



# Valutazione del Forum Turismo Svizzera (FTS) 2012 sul tema del riposizionamento della Svizzera nel turismo estivo

## 1) Relazioni, tavole rotonde e forum di discussione

### *Relazioni*<sup>1</sup>

- Márcio Favilla Lucca de Paula: Perspectives de développement au niveau mondial pour le tourisme estival – chances et dangers pour la Suisse
- Richard Kämpf: Succès et compétitivité de la Suisse dans le tourisme estival – une analyse
- Jürg Schmid: Inspiration Concept Re-Invent Summer
- Manfred Kohl: Les perspectives pour la Suisse en été : vues de l'extérieur

### **Conclusion intermedia: il turismo estivo in Svizzera – a che punto siamo?**

Il turismo estivo in Svizzera è in fase di stagnazione nonostante il settore registri una crescita a livello mondiale. Il nostro Paese ha tuttavia buone opportunità anche in questo ambito e non deve concentrarsi esclusivamente sul turismo invernale. In passato il turismo svizzero, legato a grandi personalità, era molto innovativo. Oggi ci si chiede se il problema sia la mancanza di tali grandi personalità. La crisi attuale deve essere vista anche come l'opportunità per un nuovo inizio; un'opzione sarebbe ad esempio quella di attirare più capitale dall'estero.

Le collaborazioni all'interno del settore, che attualmente sono scarse, racchiuderebbero un grande potenziale per il futuro e consentirebbero spesso di risparmiare sui costi. Alla collaborazione sovregionale e cantonale viene riconosciuta ultimamente maggiore importanza. Serve tuttavia tempo sia per creare un clima di fiducia sia per sviluppare strutture di gestione adeguate. È probabile che si assisterà a un rinnovo delle strutture dal quale i punti positivi usciranno rafforzati. Tutti i lavori di pianificazione devono essere incentrati sull'ospite.

---

<sup>1</sup> Le relazioni di Márcio Favilla Lucca de Paula, Richard Kämpf, Jürg Schmid e Manfred Kohl non vengono riassunte in questa sede, ma sono consultabili in tedesco e francese all'indirizzo <http://www.seco.admin.ch/themen/00476/00508/05004/index.html?lang=it>

Molti progetti falliscono in fase di pianificazione oppure l'attuazione dura troppo a lungo. Esistono molti ostacoli che possono rallentare o far fallire un progetto. È auspicabile integrare fin dall'inizio la protezione dell'ambiente, della natura e del paesaggio anziché adottare una tattica di ostracismo al termine del processo decisionale.

### ***Forum di discussione sull'industria alberghiera: come si può rafforzare il turismo estivo?***

L'industria alberghiera deve pensare e agire coerentemente dall'ottica del cliente, conoscendo bene le esigenze delle diverse categorie (nuovi e vecchi mercati). Proprio come un'impresa, anche il turismo dovrebbe sviluppare una visione interna che rafforzi l'identità comune del settore (gastronomia, settore alberghiero, impianti di risalita, ecc.). Le strutture devono essere adeguate alla visione: occorre pensare per grandi dimensioni e sfruttare meglio le sinergie nella commercializzazione.

Inoltre è necessario promuovere la formazione e le competenze. Le esigenze della clientela possono essere soddisfatte soltanto con personale ben formato e con albergatori ospitali e dotati di spirito imprenditoriale. Il settore alberghiero chiede anche condizioni quadro paritarie analogamente a quanto accade in altri ambiti economici.

### ***Forum di discussione L'estate in montagna: chi è in grado di vivacizzare l'estate in montagna?***

Ogni destinazione deve assolutamente posizionarsi e differenziarsi in base alla propria strategia. Il posizionamento è legato ad almeno un «progetto faro» a cui si aggiungono prodotti minori. Copiare singoli provvedimenti non è sufficiente e fare ordine è un presupposto importante per riuscire ad animare l'estate in montagna. Il posizionamento richiede autenticità e credibilità e deve essere portato avanti dalla destinazione nel suo complesso.

Le cooperazioni consentono di realizzare offerte/soluzioni che hanno maggiore presa sul pubblico e sono indispensabili per una destinazione. In questo processo gli alberghi e gli impianti di risalita sono considerati gli attori decisivi. Esiste tuttavia la problematica dei cosiddetti *free rider*, che deve essere superata mediante apposite strutture di incentivazione. Nel caso degli impianti di risalita domina per lo più

un'ottica tecnico-ingegneristica che si concentra molto sull'aspetto della sicurezza. In futuro gli impianti di risalita dovrebbero rafforzare le competenze nei settori sviluppo di strategie, animazione e organizzazione/attuazione.

Un altro ruolo importante è quello assunto dai Comuni, in particolare per quanto riguarda l'infrastruttura e l'organizzazione dello spazio pubblico. Tuttavia, spesso non hanno né le competenze tecniche né una visione generale su quanto accade negli altri Comuni.

Sono state individuate lacune di know-how e mancanze di competenze per quanto riguarda l'organizzazione dell'estate in montagna. Tali lacune potrebbero essere colmate con una sorta di *think tank*, che fornisca spunti di riflessione in un'ottica *top-down*. Inoltre, per lo sviluppo delle offerte è stato suggerito uno sviluppo e un potenziamento di Enjoy Switzerland.

### ***Forum di discussione sulle abitazioni secondarie: in che modo cambiano le prospettive di sviluppo del turismo vacanziero nelle Alpi svizzere?***

L'iniziativa sulle abitazioni secondarie porterà a un cambiamento strutturale. L'importante è stabilire rapidamente un quadro giuridico. Viene considerata un'opportunità il fatto che le destinazioni debbano cercare di comportarsi sempre più come aziende per essere redditizie nel loro complesso, ad esempio compensando le perdite legate al calo dei pernottamenti con gli utili derivanti dal settore della ristorazione. I rischi, tuttavia, non mancano: tra le altre cose è stato riscontrato il pericolo che l'accettazione dell'iniziativa comporti una riduzione degli alberghi, poiché possono essere trasformati in abitazioni secondarie.

