

MY OWN

**LUGANO  
REGION**

# PREVENTIVO 2023

ENTE TURISTICO DEL LUGANESE  
6 DICEMBRE 2022



# INDICE



**SPORT  
E NATURA**



**ARTE  
E CULTURA**



**ENOGASTRONOMIA**



**MICE**

**4 Verbale Assemblea Ordinaria  
del 22 giugno 2022  
Palazzo dei Congressi, Lugano**

---

**10 Commento al Preventivo 2023**

---

**13 Dati statistici (Base: UST)**

---

**14 Attività e Progetti 2023**

---

**20 Ricavi 2023**

---

**22 Costi 2023**

---

**24 Conti Preventivo 2023**

---

**25 Messaggio del  
Consiglio di Amministrazione  
Preventivo 2023**

# VERBALE ASSEMBLEA ORDINARIA

## PALAZZO DEI CONGRESSI, LUGANO, 22 GIUGNO 2022

**Scusati:** vedi elenco separato\*

**Presenti:** 92 soci, 56 deleghe per un totale di 148 voti e 13 invitati (cfr. elenco separato\*).

\*Elenchi consultabili presso l'Amministrazione

### 1. SALUTO E APERTURA DELL'ASSEMBLEA DA PARTE DEL PRESIDENTE

Il Presidente Bruno Lepori saluta i Soci convenuti dando avvio ai lavori assembleari alle ore 18:05. BL ringrazia per la partecipazione di ATT, rappresentata da Lorena Gallizia e Kaspar Weber, invitando il Vicedirettore Weber a porre un saluto ai soci presenti. Kaspar Weber ringrazia per l'invito e porge i saluti di ATT ai presenti in sala, cita alcuni avvenimenti turistici che hanno reso l'anno 2021 un record a livello di pernottamenti. Il Signor Weber ringrazia Bruno Lepori ed Alessandro Stella per quanto fatto in questi anni ed augura a Massimo Boni, nuovo Direttore dell'ETL, e al futuro Presidente buon lavoro.

Il Presidente elenca i Soci scusati non presenti ai lavori assembleari.

### 2. NOMINA DEGLI SCRUTATORI

Vengono proposti il Signor Joseph Moresi ed il Signor Francesco Canonica.

Proposta approvata all'unanimità.

I due scrutatori faranno parte del gruppo di spoglio dei voti, insieme ad altre due persone che verranno nominate alla trattanda 8.

### 3. APPROVAZIONE DEL VERBALE DEL 13.04.2022 SUI RISULTATI DELLA VOTAZIONE PER CORRISPONDENZA DEL PREVENTIVO 2022

I risultati sono stati pubblicati sul Foglio Ufficiale del Cantone Ticino in seguito allo spoglio avvenuto dall'Avv. Notaio Umberto De Martino in data 21.12.2021. Il brevetto notarile è stato in seguito approvato durante la riunione del Consiglio di Amministrazione tenutasi in data 13.04.2022.

Non vi sono interventi da parte di soci presenti, il verbale viene di conseguenza ritenuto approvato all'unanimità.

### 4. SALUTI DEL PRESIDENTE BRUNO LEPORI E DELL'EX DIRETTORE ALESSANDRO STELLA

Il Presidente Lepori coglie l'occasione per porgere i suoi saluti ai soci, percorrendo alcuni momenti "highlight" dell'ultimo anno: l'intenzione di cedere il PSG alla Città di Lugano, il progetto "La via dei sapori in Capriasca", le collaborazioni varie tra ATT e le altre OTR su diversi progetti come il TiCB, l'evento Summer Jamboree on the Lake.

Avendo inoltrato le sue dimissioni quale membro e Presidente dell'ETL, Bruno Lepori si congeda essendo questa la sua ultima Assemblea. Il cambio di Direzione, dovuto alle dimissioni per il prepensionamento del Direttore Alessandro Stella, combacia con l'elezione del nuovo Presidente dell'ETL. Si intende dunque lasciare spazio ad una presidenza e ad una direzione rinnovati nel medesimo periodo.

Alessandro Stella saluta e ringrazia tutti i presenti, il CdA, il Presidente e tutti i soci, a conclusione dei suoi 34 anni di lavoro per il turismo nella regione del Luganese.

### 5. PRESENTAZIONE DEL NEODIRETTORE MASSIMO BONI

Il Neodirettore Massimo Boni si presenta ai soci esponendo brevemente il suo percorso di studi e di lavoro. Boni illustra i suoi valori, quanto ha raccolto nei primi mesi di lavoro e i progetti che intende implementare in collaborazione con i partners sulla base dei segmenti che sono stati individuati quali principali per la nostra regione (natura e sport, arte e cultura, enogastronomia e MICE).

Gli 8 progetti principali che si intendono sviluppare sono: il nuovo sito internet, la nuova strategia social media marketing, un nuovo concetto di infopoint statico e mobile, la partnership con Monocle, una campagna pubblicitaria 2023-2025, una nuova collaborazione con un'agenzia PR/stampa, un Concept Store a Zurigo e la creazione di pacchetti turistici.

Massimo Boni presenta il team illustrando brevemente i compiti dei collaboratori, ringraziandoli per l'accoglienza riservatagli e per il grande lavoro che fanno giornalmente. Coglie l'occasione inoltre per ringraziare nuovamente il Presidente Lepori e tutto il CdA per la fiducia accordatagli.

