

2006

RELAZIONE ANNUALE TICINO TURISMO



Sommario

Organi e direzione	pag. 3
1. Commento generale	pag. 4
2. Osservatorio	pag. 10
3. Marketing	pag. 12
4. Commento alle statistiche	pag. 74
5. Statistiche	pag. 76
6. Amministrazione	pag. 88
7. Conto economico e bilancio	pag. 90
Rapporto dell'Ufficio esterno di revisione	pag. 99
8. Soci	pag. 100

ORGANI E DIREZIONE DELL'ENTE

Consiglio di amministrazione quadriennio 2004/2008

		Anno di nomina	Competenza
on. Marina Masoni, Presidente,	<i>Lugano</i>	1996	Ct. Ticino
arch. Giorgio Giudici, Vicepresidente,	<i>Lugano</i>	1996	Ct. Ticino
Fabio Amadò,	<i>Lugano</i>	2000	Assemblea
Marco Berini,	<i>Bellinzona</i>	2003	Assemblea
Iris Canonica,	<i>Bidogno</i>	2000	Ct. Ticino
Renza De Dea,	<i>Locarno</i>	2003	Ct. Ticino
Claudio Franscella,	<i>Muralto</i>	2004	Ct. Ticino
Marco Huber,	<i>Lugano</i>	2003	Assemblea
avv. Flavia Marone,	<i>Bellinzona</i>	2004	Ct. Ticino
Flavio Mazzoni,	<i>Ascona</i>	2000	Assemblea
Felice Pellegrini,	<i>Paradiso</i>	2000	Assemblea
Claudio Poretti,	<i>Besazio</i>	1996	Ct. Ticino
Enrico Ravelli,	<i>Minusio</i>	1996	Assemblea
Claudio Tavazzani,	<i>Lugano</i>	1999	Assemblea
Andrea Wildi,	<i>Ascona</i>	2000	Assemblea

Ufficio esterno di revisione dei conti

Fideconto SA, *Bellinzona*

Direzione

Tiziano Gagliardi, *Airolo*, Direttore
Charles Barras, *Monte Carasso*, Politica turistica
Stefano Crivelli, *Cugnasco*, Responsabile marketing
Michela Fiscalini Chiesa, *Minusio*, Responsabile PR & Comunicazione
Alberto Monticelli, *Lumino*, Responsabile amministrativo

1.

COMMENTO GENERALE

Lo scenario internazionale

L'economia mondiale nel corso del 2006 ha continuato a crescere al di sopra delle attese, chiudendo con un aumento del PIL del 5.3% grazie, soprattutto, alla performance di alcune economie emergenti che sono cresciute a tassi particolarmente sostenuti. Anche l'economia svizzera è cresciuta, registrando il migliore tasso di incremento del PIL degli ultimi 5 anni (+2.7%). L'andamento positivo si è ripercosso sui flussi turistici a livello internazionale; il 2006, infatti, è stato un altro anno da primato per il turismo mondiale. I risultati preliminari mostrano che il volume totale di arrivi internazionali ha toccato quota 842 milioni, pari ad un tasso di crescita del 4.5%. Rispetto al 2005, l'incremento in termini assoluti è stato pari a 36 milioni di arrivi, di cui 17 dall'Europa e 12 da Asia / Pacifico.

Le performance delle varie regioni del globo sono state eterogenee. L'Africa ha nuovamente ottenuto la migliore prestazione con una crescita di arrivi turistici pari all'8%. In linea con le previsioni i risultati dell'Europa, (+4%), grazie alla ripresa dell'Italia, alla conferma della Spagna e al successo delle città tedesche in seguito ai Mondiali di calcio, mentre i flussi turistici nelle Americhe sono cresciuti solo del 2% a causa del calo di Canada e Messico.

Il risultato complessivo dimostra come di fronte a tutte le insicurezze globali - in particolare il terrorismo, l'influenza aviaria e l'aumento del costo del petrolio - il turismo, sostenuto da un lungo periodo di sviluppo economico, ha goduto di un ulteriore anno di crescita, al di sopra del tasso di previsione a lungo termine del 4.1%.

La Svizzera

In questo scenario positivo si inseriscono anche la Svizzera e il Ticino. A livello nazionale, la ripresa turistica, evidenziata già dai dati in crescita del 2005 (+2.7%), è accelerata lo scorso anno riportando le cifre dei principali indicatori sui valori registrati prima del 2001. Nel 2006, in Svizzera, sono stati rilevati complessivamente 34'848'426 pernottamenti alberghieri, pari ad un incremento di 1'904'690 rispetto al 2005. L'aumento percentuale è pari al 5.8%.

Di pari passo anche l'evoluzione degli arrivi, i quali hanno segnato un aumento importante, passando da 13'802'796 a 14'811'349. L'aumento è stato del 7.3% rispetto al 2005. Invariata, invece, la durata media del soggiorno ferma a 2.4 notti. Per quanto attiene alle Regioni turistiche, i Grigioni, Zurigo, il Vallese, l'Oberland bernese e la Svizzera centrale sono state le regioni turistiche maggiormente visitate con 3.5 milioni di pernottamenti o più ciascuna. Insieme hanno totalizzato quasi il 62% dei pernottamenti del Paese. Le regioni urbane di Basilea e Ginevra sono quelle che hanno registrato le più forti progressioni in termini relativi, rispettivamente +16.6% e +11.5%.



¹ OMT

² CODE

³ OMT

⁴ World Travel and Tourism Council

⁵ Va ricordato infatti che nel 2004 l'Ufficio Federale di Statistica ha interrotto il rilevamento dei dati statistici turistici per motivi finanziari. La statistica, ripresa all'inizio del 2005, non permette di colmare la lacuna del 2004.

⁶ Ufficio Federale di Statistica

1.

COMMENTO GENERALE

Il Ticino - un 2006 degno di nota

La vacanza in Ticino torna a piacere. A confermarlo sono i dati molto buoni rilevati durante il 2006; il settore alberghiero segna infatti un'eccellente crescita nei pernottamenti, mentre sia alberghi che ristoranti segnano cifre d'affari in netto progresso. Questo risultato è da attribuire in maniera importante al ritorno in Ticino del turista domestico, incentivato, senza dubbio, dall'azione delle Banche Raiffeisen per soggiorni a condizioni vantaggiose.

Nel 2006, in Ticino sono stati rilevati 2'706'649 pernottamenti alberghieri, il che corrisponde ad un aumento di 167'653 rispetto al 2005. L'aumento percentuale è stato di 6.6%, al di sopra della media nazionale di 5.8%.

Gli arrivi sono stati invece 1'191'575, ovvero pari ad una crescita del 10.4% rispetto all'anno precedente. Il maggior aumento di arrivi rispetto ai pernottamenti riduce la durata media del soggiorno sull'arco dell'anno da 2.4 a 2.3 notti. Esistono tuttavia differenze in rapporto al mese considerato: la durata del soggiorno è generalmente maggiore tra aprile ed agosto.

Il Ticino - la costruzione del risultato 2006

L'evoluzione mensile indica che ad esclusione di marzo e luglio, in tutti i mesi si è registrato un incremento nei pernottamenti alberghieri.

Gennaio - Febbraio

I mesi invernali corrispondono al periodo meno importante per il turismo ticinese. Rispetto ai mesi estivi infatti, i pernottamenti in termini assoluti sono più contenuti. Oltre la metà dei pernottamenti alberghieri viene segnata dalle strutture del solo comprensorio di Lugano Turismo, grazie al turismo di tipo business.

Nel 2006, sotto il profilo meteorologico, i due mesi di inizio anno sono stati caratterizzati da tempo prevalentemente bello. Le stazioni sciistiche del

Cantone sono state favorite dalla neve caduta a fine gennaio (26/27.01.06) e a metà febbraio (19.02.06). Grazie a queste precipitazioni, alcuni impianti hanno segnato un forte aumento di passaggi di sciatori, dovuto prevalentemente al turismo di giornata.

Per quanto concerne il turismo leisure, le buone condizioni meteo hanno regalato al comprensorio di Lago Maggiore un incremento del 10.9% nei pernottamenti (al cumulativo gennaio-febbraio). Bilancio positivo anche per il comprensorio di Bellinzona Turismo (+16.2%) e, seppur con cifre meno importanti, le regioni di montagna della Leventina (+5.4%) e di Blenio (+44%).

Marzo - Aprile

Con l'inizio della primavera i turisti di prossimità, soprattutto quelli della Svizzera interna e dalla Germania meridionale, aumentano i loro spostamenti verso le destinazioni con temperature più miti, come il Ticino. La Pasqua infatti, continua a rappresentare, perlomeno canonicamente, l'inizio della stagione turistica nel nostro Cantone.

Nell'anno 525 venne stabilito che la Pasqua si festeggia la domenica successiva al primo plenilunio dopo l'equinozio di primavera: tra il 22 marzo e il 25 aprile. La festa mobile rappresenta un problema soprattutto dal punto di vista del paragone statistico. Dato che nel 2005 la Pasqua è caduta a marzo (27/28.03.05) mentre nel 2006 ad aprile (16/17.04.06), i dati mostrano delle grosse variazioni nei due mesi. Complessivamente però, marzo/aprile 2006 registrano un numero di pernottamenti maggiore (+15%). Questo risultato è frutto di una Pasqua alta nel calendario (che si traduce in temperature più miti e minore concorrenza delle destinazioni sciistiche) e generalmente migliore di quella precedente, con tassi d'occupazione delle camere tra il 70 e l'80%. Grazie alle vacanze scolastiche scaglionate prima e dopo il lungo fine settimana di Pasqua, anche i soggiorni sono stati più lunghi.

A favorire ulteriormente l'avanzata di aprile (+37% rispetto al 2005), vi è stato l'inizio dell'azione promozionale delle Banche Raiffeisen.

1.

COMMENTO GENERALE

Maggio

Il mese di maggio è caratterizzato da importanti festività religiose - Ascensione e Pentecoste - che risultano essere molto gradite al turista di prossimità per brevi soggiorni. L'Ascensione, cadendo di giovedì, permette infatti un ponte festivo di quattro giorni mentre Pentecoste, cadendo di lunedì, di tre. L'andamento turistico di questi giorni varia fortemente in funzione dalle condizioni meteorologiche: se alla nostra latitudine splende il sole, mentre a Nord il tempo risulta coperto, la probabilità di un elevato flusso turistico verso il Ticino è alto.

Sotto il profilo turistico, maggio 2006 ha registrato un aumento dei pernottamenti alberghieri dell'1%. Il risultato è forte di un'ottima Ascensione, con un "tutto completo" nelle maggiori regioni turistiche del Cantone. Le belle giornate estive in Ticino e quelle invece ancora primaverili a nord dell'Alpi hanno contribuito ad attirare molti vacanzieri alla ricerca di un po' di caldo.

Il risultato di maggio è da ritenersi molto buono, considerando che a causa della mobilità delle festività, nel 2006 la Pentecoste è caduta ad inizio giugno. Nel rilevamento di maggio è venuto così a mancare un'importante festività.

Giugno

Giugno 2006 è stato caratterizzato in negativo dalla chiusura per un mese del principale asse stradale nord-sud attraverso le Alpi: il San Gottardo. Una frana caduta mercoledì 31 maggio sulla strada cantonale e sull'autostrada A2 nel comune di Gurtellen (UR) ha infatti obbligato le autorità a limitare l'accesso al Ticino. Le ripercussioni si sono subito fatte sentire in Valle Leventina, che per l'intera durata della chiusura ha subito una perdita pari al 15.9% sui pernottamenti alberghieri. Complessivamente in Ticino, giugno ha rilevato invece un aumento dei pernottamenti pari al 5.3%, grazie non da ultimo al buon esito di Pentecoste (2-5.06.06) e di Corpus Domini (15-18.06.06); e grazie anche alla campagna di comunicazione "tutte le strade portano in Ticino" che Ticino Turismo e TicinoInfo SA hanno lanciato in modo tempestivo e diffuso.

A causa della chiusura dell'asse stradale del San Gottardo, le altre vie d'accesso al Cantone hanno dimostrato la loro relativa affidabilità. L'intenso traffico venutosi a creare sulla strada del San Bernardino ha senz'altro inciso sulla partenza di molti turisti. Si può pensare che senza i problemi al San Gottardo, l'intensità del turismo sarebbe stata ancora maggiore.

Luglio - Agosto

I mesi estivi rappresentano il periodo di maggior afflusso turistico in Ticino. Luglio 2006 ha segnato un ottimo risultato, seppur in lieve calo (-0.9%) rispetto all'anno precedente. La minor disponibilità di letti rispetto al 2005 è stata un freno all'aumento turistico. Agosto, invece, con oltre 412'000 pernottamenti, ha registrato un aumento pari al 6.2%. Il numero di arrivi ha segnato persino un balzo in avanti del 12.1%, segnando un valore da primato negli ultimi anni. Osservando i tre principali mercati di provenienza degli ospiti (Svizzera, Germania e Italia), si nota come luglio e agosto hanno subito la lontananza di tedeschi (-6.8%) e italiani (-1.5%) mentre il turismo domestico ha potuto profilarsi vincente, segnando al cumulativo dei due mesi un aumento dei pernottamenti del 5%.

Settembre - Ottobre

Sotto il profilo turistico, a settembre, terzo mese per importanza, non cambia solo la stagione ma pure il profilo dei turisti: si passa infatti dalle famiglie ai seniori. Ottobre, dal canto suo, coincide con le vacanze autunnali e rappresenta l'ultimo mese di importanti arrivi di turisti prima della stagione fredda. Nel 2006, entrambi i mesi hanno segnato delle importanti crescite sia in termini di pernottamenti che di arrivi alberghieri.

Novembre - Dicembre

Come i primi due mesi dell'anno, anche novembre e dicembre sono mesi dal minor impatto turistico. La fine di ottobre coincide con la chiusura di molte strutture ricettive, soprattutto nella Destinazione Lago Maggiore e Valli. La minor disponibilità di alberghi aperti ed un'offerta turistica più limitata fanno giungere meno ospiti in Ticino.

1.

COMMENTO GENERALE

Novembre e dicembre 2006 hanno fatto segnare degli aumenti di pernottamenti e arrivi a due cifre. Novembre, con 96'012 pernottamenti alberghieri, si è avvicinato per la prima volta da anni alla soglia delle 100'000 presenze. Senza dubbio, a questo risultato hanno contribuito da una parte l'impegno dei promotori per offrire una paletta di servizi e attrattive turistiche anche in inverno, e dall'altra il clima particolarmente mite, che ha rilanciato il turismo invernale sulla falsariga di quello, precursore del fenomeno, di 100 anni fa.

I mercati

Relativamente ai mercati, il risultato brillante del 2006 è stato conseguito principalmente grazie al mercato svizzero, che ha generato un totale di 1'523'597 pernottamenti alberghieri, ossia un aumento del 10.1% rispetto all'anno precedente. Questo risultato è in ampia parte imputabile all'Azione Raiffeisen, che ha permesso condizioni di promozione e di offerta del nostro Cantone particolarmente vantaggiose in tutta la Svizzera.

Anche dai mercati esteri, però, i risultati sono incoraggianti: complessivamente l'incremento fatto registrare è stato del +2.4%. Tra questi, da segnalare la stagnazione del mercato germanico (-0.3%), che letto in chiave positiva rappresenta però la fine dell'erosione degli ultimi anni, e gli ottimi risultati dei mercati italiano (+4.7%), statunitense (+8.3%) e belga (+9.6%).

Tra i mercati emergenti, quelli asiatici hanno fatto registrare un incremento del +14.1%, invertendo la tendenza in atto sino all'anno scorso soprattutto a causa dell'erosione di pernottamenti dal Giappone. Malgrado il fatto che i dati quantitativi assoluti rimangano contenuti, il tasso di crescita di questi mercati (Cina, Giappone, Taiwan, Corea del sud e Hong Kong) rappresenta una sfida anche per il futuro. Russia e Ucraina, complessivamente, registrano un incremento del 23.5%, e si confermano a loro volta dei mercati emergenti su cui continua-

re a lavorare. Va infine rilevato il risultato spontaneo della Francia: + 7.5%. Grazie all'incremento di oltre il 10% di turisti svizzeri, la quota di mercato domestico sale dal 54.5% al 56.3%. Il mercato tedesco invece scende dal 19 al 17.8%.

La cifra d'affari di alberghi e ristoranti

Sulla base dei risultati rilevati trimestralmente dall'indagine KOF dell'Istituto di ricerche congiunturali del Politecnico federale di Zurigo, i dati riguardanti il 2006 mostrano per tutto il Cantone un aumento della cifra d'affari ad un tasso annuo medio del 4.8%, ed una situazione reddituale sostanzialmente migliorata rispetto al 2005. I risultati testimoniano che nonostante gli sconti concessi dagli albergatori ai turisti nel contesto dell'Azione Raiffeisen, le stesse strutture segnano dei guadagni conseguenti ovviamente alla maggiore domanda. Non si può dunque parlare di una svendita del Ticino con questo tipo di promozione: ogni trimestre del 2006 ha potuto segnare un aumento della cifra d'affari rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con un incremento considerevole nei mesi centrali dell'anno.

L'Azione Soci Raiffeisen

Senza dubbio, il fattore di incidenza che ha giocato un ruolo determinante sul mercato interno è stata l'Azione Soci Raiffeisen, che ha contribuito marcatamente a far segnare al mercato svizzero un incremento pari al 10.1% nel 2006, un fatto che da tempo non si rilevava, e che ha permesso momentaneamente al Ticino di trovare nuovo ossigeno su questo mercato. Una opportunità che nel 2007, attraverso azioni diverse e importanti sul mercato svizzero, si cerca di consolidare, in modo da capitalizzare quanto l'Azione Raiffeisen ha permesso di realizzare, in particolare per quanto attiene all'acquisizione di nuovi ospiti e alla loro fidelizzazione.

1.

COMMENTO GENERALE

Ogni due anni, Raiffeisen Svizzera promuove un'azione che vuole essere un regalo per i suoi oltre 1.2 milioni di soci in tutta la Svizzera. Per un anno, questo regalo è stato rappresentato dal Ticino, protagonista dal 01.03.06 al 31.03.07.

In questi 13 mesi, i soci Raiffeisen hanno beneficiato di un'offerta molto vantaggiosa per visitare il Ticino, che si è composta di un accesso al Ticino con uno sconto del 50% da qualsiasi stazione ferroviaria elvetica, un pernottamento con uno sconto del 50% in una delle quasi 130 strutture ricettive (di cui 123 alberghi) partecipanti all'iniziativa (con la possibilità di pernottamento gratuito di due figli nella stessa camera dei genitori) e una carta speciale che offre tariffe scontate del 50% per trasporti pubblici e turistici.

L'Azione ha avuto grande riscontro: nei 13 mesi di durata ha coinvolto complessivamente 70'000 soci Raiffeisen e 10'000 bambini. In totale sono stati rilevati 120'000 pernottamenti (soli adulti), e venduti 110'000 biglietti per escursioni con gli impianti turistici. Merita inoltre una nota il fatto che il 67% dei soci sono giunti in Ticino con i trasporti pubblici.

Se consideriamo solo il 2006, sono stati circa 90'000 i pernottamenti registrati nelle strutture del Cantone. In base agli arrivi in treno, il 90% proveniva dalla Svizzera interna e il 10% dalla Svizzera romanda. Le Destinazioni più gettonate sono state Lago Maggiore e Valli (52%) e Regione Lago di Lugano (42%). Per quanto attiene ai pernottamenti, sono stati principalmente effettuati di sabato. Da notare infine la durata media del soggiorno, che con 1.7 notti dimostra un prolungamento della vacanza in Ticino oltre la prima notte.

Gli aspetti positivi dell'offerta Raiffeisen vanno però al di là dell'aumento dei pernottamenti e del fatturato supplementare per gli alberghi. La piattaforma promozionale ha permesso infatti di attrarre in Ticino nuova clientela di segmenti diversi e ha favorito il processo di destagionalizzazione del flusso turistico.

Il Credito Quadro 2006-2009

È stato votato dal Gran Consiglio in primavera, ed è entrato in vigore il 4 luglio 2006, il nuovo credito quadro di fr. 32'000'000.- in base alla Legge sul turismo (L-TUR) del 30 novembre 1998 per la concessione di sussidi cantonali a sostegno degli investimenti e delle attività per il turismo (fr. 24'000'000.-) e per il finanziamento delle attività di promozione turistica (fr. 8'000'000) svolte dall'Ente ticinese per il turismo (ETT-Ticino Turismo) nel quadriennio 2006-2009.

La decisione del Gran Consiglio, a lungo attesa, si basava sul messaggio del Consiglio di Stato dell'08.11.05. La richiesta di credito presentata nel messaggio faceva riferimento alla strategia turistica definita nel documento "Turismo in Ticino-Linee guida strategiche della politica cantonale", approvato dal Consiglio di Amministrazione di Ticino Turismo nel giugno del 2001; infatti, la politica turistica del primo credito quadro veniva riproposta nei suoi orientamenti basilari, con l'esigenza di compiere ulteriori passi concreti nello sviluppo delle seguenti attività:

- accrescere la professionalizzazione della struttura turistica cantonale con la collaborazione diretta degli enti turistici;
- creare nuovi prodotti che diano alla destinazione Ticino la possibilità di profilarsi in modo chiaro sul mercato;
- sostenere con mezzi pubblici l'ammodernamento dell'offerta turistica.

L'ottenimento del nuovo credito quadro ha permesso di chinarsi immediatamente, dopo la sua approvazione, sulla definizione delle linee direttive dei piani di attività dei prossimi anni, in modo da ottimizzare il vantaggio che una pianificazione a medio termine propone.

1.

COMMENTO GENERALE

Conclusioni

Prevedere a lungo termine l'evoluzione dei flussi turistici è compito arduo. Il turismo infatti è sensibile a molti fattori esterni come ad esempio la congiuntura mondiale, la situazione geopolitica e la sicurezza ambientale. Attualmente i presupposti permettono però di guardare ottimisti al futuro. Per la Svizzera, inoltre, è giunta propizia la notizia di

essere stata eletta dal World Economic Forum come il Paese più attrattivo in termini di vacanze a livello mondiale. Il risultato è molto significativo in quanto ottenuto dal paragone tra 124 nazioni e rende omaggio a tutti gli operatori economici, politici, sociali, ecologici e turistici del Paese - e quindi anche del Ticino! - che con il loro operato creano, di fatto, le premesse per rendere la nostra destinazione sempre più attrattiva.

Nota metodologica - i dati utilizzati in questo commento sono stati raccolti ed elaborati dall'Osservatorio di Ticino Turismo nel corso di tutto il 2006 e della prima parte del 2007. Le fonti di riferimento sono le seguenti:

CODE - Centro per l'osservazione delle dinamiche economiche, IRE

Hotel + Tourismus Revue

KOF - Istituto di ricerche congiunturali del Politecnico federale di Zurigo

Polizia Cantonale Ticinese

Raiffeisen Svizzera

Seco - Segretariato di Stato dell'Economia

Ufficio Federale di Statistica

Ufficio Federale delle Strade

UNWTO - World Tourism Barometer

2.

OSSERVATORIO

Integrando a pieno titolo i nuovi strumenti di lavoro, quali l'Osservatorio online e la rinnovata statistica turistica federale, nel corso del 2006, l'Osservatorio ha potuto ottimizzare la propria attività di monitoraggio del turismo ed offrire nel contempo un valido ed apprezzato strumento di comunicazione con gli utenti esterni; l'area delle statistiche in rete, inserita all'interno di MediaZone e consultabile all'indirizzo <http://mediazone.ticino.ch> ha potuto infatti contare oltre 3'500 visite.

Nel corso dell'anno, l'Osservatorio ha operato principalmente su due fronti: il consolidamento dell'attività di monitoraggio da una parte ed il potenziamento delle risorse statistiche disponibili dall'altra.

Monitoraggio ed analisi dell'attività turistica

Nel quadro dei compiti dell'Osservatorio, si inserisce il monitoraggio della realtà turistica a livello cantonale, nazionale, europeo e mondiale. Le basi di contenuto su cui si fonda l'attività sono indicatori turistici che si possono raggruppare in indicatori alberghieri e paralberghieri (ad esempio: arrivi, pernottamenti, tipologia d'alloggio, provenienza degli ospiti), indicatori di concorrenza (o di benchmark), indicatori comportamentali (ad esempio: quota dei segmenti di mercato, flusso di visitatori, spesa media, mezzi di trasporto, grado di fidelizzazione), indicatori economici (ad esempio: PIL, occupazione, valori di cambio) e indicatori di proiezioni (ovvero tendenze in atto inerenti prodotti e mercati). L'accessibilità a queste informazioni è data da una fitta rete di collaborazioni sia col settore pubblico che privato.

La sistematica raccolta di informazioni permette la produzione di rapporti necessari alla gestione del settore e come supporto alle scelte strategiche ed operative per il Ticino turistico nel suo insieme. In dettaglio, nel 2006, l'Osservatorio ha prodotto tutta una serie di rapporti:

- Statistiche del turismo ticinese: ogni mese, l'Osservatorio elabora i dati della statistica della

ricettività turistica, rilevata dall'Ufficio federale di statistica (UST). Il rapporto che ne deriva analizza in forma numerica l'andamento turistico in Svizzera e in Ticino, mettendo in risalto l'evoluzione dei pernottamenti alberghieri nei singoli comprensori turistici, dei pernottamenti per categoria alberghiera e in base ai principali Paesi di provenienza degli ospiti. Il rapporto viene pubblicato sulle pagine di MediaZone in concomitanza con l'uscita del comunicato stampa da parte dell'UST.

- Market Mirror: Seguendo l'esempio dello specchio sui mercati proposto da Svizzera Turismo, anche l'Osservatorio ha effettuato un'analisi approfondita dei mercati sui cui Ticino Turismo sta investendo. Lo studio ha messo in evidenza le specificità di ciascun Paese d'origine degli ospiti; in particolare, è stata esaminata l'evoluzione storica dei pernottamenti si è descritto il profilo attuale del turista tipo e si sono riconosciuti i segnali del mercato (tendenze) così come le previsioni a medio termine.
- Andamento turistico 2006: grazie alla raccolta sull'arco dell'intero anno, l'Osservatorio ha elaborato tutti i dati turistici a sua disposizione, effettuando un'analisi completa sulla situazione turistica in Ticino e all'estero. In dettaglio, il rapporto comprende una prima parte con i risultati turistici ottenuti a livello internazionale, svizzero e ticinese per poi proseguire con una ricerca approfondita dei fattori d'incidenza endogeni ed esogeni, siano essi di natura strutturale o congiunturale, che hanno avuto ripercussioni sul settore. Più avanti, il rapporto propone previsioni economiche e turistiche per il nuovo anno e le maggiori tendenze in atto.
- Resoconti di Benchmark: stagionalmente l'Osservatorio paragona l'andamento turistico ticinese con quello delle destinazioni concorrenti valutando pernottamenti e mercati.
- Eventi puntuali: l'Osservatorio genera rapporti sui momenti di punta del turismo (ad esempio durante i Ponti primaverili) in seguito a indagini telefoniche presso strutture ricettive alberghiere del Cantone.

