



MY OWN

**LUGANO
REGION**

RELAZIONE ANNUALE 2019

**ENTE TURISTICO DEL LUGANESE
11 DICEMBRE 2020**





**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*



INDICE

4	Relazione del Presidente e del Direttore	24	Commento al Consuntivo 2019
6	Dati statistici (base: UFS)	26	Ricavi
8	Assistenza al turista	27	Costi
10	Immagine	28	Bilancio
12	Comunicazione	30	Conto economico 2019
14	PR & Media / Social Media	31	Bilancio 2019
16	Marketing	32	Rapporto di Revisione
18	Prodotti / MICE e Incoming	33	Messaggio del Consiglio di Amministrazione
20	Territorio	34	Verbale Assemblea del 2 dicembre 2019
22	Eventi		

RELAZIONE DEL PRESIDENTE E DEL DIRETTORE

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

Dopo un 2019 che ha permesso di condividere insieme a voi la celebrazione del 130.mo dalla nascita dell'organizzazione turistica luganese, ripercorrendo i momenti più importanti della storia della promozione e dello sviluppo turistico della destinazione, i provvedimenti presi per limitare la diffusione del COVID-19 nel 2020 hanno avuto un impatto sulla possibilità di organizzare l'Assemblea Generale Ordinaria del Consuntivo 2019 dell'Ente Turistico del Luganese (ETL) in presenza, rendendo necessario proporvi un'assemblea in forma scritta.

Vi comunichiamo inoltre che a causa della pandemia, in data 24 marzo 2020 è stato richiesto al Consiglio di Stato di posticipare il rinnovo del Consiglio di Amministrazione al 2021; questa richiesta è stata accolta dal Consiglio di Stato in data 22 aprile 2020.

Prima di procedere alla presentazione dei trends turistici, delle principali attività e dei progetti che hanno impegnato l'ETL nel 2019, ricordiamo che in occasione dell'Assemblea Generale Ordinaria del 2 dicembre 2019, l'Assemblea ha approvato, con ogni sua modifica, lo Statuto dell'Ente Turistico del Luganese. Le modifiche apportate allo statuto sono state comunicate al Consiglio di Stato, come previsto all'art. 33 dello statuto e all'art. 3 cpv. 5 della LTur.

Inoltre, nella stessa occasione, l'Assemblea ha approvato la Convenzione tra Lugano Turismo (oggi Ente Turistico del Luganese) e la Fondazione Malcantone, in cui è stato definito un contributo annuo fisso per i prossimi cinque anni.

Nel 2019 i dati statistici relativi ai soggiorni alberghieri sono stati stabili rispetto al 2018, con -458 pernottamenti (pari al -0.05%) registrati: nei mesi di maggio (-7.5%) e di luglio (-4.6%) vi è stata una flessione, che è stata compensata da una buona ripresa nei mesi autunnali ed invernali, dovuta sia ai soggiorni leisure che ai congressi che hanno avuto luogo nella regione. La lettura di questi dati potrebbe confermare che il nostro ospite predilige praticare delle attività all'aria aperta in mountain bike o l'escursionismo in autunno, visitare i nostri villaggi e i monumenti ricchi di testimonianze storiche oppure partecipare al variegato calendario di eventi e spettacoli proposti dal LAC e alle mostre di importanza internazionale durante i mesi invernali e in primavera. È inoltre probabile che la canicola estiva abbia allontanato qualche ospite privilegiando mete più montane e fresche.

Nell'anno in esame il Consiglio di Amministrazione ha effettuato una valutazione interna dell'organizzazione e ha sviluppato la strategia in orizzonte 2023, avvalendosi della consulenza dell'agenzia Schmid, Pelli & Partner. Grazie allo studio e dai Workshop effettuati sono stati elaborati i capisaldi della futura strategia dell'Ente che è stata applicata a partire dal 2020.

Il 2019 è stato un anno importante per la promozione del brand territoriale "Lugano Region" tramite i supporti informativi, la segnaletica territoriale e il marketing; la continuazione della campagna di comunicazione "impulso" iniziata nel 2018 ha permesso di posizionare la destinazione nel mercato svizzero in modo rilevante in vista dell'apertura della galleria di base del Ceneri nel 2020.

Con la crescente importanza della comunicazione digitale e dei social media, il team Comunicazione si è occupato dell'aggiornamento costante dei contenuti del sito di destinazione e ha potenziato le attività sui propri canali in particolare Facebook e Instagram, ospitando importanti influencers e bloggers interessati ad aspetti differenti dell'esperienza di viaggio. A queste attività si aggiunge l'accoglienza di oltre 140 giornalisti nel Luganese, che hanno contribuito a dar visibilità alla nostra regione su importanti media nazionali e internazionali.

Per rispondere alla costante evoluzione della domanda turistica, il team Prodotti ha sviluppato nuovi prodotti legati alle specificità e agli attrattori della regione del Luganese, tra cui le attività intorno alle vette del Ceresio, le esperienze enogastronomiche, le avventure per le famiglie e l'offerta turistica per gli amanti della mountain bike.

Grazie alla collaborazione con il campione del mondo e olimpico della mountain bike, Nino Schurter, la regione del Luganese ha iniziato a posizionarsi a livello internazionale come meta per la MTB. L'ETL ha potuto contare sulla presenza dell'atleta ad eventi esclusivi dedicati ai suoi fans in Svizzera, ad un importante viaggio stampa internazionale e sulla diffusione di post e stories relativi al Luganese sui suoi canali social, che hanno raggiunto centinaia di migliaia di utenti.

Nell'ambito delle attività di marketing, il team si è occupato della promozione sia in ambito leisure che MICE, presenziando ad azioni promozionali B2C e B2B sui diversi mercati strategici e organizzando per il secondo anno consecutivo gli eventi "A Taste of Lugano" focalizzati sul-

le eccellenze enogastronomiche regionali, per gli operatori turistici e i media a Los Angeles.

Il team del settore Territorio si è occupato del mantenimento dei sentieri della rete escursionistica e per mountain bike del Luganese, dedicandosi in modo particolare alla risistemazione dei sentieri e del Parco San Grato che erano stati danneggiati dalle intemperie. Il profuso impegno e le risorse investite nella cura del patrimonio naturale della regione del Luganese hanno generato maggiore interesse per l'offerta outdoor, che è e sarà sempre di più un punto di forza della nostra destinazione.

In conclusione, vorremmo esprimere i nostri più vivi ringraziamenti per la fiducia accordataci e per l'attenzione che dedicherete alla documentazione del Consuntivo 2019.

Sebbene il clima di incertezza e di difficoltà determinato dalla situazione contingente sia destinato a perdurare, con la vostra collaborazione e con passione continueremo a portare avanti la nostra missione "posizionando il Luganese come centro turistico esperienziale e culturale del Sud della Svizzera e promuovendo il rinnovamento e lo sviluppo dell'offerta regionale in collaborazione con i partner dei settori pubblico e privato, al fine di produrre valore aggiunto per gli ospiti della destinazione".


Bruno Lepori
Presidente

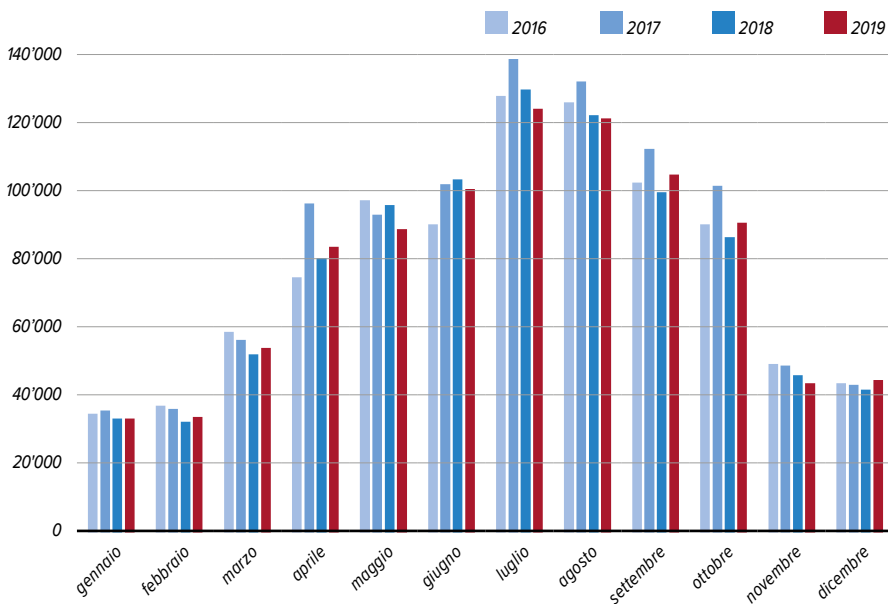

Alessandro Stella
Direttore

DATI STATISTICI (BASE: UFS)

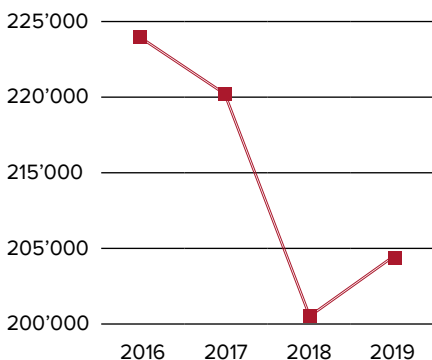
Pernottamenti alberghieri 2016 – 2019

Il 2019 a livello di pernottamenti ha fatto registrare praticamente gli stessi pernottamenti del 2018. Questi dati dimostrano che la destinazione è riuscita a frenare la caduta dei pernottamenti nonostante l'importante calo degli ospiti provenienti dall'Italia e dai mercati GCC.

