

MY OWN

LUGANO
REGION

RELAZIONE ANNUALE 2018

ASSEMBLEA GENERALE
ENTE TURISTICO DEL LUGANESE
13 GIUGNO 2019





CITY CENTRE & LAKEFRONT

*Centro città e lungolago
Stadtzentrum und Seeufer
Centre-ville et promenade*



VILLAGES & COUNTRYSIDE

*Villaggi e campagna
Dörfer und Landschaft
Villages et campagne*

LAKE & NATURE

*Lago e natura
See und Natur
Lac et nature*



GASTRONOMY & TRADITIONS

*Gastronomia e tradizioni
Gastronomie und Tradition
Gastronomie et traditions*



ART & CULTURE

*Arte e cultura
Kunst und Kultur
Art et culture*



SPORT & LEISURE

*Sport e tempo libero
Sport und Freizeit
Sport et temps libre*

SHOPPING & LIFESTYLE

*Shopping e lifestyle
Shopping und Lifestyle
Shopping et lifestyle*



HEALTH & WELLNESS

*Salute e benessere
Gesundheit und Wellness
Santé et bien-être*



DAY TRIPS & SURROUNDINGS

*Escursioni e dintorni
Tagesausflüge und Umgebung
Excursions et environs*

CLUBBING & NIGHTLIFE

*Clubbing e vita notturna
Clubbing und Nachtleben
Clubbing et vie nocturne*



FESTIVALS & EVENTS

*Festivals ed eventi
Festivals und Veranstaltungen
Festivals et événements*



MEETINGS & INCENTIVES

*Meeting e incentive
Meetings und Incentives
Réunions et incentives*



ORDINE DEL GIORNO ASSEMBLEA ORDINARIA – 13 GIUGNO 2019 PALAZZO DEI CONGRESSI, LUGANO

- 1. Saluto e apertura dell'Assemblea da parte del Presidente.**
- 2. Nomina degli scrutatori.**
- 3. Approvazione del verbale dell'Assemblea dell'11 dicembre 2018.**
- 4. Consuntivo e Bilancio dell'Ente Turistico del Luganese 2018.**
 - 4.1. Relazione del Presidente e della Direzione;
 - 4.2. Presentazione dei conti e del messaggio;
 - 4.3. Rapporto di Revisione;
 - 4.4. Approvazione.
- 5. Interpellanze.**
- 6. Lettura e approvazione verbale.**
- 7. Eventuali.**

RELAZIONE DEL PRESIDENTE E DEL DIRETTORE

Gentili Signore e Signori,
Cari soci e amici del turismo Luganese,

fissare degli obiettivi è il primo passo per trasformare l'invisibile nel visibile (cit. Anthony Robbins). Sposando questa filosofia di pensiero, l'anno 2018 è stato sicuramente uno tra i più ricchi degli ultimi decenni, sia in termini di sfide raccolte, che di attività intraprese da parte di tutto il team dell'Ente Turistico del Luganese. Diversi sono stati i nuovi obiettivi prefissati a medio e lungo termine, e quelli raggiunti a seguito di attività promosse durante gli ultimi anni.

Il calo quantitativo dei pernottamenti registrato nel Luganese, tra l'altro in linea con una diminuzione delle presenze a livello Cantonale, ha portato a riflettere ancora di più sull'evoluzione del prodotto turistico alla quale stiamo assistendo nell'ultimo decennio. Un cambiamento che evidenzia sempre più l'indiscutibile importanza non soltanto della produzione turistica in senso stretto (alloggi, ristorazioni, infrastrutture e fornitori di servizi), ma anche dello scenario sociopolitico, economico ed ambientale che proponiamo ai nostri visitatori. La soddisfazione del turista sarà assicurata a lungo andare non soltanto dal rapporto qualità/prezzo ma soprattutto dalla qualità delle relazioni umane intrattenute prima, durante e dopo il soggiorno.

Da queste premesse tutto il team ha perseguito le attività di promozione e informazione turistica tenendo conto delle innovazioni tecnologiche e dei trend di mercato più o meno consolidati, trovando delle soluzioni di volta in volta efficaci anche quando, fattori esterni, hanno cambiato i parametri entro il quale operare, indicando nuove vie da perseguire.

In termini di attività e progetti, una novità su tutte è stata il lancio e l'applicazione del nuovo brand territoriale "Lugano Region", che ha innovato l'intera immagine dell'Ente, suddividendola in quattro grandi categorie: uffici informazione, materiale per attività marketing, materiale di comunicazione e segnaletica territoriale. Il team Sales ha presenziato su diversi mercati esteri per attirare turismo leisure e MICE. Si sono, inoltre, ospitati in collaborazione con Svizzera Turismo e ATT SA, più di 100 operatori turistici/agenti di viaggio e altrettanti giornalisti, bloggers e influencers, con l'obiettivo di presentare la destinazione ai mercati d'interesse sottolineandone aspetti sempre differenti. A queste azioni, si è affiancata, a partire da fine agosto, una nuova campagna "di impulso" per attirare nuovamente verso la regione del Luganese il mercato svizzero tedesco che ha manifestato il calo più considerevole negli ultimi studi statistici (-11,6%).

Il territorio e i suoi attrattori sono rimasti sempre al centro della nostra strategia, permettendoci di promuovere sia la bellezza paesaggistico-naturale del territorio – reso fruibile da oltre 370km di sentieri MTB e oltre 830km di sentieri escursionistici – sia la ricca offerta di esperienze collaterali legate al segmento outdoor e all'enogastronomia. Proprio quest'ultimo tema è stato oggetto di forte propulsione con la creazione, insieme a GastroLugano ed altre associazioni di categoria locali, di nuove proposte turistiche ad hoc che hanno visto un ottimo riscontro di pubblico, oltre ad essere state oggetto di un'ottima copertura mediatica da parte di testate e blogs internazionali. Per quanto concerne l'offerta turistica legata all'outdoor, sono state diversi i progetti che hanno visto luce nel 2018 e tra i quali possiamo citare il rifacimento della segnaletica escursionistica del Luganese e del Malcantone, il nuovo percorso tematico Artinbosco, oltre alle varie costruzioni per la rete sentieristica MTB. Proprio citando il mondo legato alle due ruote, non dobbiamo dimenticare che il percorso "Lugano Bike 66" è stato eletto da Svizzera Turismo uno dei tre più belli a livello nazionale.

Lo sviluppo del prodotto "Mountain Bike" è stato caratterizzato dalla stretta collaborazione con guide specializzate e con le strutture di accoglienza dedicate, con l'obiettivo di posizionare a livello mondiale la nostra destinazione come meta ideale per gli amanti di questo sport. Il risultato è stato quello di siglare un accordo di due anni, in collaborazione con la Città di Lugano e Morcote, con il campione del mondo e olimpico Nino Schurter, che, tramite i suoi canali social, mostrerà le bellezze della nostra regione.

