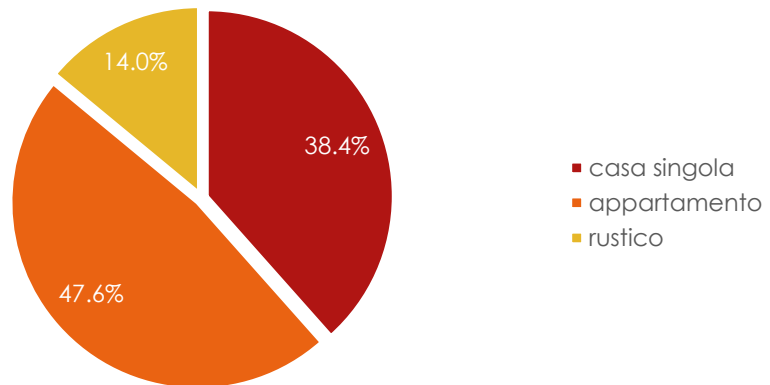
*Vi sono alcune differenze significative tra proprietari svizzeri e tedeschi e questo riguardano soprattutto le motivazioni del soggiorno e le attività svolte a destinazione*

## Proprietari Svizzeri e Tedeschi a Confronto

Come già precedentemente riportato, circa l'85% dei proprietari di seconde case nella regione del Lago Maggiore è di nazionalità Svizzera mentre l'11% circa sono tedeschi. Lo scopo di questo capitolo del report è quello di analizzare e mettere a confronto queste due realtà distinte.

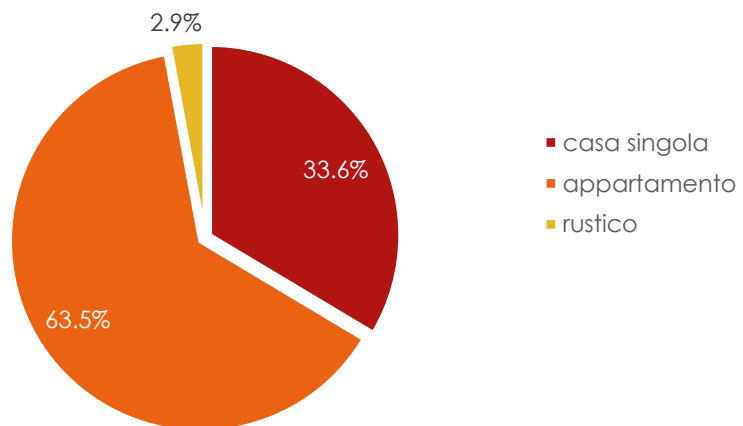
In generale le due nazionalità differiscono solo in parte se si fa riferimento alle loro abitudini strettamente legate all'abitazione secondaria e le motivazioni che hanno portato alla proprietà della stessa mentre alcune differenze significative verranno evidenziate, in maniera schematica, per quello che riguarda le attività svolte a destinazione, le motivazioni per recarsi presso il Lago Maggiore e i bisogni per una migliore esperienza turistica.

Figura 23 - Tipologia di abitazione, proprietari CH



*Molti confederati sono proprietari di rustici mentre quasi due terzi dei proprietari tedeschi possiedono un appartamento*

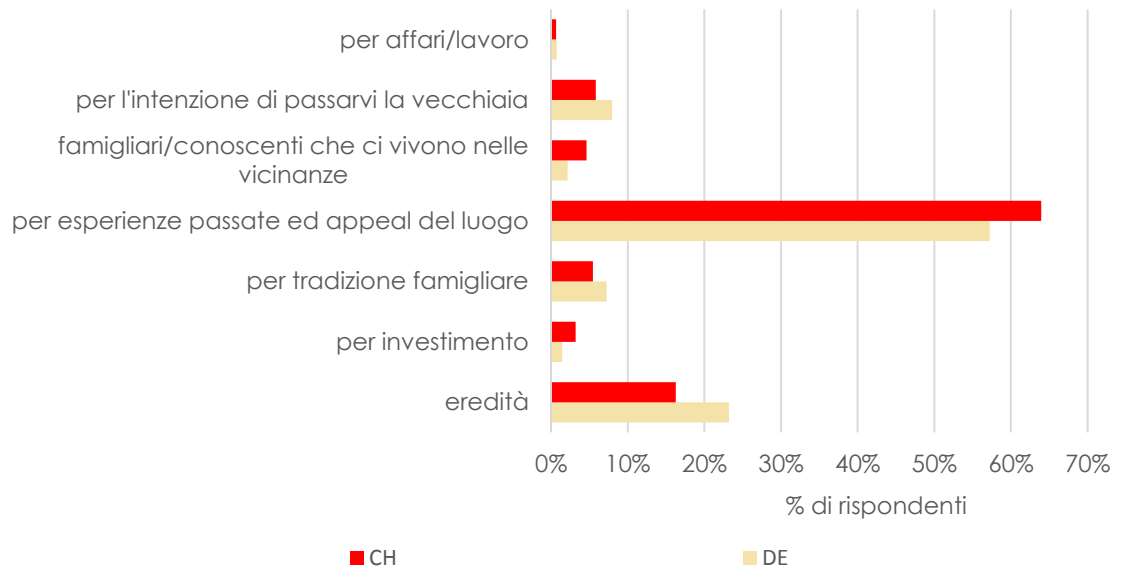
Figura 24 - Tipologia di abitazione, proprietari DE