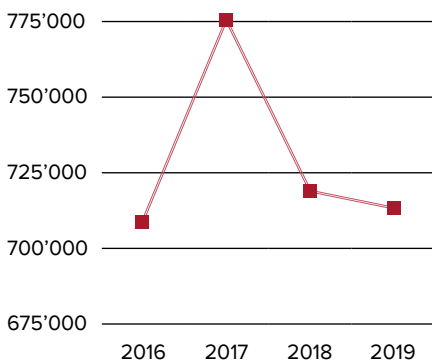
<i>Pernottamenti alberghieri</i>	2016	2017	2018	2019	19 vs 18	19vs18%
Gennaio	34'717	35'659	33'253	33'555	302	0.91
Febbraio	36'934	35'919	32'399	33'618	1'219	3.76
Marzo	58'624	56'322	52'029	53'885	1'856	3.57
Aprile	74'869	96'073	80'121	83'489	3'368	4.20
Maggio	96'974	92'936	95'788	88'637	-7'151	-7.47
Giugno	90'166	101'944	103'405	100'690	-2'715	-2.63
Luglio	127'650	138'449	129'651	123'730	-5'921	-4.57
Agosto	125'993	131'854	122'278	121'112	-1'166	-0.95
Settembre	102'164	112'065	99'682	104'773	5'091	5.11
Ottobre	90'160	101'283	86'323	90'409	4'086	4.73
Novembre	49'411	48'774	45'818	43'897	-1'921	-4.19
Dicembre	43'816	43'388	41'887	44'381	2'494	5.95
Totale	931'478	994'666	922'634	922'176	-458	-0.05



**Stagione invernale 2016 – 2019
(novembre – marzo)**



**Stagione estiva 2016 – 2019
(aprile – ottobre)**



Pernottamenti 2019 suddivisi per paese di provenienza

<i>Mercati</i>	<i>Pernottamenti 2019</i>	<i>%</i>
<i>Svizzera</i>	430'644	46.70%
<i>Italia</i>	94'606	10.26%
<i>Germania</i>	72'023	7.81%
<i>Stati Uniti</i>	54'183	5.88%
<i>GCC</i>	29'472	3.20%
<i>Cina</i>	25'690	2.79%
<i>Gran Bretagna</i>	21'990	2.38%
<i>Francia</i>	21'746	2.36%
<i>Paesi Bassi</i>	15'090	1.64%
<i>Russia</i>	14'127	1.53%
<i>Paesi Nordici</i>	12'573	1.36%
<i>Resto dell'estero</i>	130'032	14.10%
Totale	922'176	100.00%

ASSISTENZA AL TURISTA

L'attività principale che ha occupato i collaboratori del settore è rimasta anche per il 2019 l'assistenza ai quasi 70mila visitatori 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 2019 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 tramite incontri periodici 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 sulle offerte turistiche della regione
- Rivendita di titoli di trasporto e patenti di pesca
- Rimborso Tax Free
- 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
- 2'889 operazioni per il noleggio di autovetture
- Vendita guide, carte turistiche, pubblicazioni di interesse per il turista
- Vendita della caccia al tesoro "Fox Trail"
- 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

68'347 persone accolte agli sportelli
14'111 richieste tramite e-mail
6'590 telefonate ricevute



- > 420'000 stampati prodotti e distribuiti
- > 1'300 pagine di contenuti su 19 prodotti
- > 1'080 consegne ai partner
- > 20'000 visualizzazioni su ISSUU
- > 15 servizi fotografici autoprodotti

IMMAGINE

STAMPATI

Durante l'anno il settore si è occupato dell'aggiornamento dei prodotti dedicati all'informazione al turista e alla promozione della Destinazione. Continua la transizione delle informazioni dai supporti analogici a quelli digitali per comunicare i contenuti nelle modalità più performanti. Tra le novità citiamo lo sviluppo di nuove proposte dedicate alle famiglie condensate in una nuova brochure e sezione web intitolata Family Activities, nata da una collaborazione con le scuole elementari di Taverne. L'impegno dell'Ente nella promozione culturale delle 33 strutture museali della regione prosegue sul proprio canale online e offline Arte e Cultura. Anche il comparto eventi ha potuto beneficiare della visibilità data ai 140 top events della regione pubblicati sul canale Festival ed Eventi e distribuiti in 20'000 copie agli ospiti. L'offerta delle escursioni si è ulteriormente arricchita di proposte con più di 30 esperienze correlate da immagini realizzate dal team oltre che ad una importante campagna di affissione e contenuti digitali. Si è inoltre offerto un potenziamento delle proposte di giornata che ora contano 12 itinerari a sostegno dei partner coinvolti. L'offerta outdoor della nostra regione conta 5 prodotti che hanno avuto un grande successo tra i complessivi 100'000 lettori. La nuova cartografia autoprodotta ha permesso di risparmiare sulle licenze Swisstopo. Tutti i prodotti sono connessi con le piattaforme digitali per offrire un'esperienza crossmediale completa.

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, Organizzatori di eventi, Patriziati, ATT SA e Svizzera Turismo) un supporto tramite il servizio immagine, che va dalle consulenze alla realizzazione di materiale visivo di ogni tipo.

CORPORATE

Il settore si è occupato della creazione del materiale della 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 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 si è inoltre occupato della gestione dei diritti d'autore riguardanti il materiale audiovisivo necessario al settore Marketing e Comunicazione.

COMUNICAZIONE

SITO WEB

Il 2019 è stato caratterizzato dal restyling del sito web e dalla riorganizzazione dei contenuti nel primo semestre dell'anno, permettendo così al turista di navigare in maniera più efficace e di lasciarsi emozionare dalle offerte della regione attraverso il nuovo canale Ispirami. Anche per questo motivo le visite al portale hanno registrato un aumento rispetto all'anno precedente. A supporto degli altri settori, come Prodotti e Territorio, sono stati realizzati diversi nuovi contenuti come pagine di destinazione (landing page) specifiche per alcuni progetti, nuove attività dedicate alle esperienze e schede destinate ai nuovi itinerari all'aria aperta a piedi e su due ruote ideati per ampliare l'offerta nella regione.

Il nostro sito ha promosso gli eventi svolti sul nostro territorio che sono stati oltre 1'100, da quelli più locali a quelli di respiro internazionale. Inoltre, a seguito del Forum sul Turismo per il 130° della nascita dell'ente turistico, è stata realizzata una pagina riassuntiva con il materiale raccolto per l'incontro contenente anche i due interventi presentati nel corso della giornata. Infine un aspetto importante ha riguardato come ogni anno il continuo aggiornamento dei contenuti sulla base delle comunicazioni pervenute o tramite le raccolte dati. Come di consueto, parte di questi nuovi contenuti ed eventi sono stati condivisi anche sui canali dei partner turistici (Svizzera Turismo e ATT SA).

