

**Verbale Assemblea generale dell'Organizzazione turistica
Lago Maggiore e Valli (OTLMV)
Martedì, 16 dicembre 2025 - ore 17:00 / Teatro di Locarno, Locarno**

Presenti in sala

72 soci presenti in sala / 66 con diritto di voto e 6 come invitati/accompagnatori

Trattande

1. Saluto del Presidente
2. Nomina degli scrutatori
3. Approvazione del verbale dell'Assemblea generale dell'OTLMV del 12 giugno 2025
4. Presentazione e approvazione del preventivo 2026
5. Nomina statutaria
 - nomina in Consiglio d'Amministrazione del rappresentante dell'area Vallemaggia in sostituzione del membro dimissionario Simone Stoira
6. Mozioni e Interpellanze
7. Eventuali

1. Saluto del Presidente

Il Presidente **Aldo Merlini** apre ufficialmente l'assemblea e constata con piacere la presenza di numerose autorità e dei sindaci della regione. Rivolge quindi un cordiale saluto a Simone Patelli, Presidente di ATT, a Nunzio Longhitano, Presidente di Gastro Lago Maggiore e Valli, a Dani Büchi, Patron di Moon & Stars, e a Luigi Pedrazzini, Vicepresidente del Locarno Film Festival.

L'Assemblea prende avvio con un ringraziamento da parte del Presidente ai partecipanti per la presenza. Un'Assemblea dedicata all'analisi del preventivo 2026 e alla definizione delle strategie volte a rafforzare la promozione del territorio e la qualità dell'accoglienza. Viene evidenziato come il prossimo anno sarà determinante per il consolidamento del settore turistico, esprimendo fiducia nel raggiungimento degli obiettivi grazie alla collaborazione di tutti gli attori coinvolti. Si pone particolare attenzione alla destagionalizzazione, con iniziative volte a rafforzare la presenza turistica anche nei mesi invernali.

In merito ai risultati dell'anno 2025, viene sottolineato con soddisfazione l'andamento molto positivo del settore turistico nella regione, riconosciuto quale importante motore del turismo ticinese. In vista del futuro, i soci vengono informati che tra un anno il Consiglio di Amministrazione sarà interessato da un significativo rinnovo, con l'uscita di tre quarti dei membri a seguito del raggiungimento del limite massimo di mandato.

Il Presidente esprime quindi un sentito ringraziamento al personale, alla direzione e a tutti i membri del Consiglio di Amministrazione per l'impegno e la proficua collaborazione. Rivolge infine un ringraziamento particolare a Simone Stoira, il prezioso contributo dapprima come membro del CdA e successivamente dell'Ufficio Presidenziale, e formulandogli i migliori auguri per l'incarico quale Presidente dell'Ascovam.

2. Nomina degli scrutatori

Proposti il *Signor Nunzio Longhitano* e il *Signor Michele Sussigan*. Non vi sono altri suggerimenti dalla sala, pertanto i due scrutatori vengono approvati.

3. Approvazione del verbale dell'Assemblea generale dell'OTLMV del 12 giugno 2025

Il verbale viene approvato all'unanimità.

4. Presentazione e approvazione del preventivo 2026

Il Direttore F. Bonetti evidenzia come l'anno a venire si prospetti quale fase di consolidamento. Richiama gli importanti investimenti realizzati negli ultimi anni, in particolare nel settore immobiliare e alberghiero, con l'arrivo di nuove strutture e catene di rilievo, nonché lo sviluppo di nuovi prodotti turistici, tra cui i percorsi di mountain bike. Sottolinea pertanto che il 2026 rappresenterà un periodo utile per valutare attentamente l'impatto di tali sviluppi sulla regione.

Il mercato interno svizzero continua a rappresentare il pilastro della strategia turistica, e si conferma la volontà di proseguire con investimenti significativi su questo segmento, caratterizzato da una clientela fidelizzata e ricorrente.

Segnali positivi provengono dai principali mercati europei, in particolare dalla Germania, dove le azioni di marketing intraprese negli ultimi anni stanno generando risultati concreti in termini di pernottamenti e crescita.

A partire dal 2026 verrà avviato un maggiore impegno sul mercato nordamericano, con particolare attenzione alla East Coast, ritenuta strategica per prossimità e potenziale di spesa. Tale sviluppo avverrà in collaborazione con Ticino Turismo, Svizzera Turismo e altri partner regionali interessati ad approfondire questo mercato.