Innanzitutto si osserva che le tipologie di proprietà differiscono tra le due nazionalità: le case singole riguardano il 38% dei rispondenti svizzeri e il 34% di quelli tedeschi mentre per quello che riguarda gli appartamenti si nota che tra i rispondenti tedeschi sono il 64% ad esserne proprietari mentre sono il 48% tra gli intervistati svizzeri.

Le ragioni che hanno portato svizzeri e tedeschi ad entrare in possesso di una casa nella regione non differiscono in maniera marcata. Nello specifico, la motivazione principale rimane sempre il piacere di trascorrervi le vacanze ed il fascino del luogo: tale impulso ha spinto il 63.3% dei proprietari svizzeri ed il 57.2% di quelli tedeschi.

Figura 25 - Principale motivazione per l'acquisto di una casa nella regione LM e V, proprietari CH e DE



Coloro che hanno riportato di aver ereditato la casa rappresentano, tra gli svizzeri, il 16.1% mentre tra i rispondenti tedeschi sono il 23.2%; relativamente ai piani futuri di risiedere permanentemente presso il Lago Maggiore si osserva che questa è la motivazione principale per il 5.8% degli Svizzeri e l'8% dei tedeschi.

L'auto risulta essere il mezzo preferito per raggiungere la propria casa secondaria sia da parte degli svizzeri che dei tedeschi: in termini percentuali, questi ultimi tendono a sceglierla maggiormente (85% dei casi rispetto al 79% degli svizzeri) e ciò non sorprende data la ben nota abitudine dei tedeschi a spostarsi in auto per le proprie vacanze.



Figura 26 - Mezzo di trasporto, proprietari CH

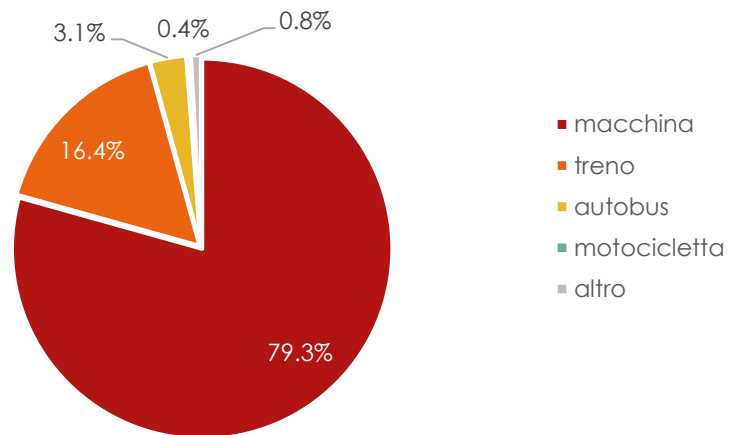
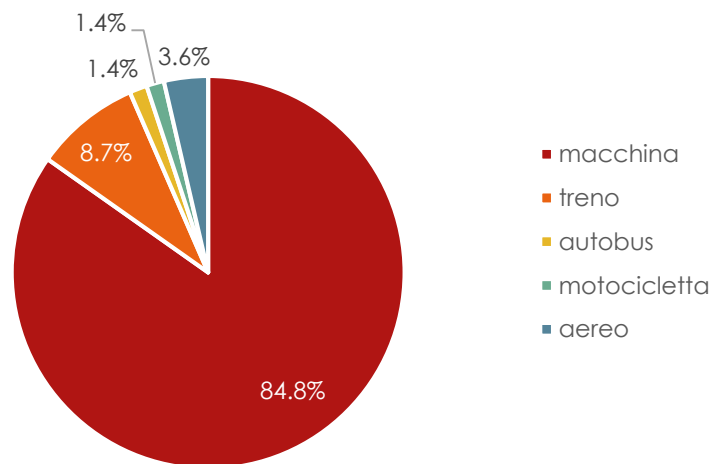


