

27.03.2017

# Inchiesta su case ed appartamenti di vacanza in Ticino

COMPORAMENTI DEGLI OSPITI E CARATTERISTICHE DEI PROPRIETARI

Rapporto finale commissionato da:

Associazione Case e Appartamenti di Vacanza in Ticino (ACAV)

O-Tur

---

Tel +41 58 666 4666  
Fax +41 58 666 4662

Via Maderno, 24 - CP 4361  
CH-6904 Lugano

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

---



---

## Indice dei contenuti

Executive summary	1
Introduzione	3
1. Descrizione dei rispondenti	5
2. Attività, motivazioni e soddisfazione	11
2.1 Importanza delle attività durante il soggiorno	11
2.2 Influenza sulla decisione di soggiornare in una casa vacanza	13
2.3 Soddisfazione rispetto alle caratteristiche dell'alloggio	15
2.4 Raccomandazione ai conoscenti e intenzione di ritornare	17
3. Utilizzo dei mezzi di trasporto	18
4. Conclusioni e commenti	23
Appendice 1	27
Appendice 2	31
Contatti	35
Committenti	37



## Executive summary

---

I dati analizzati provengono da 318 individui intervistati tra giugno e settembre 2016 che, nel corso del loro soggiorno, hanno fornito informazioni riguardo i diversi componenti del gruppo con cui viaggiavano. La raccolta di queste informazioni è avvenuta tramite un lungo questionario cartaceo e in collaborazione con i proprietari e i gestori delle strutture che hanno, da un lato, fornito i dati relativi alle caratteristiche delle strutture presso cui gli ospiti hanno alloggiato e, dall'altro, grazie alla formazione offerta dai collaboratori dell'osservatorio, hanno funto da intervistatori. Grazie a questa collaborazione, è stato possibile sviluppare ed implementare un'inchiesta che ha toccato numerosi aspetti utili che difficilmente sono rilevabili su più ampia scala e che serviranno come base anche per future ricerche. Molti dei turisti intervistati si sono recati a destinazione con i propri figli (42.5% dei rispondenti totali), in coppia (circa il 40%) o in gruppi più numerosi. Considerando, quindi, anche coloro che hanno viaggiato assieme ai rispondenti, il totale dei viaggiatori che l'indagine ha intercettato è di 1'025 i quali hanno generato un totale di quasi 9'000 pernottamenti.

L'obiettivo dell'analisi non era però quantificare il volume del fenomeno, ma di investigare l'eterogeneità delle attività svolte a destinazione, delle motivazioni che hanno spinto i turisti a scegliere le case di vacanza come sistemazione e la soddisfazione per l'esperienza fatta. Una larga maggioranza (82% delle 318 persone intervistate) dei turisti aveva già visitato il Ticino in precedenza anche se, per molti (63%), è stata la loro prima esperienza nell'alloggio in cui hanno soggiornato nel corso della vacanza. La durata media del soggiorno è stata di circa 9 giorni con picchi prevedibili di 7 (oltre il 45% degli intervistati) e 14 giorni (quasi il 20%). In questa indagine, i turisti hanno dichiarato di cercare la tranquillità e le comodità che possono trovare in un'abitazione e che fattori come la flessibilità, l'intimità e la disponibilità di spazio rappresentano una caratteristica molto importante di questo tipo di sistemazioni. Confrontando tra loro alcuni segmenti del campione intervistato attraverso alcuni test statistici, è emerso, ad esempio, che i *first-timers* (il 18% degli intervistati) tendono ad essere maggiormente sensibili ad attributi come il prezzo e ad essere maggiormente interessati al contatto con la natura rispetto ai clienti che già avevano visitato il Ticino. Questi ultimi riportano valori maggiori per quanto riguarda fattori come cultura e gastronomia. In generale, osservando i risultati dei test, l'aspetto del prezzo dell'alloggio è risultato più importante per i giovani con figli e gli stranieri (circa il 18% degli intervistati).