2. OSSERVATORIO

Potenziamento delle risorse statistiche

Il networking dell'Osservatorio copre un gran numero di enti pubblici e privati. Dagli enti regionali a quelli internazionali, le collaborazioni si snodano in svariati settori: dal turismo all'economia, dal settore finanziario alla meteorologia fino alla ricerca nei campi più diversi. Nel 2006, questa collaborazione è proseguita e, grazie agli importanti sforzi intrapresi, in primis con l'UST e BAK Basel Economics, lo stock di dati disponibili all'analisi turistica è stato ampliato nonché reso qualitativamente migliore. In dettaglio, con BAK Basel Economics si è proceduto a lanciare la fase 2006-2007 dello studio di Benchmark Internazionale, che permetterà di ottenere il BAK Destinations Monitor, uno strumento in grado di paragonare le Destinazioni in base ai principali indicatori turistici. Per quanto attiene invece la collaborazione con l'UST, nel 2006 è stata intensificata l'attività di miglioramento dei dati riguardanti la ricettività alberghiera nell'ottica di restituire un'immagine più integrale dell'offerta e della domanda turistica ticinese.

Ulteriori attività

Grazie allo spazio che l'Osservatorio ha trovato all'interno di MediaZone, l'attività d'informazione e dialogo con gli utenti esterni è aumentata nel corso dell'anno. Al fine di restituire un'immagine reale dell'andamento turistico, l'Osservatorio ha posto particolare attenzione all'aggiornamento delle proprie pagine internet. Nella sezione delle "Highlights" vengono pubblicate mensilmente le statistiche del turismo ticinese, mentre nelle "News" vengono inserite le ultime novità dal Ticino e dalla Svizzera. Infine, nella sezione "Informazioni utili", l'Osservatorio presenta i dati statistici del settore turistico ticinese in base ai principali indicatori. L'aggiornamento delle pagine avviene quotidianamente.

Quale centro di servizi per l'utenza esterna, l'Osservatorio elabora le richieste di operatori e studenti finalizzate alla realizzazione di progetti. Nel corso del 2006 sono state oltre cento le richieste evase dall'Osservatorio.



3.

MARKETING E PRODUZIONE

Il 2006 è il primo dei 4 anni del secondo Credito Quadro 2006-2009 a favore del turismo ticinese. Per quanto riguarda il marketing non vi sono stravolgimenti di strategia rispetto a quanto proposto durante il periodo 2002-2005. L'unico relativo cambiamento riguarda la concentrazione dei prodotti proposti a livello cantonale e non più secondo le singole Destinazioni come avveniva in passato (vedi sotto).

In estrema sintesi ecco i mercati, i segmenti, i canali e i prodotti utilizzati nella promozione.

Mercati

Svizzera, Germania, Italia, Benelux, Regno Unito, Nordamerica, Russia/Ucraina, Giappone, Corea, Cina/Hong Kong/Taiwan.

Segmenti

Giovani, famiglie, affluent, seniori e clientela business.

Canali

Media: organizzazione di viaggi stampa e creazione di supporti d'immagine

Trade/operatori: collaborazioni con tour operator e agenti di viaggio come pure partecipazione a fiere e workshop specializzati

Web: promozione attraverso il portale www.ticino.ch

Pubblico: include tutte le attività indirizzate direttamente al cliente finale (fiere, direct mailing, prospetti, ecc.)

Prodotti

Di comune accordo con tutti gli enti turistici locali è stata decisa una "razionalizzazione" di massima dei prodotti da proporre sui diversi mercati. Dei 5 prodotti qui di seguito elencati "Natura e

Sport" è quello che da tutti viene considerato come prioritario.

Natura e Sport, Enogastronomia, Cultura, Manifestazioni e Turismo congressuale.

MARKETING SVIZZERA (selezione di alcune attività)

Azione Soci Raiffeisen

Il 2006 verrà senza dubbio ricordato e archiviato come l'anno dell'"Azione Soci Raiffeisen". Mai prima d'ora Raiffeisen Svizzera aveva proposto ai propri soci un'offerta così allettante, con un raggio di validità così ampio (un intero Cantone) e per una durata così lunga. L'offerta proposta dal 01.03.2006 al 31.03.2007 ha avuto un grande successo: grazie allo sconto del 50% negli alberghi durante la prima notte di soggiorno e agli sconti concessi sugli impianti di trasporto e turistici, hanno pernottato in Ticino 70'000 persone e 10'000 bambini per un totale di 120'000 pernottamenti, mentre sono stati venduti 110'000 biglietti per escursioni con gli impianti di risalita. Non bisogna infine dimenticare la promozione indiretta che l'azione in questione ha avuto: tutta la Svizzera ha visto cartelloni raffiguranti soggetti ticinesi. Difficile valutare l'impatto che questa campagna ha avuto sulla popolazione svizzera non direttamente legata alle Banche Raiffeisen. Di sicuro si può affermare però che il Ticino ha goduto di una visibilità incredibile proponendosi per un anno intero. Un doveroso grazie quindi, a Raiffeisen Svizzera che ha deciso di privilegiare e favorire il Ticino rispetto a altre regioni e per aver scelto Ticino Turismo come partner dell'azione.

Regalo tutto il Ticino a metà prezzo.

Dividiamo ogni anno il nostro territorio in tutti i cantoni Raiffeisen per la felice e solida collaborazione permanente con il nostro esclusivo partner alla scoperta delle meraviglie e ricchezze del Ticino. Con il nostro Clubhouse in stile per famiglie e vacanze, il tutto a metà prezzo.

- 1 pernottamento
- colazione esclusiva in stile per famiglie
- tutti i costi (tasse, imposte, ecc.) inclusi nel prezzo

Il risparmio di €100 (per persona)

La vostra Banca Raiffeisen

RAIFFEISEN

Offerta esclusiva per soci Raiffeisen
valida dal 17 dicembre 2016 al 31 maggio 2017

Azione Soci Raiffeisen

MEMBER PLUS
100 giorni di profumori

100% Tessin geniessen. 50% sparen.

www.raiffeisen.ch/ticino

RAIFFEISEN

MEMBER PLUS
100 giorni di profumori

100% Tessin geniessen. 50% sparen.

www.raiffeisen.ch/ticino

RAIFFEISEN

MEMBER PLUS
Les soci Raiffeisen en profitent

Profitez du Tessin à 100%. Economisez 50%.

www.raiffeisen.ch/ticino

RAIFFEISEN

3.

MARKETING E PRODUZIONE

Merlot 06

Durante il 2006 sono stati celebrati i 100 anni di esistenza del Merlot del Ticino. Un'occasione imperdibile ed allettante per promuovere il turismo ticinese attraverso il principe dei suoi vitigni. Ticino Turismo ha approfittato dell'anniversario per promuovere e far parlare del Merlot soprattutto all'estero, dove il nostro vino è ancora pressoché sconosciuto: parecchie le collaborazioni, specialmente attraverso i media. Un'ottima vetrina in Patria è stata invece la partecipazione alla fiera specializzata zurighese "Gourmesse".

Collaborazione Ticino Turismo-UTPT-Swissminiatur nei centri Coop

Una promozione da ricordare è senz'altro quella che ha visto lavorare fianco a fianco Ticino Turismo, l'UTPT (Unione dei Trasporti Pubblici e Turistici) e Swissminiatur con l'obiettivo comune di presentare l'offerta turistica cantonale in 8 Centri Coop della svizzera tedesca e romanda per altrettante settimane di presenza. Un'iniziativa a diretto contatto con il pubblico che è stata ovunque apprezzata. Per Ticino Turismo si è trattato di un'opportunità per ascoltare e tastare il polso ai nostri più fedeli ospiti, gli Svizzeri.

Speciale Ticino sulla Neue Zürcher Zeitung

Durante il mese di aprile è apparso sul noto e reputato quotidiano economico zurighese. Grazie alla collaborazione con diversi partner ticinesi si è riusciti a dar corpo ad un interessante inserto speciale contenente anche diverse proposte d'alloggio e di svago.

MARKETING ESTERO (selezione di alcune attività)

Campagna d'immagine in Germania

Stampato in 320'000 copie il prospetto "Tessin" è stato distribuito e allegato a diversi giornali come la Frankfurter Sonntagszeitung, la rivista Bunte e la guida radiotelevisiva TV Hören und Sehen.

Escursionismo e mountain bike in Germania

Ticino agli onori in occasione del "Wandergala 2006" svoltosi a Stoccarda e che ha visto il nostro Cantone primeggiare come "Migliore destinazione svizzera" per le passeggiate. Il premio è stato attribuito in base alle indicazioni fornite dai lettori di riviste specializzate.

Per quanto concerne il prodotto mountain bike, nel 2006 è stato creato l'itinerario denominato "TransTicino". Si tratta di una proposta di 8 giorni in rampichino, alla scoperta del Ticino, da Airolo a Mendrisio. L'itinerario è referenziato grazie a dati GPS ed ha già riscosso parecchio interesse nei media specializzati.

Progetto Interreg IIIa "Insubria Terra dei Laghi" in Italia

Sul fronte delle cooperazioni transfrontaliere vi è da segnalare l'intensa attività svoltasi nell'ambito del progetto Interreg IIIa "Insubria Terra dei Laghi" che ha visto la creazione di un opuscolo d'immagine e di una cartina stradale oltre all'organizzazione di diversi viaggi stampa. Tutto in collaborazione con le Province italiane di Varese, Como, Lecco, Verbania e Novara.

3.

MARKETING E PRODUZIONE

Campagna d'immagine in Italia

La presenza per 2 mesi su mega schermi di 4 grandi piazze di Milano, l'innovativa diffusione di uno spot di 60 secondi in 3'500 taxi nelle città di Milano, Torino, Roma, Genova e Napoli nonché la pubblicità realizzata alla stazione centrale di Roma Termini sono state le attività principali svolte nell'ambito della campagna d'immagine nella vicina Penisola.

Fiera del Lago Maggiore, Italia

Per la prima volta e in collaborazione con l'Unione dei Trasporti Pubblici e Turistici (UTPT) il Ticino turistico si è presentato alla "Fiera del Lago Maggiore", svoltasi ad Arona. Benché Arona si trovi a ridosso del confine italo svizzero, alcune località turistiche ticinesi sono risultate ancora sconosciute, segno che il potenziale per il nostro turismo esiste anche a due passi da casa: parecchie sono state infatti le richieste di informazioni su treni, trenini, funicolari, funivie e sentieri.

Workshop a Lugano per operatori, Russia e Ucraina

50 Tour Operator sono stati invitati a Lugano da Ticino Turismo per un workshop avente come scopo quello di fare loro meglio conoscere le peculiarità del nostro territorio. Essendo Russia ed Ucraina mercati in costante crescita, un altro obiettivo del workshop era quello di sensibilizzare i partner ticinesi alle esigenze di questo mercato relativamente nuovo e che possiede ancora del potenziale inespresso.

MEDIA (selezione di alcune attività)

Giubileo 500 anni guardie papali, Svizzera

Ha riscosso notevole successo la conferenza stampa organizzata a Castelgrande da Ticino Turismo e Svizzera Turismo alla quale hanno partecipato 80 giornalisti svizzeri ed esteri. Anche se le guardie del Papa non rappresentano direttamente una classica attrazione turistica svizzera, esse sono, soprattutto all'estero un simbolo spesso associato alla nostra Patria. Valori comuni come tradizione, autenticità, cultura ci accomunano e interessano i media di tutti i Paesi.

Strasse der Lieder, Germania

E' stata la fatica maggiore del reparto media per il 2006, ma ne è valsa sicuramente la pena: la produzione SWR con contenuto di musica popolare su sfondo turistico, ha una durata di 90 minuti ed è stata prodotta soprattutto per il primo canale televisivo tedesco ARD che l'ha trasmessa in prime time e poi ritrasmessa per un bacino di spettatori totale stimato a 11 milioni di persone. Ticino Turismo si è occupato dell'intera organizzazione logistica, dal soggiorno della troupe televisiva, all'elaborazione delle proposte turistiche da inserire nel programma passando per il coordinamento dei partner coinvolti (polizia per permessi, autorità per lasciapassare, ecc.).

3.

MARKETING E PRODUZIONE

Conferenze stampa a Milano e Roma

Approfittando della concomitanza offerta dal giubileo per i 100 anni del Merlot ticinese, sono state organizzate due conferenze stampa incentrate sull'enogastronomia a Milano e a Roma. I prodotti gastronomici ticinesi si prestano e sono anzi ideali per parlare di turismo. Le varie feste della vendemmia e della castagna, gli itinerari tematici nei vigneti, il sentiero del castagno, i grotti e i locali di alta gastronomia sono temi che piacciono ...in tutti i sensi!

Le attività sopra indicate sono una selezione di quanto prodotto nel 2006. Le tabelle complete con tutte le singole attività svolte sono elencate nella presente relazione annuale. Ulteriori informazioni sulle singole attività sono ottenibili anche sul sito di Ticino Turismo www.ticino.ch alla voce "Media Zona" (link diretto <http://mediazione.ticino.ch/>).

ATTIVITÀ DI CARATTERE GENERALE

Per quanto concerne gli [stampati](#) ci sono stati diversi aggiornamenti di prospetti e la creazione di un nuovo opuscolo in coreano.

Il [portale www.ticino.ch](http://www.ticino.ch) ha presentato diverse novità che spaziano dalla creazione di "mini siti" in olandese, russo, cinese tradizionale e semplificato, giapponese e coreano, al rifacimento totale della sezione dedicata al turismo congressuale, e al lancio di una nuova newsletter. Il tutto non dimenticando la campagna informativa organizzata a tempo record dopo la chiusura dell'autostrada del San Gottardo a seguito della frana caduta in Canton Uri.

La [collaborazione con Svizzera Turismo](#) si è ulteriormente consolidata e arricchita con la partecipazione del Ticino a due nuove campagne internazionali: quella dedicata al golf e quella dedicata a tutte le attività ecologiche all'aria aperta (passeggiate a piedi, cicloturismo, ecc.), tecnicamente chiamata "Human Powered Mobility" o più semplicemente "Natura".

Il "[Marchio di qualità del turismo svizzero](#)", meglio conosciuto grazie al suo simbolo, la "Q", anche nel 2006 è stato promosso attivamente presso gli operatori turistici. 26 aziende hanno raggiunto una delle tre certificazioni ottenibili (Q, QQ, QQQ) portando il numero di operatori certificati a fine anno a 52 per il livello I, a 17 per il livello II e a 5 per il livello III (per un totale di 74 aziende certificate in Ticino). Tutto questo è stato possibile grazie alla collaborazione con l'Istituto di Management Turistico di Bellinzona, responsabile per i corsi del marchio di qualità.

3. MARKETING E PRODUZIONE

SVIZZERA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX / TIRATURA
Public-Marketing	100 anni Merlot Ticino, promozioni varie	Svizzera	annuale	
Public-Marketing	Collaborazione con guida Cityguide (Schweiz) AG 2007	Svizzera	01.01-16.06.06	33'000 copie
Public-Marketing	Presenza con stand al Centro Coop Bassecourt	Giura	10-14.01.06	acquirenti giornalieri
Public-Marketing	Presenza con stand al Centro Coop Romont	Giura	17-21.01.06	acquirenti giornalieri
Public-Marketing	Gesundheit- und Ferienmesse	Berna	19-22.01.06	44'000 visitatori
Public-Marketing	Presenza con stand al Centro Coop Rennaz	Vaud	24-28.01.06	acquirenti giornalieri
Public-Marketing	Ferien und Sportmesse con ETL	Zurigo	26-29.01.06	72'000 visitatori
Public-Marketing	Presenza con stand al Centro Coop Moutier	Berna	07-11.02.06	acquirenti giornalieri
Public-Marketing	Ferienmesse con ETL	San Gallo	10-12.02.06	34'000 visitatori
Public-Marketing	Presenza con stand al Centro Coop Affoltern am Albis	Zurigo	14-18.02.06	acquirenti giornalieri
Public-Marketing	Presenza con stand al Centro Coop Dielsdorf	Zurigo	21-25.02.06	acquirenti giornalieri
Public-Marketing	Active life, redazionale	Svizzera	02.02.06	
Public-Marketing	Railtour, catalogo	Svizzera	02.02.06	300'000 copie
Public-Marketing	Presenza con stand al Centro Coop Allaman	Vaud	28.02-11.03.06	acquirenti giornalieri
Public-Marketing	"Beobachter, inserto speciale "La dolce vita"	Svizzera	marzo	333'000 copie
Public-Marketing	Azione Raiffeisen	Svizzera	01.03.06-31.03.07	1'300'000 soci
Public-Marketing	Ristampa Ticino Bike	Svizzera	16.03.06	20'000 copie
Public-Marketing	Realizzazione cartina famiglia	Svizzera	16.03.06	30'000 copie
Public-Marketing	Rivista Ticinese Junior, inserzione	Svizzera	01.03.06	50'000 copie
Public-Marketing	Railtour, offerta speciale	Svizzera	01.04.06	150'000 copie
Public-Marketing	Allestimento programmi con Swisspartner per prospetto + web	Svizzera	marzo	
Public-Marketing	"Campagna Famiglia" in collaborazione con Svizzera Turismo, D/F/I/GB/NL/RU	Europa	annuale	
Public-Marketing	"Campagna Swiss Cities" in collaborazione con Svizzera Turismo	Europa	annuale	
Public-Marketing	"Campagna Montagne" in collaborazione mondiale con Svizzera Turismo, D/F/I/GB/RU/CH/JP/NL		annuale	
Public-Marketing	Neue Zürcher Zeitung, speciale Ticino	Svizzera	07.04.06	159'000 copie
Public-Marketing	"Fiera" "Bike Days" "con IG HPM e Swiss Trails"	Bienne	05-07.05.06	10'000 visitatori



Attività in Svizzera



3.

MARKETING E PRODUZIONE

SVIZZERA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public-Marketing	Neue Zürcher Zeitung, speciale mobilità dolce	Svizzera	18.05.06	159'000 copie
Public-Marketing	Torneo di Golf, Deutsche Bank Ladies' Swiss Open	Losone	18-21.05.06	3'000 visitatori
Public-Marketing	Blick, edizione speciale Open-Air	Zurigo	20.05.06	262'000 copie
Public-Marketing	Sonntagszeitung, inserto manifestazioni	Svizzera D	28.05.06	201'000 copie
Public-Marketing	Jazz Gazette, collaborazione Blick e Sonntagsblick	Svizzera D	28.05.06	500'000 copie
Public-Marketing	"Campagna sensibilizzazione" "Tutte le strade portano in Ticino"	Svizzera D	giugno	
Public-Marketing	64. Basler Firmensporttage, tornei sportivi giovanili	Basilea	08-11.06.06	11'000 partecipanti
Public-Marketing	Ristampa cartina panoramica Ticino, 4 lingue	Svizzera	27.06.06	90'000 copie
Public-Marketing	"Reisen und Ferien; allegato FFS"	Svizzera D	01.09.06	150'000 copie
Public-Marketing	Vita Bella, redazionale	Svizzera D	04.07.06	30'000 copie
	Ristampa prospetto Ticino Gastronomia, 4 lingue	Svizzera	26.07.06	40'000 copie
Public-Marketing	"Campagna autunno" in collaborazione con Svizzera Turismo, promozione di offerte su vari siti internet, I/D/F/GB/NL	Svizzera	agosto-novembre	
Public-Marketing	"Campagna Inverno" in collaborazione con Svizzera Turismo, I/D/F/GB/RU/NL"	Europa	settembre 05-marzo 06	
	Ristampa prospetto Ticino Camping, 4 lingue	Svizzera	22.08.06	20'000 copie
Public-Marketing	Ticino Cantone ospite alla Zagg, Fiera agro-alimentare	Lucerna	24-28.09.06	33'000 visitatori
Public-Marketing	"Grotto & Boccia", promozione in stazione con partner	Lucerna	07-08.10.06	passaggeri giornalieri
Public-Marketing	Neue Zürcher Zeitung	Svizzera D	10.10.06	159'000 copie
Public-Marketing	"Ticino Cantone ospite alla" "Gourmesse", Zurigo fiera eno-gastronomica		13-16.10.06	12'000 visitatori
Public-Marketing	Schweizer Illustrierte, redazionale	Svizzera D	28.8.2006	230'000 copie
Public-Marketing	Revue Schweiz, redazionale	Svizzera D	annuale	14'000 copie
Public-Marketing	Naturfreund, redazionale	Svizzera D	20.09.06	
Public-Marketing	OLMA, collaborazione con GastroTicino	Svizzera D	14-24.06	400'000 visitatori
Public-Marketing	Buscontact, workshop autocarri	Montreux	24.10.06	40 visite personalizzate
Public-Marketing	Fiera Swiss Caravan Salon con ETL, settore campeggi	Berna	26-30.10.06	37'000 visitatori
Public-Marketing	Salone delle vacanze "I Viaggiatori" "in collaborazione con gli ETL"	Lugano	29.10-01.11.06	60'000 visitatori

Salone delle vacanze "I Viaggiatori", Lugano



3. MARKETING E PRODUZIONE

GERMANIA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public-marketing	Fiera "Internationale Ausstellung für Caravan, Motor, Touristik" (CMT) Stuttgart (solo pubblico)	Stoccarda	14-22.01.06	180'000 visitatori (1'432 espositori, 92 paesi)
Public-marketing	Fiera "CBR Freizeit und Reisen", München (solo pubblico)	Monaco	18-22.02.06	125'000 visitatori (1'453 espositori, 71 paesi)
Public- & KA-marketing	Fiera "Internationale Tourismus Börse Berlin" (ITB) (pubblico e professionisti)	Berlino	08-12.03.06	162'000 visitatori (10'400 espositori, 180 paesi)
Public-marketing	Fiera "TC Leipzig" (pubblico), Ticino partecipazione passiva, solo prospettiera	Leipzig	22-26.11.06	81'000 visitatori
Public-marketing	Prospetto per l'estate "Tessin", 20 pagine con cartolina risposta, allegato a giornali della Rhein-Main-Presse	Mainz, Wiesbaden, Rheingau-Taunus-Kreis	25.02.06	35'500 copie Mainz, 44'068 copie Wiesbaden, 31'500 copie Rheingau-Taunus Kreis
Public-marketing	Prospetto per l'estate "Tessin", 20 pagine con cartolina risposta, allegato al giornale "Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung"	Hessen	26.02.06	101'000 copie
Public-marketing	Prospetto per l'estate "Tessin", 20 pagine con cartolina risposta, allegato al giornale "Darmstädter Echo"	Darmstadt	25.02.06	77'000 copie
Public-marketing	Prospetto per l'estate "Tessin", 20 pagine con cartolina risposta, allegato Leserzirkel	Nielsen 3a: Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland	25.02.06	5'500 copie
Public-marketing	Promozione con la radio "Oberland Garmisch Partenkirchen", viaggio per gli ascoltatori in Ticino	Lugano	29.04-03.05.06	54 partecipanti
Public-marketing	"Hochfrequenter ST" come allegato alla rivista "Bunte" (Flyer di ST con 1 pagina sul Ticino e cartolina risposta)	Germania	11.05.06	958'643 copie
Public-marketing	"Hochfrequenter ST" come allegato alla rivista TV "Hören und Sehen" (Flyer di ST con 1 pagina sul Ticino e cartolina risposta)	Germania	12.05.06	1'218'900 copie
Public-marketing	"Regionenhochfrequenter" per il Ticino, 1 pagina allegata alla rivista TV "Hören & Sehen", Lesezirkel, "Bunte"	Germania	08-13.05.06	2'300'000 copie
Public-marketing	Publireportage nella rivista per medici "Praxis Erfolg"	Germania	febbraio	60'000 copie

3. MARKETING E PRODUZIONE

GERMANIA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public-marketing	Guida "ECC", inserzione mirata per campeggi	Germania	marzo- dicembre	80'000 copie
Public-marketing	Guida "ADAC", inserzione mirata per campeggi	Germania	marzo- dicembre	160'000 copie
Public-marketing	Publireportage nella rivista "Rästelmagazine" con concorso dell'albergo Serpiano	Germania	marzo	480'000 copie
Public-marketing	Publireportage nella rivista "Rästelmagazine" con concorso dell'albergo I Grappoli	Germania	maggio	480'000 copie
Public-marketing	Negozi di sport "Sport Scheck": presenza sul posto di TT (web, tavolino con prospetti, vino Merlot 06 da degustare, cioccolato)	Augsburg	23-25.02.06	
Public-marketing	Publireportage nel giornale "Augsburger Extra" (1/2 pagina) con link sulla promozione nel negozio "Sport Scheck"	Augsburg	22.02.06	235'000 copie
Public-marketing	Radio spot su "Hit Radio RT1" ad Augsburg con link sulla promozione nel negozio "Sport Scheck"	Augsburg	21-24.02.06	
Public-marketing	"American Express" Gold Card Reise- special: 1 pagina sul Ticino (con 4 offerte)	Germania	27.01.06	70'000 copie
Public-marketing	Rivista "inMotion Aussichten": Inserimento flyer per votazione "Migliore destinazione escursionistica in Svizzera"	Germania	giugno	250'000 copie
Public-marketing	Promozioni mirate per il segmento mountain bike (collaborazione con www.bike-gps.com, creazione itinerario "TransTicino" 8 giorni, collaborazioni con TO's specializzati, 2 redazionali nella rivista "Bike Sport News", 1 publireportage nella rivista "Fit for life"	Germania	annuale	892 downloads da www.bike-gps.com (cartine e gps)
Public-marketing	Inserzione nella rivista "Wellness Piazza", allegata al giornale "Frankfurter Allgemeine"	Germania	15.09.06	910'000 lettori
KA-marketing	"Schweiz Akademie", piattaforma online per agenti di viaggio	Germania	01.02-31.08.06	40 pagine sul Ticino estivo
KA-marketing	"Schweiz Akademie", piattaforma online per agenti di viaggio	Germania	01.09.06-28.02.07	40 pagine sul Ticino invernale

3.

MARKETING E PRODUZIONE

GERMANIA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
KA-marketing	Roadshow con il tour operator "Ameropa" in Germania	Regensburg, München, Heilbronn, Darmstadt e Karlsruhe	30.01-03.02.06	50 agenti di viaggio per serata
KA-marketing	Mailing congiunto assieme a Berna, Zurigo, STS e ST per 700 agenti di viaggio "Dertour"	Germania	aprile	700 indirizzi (partecipanti "Dertour" alla "Reiseakademie" 2005)
KA-marketing	Promozione "Dertour" a Dubai (TT partecipaazione passiva) in stretta collaborazione con ST	Dubai	novembre	300 agenti di viaggio invitati dal TO "Dertour"
KA-marketing	Viaggio studio "ADAC" in Ticino ("Routenberatung")	Locarno	18-19.09.06	15 partecipanti
KA-marketing	Viaggio studio per 1 rappresentante della DB (Deutsche Bahn)	Lugano	28-30.10.06	1 partecipante
KA-marketing	Viaggio studio per la direttrice di ST Germania	Ascona	15.10.06	1 partecipante
KA-marketing	Flyer nel "ADAC Autoatlas" con concorso dell'albergo Lago di Lugano	Germania	settembre	150'000 copie
KA-marketing	Viaggio studio per il "Flughafen Orchester Zurigo"	Locarno, Ascona, Bellinzona, Brissago	08-10.09.06	35 partecipanti
KA-marketing	Incontro e presentazione a 10 agenti di viaggio in collaborazione con "Railaway"	Neuss	16.11.06	10 agenti di viaggio
KA-marketing	Ritiro del premio "Bestes Mountain Bike Gebiet der Schweiz" (1. posto: Ascona/Lago Maggiore, 2. posto: Lugano/Tessin), consegnato dalla rivista "Mountain Bike" (la rivista più importante del settore in Germania)	Stoccarda	23.10.06	100 partecipanti
KA-marketing	Ritiro del premio "Bestes Outdoor-Wanderregion der Schweiz" (3. posto: Tessin), consegnato dalla rivista "Outdoor"	Stoccarda	23.10.06	100 partecipanti

3.