Viene ribadita l'importanza strategica della destagionalizzazione (Ticino 365) in collaborazione con le Organizzazioni Turistiche e i partner regionali. L'obiettivo è di estendere progressivamente la stagione turistica oltre il mese di ottobre, includendo il periodo natalizio, e di anticiparne l'avvio all'inizio di marzo, valorizzando le favorevoli condizioni del territorio e del clima.

Viene evidenziato il ruolo strategico degli eventi quale importante segmento turistico, sottolineando la volontà di proseguire con investimenti significativi, pari a circa 2,5 milioni di franchi praticamente tutti allocati. Sia i grandi eventi sia quelli di dimensioni più contenute, contribuiscono in modo rilevante alla generazione di flussi turistici e al rafforzamento dell'immagine della regione su diversi mercati.

Tali attività vengono sviluppate lungo tutto l'arco dell'anno attraverso azioni di marketing coordinate con i principali partner, tra cui il Locarno Film Festival e Moon & Stars.

La regione sta suscitando un crescente interesse da parte di investitori, anche internazionali, grazie allo sviluppo di nuove strutture alberghiere.

L'offerta non alberghiera, pur registrando una crescita più contenuta rispetto al passato, rappresenta ormai una componente consolidata del sistema turistico, includendo in particolare gli Airbnb e le residenze secondarie, che contribuiscono in modo significativo ai pernottamenti e all'indotto economico sul nostro territorio.

L'offerta outdoor rappresenta un pilastro strategico dell'attività turistica, capace di attrarre visitatori durante tutto l'arco dell'anno, incluse le stagioni di bassa affluenza. In particolare, il territorio si distingue per la varietà di proposte quali Trail running, arrampicata ed escursionismo, ambito nel quale vengono investiti annualmente circa due milioni di franchi. Ulteriori elementi di attrattiva sono costituiti dalle valli, dal lago e dai corsi d'acqua, che contribuiscono a rafforzare il posizionamento della destinazione.

Nell'ambito della destagionalizzazione, è stata avviata in via sperimentale l'apertura delle Isole di Brissago nei fine settimana di gennaio, con l'obiettivo di rafforzare l'offerta turistica invernale. Considerato che, nelle giornate favorevoli, il Ticino è facilmente accessibile da nord, questa proposta può rappresentare un'offerta complementare.

Conclude sottolineando che il 2026 rappresenta un anno chiave per valutare l'efficacia degli investimenti avviati. Proseguiranno le collaborazioni a livello locale, nazionale e internazionale, anche con grandi organizzatori di eventi, rafforzando il posizionamento della destinazione. Le prospettive risultano positive e, grazie allo sviluppo dell'offerta e alle attività di marketing, si prevede un consolidamento sia sul mercato nazionale sia su quello internazionale.

Prende la parola il **Direttore Operativo B. Frizzi**, il quale saluta sottolinea come l'indotto economico rappresenti l'obiettivo principale dell'attività, evidenziando l'importanza, seppur stimata, del contributo delle residenze secondarie al volume complessivo dei pernottamenti. I dati mostrano una tendenza positiva e costante dal 2015, con una crescita prevista del 6% nel 2025 e un incremento stimato dell'8% nel settore alberghiero. Si registra inoltre una ripresa significativa dei mercati esteri, con livelli superiori al periodo pre-pandemico. Tra le priorità strategiche emerge la destagionalizzazione, con particolare attenzione al rafforzamento dei mesi di bassa affluenza attraverso lo sviluppo dell'offerta e delle attività di comunicazione.

A livello digitale si registra una crescita costante e significativa, con un aumento del traffico del 13% fino a novembre e una stima di circa tre milioni di sessioni annuali, in netto incremento rispetto al 2019. Le campagne Google Ads, estese anche al periodo invernale, hanno generato risultati rilevanti in termini di visibilità, mentre le newsletter confermano un elevato e costante coinvolgimento del pubblico. Complessivamente, i dati evidenziano una correlazione positiva tra interesse online e flussi turistici sul territorio.

Tra le principali novità si segnala il lancio dello Shop Online, che coinvolge 43 partner e circa 100 prodotti, con l'obiettivo di digitalizzare l'offerta turistica e consentire al visitatore di pianificare e acquistare l'intera esperienza in modo integrato. È stata inoltre introdotta la piattaforma MyClub, pensata per fidelizzare gli ospiti delle residenze secondarie attraverso offerte dedicate e vantaggi esclusivi. Parallelamente, si registra una crescita costante della comunità sui social media, che raggiunge circa 235'000 utenti, contribuendo ad aumentare visibilità e traffico verso i canali digitali.

