



MY OWN  
**LUGANO  
REGION**

ENTE TURISTICO  
DEL LUGANESE

SWISS SERENDIPITY  
WWW.LUGANOREGION.COM

*Casella postale 6080  
6901 Lugano  
Switzerland*

**ALESSANDRA DE STEFANO**  
Media Relations Manager

Ente Turistico del Luganese  
Via Giovanni Nizzola 2  
6901 Lugano  
Switzerland

+41 (0)58 220 65 65

[media@luganoregion.com](mailto:media@luganoregion.com)  
[www.luganoregion.com](http://www.luganoregion.com)

## COMUNICATO STAMPA

Lugano, 14 giugno 2019

### **Assemblea Ordinaria dell'Ente Turistico del Luganese.**

Ieri giovedì 13 giugno, alle ore 18:00, presso il Palazzo dei Congressi, si è svolta l'Assemblea Ordinaria dell'Ente Turistico del Luganese relativa all'esercizio 2018. I soci, i rappresentanti dei media e gli amici del turismo Luganese sono stati accolti con il saluto del Presidente Bruno Lepori e del Direttore Alessandro Stella.

il Presidente **Bruno Lepori** ha aperto l'incontro serale dando il suo benvenuto all'Assemblea Ordinaria dell'ETL e sottolineando l'importanza di non cadere nell'errore di eccedere con i giudizi catastrofici nelle valutazioni sullo stato di salute del turismo ticinese. Un errore, a suo dire, che è facile commettere se non si tiene in considerazione fenomeni come Airbnb che a loro volta hanno cambiato radicalmente le forme di turismo attuali.

*"Se ci fossero dei dati certi legati alle nuove forme di alloggio - ha proseguito Lepori - ecco che potremmo moltiplicarle ai dati che abbiamo a disposizione dall'Ufficio Federale di Statistica e noteremmo che, sorprendentemente, i dati legati ai pernottamenti (in questo caso giustamente alberghieri e non) sarebbero superiori di quanto pubblicato abitualmente".*

Un turismo, quindi, solo apparentemente in crisi se non si tiene conto degli andamenti reali della destinazione in termini di pernottamenti (in tutte le loro forme) e in termini di evoluzione. *"Il Luganese - specifica Lepori - è riuscito ad evolvere molto bene in relazione a quanto successo negli ultimi 10 anni, ci riferiamo chiaramente alla riduzione del segmento bancario su Lugano e dai dati disponibili risulta che la nostra destinazione sia riuscita molto bene a convertirsi da destinazione prettamente business a destinazione leisure".*

Una riflessione a 360° sul cambiamento nell'ultimo decennio della domanda turistica che si è riflesso sulle attività di promozione ed informazione effettuate dall'Ente attraverso tutti i suoi canali, sia digitali che tradizionali. L'applicazione del nuovo brand territoriale "Lugano Region" è stata sicuramente una delle novità che ha permesso il rinnovo dell'immagine della destinazione e l'applicazione dello stesso in quattro grandi macro-categorie: gli uffici informazione, materiale per attività di marketing, materiale di comunicazione e segnaletica territoriale.



MY OWN  
**LUGANO  
REGION**

ENTE TURISTICO  
DEL LUGANESE

Casella postale 6080  
6901 Lugano  
Switzerland

SWISS SERENDIPITY  
WWW.LUGANOREGION.COM

Ad approfondire l'argomento è stato il direttore **Alessandro Stella**, che ha presentato brevemente le attività promozionali effettuate sui diversi mercati esteri per attirare turismo sia leisure che MICE, citando l'importanza di collaborazioni strategiche con Svizzera Turismo e ATT SA nell'ospitare più di 100 operatori turistici/agenti di viaggio e altrettanti giornalisti, bloggers e influencers nel 2018. Obiettivo comune quello di presentare la destinazione ai mercati d'interesse sottolineandone aspetti sempre differenti. A queste azioni, si è affiancata, a partire da fine agosto, una nuova campagna "di impulso" per attirare nuovamente verso la regione del Luganese il mercato svizzero tedesco che ha manifestato il calo più considerevole negli studi statistici del 2018 (-11,6%).

Al centro della strategia - è stato sottolineato dal direttore Stella - rimangono sempre il territorio e i suoi attrattori, attraverso la promozione sia delle bellezze paesaggistico-naturali del territorio - fruibili da oltre 370km di sentieri MTB e da oltre 830km di percorsi escursionistici - sia della ricca offerta esperienziale correlata al segmento outdoor ed enogastronomico. Proprio quest'ultimo tema è stato oggetto di forte promozione con la creazione, insieme a GastroLugano ed altre associazioni di categoria locali, di nuove proposte turistiche che hanno visto un ottimo riscontro di pubblico, oltre ad essere state oggetto di un'ottima copertura mediatica da parte di testate e blog internazionali.

Tra le tante attività elencate sono stati citati il rifacimento della segnaletica escursionistica del Luganese e del Malcantone, il nuovo percorso tematico Artinbosco, oltre alle varie costruzioni per la rete sentieristica MTB. Nel dettaglio, lo sviluppo del prodotto "Mountain Bike" è stato caratterizzato dalla stretta collaborazione con guide specializzate locali e con le strutture di accoglienza dedicate, con l'obiettivo di posizionare a livello mondiale la destinazione come meta ideale per gli amanti di questo sport. A suggellare quest'impegno è stato firmato un accordo di due anni, in collaborazione con la Città di Lugano e Morcote, con il campione del mondo ed olimpico Nino Schurter che attraverso la sua immagine si calerà nel ruolo di ambassador della nostra bellissima regione.

L'Assemblea si è poi conclusa con il commento dell'Amministratore **Fabio Crivelli** al consuntivo 2018 e al bilancio finale. *"Da quest'anno presentiamo i conti consuntivi nel nuovo formato unificato per tutte le OTR così come richiesto dall'Ufficio per lo sviluppo economico; una novità per tutti noi e che permetterà di poter confrontare al meglio i risultati di tutti gli enti turistici cantonali"*. A fronte di CHF 9'699'568.44 d'entrate e CHF 9'691'733.54 di uscite, si è registrato un utile di 7'834.90 CHF. *"Grazie a questo risultato d'esercizio - sottolinea Crivelli - il capitale dell'Ente Turistico del Luganese ammonta al 31.12.2018 a CHF 749'617.76"*.