Concludendo, sono tante le importanti iniziative in fase di realizzazione che prevedono di ottenere presto dei risultati incoraggianti. Al tempo stesso, siamo consapevoli di quanto sia difficile doversi confrontare quotidianamente con un settore, in così rapida evoluzione, dove la passione per il proprio lavoro e la resilienza sembrano essere sempre di più le due leve sulla quale fare affidamento per poter continuare a promuovere la regione del Luganese nel migliore dei modi in un contesto internazionale sempre più ricco di sfide.



Bruno Lepori
Presidente

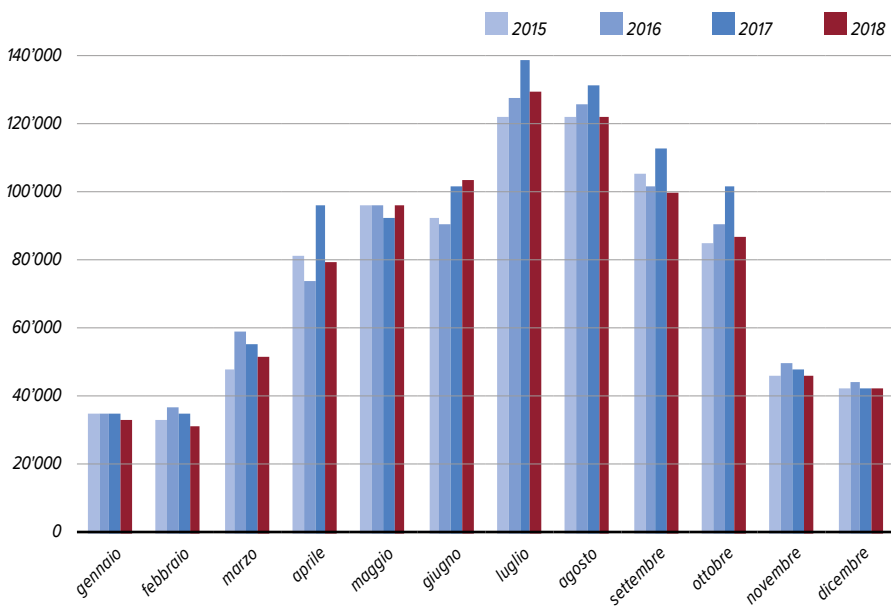
Alessandro Stella
Direttore



922'634 pernottamenti
-72'032 rispetto al 2017 (-7.24%)

DATI STATISTICI (BASE: UFS)

<i>Pernottamenti alberghieri</i>	2015	2016	2017	2018	18 vs 17	18 vs 17
Gennaio	35'139	34'717	35'659	33'253	-2'406	-6.75%
Febbraio	33'608	36'934	35'919	32'399	-3'520	-9.80%
Marzo	47'380	58'624	56'322	52'029	-4'293	-7.62%
Aprile	81'444	74'869	96'073	80'121	-15'952	-16.60%
Maggio	95'875	96'974	92'936	95'788	2'852	3.07%
Giugno	93'352	90'166	101'944	103'405	1'461	1.43%
Luglio	121'595	127'650	138'449	129'651	-8'798	-6.35%
Agosto	121'536	125'993	131'854	122'278	-9'576	-7.26%
Settembre	105'157	102'164	112'065	99'682	-12'383	-11.05%
Ottobre	85'790	90'160	101'283	86'323	-14'960	-14.77%
Novembre	45'585	49'411	48'774	45'818	-2'956	-6.06%
Dicembre	41'754	43'816	43'388	41'887	-1'501	-3.46%
Totale	908'215	931'478	994'666	922'634	-72'032	-7.24%



ASSISTENZA AL TURISTA

L'attività principale che ha occupato i collaboratori del settore è rimasta anche per il 2018 l'assistenza ai quasi 75mila visitatori (+7% rispetto al 2017) che si sono recati presso gli sportelli di Lugano Centro, Lugano Stazione, Morcote, Tesserete, dell'Aeroporto di Agno e di Caslano.

Da rimarcare, anche per quest'anno, la collaborazione con La Posta, per la quale l'Ente Turistico del Luganese si è messo a disposizione assumendosi i compiti dell'agenzia postale di Morcote.

Durante il 2018 abbiamo, inoltre, dato seguito al progetto iniziato nel 2017 "Tourist Office 3.0" sovvenzionato da Innotour. Insieme alla Confederazione e ad altre 19 regioni turistiche abbiamo accettato la sfida di scoprire come saranno gli uffici del turismo nel futuro, confrontandoci costantemente su sfide ed opportunità sia tramite incontri periodici che attraverso una piattaforma online condivisa per scambi d'opinione e momenti di brainstorming.

Gli uffici informazione hanno offerto principalmente i seguenti servizi:

- Diffusione gratuita di materiali informativi
- Informazioni dirette all'utente in merito a tutte le risorse turistiche della regione
- Rivendita di titoli di trasporto e patenti di pesca
- Rimborso Tax Free presso uno dei nostri info point (2'731 operazioni in un anno)
- Presenza fisica a workshop e fiere del settore sia su territorio locale che nazionale
- Verifica gratuita disponibilità delle strutture ricettive e/o appartamenti in affitto
- Biglietti e prenotazioni per visite guidate, musei, gite, escursioni, spettacoli e ogni altra iniziativa di rilevanza turistica
- 3'486 operazioni per Europcar in due punti d'informazione addetti alle vendite
- Vendita guide, carte turistiche, pubblicazioni di interesse per il turista
- Rivendita Foxtrail (771 persone servite)
- Rivendita servizio guide e accompagnamento turistico
- Inserimento di studenti della SSAT e scuole medie all'interno del team per periodi di breve-medio termine in qualità di stagisti.



MY OWN
**LUGANO
REGION**

**WELCOME
TO LUGANO**

Benvenuti a Lugano
Willkommen in Lugano
Bienvenue à Lugano

**ENJOY OUR
GUIDED TOURS**

74'894 persone accolte agli sportelli
15'930 richieste tramite e-mail
10'970 telefonate ricevute



413'000 stampati prodotti e distribuiti
> 45 attività promozionali su vari mercati
> 1'000 consegne ai partner
3 nuovi itinerari tematici



IMMAGINE

STAMPATI

Grazie all'introduzione del nuovo brand avvenuta a fine febbraio si è proceduto alla realizzazione di materiale per il periodo antecedente in linea con la vecchia immagine e contemporaneamente con la produzione del materiale necessario al lancio dello stesso. A seguito di questa fase e ai successivi input giunti, si è provveduto ad un affinamento dei prodotti. Tali migliorie hanno coinvolto numerosi aspetti sia dal punto di vista grafico che di immagine ed hanno portato alle versioni attuali dei nuovi supporti. I formati sono tutti tascabili, i testi sono stati migliorati per una maggiore leggibilità e le immagini sono state realizzate con una impronta più turistica.

PROMOZIONE

A sostegno del settore Marketing e Comunicazione sono stati creati i supporti fisici e digitali per le attività di promozione. Nello specifico, sono stati realizzati: inserzioni pubblicitarie, materiale per pubbliredazionali su varie testate e portali web, gadgets, merchandising, materiale per fiere ed eventi promozionali. Nell'ottica di accordi di collaborazione, l'Ente offre ai partner locali (comuni, enti, eventi patriziati, l'ATT SA e Svizzera Turismo) il supporto tramite il servizio immagine, che vanno da consulenze alla realizzazione di materiale visivo di ogni tipo.

