

Relazione 2019



Consiglio d'Amministrazione

Area Ascona-Locarno

1. Luca Allidi
2. Daniele Beretta
3. Glen Brändli
4. Nicola Camani
5. Guido Casparis
6. Claudio Franscella
7. Aldo Merlini, Presidente
8. Massimo Perucchi
9. Alain Scherrer

Area Gambarogno

10. Remo Clerici, Vicepresidente
11. Gianpietro Ferrari
12. Michele Sussigan

Area Tenero e Valle Verzasca

13. Pier Maran
14. Alan Matasci
15. Simone Patelli

Area Vallemaggia

16. Patrik Arnold
17. Lara Dazio Patocchi
18. Simone Stoirà

Sommario

- 2 Relazione 2019
- 6 Commento al consuntivo 2019
- 9 Rapporto dell'Ufficio di revisione
- 10 Conto economico
- 11 Bilancio
- 12 Allegato al Conto annuale 2019
- 14 Numero di alberghi e letti disponibili,
campeggi e posti tenda,
residenze secondarie e posti letto
dal 2009 al 2019
- 16 Statistica evoluzione pernottamenti dal 2009 al 2019
- 17 Statistica pernottamenti per nazioni nel 2019

Relazione 2019

Sebbene non abbia ripercussioni sulla valutazione dell'andamento del 2019, la situazione venutasi a creare a causa della pandemia non può non essere citata nell'ambito del consuntivo dello scorso anno. La diffusione del Covid-19 e i provvedimenti introdotti a metà marzo hanno creato problemi considerevoli per l'economia e le aziende svizzere ed hanno diffuso un alone di incertezza per il futuro a corto e medio termine. Nell'ultimo aggiornamento delle previsioni congiunturali pubblicato in giugno 2020, gli esperti della Segreteria di Stato dell'economia (SECO) prevedevano che nel 2020 la Svizzera si troverà in recessione, con una riduzione del PIL stimata al 6.2%.

Se per l'anno 2019 possono essere ancora utilizzati i parametri tradizionali nella valutazione dei risultati, per l'anno in corso le difficoltà di stima saranno molto elevate, vista l'incertezza in merito agli sviluppi della situazione sanitaria. Stando agli indicatori economici ora disponibili, i tempi di ripresa potrebbero rivelarsi più rapidi di quanto non prospettato in giugno, sebbene in generale – nonostante i risultati inaspettati dei mesi di luglio e agosto – il settore turistico non sia tornato ai livelli del periodo precedente alla crisi. Per l'anno in corso la nostra Organizzazione turistica può infatti ipotizzare, come pure il Cantone, una contrazione dei pernottamenti all'incirca del 25%.

La battuta d'arresto dovuta al diffondersi del Covid-19 inquadra e contestualizza quindi a posteriori i risultati del 2019, anno dall'andamento in crescita rispetto ai dodici mesi precedenti.

2'499'891 pernottamenti in tutte le categorie d'alloggio

Il 2019 ha volato alto e ha fatto registrare 1'003'795 pernottamenti alberghieri. Cifre che raggiungono quota 2'499'891, se consideriamo tutte le categorie di alloggio: alberghi, campeggi, privati, ostelli, alloggi collettivi e capanne (dati che includono ospiti paganti e non paganti, tra cui i minori di 14 anni). Strutture ricettive che, assieme alle oltre 15'600 residenze secondarie, costituiscono lo scheletro dell'accoglienza per chi soggiorna nella nostra regione. Strutture che hanno saputo rinnovarsi e reinventarsi nel tempo, grazie all'iniziativa di privati che con lungimiranza e coraggio hanno investito per essere competitivi su un mercato che evolve rapidamente, ma anche grazie al sostegno dello Stato e all'intervento del nostro sistema turistico: dall'introduzione della nuova legge sul turismo (LTur) nel 2015, tramite l'emissione di preavvisi favorevoli, la nostra Organizzazione turistica ha permesso a una trentina di realtà imprenditoriali di accedere ai sussidi previsti dalla LTur, per cui il Cantone ha stanziato un credito quadro di 16 milioni di franchi per il quadriennio 2018-2021, che sono essenzialmente destinati agli investimenti alberghieri e alle infrastrutture turistiche (offerte ricreative e di svago).

Essere una destinazione turistica oggi

Una località non può tuttavia definirsi una destinazione turistica solo perché all'interno della sua area comprende alberghi e strutture turistiche, oppure perché in passato aveva la fama di essere una meta di villeggiatura, oppure ancora perché ha la fortuna di essere incastonata in un contesto naturale e paesaggistico da cartolina. Chiaramente alla base del successo della nostra destinazione c'è il territorio. Territorio che è sì spazio geografico e culturale, luogo e strumento di coesione sociale, di valorizzazione di saperi, di caratteri e di tradizioni che si sono formati nei secoli. Ma il territorio è anche un sistema: oggi più che mai per essere competitivi e promuovere le ricchezze del nostro territorio è infatti necessario valorizzare l'offerta turistica in un sistema integrato. In questo contesto le istituzioni, pubbliche e private, sono gli attori primari in un sistema virtuoso che vede il territorio come chiave di volta. Sì, perché attorno al territorio tutto ruota e si costruisce. Politicamente e operativamente. Quando il territorio è forte perché è unito, anche negli intenti politici, quando è sostenuto da solide basi strategiche e da volontà di investire per migliorarsi, il sistema turistico regionale è in grado di creare valore, stabile e duraturo, contribuendo a mantenere attrattiva la destinazione. Anche in anni in cui fattori esogeni possono incidere considerevolmente sui risultati turistici. Solo in questo modo un territorio si trasforma in una destinazione turistica.

Oggi essere una destinazione turistica attrattiva significa offrire un valore aggiunto che affascini e conquisti e che soprattutto soddisfi le esigenze dei turisti attuali. Il mercato è complesso e sempre più competitivo: il prodotto deve soddisfare i bisogni del nuovo consumatore. Ma il prodotto deve essere pensato, costruito, messo in rete, promosso e documentato in modo adeguato. Il turismo non è un'attività che si può improvvisare, ma necessita di una strategia chiara e definita. E ciò coincide con l'impegno quotidiano della nostra Organizzazione turistica. Organizzazione i cui compiti sono definiti dalla legge – l'animazione, l'assistenza e l'informazione al turista, la commercializzazione e la promozione turistica per la propria regione, nonché lo sviluppo, il coordinamento e il marketing di prodotti turistici – e che nel tempo, grazie alla professionalizzazione costante della propria struttura con l'assunzione di profili specializzati, ha saputo costruire una strategia solida ed efficace.

Il processo relativo alla nascita e all'impostazione strategica della nostra Organizzazione è stato condiviso a vari livelli: dapprima politico, con le istituzioni cantonali che hanno inquadrato i compiti delle OTR nella nuova legge, poi tecnico, con i partner turistici della regione.