Figura 27 - Mezzo di trasporto, proprietari DE



Relativamente alla durata dei propri soggiorni, non si riscontrano differenze significative tra le due nazionalità: nel corso della primavera gli svizzeri si fermano presso il Lago Maggiore 17 giorni in media contro i 18 dei tedeschi; al contrario, in estate sono gli elvetici a soggiornare, in media, più a lungo (24 giorni a fronte dei 22 dei tedeschi). Nel corso dell'autunno non vi sono differenze (16 giorni in media per entrambe le nazionalità) mentre in inverno i rispondenti svizzeri tendono a fermarsi un paio di giorni in più (9 giorni contro una settimana). Per concludere, si rileva come non vi siano grandi differenze neanche nella propensione a recarsi alla propria casa di vacanza nella regione del Lago Maggiore durante i periodi delle festività pasquali e natalizie. Durante la Pasqua, il 64.7% degli svizzeri solitamente si reca a destinazione mentre per i tedeschi tale quota è del 61%; nel corso del periodo natalizio, invece, il 23.2% dei confederati e il 18.2% dei tedeschi soggiornano presso le residenze di proprietà nella regione del Lago Maggiore.

Per quello che riguarda le attività a destinazione e le motivazioni del soggiorno, l'uso dei servizi e i bisogni dei proprietari di case secondarie, il confronto tra proprietari svizzeri e tedeschi viene riproposto di seguito in forma schematica. Solo le differenze statisticamente significative riscontrate tra i due sotto-campioni sono riportate.

#### Le attività a destinazione

- Ad attività quali **“partecipare ad eventi culturali”**, **“partecipare ad eventi musicali”** e **“partecipare ad eventi sportivi”** i rispondenti di nazionalità tedesca assegnano un'importanza mediamente maggiore rispetto ai confederati: ciò può essere indice del fatto che per chi viene dalla Germania un soggiorno presso il Lago Maggiore ha una funzione che va oltre al mero relax casalingo o a carattere naturalistico.
- Altri due fattori di interesse sono rappresentati da **“giocare a golf”** e **“fare affari e sbrigare pratiche legate al lavoro”**: per quanto entrambe queste attività abbiano poca importanza per la generalità dei proprietari di seconde case, si osserva che i tedeschi tendono a dedicarsi maggiormente ad esse quando si trovano a destinazione. Interessante soprattutto la disparità di valutazioni per quello che riguarda il golf: mentre solo l'11% dei rispondenti svizzeri ritiene che svolgere tale attività a destinazione sia **“molto importante”**, la quota di rispondenti tedeschi dello stesso parere è del 24%.

*Gli svizzeri sono maggiormente attratti dagli eventi e godono di più della vita all'aria aperta...*

*...i tedeschi sono più interessati al golf e sfruttano la vicinanza al confine per recarsi facilmente in Italia*

#### Le motivazioni del soggiorno

- **La voglia di allontanarsi dalla vita di tutti i giorni** influenza maggiormente i proprietari confederati (sono il 44.3% di questi ad aver valutato tale motivazione con il valore massimo della scala mentre sono solo il 35% i rispondenti tedeschi) e lo stesso si può dire relativamente alla **possibilità di entrare facilmente a contatto con la natura**, motivazione che spinge maggiormente gli svizzeri piuttosto che i tedeschi (questo può essere ricondotto alle considerazioni riportate in precedenza relativamente alla maggiore importanza assegnata dai rispondenti tedeschi ad eventi culturali, musicali e sportivi).
- Un aspetto che risulta essere nettamente più importante per i tedeschi piuttosto che per gli svizzeri è rappresentato dalla **possibilità di recarsi facilmente in Italia**, la quale influenza molto o moltissimo il 41.2% dei proprietari tedeschi rispetto al 24.9% di quelli svizzeri.