Sul fronte dei trasporti, i dati di questo campione mostrano due evidenze che confermano quelle che erano le esperienze raccontate dai proprietari: la quasi totalità degli intervistati (più del 90%) si è recata a destinazione con il mezzo proprio ma, una volta giunti, la domanda di mobilità ha coinvolto anche i mezzi pubblici. Infatti, mentre metà del campione dichiara di aver usato esclusivamente l'auto per spostarsi, circa il 40%, ha riportato di aver adottato, per la mobilità in Ticino, diverse soluzioni combinando o alternando, a dipendenza dei casi, il mezzo privato a quello pubblico. Il 9% (circa 30 intervistati) dichiara di aver utilizzato, assieme ai propri compagni di viaggio, esclusivamente i mezzi pubblici per gli spostamenti in Ticino. Un ulteriore dato interessante riguarda l'apertura della galleria ferroviaria di base

del San Gottardo. Infatti, tra gli intervistati, l'11% degli individui dichiara che, qualora dovesse ripetere la medesima vacanza, in futuro ritiene probabile, o molto probabile, l'eventualità di recarsi in Ticino con il treno (al momento dell'inchiesta la linea di Alptransit non era ancora in funzione). Tra le persone interessate, si ha avuto la conferma che vi sono, soprattutto, gli ospiti meno giovani in possesso di un abbonamento generale. Per quello che riguarda le giovani coppie con figli, invece, la comodità, la flessibilità e il risparmio economico garantiti dall'auto sembrano prevalere anche rispetto alla nuova e più rapida soluzione su rotaia. In conclusione, seppur condotte su un numero limitato di osservazioni e senza che queste siano state raccolte secondo un preciso schema di campionamento, le analisi svolte hanno permesso di esplorare, per la prima volta, alcuni aspetti di un fenomeno su cui le informazioni a disposizione, sino ad oggi, erano deficitarie.

---

## Introduzione

---

Il presente rapporto conclude il progetto “Inchiesta su case ed appartamenti di vacanza in Ticino: comportamenti degli ospiti e caratteristiche dei proprietari” avviato a metà 2016 dall’Osservatorio del Turismo su mandato dell’Associazione delle Case e Appartamenti di Vacanza in Ticino (ACAV).

Lo scopo del progetto è quello di analizzare le caratteristiche, le motivazioni, la soddisfazione e i comportamenti in termini di mobilità dei turisti che si recano in Ticino e decidono di pernottare in una casa vacanza. In sintesi, il lavoro vuole esplorare un segmento di turisti che si rivolge ad una tipologia di alloggio ben preciso quali le case e gli appartamenti di vacanza e che probabilmente hanno caratteristiche distinte rispetto a coloro che tendono, invece, a rivolgersi ad altri tipi di strutture come, ad esempio, hotel o campeggi.

L’Osservatorio ha preparato due questionari, uno dedicato ai turisti e uno mirato a raccogliere le informazioni dai proprietari degli alloggi, i quali sono stati somministrati in parallelo nel corso del periodo estivo (da giugno a settembre) del 2016. Nelle appendici di questo documento è possibile consultare entrambi i questionari. Il *survey* dedicato ai turisti è stato proposto in forma cartacea con l’aiuto delle agenzie o dei proprietari degli alloggi, mentre il formulario dedicato a questi ultimi è stato implementato su una piattaforma *online* da O-Tur utilizzando le informazioni ed i contatti messi a disposizione da ACAV. La collaborazione, in fase di raccolta dati, dei membri di ACAV e dei singoli proprietari degli alloggi ha permesso di sviluppare un’inchiesta che ha toccato numerosi aspetti utili che difficilmente sono rilevabili su più ampia scala le quali pur non essendo trattate nel presente documento serviranno come base per future ricerche. Visti gli obiettivi descritti in precedenza, le analisi riportate si concentrano soprattutto sulla “domanda di turismo”, mentre i dati relativi agli alloggi vengono utilizzati per descrivere le caratteristiche degli alloggi scelti da parte degli ospiti. Per quanto riguarda la dimensione del campione di dati raccolti, il presente documento fa riferimento a 318 osservazioni per quello che riguarda gli ospiti e 126 osservazioni relative ai proprietari delle case vacanza. Gli intervistati hanno, nella maggior parte dei casi, effettuato i loro viaggi in compagnia di altre persone. Questo ha fatto sì che l’indagine riguardasse un totale di 1'025 turisti i quali hanno generato più di 8'875 pernottamenti<sup>1</sup>. Nonostante le caratteristiche del campione non siano perfette<sup>2</sup>, si tratta di informazioni particolarmente interessanti poiché esplorano con grande dettaglio, e per la prima volta, alcune delle caratteristiche che non vengono trattate dalle statistiche ufficiali per questo segmento di turisti.

---

<sup>1</sup> Gli 8'875 pernottamenti sono riferiti a 312 rispondenti. In sei casi, non era stata compilata l’informazione riguardo l’arrivo o la partenza.

<sup>2</sup> In questo caso, ad esempio, un campione in grado di fornire dei risultati con un margine di errore del  $\pm 5\%$  dovrebbe essere composto da circa 400 individui scelti in maniera perfettamente casuale.