### 6. PRESENTAZIONE DEL CONSUNTIVO E DEL BILANCIO 2021

#### 6.1 Relazione del Presidente e della Direzione

Relazione del Presidente Bruno Lepori

"Finalmente dopo due anni stiamo tornando alla normalità nel settore turistico. Nonostante le restrizioni nel 2021 i risultati sono stati più che positivi. Mi auspico che su questa onda si possa continuare anche nel futuro. Sicuramente sarà fondamentale in tal senso continuare a sviluppare i progetti territoriali e di importanza strategica per la valorizzazione della destinazione. L'obiettivo sarà quello di fidelizzare i turisti svizzeri giunti da noi nel 2021 anche se realisticamente il risultato del 2022 andrà confrontato con il 2019, ultimo anno prima della pandemia. A questo proposito vorrei brevemente citare alcuni dei più importanti progetti a cui abbiamo lavorato. Nell'ambito della valorizzazione del Parco San Grato sono stati conclusi i lavori di ristrutturazione e di messa in sicurezza del Ristorante San Grato; rispettando le nostre previsioni abbiamo potuto assegnare già nella primavera del 2021 il nuovo mandato per la gestione del ristorante, al termine del Concorso pubblico. Nel frattempo, insieme al CdA, si è deciso di intraprendere la trattativa per la cessione della proprietà del Parco San Grato a Carona con la Città di Lugano; decisione che è stata approvata dai soci durante l'Assemblea straordinaria del 1° ottobre 2021. Si attende ora la decisione del Consiglio comunale della Città di Lugano. Le collaborazioni con i Municipi sono andate avanti in modo proficuo, a tal proposito ricordo la realizzazione del progetto "La via dei sapori in Capriasca", in sinergia con il Comune di Capriasca: un itinerario escursionistico e per gli amanti delle due ruote che mette in rete i diversi alpeggi e le capanne della regione, con l'obiettivo di far conoscere il tesoro naturalistico e i sapori di questo territorio. Nell'ambito dei progetti cantonali, evidenzio la messa in funzione della prima fase del progetto One Tax, avviato nel 2020, per il modello unico di gestione cantonale delle Tasse di Soggiorno e delle Commesse Pubbliche. Inoltre, l'ETL ha partecipato al gruppo di lavoro tra Città, Agenzia Turistica Ticinese (ATT SA) ed enti regionali, al fine di stabilire le strategie e la governance del futuro Ticino Convention Bureau (TiCB). Nell'ambito degli eventi, dopo due anni di rinvio a causa delle misure di prevenzione contro la pandemia, si è tenuta la prima edizione del Festival Summer Jamboree on The Lake (dal 9 al 12 giugno 2022) e la Mostra Fotografica Immersiva Rock'n'roll is a State of the Soul presso la Villa Ciani (dal 2 al 19 giugno 2022). Si è trattato di un grande progetto artistico degli organizzatori del Summer Jamboree di Senigallia di cui l'ETL si è fatto promotore con il Patrocinio della Città di Lugano. Nell'autunno del 2021 il CdA ha avviato il processo di ricerca del nuovo Direttore, che è entrato in carica il 1° aprile del 2022 a seguito del pensionamento

di Alessandro Stella, che ringrazio per il suo profuso impegno a favore del turismo e a cui auguro un futuro ricco di soddisfazioni a nome di tutto l'ETL. Infine, essendo questa la mia ultima Assemblea in qualità di Presidente dell'ETL, colgo l'occasione per ringraziare i colleghi del CdA per la collaborazione durante questi anni. Vorrei anche porgere un sentito ringraziamento a tutti i soci per la fiducia accordata e ai collaboratori dell'ETL per il loro operato. È stato per me un piacere poter contribuire alla promozione e allo sviluppo turistico della regione, sono sicuro che anche i miei successori sapranno fare altrettanto e mi auspico che il settore turistico della regione del Luganese continui a crescere così come negli ultimi anni anche per il divenire.”

#### Relazione del Direttore Alessandro Stella

“Nell'incertezza della preparazione del Preventivo 2021 avevamo ipotizzato un leggero aumento alle entrate delle tasse turistiche rispetto alla chiusura dei conti 2020, confidando nel progressivo miglioramento della situazione pandemica e l'allentamento delle misure di contenimento della pandemia COVID-19 con l'inizio della stagione turistica, basandoci altresì sull'andamento dei pernottamenti registrati nel 2019. Sul fronte dei dati statistici, sebbene i primi due mesi del 2021 avessero registrato dei pernottamenti molto inferiori agli anni precedenti, a partire dal mese di marzo gli arrivi verso la nostra destinazione hanno generato un eccellente, quanto inaspettato, numero di pernottamenti paragonabili alle quantità registrate negli anni a cavallo della fine del secolo scorso e nei primi anni di quello attuale. Il tasso di occupazione alberghiera, dei campeggi e delle residenze secondarie è stato altissimo e costante lungo il corso di tutti i mesi. Rispetto al 2021, i pernottamenti alberghieri sono aumentati di 357'939, corrispondente ad una progressione pari al +49.9%, totalizzando 1'075'720 pernottamenti. Dobbiamo considerare quantunque che le forti limitazioni agli spostamenti imposti nel mondo intero nel 2020 non può di per sé rappresentare un parametro attendibile, ma se confrontato con gli anni “pre-pandemici” notiamo che il raffronto con il 2019 e il 2018 è nettamente favorevole, in quanto l'incremento dei pernottamenti è stato del +16,7%. Parimenti è stato favorevole anche rispetto al 2017 – considerata l'annata migliore degli ultimi vent'anni – con un incremento di 81'610 pernottamenti equivalenti al +8.2%. Per quanto concerne le provenienze turistiche, il notevolissimo balzo è dovuto alla massiccia affluenza degli ospiti domestici, che hanno quasi raddoppiato i pernottamenti rispetto al 2019, con un aumento di 401'042 (+93.2%) e di 296'049 pernottamenti in più confrontati al 2020 (+55.3%). L'apertura ai mercati esteri, con l'allentamento dei vincoli pandemici, ha permesso di poter ospitare un maggior numero di ospiti stranieri, aumentati del 33.9% rispetto al 2020, ma che sono ancora molto inferiori alle presenze degli anni “pre-pandemici” con perdite di oltre il -50%. Mentre questa relazione vi esporrà di seguito le più rilevanti iniziative e progetti che hanno impegnato tutto il nostro personale nel corso del 2021, mi occorre comunicare che la mia lunga quanto emozionante avventura in seno all'Ente Turistico del Luganese volge al termine con effetto dal 30 giugno 2022. Esprimo pertanto tutta la mia gratitudine ai miei collaboratori che mi hanno assistito e sopportato nel corso di questi anni così come la mia stima nei confronti dei membri del Consiglio di Amministrazione, dell'Ufficio Presidenziale, del Presidente Bruno Lepori e di coloro che lo hanno preceduto nei vari mandati trascorsi (Fabio Amadò e Rocco Olgiati), non dimenticando tutti i miei referenti del decennio passato alla conduzione dell'Ente turistico del Ceresio. Un ringraziamento particolare voglio indirizzarlo a tutti i partner con i quali ho avuto occasione di collaborare, alle istanze pubbliche e private che hanno appoggiato l'operato del nostro ente turistico, nonché tutti i nostri fedeli Soci. Infine, un grande in bocca al lupo al mio successore, Massimo Boni, per l'inizio della sua nuova avventura che gli auguro sia foriera di successi e soddisfazioni.”