È una strategia – comprovata dai risultati – che punta sul mercato svizzero; mercato che anche nel 2019 ha confermato la sua grande importanza, facendo registrare il 73% di confederati sul totale di turisti che hanno pernottato nella nostra regione. È una strategia che mette al centro il turista, anzi le varie tipologie di turista, e che pone l'accento in modo particolare sulle famiglie, per cui si è proceduto ad un rinnovamento strategico e contenutistico coinvolgendo i partner attivi nel settore, sul comparto “outdoor” – escursionismo, mountain bike, attività all'aria aperta, benessere – sugli eventi, grandi generatori di flussi turistici per cui lo scorso anno sono stati concessi come contributo dalla nostra Organizzazione oltre 2,1 milioni di franchi.

Parola d'ordine: digitalizzazione

Le modalità di promozione turistica sono molteplici, grazie alle potenzialità pressoché infinite offerte dal web e dalla comunicazione digitale. Un tempo ci si concentrava unicamente sulla “pubblicità”, soprattutto cartacea, si partecipava alle fiere di settore, si cercava di intercettare i tour operator per puntare ai grandi flussi. Attività che vengono mantenute, ma nel tempo il mercato ha imposto a gran voce nuove dinamiche e necessità. Si cerca un rapporto più diretto e immediato con i turisti, rapporto che si esprime attraverso i social network, i blog e i siti di recensione. Il digitale aiuta nel mantenere una relazione di lungo periodo con i turisti, fattore che costituisce una delle principali fonti di vantaggio competitivo. Nel 2019 il sito web della destinazione ascona-locarno.com è stato totalmente rivisto per rispondere idealmente alle richieste e alle nuove dinamiche del mercato: più intuitivo, più social, più attrattivo. Con i nuovi contenuti e la nuova impostazione è stata implementata parallelamente una strategia digital per essere sempre più visibili e “trovabili” in rete. Con 964'279 sessioni (in crescita del 54.8% rispetto al 2018) e 675'377 utenti, le cifre parlano da sole. Oggi infatti la presenza online risulta ugualmente fondamentale per la gestione di un brand turistico o una struttura ricettiva. I clienti non solo si dimostrano sempre più esigenti ma con più frequenza condividono e commentano la loro esperienza turistica sul web e sui social network. Diventa quindi sempre più importante offrire un servizio di qualità sapendo gestire con efficacia le informazioni, la propria immagine e la propria reputazione sul web. Per capire la portata del digital marketing turistico, che si affianca al marketing tradizionale, basti dire che nel 2019, le interazioni (“mi piace” e commenti) sul profilo Facebook della nostra regione sono state 442'000; quelle su Instagram hanno raggiunto 1 milione. Per questo motivo, le attività della nostra Organizzazione turistica nascono e si sviluppano sempre più nel mondo online, sia con attività di digital marketing sia tramite le piattaforme social. Oltre a permettere una segmentazione più dettagliata e diretta, la presenza digital crea idealmente un customer journey – un'esperienza virtuale ma completa per il cliente – che lo accompagna nelle varie fasi della vacanza, dall'ispirazione del viaggio alla scelta della meta, dal momento stesso del soggiorno al rientro a casa. Anche in un contesto di crisi come quello appena trascorso, la comunicazione in modalità digital consente di essere veloci, agili e di ripensare le strutture e le attività di tutta l'azienda, permettendo di creare rapidamente una “nuova normalità”, pianificando la comunicazione ad hoc e restando vicini e visibili al proprio pubblico di riferimento.

Alcune cifre del 2019...

2'499'891

i pernottamenti registrati in tutte le categorie d'alloggio

2'100'000 franchi

la cifra totale spesa per l'intero comparto manifestazioni e sussidi

73%

la percentuale di confederati sul totale dei turisti che hanno pernottato nella nostra regione

2 milioni

il numero medio di telespettatori di "Das perfekte Dinner", trasmissione culinaria andata in onda dal Lago Maggiore in agosto sull'emittente tedesca VOX

5

puntate della trasmissione "Mini Schwiiz, dini Schwiiz" girate nella nostra regione e diffuse in aprile tramite l'emittente svizzero tedesca SRF

450'000

lettori raggiunti grazie alla distribuzione dell'inserito Events tramite la Schweiz am Wochenende

35'000 esemplari

di Détour Magazine "Ascona-Locarno 100% authentique", inserto di 72 pagine interamente dedicate alla regione distribuito tramite l'hebdo romando "Terre et Nature"

35'000 esemplari

di "Spring in Ascona-Locarno", inserto dedicato alla primavera distribuito nella rivista TimeOut

650'000

membri utilizzano per le proprie escursioni la piattaforma outdooractive.com e l'App (75% di utenti tedeschi)

70'000

e-mail inviate nell'ambito della nostra campagna newsletter mensile con un tasso di apertura medio del 50%

48.8 milioni (+700%)

persone raggiunte nel 2019 in Instagram e Facebook

125'000 (+20%)

"mi piace" totali in Facebook nel 2019

1 milione (+225%)

“mi piace” totali nel 2019 in Instagram

450

operatori da tutto il mondo hanno partecipato allo Switzerland Travel Mart (STM), tenutosi in ottobre a Lucerna e a cui eravamo presenti con vari partner turistici

quasi 600

partecipanti alla 6ª edizione del Töfflitour Coira-Ascona: 152 km in motorino!

964'279

visite sul nostro sito internet www.ascona-locarno.com, in crescita del 54.8%

2'213'938

visualizzazioni di pagina sul nostro sito (+38.6% di nuove sessioni)

12'574

famiglie hanno svolto una delle cacce al tesoro della nostra regione

Commento al consuntivo 2019

Ricavi

Nel 2019 la nostra regione, così come tutto il Ticino turistico, ha registrato un aumento generale dei pernottamenti alberghieri, situato globalmente attorno al +3.3%. Altre categorie di alloggio hanno invece registrato variazioni differenti; i pernottamenti nei numerosi campeggi sono ad esempio aumentati del +13.2% rispetto al 2018. Complessivamente, per la nostra OTR, questo aumento si attesta attorno ad un +5.35%, che si rispecchia nell'aumento degli incassi derivati da tassa di soggiorno (TS) e tassa di promovimento turistico (TPT).

Anche gli introiti da tassa di soggiorno forfettari hanno fatto segnare un aumento, sia rispetto al consuntivo 2018 sia al preventivo 2019.

Per quanto riguarda i contributi legali, notiamo anche in questo caso un incremento influenzato dall'aumento degli incassi da tassa di soggiorno forfettaria registrati nel corso del 2018. Ricordiamo infatti che i contributi comunali vengono calcolati sui pernottamenti e gli incassi della tassa di soggiorno forfettaria dell'anno precedente.

Registriamo una leggera riduzione delle quote sociali; ringraziamo i 1'533 soci che ci hanno sostenuto nel 2019 e ci vorranno sostenere anche in futuro.

I ricavi da prestazioni di servizio (territorio, sentieri, ricettivo, ecc.) sono superiori al preventivo 2019. In questo ambito, le entrate provenienti dal ricettivo (MICE) sono state superiori a quanto preventivato; aumento che ritroveremo poi anche nei costi specifici. Stesso discorso anche per quanto concerne i ricavi per prestazioni a terzi nel settore territorio e sentieri, anch'essi aumentati significativamente. Abbiamo infatti potuto fatturare a Cantone, Comuni e Patriziati prestazioni effettuate dalle nostre squadre. Di conseguenza registriamo però anche un aumento dei relativi costi per territorio e infrastrutture.

