

Relazione 2018



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. Lara Dazio Patocchi
17. Renzo Piezzi, fino al 12.12.2018
Patrik Arnold, dal 12.12.2018
18. Simone Stoirà

Sommario

- 2 Relazione 2018
- 6 Commento al consuntivo 2018
- 9 Rapporto dell'Ufficio di revisione
- 10 Conto economico
- 11 Bilancio
- 12 Allegato al Conto annuale 2018
- 14 Numero di alberghi e letti disponibili,
campeggi e posti tenda,
residenze secondarie e posti letto
dal 2008 al 2018
- 16 Statistica evoluzione pernottamenti dal 2008 al 2018
- 17 Statistica pernottamenti per nazioni nel 2018

Pernottamenti alberghieri a quota 1'057'377

Il 2018 era partito svantaggiato rispetto al 2017, anno dei superlativi, dalle cifre record alle azioni su scala nazionale come quella di Raiffeisen, che ha fatto (ri)scoprire il Ticino agli 1.8 milioni di soci dell'istituto, al primo anno di apertura di Alptransit, che ha avvicinato il Nord al Sud della Svizzera grazie alla riduzione dei tempi di percorrenza. L'anno trascorso ha invece viaggiato alto ugualmente e, pur non raggiungendo i risultati del 2017, ha fatto registrare **1'057'377 pernottamenti alberghieri** (dati che includono ospiti paganti e non paganti, tra cui i minori di 14 anni). Cifre che raggiungono quota **2'370'794, se consideriamo tutte le categorie di alloggio:** alberghi, campeggi, privati, ostelli, alloggi collettivi e capanne. Addirittura meglio del 2016, anno dalle tinte più che rosee, che aveva fatto segnare un totale di 2'313'719 pernottamenti. Il 2017 resta inarrivabile, ma non così lontano, se si pensa che la cifra globale è stata di 2'471'069 pernottamenti (1'149'383 quelli alberghieri).

Dati positivi che in generale confermano non solo un contesto economico globale rinvigorito, ma che vanno anche a sostenere le scelte strategiche adottate negli anni passati, quando i tempi non lasciavano spazio a sguardi ottimistici e rosee previsioni per il settore turistico. I risultati positivi sono segno tangibile che tutto il settore turistico si sta muovendo nella giusta direzione. Dagli investimenti nelle strutture ricettive, alle numerose azioni incrociate che coinvolgono le strutture di svago, i datori d'alloggio e altri fornitori di servizi orientati al turista.

Il primo quadriennio della nuova legge sul turismo

Lo sguardo sull'anno trascorso è quindi positivo. Un anno, il 2018, che ha chiuso il primo quadriennio dall'entrata in vigore della nuova legge sul turismo. Sono ormai quattro anni che gli ex enti locali della regione – Lago Maggiore e Valli, Tenero e Valle Verzasca, Vallemaggia e Gambarogno – hanno unito le forze per gestire al meglio lo sviluppo turistico del territorio. Territorio in senso ampio – istituzioni, enti, associazioni di categoria, operatori – che si era posto l'obiettivo di elaborare una nuova legge sul turismo e di adeguare conseguentemente la struttura organizzativa del turismo ticinese per rispondere in modo ottimale alle mutate esigenze e aspettative del settore. La revisione mirava a rafforzare le destinazioni turistiche, dando maggiori competenze alle organizzazioni regionali e valorizzando le risorse locali. E così è stato. Così è. Oltre alla razionalizzazione effettiva dei costi e ad una migliore e più efficace distribuzione delle risorse umane e finanziarie, il nuovo assetto ci ha effettivamente permesso di maturare dal punto di vista operativo. Di armonizzare gli strumenti disponibili, sfruttare le sinergie ed evitare le ridondanze. Di concentrarci laddove opportuno. Di potenziare attività strategiche. Di valorizzare competenze, perché la complessità del sistema turistico impone nuove risorse umane competenti e preparate che siano in grado di interagire con gli attori pubblici e privati della destinazione e operare con le nuove tecnologie.

Un turismo che cambia nei modi...

Che cambia e si specializza, dunque. Si affinano le competenze e si raffinano le tecniche e la qualità dei servizi, mettendo sempre al centro l'accoglienza. Il turista oggi è sempre più esigente e informato, cerca servizi e comodità, emozioni legate all'offerta complessiva del territorio e allo svolgimento di attività outdoor. Cerca informazioni complete, in tempo reale e personalizzate. Pratica più forme di turismo durante l'arco dell'anno. Il web 2.0 ha cambiato i modi di scegliere le destinazioni turistiche, di comprare e vendere beni e di presentare anche la geografia stessa di un luogo. Il portale web diventa un vero e proprio percorso di scoperta delle opportunità offerte dal territorio. Cambiano di conseguenza anche le strategie di posizionamento dell'offerta, cresce l'interesse a ricavare informazioni utili dai dati generati dal web, a sviluppare nuove forme di ospitalità (*Airbnb* è forse l'esempio più noto e di successo in questo senso). Nel 2018 abbiamo quindi lavorato sulla progressiva digitalizzazione delle nostre attività: un sito con una nuova veste che ha visto la luce da poche settimane, lo sviluppo della nuova App my Ascona-Locarno per approfittare al meglio di quanto il territorio offre, l'incremento delle attività promozionali online e tramite le piattaforme social media (instagram, Facebook, Twitter). E più la promozione riesce ad attrarre potenziali clienti, più riusciamo a conoscerne i gusti e le tendenze. Importante è quindi comprendere le opportunità e trarre un vantaggio competitivo dalla valorizzazione dei dati e delle informazioni che la rete è in grado di restituirci. Ma alla base di quanto viene veicolato e portato nelle case (anzi, sugli *smartphone*, sarebbe meglio dire) dei turisti c'è il territorio e quanto il territorio offre.

... ma con solide basi

Il territorio stesso con le sue ricchezze naturali, culturali e storiche, senza dimenticare l'enogastronomia. Per far conoscere la nostra regione, nel 2018 ci siamo affidati nuovamente a due volti noti come Christa Rigozzi e Gilbert Gress per la campagna incentrata sull'immagine con la realizzazione di uno spot poi promosso su TV e tramite web. Numerose sono state le collaborazioni in questo ambito, tra cui ricordiamo la presenza alla fiera FreiSein a Zurigo, la partecipazione alle campagne di Svizzera Turismo "Swiss Cities" e "Luxury Traveller", lo speciale sulla regione e i 101 Ausflugstipps nella *Schweiz am Wochenende*, le attività con trip influencers, che con i loro blog e piattaforme social fanno tendenza in tema di vacanze.

