

17.04.2019

---

# Aspettative della piazza turistica ticinese per il weekend di Pasqua

## INCHIESTA

---



## **Il weekend pasquale per il turismo ticinese**

In Ticino, le festività pasquali sono storicamente ritenute dagli addetti ai lavori l'anticamera della bella stagione. Molte strutture ricettive pianificano, in questo periodo, la propria riapertura dopo il riposo invernale con l'intento di accogliere i turisti che decidono di visitare il Ticino alla ricerca di un primo assaggio d'estate. Il clima mite, così come i diversi eventi culturali e gastronomici organizzati sull'intero territorio cantonale, rappresentano gli elementi caratterizzanti di questo particolare periodo dell'anno. Queste peculiarità attirano da diversi anni turisti confederati e viaggiatori internazionali, i quali rimangono entusiasti dell'atmosfera che si respira durante la Pasqua, tanto da programmare in alcuni casi un loro ritorno anche l'anno successivo.

Dal punto di vista statistico, valutare l'impatto di una buona riuscita del weekend pasquale sui pernottamenti è un esercizio relativamente articolato e che presenta alcuni limiti. Questi ultimi nascono principalmente dalla mancanza di dati giornalieri circa il numero di arrivi e di pernottamenti registrati nel corso del weekend pasquale, dal momento che i migliori dati a disposizione sono quelli del solo settore alberghiero i quali vengono forniti a cadenza mensile<sup>1</sup>. Un altro aspetto che rende invece più articolata questa analisi, è costituito dal fatto che la Pasqua è una festività mobile, potendo cadere nel mese di marzo, in quello di aprile, oppure a cavallo dei due mesi come accaduto nell'anno 2018. Nonostante tali limiti, l'osservatorio del Turismo (O-Tur) propone regolarmente alcune analisi<sup>2</sup> allo scopo di quantificare in maniera più precisa e approfondita l'impatto del fine settimana pasquale sulle presenze turistiche annuali.

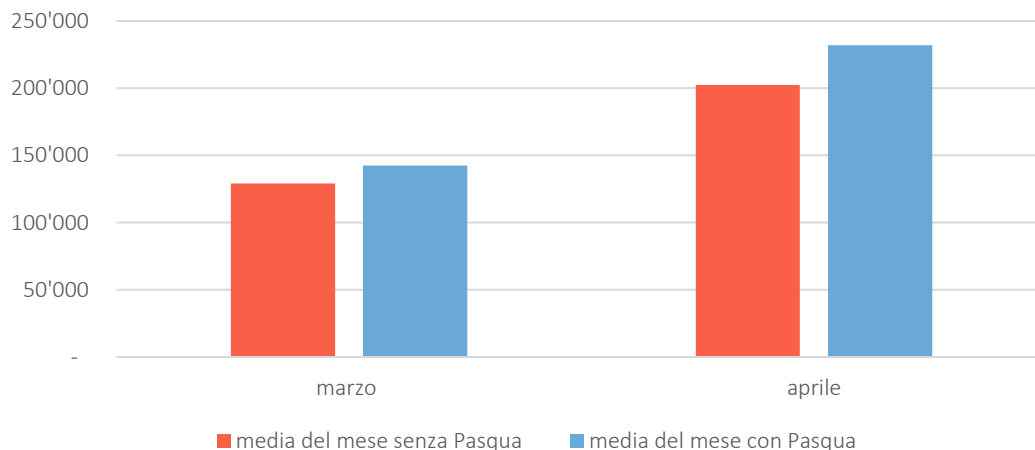
A tal proposito, quest'anno, O-Tur presenta un grafico che illustra l'andamento delle medie dei pernottamenti dal 2005 al 2018 registrate nel settore alberghiero, distinguendo il mese in cui veniva festeggiata la Pasqua da quello senza tale festività. Dal Grafico 1 si può notare come il numero medio di presenze turistiche nei mesi di marzo in cui la Pasqua è caduta è stato pari a 142'536 unità, mentre nei mesi nei quali tale festività non è stata celebrata il numero medio di presenze è stato di circa 129'059 unità.