L'uso dei servizi

- Servizi quali gli **sportelli informativi degli enti turistici, cinema, teatri e musei, negozi e supermercati e campi da golf e da tennis** vengono maggiormente utilizzati da parte degli ospiti tedeschi piuttosto che da quelli confederati. Relativamente agli sportelli informativi è naturale immaginare che gli ospiti tedeschi risultino essere meno esposti a tutte le informazioni di carattere turistico relative alla regione del Lago Maggiore e Valli rispetto agli svizzeri e quindi tendono a rivolgersi maggiormente ad essi. Per quello che riguarda, invece, le attività di svago legate a cinema, teatri e similari così come la fruizione di campi da golf e tennis si può certamente ritrovare un collegamento con quanto già riportato relativamente all'importanza assegnata alle diverse attività a destinazione
- Sia **funivie, funicolari e seggiovie** che i **trasporti locali** vengono più frequentemente utilizzati da parte degli ospiti confederati: relativamente all'utilizzo dei mezzi pubblici è possibile che la maggior quota di svizzeri che si recano a destinazione con i mezzi pubblici (treno in primis) rispetto ai germanici abbia il suo peso nello spiegare la differenza. Per quello che riguarda funicolari, funivie e seggiovie una spiegazione può derivare dal fatto che, nonostante non si siano riscontrate differenze significative tra rispondenti svizzeri e tedeschi circa l'importanza di fare escursionismo in montagna, gli ospiti confederati siano maggiormente legati ad attività di alta montagna mentre i tedeschi si "accontentino" di percorsi di più immediata raggiungibilità.

L'importanza assegnata ai diversi interventi

*Il rapporto qualità prezzo è un aspetto critico soprattutto per i tedeschi, così come lo sono l'aumento del numero dei parcheggi e l'estensione dell'orario di apertura dei negozi*

- La **necessità di un miglioramento nel rapporto qualità/prezzo**, sia per quello che riguarda i **ristoranti** che per i **negozi**, è sentita in maniera notevolmente maggiore dai tedeschi piuttosto che dai confederati: solo per riportare un dato, il 45.6% dei rispondenti svizzeri ritiene necessario intervenire sul rapporto qualità/prezzo nei ristoranti mentre per i tedeschi tale percentuale sale al 74.4%.
- Due ulteriori interventi ritenuti significativamente più importanti da parte dei tedeschi riguardano **l'aumento del numero di parcheggi** e **l'estensione dell'orario di apertura dei negozi** (in questo secondo caso è il 29.5% i tedeschi a ritenere necessario tale intervento rispetto a una quota del 15.5% negli svizzeri).

- Il miglioramento delle condizioni di fruibilità dei sentieri montani, l'aumento delle zone pedonali e il miglioramento delle condizioni del traffico e del trasporto pubblico rappresentano interventi visti con maggior urgenza da parte degli ospiti confederati.

---

## Conclusioni

---

Il presente rapporto è frutto di un'inchiesta avvenuta nella prima metà del 2013 presso i proprietari di seconde case site nel territorio della regione turistica Lago Maggiore e Valli. Lo studio è stato condotto per mezzo di un questionario spedito a tutti gli individui di interesse; il formulario, redatto in quattro diverse lingue (italiano, tedesco, francese ed inglese), è stato compilato in forma cartacea o via web attraverso un link creato appositamente per lo scopo. L'inchiesta è stata suddivisa in due parti: la prima prevedeva la raccolta di dati relativi alle abitudini dei proprietari di seconde case e una serie di valutazioni personali riferite a vari aspetti caratteristici del territorio in questione e dei soggiorni passati dai proprietari di case secondarie mentre la seconda parte ha fatto riferimento alle caratteristiche personali degli individui.

L'analisi dei dati ha permesso di gettare una nuova luce su un fenomeno, quello delle case secondarie, che caratterizza la vita sociale del territorio ticinese riferibile al Lago Maggiore e alle valli che lo circondano, fenomeno i cui aspetti più strettamente legati al comportamento e alle abitudini personali degli individui non erano noti.

Buona parte degli individui interessati dallo studio ha deciso di acquistare una casa nella regione per le classiche motivazioni che scaturiscono dalle caratteristiche peculiari del territorio: il sole, il paesaggio, le montagne, il lago. Questi fattori rappresentano un punto fermo nella considerazione di ciò che spinge gli individui a recarsi presso la propria casa di proprietà così come è centrale l'aspetto di trascorrere un soggiorno in un posto "esotico", lontano dalla vita di tutti i giorni.