3

Le attività che si possono fare sul territorio, outdoor e indoor, orientate alla pratica di sport oppure al benessere nel senso più ampio. E qui non si può non citare l'impegno della nostra Organizzazione e delle sue squadre nella cura e manutenzione, come ogni anno, degli oltre 1'400 km di sentieri ufficiali della regione. Regione che in tal modo risulta un vero e proprio paradiso dell'escursionismo, attività praticata diffusamente e con passione dai nostri turisti confederati (che, ricordiamo, costituiscono oltre il 75% dei nostri ospiti). Nel 2018 abbiamo, ad esempio, creato numerose collaborazioni, tra le quali spicca quella con National Geographic dedicata al mercato dei Paesi Bassi; abbiamo partecipato a fiere di settore e pubblicato vari contributi su riviste e media specializzati. Ma l'anno trascorso ci ha visti anche impegnati nello sviluppo di percorsi Mountain Bike, campo in cui abbiamo sviluppato collaborazioni strategiche e numerose presenze sui media e per cui abbiamo partecipato ai *Bike Days* di Soletta, il festival svizzero delle due ruote, evento di riferimento per gli appassionati. Bike e Mountain bike costituiscono un segmento rilevante per la nostra Organizzazione turistica, che in quest'ottica sta lavorando da vari anni per creare nuovi percorsi sul territorio, collaborando con agenzie specializzate, privati e istituzioni. A livello cantonale, pensiamo al centro di competenza MTB – che svilupperà strategia e nuovi percorsi relativi a tale disciplina, permettendo di sfruttare le potenzialità endogene del territorio creando valore aggiunto – che vedrà verosimilmente la luce quest'anno e alla cui creazione abbiamo collaborato assieme al Cantone e alle altre Organizzazioni turistiche.

Tutto quanto anima il territorio. E qui pensiamo agli eventi, grandi generatori di flussi turistici. Appuntamenti di grande richiamo nazionale ed internazionale, *Moon & Stars* e il *Locarno Film Festival* – di quest'ultimo siamo fieri *Destination Sponsor* – sono ormai ricorrenze tradizionali ma che sanno rinnovarsi continuamente per evolvere assieme ai gusti del pubblico, così come *JazzAscona*, il *Vallemaggia Magic Blues* e *Locarno on Ice* e altri sono diventati negli anni un attrattore effettivo e costante per la nostra regione. Dai più grandi e affermati eventi a quelli più piccoli e meno noti, ricordiamo che anche nel 2018, con 1.8 milioni di franchi, la nostra Organizzazione turistica ha fornito sostegno finanziario e logistico a oltre 500 manifestazioni che prendono vita sul territorio e che contribuiscono ad incrementarne l'attrattiva. Perché parlano di noi e portano l'immagine del nostro territorio dentro e fuori i confini nazionali.

Le attività dedicate alle famiglie, segmento molto importante per il turismo alle nostre latitudini, che nel nostro territorio trovano un contesto ideale per le proprie vacanze. In questo ambito, ricordiamo ad esempio che anche nel 2018 la nostra Organizzazione è stata sponsor dell'UBS Kids Cup, evento integrato nel circuito di *Weltklasse Zürich*, che ospita ogni anno atleti internazionali di punta ed è ormai da tempo uno degli eventi sportivi più importanti della Svizzera. Ci sono state le cacce al tesoro ad Ascona, Cardada e alle Isole di Brissago, un *must* per le famiglie in visita nella nostra regione; la partecipazione alla fiera *FamExpo* di Winterthur e le collaborazioni con vari media di settore.

Tutto ciò si riflette nei quattro pilastri che costituiscono la strategia turistica della nostra Organizzazione, consolidata negli anni e condivisa con gli operatori del settore: "Territorio e Natura", "Sport e Benessere", "Famiglie" ed "Eventi". Nel 2018 si è posto poi un accento particolare proprio sul Territorio, a sostegno della campagna estiva di Svizzera Turismo, incentrata sul "Ritorno alla natura" con focus particolare su tutto quanto ruota attorno alle attività legate al cicloturismo.

A sostenere quanto fatto sul piano del prodotto, vi sono poi le azioni trasversali del marketing: oltre alle collaborazioni specifiche su determinate linee di prodotto, vi sono state attività nell'ambito digital, nell'accoglienza di giornalisti, blogger e influencer; la creazione di campagne video; le collaborazioni strategiche, tra cui di

particolare rilievo troviamo quella con RailAway, leader nell'offerta per il tempo libero per escursioni giornaliere e di più giorni in Svizzera (per le FFS e per il trasporto pubblico), solo per citarne alcune.

Territorio in movimento

Il territorio risulta quindi essere la solida base turistica della nostra regione, che resta immutato nei valori, ma che vuole mettersi in gioco e crescere. Una crescita intesa come benessere sociale ed economico della propria popolazione, come sistema in cui le esigenze e le priorità del territorio possono cambiare in armonia con i tempi. In questo contesto, per promuovere sia gli agglomerati urbani sia le zone discoste, stimolando lo sviluppo turistico di queste ultime, la nostra Organizzazione collabora con i promotori e il Cantone all'implementazione dei Masterplan per le zone a basso potenziale di sviluppo. Attraverso i Masterplan ci si propone di valorizzare l'identità e i capitali territoriali di queste aree, in larga parte ancora da scoprire, ma ricche di esperienze da raccontare. Con questa finalità, nel 2018 il programma d'attuazione della Politica Economica Regionale del Cantone ci ha permesso di dotarci di un Project Manager (PM) che avesse quale scopo, in sinergia con i relativi PM dedicati, il riposizionamento delle aree coinvolte nei progetti, come prodotto turistico integrato; ciò per creare condizioni quadro vantaggiose per operazioni imprenditoriali innovative e arricchenti per il tessuto economico di tutta la regione, approfondendo la complementarità e le sinergie tra centri urbani e periferie.

In base alla legge sul turismo entrata in vigore nel 2015, le Organizzazioni turistiche regionali (OTR) sviluppano e coordinano i prodotti turistici della propria regione e ne curano il marketing. Il nostro ruolo consiste proprio anche nel mediare, attraverso la realizzazione di prodotti turistici e attività marketing, tra l'offerta (il territorio stesso e quanto il territorio propone) e la domanda (le esigenze dei turisti). Lo sviluppo del prodotto rientra quindi sotto il più ampio cappello del marketing territoriale, che si potrebbe definire come l'analisi dei bisogni degli operatori del settore, della popolazione residente e dei clienti/mercati, volta a costruire, mantenere e rafforzare rapporti di scambio vantaggiosi con il territorio e i residenti e con i pubblici esterni di riferimento, con l'obiettivo di aumentare il valore del territorio.