Gli altri ricavi sono stati leggermente inferiori a quanto previsto, mentre le diminuzioni dei ricavi sono accresciute quale conseguenza dell'incremento prudenziale della riserva delcredere relativa ad alcuni debitori dubbiosi.

Il totale dei ricavi per il 2019 si attesta quindi a 15'757'985 franchi, importo che include però anche l'incasso del Ticino Ticket di oltre 2'100'000 franchi, cifra che viene poi riversata interamente all'Agenzia Turistica Ticinese, gestore del progetto.

Costi

Il riversamento all'ATT dipende direttamente da quanto incassato. Lo scorso anno all'Agenzia Turistica Ticinese è stato quindi versato, come previsto dalla LTUR, il 20% della tassa di promovimento turistico, pari a quasi 500'000 franchi, così come il 100% dell'incasso relativo al Ticino Ticket per circa 2'100'000 franchi. All'ATT nel 2019 è stato quindi riversato un totale di poco superiore a 2'600'000 franchi.

I costi per prodotti e progetti sono leggermente inferiori al preventivo 2019; è stata comunque data grande importanza ai prodotti "famiglie", "digital" (in particolare con la digitalizzazione dell'informazione) e "Mountain Bike", segmenti la cui popolarità è in costante crescita ed il cui potenziale è assai ampio.

Nel Marketing le spese sono state superiori a quanto preventivato, attestandosi comunque all'80% della tassa di promovimento turistico incassata. Il superamento della spesa prevista, in linea tuttavia con l'anno precedente, ci ha però permesso di portare a termine nel migliore dei modi tutte le numerose attività di promozione previste.

Così come già visto nei ricavi, anche i costi per prestazioni di servizio del ricettivo sono stati superiori al preventivo. Questo tipo di servizio, quasi "neutro" da un punto di vista finanziario e che viene effettuato per prenotazioni di gruppi e congressi, si sta modificando anno dopo anno ed è sempre molto difficile da quantificare precisamente in fase di preventivo.

Come accennato precedentemente, le spese per territorio e infrastrutture (sentieri) sono state superiori al preventivo 2019. All'interno di questa categoria registriamo infatti tutti i costi legati alla manutenzione della grande rete sentieristica ufficiale dell'intera regione. Sfortunatamente, i cambiamenti climatici in corso e particolari eventi meteorologici comportano spesso anche spese non previste. Nello specifico abbiamo registrato costi addizionali difficilmente quantificabili a priori. Inoltre, se da un lato abbiamo potuto incassare ricavi per prestazioni supplementari, di conseguenza abbiamo dovuto registrare anche un aumento dei relativi costi per territorio e infrastrutture.

Nulla di particolare da segnalare per quanto concerne i costi per manifestazioni proprie ed i contributi per animazioni e manifestazioni locali, leggermente inferiori al preventivo ma assolutamente in linea con il consuntivo 2018.

Per quanto concerne i costi per contributi a manifestazioni regionali e sussidi diversi la cifra totale spesa nel 2019 per l'intero comparto manifestazioni e sussidi è stata superiore ai 2'100'000 franchi.

Il costo totale a carico della nostra OTR, quale contributo al progetto Ticino Ticket 2019, è stato di circa 215'000 franchi, importo leggermente inferiore a quanto inserito a preventivo.

I costi per il fondo di funzionamento cantonale riflettono quanto incassato della tassa di soggiorno. Il fondo viene infatti finanziato con una percentuale del 2.5% sull'incasso della tassa di soggiorno, forfait inclusi, ma Ticino Ticket escluso. Sono quindi quasi 214'000 franchi i soldi versati all'Agenzia Turistica Ticinese che gestisce questo fondo cantonale a favore delle organizzazioni turistiche finanziariamente più deboli.

Le spese per l'informazione al turista, che includono tutti gli stampati, i prospetti informativi ed il materiale di rivendita, sono con certezza quelle che, assieme alle spese amministrative, stanno beneficiando maggiormente del processo di digitalizzazione dell'OTR. Numerosi sono infatti gli stampati che negli anni vengono prodotti in quantità inferiori proprio perché sempre più informazioni vengono divulgate e ricercate in formato digitale. Ne deriva quindi un risparmio rispetto a quanto preventivato ed una spesa complessiva inferiore al 2018.

I costi del personale ed i relativi oneri sociali rispettano pienamente quanto inserito a preventivo 2019.

I costi per le sedi e gli sportelli informativi dislocati sul territorio sono inferiori rispetto a quanto previsto.

I costi per l'amministrazione e per l'informatica continuano a restare sotto controllo anche grazie alle "economie di scala" ed in seguito al processo di razionalizzazione correlato alla fusione dei 4 ex enti turistici locali. La cifra totale di consuntivo 2019 è quindi inferiore rispetto quanto inserito a preventivo.

Simile il discorso per quanto concerne gli altri costi d'esercizio. In questo settore notiamo una diminuzione sia rispetto all'anno precedente sia al preventivo elaborato. Diminuzione imputabile essenzialmente alla correzione di imposta precedente non recuperabile ai sensi della LIVA (Legge federale concernente l'imposta sul valore aggiunto), importo – come ogni anno – molto difficile da preventivare in maniera precisa.

Il consuntivo 2019 presenta quindi un Cash Flow superiore ai 900'000 franchi, nettamente superiore a quello preventivato così come a quello registrato l'anno precedente.

Nei ricavi straordinari abbiamo registrato in particolare oltre 330'000 franchi quale rimborso da parte dell'Agenzia Turistica Ticinese SA della quota parte per gli anni 2016-2018 del fondo di funzionamento cantonale non utilizzato e 30'000 franchi di scioglimenti per accantonamenti non più necessari. Anche in virtù di queste inaspettate sopravvenienze, abbiamo potuto effettuare degli ammortamenti patrimoniali supplementari sulla sostanza fissa per circa 510'000 franchi. Questa politica di ammortamento prudenziale è perseguita negli anni.

Dopo gli ammortamenti, il risultato EBIT, ossia il reddito operativo aziendale prima delle imposte e degli oneri finanziari, presenta così una maggior entrata superiore ai 400'000 franchi.

Nulla da segnalare per quanto riguarda i ricavi finanziari; per contro i costi finanziari presentano un aumento rispetto al preventivo, comunque assolutamente in linea con gli anni precedenti, dovuto ad un'ulteriore rivalutazione della partecipazione dell'OTR nella Kursaal Locarno SA. In virtù dei possibili rischi legati alla redditività futura della Kursaal Locarno SA, il Consiglio d'Amministrazione ha ritenuto opportuno procedere nuovamente ad una rivalutazione prudenziale della partecipazione di 250'000 franchi. Ricordiamo infatti che, oltre al valore della sostanza, è soprattutto il valore del reddito della società che determina il valore aziendale della stessa; qualora il

valore contabile fosse superiore al valore aziendale la correzione (rivalutazione) sarebbe imposta dal codice delle obbligazioni.