PIATTAFORME DIGITALI

La presenza digitale della destinazione è continuata sulle piattaforme di promozione delle esperienze, come Viator e GetYourGuide. Nel corso dell'anno è stato implementato l'utilizzo della piattaforma Mailchimp per la comunicazione B2B e B2C, permettendo la realizzazione di una newsletter multilingua (italiano, francese, tedesco ed inglese) inviata a cadenza più o meno mensile a partire da maggio 2019 a circa 7'000 contatti con un open ratio superiore al 25%. È stata inoltre attivata la gestione di alcuni contenuti (schede degli uffici informazione) tramite la piattaforma Google DMO, mentre il portale booking di Lugano Region (Feratel) ha registrato un aumento nel numero di prenotazioni rispetto all'anno precedente. Tramite la piattaforma Survey Zoho si è continuata l'ottimizzazione per alcune procedure di raccolta dati, permettendo di semplificare il processo sia per l'utente sia per chi riceve il materiale. Con l'introduzione della piattaforma Curator.io si è potuto ospitare in pagine specifiche del sito i contenuti generati dai followers delle pagine social ufficiali di Lugano Region, mentre attraverso la piattaforma Vimeo è stato possibile integrare nel portale i contenuti video rendendo la navigazione più di ispirazione e raggiungendo 182'804 visualizzazioni complessive. Come ogni anno tramite il sito Is-suu sono state pubblicate online le brochure, che sono state consultate oltre 20'000 volte.



1'308'146 visualizzazioni di pagina
369'955 visite al sito
27'154 email B2C inviate

PR & MEDIA SOCIAL MEDIA

PR & MEDIA

Le esperienze e i messaggi relativi alla promozione turistica sono stati divulgati attraverso i comunicati stampa, i redazionali pubblicati sulle testate locali, nazionali e internazionali con un'alta circolazione, le trasmissioni televisive e radiofoniche. Tra questi possiamo citare "Spectator Life" in Inghilterra, "El País" in Spagna, il magazine "VIA" distribuito su tutte le reti ferroviarie SBB e la rivista "Schweizer Familie". Durante tutto l'arco dell'anno sono stati organizzati e si è dato supporto ad oltre cento viaggi stampa ospitando complessivamente 140 giornalisti, bloggers ed influencers. I più importanti sono stati i programmi organizzati per i prestigiosi marchi sportivi ODLO, SCOTT Sports, Lowa e Schöffel. Grazie ad una campagna mirata sono stati ospitati importanti influencers svizzeri tedeschi come il noto Instagrammer Fabio Zingg, che vanta 250'000 follower.

SOCIAL MEDIA

Con la crescente importanza dei social media quali canali di comunicazione, si è continuato il lavoro d'interazione con gli utenti, in modo da accrescere la comunità digitale ed incentivare la creazione di contenuti da parte degli utenti. I canali social dell'ETL sono Facebook ed Instagram. Feed, stories e campagne ADS sono state avviate su una selezione di post per la promozione sui mercati di interesse. Tutti i video di destinazione sono stati divulgati tramite il canale ufficiale di Youtube e tramite Google ADS, è stato promosso in particolar modo il video dedicato al segmento della mountain bike con la partecipazione del testimonial Nino Schurter e di Filippo Colombo, raggiungendo un totale di 158'000 impressions del canale. Lo stesso Nino Schurter ha diffuso tramite i suoi canali ufficiali 10 contenuti e alcune stories, dove ha promosso i percorsi mountain bike del Luganese, ottenendo un forte interesse da parte delle sue migliaia di followers. Le pubblicazioni su Twitter sono rimaste saltuarie ed è stata ripristinata la pagina ufficiale su LinkedIn nell'intento di divulgare anche attraverso questa piattaforma articoli media sulla destinazione.



- > 177K social fanbase
- > 720 post pubblicati
- > 140 media, influencers e bloggers ospitati con viaggi stampa



MY OWN

LUGANO
REGION

A TASTE
OF LUGANO
IN L.A.

- > 48 attività di marketing su 7 mercati
- > 1'400 contatti Leisure
- > 210 contatti MICE

MARKETING

Nel 2019, secondo la strategia di marketing dell'ETL, le attività hanno compreso la promozione classica, l'ospitalità agli operatori turistici e la presenza diretta ad eventi B2C e B2B, sia in Svizzera che in sei mercati esteri (Italia, Germania, GCC, Stati Uniti, Regno Unito e Cina) in collaborazione con l'Agenzia Turistica Ticinese (ATT SA) e Svizzera Turismo (ST). La campagna "Azione Impulso" sul mercato svizzero iniziata nel 2018 è continuata nel 2019, generando una notevole copertura mediatica. Nell'anno in esame è iniziata la collaborazione con il campione del mondo della mountain bike, Nino Schurter, che attraverso diverse iniziative (media, social media, viaggi stampa ed eventi) ha permesso di promuovere la regione del Luganese tra le mete più importanti della mountain bike. Anche nel 2019 l'ETL ha aderito alla campagna "Cities" di Svizzera Turismo, posizionando così Lugano tra le più importanti città svizzere sia in Svizzera che sui mercati esteri. Sul mercato svizzero il team dell'ETL ha partecipato alle fiere B2C, FAMEXPO di Winterthur e ai Bike Days di Solothurn, in collaborazione con ATT SA e con le altre organizzazioni turistiche regionali, e in modo autonomo con uno stand di promozione ai campionati del mondo di mountain bike di Lenzerheide. Per quanto riguarda le attività mirate ai mercati esteri si evidenziano le più rilevanti: il sostegno al FAM Trip dalla Germania in collaborazione con Ameropa, "Bahnsinnige Schweiz"; la partecipazione al workshop Travelux a Venezia per agenti di viaggio internazionali del settore lusso;

nel mercato GCC, la partecipazione alle attività B2B quali il roadshow STE GCC, il workshop pre-ATM, la fiera ATM e il workshop in Svizzera; per il mercato Stati Uniti, l'accoglienza a Lugano di operatori del "consortia" Virtuoso; la presenza al roadshow "trade" in diverse città della Cina e al trade show Switzerland Travel Mart (STM) in Svizzera. L'ETL ha sostenuto e promosso la seconda edizione di "A Taste of Lugano", due eventi organizzati a Los Angeles in collaborazione con ST, ATT SA, 5 partner ticinesi e un famoso Chef della nostra regione, a cui hanno partecipato 50 agenti di viaggio e 30 rappresentanti dei media locali. Da tutti i mercati esteri di riferimento, insieme ad ATT SA e ST, sono stati accolti nella regione oltre 160 operatori turistici. Altre attività hanno incluso: il sostegno al marketing di eventi come Tamaro Trophy, Pasqua in Città, S.Pellegrino Saporì Ticino, Lugano Bike Emotions, Festa d'Autunno e Lugano Città del Natale. Nell'ambito di Fête de Vignerons, l'ETL ha anche sostenuto e partecipato agli eventi enogastronomici di "Maison Ticino". In occasione del "Summer Camp" di F.C. Internazionale Milano a Lugano, è stata attivata la campagna di marketing sui social media della società calcistica, che ha promosso la destinazione a livello internazionale. Nel 2019 l'ETL è stato un partner del "Grand Train Tour of Switzerland", che promuove le linee ferroviarie panoramiche tra cui quelle fanno tappa a Lugano; infine l'ETL ha offerto buoni gratuiti per le risalite agli ospiti che hanno prenotato soggiorni estesi tramite importanti tour operator svizzeri e tedeschi.

PRODOTTI MICE E INCOMING

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. Sono inoltre diversi i progetti sviluppati nel corso dell'anno: tra i più importanti citiamo il progetto Family e il relativo sviluppo di "avventure per famiglie", il progetto "Valorizzazione Vette del Ceresio", l'iniziativa "Sulla via degli alpeggi" in collaborazione con la Monte Lema SA e l'importante progetto svizzero "Hub & Spoke" coordinato da Svizzera Turismo. L'Ente nel 2019 ha inoltre organizzato 120 escursioni guidate regolari per un totale di 1'600 partecipanti. 23 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 500 partecipanti. Sempre in ambito enogastronomico, l'innovativo e curioso Tour culinario denominato "Taste My Swiss City – Lugano" ha attirato turisti provenienti da tutto il mondo. In generale, l'Ente Turistico del Luganese incentiva attivamente gli operatori turistici locali nello sviluppo di nuove proposte e di attività sul territorio, fornendo il supporto e le competenze necessarie al fine di offrire un ventaglio di esperienze interessanti ed innovative da proporre ai turisti in loco.

MICE E INCOMING

Durante il 2019, l'ETL ha continuato la promozione dell'offerta per il settore MICE tramite diversi canali tradizionali e digitali. In particolare, l'ETL ha preso parte alle due fiere internazionali di settore, IMEX a Francoforte e IBTM a Barcellona, in collaborazione con SCIB (Switzerland Convention & Incentive Bureau). Il nostro personale ha partecipato a "Inspiration Dinner" a Zurigo, iniziativa promossa da Celebration Point, presentando la regione alle aziende della zona e a "STM Special MICE Track", evento organizzato in concomitanza con STM (Switzerland Travel Mart) e dedicato agli operatori del settore.