Perché non si può solo parlare del territorio, delle sue bellezze imperdibili e delle attività uniche da svolgerci nelle proprie vacanze. Parlare del territorio è anche interpretarne i veri bisogni. E ciò sta diventando sempre più importante rispetto ad un moltiplicarsi di possibili mete turistiche che si offrono al viaggiatore.

L'OTLMV si occupa quindi di identificare e sostenere i prodotti che rientrano all'interno delle proprie strategie di sviluppo turistico. Prodotti che, adeguatamente costruiti e incentivati, portino un'effettiva ricaduta economica a tutta la regione.

Ed è proprio questo lo scopo della nostra Organizzazione turistica: lavorare sul territorio, essere parte del sistema virtuoso – assieme ai molti altri attori del settore, privati ed istituzionali – che “costruisce” il prodotto e lo promuove per generare benessere. Benessere che non può essere solo il risultato di anni eccezionali spinti da azioni nazionali dagli straordinari effetti, ma che deve costituire – e lo è – l'obiettivo costante che guida le nostre scelte strategiche. Ci sono stati e ci saranno fattori esterni che condizioneranno l'andamento del turismo nella nostra regione (come è già successo in passato) – il franco forte, il meteo che fa le bizze e altri elementi difficilmente influenzabili – ma quando il territorio è forte, quando il territorio c'è ed è prolifico e 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 i fattori esogeni incidono considerevolmente sui risultati turistici.

Alcune cifre del 2018...

200'000 CHF

l'indotto generato dall'evento di auto d'epoca ADAC Europe Classic

90'000

telespettatori della RTS che hanno visto la trasmissione Bon App Ascona-Locarno del 15.9.2018

450'000

lettori raggiunti grazie alla collaborazione con la Schweiz am Wochenende

19 milioni

contatti lordi generati dalla campagna promozionale con Christa Rigozzi e Gilbert Gress

694'554

visite sul nostro sito internet www.ascona-locarno.com, in crescita del 6.76%

1'596'895

visualizzazioni di pagina sul nostro sito (+6% di nuove sessioni)

6'100'000

persone raggiunte con le nostre piattaforme social media (Facebook, instagram e twitter)

1'800'000 CHF

il sostegno dell'OTLMV alle oltre 500 manifestazioni della regione

308'315

like totali ricevuti su Instagram

160

giornalisti/media blogger accolti

10'321

famiglie hanno svolto una delle cacce al tesoro della regione

350'000

inserti "Events 2018" sulla nostra regione, distribuiti con Blick, Le Temps, TV8, Tessiner Zeitung e il Caffè

32'000 esemplari / 211'000 lettori

di "Life is better outdoors", inserto dedicato all'escursionismo nella rivista di Svizzera Sentieri

418

i motorini iscritti al Töfflitour Coira-Ascona giunto alla sua 5a edizione

2'500

i partecipanti in soli 5 giorni al concorso in collaborazione con Zweifel

2

aerei battezzati con il nome di una località della nostra regione: Ascona per Swiss e Bosco Gurin per Edelweiss

1'649

soci della nostra Organizzazione turistica

Commento al consuntivo 2018

Ricavi

Nel 2018 la nostra regione, così come tutto il Ticino turistico, ha subito una contrazione generale dei pernottamenti alberghieri, situato globalmente attorno al -8%. Altre categorie di alloggio hanno invece registrato variazioni differenti. Complessivamente, per la nostra OTR, questa contrazione si attesta attorno ad un -4%, che si rispecchia nella riduzione degli incassi derivati da tassa di soggiorno (TS) e tassa di promovimento turistico (TPT).

Gli introiti da tassa di soggiorno forfettari hanno invece subito un aumento sia rispetto al consuntivo 2017 che al preventivo 2018.

Per quanto riguarda i contributi legali, notiamo un incremento influenzato dall'ottimo risultato in termini di pernottamenti registrati nel corso del 2017. 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 1'649 soci che ci hanno sostenuto nel 2018 e ci vorranno sostenere anche in futuro.

I ricavi da prestazioni di servizio (territorio, sentieri, ricettivo, ecc.) sono leggermente superiori al preventivo 2018. In questo ambito, se da un lato le entrate provenienti dal ricettivo (MICE) sono state inferiori a quanto preventivato, i ricavi per prestazioni a terzi nel settore territorio e sentieri sono aumentati invece significativamente. Abbiamo infatti potuto fatturare a Comuni e Patriziati prestazioni effettuate dalle nostre squadre. Di conseguenza registriamo però anche un aumento dei relativi costi per territorio e infrastrutture.

La decisione definitiva della gestione diretta delle biglietterie della navigazione da parte della Società di Navigazione è avvenuta dopo l'allestimento del preventivo 2018. Per questo motivo, ovviamente, i dati di consuntivo non presentano costi e ricavi legati a questa attività non più gestita dalla nostra organizzazione turistica.

Discorso simile per quanto riguarda i ricavi da manifestazioni proprie. Anche in questo caso la nascita dell'associazione JazzAscona è avvenuta dopo l'allestimento del preventivo 2018. Per questo motivo costi e ricavi legati a JazzAscona non rientrano più nella gestione della nostra organizzazione turistica. Ritroveremo quindi "unicamente" il contributo netto a favore di JazzAscona nei sussidi a manifestazioni regionali.

Il totale dei ricavi per il 2018 si attesta quindi a 15'317'696 franchi, importo che include però anche l'incasso del Ticino Ticket di quasi 2'000'000 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 470'000 franchi, così come il 100% dell'incasso relativo al Ticino Ticket per circa 1'970'000 franchi. All'ATT nel 2018 è stato quindi riversato un totale di poco inferiore a 2'440'000 franchi.

I costi per prodotti e progetti sono superiori al preventivo 2018, in quanto è stata 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.

Anche nel Marketing le spese sono state leggermente superiori a quanto preventivato. Il superamento della spesa prevista 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 nettamente inferiori al preventivo, ma assolutamente in linea con l'anno precedente. 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. Sempre più spesso infatti i gruppi che ci contattano per questo servizio optano poi per la fatturazione diretta dai singoli prestatori di servizio.

Come accennato precedentemente, le spese per territorio e infrastrutture (sentieri) sono state superiori sia al consuntivo 2017 sia al preventivo. 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 comportano spesso anche spese non previste. Casi esemplificativi sono la neve di inizio 2018 ed il forte vento di fine anno, che ci hanno causato importanti costi aggiuntivi difficilmente quantificabili a priori. Inoltre, se da un lato abbiamo potuto incassare ricavi per prestazioni supplementari, ecco che di conseguenza abbiamo dovuto registrare anche un aumento dei relativi costi per territorio e infrastrutture.