Nulla di particolare per quanto concerne i ricavi da immobili, gli interessi ipotecari e i costi per immobili, tutti in linea con il preventivo 2019.

Il risultato contabile scaturito dall'esercizio 2019 è quindi pari ad un avanzo d'esercizio globale di poco superiore ai 570'000 franchi, risultato che andrà ovviamente ad aggiungersi al patrimonio netto dell'organizzazione turistica.

Bilancio

L'incremento della liquidità rispetto all'anno precedente è essenzialmente dovuto all'ottima stagione turistica 2019 ed in parte compensato anche dall'aumento dei capitali dei terzi a breve termine. La sostanza circolante è così aumentata da 5'664'608 franchi a 6'483'743 franchi.

Nella sostanza fissa segnaliamo invece la diminuzione del valore degli investimenti finanziari e partecipazioni dovuta alla già citata rivalutazione di 250'000 franchi delle azioni della Kursaal Locarno SA, così come la diminuzione delle diverse voci di sostanza fissa in relazione agli ammortamenti supplementari e prudenziali effettuati.

Nei passivi, i capitali dei terzi a breve termine sono leggermente aumentati rispetto all'anno precedente. I creditori sono stati nel frattempo ovviamente tutti saldati, mentre i transitori passivi includono costi relativi al 2019 per i quali non erano ancora arrivate le fatture al momento della chiusura contabile.

Per quanto riguarda il capitale dei terzi a lungo termine segnaliamo le riduzioni contrattuali sia delle ipoteche che del prestito con Banca Stato, mentre gli accantonamenti sono leggermente diminuiti rispetto all'anno precedente perché in parte utilizzati ed in parte sciolti perché non più necessari.

Il capitale proprio totale, capitalizzando l'utile annuale di 571'072 franchi, sale quindi a 1'593'488 franchi.

All'Assemblea generale dei soci della
Organizzazione Turistica Lago Maggiore e Valli – Locarno

Ascona, 13 luglio 2020

Relazione dell'Ufficio di revisione sulla revisione limitata

In qualità di Ufficio di revisione abbiamo svolto la revisione del conto annuale (bilancio, conto economico e allegato) della Organizzazione Turistica Lago Maggiore e Valli – Locarno per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019.

Il Consiglio d'amministrazione è responsabile dell'allestimento del conto annuale, mentre il nostro compito consiste nella sua revisione. Confermiamo di adempiere i requisiti legali relativi all'abilitazione professionale e all'indipendenza.

La nostra revisione è stata svolta conformemente allo Standard svizzero sulla revisione limitata, il quale richiede di pianificare e svolgere la revisione in maniera tale che anomalie significative nel conto annuale possano essere identificate. Una revisione limitata consiste essenzialmente nello svolgere interrogazioni e procedure di verifica analitiche come pure, a seconda delle circostanze, adeguate verifiche di dettaglio della documentazione disponibile presso l'azienda sottoposta a revisione. Per contro, la verifica dei processi aziendali e del sistema di controllo interno, come pure interrogazioni e altre procedure miranti all'identificazione di atti illeciti o altre violazioni di disposizioni legali, sono escluse da questa revisione.

Sulla base della nostra revisione non abbiamo rilevato fatti che ci possano fare ritenere che il conto annuale, non sia conforme alle disposizioni legali e statutarie.

Infine certifichiamo il rispetto di tutte le norme previste dalla direttiva del 3 agosto 2017, emanata dall'Ufficio per lo sviluppo economico; per quanto attiene all'art. 3 della stessa, facciamo riferimento alla nota 3 dell'allegato.

Ascoaudit SA – Ascona



Igor Zucconi
Lic.rer.pol. – revisore abilitato ASR Nr. 102847
(Revisore responsabile)

Allegato:

- Conto annuale (bilancio, conto economico e allegato)

Impresa di revisione abilitata ASR Nr. 500390

Conto economico

	Consuntivo 2018	Preventivo 2019	Consuntivo 2019
Ricavi da tassa di soggiorno - TS	5'572'476.90	5'512'000.00	5'878'998.30
Ricavi da tassa di soggiorno - FORFAIT	4'729'033.00	4'620'000.00	4'854'210.00
Ricavi da tassa di promovimento turistico - TPT	2'347'845.50	2'300'000.00	2'467'658.35
Ricavi da contributi legali (Comuni)	1'415'853.60	1'380'000.00	1'454'180.55
Ricavi da quote sociali	116'430.00	110'000.00	107'150.00
Ricavi da vendita di materiale	64'910.22	73'000.00	81'382.49
Ricavi da prestazioni di servizio (ricettivo, territorio, ecc.)	949'448.54	715'000.00	863'994.60
Altri ricavi	157'662.22	110'000.00	98'353.85
Diminuzione ricavi	-35'963.64	-20'000.00	-47'942.83
Totale ricavi	15'317'696.34	14'800'000.00	15'757'985.31
Riversamento a ATT (TPT e Ticino Ticket)	2'436'931.50	2'460'000.00	2'602'172.97
Costi per prodotti e progetti	457'106.74	603'000.00	566'743.87
Marketing	1'998'276.40	1'840'000.00	1'974'126.68
Costi per prestazioni di servizio (ricettivo)	87'281.18	50'000.00	135'362.84
Costi per territorio e infrastrutture (incl. sentieri)	1'821'344.12	1'680'000.00	1'743'161.69
Costi per manifestazioni proprie	29'014.81	31'000.00	26'329.85
Costi per contributi per animazioni e manifestazioni locali	279'268.76	290'000.00	279'123.39
Costi per sussidi a manifestazioni regionali	1'247'099.24	1'414'000.00	1'317'378.00
Costi per sussidi diversi	447'052.71	530'000.00	488'196.27
Costi per progetti cantonali (Ticino Ticket)	223'024.90	225'000.00	215'211.40
Costi per fondo di funzionamento	210'103.70	205'000.00	213'602.75
Costi per informazione al turista	348'890.48	320'000.00	301'500.44
Totale costi	9'585'394.54	9'648'000.00	9'862'910.15
Costi del personale e oneri sociali	3'450'755.38	3'455'000.00	3'456'943.59
Costi sedi	489'680.99	530'000.00	513'372.27
Costi autoveicoli e trasporti	13'666.11	10'000.00	9'161.31
Costi di amministrazione e per l'informatica	610'118.77	585'000.00	552'008.02
Altri costi d'esercizio	487'671.80	490'000.00	447'841.97
Totale costi d'esercizio	5'051'893.05	5'070'000.00	4'979'327.16
Risultato prima degli ammortamenti (Cash Flow/Drain)	680'408.75	82'000.00	915'748.00
Ammortamenti	683'434.45	377'000.00	512'159.21
Risultato EBIT	-3'025.70	-295'000.00	403'588.79
Ricavi finanziari	80'827.20	80'000.00	81'195.54
Costi finanziari	298'793.46	55'000.00	295'868.96
Risultato finanziario	-217'966.26	25'000.00	-214'673.42
Ricavi da immobili	17'209.75	36'000.00	30'456.95
Interessi ipotecari	11'893.60	12'000.00	11'560.58
Costi per immobili	14'576.90	15'000.00	12'079.94
Risultato da immobili d'esercizio	-9'260.75	9'000.00	6'816.43
Ricavi straordinari	232'117.66	0.00	378'363.16
Costi straordinari	29'999.00	0.00	3'022.60
Utile / (Perdita) d'esercizio	-28'134.05	-261'000.00	571'072.36