Viene mostrato un breve video riassuntivo delle attività svolte nel corso dell'anno, che evidenzia le numerose collaborazioni con testimonial di rilievo internazionale, tra cui sportivi, personalità dello spettacolo e ambasciatori della destinazione, attivate su diversi canali e segmenti di mercato.

A livello strategico, l'obiettivo è consolidare il posizionamento quale principale destinazione estiva in Svizzera, promuovendo al contempo la destagionalizzazione e l'ampliamento dei mercati, con particolare attenzione al segmento nordamericano e al segmento premium. Il concetto di lusso è oggi interpretato in chiave esperienziale, non più legato esclusivamente a beni materiali, ma alla possibilità di vivere momenti autentici e distintivi, a contatto con il territorio. In quest'ottica, il posizionamento nel segmento premium implica la selezione e la



valorizzazione di offerte di qualità, rivolte a un pubblico attento, contribuendo così all'ampliamento dei mercati e alla destagionalizzazione dell'offerta turistica. La strategia, già delineata, mostra risultati positivi e viene portata avanti con continuità, mantenendo un approccio dinamico e orientato all'innovazione.

Nell'ambito dello sviluppo del prodotto, l'attività si concentra sull'individuazione e valorizzazione delle principali tendenze turistiche, verificandone la coerenza con le potenzialità del territorio. A ciò si affianca l'organizzazione di eventi e collaborazioni con partner e testimonial di rilievo internazionale, che contribuiscono ad ampliare la visibilità e la credibilità della destinazione. Tali iniziative consentono inoltre di rafforzare l'efficacia delle successive campagne di marketing e comunicazione, rendendole più mirate e incisive.

I partenariati rappresentano un elemento strategico fondamentale, con collaborazioni attive a livello cantonale, nazionale e locale, che rafforzano l'efficacia delle iniziative e degli eventi sul territorio. Parallelamente, il tema digitale assume un ruolo sempre più centrale, con progetti di rinnovamento in corso e una crescente attenzione verso strumenti innovativi quali neuromarketing e intelligenza artificiale, finalizzati all'ottimizzazione dei processi e al miglioramento dell'efficacia operativa.

La produzione di contenuti costituisce un'attività centrale, con un'intensa realizzazione di materiali fotografici e video a supporto dei canali digitali e delle campagne promozionali. In ambito marketing, prosegue lo sviluppo della strategia "Outdoor Eldorado", avviata nel 2024 con il focus sul Trail running, proseguita con l'arrampicata e, per il prossimo anno, orientata alla mountain bike.

Sul mercato svizzero l'attività promozionale si avvale di numerosi ambasciatori, collaborazioni con grandi eventi e iniziative di influencer marketing, affiancate alla campagna "Outdoor Eldorado". Parallelamente, si registra un'intensa presenza anche sui mercati esteri, attraverso molteplici azioni mirate di promozione e comunicazione.

In ambito eventi, oltre alle manifestazioni consolidate, sono previste nuove iniziative di rilievo internazionale, tra cui la Coppa del Mondo di corsa d'orientamento ad Ascona e Locarno e la Transalpine Run, con arrivo nella regione. Si aggiungono ulteriori eventi sportivi quali Run and Fly e Run Through, inseriti anche in un'ottica di destagionalizzazione e valorizzazione del territorio.

Il segmento bike si conferma strategico, con un'offerta diversificata che include cicloturismo, e-bike e nuovi percorsi dedicati al gravel. In ambito mountain bike, sono stati recentemente completati i primi tracciati, tra cui il percorso dei Monti Motti e il collegamento della Bassa di Cardada, con ulteriori sviluppi previsti nei prossimi anni grazie all'avanzamento delle procedure pianificatorie.

Viene mostrato un video con un'anteprima del percorso dei Monti Motti.

L'arrampicata rappresenta un ulteriore ambito di sviluppo, con la realizzazione di una nuova via al Mognola in Valle Maggia. Prosegue inoltre l'attenzione verso il segmento famiglie, considerato strategico per la fidelizzazione, attraverso diverse attività e iniziative promozionali dedicate.

Conclude sottolineando come il tema della sostenibilità costituisca un elemento prioritario ed è considerata nelle sue componenti economica, sociale e ambientale. L'OTLMV dispone già di una certificazione a livello nazionale e sta avviando un percorso di certificazione anche a livello di destinazione, coinvolgendo attivamente i partner del territorio.

Il Presidente mette in discussione la relazione 2025.