Per superare la sfida del cambiamento strutturale sono stati discussi diversi approcci.

Locabilità degli immobili: numerose abitazioni da affittare non presentano una qualità sufficiente e devono essere risistemate per soddisfare le esigenze della clientela.

Riunire i contingenti: le abitazioni secondarie esistenti possono essere gestite meglio se i contingenti vengono registrati in un sistema e da lì commercializzati.

E-marketing: in questo caso le possibilità di incremento sono date dalla promozione delle abitazioni attraverso portali dedicati e internazionali.

Attrattiva e masterplan della destinazione: le destinazioni devono essere gestite e sviluppate con l'ausilio di un masterplan professionale. I cosiddetti «letti caldi»

devono essere affittati fuori stagione solo se la destinazione è ambita dai turisti. Le prestazioni di servizi sul posto devono essere dunque offerte anche nella bassa stagione.

Lex Koller: si è discusso se la Lex Koller non debba essere abrogata per le destinazioni la cui quota di abitazioni secondarie supera il 20%. In tal modo sarebbe più semplice per gli investitori internazionali realizzare e gestire abitazioni secondarie «in esercizio».

Imposte sulle abitazioni secondarie: in futuro questo fattore potrebbe svolgere un ruolo importante in molte località. Le imposte potrebbero essere riscosse anche in modo dinamico, ad esempio in funzione del numero di giorni affittati (affitto frequente = imposte più basse).

### **Conclusioni: il turismo estivo in Svizzera: quali i prossimi passi?**

È importante distinguere tra il settore alberghiero di montagna e quello delle città. I problemi si riscontrano soprattutto nel primo dei due. È necessario sviluppare prodotti acquistabili (offerte) con un chiaro orientamento al mercato, sarebbe auspicabile ad esempio lo sviluppo di Enjoy Switzerland. Le destinazioni dovrebbero funzionare maggiormente come imprese e pensare secondo le catene di creazione del valore. Una destinazione non si gestisce attraverso strutture, bensì mediante processi. Lo Stato è responsabile in primo luogo della creazione di condizioni quadro favorevoli.

Nello sviluppo dell'offerta gli alberghi e gli impianti di risalita svolgono un ruolo fondamentale. Tuttavia è necessario sviluppare offerte *bottom-up* migliori e più ampie. Servono destinazioni con spirito imprenditoriale e devono essere sviluppate offerte che Svizzera Turismo possa commercializzare a livello internazionale.

Si è esaminato inoltre l'effetto della LEX Koller sulle destinazioni turistiche. Pur essendo un tema delicato, si ritiene che un approccio differenziato (abrogazione della legge per le località in cui la quota di abitazioni secondarie supera il 20%) sia un'opzione da valutare.

## **2) Temi considerati prioritari dalla SECO per la piazza turistica svizzera sulla base del FTS 2012.**

### *Tema 1: strutture complesse e pesanti frenano lo sviluppo del turismo svizzero*

Durante il FTS 2012 è stato menzionato più volte il ruolo inibitore, per lo sviluppo del turismo svizzero, dato dalla presenza di strutture complesse e pesanti. Una tesi interessante a questo proposito raccomanda di concentrarsi maggiormente sui processi. La professionalizzazione dei processi promette più successi che non la riorganizzazione di vecchie strutture.

### *Tema 2: il turismo estivo alpino-rurale si trova di fronte a una serie di sfide e richiede nuove modalità di approccio*

Il turismo alpino svizzero si trova di fronte a una serie di sfide sia d'estate che in inverno. Molte delle sfide discusse durante il FTS (quali ad esempio le strutture) riguardano sia il turismo estivo che quello invernale, di conseguenza è necessario considerare il settore nel suo complesso.

### *Tema 3: necessaria una maggiore coordinazione tra il marketing e la realizzazione dell'offerta e del prodotto*

Le nuove tendenze nel settore rendono più necessaria che mai una maggiore armonizzazione del marketing con lo sviluppo dell'offerta e del prodotto da parte degli attori turistici competenti ai vari livelli.

### *Tema 4: gli organi turistici (in particolare quelli strategici) devono soddisfare requisiti molto più elevati*

Durante il forum è stato più volte ribadito che gli organi turistici si trovano a dover soddisfare requisiti molto più elevati anche a livello locale e regionale; le qualifiche non sono più del tutto sufficienti.

### *Tema 5: superare le barriere di attuazione*

In diverse occasioni durante il FTS è emerso che il turismo svizzero avrebbe idee buone e progetti validi, ma che spesso il problema è la loro attuazione.

### **3) Valutazione del sondaggio**

Il feedback sul FTS 2012 è stato ampiamente positivo. Oltre l'80% dei partecipanti si è dichiarato «soddisfatto» o «molto soddisfatto» della manifestazione. Una netta maggioranza vorrebbe che l'evento si ripetesse ogni anno, ritenendo adeguata la durata di un giorno.

La SECO ha invitato a partecipare al FTS rappresentanti dell'Amministrazione federale, dell'economia del turismo e dei Cantoni. Questa composizione dei partecipanti è stata accolta con favore. I rappresentanti stessi hanno tuttavia espresso il desiderio di coinvolgere maggiormente gli «esperti pratici» (rappresentanti di hotel, di destinazioni e di impianti di risalita).

La SECO terrà conto dei risultati del sondaggio nella pianificazione del secondo FTS, che si svolgerà venerdì 15 novembre 2013.