Bilancio

	31.12.2018	31.12.2019
ATTIVO		
Sostanza circolante		
Mezzi liquidi	4'033'557.70	5'093'122.53
Crediti da forniture e prestazioni	1'347'679.99	1'104'237.71
Delcredere	-95'000.00	-125'000.00
Altri crediti	56'571.51	56'610.68
Scorte	30'995.34	23'484.11
Transitori attivi	290'803.75	331'288.84
Totale sostanza circolante	5'664'608.29	6'483'743.87
Sostanza fissa		
Investimenti finanziari e partecipazioni	2'019'750.46	1'764'608.06
Macchine, hardware, software e homepage	198'000.00	150'000.00
Mobili e arredamento	36'000.00	24'000.00
Attrezzature, installazioni sentieri e piste MTB	116'001.00	115'001.00
Attrezzature, installazioni e diversi	196'000.00	194'000.00
Veicoli	23'000.00	15'000.00
Immobili	1'784'600.00	1'805'000.00
Totale sostanza fissa	4'373'351.46	4'067'609.06
TOTALE ATTIVO	10'037'959.75	10'551'352.93
PASSIVO		
Capitale dei terzi		
Debiti per forniture e prestazioni	1'802'468.40	1'569'424.98
Transitori passivi	1'084'375.06	1'467'139.30
Capitale dei terzi a breve termine	2'886'843.46	3'036'564.28
Debiti finanziari a lungo termine (ipoteche)	1'148'700.00	1'116'300.00
Altri debiti a lungo termine	2'730'000.00	2'610'000.00
Accantonamenti a lungo termine	2'250'000.00	2'195'000.00
Capitale dei terzi a lungo termine	6'128'700.00	5'921'300.00
Totale Capitale dei terzi	9'015'543.46	8'957'864.28
Patrimonio		
Patrimonio	1'050'550.34	1'022'416.29
Utile / perdita d'esercizio	-28'134.05	571'072.36
Totale patrimonio	1'022'416.29	1'593'488.65
TOTALE PASSIVO	10'037'959.75	10'551'352.93

Allegato al Conto annuale 2019

1. Principi contabili

Il conto annuale è allestito conformemente ai principi contabili definiti nel Codice delle Obbligazioni.

2. Altre informazioni prescritte dalla legge

- 2.1. Imprese nelle quali è detenuta una partecipazione diretta o un'importante partecipazione indiretta
- L'OTLMV detiene direttamente il 57.73% delle azioni della Kursaal Locarno SA, per un valore nominale di 1'154'500.00 CHF; valore contabile 1'750'000.00 CHF;
 - L'OTLMV detiene direttamente il 15% del capitale azionario dell'Agenzia Turistica Ticinese SA, per un valore nominale di 75'000.00 CHF, valore contabile 1.00 CHF p.m.;
 - L'OTLMV detiene direttamente il 10.4% del capitale azionario della Cardada Impianti Turistici SA, per un valore nominale di 104'000.00 CHF; valore contabile 4'001.00 CHF.
- 2.2. Impegni condizionali
- Azioni della Kursaal Locarno SA, depositate presso Banca Stato a garanzia del credito quadro;
 - Cartelle ipotecarie per complessivi 413'000.00 CHF depositate presso Banca Raiffeisen Maggia a garanzia delle ipoteche.
- 2.3. Poste del conto economico straordinarie, uniche o relative ad altri periodi contabili
- La posizione ricavi straordinari registra – in particolare – 331'850.39 CHF quale rimborso dall'Agenzia Turistica Ticinese SA della quota parte per gli anni 2016-2018 del fondo di funzionamento non utilizzato e 30'000.00 CHF di scioglimento di accantonamenti non più necessari.
- 2.4. Dichiarazione attestante la media annua di posti di lavoro a tempo pieno
- L'OTLMV dichiara che la media annua dei dipendenti a tempo pieno è inferiore a 250 unità.

3. Informazioni prescritte dalla direttiva dell'Ufficio per lo sviluppo economico

	Totale	OTR		ATT	
		Attività	Marketing	Attività	Fondo Funz.
Ricavi da tassa di soggiorno	5'878'998				
- di cui Ticino Ticket	2'108'641			2'108'641	
- di cui tassa di soggiorno	3'770'357	3'676'978			93'379
Ricavi da tassa di soggiorno FORFAIT	4'854'210	4'733'986			120'224
Ricavi da tassa di promovimento turistico	2'467'658		1'974'127	493'532	
Ricavi da contributi legali	1'454'181	1'454'181			
		9'865'145	1'974'127	2'602'173	213'603

4. Altre informazioni

	31.12.2019	31.12.2018
Scioglimento netto dalle riserve di sostituzione e dalle altre riserve latenti	-	-
Debiti leasing non iscritti nel bilancio	26'145	73'999
Debiti nei confronti di istituti di previdenza	73	8'519
Fideiussioni, impegni di garanzia e costituzioni di pegni a favore di terzi	413'000	413'000
Attivi costituiti in pegno o ceduti per garantire impegni della società, attivi sotto riserva di proprietà	1'750'000	2'000'000
Debito non iscritto a bilancio nei confronti della Città di Locarno per la Casa del Cinema	500'000	750'000

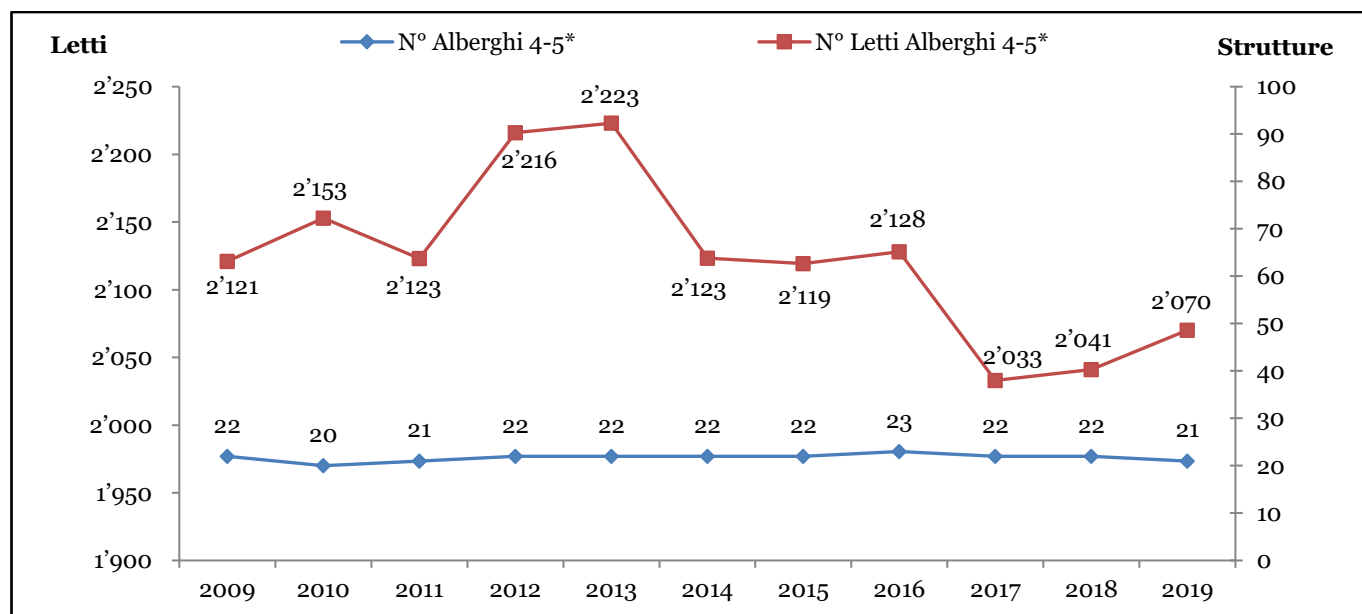
5. Eventi importanti successivi alla data di chiusura del bilancio