Attraverso le analisi svolte si possono definire alcuni segmenti di individui sulla base delle attività svolte a destinazione e le motivazioni che spingono gli stessi a recarsi presso la propria abitazione:

- una parte di rispondenti tende a recarsi a destinazione allo scopo di "staccare" dalla quotidianità e, se del caso, passare più tempo in famiglia. Questo segmento sembra inseguire il relax e la tranquillità e non cerca necessariamente qualcosa di specifico da fare a destinazione;
- il secondo segmento è più legato alla presenza degli eventi e tende a sfruttare la casa di proprietà proprio per godere delle manifestazioni organizzate sul territorio; da questo si può dedurre che questo segmento è caratterizzato dalla ricerca di socialità con i residenti della regione;

- l'ultimo segmento individuato risulta essere maggiormente legato all'attività fisica e alla vita all'aria aperta: per questi, quindi, attività legate alla montagna (escursionismo) e al lago (sport acquatici) rappresentano il pretesto ideale per recarsi in Ticino.

I dati relativi all'utilizzo dei servizi evidenziano come sentieri escursionistici, ristoranti e grotti e negozi di vario tipo siano le strutture di cui usufruiscono maggiormente i proprietari di seconde case: per tutti questi si riportano livelli di gradimento particolarmente soddisfacenti. Al contrario, si pongono in fondo alla lista strutture come campi da golf (disciplina a cui si dedicano soprattutto i rispondenti germanici) e tennis così come locali preposti al divertimento notturno (aspetto presumibilmente influenzato dall'età mediamente avanzata dei rispondenti e che comunque interessa solo un piccolo segmento della popolazione, come si può anche osservare facendo riferimento ai dati circa i suggerimenti rilasciati dai rispondenti tra i quali un intervento sulle opportunità di divertimento notturno risulta essere il meno sentito).

I proprietari di seconde case intervistati hanno riportato di amare particolarmente il territorio del Lago Maggiore e a questo è in parte connesso il piacere di soggiornarvi; anche il legame con la regione è stretto e non si può escludere che questo spieghi il fatto che buona parte dei rispondenti non si senta turista quando si reca a destinazione. Relativamente all'aspetto della convivenza con i residenti, i risultati evidenziano che gli intervistati ritengono il loro rapporto con i cittadini del cantone generalmente buono anche se si è riscontrato che quote consistenti di individui reputano che sia necessario creare un clima più cordiale, sia da parte dei residenti che dei commercianti in particolare.

Nel presente rapporto si è anche dato spazio ad un focus centrato sul confronto tra proprietari di case secondarie svizzeri e tedeschi, rappresentanti oltre il 95% dei partecipanti all'inchiesta. L'analisi dei dati riportata nel focus ha permesso di poter separare alcuni comportamenti che distinguono confederati e germanici:

- nonostante non si siano riscontrate differenze significative nell'importanza assegnata alle attività di escursionismo, gli svizzeri sembrano essere maggiormente legati all'alta montagna (si veda ad esempio il maggior uso di funivie e seggiovie che questi fanno) e sentono maggiormente il bisogno di interventi atti al miglioramento della fruibilità dei percorsi montani;
- in generale gli Svizzeri sono più interessati all'aspetto della mobilità: i confederati, infatti, hanno maggiormente a cuore il miglioramento del trasporto pubblico e delle condizioni del traffico in generale e un incremento delle zone pedonali (mentre non si sono

riscontrate differenze per quello che riguarda degli intervei legati alle piste ciclabili);

- i dati confermano ciò che è ormai noto: i tedeschi sono molto più sensibili al rapporto qualità/prezzo rispetto ai proprietari svizzeri, in particolare con riferimento a ristoranti e negozi; sono inoltre maggiormente interessati a partecipare agli eventi di carattere culturale, musicale e sportivo organizzati sul territorio. Inoltre, i tedeschi giocano molto di più a golf e fanno maggiormente uso dei servizi legati alla disciplina;
- due ulteriori aspetti che interessano maggiormente i tedeschi piuttosto che gli svizzeri fanno riferimento ai soggiorni legati al lavoro (al contrario dell desiderio di recarsi presso la propria casa secondaria in Ticino per allontanarsi dalla vita di tutti i giorni, fattore maggiormente importante per gli Svizzeri) e la possibilità di recarsi facilmente in Italia, certamente per una questione di maggiore distanza rispetto a dove i rispondenti tedeschi hanno la propria casa primaria;
- relativamente alle variabili di carattere psicologico, non si sono trovate differenze statisticamente significative tra i due sotto-campioni. È interessante il fatto che i tedeschi abbiano riportato lo stesso legame con il territorio e lo stesso sentimento di sentirsi poco “turista” alla pari degli svizzeri, nonostante siano di un’altra nazionalità: tale comunanza di vedute può essere legata al fatto di recarsi frequentemente a destinazione. Infine, non si riscontra nessuna differenza significativa per quello che riguarda il rapporto con i residenti e la probabilità di trasferirsi in Ticino.