L'ETL ha infine ospitato e organizzato nella regione un FAM Trip dedicato agli operatori MICE della Svizzera tedesca, che ha permesso di mostrare loro le location del nostro territorio.

Il servizio MICE/Incoming dell'ETL ha gestito le richieste d'offerta e ha garantito la consulenza gratuita ad organizzatori di viaggi per gruppi aziendali e leisure.



120 escursioni guidate organizzate
160 operatori ospitati con FAM Trips
60 richieste d'offerta Incoming/MICE
135 richieste di location e programmi

A large, rounded, woven sculpture made of natural fibers, possibly straw or reeds, is the central focus of the image. It is situated in a forest with a ground covered in fallen leaves. The sculpture has a textured, basket-weave pattern and a warm, brownish-gold color. In the foreground, a black and white informational sign is partially visible, resting on a wooden surface. The sign contains the text 'art in bosco', the name of the artist 'Lucia Loren (ES)', the year '2019', and logos for the 'LUGANO REGION' and the 'Comune di Capriasca'.

art in bosco

OMBRA

Lucia Loren (ES)
2019



LUGANO
REGION



Comune
di Capriasca

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

TERRITORIO

SENTIERI

Agli escursionisti il nostro comprensorio offre un paesaggio che spazia dall'ambiente del lago a quello alpino. In questo paradiso vengono proposti 640 km. di sentieri appartenenti alla rete cantonale, 300 di sentieri locali e oltre una ventina di tematici. Dalla collaborazione con i Comuni deriva un continuo ampliamento della rete. Sono terminate le reti locali di molti Comuni e sono conclusi i lavori relativi al progetto dell'associazione dei patriziati del Malcantone. Quattro gruppi di operai, una ventina di collaboratori, si occupano della manutenzione che ha visto nei primi mesi dell'anno lo svolgimento dei lavori invernali: sgombero del fogliame, taglio della vegetazione e degli alberi, sistemazione del fondo dei sentieri, costruzioni e riparazioni di strutture. Nei mesi estivi si eseguono lo sfalcio e la segnaletica orizzontale. Frequenti sono gli interventi per riparare gli scoscendimenti causati dai temporali estivi. Abbiamo collaborato con ditte esterne alla sistemazione di alcuni tratti nella Capriasca e nel Malcantone. Nel campo della sicurezza stiamo sviluppando in collaborazione con la SUVA la riorganizzazione di attività, formazione del personale e controlli.

PERCORSI PER MTB

La MTB è protagonista di un rapido e notevole sviluppo. Le esigenze di un pubblico sempre più vasto e diversificato hanno trovato risposta nella nostra bellissima e unica rete di 370 km di tracciati segnalati. Oggi la rete è costituita da 11 percorsi locali certificati secondo gli standard di Svizzera Mobile e dal celebre percorso Lugano Bike 66, uno dei più panoramici e interessanti del Paese che Svizzera Turismo menziona fra i 3 Top della Confederazione.

PARCO SAN GRATO

Nel parco svolge un ruolo importante la sentieristica: la proprietà è attraversata da percorsi MTB oltre ad ospitare una fitta rete di sentieri dedicati a chi vuole visitare il parco e le sue preziose collezioni di conifere e rododendri.

Anche il 2019 ha visto impegnato un gruppo di operai guidati da un giardiniere. Si sono occupati di attività come la cura dei boschi, il taglio degli alberi, la manutenzione del parco giochi, la conservazione dei prati, i compiti da dedicare alle zone botaniche.

EVENTI

Nel corso del 2019 si è assicurata una particolare attenzione alle proposte di animazione per sostenere i grandi eventi che, per il loro richiamo internazionale, concorrono a promuovere l'intera Regione del Luganese.

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. Il nostro personale ha partecipato attivamente 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 tramite varie 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 2019 (selezione in ordine alfabetico)

<i>Autonassa</i>	04 – 07.04.2019
<i>Blues Nights Sessa e Caslano</i>	12.06 – 26.07.2019
<i>Blues to Bop Festival</i>	29.08 – 01.09.2019
<i>Cantine Aperte</i>	25 – 26.05.2019
<i>Capriasca Outdoor Festival</i>	20 – 23.06.2019
<i>Ceresio Estate</i>	22.06 – 14.09.2019
<i>Coppa del Mondo del Panettone</i>	08 – 10.11.2019
<i>Estival Jazz</i>	04 – 06.07.2019
<i>Festa d'Autunno</i>	04 – 06.10.2019
<i>Festa Nazionale</i>	01.08.2019
<i>Fiera del Fumetto</i>	28 – 30.09.2019
<i>FIT Festival</i>	24.09 – 06.10.2019
<i>Giochi tradizionali Svizzeri</i>	14.09.2019
<i>Greenhope Day</i>	08 – 09.06.2019
<i>I Viaggiatori</i>	01 – 03.11.2019
<i>Ladies Open Lugano WTA</i>	07 – 14.04.2019
<i>Longlake Festival</i>	28.06 – 04.08.2019
<i>Lugano Bike eMotion</i>	21 – 22.09.2019
<i>Lugano Città del Natale</i>	30.11.2019 – 06.01.2020
<i>Make your Move</i>	15 – 17.03.2019
<i>Nassa Boat Show</i>	06 – 08.09.2019
<i>Pasqua in Città</i>	19 – 22.04.2019
<i>Primexpo</i>	01 – 05.05.2019
<i>S. Pellegrino Sapori Ticino</i>	04 – 06.2019
<i>Scenic Trail</i>	15 – 16.06.2019
<i>Stralugano</i>	25 – 26.05.2019
<i>Tamaro Trophy</i>	06 – 07.04.2019
<i>Wopart</i>	18 – 21.09.2019



126 Top Events promossi
1'129 eventi inseriti in agenda



COMMENTO AL CONSUNTIVO 2019

Il Consuntivo 2019, contenuto in questa relazione, viene presentato con il nuovo formato unificato per tutte e 4 le Organizzazioni Turistiche Regionali (OTR). Questo nuovo modello permetterà di avere una visione unificata dei costi e ricavi messi in campo dalle OTR.

Anche a livello d'organizzazione delle revisioni contabili sono stati definiti dei parametri cantonali adottati nella revisione di questo esercizio.

L'esercizio contabile è stato revisionato dalla Fiduciaria di Lugano SA, tenendo conto delle nuove direttive USE, nei giorni dal 20 al 24 giugno 2020.

I risultati sono stati presentati dal revisore Sig. Guidotti della Fiduciaria di Lugano SA al Presidente del CdA martedì 30 giugno 2020. I conti sono stati ratificati dall'Ufficio Presidenziale giovedì 2 luglio 2020 e dal CdA in data del 21 luglio 2020 .

Insieme all'Ufficio di revisione abbiamo deciso, visto che il Consuntivo lo permetteva, di destinare CHF 119'206.25 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 110'000.

RICAVI

L'anno 2019 a livello turistico per il luganese è da considerarsi un anno buono, difatti si sono registrati 922'176 pernottamenti alberghieri in linea con l'anno precedente. Anche a livello di incassi di Tasse di soggiorno registriamo un aumento rispetto al Preventivo di oltre CHF 100'000.

Gli introiti derivati dalle Tasse di soggiorno forfettarie hanno invece avuto un lieve calo rispetto al Preventivo. Questa importante entrata, che rappresenta quasi il 50% dei ricavi delle Tasse di soggiorno ci permette di ottemperare i compiti previsti per le OTR dalla Legge sul Turismo.

A livello di Tasse di promovimento l'aumento delle entrate è stato di CHF 46'963.85.

Per quanto riguarda i contributi legali dei comuni, notiamo un incremento influenzato dall'ottimo risultato in termini di pernottamenti registrati nel corso del 2018. Ricordiamo infatti che i contributi comunali vengono calcolati sui pernottamenti dell'anno precedente.

La riduzione dell'incasso delle quote sociali è una tendenza costante negli ultimi anni, nel 2021 il CdA ha previsto una campagna di ricerca di nuovi soci.