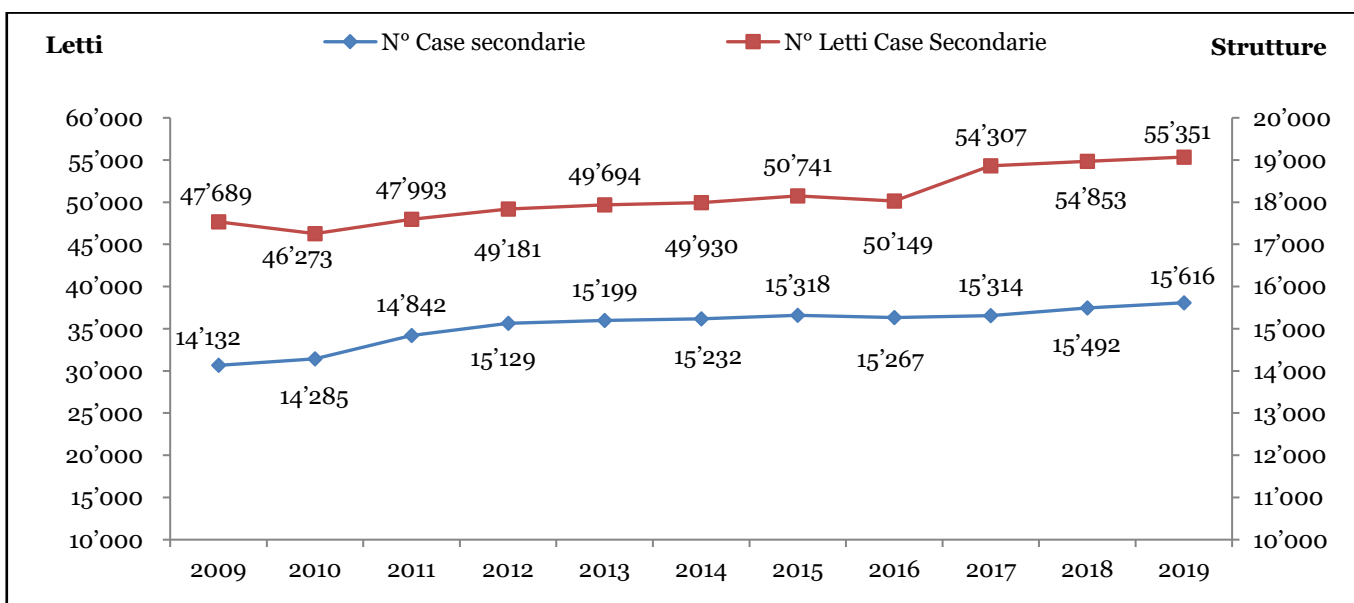
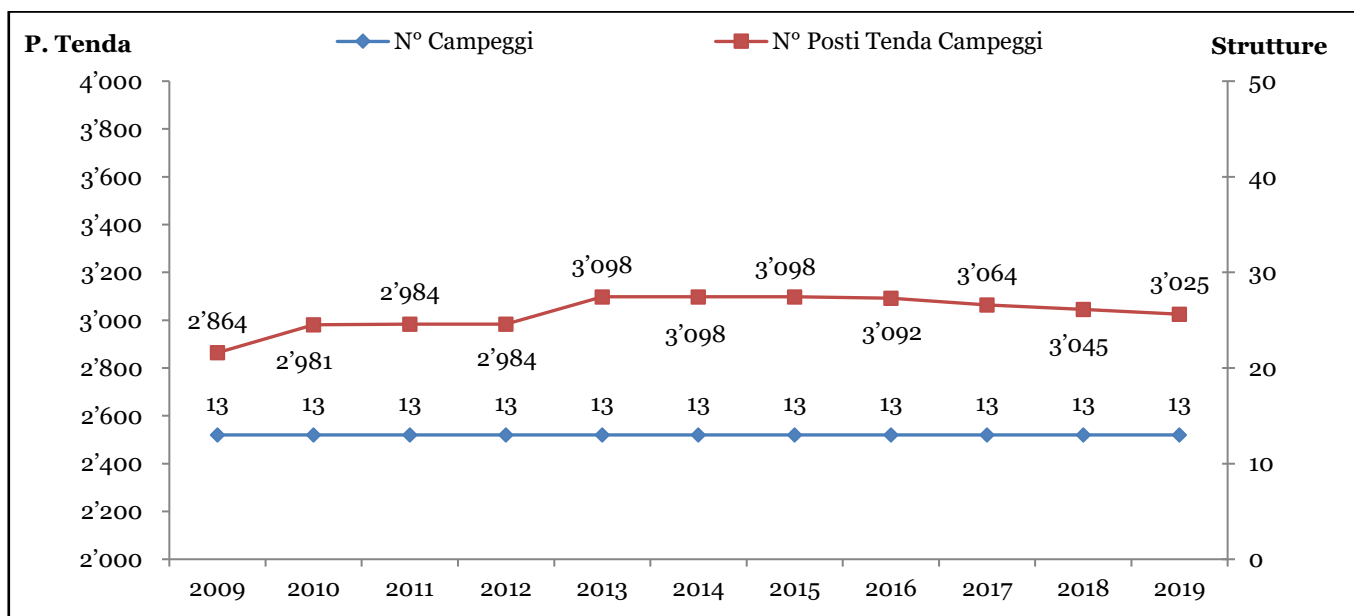
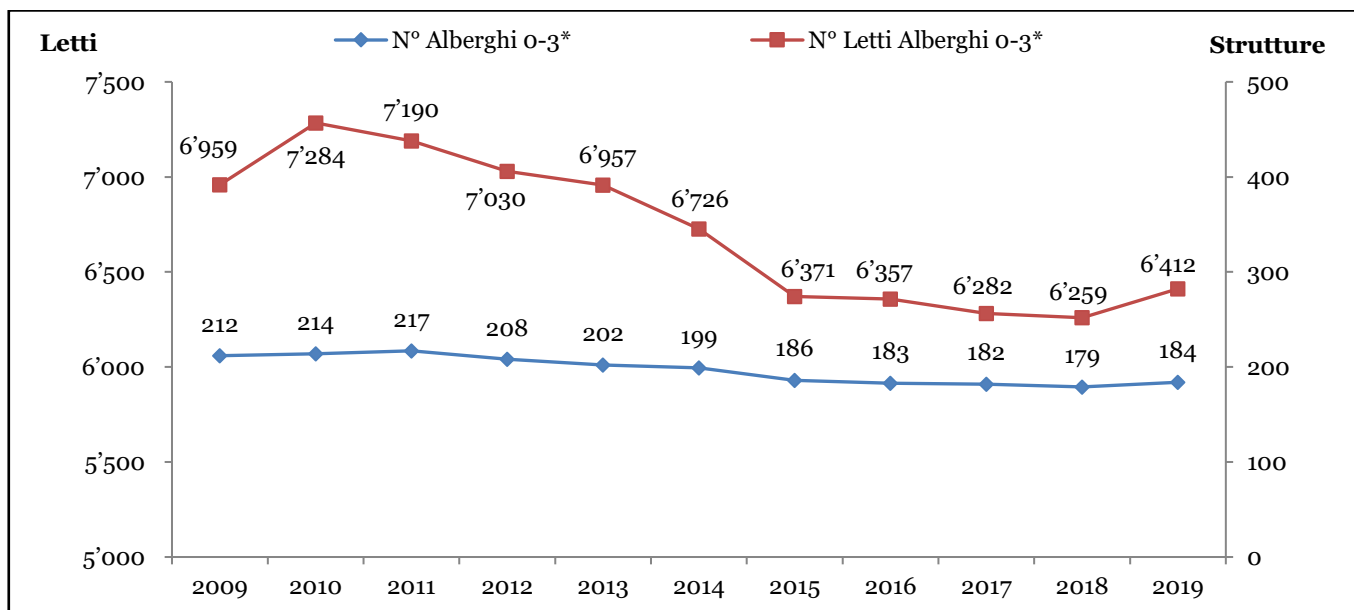
Nel mese di marzo 2020 l'Organizzazione Mondiale per la Sanità (OMS) ha dichiarato l'epidemia di coronavirus (Covid-2019) una pandemia globale.