---

<sup>1</sup> I dati elaborati da O-Tur si riferiscono ai Dati HESTA forniti dall'Ufficio Federale di Statistica (UST)

<sup>2</sup> Ad esempio: [http://www.otur.usi.ch/sites/www.otur.usi.ch/files/uploads/inchiesta\\_pasqua\\_finale.pdf](http://www.otur.usi.ch/sites/www.otur.usi.ch/files/uploads/inchiesta_pasqua_finale.pdf)

Conseguentemente è possibile affermare che l'impatto del weekend pasquale sui pernottamenti alberghieri registrati del mese di marzo è di circa 14mila unità. Per quanto concerne gli anni nei quali la Pasqua è caduta nel mese di aprile, le presenze medie registrate sono state di 231'935 unità, a fronte di una media di 202'595 degli anni in cui la Pasqua era a marzo, per una differenza di circa 30mila unità.



**Grafico 1** – *Medie del periodo considerando le mensilità con e senza Pasqua, settore alberghiero 2005-2018*

Al di là dell'impatto medio sul numero dei pernottamenti, può essere interessante calcolare l'intervallo massimo che differenzia i record positivi da quelli negativi. Per il mese di marzo il massimo dei pernottamenti è stato registrato nell'anno 2008 con 171'873 unità, una differenza di circa 36mila unità rispetto al mese peggiore che è stato quello di marzo 2016. Nel caso del mese di aprile, l'anno nel quale è stata registrata la performance migliore è quello del 2006 con 279'583 presenze turistiche mentre l'anno con il valore minore è associato al 2015 con 206'467 unità, per una differenza complessiva di circa 73mila pernottamenti<sup>3</sup>.

Il presente documento continua presentando i risultati dell'inchiesta che, come in passato, l'Osservatorio ha sottoposto alle strutture di alloggio ticinesi con l'obiettivo di analizzare le

---

<sup>3</sup> Considerando in questa analisi anche gli anni in cui la Pasqua è caduta a cavallo tra Marzo ed Aprile il record negativo dei singoli mesi appartiene al 2018. In particolare, confrontando il mese di Marzo 2018 con il Marzo 2008 la differenza è di circa 53mila unità. Nel caso del mese di Aprile, considerando il 2018 la differenza complessiva con il 2015 risulta di circa 81mila pernottamenti.

aspettative circa l'imminente weekend pasquale. Le informazioni raccolte vertono, ad esempio, sulla durata media del soggiorno, sul livello di occupazione delle camere, sugli eventuali arrivi dell'ultimo minuto e sull'andamento delle prenotazioni. Inoltre, l'indagine è stata l'occasione per sviluppare un approfondimento sul tema dei diversi canali di prenotazione a disposizione dei turisti. Ai risultati ottenuti che mettono in evidenza le differenze tra gli strumenti cosiddetti classici (es. fax, internet, e-mail) con le *online travel agencies* (OTA) viene dedicato un capitolo a parte.

Le analisi si riferiscono a un campione di strutture di alloggio descritto nell'ultima sezione del presente documento, che hanno avuto modo di rispondere al questionario da martedì 9 aprile 2019 a martedì 16 aprile 2019.

### Aspettative per il weekend di Pasqua 2019

La prima analisi che viene presentata è quella relativa all'andamento delle prenotazioni. Dal Grafico 2 si evince come, in aggregato, circa il 37% degli intervistati reputi l'andamento delle prenotazioni registrate fino a questo momento "buono" o "eccellente".