Per quello che riguarda possibili, concreti interventi di policy utili a migliorare l’esperienza abitativa da parte dei proprietari di seconde case, è difficile riuscire a fornire delle chiare linee guida: questo deriva dal fatto che è complicato, per una serie di motivi, distinguere chiaramente i comportamenti di tali attori da quelli che caratterizzano i turisti comunemente intesi e i residenti nella regione. Interventi relativi, ad esempio, al trasporto pubblico e altri mezzi di trasporto meno convenzionale come le funivie (che abbiamo notato essere usati con una frequenza non particolarmente intensa dagli intervistati) avrebbero senza dubbio il primo impatto sulla collettività residente nella regione e, a cascata, sui turisti tra i quali annoveriamo anche i proprietari di abitazioni secondarie.

Cionondimeno, uno spunto interessante si può ricavare dal legame riscontrato tra le visite a mercati e negozi (attività di shopping) e la frequentazione di grotti e ristoranti, servizi verso i quali i proprietari di seconde case mostrano grande interesse e di cui fanno largo uso: una sinergia tra gli attori rappresentanti i due diversi rami economici che andasse nella direzione di rendere maggiormente appetibile l’esperienza vissuta sia dal punto di vista economico (aspetto

---

centrale se si ricorda l'attitudine dei rispondenti tedeschi a questo proposito) che dal punto di vista dell'appagamento, potrebbe risultare interessante e funzionale ad un coinvolgimento ancora maggiore degli individui.

Un ultimo appunto emerge quando si considera il forte interesse degli ospiti tedeschi per quello che riguarda la disciplina del golf, l'utilizzo che in generale viene fatto delle strutture ad esso dedicate e la soddisfazione riportata: è chiaro che esiste un segmento ben preciso che dimostra grande interesse verso tale attività e questa informazione può risultare utile qualora la prospettiva fosse quella di dare forma a degli interventi di promozione che si rivolgono ai turisti.



## Appendice

Questionario proposto ai proprietari di seconde case nella Regione del Lago Maggiore e Valli.

1. *In quale comune della regione del Lago Maggiore e Valli si trova la sua casa?*
2. *Che tipologia di abitazione è? (Casa singola / Appartamento / Rustico)*
3. *Da quanti anni è proprietario della casa?*
4. *Perché ha scelto di acquistare una casa nella regione del Lago Maggiore e Valli? (la motivazione principale) (Ho ereditato la casa / Per investimento / Per tradizione familiare / Perché vi trascorrevi le vacanze e mi piace il luogo / Perché ci sono famigliari, conoscenti che ci vivono / Perché ho intenzione di passarvi la vecchiaia / Per affari, lavoro)*
5. *Quanti giorni all'anno, all'incirca, passa nella sua casa nella regione del Lago Maggiore e Valli nei seguenti periodi? (Marzo-maggio / Giugno-agosto / Settembre-novembre / Dicembre-febbraio)*
6. *Solitamente si reca alla sua casa nella regione del Lago Maggiore e Valli nel periodo pasquale? (Sì / no)*
7. *Solitamente si reca alla sua casa nella regione del Lago Maggiore e Valli nel periodo natalizio? (Sì / no)*
8. *Quando si reca alla sua casa nella regione del Lago Maggiore e Valli, di solito ci va: (Da solo/ Solo con il proprio partner, coniuge / In famiglia / Con amici)*
9. *Come si reca alla sua casa nella regione del Lago Maggiore e Valli solitamente? (Auto / Treno/ Pullman / Moto / Aereo / Altro)*
10. *Nel corso dell'anno le capita di affittare / prestare la sua casa ad altre persone (amici, famigliari, terze persone, etc)? (Mai / 1-2 volte / 3-5 volte / 6-10 volte / più di 10 volte)*
11. *Quando si reca in Ticino nel corso dell'anno, oltre a rimanere nella regione del Lago Maggiore e Valli visita anche gli altri luoghi del cantone? (Mai / 1-2 volte / 3-5 volte / 6-10 volte / più di 10 volte)*
12. *Quando si reca in Ticino nel corso dell'anno, oltre a rimanere nella regione del Lago Maggiore e Valli visita anche l'Italia? (Mai / 1-2 volte / 3-5 volte / 6-10 volte / più di 10 volte)*
13. *Quando visita il Ticino lei si sente un turista? (1 = assolutamente no - 7 = assolutamente sì)*
14. *Quanto è soddisfatto di avere una abitazione nella regione del Lago Maggiore e Valli? (1 = per niente - 7 = moltissimo)*
15. *Quanto influiscono questi aspetti sulla sua decisione di recarsi alla sua casa nella regione del Lago Maggiore e Valli? (1 = per niente - 7 = moltissimo)*  
 La voglia di allontanarsi dalla vita di tutti i giorni  
 La voglia di riposarsi  
 Il desiderio di passare più tempo con la propria famiglia

