

Commento al preventivo 2023

Dopo un 2021 con risultati sorprendenti, e un 2022 incoraggiante seppure con meno pernottamenti dell'anno precedente ma maggiori rispetto al 2019 da mesi siamo orientati al prossimo quadriennio con particolare attenzione al 2023.

Gli indicatori dei vari istituti di ricerca mostrano ancora dati incoraggianti per il prossimo anno. D'altro canto, siamo certi che l'importante afflusso di turisti dai nostri principali mercati non subirà drammatici rallentamenti. Riteniamo che il mercato interno si manterrà stabile. Si prevede per contro una marcata ripresa dei mercati limitrofi (europei), specialmente quello germanico.

Il clima è improntato all'ottimismo e i risultati mostrano che i nuovi clienti acquisiti negli ultimi anni si stanno fidelizzando alla regione. Anche da un punto di vista demografico, i dati dei motori di ricerca indicano un ringiovanimento della nostra clientela con un interessante incremento della fascia 35-44 anni seguita dalla fascia 25-35 anni.

Questo a conferma che la regione ha saputo promuoversi e offrire prodotti turistici indirizzati alle esigenze del mercato sempre più orientato alle attività outdoor. Sostenibilità, benessere, cicloturismo, MTB, famiglie, escursionismo, arrampicata, parapendio, trail running, attività balneari legate a fiumi e laghi sono solo alcuni ambiti sui quali si lavorerà nei prossimi anni. Il tutto chiaramente declinato anche (e soprattutto) in chiave digitale.

Auspichiamo che il 2023 sarà anche l'anno che dopo il periodo pandemico e post pandemico potrà definirsi "normale" ma non per questo si abbasserà la guardia. Anzi, sono previsti maggiori investimenti sia nel prodotto sia nella promozione attingendo dalle riserve accumulate negli scorsi anni.

Anche nell'ambito delle residenze secondarie e appartamenti di vacanza (che hanno vissuto un 2021 entusiasmante e un 2022 decisamente incoraggiante) si denota un ritorno d'interesse per questa forma di turismo rispettivamente d'investimento immobiliare. Spiccato interesse ad investire nella regione è dimostrato anche da importanti progetti alberghieri che saranno in grado di generare nuovi flussi turistici nei prossimi anni dando ancora maggior valore e risalto alla nostra destinazione turistica.

A livello di marketing l'obiettivo è quello di continuare a orientarsi chiaramente e con decisione verso il mercato interno per fare in modo di mantenere il brand Ascona-Locarno al top. Da alcuni anni ormai siamo diventati una vera destinazione ambita sia da turisti Svizzeri tedeschi che Romandi e l'obiettivo dichiarato è di mantenere questa posizione. Parallelamente però si cercherà di riguadagnare quelle fette di mercato nei mercati Europei limitrofi che la pandemia ha eroso. Germania, BeNeLux, Francia, UK, Scandinavia e Nord America, i mercati da noi trattati, non sono ancora tornati ai livelli del 2019 ed è qui che stiamo intensificando i nostri sforzi oltre all'obiettivo di prolungare ulteriormente una stagione che si sta vieppiù allungando.

A livello di sviluppo dell'offerta desideriamo sicuramente citare il restyling del nostro portale ascona-locarno.com, pronto per l'inizio della stagione 2023, per renderlo ancora

più vicino alle nuove esigenze dei nostri visitatori virtuali che hanno raggiunto la ragguardevole cifra di 2.5 milioni. In ambito bike installeremo capillarmente sul territorio una rete di colonnine di ricarica per eMTB volta ad agevolare la fruizione del nostro territorio, Valli in primis. Il progetto è già partito e verrà ultimato nel corso del '23. In tema famiglie, una rivisitazione completa e un conseguente arricchimento delle nostre “cacce al tesoro” la faranno da padrone, con la nascita di un nuovo progetto in questo senso ad Intragna. Prosegue quindi l'obiettivo di far diventare la Regione intera una sorta di grande caccia al tesoro per la felicità dei nostri piccoli turisti. Nuove attività sportive stanno diventando sempre più di tendenza intrecciandosi con opportunità turistiche che stiamo intercettando per ampliare, di riflesso, le opzioni turistiche del nostro territorio. Qui vale la pena segnalare l'arrampicata che, anche grazie all'evento mondiale organizzato assieme a Red Bull, sta facendo del Locarnese una delle mecche mondiali legate a questa attività. Così come il trail running sta crescendo in maniera esponenziale (anche appoggiandosi ad eventi e gare) o tutto il tema legato alle Vie Alte escursionistiche. Insomma, la Regione del Lago Maggiore si sta davvero profilando viepiù come LA regione dell'outdoor. Infine, merita certamente una segnalazione il neonato Centro di Competenza Cantonale in ambito congressuale che comincerà la sua attività vera e propria con l'inizio del 2023 e dovrebbe portare ad un maggior volume legato al turismo d'affari.