CORPORATE

Il settore si è occupato della creazione del materiale di corporate identity necessario ai vari settori, come ad esempio carta intestata, formulari di raccolta dati per il sito web, modulistica per l'amministrazione / Tassa di soggiorno, relazioni di bilancio annuali. Vetrine, mobili, insegne e decorazioni dei 6 Uffici Informazione e di vari spazi espositivi sul territorio. Per il settore del territorio si sono sviluppate: segnaletica sentieristica, tematica, turistica e per il Parco San Grato. Il settore ha svolto anche la gestione dei diritti d'autore del materiale audiovisivo e la sua creazione necessari al settore marketing e comunicazione.

BRAND

Oltre al materiale proprio dell'Ente sono stati realizzati i primi progetti in linea con il concetto di branding territoriale. Tra questi si possono citare la segnaletica di 3 itinerari tematici: il Sentiero delle Meraviglie, Passeggiando in Capriasca e Artinbosco. Un altro progetto rilevante è stato l'evento di lancio del brand dedicato ai partners locali, con il quale si è voluto presentare la nuova strategia territoriale a sottolineare l'importanza di una comunicazione ed identificazione unitaria. A distanza di un anno, dopo una prima fase di comprensibile ascolto, il brand ha ricevuto numerosi premi riscuotendo anche un buon successo.

COMUNICAZIONE

PIATTAFORME DIGITALI

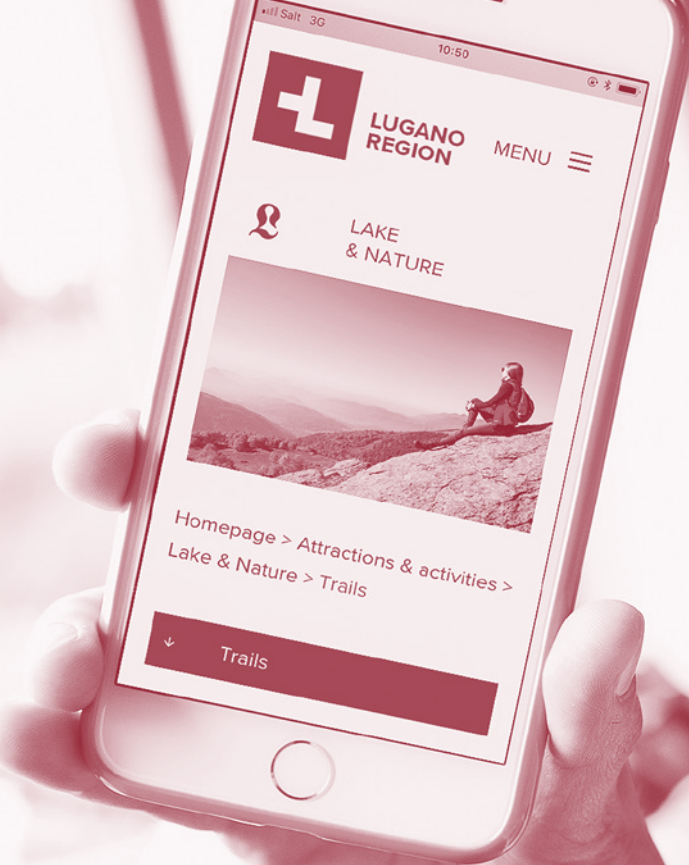
Il sito web continua a rappresentare uno dei canali principali con cui il turista si avvicina alla destinazione in cerca di informazioni utili e d'ispirazioni di viaggio. Durante il secondo semestre si è iniziato il processo di adattamento del sito ad una versione più emozionale e inclusiva dei nuovi asset mediatici (foto e video) realizzati durante tutto l'anno. Oltre al sito ufficiale, si è iniziato a presidiare altre piattaforme digitali per la promozione della destinazione e di alcune esperienze locali (Viator.com), oltre che ad alimentare i contenuti sulla destinazione presenti sui portali dei principali partners turistici (Svizzera Turismo e Ticino Turismo).

PR & MEDIA

Costantemente si sono veicolati contenuti di promozione turistica attraverso comunicati stampa, carta stampata, trasmissioni televisive e radiofoniche. Si sono, inoltre, organizzati e/o dato supporto a diversi viaggi stampa sia individuali che di gruppo, ospitando un centinaio di giornalisti, bloggers ed influencers del settore durante tutto l'arco dell'anno.

SOCIAL MEDIA

A livello di social media si è continuato il lavoro d'interazione con gli utenti, in modo da aumentare la comunità esistente di fans ed incentivare la creazione di contenuti da parte dei nostri fruitori. I canali più importanti restano Facebook (152'472 fans) ed Instagram (9'720 followers), dove sono stati profusi i maggiori sforzi, pubblicando quotidianamente contenuti. Su Instagram si pubblica in lingua inglese mentre su Facebook da ottobre è stato possibile pubblicare post in lingua italiana, inglese, tedesco e francese targettizzando così dei contenuti specifici per accrescere interesse nei principali mercati di riferimento. In particolare, sono stati creati dei brevi video e diversi post indirizzati principalmente ad un pubblico svizzero tedesco e tedesco per aumentare il loro interesse nella regione del Luganese.



- > 164k social fanbase
- > 500 post pubblicati
- > 100 giornalisti ospitati con viaggi stampa



MY OWN
LUGANO
REGION



> 45 attività di marketing su 7 mercati
> 1000 contatti Leisure
> 300 contatti MICE

MARKETING

Nel 2018 le attività hanno incluso la promozione tramite i canali tradizionali, l'ospitalità agli operatori turistici e la presenza diretta a fiere B2B e B2C, workshop e road show sia sul mercato svizzero che in sei mercati esteri (Italia, Germania, GCC, Stati Uniti, Regno Unito e Cina) in collaborazione con l'ATT SA e Svizzera Turismo (ST). Per contrastare il trend negativo dei pernottamenti generati dal mercato svizzero e aumentare l'awareness della regione del Luganese, nell'estate 2018 è stata avviata la campagna di comunicazione "Azione Impulso 2018" mirata agli ospiti della Svizzera interna. L'Ente ha aderito alla campagna Cities di Svizzera Turismo al fine di promuovere Lugano accanto alle più importanti città svizzere sia in Svizzera che sui mercati esteri. Altre attività hanno incluso: il sostegno al marketing di eventi come Tamaro Trophy, Pasqua in Città, S. Pellegrino Sapori Ticino, Lugano Città del Gusto, Lugano Bike Emotions, Festa d'Autunno e Natale in Piazza. Sul mercato svizzero il personale dell'Ente ha partecipato alle fiere B2C, FAMEXPO di Winterthur e ai Bike Days di Solothurn, in collaborazione con ATT SA e con altre organizzazioni turistiche regionali. Tra le principali attività mirate ai mercati esteri possiamo citare: per il mercato Germania, la campagna sul tema "bike" in collaborazione con Karstadt Sports; nel mercato GCC, il roadshow "Women meet Women", la fiera

