

## COMUNICATO STAMPA

### STATISTICHE PERNOTTAMENTI 2022 E PROGETTI STRATEGICI



*Il Ticino chiude il 2022 con una diminuzione del 12,9% di pernottamenti alberghieri rispetto all'anno precedente. Tuttavia, fatta eccezione per il 2021, occorre tornare al 2009 per ritrovare risultati simili. In ambito strategico le iniziative principali per il 2023 toccano quattro ambiti: turismo congressuale, sostenibilità, formazione e digitalizzazione. Proseguirà, sul fronte del marketing, la grande campagna "Colori del Ticino" condotta sul mercato svizzero in collaborazione con il Pantone Color Institute.*

Nel 2022 in Ticino si sono registrati 2'555'243 pernottamenti alberghieri. Secondo le indagini ufficiali pubblicate oggi dall'Ufficio federale di statistica (UST), lo scorso anno si è chiuso con una diminuzione del 12,9% rispetto al 2021. Il calo è stato meno marcato sul fronte degli arrivi che sono stati 1'165'725 (-4,1%). Interessante, per la nostra destinazione, è soprattutto il confronto con un anno "pre-covid", il 2019: la progressione è stata del 10,6% (pernottamenti) e del 5% (arrivi).

La diminuzione dei pernottamenti dal mercato svizzero nel 2022 è stata considerevole (-29%). Questo calo è però stato parzialmente compensato dalla ripresa di mercati esteri importanti tra i quali il BeNeLux (+79%), l'Italia (+51%), la Germania (+28%) e la Francia (+27%). Da segnalare anche l'aumento dei pernottamenti provenienti dagli Stati Uniti (+204%).

Per quanto riguarda i dati a livello nazionale, invece, sebbene sia stato registrato un aumento del 29,4% rispetto al 2021, non si sono ancora raggiunti i livelli prepandemici (-3,3% rispetto al 2019). Come rilevato dal direttore di Svizzera Turismo Martin Nydegger, attualmente vi sono molti fattori che stanno penalizzando il settore turistico, tra i quali il franco forte, il caro energia e il rincaro del costo dei materiali.

Il direttore di Ticino Turismo **Angelo Trotta** rileva: "Eravamo consapevoli che sarebbe stato impossibile raggiungere cifre come quelle che hanno caratterizzato il 2021. Un anno, quest'ultimo, ancora molto condizionato dalla pandemia e dalla riduzione degli spostamenti, in cui si era registrato un vero e proprio boom di flussi provenienti dal mercato interno. Tuttavia, la progressione rispetto al 2019 e al decennio precedente è un dato che ci fa ben sperare. Occorre tornare al 2009 per ritrovare risultati simili". Anche da un'indagine effettuata tramite il Ticino Ticket giungono segnali incoraggianti: la nostra destinazione può vantare un Net Promoter Score (NPS) molto alto, pari all'82%. Quest'ultimo è uno strumento di gestione utilizzato dalle aziende per valutare la fedeltà e la soddisfazione dei propri clienti.

## Sguardo rivolto al 2023

Sul fronte dei progetti e delle attività marketing, le novità non mancano. Nel corso della conferenza stampa il direttore di Ticino Turismo ha anticipato le principali iniziative che caratterizzeranno il 2023 in quattro ambiti principali: il turismo congressuale (la nascita del Ticino Convention Bureau è prevista il prossimo mese di aprile), la sostenibilità (si lavora a una Roadmap con orizzonte 2025), la formazione (con due nuovi percorsi formativi in collaborazione con la Supsi e la Scuola specializzata superiore alberghiera e del turismo) e la digitalizzazione (dal Ticino Ticket fino ai progetti DESy e H-Benchmark). Proseguirà, sul fronte del marketing, la grande campagna “Colori del Ticino” condotta sul mercato svizzero in collaborazione con il Pantone Color Institute. In totale sono oltre 200 le attività promozionali condotte sui vari mercati di riferimento in collaborazione con le Organizzazioni turistiche regionali.

*Per ulteriori informazioni:*

**TICINO TURISMO**

**Cecilia Brenni**

**[cecilia.brenni@ticino.ch](mailto:cecilia.brenni@ticino.ch)**

**Tel: +41 79 669 27 61**

**[Via C. Ghiringhelli 7, CH – 6500 Bellinzona](#)**



**Ufficio Stampa - Travel Marketing2, Roma**

**Alessandra Amati 335/8111049**

**[www.travelmarketing2.com](http://www.travelmarketing2.com)**

**E-Mail [alessandra.amati@travelmarketing2.com](mailto:alessandra.amati@travelmarketing2.com)**

**[info@travelmarketing2.com](mailto:info@travelmarketing2.com)**