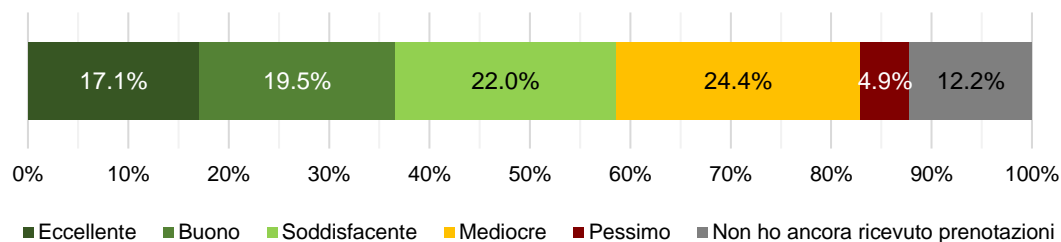
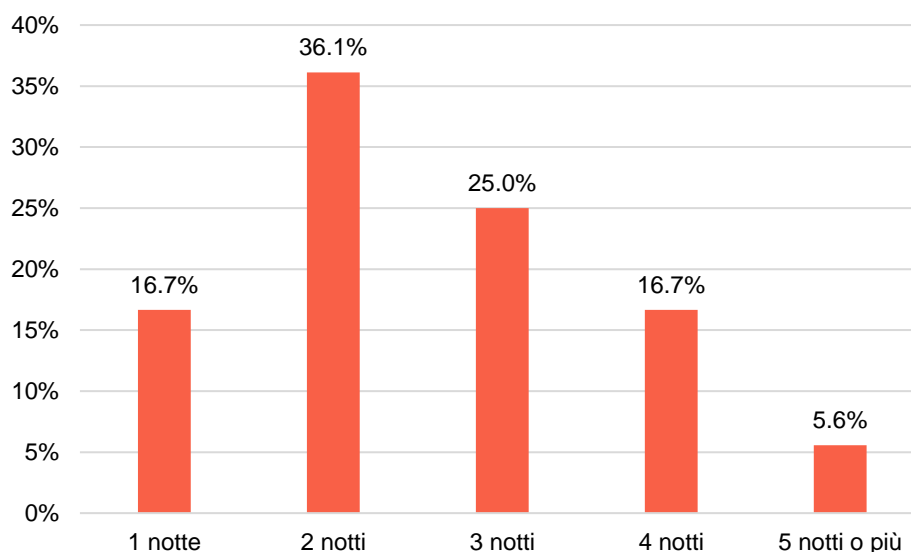


Grafico 2 – Andamento delle prenotazioni

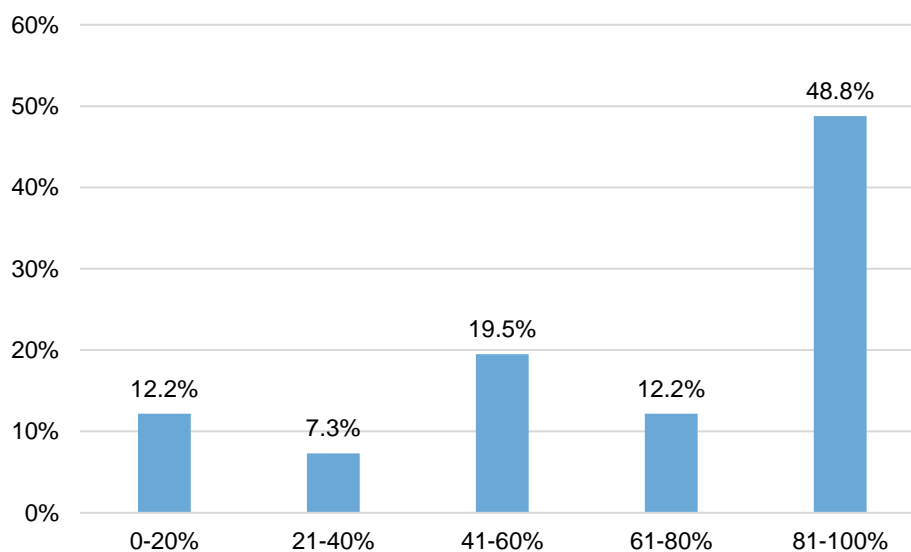
Se teniamo in considerazione anche coloro i quali hanno dichiarato un andamento "soddisfacente", la percentuale di strutture che valuta l'andamento delle prenotazioni in maniera piuttosto positiva cresce fino ad arrivare a circa il 60% dei rispondenti. Di contro, bisogna sottolineare come ci siano rispondenti che hanno dichiarato un andamento delle prenotazioni "pessimo" (4.9%) oppure che non hanno ancora ricevuto prenotazioni (12.2%).