ATM e il workshop in Svizzera; nel mercato Stati Uniti, le attività di marketing in collaborazione con i Consortia Virtuoso e Signature Travel Network; il roadshow in diverse città della Cina per importanti agenti di viaggio cinesi e la collaborazione con l'agenzia China Star; l'evento per i rappresentanti Trade sul mercato UK; infine il workshop Travelux per agenti di viaggio internazionali del segmento lusso. Per quanto riguarda l'Ospitalità/FAM Trips in collaborazione con ATT SA e ST sono stati accolti nella regione complessivamente oltre 100 operatori turistici provenienti dall'Italia, dalla Germania, dal mercato GCC, dagli Stati Uniti, dalla Cina e dal Regno Unito. L'Ente ha inoltre portato avanti per la prima volta l'importante progetto "A Taste of Lugano in N.Y.C.", il quale ha previsto due eventi organizzati in collaborazione con ST, ATT SA, al quale hanno partecipato 10 partners ticinesi, tre rinomati Chef della nostra regione, 50 agenti di viaggio e 25 rappresentanti dei media dell'area di New York City. Si è, inoltre, incentrato il prolungamento dei soggiorni offrendo 574 buoni gratuiti per le risalite ai clienti di importanti tour operator. Infine, l'Ente ha sostenuto il progetto "Grand Train Tour of Switzerland", promuovendo nel Nord America e in Asia le rotte ferroviarie panoramiche svizzere, tra le quali quelle che includono Lugano come tappa o meta d'arrivo.

PRODOTTI

Il settore Prodotti ha realizzato diverse azioni con lo scopo di offrire incentivi durante il soggiorno e promuovere la destinazione attraverso le iniziative locali, creando delle vere esperienze capaci di presentare al meglio le tradizioni e gli operatori del territorio. L'introduzione di un nuovo Tour denominato "Guided City Walk" alla scoperta della Città ha arricchito maggiormente il programma delle visite regolari, proponendo un Tour innovativo alla scoperta della città, al di fuori dai classici itinerari turistici. Nel 2018 sono state organizzate 144 escursioni guidate regolari per un totale di 1600 partecipanti. 28 sono invece le iniziative enogastronomiche, dalle visite alle cantine del sabato alle escursioni enogastronomiche alla scoperta di tesori nascosti e di produttori del territorio, per un totale di 400 partecipanti. Sempre in ambito enogastronomico, è stato sviluppato l'innovativo e curioso Tour culinario denominato "Taste My Swiss City – Lugano" dando visibilità alla Città come destinazione "urban & cool". Diverse sono inoltre le iniziative di partner locali che l'Ente ha sostenuto al fine di sviluppare nuove attività turistiche.

MICE E INCOMING

Nel 2018 il settore MICE ha gestito la promozione della destinazione attraverso la presenza diretta alle fiere internazionali di settore IMEX e IBTM, i workshop, i viaggi studio e le sales calls in Germania con gli organizzatori di meeting ed eventi. Le attività hanno, inoltre, incluso la promozione classica tramite inserzioni pubblicitarie, una campagna di comunicazione focalizzata sul mercato svizzero e la partecipazione al progetto Ticino Open Doors in collaborazione con ATT SA. Il settore ha, infine, gestito circa 100 richieste d'offerta e fornito anche nel 2018 il servizio gratuito di consulenza ad organizzatori di viaggi per gruppi leisure ed aziendali.



> 100 operatori ospitati con FAM TRIPS
> 140 escursioni guidate organizzate
97 richieste d'offerta Incoming/MICE
150 richieste di location e programmi



940 km di rete sentieristica mantenuti
370 km di percorsi MTB
200'000 m² di Parco San Grato

TERRITORIO

SENTIERI

All'escursionista il comprensorio propone su 400 km² di superficie un paesaggio naturale che spazia dall'ambiente mediterraneo a quello alpino. Su un dislivello di 2'000 m si passa dai cigni alle aquile che sovrastano una varietà di fauna e di flora eccezionale. In questo paradiso si propongono 640 km di sentieri della rete cantonale della cui cura siamo responsabili per legge. L'offerta è completata da circa 300 km di sentieri locali. A livello di attività, nei primi mesi dell'anno si sono svolti lo sgombero del fogliame, il taglio della vegetazione, la sistemazione del fondo dei sentieri e il taglio degli alberi caduti o pericolanti. Si è operato sulla costruzione di strutture come passerelle, scalinate, parapetti o per migliorare il deflusso delle acque. Attività invernale è stata anche la segnaletica verticale. Nei mesi estivi la parte preponderante dei lavori è stata dedicata allo sfalcio e alla segnaletica orizzontale. Frequenti sono stati anche gli interventi per riparare agli scoscendimenti causati dai temporali estivi. In collaborazione con i Municipi si è lavorato per un rinnovo dei sentieri tematici, importante componente del patrimonio sentieristico e turistico regionale. L'autunno 2018 è stato caratterizzato da importanti danni del maltempo con numerosi schianti di alberi sui sentieri e che, in particolare al Parco San Grato, hanno impegnato per mesi tutte le nostre squadre anche in collaborazione con i forestali.

PERCORSI PER MTB

Fra le attività legate al territorio quella a favore del segmento MTB è stata negli ultimi anni protagonista di uno sviluppo eccezionale. Annoveriamo ad oggi undici percorsi locali e il sentiero regionale 66, uno dei percorsi più panoramici e interessanti del Paese, che Svizzera Turismo ha menzionato fra i 3 Top della Confederazione. La regione dispone di 370 km di percorsi mantenuti e segnalati secondo gli standard previsti da Svizzera Mobile, che ne verifica regolarmente lo stato, operando costanti lavori di manutenzione.

PARCO SAN GRATO

Le attività hanno spaziato dalla cura dei boschi alla manutenzione del parco giochi, dalla conservazione dei prati ai compiti da dedicare alle zone botaniche. La proprietà è attraversata da sentieri escursionistici, percorsi per MTB e sentieri tematici, oltre ad ospitare una fitta rete di sentieri dedicati a chi vuole visitare il parco e le sue preziose collezioni di conifere, rododendri e azalee. D'inverno si è proceduto allo sgombero della neve, sia per mantenere agibili gli accessi, sia a protezione delle piante.

EVENTI

Nel corso del 2018 si è assicurata una particolare attenzione alle proposte di animazione per sostenere con accuratezza i grandi eventi che, per il loro richiamo internazionale, concorrono a promuovere l'intera Regione del Luganese. Conformemente ai compiti di legge, l'Ente si è attivato assicurando un'adeguata informazione all'utenza attraverso la pubblicazione di specifici stampati, locandine e manifesti nonché inserzioni e pubblicazioni su riviste nazionali ed estere, presentando il cartellone degli eventi nel corso delle proprie presenze alle fiere pubbliche. L'Ente ha prestato, inoltre, le proprie risorse umane con la partecipazione attiva all'organizzazione di eventi fornendo servizi di coordinamento a favore delle manifestazioni ritenute consone a tutti i segmenti di mercato di riferimento. Infine, di importanza rilevante, sono i mezzi finanziari impiegati a sostegno di centinaia di eventi realizzati da entità terze nel corso dell'anno. L'informazione all'utente è stata assicurata ricorrendo a varie forme di piattaforme comunicative, tra le quali: il prospetto "Festivals & Events", che racchiude le principali manifestazioni del Luganese, la sezione Eventi su luganoregion.com e i canali social dell'Ente. Anche i media sono stati puntualmente informati attraverso i numerosi comunicati, mentre per quanto riguarda i grandi eventi sono stati stanziati i fondi per la loro pubblicazione sulle più importanti testate nazionali ed internazionali del settore.