MARKETING E PRODUZIONE

GERMANIA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
E-marketing	Su www.myswitzerland.com , Bahn.de , lastminute.com , marcopolo.de , falk.de , travelchannel.de , Banner auf Yahoo.de , giornali regionali, netzzeitung.de , vox.de n-tv. (con possibilità di ordinazione prospetti)	Germania	annuale	
E-marketing	Promozione con "Versicherungskammer Bayern" (7'500'000 clienti) con un'annuncio dell' Albergo Collinetta, Ascona su www.vkb.de	Germania	15.02-15.05.06	600'000 visitatori

RAIFFEISEN coop

Eventkalender | 2006

JANUAR

- 08.01.06 **Publikumswettbewerb** "Der Jahre-Buch der Woche"
- 23.01.06 **Wintersport** "Wintersport"

FEBRUAR

- 13.02.06 **Alpen** "Alpen"
- 20.02.06 **Alpen** "Alpen"

MÄRZ

- 03.03.06 **Alpen** "Alpen"
- 10.03.06 **Alpen** "Alpen"
- 17.03.06 **Alpen** "Alpen"
- 24.03.06 **Alpen** "Alpen"

APRIL

- 07.04.06 **Alpen** "Alpen"
- 14.04.06 **Alpen** "Alpen"
- 21.04.06 **Alpen** "Alpen"
- 28.04.06 **Alpen** "Alpen"

MAY

- 05.05.06 **Alpen** "Alpen"
- 12.05.06 **Alpen** "Alpen"
- 19.05.06 **Alpen** "Alpen"
- 26.05.06 **Alpen** "Alpen"

JUNI

- 02.06.06 **Alpen** "Alpen"
- 09.06.06 **Alpen** "Alpen"
- 16.06.06 **Alpen** "Alpen"
- 23.06.06 **Alpen** "Alpen"

JULI

- 07.07.06 **Alpen** "Alpen"
- 14.07.06 **Alpen** "Alpen"
- 21.07.06 **Alpen** "Alpen"
- 28.07.06 **Alpen** "Alpen"

AUGUST

- 04.08.06 **Alpen** "Alpen"
- 11.08.06 **Alpen** "Alpen"
- 18.08.06 **Alpen** "Alpen"
- 25.08.06 **Alpen** "Alpen"

SEPTEMBER

- 01.09.06 **Alpen** "Alpen"
- 08.09.06 **Alpen** "Alpen"
- 15.09.06 **Alpen** "Alpen"
- 22.09.06 **Alpen** "Alpen"

OKTOBER

- 06.10.06 **Alpen** "Alpen"
- 13.10.06 **Alpen** "Alpen"
- 20.10.06 **Alpen** "Alpen"
- 27.10.06 **Alpen** "Alpen"

NOVEMBER

- 03.11.06 **Alpen** "Alpen"
- 10.11.06 **Alpen** "Alpen"
- 17.11.06 **Alpen** "Alpen"
- 24.11.06 **Alpen** "Alpen"

DEZEMBER

- 01.12.06 **Alpen** "Alpen"
- 08.12.06 **Alpen** "Alpen"
- 15.12.06 **Alpen** "Alpen"
- 22.12.06 **Alpen** "Alpen"
- 29.12.06 **Alpen** "Alpen"

Logo: raiffeisen coop, tirol, tiroler land, tiroler sport, tiroler kultur, tiroler natur

Inserzioni

Wintersportorte: Ostschweiz, Zentralschweiz, Frobergland, Tirol.

Ort	12.12.05	13.12.05	14.12.05	15.12.05	16.12.05	17.12.05	18.12.05	19.12.05	20.12.05	21.12.05	22.12.05	23.12.05	24.12.05	25.12.05	26.12.05	27.12.05	28.12.05	29.12.05	30.12.05	31.12.05
Alpe di Siusi	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Alpe di Pinzino	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Alpe di Sestane	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Alpe di Siusi	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Alpe di Pinzino	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Alpe di Sestane	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Alpe di Siusi	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Alpe di Pinzino	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Alpe di Sestane	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Logo: Ortsteil, Wintersportorte, Alpe di Siusi, Alpe di Pinzino, Alpe di Sestane, Tiroler Land, Tiroler Sport, Tiroler Kultur, Tiroler Natur

VERANSTALTUNGSKALENDER 2006

- 04.01.06 **Alpen** "Alpen"
- 11.01.06 **Alpen** "Alpen"
- 18.01.06 **Alpen** "Alpen"
- 25.01.06 **Alpen** "Alpen"
- 01.02.06 **Alpen** "Alpen"
- 08.02.06 **Alpen** "Alpen"
- 15.02.06 **Alpen** "Alpen"
- 22.02.06 **Alpen** "Alpen"
- 01.03.06 **Alpen** "Alpen"
- 08.03.06 **Alpen** "Alpen"
- 15.03.06 **Alpen** "Alpen"
- 22.03.06 **Alpen** "Alpen"
- 29.03.06 **Alpen** "Alpen"
- 05.04.06 **Alpen** "Alpen"
- 12.04.06 **Alpen** "Alpen"
- 19.04.06 **Alpen** "Alpen"
- 26.04.06 **Alpen** "Alpen"
- 03.05.06 **Alpen** "Alpen"
- 10.05.06 **Alpen** "Alpen"
- 17.05.06 **Alpen** "Alpen"
- 24.05.06 **Alpen** "Alpen"
- 31.05.06 **Alpen** "Alpen"
- 07.06.06 **Alpen** "Alpen"
- 14.06.06 **Alpen** "Alpen"
- 21.06.06 **Alpen** "Alpen"
- 28.06.06 **Alpen** "Alpen"
- 05.07.06 **Alpen** "Alpen"
- 12.07.06 **Alpen** "Alpen"
- 19.07.06 **Alpen** "Alpen"
- 26.07.06 **Alpen** "Alpen"
- 02.08.06 **Alpen** "Alpen"
- 09.08.06 **Alpen** "Alpen"
- 16.08.06 **Alpen** "Alpen"
- 23.08.06 **Alpen** "Alpen"
- 30.08.06 **Alpen** "Alpen"
- 06.09.06 **Alpen** "Alpen"
- 13.09.06 **Alpen** "Alpen"
- 20.09.06 **Alpen** "Alpen"
- 27.09.06 **Alpen** "Alpen"
- 04.10.06 **Alpen** "Alpen"
- 11.10.06 **Alpen** "Alpen"
- 18.10.06 **Alpen** "Alpen"
- 25.10.06 **Alpen** "Alpen"
- 01.11.06 **Alpen** "Alpen"
- 08.11.06 **Alpen** "Alpen"
- 15.11.06 **Alpen** "Alpen"
- 22.11.06 **Alpen** "Alpen"
- 29.11.06 **Alpen** "Alpen"
- 06.12.06 **Alpen** "Alpen"
- 13.12.06 **Alpen** "Alpen"
- 20.12.06 **Alpen** "Alpen"
- 27.12.06 **Alpen** "Alpen"

Logo: tirol, tiroler land, tiroler sport, tiroler kultur, tiroler natur

Tipp 4: Verzascatel

Alpe grünen Wassers

Logo: tirol, tiroler land, tiroler sport, tiroler kultur, tiroler natur

Tipp 30: Monte Tamoro - Monte Lema

Alpe di Sestane

Logo: tirol, tiroler land, tiroler sport, tiroler kultur, tiroler natur

3. MARKETING E PRODUZIONE

ITALIA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
KA-marketing	Winterworkshop destinato a CRAL/CAI/TO	Milano	19.09.06	120 partecipanti
KA-marketing	Winterworkshop destinato a CRAL/CAI/TO	Roma	20.09.06	80 partecipanti
Public-marketing	4 Maxischermi con spot da 15" (S. Babila, 5 Giornate, XXV Aprile)	Milano	01.04.-11.06.06	33'868 passaggi/ 31'161'290 contatti
Public-marketing	Spot pubblicitari di 60", 240 schermi LCD 42/55 polici, nelle biglietterie e lungo i binari ferroviari	Roma	26.06-15.09.06	47'560'000 utenti
Public-marketing	Evento La Svizzera nel Borgo, partecipazione passiva	Genova	25-26.06.06	1'200 partecipanti
Public-marketing	Promozione video all'interno dei Taxi, filmato 60"	Milano, Torino, Genova Roma, Napoli,	maggio	3'500 taxi / 5'188'050 contatti
Public-marketing	4 pagine di contenuti + pagina pubblicitaria copertina nella rivista Ticino Welcome inerente	Milano, Roma	marzo-maggio	10'000 copie
Public-marketing	4 pagine di contenuti + pagina pubblicitaria copertina nella rivista Ticino Welcome	Milano, Roma	giugno-agosto	10'000 copie
Public-marketing	4 pagine di contenuti + pagina pubblicitaria copertina nella rivista Ticino Welcome	Milano, Roma	settembre- novembre	10'000 copie
Public-marketing	4 pagine di contenuti + pagina pubblicitaria copertina nella rivista Ticino Welcome	Milano, Roma	dicembre 05 febbraio 06	10'000 copie
Public-marketing	4 pagine di publi-redazionale nella rivista "Itinerari e Luoghi" con tema week-end d'autunno in Ticino	Italia	25.09.06	150'000 copie
KA-marketing	TTG Rimini, fiera per operatori	Rimini	20-22.10.06	29'800 visitatori
KA-marketing	BIT, fiera per pubblico e operatori	Milano	16-19.02.06	144'000 visitatori
Public-marketing	44a Fiera del Lago Maggiore	Arona	25.05-06.06.06	100'000 visitatori
E-marketing	Banner e offerta all'interno della pagina internet di Svizzera Turismo e nella newsletter di Svizzera Turismo	Italia	08.05-18.06.06	133'579 copie
Public-marketing	10 pagine redazionale all'interno rivista "Cicloturismo"	Italia	08.05-18.06.06	133'579 copie
Public-marketing	4 pagine publiredazionale all'interno della rivista "Italia Più" riguardante la tematica gastronomia	Italia	giugno	25'000 copie

3.

MARKETING E PRODUZIONE

ITALIA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public-marketing	Publi Redazionale di 6 pp. All'interno della rivista "L'Orso" inerente al Mendrisiotto e al Malcantone in autunno	Nord-Italia	ottobre- novembre	20'000 copie
Public-marketing	Publi Redazionale di 6 pp. All'interno della rivista L'Orso inerente impianti di risalita in Ticino	Nord-Italia	dicembre 05 gennaio 06	20'000 copie
KA-marketing	Viaggio studio RailAway Italia con 17 operatori CRAL/CAI	Ticino	29.09-01.10.06	16 pax
KA-marketing	Viaggio studio con Agenti viaggio di Roma in collaborazione con Darwin Airline	Ticino	04-05.02.06	16 pax

3.

MARKETING E PRODUZIONE

BENELUX

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
KA-Public marketing	Evento in collaborazione con negozio Bever Sport con partecipazione di TO e pubblico	Den Haag	01-02.04.06	3'781
Public-marketing	1 pagina pubblicitaria nella rivista CH Magazine Sommer distribuito via ST-Mailinghouse, attraverso la pagina internet di Svizzera Turismo, adv, azioni di DM, Fiere e negozi di sport	Benelux	gennaio	50'000 copie
Public-marketing	Rivista Op-Pad con reportage di 6 pagine riguardanti trekking di 6 giorni in Ticino con offerta TO SNP distribuito in edicola, fiere ST, mailing clienti ST e con i seguenti magazines: Touractief, Happinez, Reizen	Olanda	annuale	200'000 copie
Public-marketing	Pubblicità comprendente offerta SNP TO all'interno delle riviste VARA TV, NCRV TV e EO e spot radiofonici su Radio I e Radio FM	Olanda	15.03-15.04.06	5'950'000 contatti
Public-marketing	Concorso Tour de Suisse Adventure all'interno del giornale Telegraf : "vinci una settimana di vacanza avventurosa in Svizzera" e reportage riguardante i vincitori. Tema per il Ticino: Canyoning	Olanda	03-09.07.06	9'726'214 contatti
Public-marketing	Cooperazione con catena di 27 negozi Bever Sport comprendente allestimento con fotografie Ticino, post card Ticino per clienti, integrazioni offerte bever.nl e mailing a clienti bever	Olanda	annuale	3'178'000 contatti
E-marketing	Reportage concorso Tour de Suisse Adventure all'interno del sito internet di Telegraaf www.telegraaf.nl	Olanda	luglio	1'166'662 contatti
E-marketing	Banner, offerta alberghiera e possibilità di comanda diretta della guida Ticino all'interno del sito internet mys.com	Olanda	giugno	90'000
E-marketing	Reportage trekking in Ticino, offerte TO SNP e tips all'interno della web page mys.com/oppad	Olanda	10.01-10.02.06	28'000
E-marketing	Speciale Ticino con redazionale, tips, possibilità di comanda brochures e concorso sulle pagine web www.planet.nl www.indebergen.nl , vitaal.nl e www.zwitserlandprijsvraag.nl	Benelux	marzo-aprile	6'000'000 contatti

3.

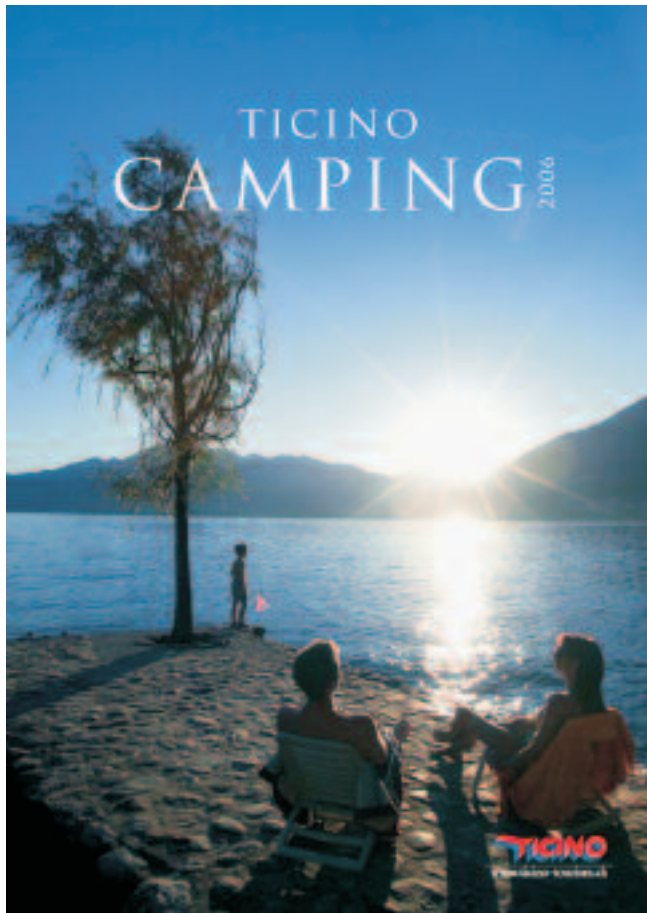
MARKETING E PRODUZIONE

BENELUX

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
E-marketing	Video riguardante il Ticino con concorso all'interno della pagina internet www.zwitserlandprijsvraag.nl	Olanda	marzo-aprile	460'000 visitatori
KA-marketing	Partecipazione passiva alla fiera 50+ Messe	Utrecht	20-24.09.06	90'000 visitatori
KA-marketing	Fiera Vakantiebeurs per pubblico	Utrecht	10-15.01.06	140'000 visitatori
KA-marketing	Fiera Salon des Vacances Bruxelles	Bruxelles	09-13.02.06	99'812 visitatori
KA-marketing	Viaggio studio in collaborazione con ST	Ticino	14-17.09.06	8 T0 ^s
KA-marketing	Viaggio studio responsabile web e mice ST	Ticino	11-13.09.06	1 pax



Stampati



3. MARKETING E PRODUZIONE

REGNO UNITO

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public-marketing	6 pagine relative alla Svizzera all'interno della rivista Kuoni estate (1 pagina Ticino con offerte dell'operatore) distribuita a pubblico e agenti viaggio	UK	01.02-30.09.06	375'000 copie
Ka-Public marketing	Settimana Svizzera a Dublino in collaborazione con Svizzera Turismo e TO Crystal & Thomson. Gresham Hotel con branding ST, prospetti TT e concorso. Consumer Show al centro commerciale Power's Court con band musicale, degustazioni e distribuzione prospetti. Pubblicità all'interno dell'Irish Times e 98 FM radio con concorso	Irlanda	03-08.04.06	4 volte Irish Times/5 giorni radio
KA/Media-marketing	Serata Media e Trade in occasione della Settimana Svizzera a Dublino	Irlanda	06.05.06	75 partecipanti
Public-marketing	Promozione taxi con fotografie esterne di regioni svizzere, tips e pannelli con offerte del Tour Operator STC all'interno.	Londra	01.01-31.12.06	1 taxi
KA/Public-marketing	Produzione in collaborazione con ST e Crystal & Thomson Irlanda di una brochure con offerte ticinesi distribuite ad agenti viaggio e pubblico in occasione della settimana Svizzera di Dublino	Irlanda	03-08.04.06	20'000 copie
Public-marketing	8 pagine di supplemento con la rivista Outdoor Pursuits Magazine (2 pagine Ticino inerenti MTB) venduta in edicola e distribuita alla fiera NEC Outdoor Show a Birmingham	UK	gennaio-marzo	100'000 copie
Public-marketing	Polo Day partecipazione passiva in collaborazione con Svizzera Turismo con distribuzione brochures e wine tasting	UK	28.05.06	12'000 copie
Public/E-marketing	16 pagine di supplemento al giornale The Independent (2 pagine Ticino inerenti a vacanze attive) con offerte del Tour Operator Crystal Lakes & Mountains riprodotte anche sul sito internet Independent, distribuite abbonati e edicola e in DM	UK	25.02.06	275'000 lettori

3.

MARKETING E PRODUZIONE

REGNO UNITO

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public/E-marketing	16 pagine di supplemento al giornale The Independent (1 pagina Ticino inerente città) con offerte del Tour Operator Christal Lakes & Mountains riprodotte anche sul sito internet Independent, distribuite abbonati e edicola e in DM	UK	25.03.06	275'000 lettori
Public/E-marketing	16 pagine di supplemento al giornale The Independent (per il Ticino contenuti integrati relativi ai treni panoramici) con offerte del Tour Operator Christal Lakes & Mountains riprodotte anche sul sito internet Independent, distribuite abbonati e edicola e in DM	UK	25.04.06	275'000 lettori
Public-marketing	Direct mailing alla banca dati di STS con offerte riguardanti Locarno, Lugano, Ascona e Gandria per vacanze attive e riproduzione sul sito internet	UK	25.02.06	150'000 copie
Public-marketing	2 pagine promozionali di JazzAscona New Orleans & Classics e Estival Jazz Lugano all'interno di Jazz Wise con offerte TO Southern Sounds (Diplomatic Travel)	UK	marzo	20'000 copie
Public-marketing	1 pagina pubblicitaria di JazzAscona New Orleans & Classics e Estival Jazz Lugano all'interno di Jazz Wise con offerte TO Sothern Sounds (Diplomatic Travel)	UK	aprile	20'000 copie
Public-marketing	1 pagina pubblicitaria all'interno della rivista Just Jazz relativa a JazzAscona New Orleans & Classics e Estival Jazz Lugano	UK	aprile	12'500 copie
Public-marketing	1 pagina pubblicitaria all'interno della rivista Just Jazz relativa a JazzAscona New Orleans & Classics e Estival Jazz Lugano	UK	maggio	12'500 copie
Public-marketing	Partecipazione passiva alla fiera Outdoor Birmingham Show 2006. Stand con simulatore di Mountain Bike. Offerte del TO STC. Rappresentanza effettuata da ST		17-19.03.06	50'000 visitatori

3. MARKETING E PRODUZIONE

REGNO UNITO

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public-marketing	Special edizione di Conde Nast Traveller inerente alla Svizzera di 84 pagine. Contenuti relativi al Ticino integrati + 2 pagine publiredazionale	UK	giugno	275'000 copie
Public-marketing	Pubblicità in collaborazione con TO Crystal & Thomson nel magazine Abroad con offerte di 6 partners Svizzeri (2 pagine)	Irlanda	maggio-giugno	1'750'000 copie
KA-marketing	Formazione presso call center TO STC con concorso per migliore venditore dell'anno	UK	28.11.06	18 partecipanti
Public-marketing	Direct mailing a 500 associazioni escursionistiche (140'000 associati) inclusa la brochure di ST "Our Alpine Summer" e 20'000 postcard partners	UK	marzo-aprile	140'000 contatti / 25'000 cartoline
Public-marketing	70'000 post card inserite all'interno delle riviste "Country Walking" e "Walk" con concorso	UK	marzo-aprile	70'000 copie
Public-marketing	3 pagine publi redazionale +1 pagina pubblicitaria sulla rivista Swiss presenti all'interno di tutti i voli	Mondo	luglio-agosto	1.7 mio contatti
Public-marketing	2 pagine all'interno della rivista Outdoor Show con offerte di STC e proposte di vacanze attive in Svizzera	UK	gennaio-marzo	40'000 copie
KA-marketing	Fiera WTM London	Londra	12-15.11.06	47'264 visitatori
KA-/Media-/ Public-marketing	Evento presso ambasciata Svizzera di Londra in occasione dei 100 anni Merlot per TO, Media e pubblico	Londra	28.11.2006	140 pax
Public-marketing	2 pagine inerenti al Ticino (vacanze attive) nella rivista Mountain Magic	UK	estate	312'000 copie
Public-marketing	8 pagine supplemento all'interno della rivista Active (2 pagine per il Ticino relative a vacanze attive) con offeret TO STC utilizzate anche per la fiera Outdoor Show di Birmingham	UK	aprile	80'000 copie
KA-/Media- marketing	Network evening per operatori	UK	20.09 06	116 pax
Media-marketing	Serata media	UK	19.09.06	45 pax
KA-marketing	Partecipazione Workshop ETOA	Londra	03.11.06	15 meetings
KA-marketing	Viaggio studio con Crusader Holiday	Ticino	10.10.06	1 pax
KA-marketing	Viaggio studio con Swiss Travel System	Ticino	14-15.09.06	7 pax
KA-marketing	Viaggio studio con MLS Travel	Ticino	06-08.10.06	2 pax

3. MARKETING E PRODUZIONE

USA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public-marketing	Collaborazione con To CIAO! Travel e pubblicità in 3 Jazz magazine	USA	01.03-30.09.06	110'000 copie
Public-marketing	Smooth Jazz programma TV su canali nazionali, voli e radio	USA	marzo-maggio	36'000'000 contatti
Public-marketing	Mailing a clienti CIAO! Travel	USA	15.03.06	10'000 copie
Public-marketing	DM con Brendan Vacation con integrazioni contenuti Ticino dove possibile	USA	annuale	50'000 clienti
Public-marketing	Campagna "Discover Swiss Roots" in collaborazione con ST, Ambasciata Svizzera e Consolato Svizzero comprendente eventi, emarketing, creazione pagina web,	USA	annuale	20'000 contatti
KA-marketing	1 settimana di Sales Calls in collaborazione con Postauto e evento in occasione del 1° agosto a NY (visite vendita e formazione agenti viaggio)	USA	24-29.07.06	19 meetings
KA.marketing	Workshop per agenti viaggio Swiss network (OSE I)	Grindelwald	18-19.03.06	21 pax
KA-marketing	Workshop per agenti viaggio Swiss Network (OSE II) e con agenti consorzio agenzie Signature e agenti Classic Custom Vacation	Zurigo	13-16.10.06	45 pax
Ka-/Public-marketing	Campagna in collaborazione con il consorzio Virtuoso comprendente pagine pubblicitarie all'interno delle loro pubblicazioni	USA	annuale	1'750'000 contatti
Public marketing	8 pagine di inserto, di cui 2 per partner, all'interno di Smithsonian Magazine per la promozione di Arte e Architettura	USA	marzo	2'000'000 copie
Public marketing	8 pagine di inserto, di cui 2 per partner, all'interno di National Geographic Traveler per la promozione della montagna e delle attività legate alla natura	USA	marzo	2'800'000 copie
Public marketing	8 pagine di inserto, all'interno di National Geographic Traveler per la promozione dei treni panoramici (contenuti Ticino inseriti dove possibile)	USA	marzo	2'000'000 copie
E-marketing	Banner sulla web site di Smithsonian	USA	maggio-giugno	250'000 contatti

3.

MARKETING E PRODUZIONE

USA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
E-marketing	Banner e Skyscraper ads all'interno del sito www.luxurylink.com con link alla pagina internet www.myswitzerland.com e www.ticino.ch	USA	aprile-ottobre	7'000'000 impressions
Ka-marketing	Formazione per agenti viaggio online con tema vacanze di lusso	USA	13.07.06	16 pax
E-marketing	Destination Newsletter per agenti viaggio con offerte TO e redazionali	USA	dicembre	40'000
KA-marketing	Viaggio studio con Svizzera Turismo NY	Ticino	25-28.04.06	2 pax
KA-marketing	Viaggio studio con Consorzio agenzie Signature	Ticino	12.14.10.06	7 pax
KA-marketing	Viaggio studio con Avanti Destination	Ticino	17-18.10.06	1 pax
KA-marketing	Post convention Trip OSE I con agenti viaggio swiss network	Ticino	20-23.03.06	9 pax

3. MARKETING E PRODUZIONE

RUSSIA / UCRAINA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
KA- & Public-marketing	Fiera "MITT" a Mosca (pubblico e professionisti)	Mosca	22-25.03.06	Partecipazione attiva con 4 partner ticinesi
KA- & Public-marketing	Fiera "UITT" a Kiev (pubblico e professionisti)	Kiev	29.03-01.04.06	Partecipazione passiva (solo prospettivi)
KA- & Public-marketing	Annuncio nel giornale "TTG-Russia" (per operatori)	Mosca	febbraio	12'000 copie Russia, Ucraina, CIS
KA- & Public-marketing	Publireportage 1/2 pagina sul Ticino nel giornale "TTG-Russia" (edizione MITT)	Mosca	marzo	12'000 copie Russia, Ucraina, CIS
KA-marketing	Workshop per TO's dalla Russia/Ucraina a Lugano con post-convention a Bellinzona e nel Locarnese	Lugano	20-23.08.06	51 TO's
KA-marketing	Viaggio studio per il TO "Soleans"	Ticino	27-28.04.06	10 TO's e agenti di viaggio
KA-marketing	Viaggio studio per il TO "Via Travel"	Ticino	26-28.04.06	13 TO's e agenti di viaggio
KA-marketing	Viaggio studio per 12 TO's dall'Ucraina (in collaborazione con "Austrian Airline")	Ticino	16-18.05.06	12 TO's
KA-marketing	Viaggio studio per il TO "Lakeside Marketing"	Ticino	28-30.05.06	12 agenti di viaggio
KA-marketing	Viaggio studio per il TO "Evolution"	Ticino	13-17.06.06	2 TO's
KA-marketing	Viaggio studio per agenti di viaggio russi (tramite la fiera "I Viaggiatori" di Lugano)	Lugano	03.11.06	9 agenti di viaggio
KA-marketing	1 pagina di inserzione nel Sales Manual di ST (per operatori)	Russia	marzo-dicembre	
KA-marketing	STE Russia/Ucraina (roadshow e visite a vari TO's, agenti di viaggio e media)	Mosca e SanPietroburgo	19-22.06.06	100 partecipanti a Mosca 25 partecipanti a SPB
E-marketing	Varie promozioni su www.myswitzerland.ru (newsletter, offerte, contenuti, consigli)	Russia	annuale	
E-marketing	"Ticino week" su www.gazeta.ru (comunicato stampa, 2 articoli sul Ticino, offerte del TO "Almanach", 2 banner, logo)	Russia	03-10.09.06	14'7500 lettori. 8'502 persone hanno letto i 2 articoli
E-marketing	Creazione e lancio del nuovo sito www.ticino.ru	Russia	ottobre- dicembre	
Public-marketing	Publireportage (4 pagine) nella rivista "Swiss Style Magazine", Mosca	Mosca	aprile-luglio	10'000 copie. Distribuzione: Uffici di Swiss a Mosca, mailing a 1'000 clienti Swiss in Russia

3.