Tra le strutture ricettive che hanno ricevuto prenotazioni per il weekend pasquale (circa l'88% dei rispondenti) la durata media del soggiorno si attesta attorno alle 2.6 notti, dal momento che circa il 62% degli intervistati ha affermato una durata media del soggiorno tra le 2 le 3 notti.



**Grafico 3 – Durata media del soggiorno**

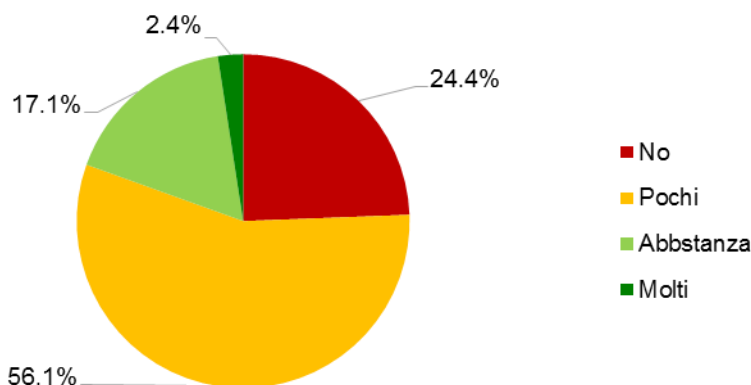
Volendo entrare più nel dettaglio, dal Grafico 3 si nota come il 36.1% dei rispondenti ha affermato che la durata media del soggiorno da parte della propria clientela è pari a 2 notti, per il 25% è di 3 notti mentre per il 16.7% è pari a 4 notti.



**Grafico 4 – Camere occupate**

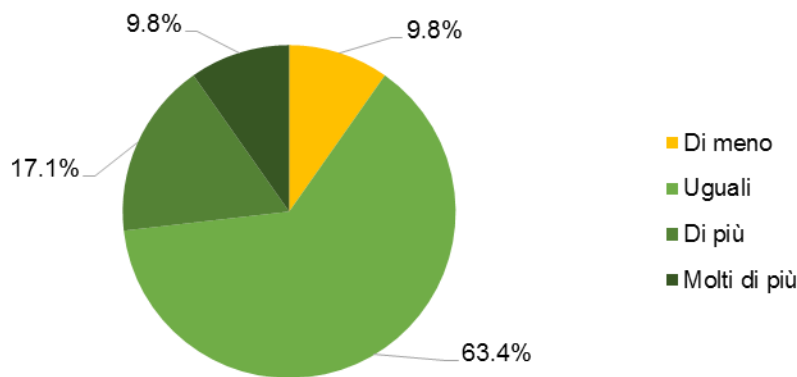
In termini di occupazione delle camere (Grafico 4), il 60% delle strutture ricettive intervistate ha dichiarato, in aggregato, un'occupazione tra il 61 e il 100%. Il 19.5% ha risposto di

aspettarsi un'occupazione delle camere tra il 41-60% mentre il 7.4% prevede che l'occupazione delle camere si attesterà tra il 21-40%. Tuttavia, un altro dato che emerge è quello relativo a coloro che si aspettano un'occupazione tra 0-20%, i quali, rappresentano circa il 13% dei rispondenti.