TOP EVENTS 2018

<i>Tamaro Trophy</i>	07 – 08.04.2018
<i>Ladies Open Lugano WTA</i>	09–15.04.2018
<i>Stralugano</i>	26 – 27.05.2018
<i>Scenic Trail</i>	08 – 10.06.2018
<i>Lugano Bike eMotion</i>	21–23.09.2018
<i>FIT Festival</i>	26.09 – 07.10.2018
<i>Blues Nights Sessa</i>	10.08.2018
<i>Blues Nights Caslano</i>	13 – 17.06.2018
<i>Ceresio Estate</i>	26.06 – 07.09.2018
<i>Estival Jazz</i>	12 – 14.07.2018
<i>Blues to Bop Festival</i>	30.08 – 02.09.2018
<i>Pasqua in Città</i>	30.03 – 02.04.2018
<i>Festa d'Autunno</i>	05 – 07.10.2018
<i>Natale in Piazza</i>	01.12.2018 – 06.01.2019
<i>Sapori in Libertà</i>	06.04 – 06.05.2018
<i>Cantine Aperte</i>	19 – 20.05.2018
<i>S.Pellegrino Sapori Ticino</i>	29.04 – 17.06.2018
<i>Lugano Città del Gusto</i>	13 – 23.09.2018
<i>Autonassa</i>	26 – 29.04.2018
<i>Fiera del Fumetto</i>	28 – 30.09.2018
<i>I Viaggiatori</i>	01 – 04.11.2018
<i>Festa Nazionale</i>	01.08.2018
<i>Pride</i>	28.05 – 03.06.2018
<i>LongLake Festival</i>	28.06 – 01.08.2018
<i>Picasso. Uno sguardo differente</i>	18.03 – 17.06.2018
<i>René Magritte. La ligne de vie.</i>	16.09.2018 – 06.01.2019
<i>Barbriere di Siviglia</i>	03 – 09.09.2018
<i>Lugano Busker Festival</i>	18 – 22.07.2018



129 Top Events promossi
> 1'200 eventi inseriti nell'agenda online



79 caselle vocali
23 dedicate ai servizi
23 tipologie distinte di accesso
25 gruppi di risposta
34 nuove apparecchiature
4 server (virtuali) e 5 devices fisiche

INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY

Durante l'anno 2018 abbiamo portato al completamento la messa in esercizio della nuova infrastruttura telefonica, che ha coinvolto tutte le sedi e postazioni, migrando dalla vetusta e tradizionale telefonia analogica a quella più attuale ed improntata al futuro basata sui servizi di "Voce via reti digitali" grazie alla suite di servizi di Microsoft dedicati alla telefonia digitale "Skype for business". Tale migrazione e genere di servizio ha portato alla creazione di 79 caselle vocali, tra le quali 23 dedicate ai servizi, 23 tipologie distinte di accesso alla telefonia "esterna", sia essa digitale sia tradizionale analogica e 25 gruppi di risposta, abbinati ai servizi, permettendo una personalizzata accoglienza alle chiamate con messaggistica diversificata per messaggio d'accoglienza, fuori orario e chiusura festiva.

Allo stesso modo ogni postazione è stata aggiornata con 34 nuove apparecchiature dedicate a questo genere di comunicazione, 4 server (virtuali) per la comunicazione e 5 devices fisiche (firewall, switch e voice gateway, una sorta di centralino per le chiamate da e verso la rete di telefonia tradizionale, fissa e cellulare) attive per la sotto rete dedicata.

Nello stesso periodo si è proceduto alla migrazione di tutti gli utenti e servizi esistenti dal dominio di posta elettronica, e identificativo degli account di utente e servizi, dal precedente "luganoturismo.com" all'attuale "luganoregion.com". Tutte le infrastrutture sottostanti, come rete interna con nodo centrale sito in Via Nizzola e quella sul "Cloud di Microsoft" "Azure Office 365", rendendo a tutti gli effetti il nuovo dominio il principale identificatore delle comunicazioni da e verso il pubblico ed in coerenza all'applicazione del nuovo brand dell'Ente.



7.3285

0.2231

1.7231

COMMENTO AL CONSUNTIVO 2018

Il consuntivo 2018, contenuto in questa relazione, viene presentato con il nuovo formato unificato per tutte e 4 le OTR cantonali. Questo nuovo modello permetterà di avere una visione unificata dei Costi e Ricavi messi in campo dalle Organizzazioni turistiche cantonali.

Nel gennaio 2018 l'USE ha emanato delle nuove disposizioni tra le quali, oltre il nuovo modello di presentazione, ha deciso anche come dovranno essere registrati i costi inerenti al Marketing che per legge deve essere finanziato usando l'80% dei proventi della Tassa di promovimento turistico.

Anche a livello d'organizzazione delle revisioni contabile sono stati definiti dei parametri minimi cantonali adottati già nella revisione di questo esercizio. Dopo la ratifica dell'Assemblea il rapporto annuale dovrà essere spedito al Consiglio di Stato e all'ATT SA che si occu-

perà dell'aggregazione dei dati e della loro valutazione.

L'esercizio contabile è stato revisionato dalla Fiduciaria di Lugano SA, tenendo conto delle nuove direttive emanate dall'USE, nei giorni 25, 26, 27, 28, 29 marzo 2019. I risultati sono stati presentati dal revisore Sig. Guidotti della Fiduciaria di Lugano SA al Presidente del CDA venerdì 29 marzo 2019. I conti sono stati ratificati dall'Ufficio Presidenziale in data 26 aprile 2019 e dal CDA il 14 maggio 2019.

Assieme all'ufficio di revisione abbiamo deciso, visto che il consuntivo lo permetteva, di destinare CHF 100'000 all'aumento del fondo destinato alla svalutazione del valore delle azioni della Monte Lema SA allibrato a Bilancio. Dopo questa operazione il valore delle Azioni dedotta la quota di accantonamento scende a CHF 229'206.25.