## **6.2 Presentazione dei conti e del messaggio**

Fabio Crivelli, Amministratore dell'ETL, illustra i dati economici del 2021 per centro di costi e ricavi per un totale registrato nei ricavi di CHF 10'746'733.14, e nei costi di CHF 10'648'021.12 che porta ad una maggiore entrata pari a CHF 98'712.02.

La contabilità dell'anno in esame è stata revisionata dalla Società Consulca SA nei giorni 21-22 marzo 2022 ed i risultati sono stati ratificati dal CdA in data 13.04.2022.

## **6.3 Rapporto di revisione**

Bruno Lepori da lettura del rapporto sulla revisione limitata allestita dalla Società Consulca SA.

## **6.4 Approvazione**

I conti Consuntivi 2021 dell'Ente Turistico del Luganese, il rapporto di revisione e il Messaggio del CdA all'Assemblea vengono accettati all'unanimità così come proposti.

## **7. DESIGNAZIONE NUOVO MEMBRO DI CDA: CATEGORIA DEI COMMERCianti**

### **7.1 Presentazione del candidato**

Il candidato Rupen Nacaroglu si presenta ai soci in sala. Oltre ad essere avvocato indipendente, il candidato è attivo su più fronti, tra le varie attività che lo impegnano vi è anche la presidenza dell'Associazione dei Commercianti di Lugano.

### **7.2 Nomina**

Essendo l'unico candidato per la categoria in questione il Signor Rupen Nacaroglu viene nominato all'unanimità quale membro del CdA dell'ETL in rappresentanza dei Commercianti.

## **8. VOTAZIONE NUOVO MEMBRO DI CDA: COMPRESORIO B (CAPRIASCA)**

### **8.1 Modalità del sistema di voto**

Bruno Lepori illustra i nomi dei tre candidati: Manuel Borla proposto dal Municipio della Capriasca, Letizia Gianora supportata dal Municipio di Savosa e Lorenzo Orsi.

Il Presidente chiede ai soci di verificare che abbiano tutti ricevuto la scheda di voto, da questo momento non è più possibile richiedere le schede di voto o annunciarsi quale socio. Tutti i soci hanno ricevuto le schede di voto. Lepori descrive ai presenti le modalità di voto e chiede ai soci di approvare il processo, la proposta viene approvata all'unanimità.

### **8.2 Designazione scrutatori e personale per lo spoglio**

Il personale dell'ETL addetto allo spoglio: Diana Bolis e Viola Maspoli.

In aggiunta vengono nominati quali scrutatori: Federico Haas e Ramona Arrighi.

Gli scrutatori per lo spoglio sono: Federico Haas, Ramona Arrighi, Joseph Moresi e Francesco Canonica.

Il personale dell'ETL addetto ai lavori di scrutinio: Diana Bolis, Viola Maspoli, Ludmilla Wiederkkehr e Cinzia Camele. L'avvocato e notaio garante è il Signor Umberto De Martino.

I soci approvano all'unanimità i nomi proposti.

### 8.3 Presentazione dei candidati

Il rappresentante del Municipio di Massagno espone il disagio nel non aver ricevuto insieme alla convocazione i nominativi dei candidati, avrebbe preferito ricevere maggiori indicazioni in anticipo al fine di poter valutare la scelta durante la seduta municipale. Bruno Lepori spiega che i nomi non sono stati comunicati, ma che sarebbe stato possibile richiedere i nominativi alla Direzione dell'ETL e che comunque le candidature ricevute non avrebbero dato molte informazioni in merito ai candidati, in quanto la presentazione ufficiale era prevista nel corso dell'Assemblea.

Il Signor Francesco Canonica, membro del Municipio di Capriasca, propone il Vicesindaco Manuel Borla quale sostituto all'uscente membro Bruno Lepori.

Manuel Borla, Letizia Gianora e Lorenzo Orsi si presentano ai soci.

Bruno Lepori invita tutti i soci a votare e anticipa che dopo l'Assemblea si terrà una breve riunione di CdA volta a nominare il Presidente, i Vicepresidenti e la persona che lo sostituirà in seno al CdA dell'ATT.

### 8.4 votazione

I soci procedono con la votazione per il membro di CdA per il Comprensorio B (Capriasca).

### 8.5 Comunicazione sull'esito della votazione

L'avvocato notaio Umberto De Martino annuncia l'esito della votazione.

Sono stati votati i seguenti candidati per il comprensorio B (Capriasca) (in ordine di numero di voti ottenuti):

Lorenzo Orsi: 85 voti

Letizia Gianora: 42 voti

Manuel Borla: 19 voti

Schede bianche: 2

### 8.6 Nomina

Lorenzo Orsi viene nominato quale membro di CdA dell'ETL in rappresentanza del comprensorio B (Capriasca).

## 9. INTERPELLANZE

Lorenzo Pianezzi prende parola in seguito alla votazione per ringraziare a nome di tutto il CdA il Presidente Bruno Lepori per quanto fatto negli anni e coglie l'occasione per chiedere ai soci di nominarlo Presidente Onorario dell'ETL. Tutti i soci approvano la proposta con acclamazione.

Gabor Borostyan quale rappresentante del Municipio di Melide interviene chiedendo all'ETL quali siano le motivazioni che hanno spinto a sostenere la manifestazione Summe Jamboree on the Lake che, secondo il Signor Borostyan, ha conseguentemente annullato l'evento South Side Rumble. In aggiunta, desidera sapere se, nel caso in cui l'evento di Melide si dovesse ripresentare, l'ETL intende sostenere la manifestazione. Bruno Lepori ringrazia per l'intervento spiegando che l'inizio della polemica è datato al giorno prima dell'inizio dell'evento Summer Jamboree on the Lake e che purtroppo le collaborazioni, che sono state proposte da parte dell'ETL, non hanno trovato un riscontro positivo da parte degli organizzatori dell'evento di Melide. In aggiunta Bruno Lepori specifica che è impossibile paragonare i due eventi, sarebbe stato più opportuno collaborare a tempo debito piuttosto che polemizzare poco prima dell'inizio della manifestazione luganese.

## 10. LETTURA E APPROVAZIONE VERBALE

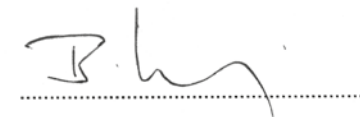
Il Presidente Lepori riassume, secondo le norme della LOC, le decisioni assembleari dando lettura del verbale, che viene approvato all'unanimità.