Il rapporto è strutturato come segue: la prima sezione fornisce una fotografia del campione di turisti mettendo in luce i tratti socio-demografici degli intervistati. Nella stessa si pone anche l'attenzione sulle caratteristiche dei soggiorni, prendendo in esame le diverse tipologie di ospiti e di alloggi. Il capitolo successivo del rapporto fornisce un resoconto dettagliato relativo a motivazioni, abitudini e soddisfazione degli ospiti con un accento particolare sulle differenze significative riscontrate tra diversi segmenti di individui. A seguire si analizzano le scelte relative ai mezzi di trasporto che gli ospiti hanno utilizzato per recarsi in Ticino con alcuni approfondimenti relativi alla dislocazione sul territorio dei pernottamenti e al tema di AlpTransit. Per concludere, il capitolo finale fornisce un riassunto dei risultati principali emersi nel corso dell'analisi e alcune riflessioni dedicate agli *stakeholders* del settore.

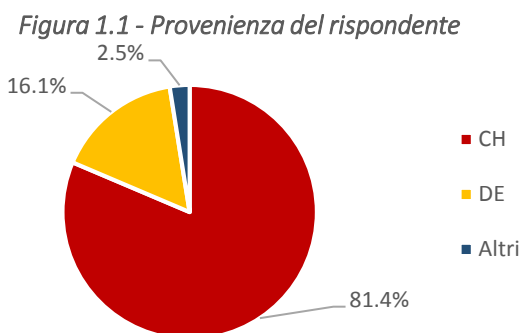
Infine, vale la pena sottolineare che in alcuni casi si è proceduto ad effettuare alcuni test statistici rispettivamente sulle medie o sulle proporzioni al fine di verificare se vi fossero all'interno dei diversi segmenti di turisti delle differenze statisticamente significative. Tali test non sono stati riportati all'interno del presente documento per non appesantirne la lettura, ma i principali risultati sono stati inseriti a commento nelle rispettive sezioni. Gli autori sono disponibili a fornire ulteriori chiarimenti sugli aspetti più tecnici in merito alle metodologie e agli strumenti statistici utilizzati.



## 1. Descrizione dei rispondenti

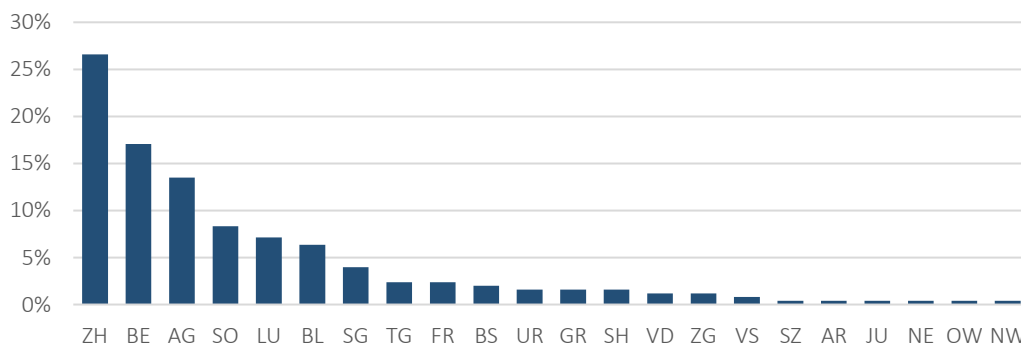
Nel presente capitolo, viene presentata la descrizione del campione di turisti intervistato nel corso dell'indagine. Le caratteristiche prese in esame sono quelle tipicamente adottate per descrivere un insieme di individui dal punto di vista socio-economico come, ad esempio, la provenienza, l'età e il livello d'istruzione. Oltre a questi tratti personali, vengono presi in esame alcuni aspetti che fanno riferimento a tematiche maggiormente legate al turismo e che hanno contraddistinto i soggiorni degli ospiti. In particolare, sono state raccolte informazioni riguardanti la composizione del gruppo di vacanza, la durata del soggiorno, la *location* e la tipologia dell'alloggio. È importante sottolineare, che le seguenti statistiche descrittive sono influenzate dalla tecnica di raccolta dei dati essendo stato implementato un piano di campionamento non probabilistico e che quindi non possono essere estese all'intera popolazione di riferimento. Tuttavia, queste informazioni risultano essere particolarmente interessanti in quanto, non essendo presenti nelle statistiche ufficiali, forniscono una prima esplorazione del fenomeno.