**Grafico 5 – Arrivi dell'ultimo minuto**

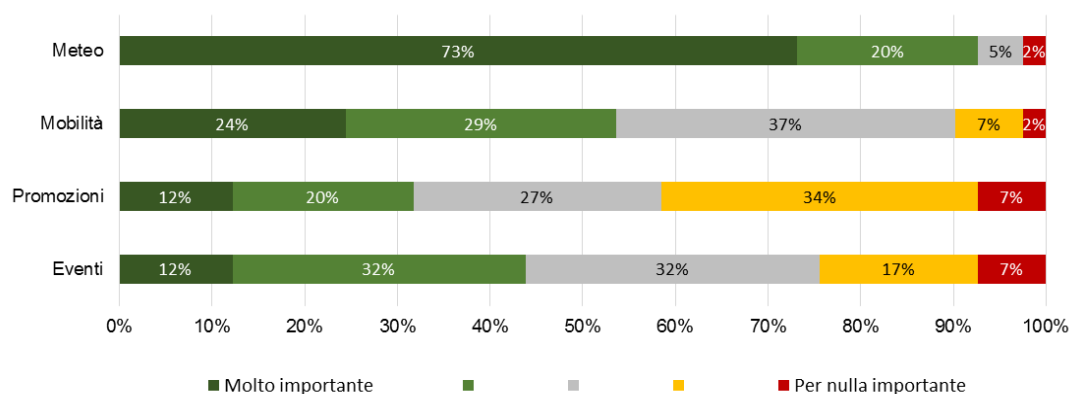
Per quanto concerne gli arrivi dell'ultimo minuto, il 56.1% delle strutture ricettive prevede che saranno "pochi", il 17.1% pensa che saranno "abbastanza", mentre secondo il 2.4% gli arrivi dell'ultimo minuto saranno "molti".



**Grafico 6 – Aspettative Pasqua, presenze 2019 vs 2018**

Relativamente alle aspettative sui pernottamenti della Pasqua 2019 rispetto a quelli della Pasqua 2018, il 9.8% degli intervistati ha dichiarato che saranno "molti di più", il 17.1% ha affermato che saranno "di più", invece per il 10% degli intervistati i pernottamenti dovrebbero essere "uguali" a quelli dello scorso anno.

Agli intervistati è stato chiesto anche di indicare, su una scala con valori da “*molto importante*” a per “*nulla importante*”, quali fossero i fattori più importanti circa la buona riuscita del weekend di Pasqua. I fattori presi in esame sono i seguenti: le condizioni metereologiche, gli eventi organizzati sul territorio, la mobilità e accessibilità in Ticino (Alp Transit, Ticino Ticket, ecc.) e le promozioni e offerte ad hoc (sconti e pacchetti dedicati ai turisti).



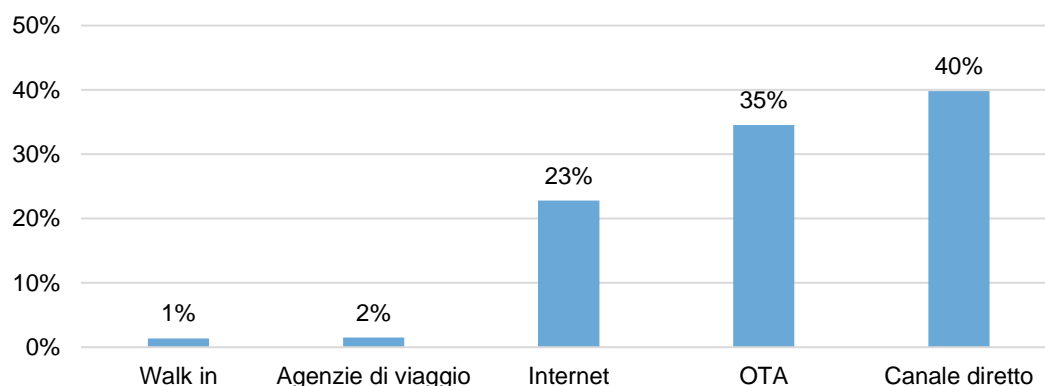
**Grafico 7 – Fattori per una buona riuscita del weekend di Pasqua**