## 11. EVENTUALI

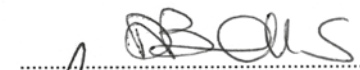
Federico Haas si congratula con i candidati che si sono presentati all'Assemblea, specialmente con l'eletto Lorenzo Orsi, rammaricandosi però che a parer proprio tale posizione sarebbe spettata ad una persona meno coinvolta nel mondo politico.

Alle ore 20:45 si conclude l'Assemblea ordinaria dell'Ente Turistico del Luganese.

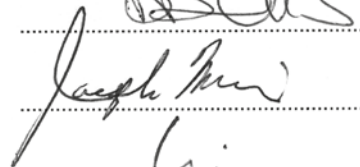
Bruno Lepori, Presidente  
Ente Turistico del Luganese



Diana Bolis, Segretaria  
Ente Turistico del Luganese



Joseph Moresi, Scrutatore



Francesco Canonica, Scrutatore



22.06.2022 / DB

# COMMENTO AL PREVENTIVO 2023

## PREMESSA GENERALE

Il 2022 si sta concludendo con risultati migliori rispetto a quanto preventivato in termini di pernottamenti nella regione del Luganese, registrando una leggera flessione (-6.3%) rispetto ad un anno eccezionale come il 2021, ma con un aumento rispetto al 2019 (+14.3%), ovvero l'ultimo anno di riferimento non influenzato dalla pandemia.<sup>1</sup>

Nell'elaborazione del Preventivo 2023 si è adottata una previsione prudenziale, anche in considerazione delle sfide che attendono il settore turistico nei prossimi anni. Tali fattori esterni potrebbero influenzare l'andamento dei pernottamenti.

L'inflazione rimane elevata (3,3% nel settembre 2022), ma resta pari soltanto a un terzo di quella registrata nell'eurozona. Il gruppo di esperti della Confederazione per le previsioni congiunturali, pur avendo abbassato all'1,1% le ipotesi di crescita del PIL nel 2023, non si aspetta una recessione, a patto che la situazione energetica non si aggravi.<sup>2</sup>

A partire dal 2023, in relazione al piano strategico e finanziario quadriennale (2023-2026) l'Ente Turistico del Luganese (ETL) si focalizzerà su quattro segmenti prioritari: Sport e Natura, Arte e Cultura, Enogastronomia e MICE

(Meetings, Incentive, Conferences, Exhibitions). Inoltre, sono stati individuati i seguenti pilastri strategici: l'ospitalità, la sostenibilità, la CSR (responsabilità sociale di impresa), la digitalizzazione e la destagionalizzazione. Per quanto riguarda i mercati, le nostre attività strategiche saranno principalmente rivolte a Svizzera, Germania, Italia, Stati Uniti d'America e Paesi del Golfo, prioritariamente sui seguenti gruppi target: Famiglie, HNWI (High-Net-Worth Individuals), DINKS (double income no kids) e Aziende (per il settore MICE).

Nel 2023 i progetti prioritari per l'ETL toccheranno tutti i settori, a iniziare dal nuovo sito che il settore della Comunicazione Visiva presenterà a marzo. Un sito completamente rinnovato, con nuovi flussi e strutture, volto a migliorare l'esperienza per l'utente sui diversi dispositivi e a promuovere i pacchetti turistici. Allo stesso tempo verrà attivato un nuovo CRM (Customer Relationship Management) per la gestione dei rapporti e delle interazioni con i potenziali e attuali ospiti della destinazione.

Il settore Product Management si concentrerà nella creazione di prodotti che abbracciano la regione nel suo insieme e attraverso i quattro segmenti. Il settore Marketing si occuperà della realizzazione di una nuova campagna pubblicitaria 2023-2025 e della collaborazione

con due importanti media svizzeri e internazionali. Continueranno le attività di promozione della regione attraverso i redazionali della destinazione all'interno delle principali testate europee nei nostri mercati di riferimento. Parallelamente, il settore della Comunicazione Prodotto continuerà la collaborazione con le due agenzie di ufficio stampa per la Svizzera, sud della Germania e Italia, al fine di aumentare la copertura mediatica e la visibilità della destinazione. Da gennaio sarà attiva anche una nuova strategia di Social Media Marketing, volta a integrare canali emergenti, creare nuovi contenuti proprietari e di qualità, identificare collaborazioni con social media influencer e dare visibilità ai nostri stakeholder.

I settori coinvolti direttamente nella fornitura di servizi ai turisti, ovvero Territorio e Informazioni, continueranno ad operare garantendo alti standard qualitativi in termini di consulenza e gestione della rete dei sentieri pedestrì e ciclabili.

Dopo il successo della prima edizione, l'ETL, in collaborazione con gli organizzatori e la Città di Lugano, si impegnerà nuovamente nell'organizzazione e nella promozione della seconda edizione dell'evento "Summer Jam-boree on the Lake".

In linea con le altre Organizzazioni Turistiche Regionali, nel 2023 il nostro Ente parteciperà con una quota proporzionale ai progetti strategici cantonali, quali: la centralizzazione delle competenze per le tasse turistiche (OneTax), il centro di competenza sentieri, il Ticino Convention Bureau e il progetto legato alla "Sostenibilità" – un tema per cui il nostro Ente si è già impegnato nel 2021 con l'adesione al programma di benchmarking GDS-Index e alla strategia "Swisstainable" di Svizzera Turismo.

Per il Preventivo 2023 si prevede una maggiore uscita di CHF 151'900 che sarà coperta dal nostro capitale.