I dati raccolti evidenziano come la maggioranza dei rispondenti che hanno partecipato all'inchiesta provengano dalla Svizzera (81.4%) e che agli ospiti tedeschi corrisponda una quota del 16.1% (Figura 1.1).



Vale la pena sottolineare che, tra le nazionalità della categoria "Altri" (2.5%), i turisti più presenti sono gli Italiani e gli Olandesi i quali, in aggregato, rappresentano una quota pari all'1.2%.

**Figura 1.2 - Ripartizione per cantoni dei rispondenti svizzeri**



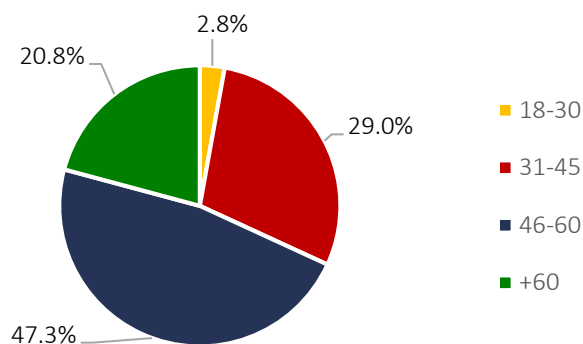
La distribuzione geografica dei rispondenti confederati è concentrata soprattutto su due cantoni, Zurigo e Berna, i quali rappresentano oltre il 40% del totale (Figura 1.2).

## 1. Descrizione dei rispondenti

A seguire, si trovano due cantoni del nord-ovest del paese, Argovia (13.5%), Soletta (8.3%) e Lucerna (7.1%). Le singole quote dei rimanenti cantoni non superano il 5%.

Per quello che riguarda l'età degli ospiti (Fig. 1.3), il 47.3% dei rispondenti si colloca nella fascia tra i 46 e 60 anni mentre gli ospiti tra i 31 e 45 anni sono il 29.0%.

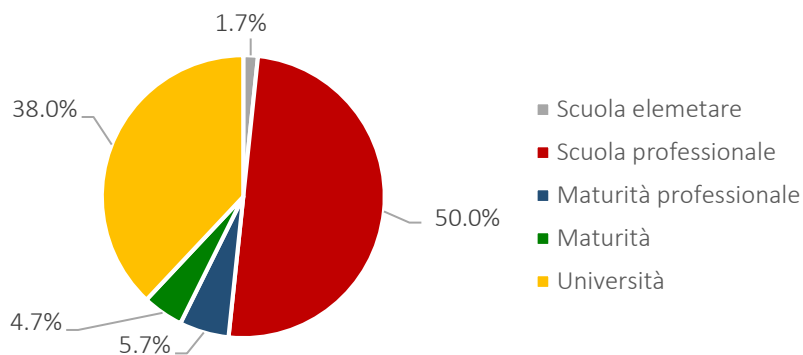
Figura 1.3 - Classi d'età dei rispondenti



A seguire vi sono gli "over-60" che rappresentano il 20.8% del campione, mentre il segmento più giovane (18-30 anni) rappresenta una minoranza del 2.8%.

Incrociando e analizzando le diverse informazioni raccolte, la distribuzione dell'età dei rispondenti non varia in maniera significativa rispetto alle diverse nazionalità di provenienza e lo stesso vale per le diverse regioni svizzere.

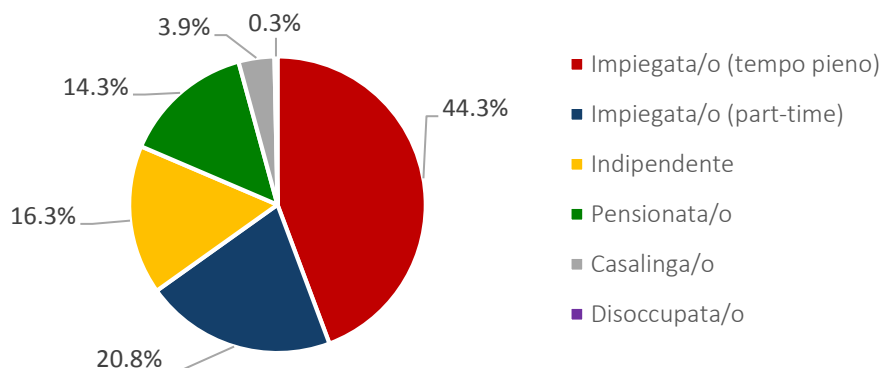
Figura 1.4 - Grado di istruzione dei rispondenti



Relativamente al livello di istruzione dei turisti intervistati (Fig. 1.4), la metà del campione ha riportato un titolo di studio di scuola professionale mentre circa il 40% è laureato. Circa il 10% del totale ha una maturità di liceo o professionale.