Dalle risposte fornite emerge, senza sorpresa, come in media i rispondenti indichino la meteo come il fattore più importante per una buona performance del weekend di Pasqua. Nel dettaglio, il 73% considera le condizioni metereologiche “*molto importanti*” mentre per il 20% le stesse sono ritenute “*importanti*”; per il 2% degli intervistati la meteo appare essere un fattore “*per nulla importante*”. La mobilità è stata giudicata dal 24% dei rispondenti un fattore “*molto importante*” mentre il 29% e il 37% la giudica rispettivamente un fattore “*importante*” e “*abbastanza importante*”. Le promozioni e le offerte ad hoc sembrano essere viste dal 27% dei rispondenti un fattore “*abbastanza importante*”, dal 34% un fattore “*poco importante*” mentre il 7% lo reputa un fattore “*per nulla importante*”. Infine, gli eventi sul territorio sono ritenuti dal 12% degli intervistati un fattore “*molto importante*” per ottenere un buon risultato durante la Pasqua 2019, per il 32% rappresentano un fattore “*importante*” mentre per il 17% gli eventi sono un fattore “*poco importante*”.



## Approfondimento: le modalità di prenotazione

Come anticipato nelle sezioni precedenti, la presente inchiesta coglie l'occasione di approfondire il tema legato alle diverse modalità di prenotazione utilizzate dai turisti per i propri soggiorni durante le festività pasquali, ponendo l'attenzione sul ruolo ricoperto delle agenzie di viaggio on line. Nello specifico le OTA (es. Expedia, Booking, TriVaGo, Venere, ecc.) costituiscono agenzie di intermediazione, tramite le quali i viaggiatori hanno l'opportunità di scegliere l'opzione più incline alle proprie esigenze, confrontando le diverse offerte che il territorio prescelto mette a disposizione. Appare evidente come, nel corso degli anni, le modalità di prenotazione turistiche siano profondamente cambiate. Mentre circa 10-15 anni fa le prenotazioni venivano fatte prevalentemente in loco o tramite agenzie di viaggio, al momento queste opportunità risultano alquanto obsolete. Questa tendenza sembra essere confermata anche dalle risposte ottenute per il prossimo weekend pasquale sintetizzate nel Grafico 8. Infatti, in media, solo l'1% delle prenotazioni per Pasqua 2019 è avvenuto tramite *Walk in* (ovvero direttamente in hotel), il 2% tramite *agenzie di viaggio* mentre il 23% delle prenotazioni è stato effettuato tramite *internet*. Al contrario, le *OTA* sono state utilizzate in media per il 35% delle prenotazioni.



**Grafico 8** – *Modalità di prenotazione*

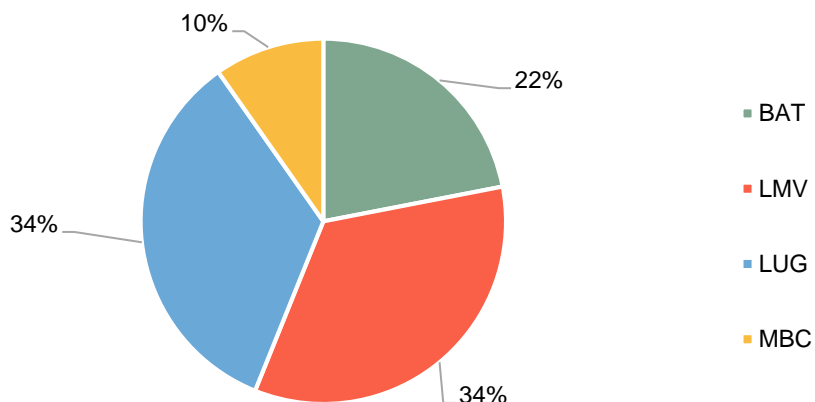
I fattori che possono aver contribuito a una così rapida diffusione delle OTA sono molteplici, ma tra questi il progressivo sviluppo di diversi strumenti tecnologici e informatici riveste sicuramente un ruolo centrale. E' indubbio, inoltre, che tramite le OTA il turista ha la possibilità di accedere al maggior numero di informazioni riguardanti la struttura, in modo da poter scegliere l'opzione di maggior interesse, anche nella comodità del proprio salotto, con minor rischio di non soddisfare le proprie aspettative. Le OTA non costituiscono soltanto un vantaggio per il turista, ma anche per le strutture ricettive stesse, che grazie a questo

