



MY OWN
**LUGANO
REGION**

ENTE TURISTICO
DEL LUGANESE

*Casella postale 6080
6901 Lugano
Switzerland*

SWISS SERENDIPITY
WWW.LUGANOREGION.COM

MEDIA RELATIONS OFFICE

Ente Turistico del Luganese
Via Giovanni Nizzola 2
6901 Lugano
Svizzera

+41 (0)58 220 65 65

media@luganoregion.com
www.luganoregion.com

COMUNICATO STAMPA

21 giugno 2018

Presentati i risultati del 2017 all'Assemblea Ordinaria dell'Ente Turistico del Luganese.

I Soci dell'Ente Turistico del Luganese si sono riuniti in serata per l'Assemblea Ordinaria, avvenuta presso l'affascinante cornice offerta dall'Hotel Splendide Royal di Lugano. Un centinaio di persone, sono state accolte dal benvenuto del Presidente Bruno Lepori e dal Direttore Alessandro Stella. Presente anche il prof. Rico Maggi con il suo intervento "Lugano futura. Una destinazione quattro stagioni".

"Il mercato turistico attuale è caratterizzato sempre più da un livello di competizione tra le destinazioni molto più forte che nel passato – ha ricordato Lepori - essendo di recente aumentato notevolmente il numero delle destinazioni turistiche, il numero di turisti ed il livello di mobilità complessiva dei mercati d'origine".

Dalle sue parole emerge in modo chiaro come non sia più solo l'offerta al centro del processo d'acquisto dei turisti in visita nel Luganese, ma la domanda, cioè il consumatore e i suoi bisogni. Lepori ha sottolineato inoltre come questo cambio di prospettiva abbia portato a diversi mutamenti e ad una nuova strategia adottata già negli ultimi anni, obbligando la destinazione a *"competere a livello globale proponendo offerte turistiche ad elevata differenziazione e in grado di destagionalizzare l'offerta al fine di riempire il contenitore territoriale di servizi e fruizioni "piene" ed utilizzabili tutto l'anno"*.

Nel suo intervento ha citato numeri incoraggianti in riferimento al 2017, si pensi all'aumento del 6,8% del numero dei pernottamenti alberghieri registrati durante l'intero anno, ricordando tuttavia come sia fondamentale restare con i piedi per terra e non gridare alla vittoria. Si rendono sempre più importanti a suo dire *"creare delle strategie di marketing territoriale focalizzate alla creazione di prodotti ed esperienze turistiche sui quali avviare un reale posizionamento competitivo"*.

AlpTransit, Ticino Ticket e l'Azione Raiffeisen, sono solo alcuni dei progetti di ampio respiro territoriale citati e in grado di promuovere l'intera regione a livello nazionale ed internazionale, permettendo inoltre di mettere in rete i partner istituzionali e privati del settore.

Non poteva mancare il riferimento a progetti già avviati come l'apertura della galleria del Ceneri, il Polo congressuale-alberghiero a Campo Marzio o quello sportivo e degli eventi a



Cornaredo. *“Sono solo alcune delle potenzialità alle quali il settore turistico del Luganese deve continuare a porre la sua attenzione, in modo da proporre un’offerta innovativa e all’avanguardia”*, ha affermato il Presidente.

Il Presidente Lepori ha poi ricordato uno dei progetti più importanti dell’anno, ossia l’ideazione del nuovo brand turistico dell’Ente, che vedrà da febbraio a fine anno una serie di step d’applicazione per poter costruire entro la fine dell’anno *“un sistema articolato, coerente e integrato di comunicazione in grado di veicolare in maniera creativa questa nuova identità attraverso i canali tradizionali e digitali offerti dal web”*.

Un progetto quindi che si delinea nel corso dei prossimi mesi e che, oltre al nuovo logo, prevede 12 declinazioni della lettera “L” a caratterizzare i rispettivi canali tematici del brand, attraverso i quali l’Ente si promuoverà al suo pubblico focalizzandosi sulle peculiarità di un territorio variegato e ricco di potenzialità.

Terminando il Presidente si è poi espresso sul sito Internet ufficiale, rivisto graficamente per essere in linea con le direttive del nuovo Brand. Il passo successivo coinvolgerà invece i contenuti: si punterà infatti alla condivisione e alla sincronizzazione in tempo reale delle informazioni con le altre OTR, con l’ATT e, di riflesso, con Svizzera Turismo. Questo obiettivo ha reso dunque necessaria la collaborazione con ATT, soluzione approvata qualche ora fa dal CdA dell’Ente Turistico del Luganese, per la gestione del sito Web.

Vi è poi l’intervento del Direttore Stella, che ha presentato alla platea i risultati a livello operativo della destinazione in termini di pernottamenti e incoming turistico, presentando le attività e i progetti che hanno aiutato a conseguire questi ottimi traguardi. Attività di marketing e promozione come la partecipazione alle fiere di settore più importanti a livello internazionale, creazione di nuovi prodotti ed esperienze turistiche in grado di attrarre nuovi target e consolidare gli attuali; sono solo alcune delle attività citate da Stella, il quale ha posto l’accento sulla forte differenziazione delle attività in base ai mercati di riferimento della destinazione.

Continua poi Stella, citando le principali attività che hanno visto coinvolti tutti i dipartimenti dell’Ente: Accoglienza, Grafica e Stampati, Marketing & Sales, Comunicazione e Media, Territorio e Amministrazione. Un lungo resoconto che ha avuto il merito di presentare a grandi linee il grande impegno del Team nel lavorare in modo sinergico per creare una promozione integrata e coordinata, sempre più radicata e condivisa nel territorio del Luganese.

A conclusione dei lavori la presentazione dei conti e il Rapporto di Revisione da parte del Direttore Stella, seguito dall’interessante intervento del prof. Rico Maggi dell’Università della Svizzera Italiana di Lugano, grazie al quale è emersa la natura intrinseca della regione del Luganese come luogo di forte attrazione internazionale non solo in estate ma durante tutto l’anno.