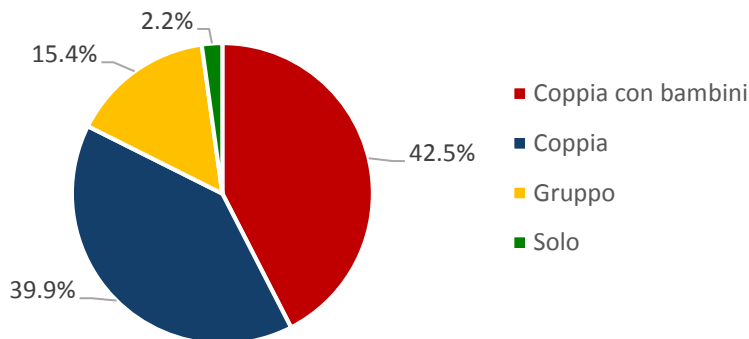
Per concludere la panoramica relativa alle caratteristiche socio-demografiche dei rispondenti si riportano le statistiche relative alla posizione lavorativa degli ospiti (Fig. 1.5).

Figura 1.5 - Occupazione dei rispondenti



La grande maggioranza degli intervistati è composta da impiegati a tempo pieno (44.3%) o a tempo parziale (20.9%) mentre il 16.3% è lavoratore dipendente e il 14.3% ha riportato di essere pensionato. Come sottolineato all'interno dell'introduzione del presente rapporto, la maggioranza degli intervistati (97.8%) ha intrapreso la propria vacanza in compagnia.

Figura 1.6 - Composizione del gruppo di vacanza



Il totale delle persone che hanno viaggiato e che sono rientrate all'interno dell'indagine è di 1'025. Per quello che riguarda la composizione del gruppo vacanza (Fig. 1.6), il 42.5% del totale è rappresentato da coppie con bambini, il 39.9% da coppie e il 15.4% da gruppi<sup>3</sup>.

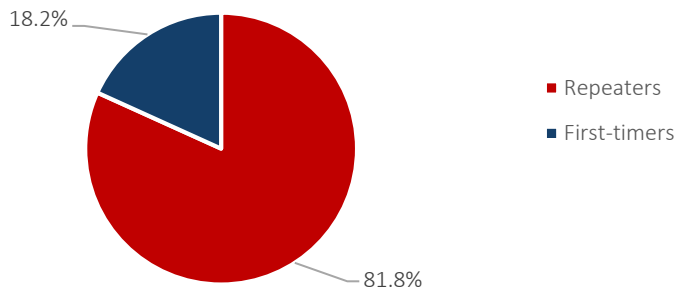
---

<sup>3</sup> Con "gruppo" si intende il caso in cui la compagnia di vacanza include più di tre adulti. Da questo punto di vista, è difficile valutare quali siano i rapporti tra i componenti del gruppo, ma questa distinzione è sufficiente per separare in maniera chiara questa categoria dalle altre.

Data le differenze d'età e di composizione all'interno del campione, i diversi gruppi presentano delle differenze importanti al loro interno: in particolare, le coppie che si sono recate a destinazione sono mediamente più vecchie (56 anni) se confrontate con le coppie accompagnate dai figli (44 anni)<sup>4</sup>.

Una variabile d'interesse per distinguere gli ospiti che hanno soggiornato in una casa vacanza fa riferimento alle visite passate sul territorio.

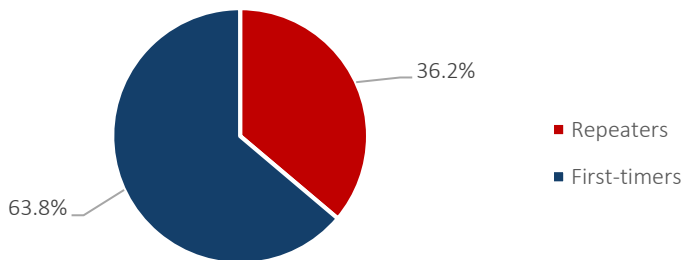
Figura 1.7 - Repeaters e first-timers in Ticino



A tal proposito è stata utilizzata una variabile per identificare i turisti alla prima esperienza (*first-timers*) e quelli che si sono recati a destinazione già nel passato (*repeaters*). Come mostrato dalla Figura 1.7, buona parte degli ospiti intervistati ha riportato di aver già visitato in precedenza la destinazione in cui hanno pernottato (81.7%), aspetto non sorprendente se si considera che buona parte del campione è composto da svizzeri. In particolare, i *first-timers* in Ticino sono un terzo dei rispondenti tedeschi (16 su 51) ed un quinto degli svizzeri (41 su 258).