Nel frattempo la Confederazione ed i Cantoni hanno adottato ulteriori misure drastiche, che hanno effetti restrittivi ed importanti anche per il turismo in generale; di conseguenza si attendono impatti significativi sui risultati finanziari per l'anno 2020 dell'OTLMV. Seppur al momento il Consiglio d'Amministrazione non è in grado di quantificare una stima attendibile delle conseguenze finanziarie, nei diversi scenari calcolati l'impatto della pandemia non avrà un effetto negativo significativo sulle capacità di continuare l'attività aziendale.

Numero di alberghi e letti disponibili, campeggi e posti tenda, residenze secondarie e posti letto dal 2009 al 2019

OTLMV	N° Alberghi 4-5*	N° Letti Alberghi 4-5*	N° Alberghi 0-3*	N° Letti Alberghi 0-3*	N° Campeggi	N° Posti Tenda Campeggi	N° Case secondarie	N° Letti Case secondarie
2019	21	2'070	184	6'412	13	3'025	15'616	55'351
+/-	-4.55%	1.42%	2.79%	2.44%	-	-0.66%	0.80%	0.91%
2018	22	2'041	179	6'259	13	3'045	15'492	54'853
2017	22	2'033	182	6'282	13	3'064	15'314	54'307
2016	23	2'128	183	6'357	13	3'092	15'267	50'149
2015	22	2'119	186	6'371	13	3'098	15'318	50'741
2014	22	2'123	199	6'726	13	3'098	15'232	49'930
2013	22	2'223	202	6'957	13	3'098	15'199	49'694
2012	22	2'216	208	7'030	13	2'984	15'129	49'181
2011	21	2'123	217	7'190	13	2'984	14'842	47'993
2010	20	2'153	214	7'284	13	2'981	14'285	46'273
2009	22	2'121	212	6'959	13	2'864	14'132	47'689