<sup>1</sup> UST - Ufficio federale di statistica (i dati si riferiscono ai pernottamenti registrati fino a settembre 2022 incluso)

<sup>2</sup> Seco.admin.ch, 2/11/2022

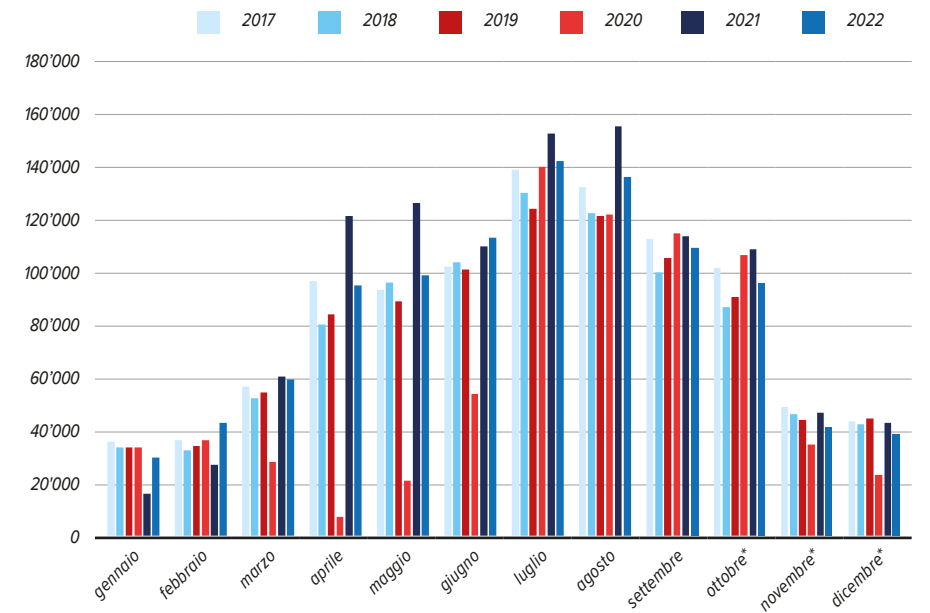


## DATI STATISTICI (FONTE DEI DATI: UST)

### PERNOTTAMENTI ALBERGHIERI MENSILI

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Gennaio	35'656	33'234	33'555	33'513	15'804	29'477
Febbraio	35'913	32'399	33'618	35'824	26'891	42'738
Marzo	56'322	51'992	53'885	27'911	60'211	59'175
Aprile	96'017	80'067	83'470	7'184	120'824	94'482
Maggio	92'870	95'748	88'584	20'827	125'597	98'331
Giugno	101'903	103'331	100'654	53'741	109'197	112'764
Luglio	138'289	129'503	123'623	139'678	151'767	141'473
Agosto	131'772	122'191	121'055	121'387	154'711	135'482
Settembre	112'039	99'660	104'754	114'078	113'098	108'742
Ottobre	101'223	86'251	90'349	106'348	108'219	96'000*
Novembre	48'729	45'775	43'864	34'591	46'700	41'400*
Dicembre	43'377	41'862	44'379	22'699	42'701	39'000*
<b>Totale</b>	<b>994'110</b>	<b>922'013</b>	<b>921'790</b>	<b>717'781</b>	<b>1'075'720</b>	<b>999'064*</b>

\*previsioni



# ATTIVITÀ E PROGETTI 2023

## PRODUCT MANAGEMENT

Il settore Product Management si occupa di creare il prodotto turistico insieme agli stakeholder della regione.

### Attività

- Sviluppo di pacchetti e di offerte speciali tematizzate
- Collaborazione con tour operator svizzeri e agenzie di incoming nella creazione e promozione di pacchetti individuali sulla destinazione
- Digitalizzazione degli attrattori turistici su una piattaforma di vendita digitale terza nell'ambito delle Nuova Politica Regionale
- Sviluppo di nuovi prodotti turistici nell'ambito delle campagne di ATT e Svizzera Turismo
- Progetto "Messa in scena della montagna" con particolare coinvolgimento dei comprensori Malcantone, Capriasca e Veduggio e in collaborazione con altre Organizzazioni Turistiche Regionali (OTR) e Enti Regionali di Sviluppo (ERS)
- Progetto "Messa in scena del lago" con particolare coinvolgimento dei comprensori Malcantone e Ceresio in collaborazione con altre Organizzazioni Turistiche Regionali (OTR) e Enti Regionali di Sviluppo (ERS)
- Progetto "Valorizzazione del settore enogastronomico" con particolare focus sulla filiera corta dei produttori di tutti i comprensori

### Obiettivi

- Incrementare le visite giornaliere e i pernottamenti nella regione
- Consolidare l'immagine della destinazione tramite la creazione di prodotti turistici
- Aumentare le sinergie tra gli stakeholder e il consenso sociale in generale

## BRAND MANAGEMENT

Il Brand Management (comunicazione visiva) cura il marchio, l'identità aziendale, la grafica e tutto ciò che è visivo del prodotto turistico della regione.

### Attività

- Creazione di un nuovo sito internet riorganizzato per promuovere i quattro segmenti, gli assi strategici e le esperienze privilegiando l'usabilità e l'immediatezza dell'informazione
- Attivazione di un nuovo CRM
- Realizzazioni grafiche, fotografiche e video
- Produzione della segnaletica territoriale e turistica in collaborazione con tutti gli stakeholder (ATT, OTR, amministrazione cantonale, comuni dei comprensori, ecc.)

### Obiettivi

- Incrementare la visibilità della destinazione (brand awareness)
- Ottimizzare la collaborazione tra ATT e OTR condividendo strumenti e competenze





## PRODUCT COMMUNICATION

La Product Communication (comunicazione prodotto) si occupa di costruire e mantenere un costante rapporto con la stampa nei mercati di riferimento.

### Attività

- Attività di ufficio stampa: comunicati, redazionali e viaggi stampa
- Attivazione di due agenzie stampa, per la Svizzera/Sud della Germania e per l'Italia
- Newsletter B2C, B2B e ai soci dell'Ente

### Obiettivo

- Visibilità della destinazione (brand awareness) tramite copertura mediatica nazionale e internazionale

## CORPORATE COMMUNICATION

La Corporate Communication (comunicazione istituzionale) si occupa di orchestrare le comunicazioni interne ed esterne volte a creare un incontro favorevole tra l'ETL e i media locali, nonché gli stakeholder del territorio e la politica.

### Attività

- Gestione rapporti tra la stampa e la Direzione

### Obiettivo

- Comunicare verso l'esterno le attività dell'ETL

## MARKETING

Gli investimenti e le attività previste dal settore marketing saranno focalizzati sulla promozione dei quattro segmenti di prodotti e dei pacchetti turistici allo scopo di incentivare i pernottamenti nella regione e i turisti giornalieri, mantenere alta la visibilità del marchio a livello svizzero e nei mercati di riferimento esteri: Germania, Italia, Stati Uniti e Paesi del Golfo.