I ricavi da prestazioni di servizio (territorio, sentieri, Marketing, ecc.) sono stati leggermente superiori al Preventivo 2019. Abbiamo infatti potuto fatturare a Comuni e Patriziati prestazioni effettuate dalle nostre squadre. Di conseguenza registriamo però anche un aumento dei relativi costi per territorio e infrastrutture. Per quanto riguarda il settore Marketing sono stati registrati ricavi relativi alle attività effettuate in collaborazione con i partner utilizzati a favore della promozione.

Abbiamo anche avuto il recupero di CHF 115'570.40 dal Cantone e dall'Assicurazione per i danni causati dalla tromba d'aria che ha devastato il parco San Grato.

Il rimborso dal Fondo di Funzionamento cantonale della nostra quota parte grazie alla restituzione dell'anticipo da parte dell'OTR del Bellinzonese ha permesso di registrare un'entrata straordinaria importante.

Il totale dei ricavi per il 2019 si attesta quindi a CHF 10'053'396.26, questo totale comprende anche l'incasso del progetto Ticino Ticket di CHF 1'312'689.80, importo interamente riversato all'Agenzia Turistica Ticinese SA, gestore del progetto.

COSTI

Gli importi registrati al centro di costo riversamento all'ATT dipendono direttamente da quanto incassato. Lo scorso anno all'Agenzia Turistica Ticinese SA sono stati quindi riversati, come previsto dalla LTUR, il 20% della tassa di promovimento turistico pari a CHF 301'924.31, così come il 100% dell'incasso relativo al progetto Ticino Ticket di CHF 1'312'689.80.

Nel 2019 la spesa per le attività dei settori Marketing e Comunicazione è stata in linea con il Preventivo grazie al costante monitoraggio delle entrate e all'adeguamento degli investimenti nel corso dell'anno in base ai ricavi di TPT. I costi delle attività sono stati dedicati alla promozione sul mercato svizzero e sui 6 mercati esteri tramite i canali digitali, i media, i social media e la presenza del nostro personale. Segnaliamo in particolare la collaborazione con Nino Schurter e gli eventi A Taste of Lugano a Los Angeles. La spesa comprende anche i costi e gli oneri del personale come deciso a livello cantonale.

Per la manutenzione dei sentieri e del parco San Grato abbiamo speso CHF 45'349.11 in più a causa dei costi straordinari di ripristino del parco San Grato devastato dalla tromba d'aria. Con lo sviluppo del settore legato alle MTB elettriche siamo sempre più presenti con una manutenzione dei tracciati particolareggiata e tecnica.

Per quanto riguarda i 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.

A livello di contributi per animazioni, manifestazioni e sussidi diversi abbiamo sostenuto eventi di tutti i generi. A prevalere sono stati gli eventi di tipo sportivo, culturale ed enogastronomico. Il nostro Ente è sempre in prima linea nell'incentivare nuovi eventi proposti da organizzatori privati e pubblici a favore di ospiti e residenti della nostra regione.

Il fondo di funzionamento cantonale viene finanziato con una percentuale del 2.5% applicato sugli incassi delle tasse di soggiorno, forfait inclusi. La differenza è dovuta al fatto che in sede di Preventivo si parlava di un possibile aumento.

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 con una riduzione dei costi.

L'aumento di spesa per i costi del personale è dovuto in parte all'assunzione di un nuovo impiegato nel settore Comunicazione e ad aumenti nei costi di cassa pensione e assicurazione infortuni tramite SUVA (sette sentieri).

Dopo gli ammortamenti, il risultato EBIT, ossia il reddito operativo aziendale prima delle imposte e degli oneri finanziari, presenta una maggior uscita di CHF 184'910.56.

Il risultato contabile dell'esercizio in esame è quindi pari ad un utile di CHF 5'229.99.

BILANCIO

Attivi

La liquidità rispetto all'anno precedente registra un aumento di CHF 67'758.16 pari al 6.90%.

Segnaliamo un calo dei debitori TS che si attestano a CHF 648'193.00 con una diminuzione del 6.83%.

Il valore delle azioni della Lema SA allibrato a Bilancio, dopo l'assestamento si attesta a CHF 110'000, importo che rappresenta il valore di "mercato".

Il cantone durante l'anno ci ha riversato il saldo dei progetti cofinanziati: Saldo contribuito a favore dei sentieri, Svizzera Mobile e Progetto GutundGut per l'analisi delle possibilità del parco San Grato.

Passivi

L'utilizzo dei fondi dei conti correnti presso la Città di Lugano è stato inferiore a quello del 2018 visto l'aumento della nostra liquidità.

Negli accantonamenti, grazie all'ottimo risultato abbiamo potuto aumentare il fondo di riserva per attività a favore della gestione Tasse di Soggiorno accantonando CHF 70'000. Dopo questa operazione il fondo si attesta a CHF 300'000.

Il patrimonio totale, capitalizzando l'utile 2019 di CHF 5'229.99 si attesta a CHF 754'847.75.



CONTO ECONOMICO 2019

RICAVI	Preventivo	Consuntivo
Ricavi da tassa di soggiorno - TS	3'705'300	3'817'406.60
Ricavi da tassa di soggiorno - FORFAIT	2'292'700	2'288'585.50
Ricavi da tassa di promovimento turistico - TPT	1'889'000	1'935'963.85
Ricavi da contributi legali (Comuni)	790'000	823'084.15
Ricavi da quote sociali	83'000	71'375.00
Ricavi da vendita di materiale	4'000	7'309.67
Ricavi da prestazioni di servizio	460'000	741'473.09
Ricavi da manifestazioni proprie	100'000	108'141.22
Totale ricavi	9'324'000	9'793'339.08
COSTI	Preventivo	Consuntivo
Riversamento a ATT (TPT e Ticino Ticket)	1'580'800	1'614'614.11
Costi per prodotti e progetti	65'000	65'000.00
Marketing	1'503'200	1'502'520.76
Costi per territorio e infrastrutture (incl. sentieri)	885'000	930'349.11
Costi per manifestazioni proprie	155'000	185'113.40
Costi per contributi per animazioni e manifestazioni	545'000	580'240.78
Costi per sussidi diversi	695'000	783'789.69
Costi per progetti cantonali (Ticino Ticket)	182'000	188'140.40
Costi per fondo di funzionamento	177'000	120'202.83
Costi per informazione al turista	352'000	316'447.46
Totale costi	6'140'000	6'286'418.54
Costi del personale e oneri sociali	2'124'000	2'264'731.28
Costi sedi	295'000	311'803.05
Costi autoveicoli e trasporti	25'000	24'443.89
Costi di amministrazione e per l'informatica	286'500	276'034.69
Altri costi d'esercizio	370'500	412'195.83
Totale costi d'esercizio	3'101'000	3'289'208.74
RISULTATI	Preventivo	Consuntivo
Risultato prima degli ammortamenti	83'000	217'711.80
Ammortamenti	276'000	402'622.36
Risultato EBIT	-193'000	-184'910.56
Ricavi finanziari	191'000	194'139.12
Costi finanziari	46'000	41'414.40
Risultato finanziario	145'000	152'724.72
Ricavi da immobili	75'000	65'918.06
Interessi ipotecari	3'000	352.20
Costi per immobili	20'000	28'150.03
Risultato da immobili d'esercizio	52'000	37'415.83
Utile / (Perdita) d'esercizio	4'000.00	5'229.99

BILANCIO 2019

ATTIVO	2018	2019
LIQUIDITÀ		
Casse	39'318.70	23'028.05
Conti correnti postali	168'607.08	265'156.67
Banche	147'076.51	134'600.31
Depositi vincolati e azioni	627'247.57	627'222.99
Totale liquidità	982'249.86	1'050'008.02
CREDITI		
Debitori	102'409.77	132'536.56
Debitori tasse di soggiorno	695'777.76	648'193.00
Monte Lema SA	477'400.00	450'400.00
Totale Crediti	1'275'587.53	1'231'129.56
CREDITI DIFFERITI		
Transitori Attivi	285'825.89	387'630.56
Riversamento quote Fondazione	197'472.85	0.00
Anticipo contributo fusione	57'576.00	0.00
Progetto Svizzera Mobile e Gutundgut	123'423.00	0.00
Inventario	40'000.00	40'000.00
Totale Crediti Differiti	704'297.74	427'630.56
IMMOBILIZZAZIONI		
Totale immobilizzazioni	1'422'003.00	1'307'003.00
TOTALE ATTIVO	4'384'138.13	4'015'771.14
PASSIVO	2018	2019
Creditori	367'298.67	290'658.35
Creditori IVA	14'330.50	21'668.85
Conti correnti Comune di Lugano	1'715'899.24	1'592'892.48
Conto corrente ATT SA	419'027.09	388'460.90
Anticipo Tax Free	40'000.00	40'000.00
Transitori Passivi	80'492.02	158'036.56
Accantonamenti	997'472.85	769'206.25
Capitale	741'782.86	749'617.76
Utile/Perdita esercizio	7'834.90	5'229.99
TOTALE PASSIVO	4'384'138.13	4'015'771.14

RAPPORTO DI REVISIONE

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 2019.