D'altro canto, la percentuale di rispondenti che in passato aveva già trascorso un soggiorno nella stessa abitazione è solo del 36.2% (Fig. 1.8).

Figura 1.8 - Repeaters e first-timers nell'abitazione



A questo punto, va sottolineato come i due aspetti appena trattati non siano necessariamente correlati tra loro. Tuttavia, soprattutto per coloro che si occupano di accogliere i turisti nelle loro strutture, è

---

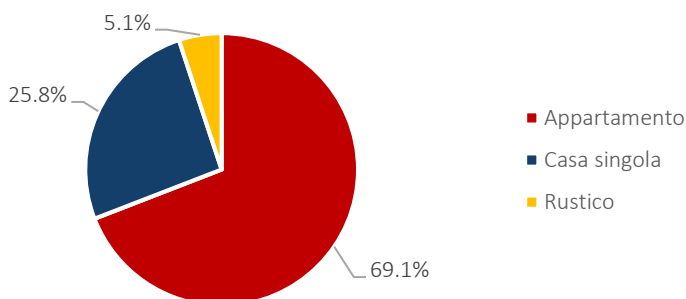
<sup>4</sup> In questo caso l'età, è quella riportata dal rispondente. Nelle analisi successive, per semplicità, si suppone che il partner abbia un'età simile.

# 1. Descrizione dei rispondenti

importante notare che la maggior parte dei turisti è composta da persone che conoscono il territorio ma che, d'altro canto, sono alla prima esperienza nello specifico alloggio che hanno prenotato<sup>5</sup>.

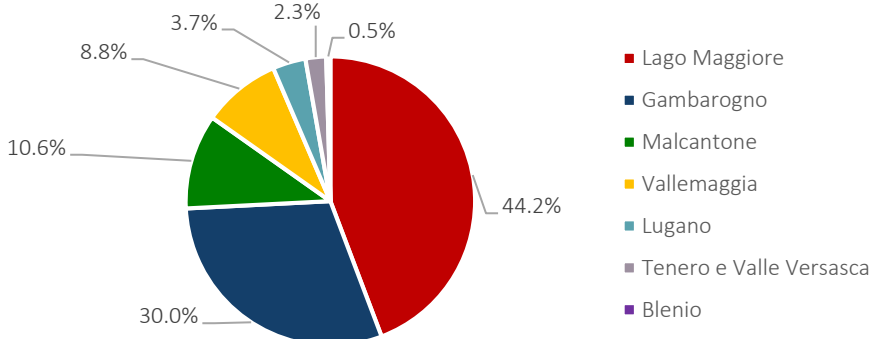
Oltre alle caratteristiche delle persone intervistate, l'analisi dei dati prende in esame anche la tipologia degli alloggi nella quale hanno trascorso le loro vacanze. A questo proposito, nella Figura 1.9 sono riportate le tipologie di abitazione presso cui gli ospiti hanno pernottato durante il loro soggiorno: il 69.1% degli ospiti ha preso in affitto un appartamento, poco meno del 26% è stato in una casa singola mentre il rimanente 5.1% ha trascorso la vacanza in un rustico.

Figura 1.9 - Tipologia di casa utilizzata dal rispondente



Da questo punto di vista, si rileva che non vi sono correlazioni significative tra la provenienza degli ospiti o il tipo di compagnia e il tipo di abitazione affittato. Per quello che riguarda la durata del soggiorno, variabile che viene approfondita successivamente, si osserva che chi ha affittato una casa tende ad avere un soggiorno minimo più lungo (4 giorni invece di 2) per quanto nella durata media del soggiorno non vi siano differenze significative tra i diversi tipi di oggetti.

Figura 1.10 - Posizionamento degli alloggi



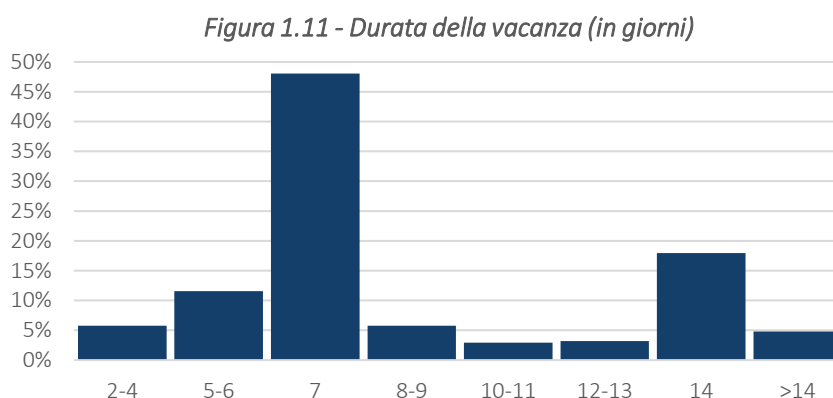
I soggiorni rilevati nel corso dello studio sono prevalentemente concentrati nella regione del Lago Maggiore mentre meno rappresentati sono risultati il Sottoceneri (Fig. 1.10) e il Bellinzonese.