### Attività

- Campagna pubblicitaria online e offline 2023
- Lancio di una nuova campagna pubblicitaria caratterizzata da un approccio tattico
- Adesione alla campagna Cities di Svizzera Turismo (Svizzera/mercati esteri)

### Obiettivi

- Incentivare i pernottamenti e le visite giornalieri nel Luganese
- Mantenere alta la visibilità del marchio Lugano Region in Svizzera e nei mercati di riferimento

## SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Il Social Media Management si occupa di gestire i contenuti sui canali social dell'ETL (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, LinkedIn, YouTube), di sviluppare strategie promozionali sui canali e collaborazioni con influencer.

### Attività

- Comunicare l'offerta turistica di tutti i comprensori
- Dedicare contenuti agli stakeholder con lo scopo di dare loro visibilità
- Supportare gli stakeholder tramite manuali d'uso e formazione

### Obiettivo

- Incrementare la visibilità degli stakeholder con contenuti a loro dedicati

## SALES

Le attività di Sales (vendita) si concentrano proattivamente alla vendita dei prodotti della destinazione nei mercati di riferimento.

### Attività

- Gestione delle attività rappresentative volte alla vendita con comuni, associazioni di categoria, società di trasporti, fondazioni, ecc.
- Rappresentare Lugano Region nei mercati di riferimento

### Obiettivi

- Incrementare le vendite già esistenti dei prodotti/servizi e dei pacchetti dell'ETL nei nostri mercati di riferimento
- Identificare eventuali nuovi prodotti/servizi nella Lugano Region di possibile interesse per i nostri mercati di riferimento

## MICE/TICB

Il settore MICE (Meetings, Incentive, Conferences, Exhibitions) si occupa di gestire le richieste del turismo d'affari e gruppi agendo nel contesto del TICB.

### Attività

- Gestire le richieste MICE
- Mantenere aggiornata l'offerta MICE in collaborazione con le altre OTR

### Obiettivo

- Incrementare i pernottamenti del turismo d'affari

## INFORMAZIONI

In ottemperanza alla legge sul turismo, il settore dell'informazione si occupa dell'accoglienza e della consulenza prima, durante e dopo il soggiorno dei turisti nella regione, sia presso gli sportelli turistici che tramite e-mail, chat, telefono.

### Attività

- Partecipazione attiva all'iniziativa Destination Lab insieme ad altre DMO (Destination Marketing Organisation) svizzere
- Analisi di fattibilità, ricerca nuova sede e sviluppo del nuovo concetto info point (statico e mobile)
- Gestione degli infopoint nei comprensori Malcantone, Ceresio e Lugano

### Obiettivo

- Servizio di informazione e accoglienza al turista

## TERRITORIO

La squadra responsabile del territorio si occupa della gestione della rete dei sentieri pedestri e ciclabili cantonali.

### Attività

- Collaborazione con il centro di competenza cantonale MTB
- Completamento della rete locale escursionistica del Malcantone
- Gestione dell'offerta tematica (es. Strada Regina, Via Francisca) in collaborazione con altre OTR e ERS
- Collaborazioni puntuali con comuni e patriati in occasione di manifestazioni all'aperto



## SOSTENIBILITÀ

La sostenibilità è un concetto multidimensionale e per questo Lugano Region si pone l'obiettivo di integrarla in tutti gli aspetti e le sue attività, contribuendo in questo modo ad uno sviluppo sostenibile della destinazione, a livello ambientale, economico e sociale. Lugano Region si sta impegnando anche a livello aziendale, in maniera concreta, per raggiungere degli obiettivi sostenibili.

### Attività

- Creazione della strategia di sostenibilità dell'ETL anche nell'ambito di progetti cantonali
- Adesione al GDS-Index (Global Destination Sustainability Index)

### Obiettivi

- Sviluppo sostenibile della destinazione
- Sensibilizzazione degli stakeholder
- Implementazione della strategia sostenibile da parte dei collaboratori dell'ETL

## ICT

Il team ICT (Information and Communication Technology) dell'ETL si occupa dell'implementazione e manutenzione dei sistemi informatici, delle reti e delle applicazioni che contribuiscono al funzionamento delle attività aziendali nelle nostre sedi.

### Attività

- Nel 2023 verrà completato il processo di centralizzazione tramite Cloud di Microsoft e Swisscom che permetterà di gestire tutti i dispositivi
- In collaborazione con Swisscom, il 2023 sarà dedicato alla messa a norma di ETL applicando le normative vigenti sulla protezione dei dati, sulla privacy, GDPR, ecc.

### Obiettivi

- Mantenere tutti i device in un contesto di conformità in ambito della sicurezza, sia hardware sia software

## EVENTI

Lugano Region è impegnato a sostenere finanziariamente diverse tipologie di eventi durante tutti i mesi dell'anno, e a promuovere le manifestazioni su tutto il territorio per i diversi segmenti.

### Attività

- Contributi finanziari e promozionali a favore di manifestazioni con richiesta puntuale nei cinque comprensori

L'ETL supporta in particolare le seguenti attività:

- Summer Jamboree on the Lake
- Ceresio Estate
- Caslano Blues Nights
- Pasqua in Città, Blues to Bop, Festa d'autunno e Natale in Piazza

### Obiettivi

- Assicurare l'organizzazione di eventi di richiamo a vocazione turistica
- Generare pernottamenti e indotto economico indiretto nei diversi periodi dell'anno (destagionalizzazione)

# RICAVI

## Tasse di Soggiorno (1) e Tasse di Promovimento Turistico (3)

A livello di previsione dei pernottamenti alberghieri sono stati adottati gli stessi parametri del 2022, in linea con le altre OTR.

Per i pernottamenti delle altre categorie abbiamo applicato delle previsioni specifiche partendo dal Forecast 22 con correzioni basate sulla tendenza.

Al conto 1 il totale include anche l'incasso preventivato di CHF 1'497'000 inerente al finanziamento dell'importante progetto Ticino Ticket, che viene riversato interamente ad ATT.

PREVISIONE PERNOTTAMENTI 2023 PER CATEGORIA				
CATEGORIA	PREV-22	PREV-23	DIFF	%
Alberghi, 4 e 5 stelle	410'000	414'000	4'000	1.0
Alberghi, pensioni, da 0 a 3 stelle	450'000	446'000	-4'000	-0.9
Camere, case di vacanza privati	135'000	205'000	70'000	51.9
Camere e appartamenti strutturati	0	12'000	12'000	100.0
Campeggi	100'000	135'000	35'000	35.0
Ostelli della gioventu'	40'000	40'000	0	0.0
Alloggi collettivi e alloggi turistici simili	0	0	0	100.0
Capanne	8'000	10'000	2'000	25.0
Forfaits appartamenti	4'520'000	4'540'000	20'000	0.4
Assesamento				
<b>TOTALE</b>	<b>5'663'000</b>	<b>5'802'000</b>	<b>139'000</b>	<b>2.5</b>

## Tasse di soggiorno – Forfait (2)

Il totale dei forfait emessi è di 8'066 soggetti di cui 2'343 nella forma digitale tramite la piattaforma specifica.