Non dovendo più gestire le biglietterie della Navigazione, ovviamente non ritroviamo più ricavi e costi relativi a questa attività gestita ora direttamente dalla Società di Navigazione.

Simile il discorso legato ai costi per manifestazioni proprie, che fino allo scorso anno includevano quasi essenzialmente tutte le spese legate alla manifestazione JazzAscona. Con la nascita, ad inizio 2018, dell'associazione JazzAscona, il contributo netto a favore della manifestazione stessa è stato inserito nei costi per sussidi a manifestazioni regionali. Resta quindi un saldo di circa 29'000 franchi per piccole manifestazioni gestite direttamente dalla nostra organizzazione turistica.

Nulla di particolare da segnalare per quanto concerne i contributi per animazione e manifestazioni locali, mentre la categoria per sussidi diversi è stata preventivata troppo alta. La cifra totale spesa nel 2018 è comunque in linea con l'anno precedente, ma inferiore al preventivo.

Il costo totale a carico della nostra OTR, quale contributo al progetto Ticino Ticket 2018, è stato di circa 223'000 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 210'000 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 fusione e di digitalizzazione dell'OTR. Numerosi sono infatti gli stampati che negli anni non vengono più prodotti oppure che vengono stampati in quantità inferiori proprio perché sempre più informazioni vengono divulgate e ricercate in formato digitale. Ne scaturisce quindi un leggero risparmio rispetto a quanto preventivato ed una spesa complessiva inferiore al 2017.

I costi del personale ed i relativi oneri sociali rispettano quanto inserito a preventivo 2018.

I costi per le sedi e gli sportelli informativi dislocati sul territorio sono leggermente aumentati rispetto a quanto previsto perché le decisioni relative agli spostamenti degli sportelli di Avegno e Tenero (in zona campeggi) sono state prese ad inizio anno, dopo l'allestimento del preventivo 2018.

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 2018 rispecchia infatti pienamente quanto inserito a preventivo.

Simile il discorso per quanto concerne gli altri costi d'esercizio. In questo settore notiamo una diminuzione rispetto all'anno precedente ma un aumento non previsto imputabile essenzialmente alla correzione di imposta precedente non recuperabile ai sensi della LIVA (Legge federale concernente l'imposta sul valore aggiunto).

Il consuntivo 2018 presenta quindi un Cash Flow di quasi 700 mila franchi, superiore a quello preventivato ma inferiore a quello registrato l'anno precedente.

Nei ricavi straordinari abbiamo registrato diversi contributi e sussidi incassati relativi ad investimenti attivati a bilancio negli esercizi precedenti, in virtù di questo abbiamo potuto effettuare degli ammortamenti patrimoniali supplementari sulla sostanza fissa per circa 680'000 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 una maggior uscita vicina ai 3'000 franchi.

Nulla da segnalare per quanto riguarda i ricavi finanziari, per contro i costi finanziari presentano un aumento, comunque 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 2018.

La posizione dei costi straordinari include invece l'assestamento dell'elargizione nel 2015 del contributo a favore della costituenda Fondazione Settimane Musicali di Ascona, classificati precedentemente negli investimenti finanziari.

Il risultato contabile scaturito dall'esercizio appena trascorso è quindi pari ad una perdita complessiva di poco superiore ai 28'000 franchi, perdita che sarà ovviamente compensata con il patrimonio netto dell'organizzazione turistica.

Bilancio

L'incremento della liquidità rispetto all'anno precedente è essenzialmente dovuto all'aumento, a fine anno, dei crediti da forniture e prestazioni ad oggi quasi completamente incassati. La sostanza circolante è così aumentata da circa 5'338'000 franchi a 5'664'000 franchi.

Nella sostanza fissa invece segnaliamo 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 diminuiti rispetto all'anno precedente. I creditori sono stati nel frattempo tutti saldati, mentre i transitori passivi includono costi 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 aumentati grazie al trasferimento di alcune riserve costituite negli anni precedenti (nei transitori passivi) e non ancora utilizzate.

Il patrimonio totale, capitalizzando la perdita annuale di circa 28'000 franchi, scende quindi a 1'022'416 franchi.

All'Assemblea generale dei soci della

Organizzazione Turistica Lago Maggiore e Valli – Locarno

Ascona, 17 maggio 2019

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 2018.

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. rev. pol. – revisore abilitato ASR Nr. 102847
(Revisore responsabile)

Allegato:

– Conto annuale (bilancio, conto economico e allegato)