MARKETING E PRODUZIONE

RUSSIA / UCRAINA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public-marketing	Festa nazionale alla Ambasciata Svizzera a Mosca con 2 musicisti ticinesi	Mosca	01.08.06	250 partecipanti
Public-marketing	Degustazione vini (Merlot del Ticino) per clienti VIP del TO "L'Oiseau Bleu"	Saas-Fee	07.11.06	30 partecipanti
Public-marketing	Inserzione nella guida "The world pocket guidebooks - Petite Fute russian edition"	Mosca	25.11.06	10'000 copie

3.

MARKETING E PRODUZIONE

CINA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
KA-marketing	2 pagine Ticino sul calendario di ST distribuito ai Key Accounts	Mainland Cina, Hong Kong (HK) e Taipei	annuale	5'000 copie per TO's e agenti di viaggio
KA-marketing	Distribuzione poster Ticino a TO's	Varie città in Cina, Taipei e HK	luglio-dicembre	2'000 poster
KA-marketing	Partecipazione attiva allo STE "Greater China": roadshow per TO's, agenti di viaggio e media con degustazione vini (Merlot 06)	Pechino, Shanghai	17-22.03.06	ca. 500 partecipanti
KA-marketing	Partecipazione attiva allo STE "Greater China": roadshow per TO's, agenti di viaggio e media	HK e Guangzhou	15-16.03.06	ca. 130 partecipanti
KA-marketing	Partecipazione attiva STE "Greater China", roadshow per TO's, agenti di viaggio e media	Taipei	13-14.03.06	170 partecipanti
KA-marketing	Sales calls di ST, seminari e workshop (Ticino rappresentato da ST)	Pechino, Shijiazhuang, Chengdu, Chongqing, Harbin, Changchun, Zhengzhou, Shenyang, Shandong, Shanghai, Hangzhou, Hong Kong, Guangzhou, Shenzhen, Zhuhai, Fuzhou, Guangxi, Hainan Taipei	febbraio-novembre	

3. MARKETING E PRODUZIONE

CINA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
KA-marketing	Diversi business plan con TO's per aumentare pernottamenti in Ticino (Tour "Mono Switzerland" o "2-3 Country trips")	Pechino e Shanghai	novembre-dicembre	Caissa, CITS & CYTS (Pechino) e Shanghai Airline Tours e GTA (Shanghai)
KA-marketing	Workshop per TO's cinesi a Davos (TT: partecipazione attiva)	Davos	18-20.10.06	17 TO's e agenti di viaggio ("Swiss experts")
KA-marketing	Viaggio studio per TO's del Sud della Cina (Guangzhou e Shenzen)	Ticino	21-22.10.06	13 TO's
KA-marketing	Viaggio studio per il TO "Fantasy Tours"	Bellinzona	11.10.06	50 partecipanti
KA-marketing	Viaggio studio per il rappresentante di ST Pechino	Ticino	27-30.10.06	1 partecipante
KA-marketing	"Switzerland Pocket Map": cartina con inserzione e testi sul Ticino	Mainland Cina	novembre	
KA-marketing	Sales calls unicamente per il Ticino presso alcuni TO's	Shanghai	08.06.06	4 incontri
KA-& public-marketing	Partecipazione passiva alla fiera "GITF Guangzhou" (prospetto Ticino)	Guangzhou	03-05.03.06	
KA-& public-marketing	Partecipazione passiva alla fiera "ITE HongKong" (prospetto Ticino)	HK	15-17.06.06	
KA-& public-marketing	TT partecipazione passiva alla fiera "BITE Pechino"	Pechino	22-24.06.06	
KA-& public-marketing	TT partecipazione passiva alla fiera "Swiss design" di Pechino	Pechino	16.09-05.10.06	
KA-marketing	Viaggio studio per il vincitore dello "STE Lucky draw"	Lugano/Svizzera	16-26.05.06	2 partecipanti
KA-& public-marketing	Partecipazione passiva alla fiera "ITF" a Taipei	Taipei	03-06.11.06	
KA-& public-marketing	Partecipazione passiva alla fiera "CITM" a Shanghai	Shanghai	16-19.11.06	
KA-& public-marketing	Supporto logistico a 5 gruppi del TO "CIIC MICE Cina" in Ticino (Mono-trip in Switzerland, 1 notte a Lugano)	Ticino	diverse date	200 partecipanti
KM-marketing	Esclusivo Ticino: conferenza stampa al "MoCA Café" di Shanghai in occasione dell'apertura di FoxTown Shanghai	Shanghai	11.06.06	47 giornalisti, delegazione ticinese con 2 musicisti
KM- & Public-marketing	Apertura FoxTown con "Lugano-Ticino Shop"	Shanghai	10.06.06	

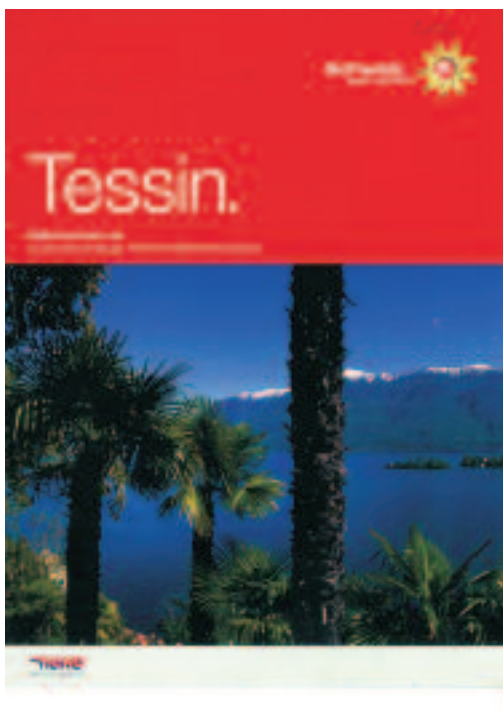
3.

MARKETING E PRODUZIONE

CINA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public-marketing	"Lugano-Ticino Shop" presso FoxTown (aperto anche durante i fine settimana)	Shanghai	settembre-dicembre	1 hostess messa a disposizione dalla Città di Lugano
E-marketing	"Swiss Expert e Academy" (programma di studio online per agenti di viaggio)	Cina, HK, Taiwan	annuale	
E-marketing	Newsletter di ST con contenuto Ticino (foto in copertina: Rasa)	Mainland Cina	marzo	
E-marketing	Aggiornamento contenuto Ticino su www.myswitzerland.com.cn	Mainland Cina	annuale	
E-marketing	Aggiornamento contenuto Ticino su www.myswitzerland.com.hk	Hong Kong	annuale	
E-marketing	Aggiornamento contenuto Ticino su www.myswitzerland.com.tw	Taipei	annuale	
E-marketing	Diverse news su internet con tema Processioni storiche di Mendrisio e Rabadan a Bellinzona	Cina, HK, Taiwan	febbraio-marzo	
E-marketing	Creazione e lancio del nuovo sito www.ticino.cn	Cina, HK, Taiwan	novembre-dicembre	
E-marketing	Creazione e lancio del nuovo sito www.ticino.hk	Cina, HK, Taiwan	novembre-dicembre	
E-marketing	Creazione e lancio del nuovo sito www.ticino.tw	Cina, HK, Taiwan	novembre-dicembre	

Attività all'estero



3.

MARKETING E PRODUZIONE

COREA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
KA- & Public-marketing	Partecipazione passiva a varie fiere: "Sportex" (Sport), "Weddex" (matrimoni), "KOTFA" (professionisti)	Seoul	ottobre	
KA- & Public-marketing	Creazione e distribuzione del nuovo prospetto Ticino in coreano	Corea	febbraio-dicembre	5'000 copie
KA-marketing	Sales calls di ST presso vari TO's e agenzie di viaggio (Ticino rappresentato da ST)	Seoul e Pusan	annuale	
KA-marketing	Seminari e workshop di ST presso TO's e agenzie di viaggio (Ticino rappresentato da ST). Temi: Honeymoon products, Swiss Hiking Course, Swiss Friends, Christmas markets, Winterpromotions	Seoul e Pusan	annuale	
KA-marketing	2 pagine Ticino sul calendario di ST distribuito ai TO's e Key Accounts	Corea	annuale	3'000 copie
KA-marketing	Partecipazione attiva allo "STE Corea". Incontri con vari TO's	Seoul	23-24.03.06	24 One-to-One, 120 partecipanti ai workshop e 65 partecipanti alla cena
KA-marketing	Sales Calls di TT presso vari TO's, cena con i maggiori TO's, seminario per agenti di viaggio	Seoul	11-12.09.06	12 TO's (One-to-One) e ca. 70 partecipanti alla cena
KA-marketing	Viaggio studio per 1 rappresentante del TO "Blue Travel"	Ticino	17-20.01.06	creazione guida: 30'000 copie
KA-marketing	Viaggio studio per 1 rappresentante di ST Seoul	Ticino	06-08.02.06	1 partecipante
KA-marketing	Supporto logistico al TO "Mode Tour" (una guida ticinese per 3 viaggi)	Lugano	marzo-maggio	24 partecipanti a viaggio
KA-marketing	Viaggio studio "Art & Architecture" con personaggi coreani famosi nel mondo della cultura, musica e teatro	Ticino	31.05.-03.06.06	9 partecipanti
KA-marketing	Partecipazione attiva di TT al workshop per TO's coreani a Davos	Davos	18-20.10.06	8 TO's
KA-marketing	Viaggio studio per 2 rappresentanti di ST Seoul settore web	Ticino	26-28.10.06	2 partecipanti
KA-marketing	Viaggio studio per una rappresentante di "www.travelpress.co"	Ticino	16-18.10.06	1 partecipante
E-marketing	"Swiss Expert e Academy (programma di studio online per agenti di viaggio)	Corea	marzo-dicembre	111 partecipanti

3.

MARKETING E PRODUZIONE

COREA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
E-marketing	Aggiornamento contenuto Ticino su www.myswitzerland.co.kr (Estival Jazz Festival, International Horse Show ad Ascona, International Film Festival, Blues to Bop, La Bacchica, Festa d'autunno a Locarno)	Corea	annuale	
E-marketing	"Virtual Swiss Cyber Cafe" su www.swissfriends.co.kr : manifestazioni ticinesi e varie promozioni durante l'anno. "Honeymoon guide" con contenuti ticinesi come destinazione romantica	Corea	01.07.-30.12.06	
E-marketing	Newsletter di ST con contenuto ticinese: Rabadan, Snowshoe, Ticinocard, Milano Malpensa, processioni di Mendrisio, acqua San Clemente, mostra Christo & Jeanne Claude, Moon & Stars, International Film Festival, Piazza Blues, Jazz Ascona, Estival Jazz, Museo Hermann Hesse, castelli, mercatini natalizi, Locarno Art on Ice, New Year's Party Lugano	Corea	febbraio, marzo, giugno, agosto, novembre	12'000 indirizzi
E-marketing	Nuove pagine Ticino sul sito di ST: estate Ticino, inverno Ticino, come arrivare, Ticino natura & clima, Lago Maggiore Express, Monte S.Giorgio, gastronomia e vino, passeggiate, 100 anni Merlot, festival degli artisti, trasporti turistici, Ticino golf, grotti	Corea	marzo-dicembre	
E-marketing	Creazione del nuovo sito www.korea.ticino.ch	Corea	dicembre 06-marzo 07	
Public-marketing	Progetto "Swiss Friends" (collaborazione con un famoso testimonial coreano): varie promozioni con televisioni, giornalisti e agenti di viaggio. Viaggio stampa in Ticino. Prospetto e filmato "Swiss Friends", comunicato stampa, videoclip dal Ticino	Corea/Ticino	13-15.05.06	50'000 copie (prospetto)

3. MARKETING E PRODUZIONE

GIAPPONE

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
Public-marketing	30 seminari e workshop di ST per il pubblico in collaborazione con diversi TO's giapponesi (Ticino rappresentato da ST)	Tokyo, Osaka, Fukuoka, Nagoya, Sapporo	gennaio-marzo, ottobre-dicembre	
Public-marketing	"Spring Swiss Festa" in collaborazione con vari TO's: TT rappresentato da ST con distribuzione prospetto Ticino	Tokyo, Sapporo, Sendai, Osaka	21.01-22.04.06	1'050 partecipanti
Public-marketing	Fiera "JATA Travel": TT rappresentato da ST	Giappone	22-24.09.05	400 prospettati TT
Public-marketing	Esposizione su Hermann Hesse a Setagaya Bungakukan, Tokyo: distribuzione prospetto e poster Ticino	Tokyo	15.04-28.05.06	
Public-marketing	Fiera "World Travel Fair Sapporo": TT rappresentato da ST	Sapporo	30.09-01.10.06	12'000 partecipanti
Public-marketing	Pubblicità su schermo gigante assieme ai partner svizzeri	Osaka/Tokyo	ottobre-dicembre	25'000'000 contatti
KA- & Public-marketing	Fiera "JATA & WTF": TT rappresentato da ST	Tokyo	21-24.08.06	100'000 partecipanti
KA- & Public-marketing	"Kaigai e ikoo Day". Manifestazione per membri "ANTOR" con lo scopo di promuovere più viaggi in europa. TT rappresentato da ST	Tokyo	02.07.06	1'000 visitatori
KA- & Public-marketing	Prospetto di ST sulla gastronomia: inserzione e contenuto Ticino	Giappone	luglio-dicembre	50'000 copie
KA- & Public-marketing	Distribuzione prospetto TT ad una promozione con il TO "H.I.S." (Summer Festival for Japanese students in London)	London	13.07.06	3'000 partecipanti
KA-marketing	Itinerari da Milano Malpensa, business plan con Alitalia e Lufthansa (voli charter)	Giappone	annuale	
KA-marketing	2 pagine Ticino sul calendario di ST distribuito ai TO's e ai Key Accounts	Giappone	annuale	4'000 copie
KA-marketing	Seminari inhouse di ST per TO's ("JTB", "NTA"): TT rappresentato da ST	Tokyo	febbraio-marzo	168 partecipanti
KA-marketing	"GO!Swiss Campaign": campagna in collaborazione con i migliori TO's come "Hankyu", "Hanshin", "H.I.S.", "Jalpak", "JTB", "AST", "Alpine Networks Service", "Cycle Tour", "Fellow Travel", "Global Youth Tours", "Let's Swiss", "MIKI Tourist NOE"	Giappone	marzo-dicembre	250'000 flyer, 1'500 poster, presenza in più di 1'200 agenzie di viaggio

3.

MARKETING E PRODUZIONE

GIAPPONE

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
KA-marketing	Sales Calls di TT presso vari TO's: Cena dedicata al Ticino con degustazione vino Merlot	Tokyo	27-28.03.06	5 sales calls, 1 seminario inhouse ("Miki" e "Kuoni"), 1 seminario per operatori
KA-marketing	Sales Calls di TT presso vari TO's	Nagoya	29.03.06	1 seminario per operatori, 1 incontro con "Kuoni", "Miki" e "GTA"
KA-marketing	Sales Calls di TT presso vari TO's	Osaka	30.03.06	3 sales calls e 1 seminario per operatori
KA-marketing	8 seminari e workshop di ST per agenti di viaggio. TT rappresentato da ST	Varie città	aprile	520 partecipanti
KM-marketing	Viaggio studio per la rivista "Tarzan" (Lifestyle magazine). Tema: "Ticino in bici"	Ticino	17-21.05.06	5 partecipanti
KA-marketing	Viaggio studio per 1 rappresentante di ST	Ticino	17-19.05.06	1 partecipante
KA-marketing	Viaggio studio per il TO "Fellow Travel" (Alp Ways)	Ticino	09-12.07.06	1 partecipante
KA-marketing	Inserzione nella "ST Sales Guide" valida per 2006 e 2007	Giappone	settembre- dicembre	5'000 copie
KA-marketing	Partecipazione di TT allo "STE Giappone": roadshow per TO's, agenti di viaggio e media	Osaka, Nikko e Tokyo	04-09.09.06	350 contatti e 10 One-to-One
KA-marketing	Viaggio studio per "Kiyoshi Kojima" (guida sulle passeggiate ticinesi)	Ticino	30.09-08.10.06	2 partecipanti
KA-marketing	Partecipazione al workshop di ST per TO's	Davos	18-20.10.06	3 TO's
KA-marketing	Viaggio studio in collaborazione ST e "Austrian Airline"	Ticino	03-04.11.06	13 TO's
KA-marketing	Inserzione nel catalogo inverno Kuoni per il segmento FIT	Giappone	dicembre 06- marzo 07	10'000 copie
E-marketing	Aggiornamento contenuto pagine Ticino su www.myswiss.jp (con possibilità di download con pdf)	Giappone	marzo-dicembre	
E-marketing	Possibilità di scaricare voucher per offerte ticinesi dal sito di ST	Giappone	annuale	

3.

MARKETING E PRODUZIONE

GIAPPONE

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
E-marketing	Fornitura contenuti Ticino per newsletter di ST www.swiss.jp : spring flowers, parco botanico Gambarogno, festa delle camelie, 100 anni Merlot, International Film Festival, sagra dell'uva, festa delle castagne ad Ascona, sagra della castagna in Valle di Muggio	Giappone	marzo, giugno, ottobre	15'500 indirizzi
E-marketing	Creazione e lancio del nuovo sito www.ticino.jp	Cina, HK, Taiwan	ottobre-dicembre	

FRANCIA

CATEGORIA	PROMOZIONE	DOVE	DATA	PAX
KA-marketing	3 pagine contenuto Ticino sul "Manuel du vente", guida per operatori coordinata da ST	Francia	annuale	200 copie e disponibilità su web

VARI MERCATI

KA-marketing	1 pagina di inserzione sul "Selling Switzerland World Wide", guida per operatori coordinata da ST	Diversi Paesi	annuale	
--------------	---	---------------	---------	--

3.

MARKETING TICINO CONVENTION BUREAU

Il 2006 può essere considerato un anno positivo per il Ticino Convention Bureau (TICB), l'ufficio di Ticino Turismo responsabile della promozione del turismo aziendale.

Il grande potenziale di questo settore è da tempo riconosciuto. Infatti, congressi, meeting, incentive e gli altri eventi aziendali e associativi non solo creano una ricaduta economica importante, ma permettono anche il prolungamento della stagione turistica. Provocano inoltre un effetto indiretto sulla domanda turistica, in quanto è provato che molti congressisti ritornano nella destinazione per vacanza. Ragioni per cui negli ultimi anni molte mete turistiche hanno potenziato i loro investimenti nel turismo aziendale.

Con due collaboratrici il TICB ha partecipato e in parte organizzato nel 2006 quindici fiere e workshop, diversi dei quali si sono svolti nei mercati principali (Svizzera, Italia, Germania) e uno in ogni altro mercato prioritario (Inghilterra, USA, Paesi Nordici e Benelux).

Il TICB ha inoltre organizzato una decina di sopralluoghi e cinque viaggi studio per clienti svizzeri, tedeschi, italiani, americani e finlandesi interessati all'organizzazione di eventi aziendali o associativi in Ticino.

Per i redattori e i giornalisti delle riviste specializzate con le quali il TICB ha collaborato per la pubblicazione di redazionali, sono stati organizzati dei viaggi stampa. Tra le diverse pubblicazioni è stato dedicato grande impegno alla redazione dello speciale di 28 pagine intitolato "TICINO. Meet la Dolce Vita", distribuito a 16'000 clienti inglesi come allegato della rivista "Meeting & Incentive Travel". Questa pubblicazione - molto apprezzata da clienti e partner - viene regolarmente distribuita e utilizzata come prospetto d'immagine su tutti i mercati.

In autunno è stata riorganizzata la sezione "Meeting e Incentive" del sito internet di Ticino Turismo ed è stato inserito un nuovo motore di ricerca.

In aggiunta a queste attività il TICB si è impegnato su tutto l'arco dell'anno nell'organizzazione del nuovo database (ACT), strumento di primaria importanza per la pianificazione e la gestione delle attività promozionali. La creazione del database ha permesso di pubblicare nell'autunno 2006 la prima newsletter settoriale del TICB e ha facilitato l'evazione delle numerose richieste di clienti. Nel corso del 2006 il TICB ha infatti potuto evadere in collaborazione con i partner oltre cento richieste di clienti interessati all'organizzazione di eventi aziendali in Ticino. Un terzo delle proposte elaborate inoltrate, sono in seguito state accettate dai clienti, che hanno quindi organizzato uno o più congressi o eventi aziendali in Ticino. Un risultato notevole considerando che il compito principale del TICB è di creare le premesse per la vendita: infatti la maggior parte dei nostri clienti invia le richieste direttamente alle strutture congressuali e ricettive che soddisfano le loro esigenze.

La collaborazione con lo Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB), la sezione di Svizzera Turismo responsabile della promozione del turismo aziendale in Svizzera è stata consolidata. Questo è importante, in quanto permette la partecipazione a diverse attività promozionali insieme ad altre destinazioni svizzere. Il Ticino è inoltre rappresentato dai collaboratori SCIB sui diversi mercati in occasione delle attività a cui il TICB non può partecipare.

Concludendo possiamo dire che i risultati finora ottenuti le importanti relazioni instaurate e consolidate con molti partner e clienti, motivano il TICB a continuare su questa strada, creando progetti futuri di grande portata e di notevole impatto. Tra questi menzioniamo per il 2007 i "Ticino Event", le serate promozionali che si terranno a Milano e eventualmente a Ginevra, ed il "Meeting Trophy", un viaggio studio speciale a cui parteciperanno circa ottanta clienti provenienti da tutta l'Europa e dagli USA. Last but not least ricordiamo che nel 2006 il TICB ha ricevuto alla fiera zurighe- se Celebrationpoint il premio quale migliore destinazione svizzera.



3.

MARKETING TICINO CONVENTION BUREAU

MERCATO	PROMOZIONE	DOVE	DATA	OSSERVAZIONI
SVIZZERA				
	Ticino cantone ospite alla fiera per operatori 'Celebrationpoint'	Zurigo	13-14.06.06	Stand di 220m2 insieme a venti partner ticinesi con ristorazione della Villa Principe Leopoldo. Premio per il Ticino come migliore destinazione turistica
	Viaggio studio per clienti svizzeri e post-tour Celebrationpoint	Ticino	14-17.06.06	Partecipazione di 17 clienti
	Pubblicazione nella rivista 'MIC'	Svizzera	marzo	Tiratura: 16'000 copie
	Pubblicazione nel catalogo Celebrationpoint	Svizzera	marzo	Pubblicazione gratuita per il TICB. Tiratura: 15'000 copie
GERMANIA				
	Fiera IMEX	Francoforte	30.05-01.06.06	Fiera visitata da 8'310 operatori da 97 paesi, 3'592 hosted buyer. TICB: 51 colloqui con clienti
	Workshop organizzato dallo Switzerland Convention & Incentive Bureau (SCIB)	Düsseldorf	11.05.2006	Incontro con 100 clienti, 18 colloqui
	Eventi promozionali organizzati da SCIB	Stoccarda e Monaco	27-28.09.06	Incontri con 35 clienti per serata, 30 colloqui
	Viaggio studio per clienti tedeschi in collaborazione con SCIB	Ticino	18-21.05.06	Partecipazione di 14 clienti
	Progetto 'Global Communication Resort' (GCB)	Germania	annuale	Collaborazione con l'agenzia 'Via Connect' per presentare Lugano come GCR. Pubblicazione gratuita su Lugano e il Ticino nel prospetto GBC
	Pubblicazione nella rivista 'Convention International'	Germania	novembre	Redazionale di 31 pagine sul Ticino nell'edizione speciale della rivista dedicata alla Svizzera. Tiratura: 11'500 copie

3.

MARKETING TICINO CONVENTION BUREAU

MERCATO	PROMOZIONE	DOVE	DATA	OSSERVAZIONI
ITALIA				
	Fiera BTC	Firenze	07-09.11.06	Fiera visitata da 5'200 operatori di cui 1'000 hosted buyer. 35 colloqui con clienti
	Workshop per operatori 'Full Contact PCO'	Rapallo	06-07.02.06	18 incontri programmati con clienti
	Workshop per operatori 'Full Contact Business Meeting planner'	Rapallo	03-04.07.06	20 incontri programmati con clienti
	Viaggio studio per clienti italiani	Ticino	17-19.03.06	Partecipazione di 14 clienti
	Congresso ICE	Milano	04.10.06	Visita della fiera, diversi incontri con clienti e partner
USA				
	Visite aziendali organizzate da SCIB	Toronto e Montreal	19-24.06.06	Incontri con 38 meeting planner presso 19 agenzie specializzate
	Viaggio studio per clienti americani in collaborazione con SCIB	Ticino	27-29.04.06	Partecipazione di 9 clienti
BENELUX				
	Evento promozionale organizzato da SCIB	Bruxelles	12.10.06	Incontro con 30 clienti
PAESI NORDICI				
	Viaggi studio per operatori finlandesi	Ticino	06-08.10.06	Partecipazione di 10 clienti

3.