Interviene il **Sindaco di Ronco s/Ascona, Paolo Senn**, chiedendo se il segmento del turismo culturale sia sufficientemente sviluppato e valorizzato per attrarre visitatori interessati all'arte e alla cultura, oppure se tale ambito sia ancora limitato o demandato principalmente ai comuni.

Il **Direttore Operativo B. Frizzi** precisa che l'offerta artistica e culturale del territorio è ampia e qualificata, comprendendo eventi, musei, gallerie e patrimonio storico-religioso, ed è adeguatamente valorizzata anche attraverso i canali ufficiali. Evidenzia tuttavia come, in considerazione dei mercati di riferimento, l'attenzione promozionale si concentri in particolare sugli elementi distintivi della regione, senza trascurare il ruolo dell'arte, della cultura e delle tradizioni locali.

Prende la parola il **Direttore Finanziario M. Cacciamognaga**, il quale informa che le previsioni indicano per il 2025 un significativo incremento dei pernottamenti, con una crescita stimata tra il 7.5% e l'8% nel settore alberghiero e tra il 2.5% e il 3% nei campeggi. Sulla base degli indicatori nazionali e del confronto con gli attori del settore, è stato elaborato un preventivo 2026 prudenziale che prevede un aumento dei pernottamenti del 2.5% rispetto al preventivo 2025. Il budget evidenzia una maggiore uscita di 245'000 franchi su un totale di 18.3 milioni, sostenuta tuttavia da una solida situazione patrimoniale, senza variazioni nella strategia operativa.

Illustra il dettaglio delle entrate e delle uscite dei conti preventivi 2026.

I conti presentano un totale dei ricavi di CHF 18'300'00.-, un totale dei costi di CHF 12'887'000.-, un Cash Flow negativo (Cash Drain) di CHF 43'000.-, un risultato EBIT negativo di CHF -257'000.- ed una perdita d'esercizio complessiva di CHF -245'000.-.

Prende la parola il **Sindaco di Ronco s/Ascona, Paolo Senn**, il quale solleva una riflessione sull'impatto della normativa sugli affittacamere, in particolare sul limite dei 90 giorni, chiedendo se gli obblighi aggiuntivi previsti oltre tale soglia possano disincentivare la dichiarazione completa dei pernottamenti e se vi sia margine per un'eventuale revisione delle disposizioni a livello cantonale.

Il **Direttore F. Bonetti** risponde che il tema è attualmente oggetto di discussione a livello politico e istituzionale. L'OTLMV non ha competenze di controllo, che spettano ai comuni, ma che risultano difficili da esercitare in modo efficace; pertanto, ci si basa principalmente sulle dichiarazioni dei proprietari. La situazione è in evoluzione e continua a essere oggetto di confronto.

Non essendoci interventi i conti vengono approvati all'unanimità.

5. Nomina statutaria

- nomina in Consiglio d'Amministrazione del rappresentante dell'area Vallemaggia in sostituzione del membro dimissionario Simone Stoira

Il Presidente **A. Merlini** informa che in merito alle dimissioni di Simone Stoira, in sua sostituzione, è stata presentata la candidatura di Fiorenzo Dadò da parte dell'Ascovam; viene quindi data la parola al Presidente di Ascovam.

Il Presidente dell'Ascovam, **Simone Stoira**, dopo aver espresso i ringraziamenti per la collaborazione avuta con l'Organizzazione Turistica, conferma la proposta, condivisa unanimemente dai comuni della Vallemaggia, di nominare Fiorenzo Dadò quale rappresentante dell'area in seno al Consiglio d'Amministrazione. Viene evidenziato il profilo competente e rappresentativo del candidato, la sua esperienza istituzionale e il suo impegno anche in ambito turistico, ritenendo che possa apportare un contributo significativo. Invita pertanto l'assemblea a sostenere la candidatura.

Non essendoci ulteriori candidature, Fiorenzo Dadò viene eletto all'unanimità.

6. Mozioni e Interpellanze

Nessuna.

7. Eventuali

Simone Patelli, Presidente ATT, esprime i ringraziamenti a nome di Ticino Turismo e dei partner coinvolti, a tutti gli attori del territorio per l'impegno e la collaborazione nel promuovere e sviluppare l'offerta turistica della regione.

Nessun ulteriore intervento.

Il Presidente Merlini ringrazia i presenti e invita tutti all'aperitivo nella hall del Teatro.



Aldo Merlini
Presidente



Nunzio Longhitano
Scrutatore



Michele Sussigan
Scrutatore