Impresa di revisione abilitata ASR Nr. 500390

Via Borgo 2
Casella postale
CH-6612 Ascona

Tel. +41 91 785 40 90
Fax +41 91 791 06 24
ascoaudit@bluewin.ch

Conto economico

	Consuntivo 2017	Preventivo 2018	Consuntivo 2018
Ricavi da tassa di soggiorno - TS	5'516'345.10	5'785'000.00	5'572'476.90
Ricavi da tassa di soggiorno - FORFAIT	4'609'096.00	4'540'000.00	4'729'033.00
Ricavi da tassa di promovimento turistico - TPT	2'451'868.25	2'449'000.00	2'347'845.50
Ricavi da contributi legali (Comuni)	1'320'766.50	1'350'000.00	1'415'853.60
Ricavi da quote sociali	121'370.00	115'000.00	116'430.00
Ricavi da vendita di materiale	90'358.87	72'000.00	64'910.22
Ricavi da prestazioni di servizio (ricettivo, territorio, ecc.)	835'622.56	926'000.00	949'448.54
Ricavi da biglietterie NLM	300'558.68	270'000.00	0.00
Ricavi da manifestazioni proprie	1'220'755.51	1'350'000.00	0.00
Altri ricavi	132'609.42	110'000.00	157'662.22
Diminuzione ricavi	-21'968.36	-26'000.00	-35'963.64
Totale ricavi	16'577'382.53	16'941'000.00	15'317'696.34
Riversamento a ATT (TPT e Ticino Ticket)	2'247'839.17	2'495'000.00	2'436'931.50
Costi per prodotti e progetti	404'426.25	400'000.00	457'106.74
Marketing	1'962'601.42	1'960'000.00	1'998'276.40
Costi per prestazioni di servizio (ricettivo)	91'756.51	215'000.00	87'281.18
Costi per territorio e infrastrutture (incl. sentieri)	1'658'620.40	1'732'000.00	1'821'344.12
Costi per gestione biglietterie NLM	331'438.99	360'000.00	0.00
Costi per manifestazioni proprie	1'378'336.68	1'542'000.00	29'014.81
Costi per contributi per animazioni e manifestazioni locali	267'991.80	291'000.00	279'268.76
Costi per sussidi a manifestazioni regionali	850'385.39	1'131'000.00	1'247'099.24
Costi per sussidi diversi	484'872.15	581'000.00	447'052.71
Costi per progetti cantonali (Ticino Ticket)	168'447.90	230'000.00	223'024.90
Costi per fondo di funzionamento	208'935.85	208'000.00	210'103.70
Costi per informazione al turista	382'977.07	356'000.00	348'890.48
Totale costi	10'438'629.58	11'501'000.00	9'585'394.54
Costi del personale e oneri sociali	3'274'143.79	3'472'000.00	3'450'755.38
Costi sedi	432'496.32	462'000.00	489'680.99
Costi autoveicoli e trasporti	9'201.49	10'000.00	13'666.11
Costi di amministrazione e per l'informatica	584'073.52	610'000.00	610'118.77
Altri costi d'esercizio	493'786.41	469'000.00	487'671.80
Totale costi d'esercizio	4'793'701.53	5'023'000.00	5'051'893.05
Risultato prima degli ammortamenti (Cash Flow/Drain)	1'345'051.42	417'000.00	680'408.75
Ammortamenti	570'285.08	390'000.00	683'434.45
Risultato EBIT	774'766.34	27'000.00	-3'025.70
Ricavi finanziari	81'279.53	80'000.00	80'827.20
Costi finanziari	253'903.30	55'000.00	298'793.46
Risultato finanziario	-172'623.77	25'000.00	-217'966.26
Ricavi da immobili	13'440.25	12'000.00	17'209.75
Interessi ipotecari	12'327.02	13'000.00	11'893.60
Costi per immobili	6'099.90	10'000.00	14'576.90
Risultato da immobili d'esercizio	-4'986.67	-11'000.00	-9'260.75
Ricavi straordinari	6'444.05	0.00	232'117.66
Costi straordinari	504'875.97	0.00	29'999.00
Utile / (Perdita) d'esercizio	98'723.98	41'000.00	-28'134.05

Bilancio

	31.12.2017	31.12.2018
ATTIVO		
Sostanza circolante		
Mezzi liquidi	4'037'296.57	4'033'557.70
Crediti da forniture e prestazioni	1'031'215.64	1'347'679.99
Delcredere	-75'000.00	-95'000.00
Altri crediti	59'175.20	56'571.51
Scorte	36'682.66	30'995.34
Transitori attivi	248'687.30	290'803.75
Totale sostanza circolante	5'338'057.37	5'664'608.29
Sostanza fissa		
Investimenti finanziari, partecipazioni	2'294'266.00	2'019'750.46
Macchine, hardware, software e homepage	294'000.00	198'000.00
Mobili e arredamento	32'000.00	36'000.00
Attrezzature, installazioni sentieri e piste MTB	280'000.00	116'001.00
Attrezzature, installazioni e diversi	233'000.00	196'000.00
Veicoli	28'000.00	23'000.00
Immobili	1'820'000.00	1'784'600.00
Totale sostanza fissa	4'981'266.00	4'373'351.46
TOTALE ATTIVO	10'319'323.37	10'037'959.75
PASSIVO		
Capitale dei terzi		
Debiti per forniture e prestazioni	1'811'323.40	1'802'468.40
Altri debiti	2'588.92	0.00
Transitori passivi	1'608'760.71	1'084'375.06
Capitale dei terzi a breve termine	3'422'673.03	2'886'843.46
Debiti finanziari a lungo termine (ipoteche)	1'181'100.00	1'148'700.00
Altri debiti a lungo termine	2'950'000.00	2'730'000.00
Accantonamenti a lungo termine	1'715'000.00	2'250'000.00
Capitale dei terzi a lungo termine	5'846'100.00	6'128'700.00
Totale Capitale dei terzi	9'268'773.03	9'015'543.46
Patrimonio		
Patrimonio	951'826.36	1'050'550.34
Utile / perdita d'esercizio	98'723.98	-28'134.05
Totale patrimonio	1'050'550.34	1'022'416.29
TOTALE PASSIVO	10'319'323.37	10'037'959.75

Allegato al Conto annuale 2018

1. Principi contabili

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

2. Altre informazioni prescritte dalla legge

12

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 2'000'000.00 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 – contributi e sussidi incassati per complessivi 229'620.00 CHF inerenti investimenti attivati a bilancio negli esercizi precedenti; questi hanno permesso maggiori ammortamenti sulla sostanza fissa di pari importo;
- La posizione costi straordinari registra l'assestamento a 1.00 CHF p.m. dell'elargizione nel 2015 di 30'000.00 CHF a favore della costituenda Fondazione Settimane Musicali di Ascona, classificati negli investimenti finanziari.

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

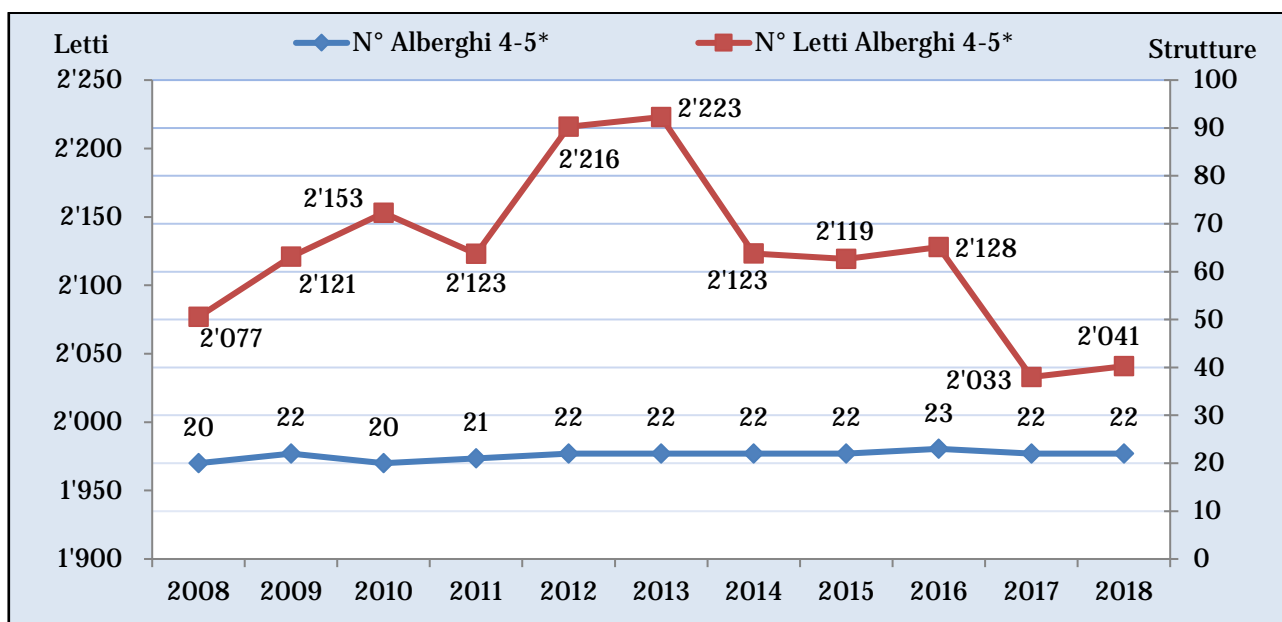
	Totale	OTR		ATT	
		Attività	Marketing	Attività	Fondo Funz.
Ricavi da tassa di soggiorno	5'572'477				
- di cui Ticino Ticket	1'967'362			1'967'362	
- di cui tassa di soggiorno	3'605'115	3'514'987			90'128
Ricavi da tassa di soggiorno FORFAIT	4'729'033	4'609'057			119'976
Ricavi da tassa di promovimento turistico	2'347'846		1'998'276	469'569	
Ricavi da contributi legali	1'415'854	1'415'854			
		9'539'897	1'998'276	2'436'931	210'104