MARKETING TICINO CONVENTION BUREAU

MERCATO	PROMOZIONE	DOVE	DATA	OSSERVAZIONI
INTERNAZIONALE / DIVERSI MERCATI				
	Sopralluoghi clienti	Ticino	annuale	Organizzazione di diversi sopralluoghi per i clienti intenzionati ad organizzare un evento aziendale in Ticino
	Viaggi stampa	Ticino	annuale	Organizzazione di diversi viaggi stampa per giornalisti e redattori di riviste specializzate che hanno redatto pubblicazioni sul Ticino
	Evasione di richieste		annuale	Elaborazione e invio di oltre 100 proposte a clienti interessati ad organizzare un evento in Ticino (in collaborazione con i partner ticinesi)
	Redazione dello speciale "TICINO. Meet la Dolce Vita"	Inghilterra e diversi altri paesi	febbraio	Distribuzione come allegato alla rivista inglese 'Meeting & Incentive Travel' a 16'000 clienti inglesi e utilizzato dal TICB come prospetto d'immagine per tutti i mercati
	Conferenza MPI PEC Europe	Davos	26-28.03.06	Incontro con clienti e formazione professionale
	Database management		annuale	Pianificazione, organizzazione e gestione del nuovo database (ACT)
	Web		inverno/ primavera	Ristrutturazione della sezione 'Meeting e Incentive' del sito www.ticino.ch . Nuovo motore di ricerca
	Newsletter TICB		autunno	Redazione e invio della prima newsletter del Ticino Convention Bureau a tutti i clienti del database
	Newsletter SCIB		quandrien- nale	Redazione delle notizie sul Ticino pubblicate nella newsletter di SCIB
	Evento Meeting Trophy		25.08.06	Partecipazione all'evento organizzato da SCIB con gli 80 clienti
	Altri viaggi di contatto		annuale	Incontri con clienti e partner
	Affiliazione allo Switzerland Convention & Incentive Bureau		annuale	Per il Ticino e Lugano (USA)

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
SVIZZERA					
Roberto Zimmermann	"On board magazine Helvetic Airways tir. 50'000 "	Merlot '06 e passeggiate nel Locarnese	13-15.01.06	1	Articolo pubblicato sul magazine trimestrale Helvetic Airways il 09.03.06
"500 anni Guardie Svizzere Pontificie", diversi mass-media (TV, radio, stampa)	Channel 3 Mosca audience 2,8 mio. NHK Japan Broadcasting Corporation Korean TV KBS Presseagentur Express. Arte Incontro in Libreria tir. 10'000 e altre testate	500 anni Guardie Svizzere Pontificie	05-09.04.06	15	"Articolo pubblicato su Arte Incontro in Libreria di luglio/ settembre 2006 dalla giornalista Anna Borgoni Articolo pubblicato su The Hamilton Spectator del 08.04.06 dalla giornalista Gabriella Broggi Fotografie dell'evento pubblicate sul sito www.express.ch
Andreas Krebs Davide Pilato	Natürlich tir. 92'500	Uccelli migratori alle Bolle di Magadino	07-10.04.06	2	Articolo pubblicato sulla rivista Natürlich di aprile 2006
Christiane Imsand Sacha Bittel	Le Nouvelliste tir. 157'000	Alptransit, Centovalli, Locarnese, Bellinzonese	03-04.07.06	2	Articolo pubblicato su Le Nouvelliste del 17.07.06
Claude-Yves Reymond	Wellness Magazine Santé/Gesundheit tir. 60'000 F tir. 30'000 D"	Wellness e Ascona	20-22.08.06	1	Pubblicazione dell'articolo prevista per l'autunno 2007

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
SVIZZERA					
Evento "Bergsommer" in collaborazione con Svizzera Turismo per la campagna promozionale "Berge" 24 giornalisti internazionali	Varie testate internazionali	Ticino con l'autopostale	29.08-01.09.06	24	Articolo pubblicato sulla rivista Sirius Travel di dicembre 2006, da Jiri Paducha, Praga Articolo pubblicato sul quotidiano MF/DNES del 07.10.06, da Michaela Buckova, Praga Articolo pubblicato sulla rivista Feeling Wonen e Gael Maison di aprile 2007 da Peter Schoemans, Amsterdam
Benoît Aimon	TSR1 (Télévision Suisse Romande), trasmissione "Passe-moi les jumelles"	Bellinzona e Valle Maggia	20.11-01.12.06	1	Servizio sulla Vallemaggia trasmesso quale inserto speciale nella trasmissione "Passe-moi les jumelles" del 20.11.06, ore 20.20 su TSR1 Servizio su Bellinzona nella trasmissione del 17.01.07, ore 20.20, sempre su TSR1

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
GERMANIA					
Dietlind Castor	"Rhein-Neckar-Zeitung" tir. 286'119 Kölnische Rundschau tir. 409'720"	Guardie Svizzere Pontificie e Centovalli	06-09.04.06	1	Articolo pubblicato sulla Rhein-Neckar-Zeitung del 22.04.06. Articolo pubblicato sulla Kölnische Rundschau del 10.05.06
Heidi Diehl Elke Backert Patrik Griesser Ingrid Hepperle Vera Krügel Elke Kürschner	Neues Deutschland tir. 58'476 Saarbrücker Zeitung tir. 186'173 Welt der Frau tir. 209'731	In collaborazione con RAILAWAY Ticino in generale e escursione sul Mt. Generoso	30.03-01.04.06	6	Articolo pubblicato su Neues Deutschland del 09.04.06
Andreas Heimann	DPOA/GMS Themendienst Neue Welt; Ostfriesen Zeitung; Reise-Magazin; Mindener Tageblatt; Badisches Tagblatt; Nordwest Zeitung; Lübecker Nachrichten; Südkurier; Thüringer Allgemeine; Donaukurier; Kieler Nachrichten; Schweriner Volkszeitung; Ostsee-Zeitung; Ausburger Allgemeine; Sächsische Zeitung; Ludwigsburger Kreiszeitung; Mindener Tageblatt; Flensburger Tageblatt; Rheinische Post; Oberhessische Presse; Reutlinger General-Anzeiger; Landeszeitung für die Lüneburger Heide	Kultur, Wandern, Merlot	23-26.04.06	1	Articoli da 1 a 4 pagine pubblicati nel mese di agosto

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
GERMANIA					
"Strasse der Lieder 2006". Trasmissione musicale d'intrattenimento della durata di 90 min. interamente dedicati al Ticino	SWR audience 13 mio.	Varie	20.04-05.06.06	35	Trasmissione andata in onda il 12.08.06, alle ore 20.15, su ARD. Inoltre sono state e saranno diffuse diverse repliche
Leserreise Garmisch-Partenkirchen	Radio Oberland	Ticino in generale	29-30.04.06	20	Viaggio in seguito alla conferenza stampa di Monaco
Barbara Schäfer	Reiseführer DuMont	Ticino	15-20.05.06	2	Guida pubblicata inizio 2007 con diverse novità e aggiornamenti
Sven Beckmann Cornelia Bruckner	Golf Week tir. 20'000 Golfen tir. 70'000	Ladies Swiss Open Golf Losone	18-22.05.06	2	Articolo pubblicato su Golf Week del 26.05.06
Birgit Hoyer	n-tv audience 800'000 (maggior canale d'informazione germanico) Berlin Non-Stop audience 3,6 mio.	Enogastronomia	01-04.06.06	1	Programma diffuso durante la trasmissione Berlin Non-Stop e n-tv Gourmet-Reise-Welt à la carte
Alexander Richter	Geldidee Wirtschaftsmagazin tir. 142'000" Neue Ruhr Zeitung, Westdeutsche Allgemeine, Ruhr Nachrichten, Westfalenpost, Recklinghäuser Zeitung, Westdeutsche Rundschau,	Ticino di lusso	07-10.06.06	1	Articolo pubblicato su Geldidee di agosto 2006. Articolo "Der lässigste Kanton der Eidgenossen"
Gerd Aschmann	Bayerischer Rundfunk - Fernweh audience 1 mio.	Ticino in generale	19-25.06.06	2	Programma diffuso il 20.05.07 sul Bayerischer Rundfunk alle ore 17.00
Andreas Lesti	Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung tir. 108'268"	Claustra e Alptransit	26-29.06.06	1	Articolo pubblicato sulla Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung del 24.09.06

Riprese di: "Die Strasse der Lieder"



3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
GERMANIA					
Marco Toniolo e 3 specialisti di Mountain Bike	Bike Magazin tir. 96'037	Percorsi ciclabili in riva ai Laghi	24-27.05.06 e 10-14.06.06	4	L'articolo sulla regione Lago Maggiore sarà pubblicato su Bike Magazin il 06.06.07. Un ulteriore articolo dedicato alla regione di Lugano sarà pubblicato sul numero seguente di Bike Magazin
Dr. Konrad Lechner	Wandermagazin tir. 36'000	3 itinerari escursionistici del Ticino	14-17.09.05	1	Articolo pubblicato su Wandermagazin di aprile/maggio 2006
Detlef Hartlap	Prisma tir. 4,7 mio.	Vacanze per famiglia, Hotel Losone	07-14.07.06	1	Articolo di 2 pagine pubblicato su Prisma del 12.08.06
Gunther Hartwig	Südwest Presse tir. 352'212 Badisches Tagblatt tir. 162'611 Fuldaer Zeitung tir. 61'068	Arte & Architettura, gastronomia, paesaggio	27-30.07.06	2	Articolo pubblicato sul quotidiano Südwest Presse il 21.04.07
Thomas Torkler	Rhein-Zeitung tir. 239'182	Valli del Ticino	28.07-01.08.06	2	Pubblicazione degli articoli prevista per l'estate 2007
Pascal Northdurft	Schwenk Film audience 15 mio.	Filmato sulle montagne svizzere tra le quali anche la Greina	15-16.08.06	6	Produzione europea di un documentario con Reinhold Messner che verrà trasmesso sui canali televisivi europei a Natale 2007
Rolf Esch	Glücks-Revue tir. 1,4 mio. Lisa Magazine tir. 756'100	Lugano	01-02.09.06	1	Pubblicazione degli articoli prevista per l'autunno 2007
Michael Ritter	FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung) tir. 426'471"	Merlot 06	03-07.09.06	1	Articolo pubblicato sulla rivista specializzata Selection Concept 2000plus il 05.01.07

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
GERMANIA					
Michael Marek Arianne Eichenberg	FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung) tir. 426'471	Valle Onsernone	29.09-01.10.06	2	Articolo pubblicato sulla Frankfurter Allgemeine, Reiseseite, il 19.04.07. Trasmissione radiofo- nica ""Die Glocken von Berzona"", 56 minuti, andata in onda su: ARD, NDR, BR e HR"
Alice Engel	Hessischer Rundfunk	Natura, passeggiate	03-07.10.06	2	Realizzazione di due reportages radiofonici sulle passeggiate in Ticino, previsti per l'estate 2007
Damaris Reist	3SAT audience 600'000	Centovalli	09-11.10.06	3	Reportage trasmesso sul canale 3SAT il 23.10.06, alle ore 22.25

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
ITALIA					
Livio Bourbon, giornalista Anne Perrin, fotografa	Tuttoturismo tir. 74'000	Città d'arte	17-19.03.06	2	Pubblicazione dell'articolo su Tuttoturismo prevista per l'autunno 2007
Alberto Gedda	RAI 2, "SopraTutto" audience 250'000	Alptransit e Infocentro	23-24.03.06	3	Programma di 30 min. intitolato "Ticino/Grigioni: San Gottardo, Porta Alpina", trasmesso il 30.03.06
Oswaldo Ferretti tir. 40'000	Caravan & Camper	Locarno e Ascona in primavera	30.03-03.04.06	1	Articolo pubblicato su Caravan & Camper di marzo 2007
Patrizia Magi	Metro Free Press contatti 1,3 mio.	500.mo Guardie Svizzere Pontificie	06-07.04.06	4	Articolo pubblicato su Metro Free Press del 21.04.06.
Lorenzo Caroselli	Radio città futura audience 33'000				Programma trasmesso il 07.04.06 su Radio Città futura.
Giovanna Chirri	ANSA				Articolo ANSA pubblicato il 07.04.06
Stefano Casati	Panorama Travel tir. 140'000 Volare tir. 30'000	Processioni storiche Mendrisio; REGA	13-15.04.06	2	Articolo dedicato alla REGA pubblicato su Volare, speciale elicotteri, in dicembre 2006. Articolo sulle processioni storiche di Mendrisio, pubblicato su Panorama Travel in aprile 2007
Sabrina Nobile Francesca Biagiotti	"Le iene", Mediaset audience 3 mio.	Spot Svizzera Turismo sui mondiali di calcio Germania	24-26.05.06	2	Filmato inserito nella trasmissione "Le iene" del 15.05.06 su Italia1
Roberto Rocca Ray	Panorama Travel tir. 140'000	Golf	14-17.05.06	1	Pubblicazione dell'articolo su Panorama Travel prevista per settembre 2007

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
ITALIA					
Carlo Sarti Cesare Di Patti	ITC Movie, Bologna, film commedia "Goodbye Mr. Zeus"	Riprese in Valle Verzasca e Agno	14-16.05.06	25	In attesa di venir proiettato al Filmfestival di Locarno. Uscita nei cinema italiani prevista in autunno 2007
Franco Fossati	Il Mondo del Golf tir. 24'500	Golf			Articolo pubblicato nell'edizione de Il mondo del Golf di giugno 2006
Luca De Franco Walter Rossignoli	Vivere la montagna Meridiani montagne tir. 75'000 www.adagio.it A ruota libera	Malcantone Bike Tour	10-11.06.06	2	Pubblicazione degli articoli prevista per settembre 2007
Carlo Feola	DOVE contatti 205'000	Bellinzona	02.07.06	1	Articolo pubblicato su Dove di settembre 2006
Chiara Alpago-Novello	GEO tir. 80'000	Val Bavona	06-08.07.06	2	Pubblicazione dell'articolo prevista per luglio 2007
Marco Albino Ferrari Simona Parise Giovanni Capra Livio Piatta Ezio Turchetti Simone Bracchi	La Stampa tir. 326'429	Le Alpi in bici	12-13.07.06	6	Articolo pubblicato su La Stampa del 18.08.06
Gianni Franchellucci Marinella Paolini Mauro Fanfoni	AD tir. 670'000 Io Donna tir. 900'000 Ville & Casali for Weekending tir. 89'971	Seduta fotografica in una villa a Minusio e servizio sull'hotel Castello del Sole	19-20.07.06	3	Pubblicazione dell'articolo prevista per l'estate 2007
Andrea Battaglini	Io Donna tir. 900'000	Locarno	03-06.08.06	1	Articoli pubblicati sulla rivista Io Donna il 29.07.06 e il 10.08.06

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
ITALIA					
Anna Maria Borgoni	Mondo in Tasca Acherdo	Viaggio stampa organizzato in	06-08.10.06	5	Trasmissione di 2 min. ripetuta per
Claudia Farina	RAI3 Mondo Sommerso	collaborazione con la GIST (gruppo			una settimana su Radio Alta.
Renato Girello	Radio Alta	italiano stampa			Articolo pubblicato
Paola Sammartano	audience 1mio. www.viaggivacanze.info	turistica) a Lugano e dintorni			su www. viaggivacanze.info dell'11.11.06.
Gianluigi Sosio					



Attività all'estero

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
BENELUX					
Xandra Von Baarle	Algemeen Dagblad tir. 555'000 contatti 971'250	Weekend destinazione Lugano	31.03-02.04.06	1	Articolo pubblicato su Algemeen Dagblad il 03.09.06
Christel Lemmens Luc Van De Steene	Guida per motociclisti tir. 12'000	Cartina/guida per motociclisti	27-29.06.06	2	Pubblicazione della guida prevista per inizio estate 2007
Nelleke Launspach	Talkies tir. 30'000	Wellnessreportage Ascona	02-04.07.06	1	Articolo pubblicato sulla rivista Talkies di maggio 2007
Gerrit Jan Zwier Maarten Noordijk	Man of all Seasons tir. 30'000 Wandelkrant Te Voet tir. 25'000	Escursione in montagna da capanna a capanna - Valle di Blenio	16-19.08.06	2	Articolo pubblicato su Wandelkrant Te Voet del 15.11.06
Michael Vaerewijck	Weekend Knack tir. 138'450	Ticino "trendy"	08-09.09.06	1	Articolo pubblicato su Weekend Knack l'11.10.06
Elio Pelzers	Travelguide Elmar Verlag tir. 30'000	Ticino	14-21.10.06	1	Nuova guida Elmar Reishandboek pubblicata in primavera 2007
Vincent Verelst Marijne Bruggeman Rudi Bogaerts	TV Belga, Canale 1, trasmissione Vlaanderen Vakantieland audience 600'000	Ticino	23-31.10.06	4	Programmazione della trasmissione Vlaanderen Vakantieland prevista per il 13.10.07

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
REGNO UNITO					
Helen Smith	The Rough Guide tir. 1 mio.	Foto per The Rough Guide, Lakes region	09-11.01.06	1	Nuova guida dei laghi pubblicata in estate 2006
Carolyn Lyons	Financial Times tir. 498'000	Parte svizzera del Lago Maggiore	12-16.07.06	2	Articolo pubblicato sul Financial Times il 09.09.06
Jane Winterbugh	DIVA tir. 35'000	Wellness	20-22.10.06	2	Articolo pubblicato su DIVA del 01.02.07
Helen Pickles	Daily Mail tir. 2,5 mio	Ticino generale	25.08-01.09.06	1	Pubblicazione dell'articolo prevista per l'estate 2007

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
NORDAMERICA					
Pat Brennan	The Examiner	Ticino,	15-17.06.06	6	Articoli pubblicati su:
Don Heimbürger	tir. 24'500	musei,			The Examiner
Beverly Mann	The Nugget	treni speciali			del 26.08.06,
Sharon Hudgins	tir. 17'000				The Nugget del
Albert Fernando	The Expositor				19.08.06,
Susan	tir. 24'200				The Expositor
MacCallum-Whitcomb	Sn2 Modeler				del 12.08.06,
	tir. 14'000				S Gaugian di
	S Gaugin				gennaio 2007 e
	tir. 20'000				www.
	www.heimburgerhouse.com				heimburgerhouse.com
	National Geographic Traveler				del 09.01.07
	tir. 6,8 mio.				
	Copley News Services				
	contacts 2 mio.				
	Emond Senior				
	tir. 60'000				
	Calgary Senior				
	tir. 20'000				
	Doctor's Review				
	tir. 151'859				
Paul French	The Canadian	Marcia	05-07.04.06	1	Libro sulla storia
	Broadcasting Company	commemorativa			delle Guardie Svizzere
	(radio)	Guardie Svizzere			Pontificie in
	The Globe and Mail	Pontificie			lavorazione
	tir. 1,3 mio.				
Andrew Mersmann giornalista	Passport Magazine	Gay & Lesbian	18-21.06.06	2	Pubblicazione
Robert Pederson fotografo	tir. 163'000	Travel			dell'articolo prevista
					per l'estate 2007
Carol Jacobs	Travel Girl Magazine	Escursioni, Food & Wine, musei	21-26.07.06	1	Pubblicazione
	tir. 250'000				dell'articolo prevista
					per l'estate 2007
James Weaver	Courier Times	Lugano	12-15.09.06	1	Pubblicazione articolo
	Telegraph, Tyler				prevista per il 2007
Bonnie Carroll	www.lifebitesnews.com	Food & Wine, Wellness, Luxury	12-15.09.06	1	Due articoli pubblicati
	14'000 visitatori settimanali				su www.
	Magazin Millionaires				lifebitesnews.com
	tir. 23'000				di gennaio 2007
	Beverly Hills Times				
	Magazine				
	tir. 60'000				

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
NORDAMERICA					
Athena Lucero	The Copley News Service contacts 2 mio.	Ticino	05-12.10.06	2	Pubblicazione prevista per l'estate 2007
Igor Lobanov Sylvia Lobanov	Travel Editor tir. 1,5 mio.	Ticino	23-28.10.06	2	Pubblicazione dell'articolo prevista per fine 2007
Andrew Yang Christine Tibbets Christine O'Toole Margaret Swaine Bassam AL-Sarraj Ronald Bruce Stern David Mannis Mark Liebermann Marylin Zeitlin	Culture & Travel Magazine tir. 200'000 Tifton Gazette tir. 25'000 www.TravelWorldMagazine.com 100'00 visitatori/sett. Pittsburgh Post tir. 400'000 Miami Herald & Continental Airlines Privilege Magazine tir. 320'000 Rich Guy Magazine tir. 260'000 www.justsaygo.com San Diego Community Newspaper Group tir. 400'000 Genre Magazine tir. 260'000 L.A. Times tir. 1,7 mio. Christian Science Monitor tir. 330'000	Art & Architecture	09-14.11.06	10	Articolo pubblicato su The Tifton Gazette del 03.12.06 da Christine Tibbets. Altri articoli previsti nel corso del 2007

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
RUSSIA					
Marina Petukhova Anton Selivanov Emir Tazutdinov	TV Channel 3	Celebrazione Guardie Svizzere Pontificie	05-07.04.06	3	Servizio su TV Channel3 nel mese di aprile 2006
Sonya Sokolova Polina Nazarkina Olga Volkova Alla Sokolova Natalia Smirnova	Rambler Travel 150'000 visitatori/sett. 7TV/Burda Publishing H tir. 140'000 Arbat Prestige tir. 500'000 Puteshestvie po svetu tir. 30'000 Gloria tir. 350'000	Gastronomia, cultura e architettura	10-14.09.06	6	Articolo pubblicato sulla rivista settimanale 7TV del 27.09.06. Articolo pubblicato sulla rivista Arbat Prestige di aprile 2007 Articolo di 3 pagine pubblicato sulla rivista Gloria di aprile 2007
Anatoly Eides publisher	Swiss Style (Inflight Magazine) tir. 10'000	Shopping	-	-	Articolo pubblicato sulla rivista inflight "Swiss Style" estate 2006
Tatiana Chtcherbina Alexander Tiagny-Riadno	GEO tir. 100'000 National Geographic Madame Figaro tir. 100'000 Travel & Leisure Forbes tir. 50'000	Luxury & Design	16-18.09.06	2	Articolo pubblicato sulla rivista Geo Traveller il 10.10.07. Articolo pubblicato sulla rivista Forbes Style il 23.10.06
Ekaterina Pugacheva Sergey Serebryakov	Guida svizzera Wellness per mercato russo	Wellness	08-11.10.06	2	La guida sarà pubblicata nel corso del 2007

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
CINA					
Bai Xiao	Beijing TV 7	Bellinzona	06-08.02.06	13	Servizio su Shanghai
Xiao Yan Li	audience 3 mio.	UNESCO,			Traveller TV,
Yanhong Zhao	Sohu.com	Lugano			trasmesso nei mesi
Xun Sun	audience 5,5 mio.				di aprile, giugno e
Quansheng Xue	Beijing Music Radio				luglio 2006
Dong Sheng Zhang	audience 4 mio.				Servizio speciale della
Zhoutong Wu	New Voyage				China Beijing TV
Wuenzhong Li	tir. 173'800				station, 2 puntate
Zhouwei Bai	Beijing Evening News				di 25 min. ciascuna,
Linying Xu	tir. 1 mio.				trasmesso il 17 e
Wenting Zhu	Traveler magazine				18.03.06
Tianyi Li	tir. 280'000				Servizio della Beijing
					Music Radio sulla
					Svizzera trasmesso
					durante tutta una
					settimana in febbraio
					2006
					Articolo pubblicato
					sulla rivista New
					Voyage in estate 2006
					Diversi reportages
					pubblicati sul sito
					www.sohu.com
					in febbraio 2006
Raymond Ho	Sing Pao Daily	Ticino generale	13-16.05.06	1	Articolo pubblicato
	tir. 150'000				su "Sing Pao Daily"
					del 04.07.06
Diana Tai	U-magazine	Ticino generale	20-22.05.06	4	Articolo pubblicato
Edmund Chan	tir. 80'000				su "Capital" di
Flex Chan	Capital				agosto 2006
	tir. 50'000				
Tony Ho	The Alps Guide	Ticino generale	22-25.06.06	1	Pubblicazione previ-
	tir. 200'000				sta per agosto 2007
Wu Long	STV Shanghai, Daily Kitchen	Gastronomia	23-24.06.06	5	Programma trasmesso
	audience 170'000				nel mese di luglio
					2006 (orario: lu-ve
					18.00-18.15)
Jang Bing	Anja Magazine	Ticino generale	20-21.08.06	3	Articolo pubblicato
Mr. Han Bo	tir. 112'000				su Anja Magazine
Ms. Zhou Yi					di dicembre 2006

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
COREA					
Kim Hye-In Lim Sung-Wook Lee Kyu-Yeol Kang Mi-Seung	Guida specializzata in lune di miele "Romantic Swiss Honeymoon"	Ticino romantico	04-05.05.06	5	Guida pubblicata in giugno 2006
Swiss Friends: Han-Sun Cho, attore	Switzerland for You, edito da Svizzera Turismo	Ticino dinamico	13-15.05.06	17	Grande servizio pubblicato in settembre 2006, in collaborazione con Svizzera Turismo Seoul nel libro "Switzerland for You", 120 pagine di cui 12 sul Ticino
FAM Trip Corea Swiss Arte Team	Viaggio promozionale con diverse personalità coreane	Architettura e arte	31.05-03.06.06	11	Viaggio studio di diversi personaggi coreani importanti dell'imprenditoria, dell'architettura, della letteratura, del cinema e della televisione
Uni SONG	www.travelpress.co.kr	Ticino generale	24-27.10.06	1	Articolo pubblicato sul sito www.travelpress.co.kr il 13.11.06

3.

MARKETING VIAGGI STAMPA

GIORNALISTA	TESTATA	TEMA	DATA	PAX	SERVIZIO
GIAPPONE					
Tokiko Okabe Yasutaka Arai	BS Nippon, Travelix-World Travel Experience audience 10 mio.	Ticino generale, Food & Wine, architettura	31.01-06.02.06	6	Servizio diffuso su BS Nippon TV il 12,19 e 26.03.06 e il 02.04.06, ore 21.00 - 22.00
Shuhei Ikehata Izumi Aoki Carl Dutli Sebastien Hue	NHK - Japan Broadcasting Corporation	Marcia celebrativa Guardie Svizzere Pontificie	06-07.04.06	4	Servizio sull'evento trasmesso su diverse TV giapponesi
Koichiro Nakamura Toru Otawara	Magazin Tarzan tir. 150'000	Mountain Bike in Ticino	17-21.05.06	4	Articolo pubblicato su Tarzan di luglio 2006
Makoto Kimura Mikado Koyanagi Momi Ito	Pooka tir. 30'000	Arte (Max Huber Museum; Aoi Huber)	17-18.05.06	3	Articolo pubblicato su Pooka di luglio 2006
Tamaho Koiwa Famiglia Osamu Sekiguchi	Vari media (web, TV, giornali)	Attraverso l'Europa in bicicletta a scopo benefico	18-20.06.06	6	Servizi giornalieri su diversi media giapponesi

3.

MARKETING SITO INTERNET

TICINOINFO UNA REALTÀ...DA CONDIVIDERE

La piattaforma del turismo e del tempo libero ticinese nel 2006 torna ad essere condivisa dai maggiori partner. Questo grazie allo sforzo che la società ha fatto negli ultimi 12 mesi. Sforzo che ha portato a ricompattare il turismo ticinese dietro la realtà di una grande banca dati condivisa e di una società che svolge la funzione di centro di servizi per i partner che utilizzano la piattaforma.

Il turismo ticinese è sano e le statistiche lo confermano con un trend positivo. Grazie a questo, l'umore degli azionisti è favorevole e ciò ha permesso alla società di rilanciarsi e crescere. Il progetto TicinoInfo II è stato chiuso alla fine del 2005 rispettando i tempi e il budget stabilito.

Nel 2006 la piattaforma si è affermata sempre più come una realtà condivisa dai maggiori operatori del settore. Le importanti collaborazioni strette nel corso dello scorso anno, confermano questa affermazione e sono un attestato di fiducia nei confronti di chi, anche negli anni difficili, ha saputo portare avanti una visione che sempre più si afferma come realtà efficiente e professionale. Nel 2006 la società si è concentrata su quattro obiettivi strategici: reperibilità su Internet, presentazione informazioni (quantità, qualità e valore delle "news"), consolidamento finanziario e ricerca di collaborazioni e partner.

La crescita del portale

La reperibilità su Internet si misura con le visite e le pagine visualizzate dagli utenti. Per raggiungere gli obiettivi prefissati dal CdA, la direzione si è concentrata sul miglioramento della struttura generale del sito e delle pagine che lo costituiscono, e ha quindi realizzato misure di posizionamento organico. I risultati di questi interventi sono stati solo in parte visibili, visto che il maggiore sforzo è stato compiuto negli ultimi mesi dell'anno.

In ogni modo, il sito www.ticino.ch e i sottositi per le singole destinazioni presentano un buon aumento di traffico. Infatti, nel 2006 abbiamo superato, per la prima volta il milione di visite, segnando un +24%.

3.

MARKETING SITO INTERNET

Le pagine viste sono state 9'292'828 e segnano a loro volta un +30% .

Queste cifre, ci permettono di dire che siamo sulla buona strada per raggiungere l'ambizioso obiettivo dichiarato con la presentazione del progetto TicinoInfo II nel 2004, che prevede il raddoppio delle visite del 2003 (668'912) entro la fine del 2007.

Un'ottima situazione finanziaria

La società, con il progetto TicinoInfo II, ha investito quasi mezzo milione di franchi negli anni 2004-2005. La situazione positiva del settore, l'impegno e la volontà del CdA, e il buon operato della direzione, hanno permesso di presentare una chiusura del conto economico 2006 che rispettava il preventivo.

Con il 2006, la società può presentare per la prima volta una situazione che la vede libera da oneri nei confronti di terzi, avendo praticamente già ammortizzato il grosso investimento fatto negli ultimi due anni.