Si conferma anche la nostra attrattività agli occhi degli organizzatori di eventi, quale destinazione svizzera ideale per accogliere eventi di ogni tipo: musicali, sportivi, culturali, dedicati alle famiglie che siano. Constatiamo infatti una costante e crescente richiesta di confronto e supporto per l'organizzazione di nuovi eventi oppure di tappa di eventi che svolgono una tournée in Svizzera. La collaborazione con le istituzioni e i partner locali è fondamentale per fare in modo che questi eventi possano integrarsi con la loro proposta nel nostro già ricco calendario di manifestazioni con l'obiettivo dichiarato, da parte nostra, di creare nuovi flussi turistici e animazione all'ospite sull'arco di tutta la stagione turistica. Con le conseguenti e benefiche ricadute economiche a beneficio del territorio.

Premessa

Il preventivo 2023 è stato elaborato con una previsione dei pernottamenti superiore al preventivo 2022, ma comunque prudenzialmente inferiore a quello che sarà il consuntivo di quest'anno. Questa previsione è stata condivisa sinergicamente a livello cantonale anche dalle altre tre Organizzazioni turistiche così come da Ticino Turismo e dalle associazioni di categoria (HotellerieSuisse ed Associazione Campeggi). Inoltre, per allestire il preventivo 2023, abbiamo, come di consuetudine, anche considerato i classici indicatori recentemente aggiornati: nello specifico il BAK Basel ed il KOF-ETH Zurigo, che prevedono tutti, comunque, un 2023 con una leggera tendenza al rialzo rispetto al 2022 (+1% per il Locarnese). Inoltre, per quanto riguarda gli indicatori della SECO è anche previsto per il prossimo anno un leggero incremento del PIL dell'1.1%. Si ritiene quindi che la previsione prudenziale proposta possa essere un buon compromesso. Previsione prudenziale che tuttavia non modifica la strategia dell'OTLMV, che resta orientata al fare, continuando ad investire per generare il massimo beneficio possibile a livello di indotto economico per il territorio.

Fortunatamente la nostra OTR beneficia di una situazione ben consolidata, che ci permette di guardare con fiducia al futuro. Nonostante il prospettato risultato negativo, la situazione finanziaria dell'OTLMV rimane comunque sana; per compensare l'eventuale disavanzo d'esercizio l'OTLMV può attingere al capitale proprio accumulato negli scorsi anni, che, oltre ai fondi specifici di 2.8 milioni (creati con i consuntivi 2020 e 2021), ammonta a poco più di 2.25 milioni di franchi.

Ricavi

I ricavi da tassa di soggiorno 2023 sono quindi stati valutati, nel complesso, superiori del +4% rispetto al preventivo 2022. I 6'230'000 CHF includono ovviamente anche l'incasso di quasi 2'300'000 CHF legato al finanziamento del Ticino Ticket. Ricordiamo comunque che questo importo è neutro, in quanto riversato poi interamente all'ATT (Agenzia Turistica Ticinese – Ticino Turismo) gestore del progetto specifico.

La previsione per l'incasso dei forfait è anch'essa molto simile al preventivo 2022. Abbiamo previsto una leggera riduzione determinata dal cambiamento di legge che prevede, a partire dal 2023, l'applicazione della tariffa minima per le residenze secondarie che distano più di 15 minuti a piedi dall'ultima strada carrozzabile.