<i>Categoria</i>	<i>Preventivo</i>	<i>Consuntivo</i>	<i>Rip.</i>	<i>Differenza</i>	<i>%</i>
<i>Pernottamenti</i>	2'539'000	2'520'369.16	52.06	-18'630.84	-0.7%
<i>Forfait</i>	2'177'000	2'320'625.50	47.94	143'625.50	6.6%
<i>Totali senza Ticino Ticket</i>	4'716'000	4'840'994.66	100.00	124'994.66	2.7%
<i>Ticino Ticket</i>	1'090'000	1'317'128.30		227'128.30	20.8%
<i>Totali pernottamenti</i>	5'806'000	6'158'122.96		352'122.96	6.1%

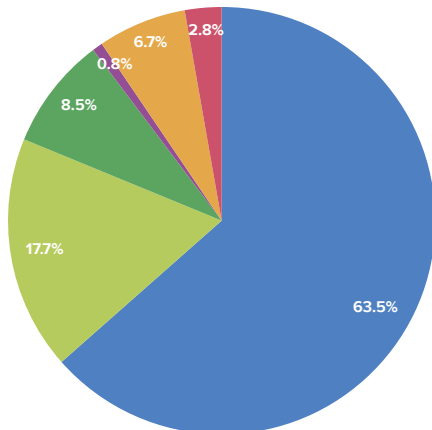
<i>Tipo di struttura</i>	<i>Preventivo</i>	<i>Consuntivo</i>	<i>Rip.</i>	<i>Differenza</i>	<i>%</i>
<i>Forfait</i>	2'177'000	2'320'625.50	47.94	143'625.50	6.6%
<i>Alberghi 4 o 5 stelle</i>	1'309'590	1'311'684.00	27.10	2'094.00	0.2%
<i>Alberghi 0 o 3 stelle</i>	859'210	885'362.00	18.29	26'152.00	3.0%
<i>Residenze di vacanza</i>	243'444	227'754.00	4.70	-15'690.00	-6.4%
<i>Campeggi e motorhomes</i>	64'305	70'507.00	1.46	6'202.00	9.6%
<i>Ostelli</i>	56'298	56'285.00	1.16	-13.00	0.0%
<i>Capanne, alloggi collettivi</i>	6'153	6'451.00	0.13	298.00	4.8%
<i>Assesamento debitori</i>		-37'673.84	-0.78	-37'673.84	-100.0%
<i>Totali pernottamenti</i>	4'716'000	4'840'994.66	100.00	124'994.66	2.7%

RICAVI

Nel 2018 il Luganese, così come tutto il Ticino turistico, ha avuto un calo dei pernottamenti alberghieri del 7.24%. Grazie ad un preventivo prudentiale dopo l'assestamento dei debitori il nostro consuntivo delle Tasse di soggiorno esclusi i forfait si attesta con una minore entrata di soli CHF 18'630.64.

Gli incassi per il progetto Ticino Ticket hanno fatto registrare un aumento di entrate di CHF 227'128.30, questa differenza è dovuta al fatto che al momento della stesura del preventivo non si conoscevano ancora le nuove aliquote che sarebbero state applicate per questo progetto, questa entrata supplementare è stata riversata all'ATT SA.

Gli introiti derivati dalle Tasse di soggiorno forfettarie hanno invece avuto un aumento rispetto al preventivo grazie ai continui aggiornamenti degli alloggi presenti nel nostro comprensorio. Questa importante entrata, che rappresenta quasi il 50% delle entrate delle Tasse di soggiorno ci permette di ottemperare i compiti previsti per le OTR dalla Legge sul Turismo.



RIPARTIZIONE DELLE ENTRATE	
Ricavi da Tasse di soggiorno	63.5%
Ricavi da Tasse di promovimento	17.7%
Ricavi da contributi legali	8.5%
Ricavi da quote sociali	0.8%
Ricavi diversi	6.7%
Ricavi finanziari e da immobili	2.8%

A livello di Tasse di promovimento turistico l'aumento registrato è dovuto al cambio di sistema di registrazione contabile difatti negli anni precedenti si registrava l'incasso reale annuale, così facendo la quota riversata all'ATT SA era quella incassata. A partire da questo esercizio invece nei ricavi sono compresi anche i debitori di competenza. Il 20% delle entrate lorde di questo centro di ricavi, come previsto dalla legge sul turismo, è stato riversato all'ATT SA.

Per quanto riguarda i contributi legali, notiamo un incremento influenzato dall'ottimo risultato in termini di pernottamenti registrati nel corso del 2017. Ricordiamo infatti che i contributi comunali vengono calcolati sui pernottamenti e gli incassi della Tassa di soggiorno forfettaria dell'anno precedente.

La riduzione dell'incasso delle quote sociali è dovuta in gran parte ad un preventivo troppo ottimistico; ringraziamo i 450 soci che ci hanno sostenuto nel 2018 e ci vorranno sostenere anche in futuro.

I ricavi da prestazioni di servizio (territorio, sentieri, ricettivo, marketing, ecc.) sono superiori al preventivo 2018. Queste maggiori entrate sono state possibili grazie all'aumento della commercializzazione legata al settore marketing. A tale proposito facciamo notare che queste entrate nel 2019 hanno permesso un aumento degli investimenti a favore di questo importante settore,

Importanti sono anche i ricavi per le prestazioni effettuate dalle nostre squadre a favore di Comuni e Patriziati che ci hanno permesso di continuare ad operare sul territorio con tutte le nostre squadre.

Il totale dei ricavi per il 2018 si attesta quindi a CHF 9'699'568.44 comprensivi dei ricavi finanziari e di affitto.

Questo totale comprende anche l'incasso del progetto Ticino Ticket di CHF 1'317'128.30, importo interamente riversato all'ATT SA, gestore del progetto.

COSTI

Gli importi registrati al centro di costi riversamento all'ATT SA dipendono direttamente da quanto incassato. Lo scorso anno all'ATT SA sono stati quindi riversati, come previsto dalla LTUR, il 20% della Tassa di promovimento turistico pari a CHF 329'234.51, così come il 100% dell'incasso relativo al progetto Ticino Ticket di CHF 1'317'128.30. Progetto quest'ultimo che permette ai turisti presenti di ricevere una carta giornaliera di trasporto valida su tutto il territorio cantonale.

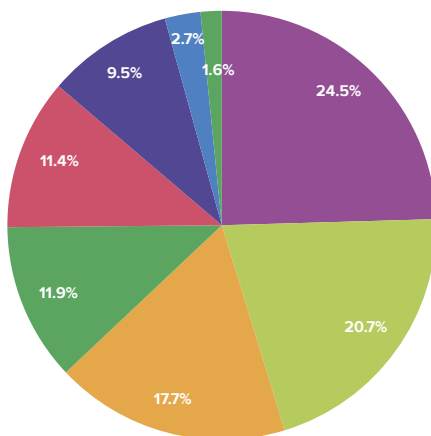
I costi per prodotti e progetti sono stati registrati nel capitolo ammortamenti (nuova ripartizione USE).

Nel comparto Marketing le spese sono state leggermente superiori a quanto preventivato. Il superamento della spesa prevista è dovuto al fatto che per legge dobbiamo usare tutte le risorse incassate a livello di Tasse di promovimento turistico. Questo fatto ci ha permesso di aumentare le risorse a questo settore permettendo così un aumento delle attività promozionali.

Le spese sostenute per le manutenzioni inerenti al territorio e infrastrutture (sentieri) sono state minori al preventivo. In questo centro di costi a differenza del modello precedente vengono caricati anche i costi del personale comprensivo di oneri sociali.