<sup>5</sup> Non necessariamente questi turisti sono alla prima esperienza in un alloggio di vacanza del tipo considerato.

In particolare, la regione del Verbano e delle sue valli rappresenta oltre il 65% dei soggiorni investigati mentre nel Luganese e nel Malcantone le osservazioni sono state il 15% del totale. Per quello che riguarda la regione del Bellinzonese, è stato raccolto un solo questionario nell'area di Blenio.

Relativamente alla provenienza degli ospiti e la composizione del gruppo di vacanza, non si rilevano delle differenze rilevanti se si confrontano Sopraceneri e Sottoceneri. Tuttavia, un aspetto distintivo risiede nel fatto che, in proporzione nel campione considerato, le case singole sono maggiormente presenti nel Luganese piuttosto che nel Sopraceneri.

Un aspetto sicuramente interessante da investigare è la durata della vacanza. In media, quella riportata dai rispondenti, è di 9 giorni, con dei picchi abbastanza prevedibili di osservazioni per le permanenze di 7 o 14 giorni (Fig. 1.11).



Sotto questo aspetto, differenze significative all'interno del campione riguardano le visite passate e la compagnia di viaggio. In particolare, chi in passato è già stato in Ticino ha riportato una durata media della vacanza (quasi 9 giorni) più elevata se confrontata con i *first-timers* (7.5 giorni) e lo stesso vale per chi ha già pernottato presso l'alloggio che ha preso in affitto in quest'occasione (9.5 giorni) rispetto a chi vi è stato per la prima volta (8 giorni in media).

Per ciò che concerne la compagnia di viaggio, le coppie (con e senza bambini) sono quelle che hanno una durata media della vacanza (circa 9 giorni) maggiore rispetto ai gruppi o a chi ha pernottato da solo (7 e 8 giorni, rispettivamente)<sup>6</sup>. Per quanto riguarda altre variabili di riferimento, si sottolinea che non vi sono differenze statisticamente significative all'interno del campione. Infatti, la differenza nella permanenza media tra svizzeri e stranieri è pressoché nulla e lo stesso vale se si considerano gli appartamenti e le case vacanza del Luganese e Malcantone e quelli del Sopraceneri.

---

<sup>6</sup> La descrizione di questo dato è stata fatta escludendo alcuni valori particolarmente elevati i quali avrebbero influenzato i valori medi calcolati. In particolare, tra gli intervistati vi sono 5 individui che hanno riportato una permanenza tra i 26 e i 55 giorni.

## 2. Attività, motivazioni e soddisfazione

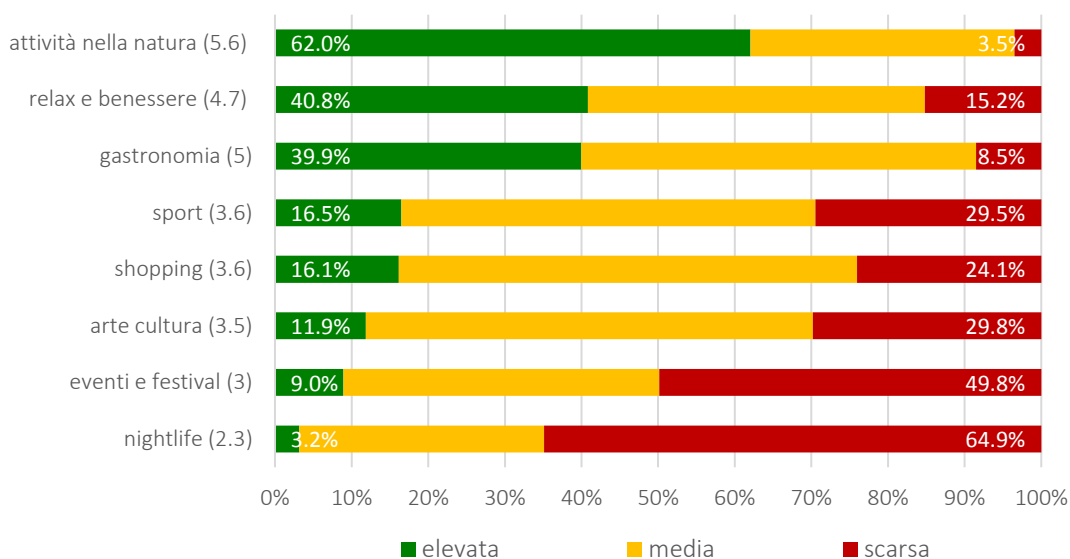
In questa parte del rapporto, vengono presi in esame i fattori legati all'importanza delle attività svolte a destinazione, alla soddisfazione dei rispondenti circa la loro esperienza di soggiorno e alle motivazioni del soggiorno in una casa vacanza. L'analisi di questi aspetti permette di cogliere al meglio quelle che sono le preferenze degli individui per i diversi attributi di un soggiorno; in questo caso specifico si fa anche riferimento alle peculiarità che caratterizzano una permanenza in una casa di vacanza.