Così come per la tassa di soggiorno, anche la tassa di promovimento turistico prevista per il prossimo anno rispecchia lo stesso andamento, con un aumento previsto nell'ordine del +4% rispetto al preventivo 2022.

Per quanto riguarda i contributi comunali, abbiamo adattato la cifra in base alla previsione del numero dei pernottamenti previsti per il 2022 ed alle cifre dei forfait già incassati nel corso di quest'anno.

I ricavi da prestazioni di servizio (territorio, sentieri, MICE, ecc.) sono stati preventivati leggermente al ribasso rispetto al preventivo 2022, in quanto si prevede una diminuzione delle entrate per prestazioni effettuate a terzi. Questi ricavi includono principalmente i contributi cantonali per la gestione della rete ufficiale dei sentieri escursionistici ed i ricavi che scaturiscono dai lavori che le nostre squadre effettuano per i Comuni e per i Patriziati al di fuori della rete cantonale ufficiale dei sentieri.

Nella voce Ricavi da Centro di competenza cantonale MTB inseriamo il contributo versato dal Cantone e dalle altre tre OTR per la gestione del Centro di Competenza Cantonale MTB, del quale siamo capofila amministrativo.

Nei ricavi diversi, dove registriamo principalmente gli introiti derivanti da preventidite, commissioni ed inserzioni diverse, abbiamo inserito dei contributi superiori al preventivo 2022, ma in linea con il consuntivo 2021.

Nulla di particolare da segnalare per la diminuzione dei ricavi preventivata analogamente agli anni precedenti.

Prevediamo quindi di raggiungere un totale dei ricavi pari a 16'235'000 CHF o di 13'955'000 CHF al netto dei quasi 2.3 milioni del Ticino Ticket (neutri visto il riversamento al 100% all'ATT); superiore del +2% rispetto al preventivo 2022.

Costi

I costi di riversamento all'Agenzia Turistica Ticinese (ATT) dipendono direttamente da quanto è stato previsto di incassare nei ricavi da tassa di soggiorno e tassa di promovimento turistico. All'ATT sarà quindi riversato il 100% della tassa di soggiorno legata al Ticino Ticket, ossia quasi 2.26 milioni, ed il 20% di quanto incassato come tassa di promovimento turistico (490'000 CHF), per un totale di circa 2'750'000 CHF.

Abbiamo previsto di aumentare ulteriormente la cifra per l'importante categoria Prodotti e Progetti, dove si prevede di investire maggiormente. A questo proposito, segnaliamo

aumenti per i prodotti Mountain Bike (anche grazie al centro di competenza cantonale), Famiglie (oggetto di un importante progetto di rilancio specifico), Outdoor (mai importante come in questo momento) e Digital. Abbiamo deciso di dare ancora maggior peso al digitale, ossia a tutto quanto passa dal web e dai social. Questi, infatti, oltre ad essere tra i più importanti canali del marketing, stanno vieppiù assumendo il ruolo di principale fonte da cui il turista trae informazioni ed ispirazione per preparare la sua vacanza; il settore è anche determinante per tutto il processo di acquisizione, gestione, stoccaggio e fruizione dei dati.

Il Marketing dispone, come sempre, di un suo budget dedicato, che deriva dall'80% della tassa di promovimento turistico (TPT) che si prevede di incassare. Per il 2023, l'importo a preventivo corrisponde quindi a 2'064'000 CHF, cifra a disposizione per la promozione dell'intera regione.

Nell'ambito del MICE, settore sempre più importante nel quale operiamo con profitto e professionalità da oltre 15 anni, abbiamo previsto un investimento in linea con gli anni precedenti. I numerosi e recenti investimenti strutturali avvenuti nella regione (Casa del Cinema, Gran Rex, ecc.) così come quelli previsti (Palexpo-FEVI) hanno dato un ulteriore slancio, che intendiamo sfruttare al meglio assieme anche al centro di competenza cantonale Ticino Convention Bureau (TiCB) recentemente costituito e che entrerà finalmente in funzione ad inizio 2023.

I costi per sentieri (territorio, infrastrutture e sviluppo di tutta la rete sentieristica ufficiale) sono in aumento rispetto agli anni precedenti. È stato quindi previsto un importo di poco inferiore ai 2 milioni di franchi per questo importante settore legato alle numerose attività dell'outdoor, sempre più apprezzate sia dai nostri ospiti che dai locali.