RIPARTIZIONE DEI COSTI

Costi attività	69.2%
Costi d'esercizio	25.6%
Costi finanziari	5.2%



VENTILAZIONE DEI COSTI ATTIVITÀ

Riversamento a ATT	24.5%
Marketing	20.7%
Costi per informazioni al turista	17.7%
Costi per territorio	11.9%
Costi per manifestazioni	11.4%
Costi per sussidi	9.5%
Costi progetti cantionali	2.7%
Costi per fondo funzionamento	1.6%

Nei conti relativi ai costi per manifestazioni proprie, visto il buon andamento delle entrate, si è deciso di investire più risorse per gli eventi Caslano Blues Night e Ceresio Estate. Caslano Blues Night è una combinazione tra musica blues, grigliate e rinfreschi nelle splendide locations situate all'interno del nucleo di Caslano ed in riva al lago.

La grossa novità per quanto concerne i contributi per animazione e manifestazioni è quella della sponsorizzazione del percorso espositivo denominato Artinbosco che si trova nel comune di Capriasca. Il nostro Ente è sempre in prima linea nell'incentivare nuovi eventi a favore di ospiti e residenti della nostra regione.

Il costo registrato quale contributo al progetto Ticino Ticket 2018 di cui l'ATT è capo progetto, è stato di CHF 180'860.00, importo in linea con quanto inserito a preventivo.

Il fondo di funzionamento cantonale viene finanziato con una percentuale del 2.5% applicato sugli incassi delle Tasse di soggiorno, forfait inclusi. In questo conteggio sono esclusi gli incassi delle Tasse di soggiorno destinate al progetto Ticino Ticket.

Le spese per l'informazione al turista, che includono tutti gli stampati, i prospetti informativi ed il materiale di rivendita, sono quelle che stanno beneficiando maggiormente del processo di digitalizzazione. Dopo la fase di analisi e progettazione si è passati al lancio della nuova immagine che ci permetterà un posizionamento chiaro nel mondo turistico. Questo nuovo progetto ha influito in modo determinante sul superamento del preventivo.

I costi del personale ed i relativi oneri sociali rispettano quanto inserito a preventivo 2018, nel nuovo format del conto economico, i costi del personale del settore informazione sono contemplati in questo centro di costo.

I costi per le sedi della Direzione e dell'Amministrazione e per gli sportelli informativi dislocati sul territorio sono leggermente aumentati rispetto a quanto previsto a causa dell'aumento delle spese di forniture di energia elettrica. Il nostro ente gestisce in modo diretto 6 Info-point ubicati a Lugano centro, Lugano stazione, Morcote, Agno, Caslano e Capriasca.

I costi per l'amministrazione e per l'informatica sono appena superiori al preventivo a causa dell'aumento delle spese di gestione dei salari.

Il centro di costo "Altri costi d'esercizio" ha fatto registrare un aumento se confrontato al preventivo a causa delle seguenti spese: aumento del costo legato al lancio del nuovo Brand per circa CHF 70'000.00, anche il costo del l'IVA è salito a causa essenzialmente della correzione della percentuale di recupero dell'imposta precedente e visto il buon andamento dell'esercizio si è deciso di investire più risorse finanziarie intensificando la ricerca di residenze secondarie legate ai sistemi di prenotazione elettronici.

Dopo gli ammortamenti, il risultato EBIT, ossia il reddito operativo aziendale prima delle imposte e degli oneri finanziari, presenta una maggior uscita di CHF 127'789.21

Nulla da segnalare per quanto riguarda i ricavi finanziari ed i costi che rispecchiano il preventivo.

La differenza nel conto Costo per immobili è dovuta alle spese supplementari di ripristino dei danni alla vegetazione del Parco al San Grato subiti a causa delle copiose nevicate ed al forte vento.

Il risultato contabile dall'esercizio in esame è quindi pari ad un utile di CHF 7'834.90.

BILANCIO

La liquidità rispetto all'anno precedente registra un calo di CHF 109'697.64 pari al 10.04% dovuto ai crediti concessi alla Lema SA.

Segnaliamo un calo dei debitori TS che si attestano a CHF 695'777.76 (attenzione che CHF 278'275.55 sono gli incassi di gennaio) il vero scoperto è di CHF 417'502.21 circa il 5.36% del totale entrate tasse.

Nel corso dell'esercizio sono stati versati a titolo di prestito CHF 279'000.00 a favore della Lema SA.

Negli accantonamenti abbiamo accantonato CHF 100'000.00 quale riserva per il valore a bilancio delle Azioni.

Il patrimonio totale, capitalizzando l'utile 2018 si attesta a CHF 749'617.16.



CONTO ECONOMICO 2018

RICAVI	Preventivo	Consuntivo
Ricavi da Tassa di soggiorno - TS	3'629'000	3'837'497.96
Ricavi da Tassa di soggiorno - FORFAIT	2'177'000	2'320'625.00
Ricavi da Tassa di promovimento turistico - TPT	1'591'000	1'719'021.55
Ricavi da contributi legali (Comuni)	790'000	826'321.75
Ricavi da quote sociali	88'000	76'225.00
Ricavi da vendita di materiale	5'000	1'580.06
Ricavi da prestazioni di servizio	480'000	540'525.79
Ricavi da manifestazioni proprie	100'000	108'999.30
Totale ricavi	8'860'000	9'430'796.41
COSTI	Preventivo	Consuntivo
Riversamento a ATT SA (TPT e Ticino Ticket)	1'408'200	1'646'362.81
Costi per prodotti e progetti	65'000	0.00
Marketing	1'281'420	1'390'261.11
Costi per territorio e infrastrutture (incl. sentieri)	823'000	797'577.32
Costi per manifestazioni proprie	155'000	189'035.91
Costi per contributi per animazioni e manifestazioni	575'000	574'155.79
Costi per sussidi diversi	635'000	636'068.43
Costi per progetti cantonali (Ticino Ticket)	182'000	180'860.00
Costi per fondo di funzionamento	116'750	106'634.33
Costi per informazione al turista	347'000	386'692.11
Totale costi	5'598'370	5'907'647.81
Costi del personale e oneri sociali	2'146'580	2'120'863.30
Costi sedi	301'000	307'709.75
Costi autoveicoli e trasporti	25'000	24'666.81
Costi di amministrazione e per l'informatica	295'000	315'814.39
Altri costi d'esercizio	390'500	509'416.78
Totale costi d'esercizio	3'158'080	3'278'471.03
RISULTATI	Preventivo	Consuntivo
Risultato prima degli ammortamenti	103'550	244'677.57
Ammortamenti	276'000	372'466.78
Risultato EBIT	-172'450	-127'789.21
Ricavi finanziari	191'000	194'714.39
Costi finanziari	46'000	44'492.62
Risultato finanziario	145'000	150'221.77
Ricavi da immobili	69'000	74'057.64
Interessi ipotecari	12'000	1'717.50
Costi per immobili	25'000	86'937.80
Risultato da immobili d'esercizio	32'000	-14'597.66
Utile / (Perdita) d'esercizio	4'550	7'834.90