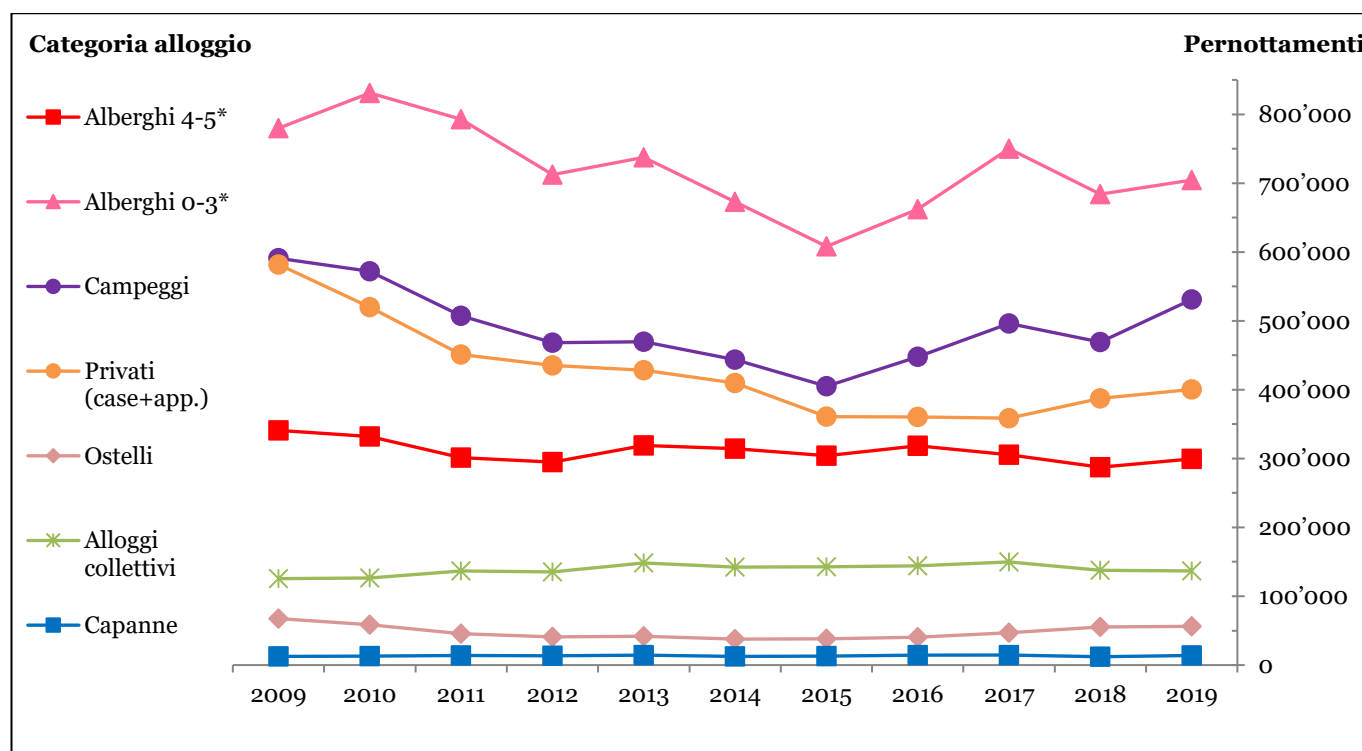




Statistica evoluzione pernottamenti dal 2009 al 2019

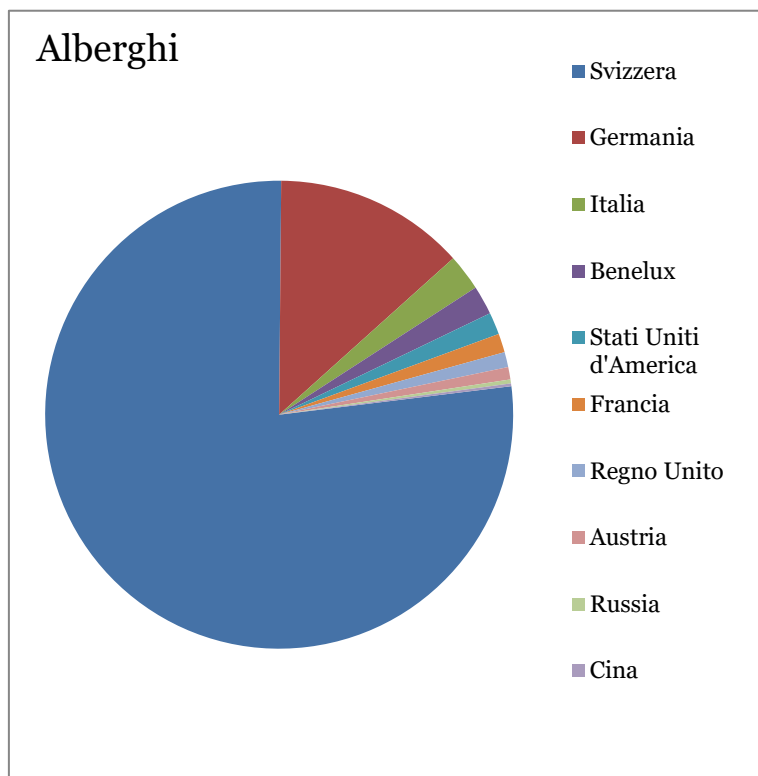
OTLMV	Alberghi 4-5*	Alberghi 0-3*	Campeggi	Privati	Ostelli	Alloggi collettivi	Capanne	Totale paganti	Totale paganti + non paganti ¹
2019	299'453	704'342	531'236	400'281	56'180	136'566	14'178	2'142'236	2'499'891
+/-	4.18%	2.99%	13.21%	3.28%	1.08%	-0.71%	17.22%	5.35%	5.45%
2018	287'448	683'895	469'266	387'563	55'578	137'542	12'095	2'033'387	2'370'794
2017	305'318	749'940	496'103	358'640	46'774	149'866	14'591	2'121'232	2'471'141
2016	318'353	662'240	447'867	360'586	40'266	143'963	14'492	1'987'767	2'313'719
2015	304'244	608'103	405'059	360'695	38'072	142'761	13'048	1'871'983	
2014	314'326	672'660	443'771	409'653	37'735	142'089	12'445	2'032'680	
2013	319'221	737'427	469'462	428'290	42'044	148'323	14'307	2'159'074	
2012	294'731	712'415	468'082	435'042	41'028	135'125	13'471	2'099'894	
2011	301'177	792'638	507'393	451'287	45'452	136'894	13'942	2'248'783	
2010	332'000	831'035	572'039	519'807	58'786	126'405	13'188	2'453'260	
2009	340'903	780'064	590'927	581'917	67'573	125'568	12'491	2'499'443	

¹ dal 2016 sono disponibili anche i dati relativi ai non paganti (ragazzi fino a 14 anni)

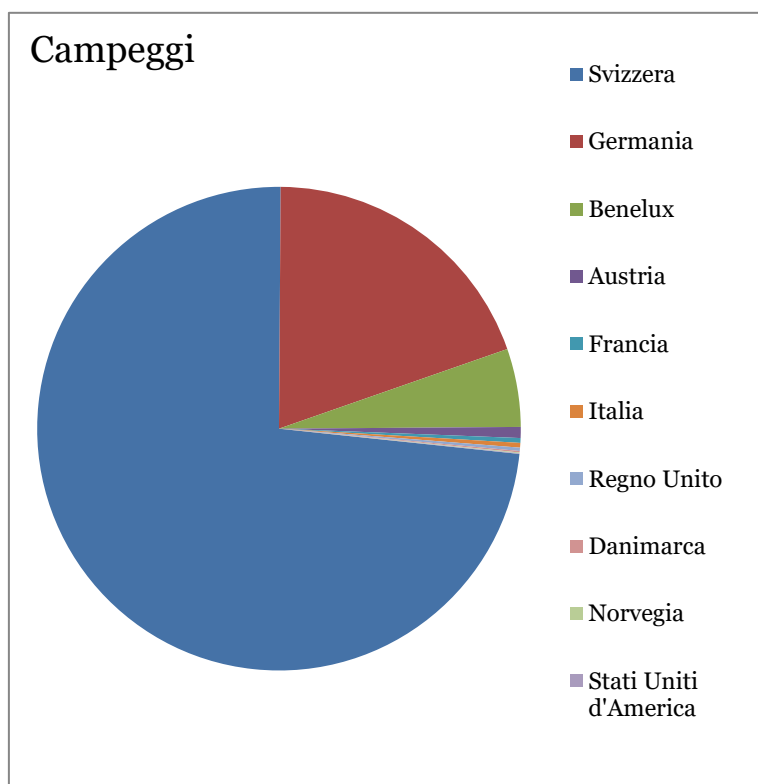


Statistica pernottamenti per nazioni 2019

Nazione	%
Svizzera	73.77
Germania	12.64
Italia	2.40
Benelux	1.92
Stati Uniti d'America	1.46
Francia	1.24
Regno Unito	1.00
Austria	0.82
Russia	0.26
Cina	0.18
Svezia	0.15
Danimarca	0.15
Paesi del Golfo	0.13
Brasile	0.12
Finlandia	0.09
Norvegia	0.09
India	0.09
Tailandia	0.06
Giappone	0.06
Singapore	0.04
Corea	0.03
Hong Kong	0.03
Altri mondo	3.27



Nazione	%
Svizzera	73.00
Germania	19.44
Benelux	5.19
Austria	0.73
Francia	0.32
Italia	0.31
Regno Unito	0.22
Danimarca	0.10
Norvegia	0.05
Stati Uniti d'America	0.04
Svezia	0.03
Finlandia	0.03
Russia	0.01
Singapore	0.00
India	0.00
Brasile	0.00
Cina	0.00
Corea	0.00
Giappone	0.00
Paesi del Golfo	0.00
Tailandia	0.00
Hong Kong	0.00
Altri mondo	0.53



Organizzazione turistica
Lago Maggiore e Valli
Via Luigi Lavizzari 10 C
CH – 6600 Locarno

Tel. +41 848 091 091

info@ascona-locarno.com
www.ascona-locarno.com