I principali progetti esterni

Nel corso del 2006, considerato anche l'ottimo andamento finanziario, la società ha potuto concentrarsi sull'operatività: in questo ambito, sono stati realizzati pure alcuni progetti legati ai nostri azionisti.

La campagna "Tutte le strade portano in Ticino", realizzata per Ticino Turismo, ha visto anche la collaborazione di tutti gli operatori del settore. Sempre per Ticino Turismo, TicinoInfo ha gestito la realizzazione dei minisiti in olandese, cinese tradizionale e semplice, coreano, russo e giapponese. Per nostra iniziativa, è stato lanciato il progetto "Sentieri sul Web", sostenuto per il 50% da Ticino Turismo.

Con GastroTicino, si è lavorato ai progetti www.ristoranti.ch e www.gastroticino.ch che vedranno la luce nel corso del 2007.

Per finire, con gli albergatori abbiamo collabo-

rato in merito alla problematica delle offerte speciali e del formulario elettronico, unico per la raccolta dei dati.

... e le nuove importanti collaborazioni

La società, seguendo gli obiettivi strategici, ha pure allargato lo spettro delle sue collaborazioni: a livello nazionale, con la ricerca di partner per la distribuzione dei contenuti, mentre a livello locale con aziende disposte a condividere la piattaforma, in particolar modo la banca dati e il sistema di gestione. In questo ambito vanno citati i siti:

- www.lakesandalps.com: sito di promozione delle eccellenze turistiche dell'Insubria.

Realizzato grazie ad un progetto Interreg IIIA dalle province di Novara, Verbania-Cusio-Ossola, Varese, Como, Lecco e dal Canton Ticino.

- www.maggiore.ch: sito di informazione dell'Ente Turistico Lago Maggiore.

Realizzato grazie all'accordo con l'Ente Turistico Lago Maggiore con il sostegno delle principali associazioni di categoria.

www.maggiore.ch è il fiore all'occhiello dell'anno 2006. Questo progetto porta ad un'importante sinergia della quale approfittano, oltre a www.ticino.ch e www.maggiore.ch, tutti gli operatori attivi in quella regione: infatti, comunicando ad un solo partner la modifica di un loro dato, essi lo vedono modificato sul sito dell'ente locale, sulla piattaforma ufficiale del turismo ticinese, ma anche su quelli delle principali associazioni di categoria.

La nuova Newsletter di MediaZone

Nel corso del 2006, e più precisamente a partire da marzo, il servizio online per media e partner MediaZone si è arricchito di un tassello: la nuova newsletter, indirizzata a tutti i media, ai partner e agli interessati iscritti. Si tratta di un'informazione che, diffusa ogni 6 settimane circa, riguarda l'attività di Ticino Turismo, le iniziative di marketing in corso, le statistiche attuali e tutte quelle notizie che possono interessare chi gravita attorno al mondo del

3.

MARKETING SITO INTERNET

turismo. Questo servizio amplifica i contenuti informativi di MediaZone costantemente aggiornati in tutte le sue sezioni: news del settore, informazioni istituzionali, Osservatorio e Media Service. Le cifre di visita in crescita, nonché i feedback raccolti direttamente, dimostrano come questo servizio sia sempre più conosciuto, utilizzato e apprezzato. Con l'introduzione del nuovo indirizzo generale <http://www.ticino.ch>, l'accesso a MediaZone è possibile, oltre che dal sito principale, anche digitando l'indirizzo <http://mediazone.ticino.ch>.

Il 2006 ci ha portato a consolidare le finanze, la visibilità e la reperibilità su Internet. Anche in futuro si cercherà di seguire la stessa linea. Gli obiettivi

reperibilità su Internet, presentazione, qualità e quantità delle informazioni saranno sempre al centro delle nostre attenzioni.

In futuro sarà importante aumentare il grado di commercializzazione del sito e continuare nella ricerca di partner.

Internet è attualmente il principale player sul mercato turistico: solo unendo le nostre forze, potremmo ricoprire, assieme al Ticino, un ruolo importante in futuro anche sul Web.

In conclusione, ringraziamo gli azionisti, tutti gli operatori turistici, le associazioni di categoria e i vari partner per il sostegno, la condivisione del progetto e delle visioni, passate e future, della società.

La nuova homepage



4.

COMMENTO ALLE STATISTICHE

Metodologia di rilevamento dati per la Svizzera e il Ticino

L'attuale rilevamento statistico federale, gestito dall'Ufficio federale di statistica (UST), si limita al settore alberghiero (hotel e case di cura) e a parte di quello paralberghiero (campeggi e ostelli per la gioventù). L'UST si occupa di rilevare mensilmente i principali indicatori turistici (pernottamenti, arrivi, mercati di provenienza, ecc.) presso le oltre 5'600 strutture del Paese.

L'incompletezza dei dati paralberghieri viene coperta a livello cantonale, con i dati calcolati sulla base della tassa di soggiorno.

Risultati della Svizzera

Nel 2006, in Svizzera sono stati registrati complessivamente 34'848'426 pernottamenti alberghieri, pari ad un aumento del 5.8% rispetto al 2005. L'andamento positivo è stato ottenuto grazie agli importanti incrementi registrati sia dai turisti domestici (+4%), i quali hanno ritrovato la voglia di trascorrere le vacanze nel proprio Paese, che da quelli internazionali (+7.2%). Infatti, grazie al cambio valutare vantaggioso, tutti i principali mercati esteri hanno segnato degli incrementi: la Germania del 3.5%, il Regno Unito del 8.8%, gli Stati Uniti d'America dell'11%, la Francia del 3.6% e l'Italia del 4.5%.

Risultati del Ticino

Secondo i dati forniti dall'UST, il Ticino ha registrato nel 2006 2'706'649 pernottamenti alberghieri, ovvero un incremento del 6.6% rispetto al 2005. Stessa tendenza positiva sul fronte degli arrivi che nel periodo di rilevamento sono aumentati di oltre 112'000 (+10.4%) raggiungendo quota 1'191'575.

Sul fronte della provenienza degli ospiti, il risultato brillante del 2006 è stato conseguito principalmente grazie al mercato svizzero, che ha generato un totale di 1'523'597 pernottamenti alberghieri, ossia un aumento del 10.1% rispetto all'anno precedente. Questo risultato è in ampia parte imputabile all'Azione Soci Raiffeisen, che ha permesso condizioni di promozione e di offerta del nostro Cantone particolarmente vantaggiose in tutta la Svizzera. Anche dai mercati esteri, però, i risultati sono incoraggianti: complessivamente l'incremento fatto registrare dai mercati esteri è del +2.4%. Tra questi, da segnalare la stagnazione del mercato germanico (-0.3%), che letto in chiave positiva rappresenta però la fine dell'erosione degli ultimi anni, e gli ottimi risultati dei mercati italiano (+4.7%), statunitense (+8.3%) e belga (+9.6%).

Tra i mercati emergenti, quelli asiatici hanno fatto registrare un incremento del +14.1%, invertendo la tendenza in atto sino all'anno scorso soprattutto a causa dell'erosione di pernottamenti dal Giappone. Malgrado il fatto che i dati quantitativi assoluti rimangano contenuti, il tasso di crescita di questi mercati (Cina, Giappone, Taiwan, Corea del sud e Hong Kong) rappresenta una sfida anche per il futuro.

Disgregando i dati per categoria alberghiera, possiamo notare come nel 2006 le strutture ad 1 stella abbiano segnato dei risultati negativi, quantificabili in perdite del 9.2%. Ottimi risultati sono invece stati rilevati dalle altre categorie: 5 stelle (+10.3%), 4 stelle (+13.6%), 3 stelle (+4.1%) e 2 stelle (+20.2%).

4.

COMMENTO ALLE STATISTICHE

In base alla tassa di soggiorno, nel 2006 i pernottamenti generati nel settore alberghiero e paralberghiero ticinese (escluso i forfait) sono stati 4'387'107, 154'947 in più rispetto al risultato conseguito nel 2005, pari ad un risultato totale di +3.7%.

Nella Destinazione Lago Maggiore e Valli sono stati generati 2'542'505 pernottamenti pari ad un aumento del 3.6%, quantificabile in 88'118 pernottamenti in più rispetto al 2005. La Destinazione Regione Lago di Lugano ha registrato complessivamente 1'523'855 pernottamenti, il che significa un risultato in crescita rispetto a quello conseguito nel 2005 del 3.9%. Le notti trascorse nella Destinazione Bellinzona e Alto Ticino sono state invece 320'747; nel corso del 2006 si è verificato un aumento della domanda del 3% rispetto al 2005.

Per quanto concerne il solo settore alberghiero (alberghi, garni, motel, ristoranti con alloggi), nel 2006 esso ha generato 2'414'703 pernottamenti, ovvero un incremento di 95'818 pernottamenti (+4.1%) rispetto al 2005. Tutte le destinazioni hanno chiuso l'anno con incrementi: Lago Maggiore e Valli del 4.4%, Regione Lago di Lugano del 4.1% e Bellinzona e Alto Ticino del 2.7%. Da sottolineare che in valori assoluti, i comprensori turistici del

Lago Maggiore e del Mendrisiotto e Basso Ceresio hanno registrato gli aumenti più importanti.

Nel settore paralberghiero ticinese sono stati rilevati crescita in tutti i tre comparti. Il comparto degli ostelli per la gioventù e le capanne ha registrato un leggero aumento nei pernottamenti del 0.6%, grazie in primo luogo al balzo in avanti rilevato dalla Destinazione Bellinzona e Alto Ticino (+5.6%).

Risultato positivo anche per il comparto case e appartamenti di vacanza: a livello cantonale il risultato mostra un incremento pari al 2.6% (senza forfait). Delle tre destinazioni, Lago Maggiore e Valli è quello che segna, in termini assoluti, il risultato migliore. A livello regionale, i comprensori di Lugano e Biasca Turismo hanno registrato delle perdite di rispettivamente il 2.7% e il 14%. Un importante aumento è stato invece rilevato dal comprensorio di Malcantone Turismo (+14.1%).

Infine, tendenza positiva per i campeggi, i quali a livello cantonale hanno registrato un aumento pari al 4.4%. Risultati brillanti sono stati ottenuti dai comprensori della Destinazione Lago Maggiore e Valli. Per quanto riguarda i campeggi, va però segnalato che l'unico dato che esiste ingloba pernottamenti e forfait; questo impedisce la perfetta comparabilità con le altre categorie d'alloggio.

¹ La differenza di pernottamenti alberghieri del 2006, risultante tra il valore calcolato sulla base della tassa di soggiorno e quello rilevato dall'UST, è causata dalla fascia di turisti esenti dall'obbligo di pagare la tassa di soggiorno (ad esempio: ospiti di età inferiore ai 14 anni o membri dell'esercito) e che quindi sfuggono alla statistica basata sulla tassa. Considerando l'enfasi promozionale messa sul target "famiglia", è lecito supporre che questa differenza aumenterà ulteriormente.

5. STATISTICHE

Industria alberghiera e altre infrastrutture

	2005	2006	DIFFERENZA ASSOLUTA	DIFF. %	
ET Lago Maggiore	5'841'191	6'097'281	256'090	4.4	
Gambarogno Turismo	959'477	985'983	26'506	2.8	
ET di Tenero e Valle Verzasca	959'466	963'544	4'078	0.4	
Vallemaggia Turismo	680'390	887'292	206'902	30.4	
DESTINAZIONE LAGO MAGGIORE E VALLI	8'440'524	8'934'100	493'576	5.8	
Lugano Turismo	2'482'185	2'522'986	40'801	1.6	
Malcantone Turismo	1'109'050	1'126'500	17'450	1.6	
Mendrisiotto Turismo	616'991	722'897	105'906	17.2	
DESTINAZIONE REGIONE LAGO DI LUGANO	4'208'226	4'372'383	164'157	3.9	
Bellinzona Turismo	328'516	333'596	5'080	1.5	
Biasca Turismo	98'694	102'472	3'778	3.8	
Blenio Turismo	448'605	447'762	-843	-0.2	
Leventina Turismo	508'045	502'097	-5'948	-1.2	
DESTINAZIONE BELLINZONA E ALTO TICINO	1'383'860	1'385'927	2'067	0.1	
Totali	14'032'610	14'692'410	659'800	4.7	Pernottamenti base TS

Alberghi, garni, motel, ristoranti con alloggio

	2005	2006	DIFFERENZA ASSOLUTA	DIFF. %	
ET Lago Maggiore	957'209	991'633	34'424	3.6	
Gambarogno Turismo	58'390	67'068	8'678	14.9	
ET di Tenero e Valle Verzasca	38'470	39'192	722	1.9	
Vallemaggia Turismo	20'175	23'561	3'386	16.8	
DESTINAZIONE LAGO MAGGIORE E VALLI	1'074'244	1'121'454	47'210	4.4	
Lugano Turismo	790'088	804'537	14'449	1.8	
Malcantone Turismo	163'595	172'305	8'710	5.3	
Mendrisiotto Turismo	134'001	155'162	21'161	15.8	
DESTINAZIONE REGIONE LAGO DI LUGANO	1'087'684	1'132'004	44'320	4.1	
Bellinzona Turismo	97'010	99'696	2'686	2.8	
Biasca Turismo	8'654	9'554	900	10.4	
Blenio Turismo	12'541	11'065	-1'476	-11.8	
Leventina Turismo	38'752	40'930	2'178	5.6	
DESTINAZIONE BELLINZONA E ALTO TICINO	156'957	161'245	4'288	2.7	
Totali	2'318'885	2'414'703	95'818	4.1	Pernottamenti base TS

5. STATISTICHE

Case e appartamenti di vacanza, camere private

	2005	2006	DIFFERENZA ASSOLUTA	DIFF. %	
ET Lago Maggiore	324'745	327'270	2'525	0.8	
Gambarogno Turismo	113'298	116'100	2'802	2.5	
ET di Tenero e Valle Verzasca	45'800	48'684	2'884	6.3	
Vallemaggia Turismo	45'214	46'449	1'235	2.7	
DESTINAZIONE LAGO MAGGIORE E VALLI	529'057	538'503	9'446	1.8	
Lugano Turismo	97'939	95'283	-2'656	-2.7	
Malcantone Turismo	59'242	67'612	8'370	14.1	
Mendrisiotto Turismo	16'291	18'316	2'025	12.4	
DESTINAZIONE REGIONE LAGO DI LUGANO	173'472	181'211	7'739	4.5	
Bellinzona Turismo	4'123	4'329	206	5.0	
Biasca Turismo	2'145	1'845	-300	-14.0	
Blenio Turismo	12'332	13'828	1'496	12.1	
Leventina Turismo	3'699	3'811	112	3.0	
DESTINAZIONE BELLINZONA E ALTO TICINO	22'299	23'813	1'514	6.8	
Totali	724'828	743'527	18'699	2.6	Pernottamenti base TS

Case e appartamenti di vacanza, camere private (Forfaits)

	2005	2006	DIFFERENZA ASSOLUTA	DIFF. %	
ET Lago Maggiore	4'349'227	4'559'095	209'868	4.8	
Gambarogno Turismo	780'540	793'850	13'310	1.7	
ET di Tenero e Valle Verzasca	351'770	343'490	-8'280	-2.4	
Vallemaggia Turismo	504'600	695'160	190'560	37.8	
DESTINAZIONE LAGO MAGGIORE E VALLI	5'986'137	6'391'595	405'458	6.8	
Lugano Turismo	1'487'014	1'509'662	22'648	1.5	
Malcantone Turismo	834'520	835'080	560	0.1	
Mendrisiotto Turismo	420'230	503'786	83'556	19.9	
DESTINAZIONE REGIONE LAGO DI LUGANO	2'741'764	2'848'528	106'764	3.9	
Bellinzona Turismo	161'889	165'800	3'911	2.4	
Biasca Turismo	77'340	78'860	1'520	2.0	
Blenio Turismo	402'300	396'940	-5'360	-1.3	
Leventina Turismo	431'020	423'580	-7'440	-1.7	
DESTINAZIONE BELLINZONA E ALTO TICINO	1'072'549	1'065'180	-7'369	-0.7	
Totali	9'800'450	10'305'303	504'853	5.2	Pernottamenti base TS

5. STATISTICHE

Campeggi

	2005	2006	DIFFERENZA ASSOLUTA	DIFF. %	
ET Lago Maggiore	147'432	157'801	10'369	7.0	
Gambarogno Turismo	3'707	5'070	1'363	36.8	
ET di Tenero e Valle Verzasca	443'472	454'403	10'931	2.5	
Vallemaggia Turismo	87'822	100'129	12'307	14.0	
DESTINAZIONE LAGO MAGGIORE E VALLI	682'433	717'403	34'970	5.1	
Lugano Turismo	55'098	59'651	4'553	8.3	
Malcantone Turismo	41'941	41'944	3	0.0	
Mendrisiotto Turismo	35'759	35'428	-331	-0.9	
DESTINAZIONE REGIONE LAGO DI LUGANO	132'798	137'023	4'225	3.2	
Bellinzona Turismo	39'715	39'090	-625	-1.6	
Biasca Turismo	7'415	9'322	1'907	25.7	
Blenio Turismo	3'530	2'303	-1'227	-34.8	
Leventina Turismo	2'641	1'820	-821	-31.1	
DESTINAZIONE BELLINZONA E ALTO TICINO	53'301	52'535	-7.66	-1.4	
Totali	868'532	906'961	38'429	4.4	Pernottamenti base TS

Ostelli per la gioventù / capanne

	2005	2006	DIFFERENZA ASSOLUTA	DIFF. %	
ET Lago Maggiore	62'578	61'482	-1'096	-1.8	
Gambarogno Turismo	3'542	3'895	353	10.0	
ET di Tenero e Valle Verzasca	79'954	77'775	-2'179	-2.7	
Vallemaggia Turismo	22'579	21'993	-586	-2.6	
DESTINAZIONE LAGO MAGGIORE E VALLI	168'653	165'145	-3'508	-2.1	
Lugano Turismo	52'046	53'853	1'807	3.5	
Malcantone Turismo	9'752	9'559	-193	-2.0	
Mendrisiotto Turismo	10'710	10'205	-505	-4.7	
DESTINAZIONE REGIONE LAGO DI LUGANO	72'508	73'617	1'109	1.5	
Bellinzona Turismo	25'779	24'681	-1'098	-4.3	
Biasca Turismo	3'140	2'891	-249	-7.9	
Blenio Turismo	17'902	23'626	5'724	32.0	
Leventina Turismo	31'933	31'956	23	0.1	
DESTINAZIONE BELLINZONA E ALTO TICINO	78'754	83'154	4'400	5.6	
Totali	319'915	321'916	2'001	0.6	Pernottamenti base TS

5. STATISTICHE

Ripartizione per categoria dei pernottamenti per Ente turistico locale e Destinazione

1. Alberghi, garni, motel, ristoranti con alloggio
2. Case e appartamenti di vacanza, camere private
3. Forfaits

4. Campeggi
5. Ostelli per la gioventù/capanne

	1	2	3	4	5	
	%	%	%	%	%	
ET Lago Maggiore	16.26	5.37	74.77	2.59	1.01	
Gambarogno Turismo	6.80	11.78	80.51	0.51	0.40	
ET di Tenero e Valle Verzasca	4.07	5.05	35.65	47.16	8.07	
Vallemaggia Turismo	2.66	5.23	78.35	11.28	2.48	
DESTINAZIONE LAGO MAGGIORE E VALLI	12.55	6.03	71.54	8.03	1.85	
Lugano Turismo	31.89	3.78	59.84	2.36	2.13	
Malcantone Turismo	15.30	6.00	74.13	3.72	0.85	
Mendrisiotto Turismo	21.46	2.53	69.69	4.90	1.41	
DESTINAZIONE REGIONE LAGO DI LUGANO	25.89	4.14	65.15	3.13	1.68	
Bellinzona Turismo	29.89	1.30	49.70	11.72	7.40	
Biasca Turismo	9.32	1.80	76.96	9.10	2.82	
Blenio Turismo	2.47	3.09	88.65	0.51	5.28	
Leventina Turismo	8.15	0.76	84.36	0.36	6.36	
DESTINAZIONE BELLINZONA E ALTO TICINO	11.63	1.72	76.86	3.79	6.00	
Totali	16.44	5.06	70.14	6.17	2.19	Percentuali base TS

5. STATISTICHE

Evoluzione dei pernottamenti dalla costituzione dell'ETT

ANNO	Industria Alberghiera	Altre Infrastrutture	Globalmente	
1972	2'885'675	2'570'150	5'455'825	
1973	2'766'360	2'971'800	5'738'160	
1974	2'697'461	3'605'031	6'302'492	
1975	2'704'771	4'077'567	6'782'338	
1976	2'531'981	4'242'779	6'774'760	
1977	2'690'729	4'317'096	7'007'825	
1978	2'752'870	4'331'495	7'084'365	
1979	2'744'772	4'544'712	7'289'484	
1980	3'310'320	5'179'604	8'489'924	
1981	3'389'143	5'586'149	8'975'292	
1982	3'089'558	5'785'134	8'874'692	
1983	3'076'900	6'508'503	9'585'403	
1984	2'980'096	6'793'163	9'773'259	
1985	3'070'209	6'908'459	9'978'668	
1986	3'091'936	7'050'178	10'142'114	
1987	3'091'443	7'205'456	10'296'899	
1988	2'927'855	7'578'845	10'506'700	
1989	3'138'576	7'848'923	10'987'499	
1990	3'143'611	8'084'160	11'227'771	
1991	3'192'258	8'307'917	11'500'175	
1992	2'863'864	8'353'576	11'217'440	
1993	2'678'247	8'386'696	11'064'943	
1994	2'660'893	8'561'093	11'221'986	
1995	2'480'479	8'407'174	10'887'653	
1996	2'433'344	8'413'196	10'846'540	
1997	2'664'867	8'613'851	11'278'718	
1998	2'668'157	8'740'003	11'408'160	
1999	2'754'388	8'850'619	11'605'007	
2000	2'802'229	9'614'784	12'417'013	
2001	2'681'653	10'397'662	13'079'315	
2002	2'392'650	10'748'077	13'140'727	
2003	2'198'664	10'870'208	13'068'872	
2004	2'295'268	10'785'545	13'080'813	
2005	2'318'885	11'713'725	14'032'610	Pernottamenti
2006	2'414'703	12'277'707	14'692'410	base TS

5. STATISTICHE

Pernottamenti alberghieri indicizzati per provenienza

	73	80	90	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06
Svizzera	100	129	116	104	100	100	98	96	101	100	105	105	104	94	93	n.d	91	100
Estero	100	107	103	93	86	82	72	70	80	81	79	82	77	64	59	n.d	62	63
Germania	100	137	109	105	102	98	89	85	97	96	91	94	85	67	60	n.d	60	60
Italia	100	76	115	112	96	88	70	70	76	84	85	91	99	90	88	n.d	92	96
Paesi Bassi	100	121	63	55	58	54	46	45	52	50	52	49	49	43	35	n.d	43	41
Regno Unito	100	51	63	57	49	47	47	45	64	69	69	71	73	58	52	n.d	54	53
Francia	100	60	60	50	47	41	35	35	37	36	37	39	37	34	35	n.d	35	38
Stati Uniti	100	65	143	107	89	87	77	75	83	94	92	99	88	65	56	n.d	61	66
Belgio	100	87	43	42	42	39	37	33	36	35	33	36	31	25	25	n.d	26	28
Austria	100	113	116	107	107	106	89	83	97	95	92	92	83	71	67	n.d	70	70
Svezia	100	78	119	100	62	56	34	40	43	34	35	34	27	47	50	n.d	47	48
Lussemburgo	100	84	65	76	75	79	70	61	62	68	52	58	57	37	40	n.d	41	44
Danimarca	100	102	83	68	57	51	42	45	46	48	61	60	67	61	53	n.d	70	62
Canada	100	63	118	83	78	63	55	60	60	64	60	65	71	66	59	n.d	68	64
Spagna	100	94	195	157	128	122	102	125	125	134	140	170	161	155	176	n.d	164	187
Grecia	100	97	179	137	119	103	83	87	108	101	107	111	87	133	124	n.d	108	117
Turchia	100	108	220	54	50	43	64	56	58	58	53	57	57	47	43	n.d	54	50
Israele	100	122	112	100	95	92	79	81	86	92	83	78	75	66	56	n.d	45	52

Fonte
UST

5. STATISTICHE

Provenienza degli ospiti nell'industria alberghiera

	2005	2006	Differenza Assoluta	Differenza %	
Austria	22'033	21'892	-141	-0.6%	
Belgio	29'647	32'493	2'846	9.6%	
Bielorussia	451	452	1	0.2%	
Bulgaria	2'116	2'341	225	10.6%	
Croazia	3'236	2'927	-309	-9.5%	
Danimarca	9'647	8'581	-1'066	-11.1%	
Finlandia	2'585	2'992	407	15.7%	
Francia	41'438	44'537	3'099	7.5%	
Germania	483'247	481'648	-1'599	-0.3%	
Grecia	5'403	5'850	447	8.3%	
Irlanda	2'099	2'004	-95	-4.5%	
Islanda	555	856	301	54.2%	
Italia	181'301	189'829	8'528	4.7%	
Liechtenstein	4'076	4'077	1	0.0%	
Lussemburgo	11'615	12'439	824	7.1%	
Norvegia	2'628	3'220	592	22.5%	
Paesi Bassi	61'713	58'991	-2'722	-4.4%	
Polonia	2'838	3'738	900	31.7%	
Portogallo	6'225	7'054	829	13.3%	
Regno Unito	62'354	61'124	-1'230	-2.0%	
Repubblica Ceca	3'830	4'104	274	7.2%	
Repubblica Slovacca	1'339	1'144	-195	-14.6%	
Repubbliche baltiche	3'877	3'435	-442	-11.4%	
Romania	7'312	9'615	2'303	31.5%	
Russia	7'807	9'885	2'078	26.6%	
Serbia e Montenegro	1'763	1'759	-4	-0.2%	
Slovenia	1'282	1'120	-162	-12.6%	
Spagna	12'022	13'739	1'717	14.3%	
Svezia	10'009	10'143	134	1.3%	
Turchia	3'104	2'873	-231	-7.4%	
Ucraina	2'310	2'610	300	13.0%	Pernottamenti
Ungheria	5'528	4'107	-1'421	-25.7%	
Altri Europa	17'518	15'240	-2'278	-13.0%	Fonte
Totale Europa	1'012'908	1'026'819	13'911	1.4%	UST

5. STATISTICHE

Provenienza degli ospiti nell'industria alberghiera

	2005	2006	Differenza Assoluta	Differenza %	
America Centrale, Caraibi	3'942	2'993	-949	-24.1%	
Argentina	2'047	1'861	-186	-9.1%	
Brasile	15'293	20'024	4'731	30.9%	
Canada	8'636	8'171	-465	-5.4%	
Cile	374	436	62	16.6%	
Stati Uniti d'America	58'688	63'532	4'844	8.3%	
Altri America del Sud	2'367	2'575	208	8.8%	
Totale America	91'347	99'592	8'245	9.0%	
Egitto	891	770	-121	-13.6%	
Sudafrica	1'717	1'896	179	10.4%	
Altri Africa	1'923	2'294	371	19.3%	
Altri Africa del Nord	1'619	1'424	-195	-12.0%	
Totale Africa	6'150	6'384	234	3.8%	
Cina	3'062	4'367	1'305	42.6%	
Corea del Sud	949	1'552	603	63.5%	
Filippine	226	236	10	4.4%	
Giappone	6'271	5'580	-691	-11.0%	
Hong Kong	636	734	98	15.4%	
India	3'337	3'145	-192	-5.8%	
Indonesia	358	462	104	29.1%	
Israele	6'193	7'119	926	15.0%	
Malaysia	534	841	307	57.5%	
Paesi del Golfo	8'008	10'660	2'652	33.1%	
Singapore	695	976	281	40.4%	
Tailandia	2'151	1'529	-622	-28.9%	
Taiwan	2'014	2'520	506	25.1%	
Altri Asia del Sud-Est	2'879	3'181	302	10.5%	
Altri Asia dell'Ovest	856	1'183	327	38.2%	
Totale Asia	38'169	44'085	5'916	15.5%	
Totale Australia, N.Zelanda, Oceania	7'147	6'172	-975	-13.6%	Pernottamenti
Totale Estero	1'155'721	1'183'052	27'331	2.4%	
Totale Svizzera	1'383'275	1'523'597	140'322	10.1%	Fonte
Totale Generale	2'538'996	2'706'649	167'653	6.6%	UST