La voglia di entrare in contatto con una cultura diversa dalla sua  
Il desiderio di relazionarsi con i residenti  
Il desiderio di visitare famigliari e/o conoscenti  
Il desiderio di divertirsi  
La possibilità di godere di un clima favorevole  
La possibilità di godere di paesaggi e ambienti naturali  
La possibilità di entrare facilmente in contatto con la natura  
La possibilità di recarsi facilmente in Italia

**16.** *Quanto è importante per lei svolgere le seguenti attività quando si trova nella regione del Lago Maggiore e Valli? (1 = per niente - 7 = moltissimo)*

Passare il tempo in casa a rilassarsi  
Partecipare ad attività che coinvolgano tutta la famiglia  
Partecipare ad eventi culturali  
Partecipare ad eventi musicali  
Partecipare ad eventi sportivi  
Godere delle specialità culinarie del posto  
Partecipare alle feste / sagre (carnevale, mercatini di Natale, etc)  
Fare escursionismo in montagna  
Fare sport estremi  
Recarsi al lago  
Fare sport acquatici  
Giocare a golf  
Passeggiare per le città ed i paesi  
Girare in bicicletta  
Fare affari o sbrigare pratiche legate al suo lavoro

**17.** *Quanto influenzano i seguenti aspetti sulla sua decisione di recarsi alla sua casa nella regione del Lago Maggiore e Valli? (1 = per niente - 7 = moltissimo)*

La presenza di eventi organizzati nel comprensorio del Lago Maggiore  
Le previsioni metereologiche

**18.** *Quanto spesso utilizza questi servizi a disposizione nella regione del Lago Maggiore e Valli? (1 = mai - 7 = molto frequentemente)*

Sportelli informativi degli enti turistici nella regione  
Ristoranti, grotti  
Cinema, teatri, musei, esposizioni  
Negozi, supermercati, mercati  
Piscine, lidi, Spa, centri benessere  
Funivie, funicolari, seggiovie  
Campi da golf e da tennis  
Trasporto ferroviario e mezzi pubblici cittadini  
Servizio di navigazione del Lago Maggiore  
Sentieri escursionistici

Locali notturni (pubs, disco, etc)

Casinò

**19.** *Quanto è soddisfatto dei seguenti servizi a disposizione nella regione del Lago Maggiore e Valli? (1 = per nulla soddisfatto - 7 = pienamente soddisfatto / Per quei servizi di cui non è solito usufruire la preghiamo di indicare "non so")*

Sportelli informativi degli enti turistici nella regione

Ristoranti, grotti

Cinema, teatri, musei, esposizioni

Negozi, supermercati, mercati

Piscine, lidi, Spa, centri benessere

Funivie, funicolari, seggiovie

Campi da golf e da tennis

Trasporto ferroviario e mezzi pubblici cittadini

Servizio di navigazione del Lago Maggiore

Sentieri escursionistici

Locali notturni (pubs, disco, etc)

Casinò

**20.** *Quanto le piace trascorrere i suoi soggiorni nella regione del Lago Maggiore e Valli? (1 = per niente - 7 = moltissimo)*

**21.** *Quanto le piace la regione del Lago Maggiore e Valli come destinazione? (1 = per niente - 7 = moltissimo)*

**22.** *Quanto si sente legato alla regione del Lago Maggiore e Valli? (1 = per niente - 7 = moltissimo)*

**23.** *A suo avviso quanto sarebbero necessari i seguenti interventi per migliorare l'esperienza di chi si reca presso la regione del Lago Maggiore e Valli? (1 = per nulla necessari - 7 = estremamente necessari)*