I contributi e sussidi per animazioni e manifestazioni locali e regionali crescono ulteriormente superando nel complesso i 2'150'000 CHF. Le manifestazioni sono da sempre un elemento fondamentale e trainante per la nostra regione, generando numerosi pernottamenti.

Nei progetti cantonali troviamo tutti i progetti condivisi con le altre organizzazioni turistiche e con l'ATT. Nello specifico rientrano quindi: la cifra di 274'000 CHF quale quota di finanziamento 2023 del Ticino Ticket a carico della nostra OTR (calcolata in base ai pernottamenti effettivi), il costo complessivo di 135'000 CHF del centro di competenza cantonale MTB (riversato poi a Ticino Sentieri), la nostra partecipazione al centro di competenza cantonale "Ticino Convention Bureau" (TiCB), la quota al progetto cantonale per la centralizzazione delle competenze per le tasse turistiche di tutte le OTR (OneTax - sulla base delle soluzioni software implementate da diversi anni nella nostra OTR), così come la partecipazione ai progetti di sostenibilità turistica cantonale avviati dall'ATT ed il sostegno alla Ticino Film Commission.

I costi per il fondo di funzionamento cantonale riflettono quanto previsto negli incassi della tassa di soggiorno. Il finanziamento di questo fondo avviene tramite un prelevamento dello 0.5% sull'incasso totale della tassa di soggiorno, forfait inclusi, e servirà per progetti di valenza cantonale. La previsione di spesa per il 2023 è quindi pari a 44'000 CHF.

Le spese per l'informazione al turista sono state preventivate in linea con gli anni precedenti. L'introduzione delle Travellers Map e delle nuove cartine "Outdooractive" hanno infatti riscontrato un grande apprezzamento da parte dei turisti, e questo ci ha convinto ad estenderle a tutte le regioni della nostra OTR.

I costi del personale e oneri sociali comprendono anche le spese per la formazione del personale ed i costi generali del servizio. Per il prossimo anno il CdA ha deciso di concedere un rincaro (carovita) sui salari nella misura del 2.5%, parificandolo a quanto fatto anche dall'Agenzia Turistica Ticinese (Ticino Turismo). Ne consegue quindi un leggero rialzo rispetto al preventivo 2022.

Costi sedi, spese amministrative ed altri costi d'esercizio sono in linea con il preventivo 2022. Nei costi d'esercizio la cifra più importante è quella legata alla quota IVA a nostro carico, importo sempre molto difficile da stimare in maniera precisa.

Il preventivo 2023 presenta quindi un Cash Flow negativo (Cash Drain) di -109'000 CHF.

Si continuano a prevedere degli ammortamenti adeguati e prudentziali, ammortamenti che vanno a ripartire il valore della sostanza fissa presente a bilancio, così come la quota degli investimenti previsti per il prossimo anno. Anche in questo caso, al momento del consuntivo, si potrà eventualmente valutare, cash flow permettendo, alcuni ammortamenti accelerati così come avvenuto negli ultimi anni.

La nostra previsione porta quindi ad un risultato EBIT pari ad una maggior uscita di 409'000 CHF.

Nei ricavi finanziari registriamo una diminuzione. Avendo venduto la partecipazione della Kursaal Locarno SA alla Città di Locarno, non è infatti più previsto l'incasso del relativo dividendo. Per contro, nulla di particolare da segnalare per quanto attiene ai costi finanziari, ai ricavi da immobili, interessi ipotecari e costi per immobili, tutti in linea con gli ultimi anni.

Nei ricavi e costi straordinari non abbiamo inserito nessun importo. Se del caso, saranno inclusi al momento dell'allestimento del consuntivo.

Il risultato contabile previsto per il prossimo anno si attesta quindi su un disavanzo d'esercizio di 419'000 CHF. Si tratta di una perdita superiore ai preventivi precedenti, che se confermata in fase di consuntivo sarà ovviamente compensata con il capitale proprio, che all'1.1.2022 superava 2.25 milioni di franchi (fondi specifici esclusi).