5. STATISTICHE

Provenienza degli ospiti nell'industria alberghiera

	2005	2006	Differenza Assoluta	Differenza %	Durata del soggiorno	
Austria	8'806	9'073	267	3.0%	2.4	
Belgio	16'336	19'081	2'745	16.8%	1.7	
Bielorussia	225	207	-18	-8.0%	2.2	
Bulgaria	1'039	843	-196	-18.9%	2.8	
Croazia	1'155	1'370	215	18.6%	2.1	
Danimarca	3'950	4'102	152	3.8%	2.1	
Finlandia	1'467	1'718	251	17.1%	1.7	
Francia	19'232	20'544	1'312	6.8%	2.2	
Germania	162'421	169'003	6'582	4.1%	2.8	
Grecia	3'133	3'605	472	15.1%	1.6	
Irlanda	917	837	-80	-8.7%	2.4	
Islanda	262	462	200	76.3%	1.9	
Italia	104'645	112'762	8'117	7.8%	1.7	
Liechtenstein	1'686	1'643	-43	-2.6%	2.5	
Lussemburgo	3'762	4'306	544	14.5%	2.9	
Norvegia	1'452	1'734	282	19.4%	1.9	
Paesi Bassi	31'259	31'462	203	0.6%	1.9	
Polonia	1'333	1'552	219	16.4%	2.4	
Portogallo	3'091	2'490	-601	-19.4%	2.8	
Regno Unito	21'147	22'016	869	4.1%	2.8	
Repubblica Ceca	1'491	1'588	97	6.5%	2.6	
Repubblica Slovacca	502	603	101	20.1%	1.9	
Repubbliche baltiche	1'179	1'231	52	4.4%	2.8	
Romania	2'497	2'677	180	7.2%	3.6	
Russia	2'463	3'268	805	32.7%	3.0	
Serbia e Montenegro	860	817	-43	-5.0%	2.2	
Slovenia	546	660	114	20.9%	1.7	
Spagna	5'376	6'876	1'500	27.9%	2.0	
Svezia	6'893	6'083	-810	-11.8%	1.7	Arrivi e durata
Turchia	1'352	1'539	187	13.8%	1.9	media del
Ucraina	647	751	104	16.1%	3.5	soggiorno (notti)
Ungheria	2'030	1'577	-453	-22.3%	2.6	
Altri Europa	6'750	6'984	234	3.5%	2.2	Fonte
Totale Europa	419'904	443'464	23'560	5.6%	2.3	UST

5. STATISTICHE

Provenienza degli ospiti nell'industria alberghiera

	2005	2006	Differenza Assoluta	Differenza %	Durata del soggiorno	
America Centrale, Caraibi	1'706	1'264	-442	-25.9%	2.4	
Argentina	956	837	-119	-12.4%	2.2	
Brasile	4'009	6'739	2'730	68.1%	3.0	
Canada	4'318	4'160	-158	-3.7%	2.0	
Cile	152	225	73	48.0%	1.9	
Stati Uniti d'America	26'921	30'690	3'769	14.0%	2.1	
Altri America del Sud	937	1'061	124	13.2%	2.4	
Totale America	38'999	44'976	5'977	15.3%	2.2	
Egitto	307	298	-9	-2.9%	2.6	
Sudafrica	732	895	163	22.3%	2.1	
Altri Africa	964	748	-216	-22.4%	3.1	
Altri Africa del Nord	681	565	-116	-17.0%	2.5	
Totale Africa	2'684	2'506	-178	-6.6%	2.5	
Cina	1'900	3'230	1'330	70.0%	1.4	
Corea del Sud	569	1'008	439	77.2%	1.5	
Filippine	89	154	65	73.0%	1.5	
Giappone	3'245	3'061	-184	-5.7%	1.8	
Hong Kong	346	340	-6	-1.7%	2.2	
India	1'191	1'237	46	3.9%	2.5	
Indonesia	204	288	84	41.2%	1.6	
Israele	2'896	3'355	459	15.8%	2.1	
Malaysia	351	510	159	45.3%	1.6	
Paesi del Golfo	2'087	2'788	701	33.6%	3.8	
Singapore	423	477	54	12.8%	2.0	
Tailandia	1'622	1'138	-484	-29.8%	1.3	
Taiwan	1'676	2'150	474	28.3%	1.2	
Altri Asia del Sud-Est	1'174	1'353	179	15.2%	2.4	
Altri Asia dell'Ovest	361	410	49	13.6%	2.9	
Totale Asia	18'134	21'499	3'365	18.6%	2.1	
Totale Australia, N.Zelanda, Oceania	3'259	3'235	-24	-0.7%	1.9	
Totale Estero	482'980	515'680	32'700	6.8%	2.3	
Totale Svizzera	596'307	675'895	79'588	13.3%	2.3	
Totale Generale	1'079'287	1'191'575	112'288	10.4%	2.3	Arrivi e durata media del soggiorno (notti)
						Fonte UST

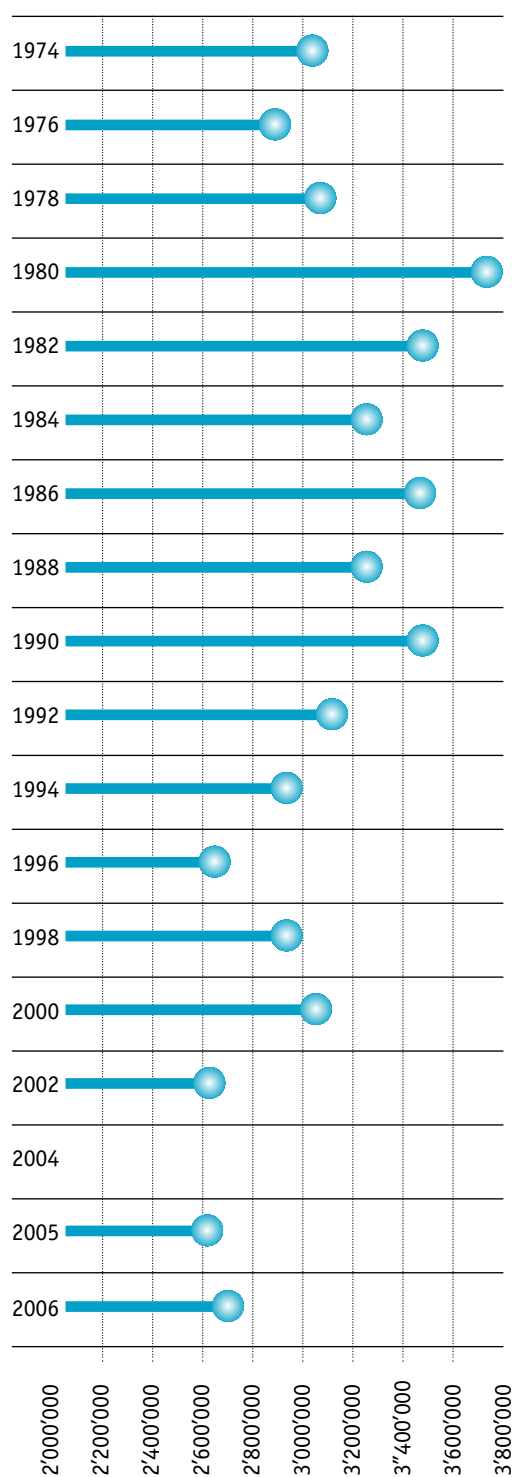
5.

STATISTICHE

Pernottamenti per categoria alberghiera

Categoria	2005	2006	Differenza	Differenza	Fonte
			Assoluta	%	
Alberghi a cinque stelle	207'127	228'381	21'254	10.3%	UST
Alberghi a quattro stelle	502'246	570'629	68'383	13.6%	
Alberghi a tre stelle	863'700	899'541	35'841	4.1%	
Alberghi a due stelle	203'731	244'852	41'121	20.2%	
Alberghi a una stella	51'297	46'564	-4'733	-9.2%	
Strutture senza categoria	56'634	97'718	41'084	72.5%	
Strutture senza informazione	654'261	618'964	-35'297	-5.4%	

5. STATISTICHE



Pernottamenti negli alberghi 1973/2006

Anno	Pernottamenti
1973	3'160'284
1974	3'045'721
1975	3'093'077
1976	2'880'620
1977	3'400'500
1978	3'090'470
1979	3'102'235
1980	3'702'858
1981	3'773'135
1982	3'447'061
1983	3'341'884
1984	3'249'008
1985	3'327'949
1986	3'404'313
1987	3'367'802
1988	3'244'092
1989	3'494'749
1990	3'454'290
1991	3'469'993
1992	3'127'982
1993	2'947'964
1994	2'899'342
1995	2'710'685
1996	2'658'473
1997	2'917'681
1998	2'936'536
1999	3'001'520
2000	3'062'337
2001	2'962'961
2002	2'623'018
2003	2'518'308
2004	dati non disponibili
2005	2'538'996
2006	2'706'649

Fonte
UST

6.

AMMINISTRAZIONE

L'esercizio 2006 si è chiuso con i seguenti dati finali:

Conto d'esercizio:

totale entrate	CHF 7'350'255.59
totale uscite	CHF 7'306'016.68
maggior entrata operativa	CHF 44'238.91

Entrate

La [tassa di promozione incassata presso i datori di alloggio](#) ha registrato un aumento di CHF 92'132.72 rispetto al preventivo (3.05 %) e del 3.08% rispetto al consuntivo 2005.

La [tassa di promozione esercizi pubblici senza alloggio](#) ha riscontrato una leggera diminuzione rispetto al preventivo di CHF 5'133.65, pari al 1.22%.

La [tassa di promozione case da gioco](#), regolata dall'art. 11 cpv. c della LTur, garantisce all'ETT il 0.9% del prodotto lordo sui giochi di categoria B. Nel 2006 l'importo a preventivo era di CHF 1'360'000.00. L'incasso lordo delle due case da gioco è stato di oltre CHF 164 mio; l'ETT ha beneficiato così di CHF 1'481'490.95.

Del [Credito Quadro 2006-2009](#) di CHF 8 mio. votato dal Parlamento sono stati utilizzati CHF 2'002'625.00.

L'importo alla voce [diversi](#) è composto da CHF 105'430.32 che corrispondono ai contributi dei diversi partners relativi alla sponsorizzazione o alla partecipazione diretta sugli stampati, per la presenza a fiere, ecc.; da CHF 9'439.15 per la vendita di materiale; da CHF 43'755.35 provenienti dal recupero di coperture assicurative previdenziali; da CHF 1'310.00 per commissioni sulle prenotazioni effettuate negli uffici autostradali.

Nel 2006, a seguito della chiusura del Gottardo, è stato sciolto un fondo di CHF 100'000.00 a favore della campagna "Tutte le strade portano in Ticino".

Uscite

Nelle voci [organi e sede](#) non vi è nulla di particolare da segnalare.

Nell'[amministrazione](#), il maggior costo è causato dal ricorso a personale ausiliario per compensare l'assenza prolungata di una collaboratrice. Il recupero dell'assicurazione è stato contabilizzato nelle entrate diverse alla voce "indennità assicurazioni".

Per ciò che concerne la [promozione](#), si è registrato un maggior costo di CHF 165'325.01 rispetto a quanto preventivato. Alla voce "manifestazioni" troviamo un maggior costo di CHF 30'277.35 corrispondente a sussidi straordinari concessi dal Consiglio di amministrazione e dalla Direzione. Alla voce "fiere, workshop ed azioni CH" riscontriamo un maggior costo di CHF 189'188.04 di cui CHF 96'931.25 per l'azione "Tutte le strade portano in Ticino", di ca. CHF 50'000.00 per la presenza alle fiere Gourmesse a Zurigo e Salone dei Viaggiatori a Lugano e di CHF 25'000.00 stanziati dal CdA per il progetto carta turistica della TI TicinoCard SA.

Nelle [relazioni pubbliche](#) si rileva un minor costo di CHF 14'951.07.

Nei [progetti speciali](#), troviamo la voce non preventivata "corporate Design" con CHF 100'000.00 inseriti nei transitori passivi poiché l'elaborazione è iniziata in autunno ma, a fine anno, non si era in possesso delle relative fatture. L'aggiornamento è stato proposto dalla Direzione ed accettato dal

6.

AMMINISTRAZIONE

CdA. Altra voce importante, il portale “www.ticino.ch” con CHF 342'846.95. Questa posizione è finanziata dall'aumento delle tasse di promozione riscosse presso i datori di alloggio: l'importo esatto viene calcolato a fine anno in base ai pernottamenti registrati dagli ETL: CHF 217'654.36 provenienti dal settore alberghiero, pari al 63.48%; di CHF 62'456.27 dalle residenze secondarie, pari al 18.22% e di CHF 62'736.32 dai campeggi, pari al 18.30%. Gli ostelli e le capanne non sono tenuti a partecipare ai costi di gestione del web.

All'**informazione** si rileva un costo di CHF 80'432.95 per la gestione degli uffici autostradali di Bellinzona e Quinto ed un contributo annuale forfetario di CHF 10'000.00 versato alla Società LCST Sagl (Lugano Comunicazione Servizi Turistici) per la gestione dell'ufficio informazione presso l'Aeroporto di Lugano-Agno.

Nel capitolo **altro**, alla voce “oneri finanziari”, si segnala un minor costo rispetto al preventivo, pari a CHF 30'208.05 e questo grazie ai buoni uffici del Direttore con i vertici della BSCT. Il tasso d'interesse sul conto corrente ordinario, attualmente del 3.5%, è stato ridotto di due punti con un limite di credito concesso di CHF 2'500'000.00 a partire dal 1° luglio 2006. Anche il tasso d'interesse sul conto corrente “sede” è diminuito al 2.5% e bloccato fino alla fine di settembre 2007.

Nei “costi straordinari” l'importo di CHF 27'264.05 corrisponde a CHF 12'000.00 versati al Pool sentieri Bellinzona e Alto Ticino a parziale copertura dei costi legali sostenuti per la sentenza IVA dovuta e CHF 15'264.05 sempre per costi legali dovuti alla pendenza IVA ing. Stinca.

Bilancio

Esso chiude con un attivo di CHF 4'722'492.12 e un passivo di CHF 4'678'253.21, che dà una maggior entrata di CHF 44'238.91 da riportare nei fondi di gestione. Nonostante il Credito Quadro, la situazione della liquidità rimane sempre insufficiente (interessi pagati CHF 34'791.95). Le cause principali della mancanza di liquidità vanno imputate all'incasso della tassa sulle case da gioco che avviene con un acconto in autunno e nella primavera dell'anno successivo il saldo come pure alla tassa sugli esercizi pubblici che prevede un acconto a fine giugno ed il saldo nei primi mesi dell'anno successivo (disposizioni LTur). La voce “accantonamenti” di CHF 467'000.00 è composta da CHF 215'000.00 per imprevisti, da CHF 182'000.00 per tecnologia e telematica e da CHF 70'000 per logistica.

7.

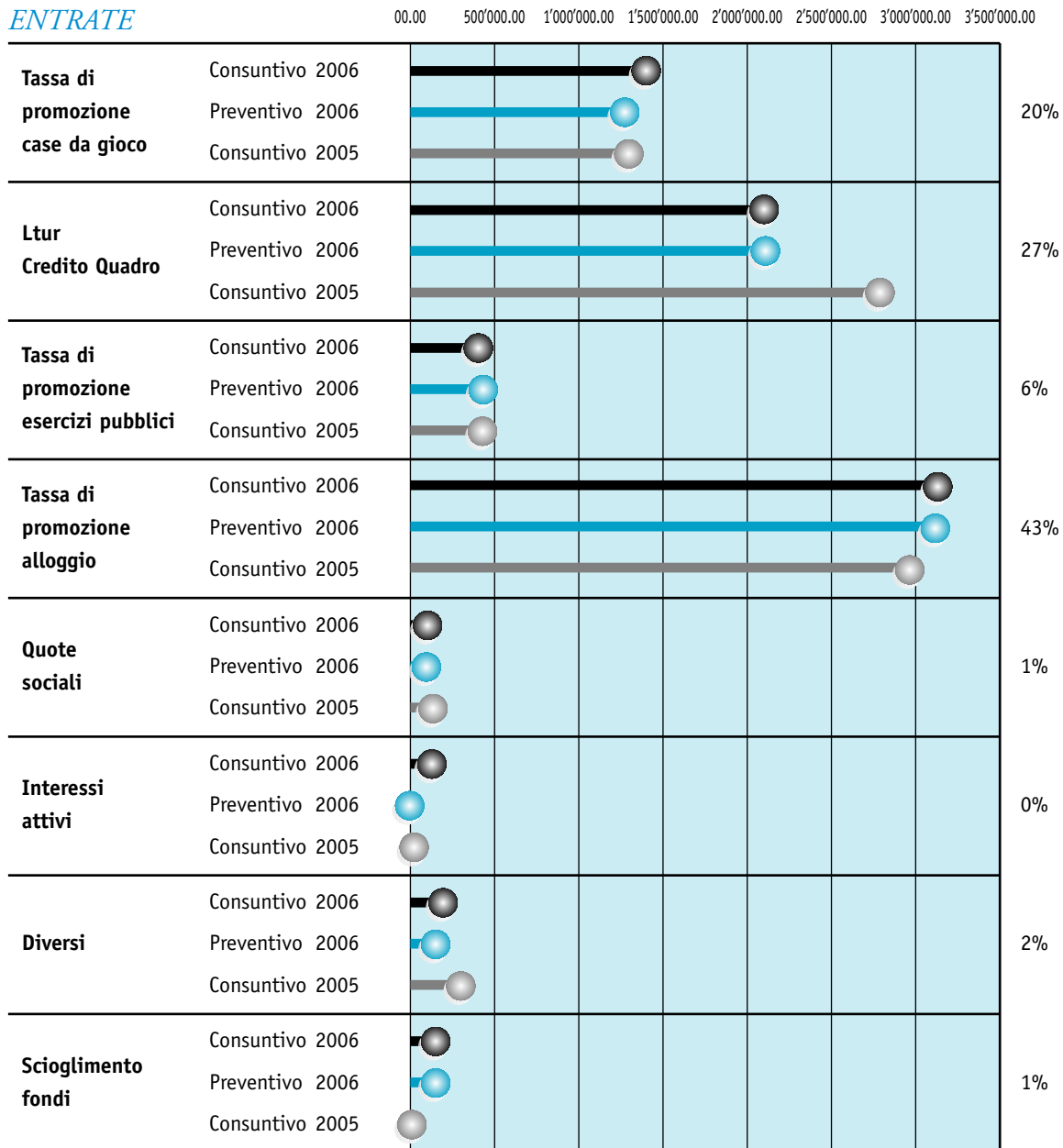
CONTO ECONOMICO

RIEPILOGO

	Consuntivo 2006	Preventivo 2006	Consuntivo 2005
ENTRATE			
TASSA DI PROMOZIONE CASE DA GIOCO	1'481'490.95	1'360'000	1'395'887.40
LTUR CREDITO QUADRO	2'002'625.00	2'000'000	2'776'559.05
TASSA DI PROMOZIONE ESERCIZI PUBBLICI	414'866.35	420'000	419'266.35
TASSA DI PROMOZIONE ALLOGGIO	3'108'132.72	3'016'000	2'991'224.19
QUOTE SOCIALI	83'000.00	77'000	93'200.00
INTERESSI ATTIVI	205.75	0	15.45
DIVERSI	159'934.82	110'000	291'227.75
SCIoglimento FONDI	100'000.00	100'000	0.00
TOTALE	7'350'255.59	7'083'000	7'967'380.19
USCITE			
ORGANI	43'647.65	57'500	53'084.80
SEDE	226'588.59	236'500	191'505.23
AMMINISTRAZIONE	2'440'887.50	2'415'000	2'382'508.35
MARKETING (Promozione + PR)	3'818'373.94	3'668'000	4'253'222.49
PROGETTI SPECIALI	543'028.65	452'000	621'957.61
INFORMAZIONE	80'432.95	85'000	82'152.45
ALTRO	153'057.40	169'000	143'174.65
TOTALE	7'306'016.68	7'083'000	7'727'605.58
RISULTATO D'ESERCIZIO (+/-)	44'238.91	0	239'774.61

7. CONTO ECONOMICO

ENTRATE



7.

CONTO ECONOMICO

ENTRATE

	Consuntivo 2006	Preventivo 2006	Consuntivo 2005
TASSA DI PROMOZIONE CASE DA GIOCO	1'481'490.95	1'360'000	1'395'887.40
LTUR CREDITO QUADRO	2'002'625.00	2'000'000	2'776'559.05
TASSA DI PROMOZIONE ESERCIZI PUBBLICI	414'866.35	420'000	419'266.35
TASSA DI PROMOZIONE ALLOGGIO	3'108'132.72	3'016'000	2'991'224.19
SOCI	83'000.00	77'000	93'200.00
INTERESSI ATTIVI	205.75	0	15.45
SCIoglimento FONDI	100'000.00	100'000	0.00

DIVERSI

Vendita materiale vario	9'439.15	27'000	10'921.16
Commissioni	1'310.00	3'000	1'435.00
Indennità assicurazioni	43'755.35	0	36'996.75
Altro	105'430.32	80'000	241'874.84
	159'934.82	110'000	291'227.75
TOTALE ENTRATE	7'350'255.59	7'083'000	7'967'380.19

USCITE

Organi

Assemblea	2'337.40	8'000	9'078.80
Consiglio di amministrazione	32'164.25	40'000	34'860.00
Ufficio esterno di revisione dei conti	9'146.00	9'500	9'146.00
	43'647.65	57'500	53'084.80

Sede

Oneri finanziari BSCT (sede)	20'091.89	25'000	19'212.78
Ammortamento e manutenzione sostanza fissa	92'778.05	84'000	107'772.45
Riscaldamento, elettricità	20'486.00	17'500	12'194.30
Manutenzione stabile	19'329.60	35'000	1'587.30
Assicurazioni	5'382.10	5'000	4'726.00
Affitto magazzino	47'952.35	40'000	44'049.40
Diversi	20'568.60	30'000	1'963.00
	226'588.59	236'500	191'505.23

7.

CONTO ECONOMICO

	Consuntivo 2006	Preventivo 2006	Consuntivo 2005
AMMINISTRAZIONE			
Stipendi	1'925'466.90	1'880'000	1'890'556.55
Oneri sociali	406'880.40	402'000	384'088.20
Materiale d'ufficio, telefono, fax	87'430.25	112'000	81'179.65
Assicurazioni	821.10	1'000	821.10
Diversi	20'288.85	20'000	25'862.85
	2'440'887.50	2'415'000	2'382'508.35

PROMOZIONE			
Quick screen	8'166.85	10'000	505.70
Film, dia, foto	43'195.40	50'000	72'060.63
Gadget e materiale vario	32'215.00	30'000	30'579.65
Trasporti, porti	151'154.45	140'000	154'025.45
Manifestazioni	230'277.35	200'000	217'155.10
Guida Ticino e cartina famiglia	0.00	0	251'635.90
Prospetto escursioni nuova versione	71'567.00	80'000	0.00
Prospetti e stampati vari (ristampe)	198'758.50	200'000	463'180.26
Partecipazioni promozionali	16'178.00	23'000	20'080.15
Ticino-Tourism (marketing)	180'000.00	180'000	180'000.00
RailAway e aeroporto Lugano-Agno /			
Revue CH, Rivista VIA	8'608.00	45'000	27'143.05
Campagna Swiss Cities	0.00	7'000	6'546.00
Campagna Food&Wine	0.00	0	34'352.50
Campagna Montagna	134'822.45	150'000	109'891.85
Campagna Famiglia	37'862.70	35'000	35'626.35
Campagna Arte e Architettura	65'636.00	63'000	60'090.00
Campagna inverno	27'065.80	17'000	33'405.00
Campagna Golf	26'362.00	30'000	0.00
Spot / inserzioni	0.00	0	223'765.05
Fiere Workshop ed Azioni CH	717'188.04	528'000	617'308.15
Fiere Workshop ed Azioni estere	1'030'205.60	1'007'000	955'902.09
Ticino Convention Bureau	203'997.87	258'000	290'757.15
Promozione invernale e altro	85'064.00	50'000	13'071.00
	3'268'325.01	3'103'000	3'797'081.03

7.

CONTO ECONOMICO

	Consuntivo 2006	Preventivo 2006	Consuntivo 2005
RELAZIONI PUBBLICHE			
Media (Print e AV)	379'762.49	374'000	293'298.80
Agenti di viaggio	129'799.19	113'000	114'481.71
Viaggi di contatto	0.00	0	12'636.55
Mass-media	40'487.25	78'000	35'724.40
	550'048.93	565'000	456'141.46
MARKETING (promozione + PR)	3'818'373.94	3'668'000	4'253'222.49
	52.26%	51.79%	55.04%
PROGETTI SPECIALI			
Osservatorio	33'510.40	72'000	56'035.55
Corporate Design	100'000.00	0	0.00
Telematica e Unità servizi condivisi	27'562.60	30'000	0.00
www.ticino.ch	342'846.95	330'000	496'989.66
Intereg IIIA Italia-Svizzera (escursioni sul web)	26'900.00	0	61'728.40
Progetto qualità (TQM)	12'208.70	20'000	7'204.00
	543'028.65	452'000	621'957.61
INFORMAZIONE			
Uffici esterni	75'782.95	80'000	78'402.45
Diversi	4'650.00	5'000	3'750.00
	80'432.95	85'000	82'152.45
ALTRO			
Partecipazioni (quote sociali)	40'590.00	40'000	38'610.00
Rapporto d'esercizio	6'097.55	5'000	3'938.15
Oneri finanziari	34'791.95	65'000	61'715.90
Formazione del personale	10'540.85	19'000	13'696.00
Veicolo ETT	33'773.00	40'000	23'715.60
Perdite su debitori	0.00	0	1'499.00
Costi straordinari	27'264.05	0	0.00
	153'057.40	169'000	143'174.65
TOTALE USCITE	7'306'016.68	7'083'000	7'727'605.58

7. CONTO ECONOMICO

USCITE

ORGANI	Consuntivo 2006	43'647.65		1%
	Preventivo 2006	57'500		
	Consuntivo 2005	53'084.80		
SEDE	Consuntivo 2006	226'588.59		3%
	Preventivo 2006	236'500		
	Consuntivo 2005	191'505.23		
AMMINISTRAZIONE	Consuntivo 2006	2'440'887.50		33%
	Preventivo 2006	2'415'000		
	Consuntivo 2005	2'382'508.35		
MARKETING (Promozione + RP)	Consuntivo 2006	3'818'373.94		53%
	Preventivo 2006	3'668'000		
	Consuntivo 2005	4'253'222.49		
PROGETTI SPECIALI	Consuntivo 2006	543'028.65		7%
	Preventivo 2006	452'000		
	Consuntivo 2005	621'957.61		
INFORMAZIONI	Consuntivo 2006	80'432.95		1%
	Preventivo 2006	85'000		
	Consuntivo 2005	82'152.45		
ALTRO	Consuntivo 2006	153'057.40		2%
	Preventivo 2006	169'000		
	Consuntivo 2005	143'174.65		

Consuntivo 2006
7'306'016.68

Preventivo 2006
7'083'000

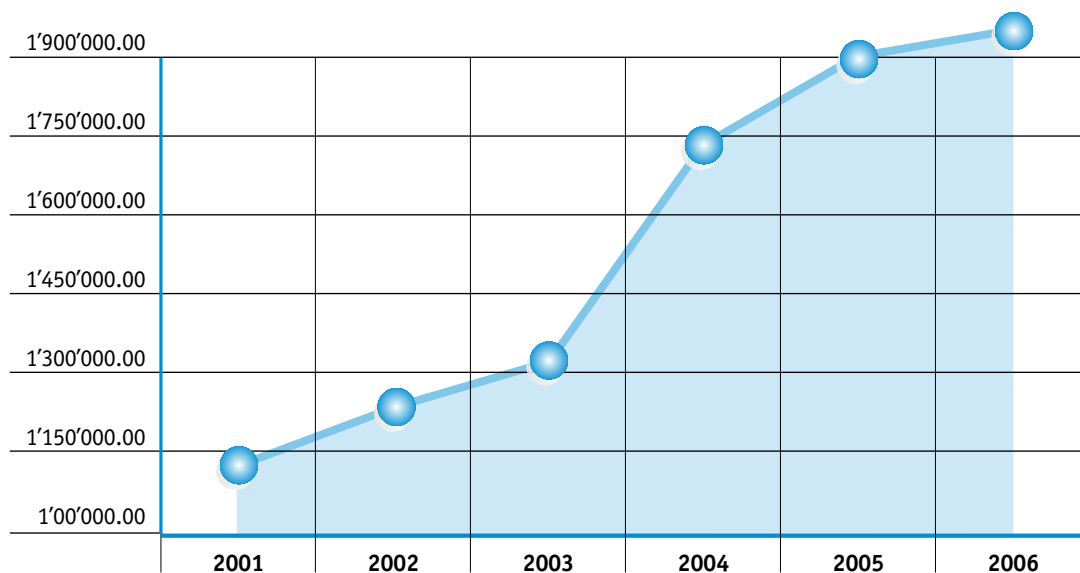
Consuntivo 2005
7'727'605.58

7.