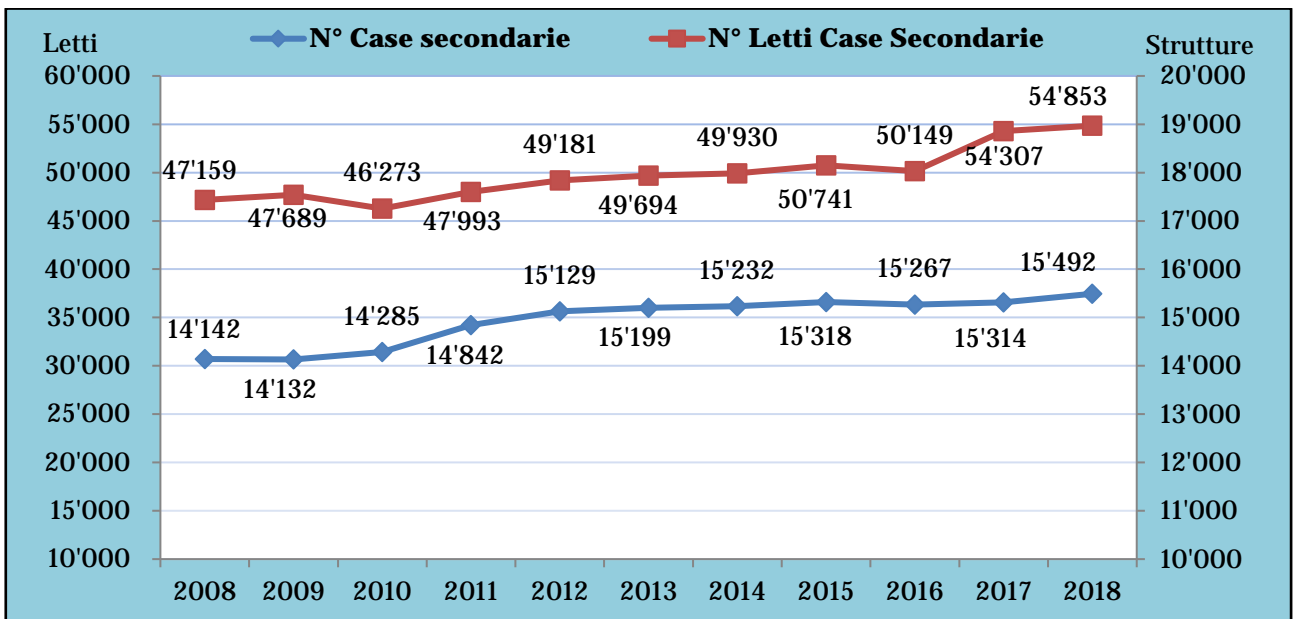
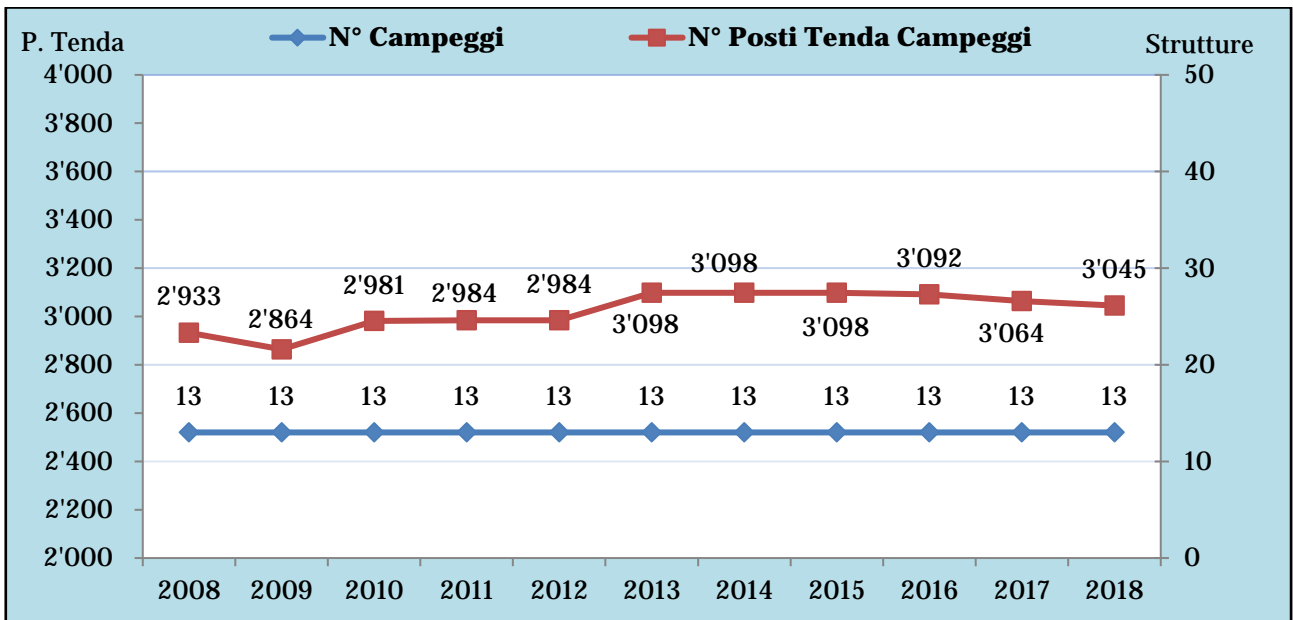
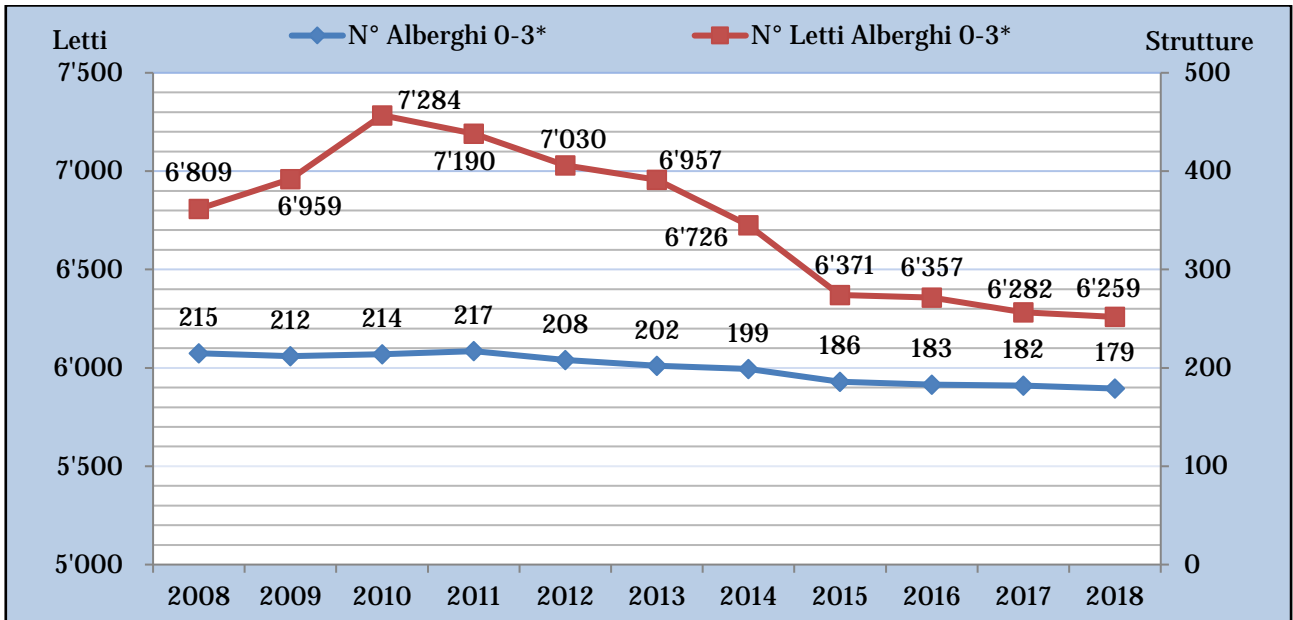
4. Altre informazioni