BILANCIO 2018

ATTIVO	2017	2018
LIQUIDITÀ		
Casse	38'245.20	39'318.70
Conti correnti postali	225'998.58	168'607.08
Banche	190'441.60	147'076.51
Depositi vincolati e azioni	637'262.12	627'247.57
Totale liquidità	1'091'947.50	982'249.86
CREDITI		
Debitori	90'870.65	102'409.77
Debitori tasse di soggiorno	772'463.43	695'777.76
Monte Lema SA	198'400.00	477'400.00
Totale crediti	1'061'734.08	1'275'587.53
CREDITI DIFFERITI		
Transitori Attivi	299'549.35	285'825.89
Riversamento quote Fondazione	197'472.85	197'472.85
Anticipo contributo fusione	44'914.75	57'576.00
Progetto Svizzera Mobile e Gutundgut	130'317.20	123'423.00
Inventario	40'000.00	40'000.00
Totale crediti differiti	712'254.15	704'297.74
IMMOBILIZZAZIONI		
Totale immobilizzazioni	1'383'003.00	1'422'003.00
TOTALE ATTIVO	4'248'938.73	4'384'138.13

PASSIVO	2017	2018
Creditori	205'114.71	367'298.67
Creditori IVA	9'366.75	14'330.50
Conti correnti Comune di Lugano	1'922'217.04	1'715'899.24
Conto corrente ATT SA	212'658.69	419'027.09
Anticipo Tax Free	40'000.00	40'000.00
Transitori Passivi	218'725.83	80'492.02
Incassi da riversare	1'600.00	0.00
Accantonamenti	897'472.85	997'472.85
Capitale	731'577.61	741'782.86
Utile/Perdita esercizio	10'205.25	7'834.90
TOTALE PASSIVO	4'248'938.73	4'384'138.13

FIDUCIARIA DI LUGANO SA

6901 LUGANO - VIA CURTI 2 - CP 5981 - TEL. 091 922 81 13 - FAX 091 922 96 77 - E-MAIL fdlu@fdlu.ch

Relazione dell'Ufficio di Revisione sulla revisione limitata
all'Assemblea generale dei soci dell'
ENTE TURISTICO DEL LUGANESE, LUGANO

In qualità di Ufficio di revisione abbiamo verificato la contabilità ed il conto annuale, composto da bilancio, conto economico ed allegato, dell'**Ente Turistico del Luganese** per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018.

Il Consiglio di Amministrazione è responsabile dell'allestimento del conto annuale, mentre il nostro compito consiste nella sua verifica.

Confermiamo di adempiere i requisiti legali relativi all'abilitazione professionale ed all'indipendenza.

La nostra verifica è stata effettuata conformemente allo Standard svizzero sulla revisione limitata, il quale richiede che la stessa venga pianificata ed effettuata in maniera tale che anomalie significative nel conto annuale possano essere identificate.

Una revisione limitata consiste essenzialmente nell'effettuare interrogazioni e procedure analitiche, come pure, a seconda delle circostanze, adeguate verifiche di dettaglio della documentazione disponibile presso l'ente sottoposto a revisione. Per contro, la verifica dei processi aziendali e del sistema di controllo interno, come pure interrogazioni e altre procedure miranti all'identificazione di atti illeciti o altre violazioni di disposizioni legali, sono escluse da questa revisione.

Sulla base della nostra revisione non abbiamo rilevato fatti che ci possano fare ritenere che la determinazione dello stato patrimoniale, ammontante a CHF 749'617.76, come pure il risultato d'esercizio non siano stati effettuati in modo regolare.

Confermiamo inoltre che anche in futuro veglieremo affinché l'Ente Turistico del Luganese presenti i conti annuali secondo quanto richiesto dalla direttiva emanata dall'Ufficio per lo sviluppo economico.

Concludiamo con un ringraziamento, sia per il mandato affidatoci, sia per la collaborazione prestata durante lo svolgimento del nostro mandato.

Lugano, 11 aprile 2019
pg.rv

FIDUCIARIA DI LUGANO SA
P. G. Guidotti
Esperto in Finanza e Controlling Dipl. Fed.
Perito revisore abilitato ASR
(Revisore responsabile)

Allegati:

- Bilancio
- Conto economico
- Allegato
- Cash Flow

MESSAGGIO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

MESSAGGIO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE RELATIVO IL CONTO CONSUNTIVO E IL BILANCIO 2018 DELL'ENTE TURISTICO DEL LUGANESE ALL'ASSEMBLEA DELL'ENTE TURISTICO DEL LUGANESE.

Gentili Signore,
Egregi Signori,

Il Consiglio di Amministrazione dell'Ente Turistico del Luganese, riunitosi in seduta ordinaria il giorno giovedì 14 maggio 2019, ha esaminato il Consuntivo e il Bilancio 2018.

Il conto consuntivo 2018 dell'Ente Turistico del Luganese si riassume nel modo seguente:

Totale Ricavi	CHF	9'699'568.44
Totale Costi	CHF	9'691'733.54
Maggiore Entrata	CHF	7'834.90

La contabilità 2018 è stata revisionata dalla Società Fiduciaria di Lugano SA nei giorni 25, 26, 27, 28 e 29 marzo 2019.

Il Consiglio di Amministrazione, prendendo atto della documentazione recapitata precedentemente e delle spiegazioni date dalla Direzione, ha approvato all'unanimità il Consuntivo e il Bilancio 2018.

Il Consiglio di Amministrazione propone all'Assemblea di approvare il Consuntivo e il Bilancio 2018 dell'Ente Turistico del Luganese.

La maggiore entrata di CHF 7'834.90 verrà registrata al conto capitale che avrà come saldo al 31.12.2018 un importo di CHF 749'617.76.



Alessandro Stella
Il Segretario

Lugano, 14 maggio 2019





CITY CENTRE & LAKEFRONT

*Centro città e lungolago
Stadtzentrum und Seeufer
Centre-ville et promenade*



VILLAGES & COUNTRYSIDE

*Villaggi e campagna
Dörfer und Landschaft
Villages et campagne*

LAKE & NATURE

*Lago e natura
See und Natur
Lac et nature*



GASTRONOMY & TRADITIONS

*Gastronomia e tradizioni
Gastronomie und Tradition
Gastronomie et traditions*



ART & CULTURE

*Arte e cultura
Kunst und Kultur
Art et culture*



SPORT & LEISURE

*Sport e tempo libero
Sport und Freizeit
Sport et temps libre*

SHOPPING & LIFESTYLE

*Shopping e lifestyle
Shopping und Lifestyle
Shopping et lifestyle*



HEALTH & WELLNESS

*Salute e benessere
Gesundheit und Wellness
Santé et bien-être*



CLUBBING & NIGHTLIFE

*Clubbing e vita notturna
Clubbing und Nachtleben
Clubbing et vie nocturne*



FESTIVALS & EVENTS

*Festivals ed eventi
Festivals und Veranstaltungen
Festivals et événements*

DAY TRIPS & SURROUNDINGS

*Escursioni e dintorni
Tagesausflüge und Umgebung
Excursions et environs*



MEETINGS & INCENTIVES

*Meeting e incentive
Meetings und Incentives
Réunions et incentives*





*Vista della
Regione di Lugano
dal Monte San Giorgio*