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 754'847.75, 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, 7 luglio 2020
pg.rv

FIDUCIARIA DI LUGANO SA
P.G. Guidotti
Esperto in Finanze 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, IL BILANCIO E IL RAPPORTO DI REVISIONE 2019 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 martedì 21 luglio 2020, ha esaminato il Consuntivo, il Bilancio e il Rapporto di revisione 2019.

Il Consuntivo 2019 dell'Ente Turistico del Luganese si riassume nel modo seguente:

Totale Ricavi	CHF 10'053'396.26
Totale Costi	CHF 10'048'166.27
Maggiore Entrata	CHF 5'229.99

La contabilità 2019 è stata revisionata dalla Società Fiduciaria di Lugano SA nei giorni dal 20 al 24 giugno 2020.

Il Consiglio di Amministrazione, prendendo atto della documentazione recapitata precedentemente e delle spiegazioni date dalla Direzione, ha approvato all'unanimità il Consuntivo, il Bilancio e il rapporto di revisione 2019.

Il Consiglio di Amministrazione propone all'Assemblea di approvare il Consuntivo, il Bilancio e il rapporto di revisione 2019 dell'Ente Turistico del Luganese.

La maggiore entrata di CHF 5'229.99 verrà registrata al conto capitale che avrà come saldo al 31.12.2019 un importo di CHF 754'847.75.


Bruno Lepori
Presidente


Alessandro Stella
Il Segretario

Lugano, 21 luglio 2020

VERBALE DELL'ASSEMBLEA ORDINARIA DEL 2 DICEMBRE 2019 PRESSO L' HOTEL SPLENDE ROYAL, LUGANO

Scusati: vedi elenco separato*

Presenti: 83 soci, 13 deleghe per un totale di 96 voti (cfr. elenco separato*).

*Elenchi consultabili presso l'Amministrazione

1. Saluto e apertura dell'Assemblea da parte del Presidente.

Il Presidente porge il benvenuto ai Soci convenuti a questa assemblea chiamati ad approvare il Preventivo 2020 oltre alla convenzione con la Fondazione del Malcantone e la modifica dello Statuto.

Il Presidente ricorda il Forum sul Turismo appena concluso. Un'occasione per celebrare i primi 130 anni di attività promozionale della regione dell'Ente Turistico del Luganese, offrendo agli oltre 100 invitati, in collaborazione con l'Archivio Storico della Città di Lugano, una presentazione storica sul passato della destinazione, un'esposizione di pannelli raffiguranti foto e video e una tavola rotonda moderata da Alfonso Tuor, dove si sono confrontati sulla tematica turistica gli esponenti della politica, Christian Vitta e Roberto Badaracco e del mondo accademico Lorenzo Cantoni e Claudio Visentin.

Dichiara così aperta l'assemblea invitando il Vicepresidente dell'Agenzia Turistica Ticinese Simone Patelli a porgere un saluto. Patelli sottolinea l'ottima collaborazione con la OTR del Luganese che svolge un fondamentale ruolo nel management territoriale e per la promozione dei prodotti e delle strutture regionali.

2. Nomina degli scrutatori.

Vengono proposti Federico Haas e Luca Leoni.

Proposta approvata all'unanimità.

3. Approvazione del verbale dell'Assemblea del 13 giugno 2019.

Viene chiesta la dispensa della lettura del verbale.

La proposta è accettata all'unanimità.

Il verbale viene pertanto accettato così come presentato.

4. Convenzione con la Fondazione Malcantone.

4.1 Presentazione della convenzione;

4.2 Approvazione della Convenzione e del Messaggio.

Il presidente Bruno Lepori presenta e fa votare la Convenzione che regola le modalità di partecipazione di Lugano Region al finanziamento di attività promosse all'interno del Malcantone e finanziate anche dalla Fondazione Malcantone per un importo annuale di CHF 360'000.-.

Gli articoli della convenzione sono tutti stati approvati, articolo per articolo come anche il dispositivo di risoluzione.

5. **Modifica dello Statuto.**

5.1 Presentazione modifica dello Statuto;

Il Presidente presenta le proposte di modifica allo Statuto le quali includono principalmente la riduzione dei membri del CdA che da 11 passano a 9 e di una suddivisione della composizione del Consiglio di Amministrazione che deve tener conto, oltre che delle competenze specifiche delle persone proposte, di un'equa rappresentanza delle diverse componenti territoriali e delle associazioni di categoria del settore turistico. La designazione dei membri del Consiglio di Amministrazione deve rispettare la seguente ripartizione:

- 1 rappresentante del comprensorio A: Lugano
- 1 rappresentante del comprensorio B: Capriasca
- 1 rappresentante del comprensorio C: Veduggio
- 1 rappresentante del comprensorio D: Ceresio
- 1 rappresentante del comprensorio E: Malcantone
- 1 rappresentante degli albergatori
- 1 rappresentante degli esercenti / ristoratori
- 1 rappresentante dei commercianti
- 1 rappresentante delle aziende di trasporto

Josef Moresi precisa che il nuovo Comune si scrive separatamente: Val Colla. Lorenzo Orsi chiede se Massagno non fosse più aderente al comprensorio del Ceresio, pur tuttavia non formalizzando la richiesta. Orsi condivide la scelta di appartenenza alla Capriasca del quartiere di Val Colla che, quale zona periurbana di Lugano, è più aderente alle caratteristiche morfologiche e di prodotti turistici della Capriasca, tanto è vero che insieme a Lugano Region è stato promosso uno specifico studio di valorizzazione territoriale che coinvolge anche la Città di Lugano e l'ERS del Luganese. Paolo Cappelletti propone di cambiare la nomenclatura dei comprensori da numerici in alfabetici. La proposta viene accolta con 12 Soci contrari.

Guido Santini suggerisce di semplificare la lettura dello Statuto all'Art. 3.1 menzionando unicamente i comprensori in ordine alfabetico riportando all'allegato A l'elenco di dettaglio dei comuni appartenenti. La richiesta di Santini viene accolta all'unanimità. Giovanni Cossi plaude il CdA per aver proposto una chiara suddivisione della composizione dei membri di CdA tra rappresentanti del territorio e di categoria. Federico Haas ritiene poco importante disquisire sui confini territoriali di frazione di comuni per un settore, quello turistico, che espande gli orizzonti su scala planetaria.

Il Presidente passa in rassegna ogni articolo dello Statuto soggetto all'approvazione delle modifiche. Gli articoli interessati sono i seguenti:

- Art. 2.2
- Art. 3.1 comprendente le modifiche elencate all'Art. 18.3
- Art. 5.2
- Art. 5.3
- Art. 5.3.1
- Art. 5.3.2
- Art. 5.3.3
- Art. 5.3.4
- Art. 5.4
- Art. 5.5
- Art. 11.1
- Art. 14
- Art. 18.3 con la modifica della nomenclatura dei comprensori da 1,2,3,4,5 in A,B,C,D,E e la modifica di Valcolla in Val Colla.
- Art. 18.4
- Art. 18.4.1
- Art. 18.4.2
- Art. 18.4.3
- Art. 19.1.4
- Art. 33

Il Presidente precisa che i Comuni di Croglio, Monteggio, Ponte Tresa e Sessa sono in fase di una fusione comunale, pertanto sono stati ancora elencati separatamente affiancandoli con il previsto nome del futuro Comune di Tresa.

Ogni articolo dello Statuto soggetto a modifica è stato sottoposto a votazione ed approvato all'unanimità dai Soci presenti.

5.2 Approvazione delle modifiche allo Statuto e del Messaggio.

Il Presidente richiede la votazione dei quattro punti elencati nel dispositivo di risoluzione contenuti nel Messaggio del Consiglio di Amministrazione chiedente la modifica di alcuni articoli dello Statuto, in particolare la precisazione degli aventi diritto ad essere rappresentati nel CdA:

1. Sono approvate le modifiche degli articoli: 2.2 – 3.1 – 5.2 – 5.3 – 5.4 – 5.5 – 11.1 – 14 – 18.3– 18.4 – 18.4.1 – 18.4.2 – 18.4. 3 – 19.1.4 e altre modifiche di carattere formale dello Statuto dell'Ente Turistico del Luganese;
2. Le modifiche proposte sono approvate punto per punto e nel suo complesso;
3. Le modifiche apportate allo Statuto verranno comunicate al Consiglio di Stato, come previsto all'art. 33 dello Statuto e all'art. 3 cpv. 5 della LTur;
4. L'allegato A verrà automaticamente adeguato alle decisioni concernenti le future aggregazioni comunali.