strumento possono vantare una visibilità e una conseguente miglior resa economica. Tuttavia, ovviamente, questo tipo di modalità di prenotazione presenta anche alcuni aspetti negativi, sia per il viaggiatore sia per il settore turistico stesso. La categoria di turisti con età mediamente più avanzata, per esempio, appare esclusa da questo canale di prenotazione, in quanto solitamente meno abituata all'utilizzo di sistemi informatici. Per alcuni, inoltre, la mancanza di impatto o contatto diretto con la struttura alberghiera costituisce un limite. Per quanto riguarda le strutture turistiche, appare evidente come sia difficile che le vendite dirette possano competere con le OTA, viste le differenti risorse economiche in gioco. Senza contare che le strutture di alloggio dipendenti dalle OTA hanno margini d'azione piuttosto limitati per quanto concerne i prezzi, dovendo mantenere fisso il primo prezzo proposto, limitando così la potenziale competizione con altre strutture. Difficilmente, infine, le OTA pianificano di investire direttamente le proprie risorse finanziarie nelle strutture che pubblicizzano, per le quali, di conseguenza, la commissione pagata sul prezzo di base costituisce una spesa "fine a se stessa".

Tornando ai risultati dell'inchiesta, è opportuno segnalare come il canale diretto (fax, telefono) sia stato scelto in media per il 40% delle riserve, evidenziando come questa modalità di prenotazione sia ancora molto diffusa all'interno del Canton Ticino.

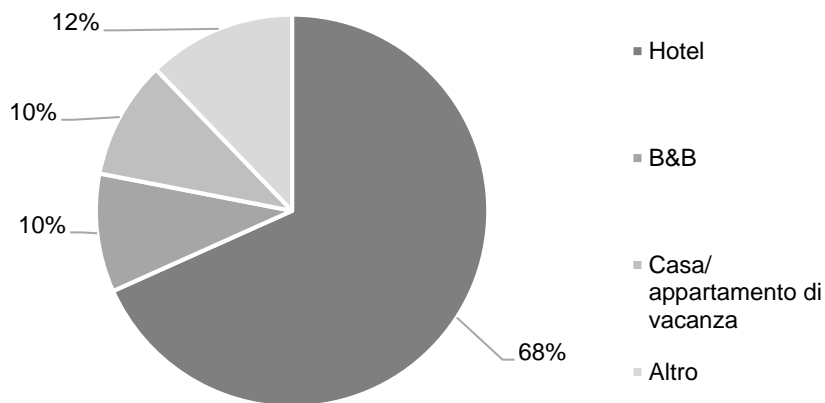
## L'indagine e la descrizione dei rispondenti

L'indagine sulle aspettative del weekend di Pasqua 2019 è iniziata martedì 9 aprile alle ore 14:00 e si è conclusa martedì 16 aprile alle ore 18:00. In totale hanno partecipato al questionario 41 strutture di alloggio dislocate su tutto il territorio ticinese. Nel dettaglio, il 10% delle risposte fanno riferimento al Mendrisiotto, il 22% al Bellinzonese mentre il 34% è associato al Lago Maggiore e Valli; con la medesima percentuale troviamo il Luganese (34%).



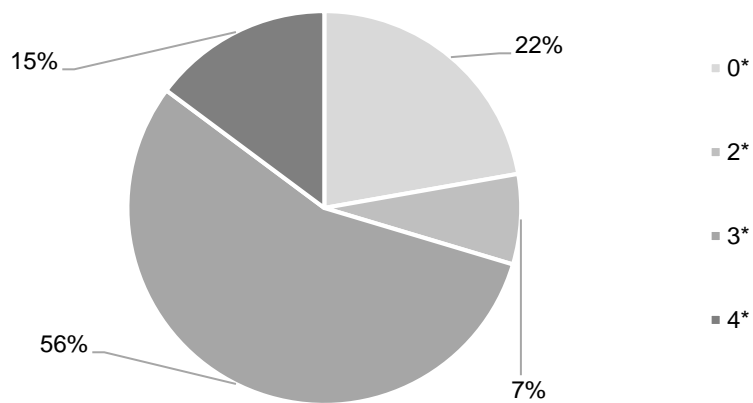
**Grafico 9** – Ripartizione dei rispondenti per OTR