All'1.1.2023 entrerà in funzione il nuovo articolo di legge che prevede:

### Art. 21 cpv. 6

<sup>o</sup> I proprietari di appartamenti o di case di vacanza, così come i membri delle loro famiglie, pagano una tassa di soggiorno nella forma di un importo annuale fisso. Questo importo è compreso tra fr. 15.- e fr. 100.- per posto letto, a seconda dell'accessibilità e dell'offerta turistica esistente dove è ubicata la residenza. Agli appartamenti e alle case di vacanza che distano più di 15 minuti a piedi dall'ultima strada carrozzabile si applica l'aliquota minima di fr. 15.- per posto letto.

## Contributi legali dei comuni (4)

A livello di Contributi comunali abbiamo preventivato l'importo sulla base della previsione del numero dei pernottamenti del 2022.

## Quote sociali (5)

Nel conto Quote Sociali prevediamo un leggero aumento, visto che nel 2023 attiveremo una campagna di ricerca di nuovi soci. Ringraziamo i circa 360 soci che ci sostengono nelle nostre attività.

## Prestazioni di servizio (7)

In questo conto sono registrati i ricavi per le entrate che riceviamo dal Cantone per la gestione dei sentieri e delle piste ciclabili CHF 256'012. Molto importanti sono le entrate che scaturiscono grazie agli importanti lavori che le nostre squadre effettuano per i Comuni e per i Patriziati al di fuori della rete cantonale dei sentieri.

L'aumento dei ricavi, se confrontati al Preventivo 2022, è dovuto all'aumento della previsione per il conto commercializzazione.

## Manifestazioni proprie (8)

Nel conto sono registrate le entrate previste per Summer Jamboree on the Lake, Ceresio Estate e Caslano Blues Nights.

**Il totale dei ricavi previsti si attesta a CHF 9'920'000 esclusi i ricavi finanziari e i ricavi da immobili.**

# COSTI

## Riversamento a ATT (9)

In questo conto viene registrato l'importo del 20% della TPT che viene riversato ad ATT SA quale contributo alla promozione.

## Progetti Cantionali (10)

Sono previsti i seguenti cinque progetti cantionali:

<i>Ticino Ticket – riversamento</i>	<i>CHF 1'497'000</i>
<i>Ticino Sentieri</i>	<i>CHF 15'000</i>
<i>Ticino Convention Bureau</i>	<i>CHF 80'000</i>
<i>Ticino Sostenibilità</i>	<i>CHF 15'000</i>
<i>Ticino One Tax</i>	<i>CHF 15'000</i>

## Marketing (11)

Il comparto Marketing dispone di un budget proprio, che si basa sull'80% della Tassa di Promovimento Turistico, della Tassa degli esercizi pubblici e delle entrate generate dal settore. Al conto Marketing l'investimento previsto per il 2023 è uguale a quello del 2022, scelta voluta dalla Direzione per mantenere alto l'impatto promozionale della nostra destinazione.

## Territorio (12)

In questi conti vengono registrate tutte le spese inerenti alla manutenzione dei sentieri e del Parco San Grato. Nel 2023 si è scelto di potenziare il personale che si occupa della manutenzione del territorio per offrire agli escursionisti sentieri ancora più curati e sicuri per far fronte ad un aumento dell'usura della rete. Come di consueto saranno operativi sul comprensorio quattro gruppi di collaboratori provenienti da diversi programmi occupazionali, sotto la guida di altrettanti capigruppo e operai, che si riparti-

scono sulle diverse zone di intervento: Malcantone, Vedeggio, Capriasca e Val Colla (Lugano) e Ceresio. Un gruppo è anche responsabile della manutenzione del Parco San Grato.

## Manifestazioni proprie (13)

Durante il mese di giugno 2023 si terrà a Lugano la seconda edizione dell'evento "Summer Jamboree on the Lake", il festival internazionale di musica e cultura dell'America anni '40 e '50: 4 giorni di concerti ad ingresso gratuito con straordinari artisti internazionali. Evento che nella sua prima edizione ha avuto un enorme successo di pubblico e di risonanza a livello di comunicazione mediatica. Oltre a questo evento verranno organizzati anche la rassegna musicale Ceresio Estate e il festival Caslano Blues Nights.

## Contributi e animazioni (14)

In questi conti registriamo il contributo a favore della Città di Lugano di CHF 220'000 per gli eventi organizzati che sono: Pasqua in Città, Bleus to Bop, Festa d'Autunno e Natale in Piazza. Nel conto Sviluppo e offerta prodotti sono registrate anche le azioni a favore e che offrono un incentivo ai turisti tra cui, ad esempio, le escursioni guidate. Il budget di questo comparto è stato potenziato per poter aumentare le offerte a favore dei turisti. Anche le iniziative che si svolgono nel nostro territorio e i contributi alle Pro Loco fanno parte di questo totale.

## Sussidi diversi (15)

I conti Sussidi diversi contengono le registrazioni di tutti i contributi che il nostro Ente versa agli organizzatori degli eventi e delle manifestazioni che si svolgono sul nostro territorio. Sono registrati anche i CHF 360'000 a favore della Fondazione Malcantone che a sua volta finanzia la Monte Lema SA con CHF 250'000.

## Progetti cantionali (Ticino Ticket) (16)

La cifra prevista si basa sulla ripartizione regionale dei pernottamenti delle strutture che offrono e usufruiscono per i loro ospiti del titolo di viaggio Ticino Ticket.

## Fondo di funzionamento (17)

Il finanziamento di questo fondo avviene tramite un prelevamento dello 0.5% sul totale incassato della Tassa di Soggiorno. Questo importo servirà per finanziare progetti a livello cantonale.

## Informazione al Turista (18)

In questi conti vengono registrati i costi di produzione degli stampati, della manutenzione del sito internet e della grafica. Per quanto riguarda gli stampati e la grafica esterna è stata fatta una revisione delle tirature e dei formati in modo da allinearsi con la nuova strategia di comunicazione. A livello di costi questo nuovo concetto ci permetterà un importante risparmio.