Ogni punto del Messaggio è stato sottoposto a votazione ed approvato all'unanimità dai Soci presenti.

6. Preventivo 2020 dell'Ente turistico del Luganese:

6.1 Presentazione del Preventivo;

Il Presidente introduce il suo discorso esprimendo felicità per aver potuto celebrare questo pomeriggio l'anniversario dei 130 anni dalla nascita della promozione turistica del Luganese. Il Forum sul Turismo ha così permesso di affrontare delle tematiche di interesse comune sul futuro del turismo in Ticino. Sono emersi tanti spunti importanti facendo emergere la convinzione di tutti nel seguire le nuove tendenze turistiche, instaurare sempre più sinergie e non perdere la volontà di collaborare per arrivare all'obiettivo comune di rimanere e migliorarci come destinazione turistica.

Rispetto al 2018 i dati statistici sui pernottamenti alberghieri 2019 hanno subito fino a settembre un leggero calo sia dal mercato estero – 1.1% che dal mercato svizzero -0.4% per un totale di soli -0.8%. Sappiamo già che nei mesi di settembre e ottobre le strutture sono soddisfatte dell'occupazione, complice sicuramente il bel tempo che caratterizza da diversi anni il periodo autunnale, ormai diventato una estensione della stagione estiva con temperature che oscillano dai 22 ai 26 gradi ma questo non si deve pensare come unico fattore attrattivo. Da apprezzare e non tralasciare il grande lavoro di promozione della regione, le collaborazioni avute con i partner, il potenziamento e il perfezionamento della comunicazione in Svizzera e all'estero. Da sottolineare anche l'aumento dell'offerta turistica durante la bassa stagione, si pensi ai diversi grandi eventi che continuano da anni a richiamare un folto pubblico come la Festa d'Autunno o Lugano Città del Natale e gli eventi che organizzano diversi comuni durante le festività natalizie. L'ETL sostiene con la promozione attraverso i propri canali di comunicazione gli attrattori che con positività hanno deciso di cogliere la sfida tenendo aperta la propria struttura nel periodo autunnale e invernale, come la Swissminiatur o la funicolare del San Salvatore.

Il 2020 sarà per il Luganese un anno importante, un anno di svolta e non dobbiamo perdere il treno. Un treno che accorcerà i tempi di raggiungimento grazie all'apertura a dicembre della galleria di base del Monte Ceneri, un'occasione che deve venir sfruttata in modo intelligente per potenziare gli arrivi dei turisti esteri ma soprattutto svizzeri. L'ETL sta già lavorando e sviluppando progetti per invogliare i passeggeri nello sfruttare la mobilità su rotaia. Sono state sviluppate delle proposte di itinerario (le One Day Adventures) che prevedono lo spostamento per tutto il Ticino, facendo così utilizzare al massimo il Ticino Ticket. Sono da poco state messe online anche le nuovissime proposte di itinerario giornaliero per famiglie (le Family Adventures) le quali sono state possibili grazie alla fortissima collaborazione delle scuole elementari di Taverne dalle quali maestre e bambini si sono prestati nello svolgere le tante attività ticinesi dedicate appunto a grandi e piccini. Non abbiamo pensato solo alle proposte di itinerari ma anche a posizionare il Luganese come meta perfetta per le aziende svizzere che cercano un luogo per i propri eventi e congressi.

L'anno prossimo la città di Lugano sarà luogo di grandi eventi e congressi di alto rango, eventi esclusivi che confermeranno la destinazione come luogo perfetto per diverse tipologie di evento. La Guida Michelin ha scelto Lugano come destinazione per il proprio evento di presentazione della Guida Michelin Svizzera 2020, il 24 febbraio presso il LAC. Dal 20-22 marzo avrà luogo l'incontro annuale dei direttori degli hotel europei più prestigiosi (EHMA European Hotel Managers Association). Tornano gli Harley Days che porteranno nuovamente un'occupazione del 100% in tutte le strutture e animeranno la città a suon di rombo e di vario intrattenimento. E successivamente all'elenco di tutti questi eventi di grande rilevanza, l'ETL è lieto di annunciarvi in anteprima che con grande entusiasmo ha deciso di proporre un nuovissimo evento a tema anni '50 dal 5 al 7 giugno, il Summer Jamboree on the Lake, si tratta di un format di un evento già esistente e consolidato in una regione italiana. Questa iniziativa non è un semplice

evento in piazza ma si estenderà a tutta la città compresi negozi, strutture e tutte le aziende che avranno il piacere di sposare per due giorni lo stile anni '50.

L'assemblea ordinaria di dicembre è di solito riservata solo ai conti preventivi del nuovo anno che sta per iniziare. Questa volta invece il Messaggio sul Preventivo è anticipato da due trattande ritenute molto importanti dal Presidente:

Una è la proposta di modifica degli statuti che ha quale scopo principale quello di garantire una composizione del Consiglio di Amministrazione che possa garantire un'equa rappresentanza nel Consiglio di Amministrazione (che sarà composto da 9 membri) dei comprensori e delle associazioni di categoria; L'altra è la proposta di formalizzare con una convenzione i flussi finanziari fra Lugano Turismo e la Fondazione Malcantone, ritenuta da noi il paniere di tutte le attività culturali e turistiche del Malcantone. - Rispetto al discorso del Presidente le due trattande in questione sono già state presentate e votate all'unanimità dai Soci dell'Assemblea odierna -.

Infine, ringrazia i componenti del CdA, il personale dell'Ente turistico, tutti i Soci che dimostrano passione per il turismo, e coloro che lavorano nell'ambito di questo settore che, grazie alle sinergie e allo spirito di collaborazione, si potrà tutti insieme affrontare i prossimi anni con positività al fine di rilanciare il turismo nel Luganese e in Ticino.

Il direttore Alessandro Stella presenta le principali attività previste per il 2020 che, in ambito promozionale, si concentrerà al mercato interno, di quelli limitrofi della Germania e dell'Italia oltre che delle provenienze europee della Gran Bretagna e dei Paesi Nordici in veste di nuovo mercato, mentre che nei mercati Overseas saranno presenti nei Paesi del Golfo Persico e in Cina. Gli investimenti saranno proporzionali ai pernottamenti generati negli ultimi anni.

Nel dettaglio le attività concernenti il mercato nazionale prevederanno l'adesione alla campagna Cities di Svizzera Turismo come partner A, con focus sui segmenti tematici: culture traveller e city breaker. La campagna di comunicazione/PR sulla Svizzera interna con organizzazioni di viaggi stampa con giornalisti e influencer. Le inserzioni pubblicitarie e redazionali su Du-Magazin, 50Plus, Ride Magazin, Born e Falstaff, ecc. La collaborazione con Railaway. La presenza al punto SwitzerlandInfo all'aeroporto di Zurigo. Il supporto al marketing di eventi nel Luganese: San Pellegrino Sapori Ticino, Pasqua in Città, Festa d'autunno, Estival Jazz, Tamaro Trophy, Swiss Harley Days, Summer Jamboree, Lugano Bike Emotions, ecc. La collaborazione con importanti TO svizzeri e esteri. L'adesione al Grand Train Tour of Switzerland e il programma di iniziative promozionali per l'apertura della galleria ferroviaria del Monte Ceneri.

Per il mercato italiano sono previste attività di Digital Marketing in collaborazione con il sito di viaggi Lastminute.com oltre che di viaggi stampa con i media e Influencer.

Per la Germania è prevista la partecipazione a ITB 2020 a Berlino, la più grande fiera B2B a livello mondiale. Nel Digital Marketing faremo una promozione sulla piattaforma "Mit Vergnügen" in collaborazione con Svizzera Turismo, dei viaggi stampa e diversi blog posts sulla destinazione e l'accoglienza di agenti di viaggio e blogger nell'ambito del "Grand Train Tour Rally".

Il mercato britannico sarà aggredito con un'offensiva rivolta ai Tour Operator che collaborano con la piattaforma nazionale di STC e attività di Digital Marketing con Web advertising e sui Social Media.