	31.12.2018	31.12.2017
Scioglimento netto delle riserve di sostituzione e dalle altre riserve latenti	-	-
Debiti leasing non iscritti nel bilancio	73'999	102'364
Debiti nei confronti di istituti di previdenza	8'519	8'376
Fideiussioni, impegni di garanzia e costituzioni di pegni a favore di terzi	413'000	513'000
Attivi costituiti in pegno o ceduti per garantire impegni della società, attivi sotto riserva di proprietà	2'000'000	2'250'000
Debito non iscritto a bilancio nei confronti della Città di Locarno per la Casa del Cinema	750'000	1'000'000

Numero di alberghi e letti disponibili, campeggi e posti tenda, residenze secondarie e posti letto dal 2008 al 2018

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
2018	22	2'041	179	6'259	13	3'045	15'492	54'853
+/-	-	0.39%	-1.65%	-0.37%	-	-0.62%	1.16%	1.01%
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
2008	20	2'077	215	6'809	13	2'933	14'142	47'159



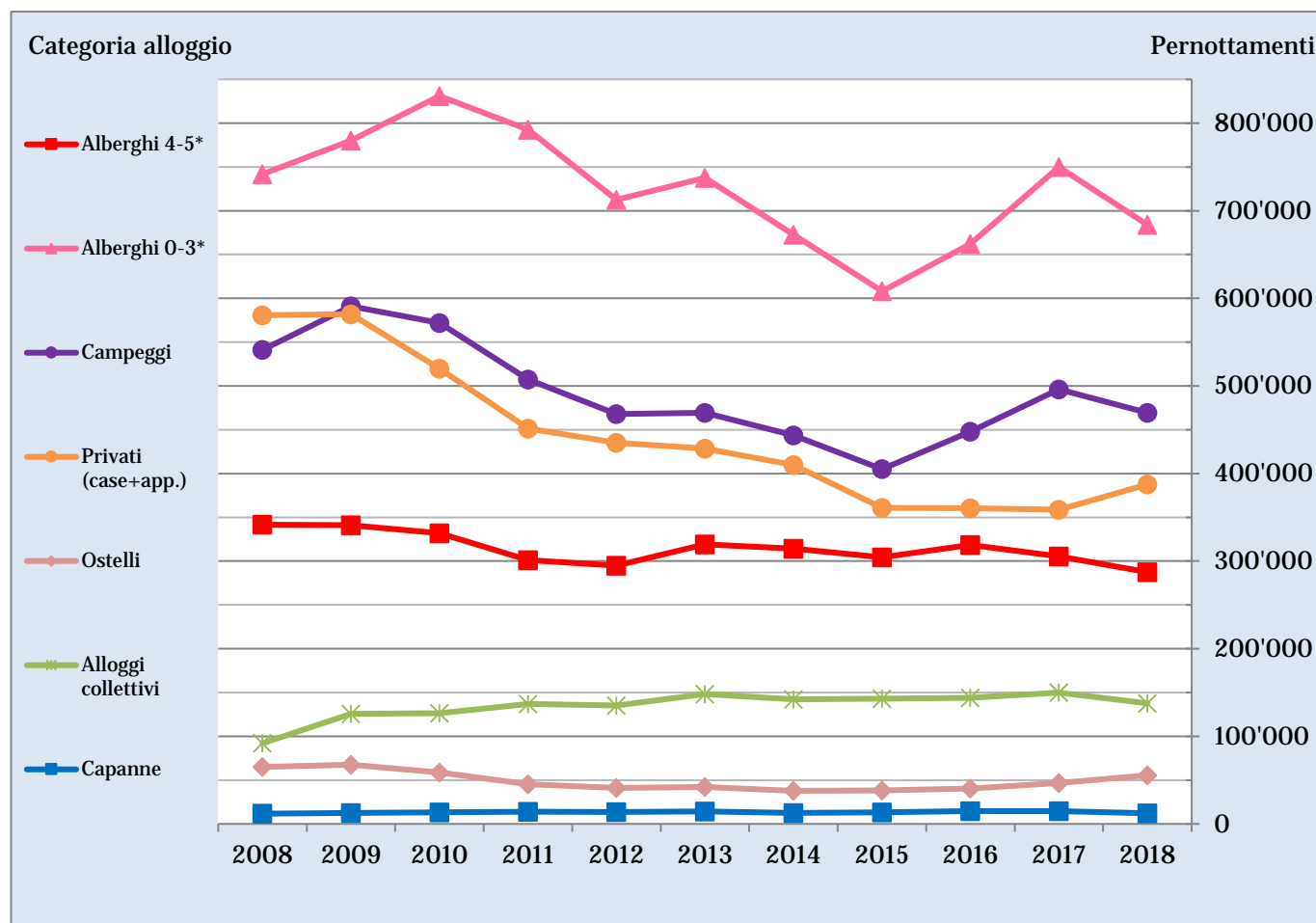


Statistica evoluzione pernottamenti dal 2008 al 2018

OTLMV	Alberghi 4-5*	Alberghi 0-3*	Campeggi	Privati	Ostelli	Alloggi collettivi	Capanne	Totale paganti	Totale paganti + non paganti ¹
2018	287'448	683'895	469'266	387'563	55'578	137'542	12'095	2'033'387	2'370'794