## Personale e oneri (19)

I conti Costi del personale e oneri sociali, comprendono anche i costi del settore informazione, della formazione del personale e dei costi generali del servizio. Nel nostro Ente, con varie percentuali, sono impiegate 54 persone che convertite in teste equivalgono a 40. L'aumento tra preventivo 2022 e 2023 di CHF 248'000 è dovuto al potenziamento del personale e all'adeguamento dell'aliquota della cassa pensioni.

## Sedi (20)

I conti comprendono le spese relative agli affitti, all'elettricità ed alle assicurazioni dei nostri uffici Direzione, Amministrazione e quelli dei nostri Infopoint ubicati a Lugano Centro, Lugano Stazione, Morcote, Caslano. I costi sono in linea con il preventivo 2022.

## Autoveicoli e trasporti (21)

Nel 2023 è scaduta la convenzione con Europcar e il costo inserito è riferito al leasing ed ai costi di gestione del veicolo aziendale.

## Amministrazione e Informatica (22)

Il centro di costo amministrazione e informatica comprende tutte le spese informatiche, della telefonia, dei collegamenti tra le sedi, dei costi di cancelleria e di amministrazione. Nel 2023 dovrebbe prendere vita il Progetto Cantonale OneTax che prevede una gestione centralizzata delle decisioni inerenti la tassa di soggiorno e le commesse pubbliche. Nel 2024 tutte le OTR useranno lo stesso programma per la gestione delle tasse di soggiorno e per le contabilità.

## Altri costi d'esercizio (23)

Al conto consulenze e Controlling Tasse la diminuzione dei costi è dovuta al fatto che la gestione dei casi problematici delle tasse di soggiorno sarà gestita direttamente da noi e al fatto che i controlli delle residenze saranno minori rispetto agli anni precedenti. Il costo al conto dell'IVA cresce a causa della diminuzione della percentuale di recupero dell'IP e dell'aumento dell'IVA. Difatti il nostro Ente, avendo una grande quota delle entrate non soggette all'IVA, non ha diritto al recupero dell'imposta precedente pagata sulle fatture.

## Ammortamenti (24)

Al conto Ammortamenti la cifra preventivata è in linea con quella del preventivo dell'anno precedente.

**Il Preventivo 2023 prevede una maggiore uscita di CHF 151'900 coperta dal nostro capitale.**

# CONTI PREVENTIVO 2023

Nr.	Ricavi	Prev. 2022	Prev. 2023
1	Tasse di Soggiorno	3'974'000	4'245'000
2	Tasse di Soggiorno - Forfait	2'260'000	2'270'000
3	Tasse di Promovimento Turistico	1'625'000	1'922'000
4	Contributi legali dei Comuni	825'000	835'000
5	Quote sociali	70'000	75'000
6	Vendita materiale	0	0
7	Prestazioni di servizio	400'000	433'000
8	Manifestazioni proprie	245'000	140'000
	<b>Totale Ricavi</b>	<b>9'399'000</b>	<b>9'920'000</b>
	<b>Costi</b>		
9	Riversamento a ATT	307'000	348'400
10	Progetti Cantionali	1'545'000	1'622'000
11	Marketing	1'579'000	1'578'000
12	Territorio	1'015'000	1'202'000
13	Manifestazioni proprie	350'000	360'000
14	Contributi e animazioni	560'000	600'000
15	Sussidi diversi	690'000	660'000
16	Progetti cantonali (Ticino Ticket)	200'000	180'000
17	Fondo Funzionamento	23'000	25'000
18	Informazione al turista	366'000	269'500
	<b>Totale Costi</b>	<b>6'635'000</b>	<b>6'844'900</b>
19	Personale e oneri	2'082'000	2'330'000
20	Sedi	282'500	276'500
21	Autoveicoli e trasporti	25'000	12'000
22	Amministrazione e informatica	245'500	231'000
23	Altri costi d'esercizio	368'500	381'500
	<b>Totale costi d'esercizio</b>	<b>3'003'500</b>	<b>3'231'000</b>
	<b>Risultato prima degli ammortamenti</b>	<b>-239'500</b>	<b>-155'900</b>
24	Ammortamenti	180'000	180'000
	<b>Risultati EBIT</b>	<b>-419'500</b>	<b>-335'900</b>
25	Ricavi finanziari	191'000	191'000
26	Costi finanziari	35'000	25'000
	<b>Risultato finanziario</b>	<b>156'000</b>	<b>166'000</b>
27	Ricavi da immobili	27'000	28'000
28	Interessi ipotecari	0	0
29	Costi per immobili	20'000	10'000
	<b>Risultati da immobili d'esercizio</b>	<b>7'000</b>	<b>18'000</b>
	<b>Utile e perdita esercizio</b>	<b>-256'500</b>	<b>-151'900</b>

# MESSAGGIO DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE PREVENTIVO 2023

## Messaggio del Consiglio di Amministrazione dell'Ente Turistico del Luganese all'Assemblea relativo al Preventivo 2023

Cari Soci,  
Gentili signore,  
Egregi signori,

Il Consiglio di Amministrazione riunitosi in seduta ordinaria il giorno mercoledì 19 ottobre 2022 ha esaminato il preventivo 2023.

Il preventivo 2023 si riassume nel modo seguente:

<b>Totale ricavi preventivati</b>	<b>CHF</b>	<b>10'139'000</b>
<b>Totale costi preventivati</b>	<b>CHF</b>	<b>10'290'900</b>
<b>Maggiore uscita preventivata</b>	<b>CHF</b>	<b>151'900</b>

Il preventivo è stato elaborato tenendo conto dei parametri previsti dalla Legge sul Turismo entrata in funzione il 1. gennaio 2015.

Prendendo atto della documentazione recapitata precedentemente e delle spiegazioni fornite dalla Direzione nel corso della seduta, i Membri del CdA hanno approvato all'unanimità il preventivo 2023.

Il Consiglio di Amministrazione propone all'Assemblea di approvare il preventivo 2023 dell'Ente Turistico del Luganese, così come proposto.



**Paolo Filippini**  
Presidente



**Diana Bolis**  
La Segretaria

Lugano, 19 ottobre 2022



**SPORT  
E NATURA**



**ARTE  
E CULTURA**



**ENOGASTRONOMIA**



**MICE**



SUSTAINABILITY

*Travel sustainably  
Discover the Lugano region.  
[luganoregion.com/sustainability](http://luganoregion.com/sustainability)*