CONTO ECONOMICO

Tabella riassuntiva degli stipendi (2001-2003 progetto ristrutturazione stipendi Direzioni non compresi)

ANNO	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Totale fisso e ausiliario	1'132'189.95	1'194'192.55	1'332'079.70	1'718'982.80	1'890'556.55	1'925'466.90
Impiegati fissi	18	18	20	22	22	22
Impiegati ausiliari e info	14	7	5	5	6	12



7.

CONTO ECONOMICO

Ammortamenti 2006

Mobilio

Saldo al 1. gennaio 2006	fr.	7'000.00
+ acquisti 2006	fr.	3'800.00
- ammortamento 2006	fr.	5'800.00
Saldo al 31.12.2006	fr.	5'000.00

Installazioni

Saldo al 1. gennaio 2006	fr.	10'000.00
+ acquisti 2006	fr.	3'443.20
- ammortamenti 2006	fr.	5'443.20
Saldo al 31.12.2006	fr.	8'000.00

Macchinario

Saldo al 1. gennaio 2006	fr.	25'000.00
+ acquisti 2006	fr.	14'547.25
- ammortamenti 2006	fr.	19'547.25
Saldo al 31.12.2006	fr.	20'000.00

Fondo di funzionamento 2002-2006 (Art. 13 LTur.)

Alimentazione	2006	2005	2004	2003	2002
Bellinzona Turismo	13'549.29	13'410.63	12'412.46	11'622.15	12'541.68
Biasca Turismo	2'104.08	1'880.96	1'681.12	1'667.95	1'754.15
Blenio Turismo	3'406.50	3'394.11	3'165.12	3'342.35	3'373.00
Ente turistico Lago Maggiore	173'914.33	168'447.18	166'047.06	167'750.10	171'311.25
ET Tenero e Valle Verzasca	37'694.28	36'713.51	35'766.41	36'072.35	35'758.50
Gambarogno Turismo	20'657.33	19'271.61	19'084.39	20'348.20	20'696.87
Leventina Turismo	5'715.33	5'534.11	5'458.49	5'108.45	4'306.60
Lugano Turismo	117'666.51	114'847.33	116'276.89	107'969.75	120'828.95
Malcantone Turismo	31'038.89	29'698.89	28'848.24	29'141.05	31'490.65
Mendrisiotto Turismo	23'099.45	20'540.10	19'815.72	20'709.40	21'139.00
Vallemaggia Turismo	15'172.92	13'579.24	13'168.24	13'008.75	12'215.00
Totale	444'018.91	427'317.67	421'724.14	416'740.50	435'415.65

Distribuzione

Bellinzona Turismo	150'000.00	148'000.00	150'000.00	145'000.00
Biasca Turismo	170'400.00	170'000.00	162'928.00	160'414.00
Blenio Turismo	12'780.00	12'630.00	10'000.00	21'770.00
Leventina Turismo	8'500.00	5'000.00	5'000.00	13'000.00
Vallemaggia Turismo	85'000.00	85'000.00	88'000.00	94'600.00
Ticino Turismo	637.67	1'094.14	812.50	631.65
Totale	444'018.91	427'317.67	421'724.14	416'740.50

La distribuzione del fondo non è ancora avvenuta, non essendo in possesso della documentazione completa degli ETL che potrebbero averne diritto. L'importo si trova a bilancio nei creditori.

7.

CONTO ECONOMICO

BILANCIO	31.12.2006	31.12.2005	31.12.2004	31.12.2003	31.12.2002
ATTIVO	4'722'492.12	5'776'399.15	4'348'611.51	5'161'763.90	5'181'799.34
Disponibilità	23'776.54	15'692.84	21'223.09	13'022.24	21'111.64
Cassa	2'197.95	1'536.60	3'548.15	4'596.05	4'793.95
Conto corrente	21'578.59	14'156.24	17'674.94	8'426.19	16'317.69
Debitori	2'991'012.08	4'028'898.81	2'594'621.12	3'330'418.21	3'346'379.65
Debitori diversi	1'348'391.80	2'793'538.85	1'292'942.40	1'856'555.58	1'937'376.00
Debitori ETL	1'642'620.28	1'235'359.96	1'301'678.72	1'473'862.63	1'409'003.65
Capitale investito	1'591'955.35	1'600'955.35	1'598'960.35	1'598'960.35	1'620'960.35
Sede	1'558'954.35	1'558'954.35	1'558'954.35	1'558'954.35	1'558'954.35
Mobilio	5'000.00	7'000.00	10'000.00	10'000.00	12'000.00
Macchinario	20'000.00	25'000.00	30'000.00	30'000.00	50'000.00
Installazioni	8'000.00	10'000.00	4.00	4.00	4.00
Ufficio autostradale B'zona Nord	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Ufficio autostradale B'zona Sud	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00
Titoli	70'002.00	70'002.00	71'001.00	71'001.00	71'001.00
Scorte materiale	22'001.00	22'001.00	27'001.00	27'001.00	33'001.00
Materiale di decorazione	7'000.00	7'000.00	7'000.00	7'000.00	7'000.00
Materiale d'ufficio	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Materiale di promozione	5'000.00	5'000.00	5'000.00	5'000.00	5'000.00
Materiale destinato alla vendita	10'000.00	10'000.00	15'000.00	15'000.00	21'000.00
Transitorio attivo	23'745.15	38'849.15	35'804.95	121'361.10	89'345.70
PASSIVO	4'678'253.21	5'536'624.54	4'332'356.03	5'008'110.27	4'925'281.24
Creditori	2'976'973.22	4'059'839.16	3'155'106.13	3'974'514.00	4'186'203.07
CC ordinario BSCT	447'767.75	1'294'088.99	901'824.14	1'843'161.39	1'911'417.00
Conto BSCT/Sede	880'000.00	889'685.22	889'685.22	880'000.00	899'403.00
Creditori diversi	1'064'686.56	1'337'247.28	842'372.63	739'612.11	868'467.42
Creditori per sussidi stanziati	140'500.00	111'500.00	99'500.00	95'000.00	71'500.00
Fondo di funzionamento	444'018.91	427'317.67	421'724.14	416'740.50	435'415.65
Accantonamenti	467'000.00	467'000.00	467'000.00	435'000.00	435'000.00
Fondi propri	821'279.99	681'505.38	665'249.90	511'596.27	255'078.17
Fondo gestione	521'279.99	481'505.38	465'249.90	311'596.27	55'078.17
Fondo promozione e propaganda	300'000.00	200'000.00	200'000.00	200'000.00	200'000.00
Transitorio passivo	413'000.00	328'280.00	45'000.00	87'000.00	49'000.00
Da riportare	44'238.91	239'774.61	16'255.48	153'653.63	256'518.10



fideconto

Fideconto SA
Società fiduciaria e di amministrazione

dal 1963

USF|STV

Membro dell'Unione Svizzera dei Fiduciari

Membro 
TICINO

**Rapporto dell'ufficio di revisione
all'assemblea generale dei soci**

**ENTE TICINESE PER IL TURISMO
6500 Bellinzona**

In qualità di ufficio di revisione abbiamo verificato la contabilità e il conto annuale (bilancio, conto economico e allegato) dell'Ente Ticinese per il Turismo per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2006.

Il Consiglio di amministrazione è responsabile dell'allestimento del conto annuale, mentre il nostro compito consiste nella sua verifica e nell'espressione di un giudizio in merito. Confermiamo di adempiere i requisiti legali relativi all'abilitazione professionale e all'indipendenza.

La nostra verifica è stata effettuata conformemente agli standard svizzeri di revisione, i quali richiedono che la stessa venga pianificata ed effettuata in maniera tale che anomalie significative nel conto annuale possano essere identificate con un grado di sicurezza accettabile. Abbiamo verificato le posizioni e le informazioni del conto annuale mediante procedure analitiche e di verifica a campione. Abbiamo inoltre giudicato l'applicazione dei principi contabili determinanti, le decisioni significative in materia di valutazione, nonché la presentazione del conto annuale nel suo complesso. Siamo dell'avviso che la nostra verifica costituisce una base sufficiente per la presente nostra opinione.

A nostro giudizio la contabilità e il conto annuale sono conformi alle disposizioni legali svizzere e statutarie e alle disposizioni in vigore.

Raccomandiamo di approvare il conto annuale a Voi sottoposto.

Bellinzona, 17 aprile 2007

FIDECONTO SA

R. Storni

p.m. C. Fontana

Conto annuale (bilancio, conto economico e allegato)

CH-6500 Bellinzona
via Canc. Molo 11
Tel. +41 91 820 67 67

CH-6600 Locarno
via Ciseri 23
Tel. +41 91 756 02 00

CH-6534 S. Vittore
via cantonale
Tel. +41 91 827 23 03

CH-6900 Lugano
via S. Balestra 27
Tel. +41 91 820 67 67

8.

SOCIETÀ (IN ORDINE ALFABETICO)

Consiglio di amministrazione

Amadò	Fabio	Presidente Lugano Turismo	Lugano
Berini	Marco	Albergo Unione	Bellinzona
Canonica	Iris		Bidogno
De Dea	Renza		Locarno
Franscella	Claudio		Muralto
Giudici	arch. Giorgio, Vicepresidente	Sindaco della Città di Lugano	Lugano
Huber	Marco	Albergo Lido Seegarten	Lugano
Marone	avv. Flavia	Presidente Bellinzona Turismo	Bellinzona
Masoni	avv. Marina, Presidente	Consigliera di Stato	Bellinzona
Mazzoni	Flavio	Presidente ET Lago Maggiore	Locarno
Pellegrini	Felice	Dir. Funicolare San Salvatore	Paradiso
Poretti	Claudio		Besazio
Ravelli	Enrico	Albergo Navegna au Lac	Minusio
Tavazzani	Claudio	Albergo De la Paix	Lugano
Wildi	Andrea	Albergo Schiff au Lac	Ascona

Enti Turistici

Bellinzona Turismo	Bellinzona
Biasca Turismo	Biasca
Blenio Turismo	Olivone
Ente turistico di Tenero e Valle Verzasca	Tenero
Ente turistico Lago Maggiore	Locarno
Gambarogno Turismo	Vira
Leventina Turismo	Airolo
Lugano Turismo	Lugano
Malcantone Turismo	Caslano
Mendrisiotto Turismo	Mendrisio
Vallemaggia Turismo	Maggia

Comuni politici

Municipio del	Comune di	Agno
Municipio del	Comune di	Airolo
Municipio del	Comune di	Aquila
Municipio del	Comune di	Arbedo-Castione
Municipio del	Comune di	Arogno
Municipio del	Comune di	Ascona
Municipio del	Comune di	Balerna
Municipio del	Comune di	Barbengo

8.

SOCIETÀ (IN ORDINE ALFABETICO)

Comuni politici

Municipio del	Comune di	Bedretto
Municipio del	Comune di	Bellinzona
Municipio del	Comune di	Besazio
Municipio del	Comune di	Biasca
Municipio del	Comune di	Bironico
Municipio del	Comune di	Bissone
Municipio del	Comune di	Bosco Gurin
Municipio del	Comune di	Brione s/Minusio
Municipio del	Comune di	Brissago
Municipio del	Comune di	Cademario
Municipio del	Comune di	Cadempino
Municipio del	Comune di	Cadro
Municipio del	Comune di	Camorino
Municipio del	Comune di	Campello
Municipio del	Comune di	Canobbio
Municipio del	Comune di	Capolago
Municipio del	Comune di	Caslano
Municipio del	Comune di	Castel San Pietro
Municipio del	Comune di Croglia	Castelrotto
Municipio del	Comune di	Caverio
Municipio del	Comune di	Caviano
Municipio del	Comune di	Cevio
Municipio del	Comune di	Chiasso
Municipio del	Comune di	Chiggiogna
Municipio del	Comune di	Claro
Municipio del	Comune di	Collina D'Oro
Municipio del	Comune di	Comano
Municipio del	Comune di	Cureglia
Municipio del	Comune di	Faido
Municipio del	Comune di	Gerra Gambarogno
Municipio del	Comune di	Gerra Verzasca
Municipio del	Comune di	Giornico
Municipio del	Comune di	Giubiasco
Municipio del	Comune di	Gravesano
Municipio del	Comune di	Intragna
Municipio del	Comune di	Iragna
Municipio del	Comune di	Locarno
Municipio del	Comune di	Lodrino
Municipio del	Comune di	Losone
Municipio del	Comune di	Lugano
Municipio del	Comune di	Lumino
Municipio del	Comune di	Maggia

8.

SOCIETÀ (IN ORDINE ALFABETICO)

Comuni politici

Municipio del	Comune di	Magliaso
Municipio del	Comune di	Manno
Municipio del	Comune di	Maroggia
Municipio del	Comune di	Massagno
Municipio del	Comune di	Melide
Municipio del	Comune di	Mendrisio
Municipio del	Comune di	Meride
Municipio del	Comune di	Mezzovico-Vira
Municipio del	Comune di	Minusio
Municipio del	Comune di	Monte Carasso
Municipio del	Comune di	Monteggio
Municipio del	Comune di	Morbio Inferiore
Municipio del	Comune di	Morcote
Municipio del	Comune di	Muralto
Municipio del	Comune di	Novazzano
Municipio del	Comune di	Olivone
Municipio del	Comune di	Origlio
Municipio del	Comune di	Orselina
Municipio del	Comune di	Paradiso
Municipio del	Comune di	Pianezzo
Municipio del	Comune di	Ponte Tresa
Municipio del	Comune di	Porza
Municipio del	Comune di	Quinto
Municipio del	Comune di	Rancate
Municipio del	Comune di Lavertezzo	Riazzino
Municipio del	Comune di	Rivera
Municipio del	Comune di	Ronco s. Ascona
Municipio del	Comune di	Savosa
Municipio del	Comune di	Sementina
Municipio del	Comune di	Sorenago
Municipio del	Comune di	Stabio
Municipio del	Comune di	St. Antonino
Municipio del	Comune di	St. Antonio
Municipio del	Comune di	Vacallo
Municipio del	Comune di	Vernate
Municipio del	Comune di	Vico-Morcote
Municipio del	Comune di	Vira-Gambarogno

Patriziati

Patriziato di

Minusio

8.

SOCIETÀ (IN ORDINE ALFABETICO)

Albergatori

Albergo al Giardinetto	Biasca
Albergo Albatro	Lugano
Albergo Antico	Intragna
Albergo Arcadia al Lago	Locarno
Albergo Ascona	Ascona
Albergo Ascovilla	Ascona
Albergo Bellevue au Lac	Lugano
Albergo Cacciatori	Cademario
Albergo Calypso	Lugano
Albergo Camelia	Muralto
Albergo Campione	Bissone
Albergo Carlton Villa Moritz	Castagnola
Albergo Carmine	Muralto
Albergo Casa Berno	Ascona
Albergo Castello	Ascona
Albergo Castello del Sole	Ascona
Albergo Cereda	Sementina
Albergo Colibrì	Aldesago
Albergo Colorado	Lugano
Albergo Conca D'Oro	Lugano-Paradiso
Albergo Croce Federale	Bellinzona
Albergo del Parco	Rovio
Albergo Delfino	Lugano
Albergo Delta	Ascona
Albergo Diana	Lugano
Albergo du Lac	Lugano
Albergo Eden Roc	Ascona
Albergo Federale	Lugano
Albergo Forni	Airolo
Albergo Gardenia	Caslano
Albergo Giardino	Ascona
Albergo Gloria	Vaglio
Albergo International au Lac	Lugano
Albergo Internazionale	Bellinzona
Albergo La Perla	Ascona
Albergo La Perla	St. Antonino
Albergo Lago di Lugano	Bissone
Albergo Losone	Losone
Albergo Lugano Dante	Lugano
Albergo Luna	Ascona
Albergo Meister	Lugano

8.

SOCIETÀ (IN ORDINE ALFABETICO)

Albergatori

Albergo Mirafiori	Orselina
Albergo Montalbano	San Pietro di Stabio
Albergo Montaldi	Muralto
Albergo Monte Pettine	Ambrì
Albergo Moosmann	Gandria
Albergo Mulino	Ascona
Albergo Origgio Country Club	Origgio
Albergo Panorama	Gerra Gambarogno
Albergo Parco Paradiso	Lugano
Albergo Pergola	Ascona
Albergo Pestalozzi	Locarno
Albergo Piazza	Ascona
Albergo Piccolo	Locarno-Muralto
Albergo Polo	Ascona
Albergo Remorino	Minusio
Albergo Riposo	Ascona
Albergo Rosa Seegarten	Muralto
Albergo Sasso Boretto	Ascona
Albergo Splendide Royal	Lugano
Albergo Stazione	Mendrisio
Albergo Tamaro	Ascona
Albergo Tobler	Ascona
Albergo Villa Caesar	Brissago
Albergo Villa Castagnola	Lugano
Albergo Villa Palmiera	Locarno
Albergo Walter	Lugano
Albergo Zurigo	Lugano
Aparthotel Al Lago	Locarno
Garni Cà Vegia	Golino
Garni Campofelice	Tenero
Garni Intragna	Intragna
Garni Nessi	Locarno
Holiday Inn Lugano Center	Lugano-Paradiso
Hotel Carlton Villa Moritz	Castagnola
Kurhaus Cademario	Cademario
Kurhotel Serpiano	Serpiano
Leopoldo Hotels & Restaurants SA	Lugano
Motel Vezia	Vezia
Mövenpick Restaurant & Dienstleistungen AG Albergo Carcani	Adliswil
Parkhotel Villa Nizza	Lugano
Ramada-Treffhotel Albergo La Palma au Lac	Muralto

8.

SOCIETÀ (IN ORDINE ALFABETICO)

Albergatori

Romantik Hotel Orselina		Orselina
Romantik-Hotel Ticino		Lugano
SDH Management SA Hotel Olivella		Vico Morcote
Splendide Royal SA	Albergo Eden	Lugano
SRAN SA	Albergo Nazionale	Biasca
Tessal SA	Villa Sassa Hotel & Residence	Lugano
Touring Mot-Hotel Bellavista		Vira Gambarogno

Esercenti

Albrici Lorenzo	Locanda Orico	Bellinzona
Dalsass Martin	Ristorante Santabbondio	Sorengo
Egli A.	Ristorante Elvezia	Bissone
Ratti Waldis	Ristorante Rodolfo	Vira Gambarogno
Ristorante Motto del Gallo		Taverne
Storelli Pier Carlo	Ristorante Verbano	Brissago

Campeggi

Campeggio Campofelice	Tenero
Campeggio Delta	Locarno
Campeggio Lido Mappo	Tenero
Campeggio Rivabella	Tenero

Associazioni

Associazione	Ticinese Negozianti di Vino	Bellinzona
Associazione	Campeggi Ticinesi	Tenero
Associazione Padroni	Macellai e Salumieri	Bironico
Associazione Svizzera	Industrie Grafiche	Bellinzona
Federazione	Alpinistica Ticinese	Agarone
Federazione Sci della	Svizzera Italiana	Gerra Piano
Federazione Ticinese	Sport Equestri	Gravesano
FOFT		Cadenazzo
Gastro Bellinzona e Alto Ticino		Rodi-Fiesso
Gastro Lago Maggiore e Valli		Ascona
Gastro Lugano		Lugano Besso
Gastro Mendrisiotto		Novazzano

8.

SOCIETÀ

(IN ORDINE ALFABETICO)

GastroTicino			Lugano
Hotellerie Suisse	Sezione Ascona e Losone	c/o Albergo Piazza	Ascona
Hotellerie Suisse	Sezione Bellinzona	c/o Albergo Unione	Bellinzona
Hotellerie Suisse	Sezione Mendrisiotto	c/o Albergo Lago di Lugano	Bissone
Hotellerie Suisse	Sezione Lugano	CP 763	Paradiso
Hotellerie Suisse	Sezione di Locarno	c/o Albergo Camelia	Muralto
Hotellerie Suisse	Sezione Gambarogno		Vira-Gambarogno
Hotellerie Suisse	Ticino		Bellinzona
Pro Centovalli e Pedemonte			Intragna
Pro Pregassona			Pregassona
Rustici della Verzasca			Berzona/Vogorno
Comunità del San Gottardo			Caveragno
Sci Club Simano			Olivone
UTPT	c/o Funicolare San Salvatore		Paradiso

Ditte

Arti Grafiche Salvioni SA			Bellinzona
Associazione	Bancaria Ticinese		Vezia
Autolinee Bleniesi SA			Biasca
Automobile Club Svizzero	Sezione Ticino		Lugano
Banca del Ceresio			Lugano
Banca del Sempione			Lugano
Banca dello Stato	del Cantone Ticino		Bellinzona
Banca Popolare di Sondrio			Lugano
Banca Sogenal			Lugano
Banca Svizzera Italiana			Lugano
Banco di Lugano			Lugano
Blenio TourRustici			Leontica
BNP Paribas Privat Bank	Switzerland SA		Lugano
Bronzini	Marco	Ferrovia Monte Generoso SA	Capolago
Bucherer SA	Filiale di Lucerna	Bucherer Locarno	Lucerna
Bucherer SA	Filiale di Lucerna	Bucherer Lugano	Lucerna
CAGI			Giubiasco
Camera di Commercio			Lugano
Cardada Impianti	Turistici SA		Orselina
Casagrande	Giampiero		Lugano
Centro Turistico	Grossalp SA		Busco Gurin
City-Carburol SA			Bironico
Clichés Color 2000			Bioggio
Comal e Associati SA			Morbio Inferiore
Corner Banca SA			Lugano
Credit Suisse	Servizio Marketing		Lugano

8.

SOCIETÀ (IN ORDINE ALFABETICO)

Ditte

Positioner SA	Matteo Bianda	Camorino
Elia Colombi SA		Bellinzona
FART		Locarno
Ferrovie Federali Svizzere	Traffico Viaggiatori Ticino	Lugano
Ferrovie Luganesi SA	Lugano-Ponte Tresa	Agno
Fondazione Uomonatura		Lugano
Fratelli Roda SA		Taverne
FSA Fiduciaria	Svizzera degli Albergatori	Lugano
Funicolare Locarno -	Madonna del Sasso	Locarno
Funicolare Monte Brè		Suvigliana
Funicolare San Salvatore		Paradiso
Funivia Monte Lema		Migliaglia
Gabbani	Lino	Lugano
Gianni Casagrande SA		Bellinzona
Globus Locarno		Locarno
Globus Viaggi SA		Lugano
Hotelplan Viaggi SA	Alfredo Burini	Lugano
Infocentro Gottardo Sud SA		Pollegio
Isicom SA / Ristora Magazine SA		Chiasso
Isole di Brissago		Brissago
La Posta	Regione di vendita Bellinzona	Bellinzona
LCST Sagl	c/o Lugano Turismo	Lugano
Manor Sud SA	Grandi Magazzini	Lugano
Migros Ticino	Società Cooperativa	St. Antonino
Monte Tamaro SA		Rivera
Mosse Media AG		Zurigo
New Copy		Bellinzona
New Print SA	Armando Vavassori	Paradiso
OFIMA SA		Locarno
Palazzo dei Congressi		Lugano
Publicitas SA		Bellinzona
Società Navigazione	del Lago di Lugano	Cassarate
Società Sciovie di	Campo Blenio e Scuola di Sci	Campo Blenio
Susi Interoffice Design Sa		Camorino
Swisscom SA	ing. Luciano Foletti	Bellinzona
Swissminiatur SA		Melide
Teatro e Casinò	Kursaal SA	Lugano
Ticino Exclusiv		Locarno
TILO SA		Chiasso
Tipografia Commerciale	Leins Ballinari	Bellinzona
Tipografia Grafica Bellinzona SA		Claro
Tipografia Poncioni SA		Losone

8.

SOCIETÀ (IN ORDINE ALFABETICO)

Ditte

Tipografia Stazione SA		Locarno
Tipografia Torriani SA		Bellinzona
Tipo-Offset Aurora SA		Lugano
Touring Club Svizzero	Sezione Ticino	Rivera
Tourmedia AG		Zurigo
Unione Banche Svizzere		Lugano
Viaggi Kuoni SA		Lugano

Privati

Battaglia	Paolo	Bellinzona
Belloli	Claudio	Solduno
Bergonzoli	Eros	Ascona
Berta	Carlo	Bellinzona
Bettini Rezzonico	Gabriella	Breganzona
Borsari	dr. Ermes	Breganzona
Bosia	Luigi	Lugano
Brioschi	Pino	Bellinzona
Cioccari	Raffaella e Marinella	Biasca
Colombo	R.	Lugano
Cossi	Attilio	Ascona
Frapolli	Giovanni	Bellinzona
Gemnetti	Francesca	Bellinzona
Invernizzi	Dino	Ascona
Marzagalli	Giuseppe	Lugano
Moteni	Carlo	Lumino
Orelli	Diego	Sementina
Ostini	Marco	Agno
Poma	Paolo	Morcote
Scherrer	Jean	Muralto
Solari	Marco	Casoro/Figino
Valli	Stefano	Brione s/Minusio
Vanetti	Pietro	Losone
Will	Stefano	Cadro

TICINO TURISMO

Casella Postale 1441
6501 Bellinzona

telefono 091 825 70 56
fax 091 825 36 14
E-mail info@ticino.ch
Internet www.ticino.ch