Relativamente alla tipologia di alloggio, il 68% delle strutture rispondenti sono hotel, la maggior parte a 3 stelle, seguono le case ed appartamenti di vacanza (12%), localizzate principalmente nel OTR Lago Maggiore e Valli.



**Grafico 10** – Ripartizione dei rispondenti per tipologie di alloggio

Tra le strutture alberghiere gli hotel a tre stelle sono i più rappresentati con il 56%, seguiti dalle strutture a 0 stelle con il 22% e dagli hotel a 4 stelle con il 15%.



**Grafico 11** – Ripartizione dei rispondenti per categorie di alloggio (solo hotel)

## Appendice

1. *In base alle prenotazioni finora registrate per il weekend di Pasqua da venerdì 19 aprile 2019 a lunedì 22 aprile 2019, come reputa l'andamento delle stesse?*  
*(Non ho ancora ricevuto prenotazioni, Pessimo, Mediocre, Soddisfacente, Buono, Eccellente)*
2. *Come suddividereste, in termini percentuali, le modalità di prenotazione effettuate da parte della Sua clientela.*  
*(Canale diretto, Sito internet, OTA, agenzie di viaggio, Walk in)*
3. *In base alle prenotazioni finora registrate per il per il weekend di Pasqua, qual è la durata media di soggiorno presso il Suo alloggio?*  
*(1 notte, 2 notti, 3 notti, 4 notti, 5 notti o più)*
4. *Nel fine settimana pasquale, qual è la percentuale di camere nel suo stabilimento che prevede saranno occupate?*  
*(0-20%, 21-40%, 41-60%, 61-80%, 81-100%)*
5. *In base alle Sue esperienze precedenti, prevede vi saranno degli arrivi dell'ultimo minuto?*  
*(No, Pochi, Abbastanza, Molti)*
6. *A suo parere, quanto sono importanti i seguenti fattori per un buon risultato del weekend di Pasqua? (1 = per nulla importante / 7 = estremamente importante)*  
*(Le condizioni meteo, Gli eventi organizzati sul territorio, La mobilità e l'accessibilità in Ticino, Le promozioni e le offerte ad hoc)*
7. *Secondo le sue aspettative, i pernottamenti durante la Pasqua 2019 rispetto a quelli del 2018 saranno:*  
*(Molti di meno, Di meno, Uguali, Di più, Molti di più)*
8. *OTR di appartenenza*  
*(Bellinzona e Alto Ticino, Lago Maggiore e Valli, Luganese, Mendrisiotto e Basso Ceresio)*
9. *Tipologia di alloggio*  
*(Hotel, Campeggio, B&B, Casa o appartamento di vacanza, Ostello, Agriturismo, Altro)*
10. *Categoria di alloggio (se hotel)*  
*(Senza stelle, 1\*, 2\*, 3\*, 4\*, 5\*)*

## Autori



**Autore**

**Andrea Pellegrini**

Ricercatore O-Tur

[andrea.pellegrini@usi.ch](mailto:andrea.pellegrini@usi.ch)



**Autore**

**Stefano Scagnolari**

Responsabile O-Tur

[stefano.scagnolari@usi.ch](mailto:stefano.scagnolari@usi.ch)

## Osservatorio del Turismo

---

Via Maderno, 24 - CP 4361

CH-6904 Lugano

**Tel** +41 58 666 4666

**Fax** +41 58 666 4662

[www.otur.usi.ch](http://www.otur.usi.ch)



Università  
della  
Svizzera  
italiana