+/-	-5.85%	-8.81%	-5.41%	8.06%	18.82%	-8.22%	-17.11%	-4.14%	-4.06%
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	
2008	341'599	741'977	541'134	580'807	64'859	92'007	11'664	2'374'047	

16

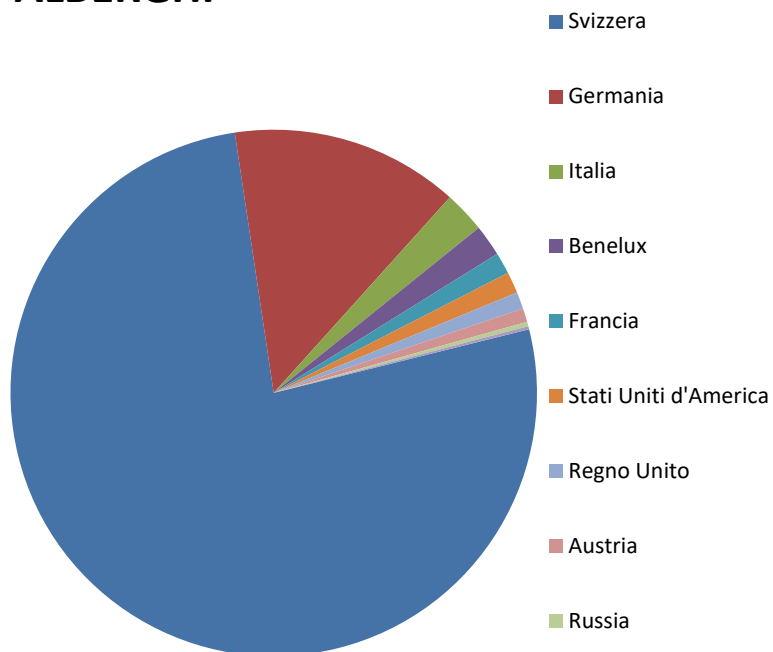
¹ dal 2016 sono disponibili anche i dati relativi ai non paganti (ragazzi fino a 14 anni)



Statistica pernottamenti per nazioni 2018

Nazione	%
Svizzera	73.70
Germania	13.52
Italia	2.45
Benelux	1.86
Francia	1.27
Stati Uniti d'America	1.26
Regno Unito	1.00
Austria	0.81
Russia	0.27
Cina	0.18
Svezia	0.17
Danimarca	0.12
Brasile	0.12
Paesi del Golfo	0.09
Norvegia	0.09
India	0.08
Finlandia	0.07
Giappone	0.07
Tailandia	0.07
Corea	0.06
Hong Kong	0.05
Singapore	0.04
Altri mondo	2.65

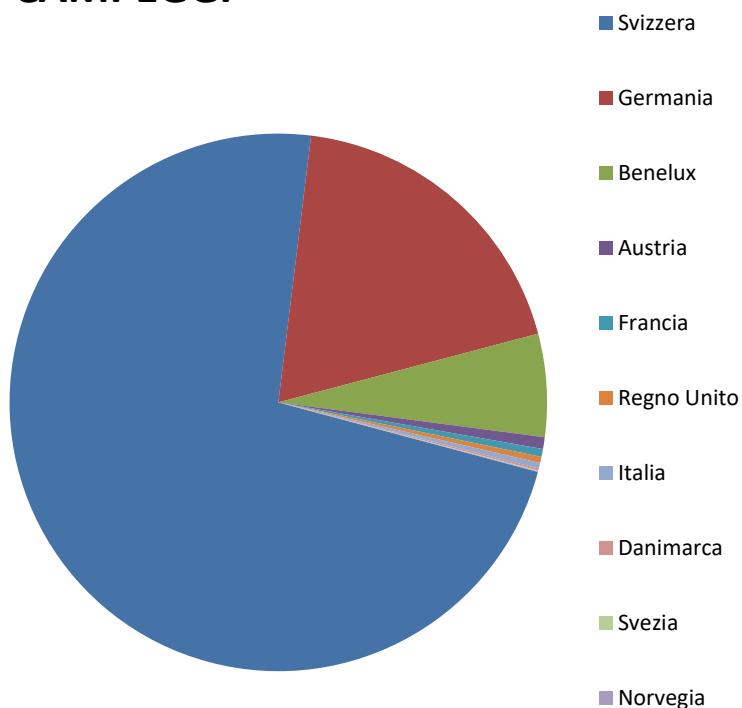
ALBERGHI



17

Nazione	%
Svizzera	72.34
Germania	18.83
Benelux	6.15
Austria	0.70
Francia	0.47
Regno Unito	0.37
Italia	0.33
Danimarca	0.13
Svezia	0.04
Norvegia	0.04
Stati Uniti d'America	0.02
Russia	0.02
Finlandia	0.02
Cina	0.00
Brasile	0.00
Giappone	0.00
India	0.00
Singapore	0.00
Tailandia	0.00
Hong Kong	0.00
Corea	0.00
Paesi del Golfo	0.00
Altri mondo	0.54

CAMPEGGI



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

Tel. +41 848 091 091
Fax. +41 91 759 76 94

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