Creare un'offerta turistica maggiormente indirizzata alle famiglie

Aumentare l'offerta culturale

Aumentare l'offerta musicale

Aumentare l'offerta sportiva

Migliorare il rapporto qualità/prezzo nei ristoranti

Migliorare il rapporto qualità/prezzo nei negozi

Migliorare le condizioni di fruibilità del lago

Migliorare le condizioni di fruibilità dei sentieri montani

Aumentare le opportunità di divertimento notturno

Creare un clima più cordiale da parte dei residenti

Creare un clima più cordiale da parte dei negozianti / ristoratori

Migliorare il sistema del trasporto pubblico

Aumentare il numero di parcheggi

Aumentare le zone pedonali

Aumentare le piste ciclabili  
Migliorare le condizioni del traffico  
Estendere l'orario di apertura dei negozi

24. *Come reputa il suo rapporto con gli abitanti della zona in cui possiede la casa? (1 = molto cattivo - 7 = molto buono / 8 = di solito non mi relaziono con i residenti)*

25. *Come reputa la probabilità di trasferirsi stabilmente, in futuro, nella sua casa in Ticino? (1 = estremamente bassa - 7 = estremamente alta)*

26. *Commenti/critiche/suggerimenti:*

CARATTERISTICHE DEL RISPONDENTE:

A. *Genere (Maschio / Femmina)*

B. *Età*

C. *Paese di residenza (Svizzera / Germania / Italia / Francia / Altro)*

D. *Cantone / Land / Regione di provenienza*

E. *Stato civile (Celibe-nubile / Sposato-a / Divorziato-a / Vedovo-a)*

F. *Numero di bambini (meno di 14 anni) nel nucleo familiare*

G. *Titolo di studio (Scuola primaria / Scuola secondaria inferiore / Scuola secondaria superiore / Laurea o superiore)*

H. *Reddito medio mensile del nucleo familiare (in €, CHF o GBP)*

I. *Situazione lavorativa (Operaio / Impiegato / Dirigente / Imprenditore / Lavoratore indipendente / Pensionato / Militare / Studente / Attualmente non svolge attività remunerata)*

## Contatti

---



Autore

**Igor Sarman**

Collaboratore O-Tur

[igor.sarman@usi.ch](mailto:igor.sarman@usi.ch)

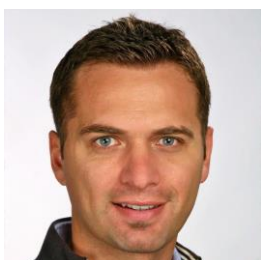


Autore

**Caroline Sophie Sturm**

Collaboratrice O-Tur

[caroline.sophie.sturm@usi.ch](mailto:caroline.sophie.sturm@usi.ch)



Supervisione

**Stefano Scagnolari**

Responsabile O-Tur

[stefano.scagnolari@usi.ch](mailto:stefano.scagnolari@usi.ch)



**Osservatorio del Turismo**

Via Maderno, 24 - CP 4361  
CH-6904 Lugano

**Tel** +41 58 666 4666

**Fax** +41 58 666 4662

[www.otur.usi.ch](http://www.otur.usi.ch)

## Committenti



### Ente Turistico Lago Maggiore

Via B. Luini, 3  
CH-6600 Locarno  
**Tel** +41 91 848 091 091  
**Fax** +41 91 759 76 94  
[www.ascona-locarno.com](http://www.ascona-locarno.com)



### Ente Turistico Gambarogno

Via Cantonale  
CH-6574 Vira Gambarogno  
**Tel** +41 91 795 18 66  
**Fax** +41 91 795 33 40  
[www.gambarognoturismo.ch](http://www.gambarognoturismo.ch)



### Ente Turistico Tenero e Valle Verzasca

Via ai Giardini  
CH-6598 Tenero  
**Tel** +41 91 745 16 61  
**Fax** +41 91 745 42 30  
[www.tenero-tourism.ch](http://www.tenero-tourism.ch)



### Ente Turistico Vallemaggia

CP 73  
CH-6673 Maggia  
**Tel** +41 91 753 18 85  
[www.vallemaggia.ch](http://www.vallemaggia.ch)