Le promozioni nei Paesi Nordics che comprendono la Svezia, la Norvegia, la Finlandia e la Danimarca costituiscono dei nuovi mercati emergenti ed interessanti per la nostra destinazione. Le attività promozionali saranno coordinate con Ticino Turismo e si concentreranno su viaggi stampa ed influencers nonché di viaggi studio dedicati agli operatori turistici.

Nei Paesi del Golfo saremo focalizzati nell'ambito di EXPO 2020 DUBAI, l'esposizione universale prevista dal 20 ottobre 2020 al 10 aprile 2021 con un flusso stimato di 25 milioni di visitatori.

Parteciperemo inoltre al roadshow "Race to Switzerland/STE" con relative sales calls e alla "Luxury Campaign" che prevede tra l'altro la visita nella destinazione di una celebrità VIP oltre che alla partecipazione al Workshop GCC in Svizzera.

In ambito Overseas negli Stati Uniti ci siamo iscritti al Road to Switzerland roadshow e prevediamo una serie di attività di accoglienza dedicate ai Tour Operator e ai viaggi stampa, oltre che alla promozione tramite i canali digitali e social media.

Per la Cina aderiremo alla Summer Marketing Campaign, alla Digital Marketing Campaign con promozione della destinazione sui canali WeChat e WeiBo e, per la Swiss Culture Activities faremo delle promozioni sull'offerta culturale in Cina, un viaggio di un influencer nella destinazione nel primo trimestre del 2020 e una presenza ad un evento sulla cultura in Cina, nel terzo trimestre del 2020.

Per quanto riguarda il MICE stiamo organizzando insieme alla Città il "Michelin Guide Switzerland Star Revelation Gala" previsto il 24 febbraio 2020 durante il quale verrà presentata la nuova Guida Michelin Svizzera 2020, nonché i nuovi chef che riceveranno l'ambita stella. L'evento, alla sua seconda edizione, si tiene per la prima volta nella Svizzera italiana. Stiamo inoltre organizzando il programma di attività per l'evento UNESCO a Lugano e parteciperemo alle fiere internazionali B2B dell'IMEX Francoforte e dell'IBTM di Barcellona. Sono previste diverse inserzioni pubblicitarie su media mirati, l'accoglienza di viaggi studio e la gestione quotidiana delle richieste Meeting.

Proseguiranno le proposte e lo sviluppo di prodotti dedicati all'Enogastronomia con il Taste My Swiss City, le visite alle cantine vitivinicole, la creazione di un'agenda specifica per gli eventi del settore, ecc. Per la Valorizzazione Vette del Ceresio stiamo collaborando con l'ERS-L e con i singoli operatori per la realizzazione di una rassegna musicale e di Tours enogastronomici.

Come consuetudine da aprile a ottobre verranno offerte due visite guidate settimanali della Città da maggio a ottobre verranno proposte delle escursioni naturalistiche con cadenza settimanale al Monte San Salvatore, a Gandria e al Monte Brè. Siamo coinvolti con il Progetto "Mountain Daytrips" in collaborazione con Svizzera Turismo per promuovere la Città di Lugano come punto di partenza per visitare diverse montagne in tutto il Ticino e nel resto della Svizzera e desideriamo realizzare il Progetto "Sales Lugano" che conterrà delle proposte concrete / pacchetti da proporre ai Tour Operator e agli agenti di viaggio. Perfezioneremo l'offerta delle "One Day Adventures" con proposte ideali per il nuovo collegamento del Ceneri 2020 contenenti proposte e itinerari di giornata per conoscere tutto il Ticino partendo dalla regione del Luganese. Per le famiglie saranno confezionati degli specifici programmi e itinerari di giornata.

Per quanto riguarda il territorio è stato definito il nuovo centro di competenza che si occuperà della valorizzazione dei tracciati per MTB mentre che in primavera 2020 saranno posate una quindicina di colonnine per E-bike in collaborazione con l'ERS -L. Al riguardo del comparto delle biciclette, prosegue la collaborazione con Nino Schurter che si focalizzerà sui viaggi stampa nella regione del Luganese, alla campagna con spot TV su SRF, SRF Info, alla nostra presenza all'UCI MTB World Cup di Lenzerheide, alla pubblicazione di articoli redazionali offline/online su Ride Magazine e BORN e alla creazione di un minisito sul percorso Lugano Bike 66 con input e suggerimenti dello stesso Nino Schurter.

L'amministratore Fabio Crivelli passa in rassegna le voci che caratterizzano il Preventivo 2020 che nei ricavi della Tassa di soggiorno sono stati valutati, nel complesso, come quelli del 2018 con un lieve aumento mentre che gli introiti derivati dalle Tasse di soggiorno forfettarie sono stati stimati con un aumento del 1.0% sulla previsione di incasso 2019 che a livello di Tasse di promovimento turistico sono proporzionali all'aumento adottato per le tasse di soggiorno.

Nei costi viene rimarcato una riduzione delle risorse dedicate alle attività di Marketing rispetto all'anno precedente poiché nel 2018 sono state utilizzate delle riserve allocate al conto promozione allineando così gli introiti TPT sulla base degli incassi degli anni scorsi. Ai costi per manifestazioni proprie è stata destinata un importo per la realizzazione di un importante evento internazionale e ai costi per il fondo di funzionamento è stato ridotto l'importo destinato alle OTR in difficoltà, seguendo le direttive cantonali in materia.

Il Preventivo 2020 che registra ai ricavi un'entrata di CHF 9'360'000 e alle uscite CHF 9'356'000 per una maggiore entrata di CHF 4'000.

Federico Haas chiede se sia stato destinato un importo a favore della formazione del personale alla quale domanda Fabio Crivelli risponde che è stato preventivato un importo di CHF 40'000.

Silvana Redemagni auspica che il programma degli eventi sia disponibile già dal mese di ottobre precedente, di posizionare Lugano quale Città Green mettendo a disposizione della cittadinanza e degli ospiti le biciclette elettriche e chiede dove ha luogo il nuovo evento che Lugano intende proporre nel 2020.

Alessandro Stella, pur non figurando tra la lista dei Soci, risponde alle domande sollevate dalla sig.ra Redemagni che sul sito internet vengono pubblicate le date degli eventi appena disponibili, che la Città si sta muovendo con intensità con il progetto di Smart City nel quale sono presenti delle iniziative rivolte alla sostenibilità e, infine, che l'evento ha luogo a Senigallia nelle Marche già da 20 anni e che attira numerosissimi appassionati soggiornanti nella regione e anche al difuori.

6.2 Approvazione del Preventivo e del Messaggio.

Il Presidente da lettura del dispositivo di risoluzione contenuto nel messaggio di richiesta di approvazione del Preventivo 2020.

Non essendovi interventi il Preventivo 2020 dell'Ente Turistico del Luganese e il Messaggio del Consiglio di Amministrazione all'Assemblea vengono accettati all'unanimità così come proposti.

7. Interpellanze.

Nessun intervento.

8. Lettura e approvazione verbale.

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

9. Eventuali.

Maria Wolff Brunner

Auspica che le chiusure del lungolago possa avvenire anche in occasioni esterne al periodo turistico come ad esempio l'accensione dell'albero di Natale e invita l'Ente a discuterne con la Città.

Giovanni Cossi

Chiede impegno per la salvaguardia dell'Aeroporto di Lugano-Agno per il quale 20 Comuni del Malcantone hanno sottoscritto un appello alla Città di Lugano in tal senso. In merito alla riforma fiscale invita l'Assemblea a prendere una posizione chiara.

Waldo Lucchini

Ritiene che ai turisti del Basso Vedeggio l'aeroporto rechi piuttosto fastidio. Evidenzia l'obbligo da parte dei Comuni di creare delle zone di svago di prossimità che nella zona del Basso Vedeggio si estende dal lago sino alla Tenuta Bally. Il Cantone ha pubblicato lo studio di base lo scorso mese di agosto nel quale sono state evidenziate le misure concrete. L'appello di Lucchini è rivolto all'Ente turistico affinché vengano realizzate queste misure contenute nello studio.

Dany Stauffacher

Chiede di considerare tra i temi strategici la salvaguardia dell'ambiente e della sostenibilità.

Alle ore 19:45 si conclude l'Assemblea ordinaria dell'Ente Turistico del Luganese.



Bruno Lepori,
Presidente Ente Turistico del Luganese



Alessandro Stella,
Segretario Ente Turistico del Luganese



Federico Hass,
Scrutatore



Luca Leoni,
Scrutatore





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*