Come visto nei capitoli precedenti, il campione di rispondenti risulta essere eterogeneo, sia per quello che riguarda gli attributi personali degli ospiti sia relativamente alle scelte concernenti le caratteristiche della vacanza. Per alcune di queste variabili, si è proceduto a testare se vi fossero delle differenze significative rispetto alle tre dimensioni analizzate in questa sezione.

### 2.1 Importanza delle attività durante il soggiorno

La Figura 2.1 mostra il dettaglio relativo all'importanza assegnata ad una serie di attività che tipicamente caratterizzano la scelta degli ospiti di passare del tempo libero in una particolare destinazione, in questo caso il Ticino.

Figura 2.1 - Importanza delle attività durante il soggiorno



Per tutte le attività vengono distinte le osservazioni alle quali sono associate un'elevata importanza, un'importanza nella media ed una scarsa importanza<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> La scala di risposta adottata è denominata *Likert scale* e, in questo caso, si basa su 7 possibili valori crescenti (ad esempio 1 = "per nulla importante" / 7 = "estremamente importante"; 1 = "per nulla soddisfatto" / 7 = "estremamente

Come si può notare, per chi ha soggiornato in Ticino, risultano essere molto importanti le attività svolte nella natura. Per il 62% del campione, infatti, queste rivestono una certa rilevanza mediamente elevata. A seguire si trovano “relax e benessere” e “gastronomia”: per entrambe le attività circa il 40% degli ospiti ha riportato un’importanza marcata. La differenza principale tra le due risiede nel fatto che “relax e benessere” risulta essere poco importante per una quota più elevata di rispondenti (15.2% rispetto a 8.5% di “gastronomia”). I risultati e le posizioni di questi primi tre aspetti non sorprendono se si considerano le caratteristiche e le peculiarità del territorio e soprattutto non si differenziano da altri sondaggi simili effettuati su turisti che alloggiano in tipologie diverse dalle case di vacanza. Ad esempio, va notato che gli stessi aspetti hanno già trovato evidenza dall’analisi di dati relativi ai proprietari di seconde case nell’area del Locarnese<sup>8</sup>.

Per le restanti attività si osservano dei giudizi che, in generale, indicano un minore interesse da parte degli ospiti. Tuttavia, si tratta di aspetti ed esperienze più specifiche rispetto ai primi tre e che si ritiene sia normale che possano di volta in volta interessare a specifici segmenti di turisti piuttosto che all’intero bacino di turisti.

Per quello che riguarda l’importanza delle diverse attività a destinazione, si sono riscontrate delle differenze significative all’interno del campione di rispondenti:

- First-timers e repeaters: chi è già stato in Ticino in passato tende ad assegnare un’importanza maggiore ad elementi quali shopping, arte e cultura e eventi rispetto ai *first-timers* i quali, dal canto loro, hanno riportato valori maggiori relativamente alle attività nella natura. Questo dato può essere letto alla luce del fatto che le esperienze passate hanno permesso agli ospiti di cogliere le diverse sfumature dell’offerta di attività (turistiche o meno) nel cantone mentre i *first-timers* sono stati maggiormente concentrati sul tratto caratterizzante del territorio, la sua natura.
- Nazionalità degli ospiti: gli stranieri tendono a ritenere più importante le attività legate a arte, cultura e vita all’aria aperta mentre gli svizzeri hanno mostrato maggior interesse per la gastronomia e lo shopping.
- Location dell’alloggio: si è osservato che gli ospiti nel Sottoceneri (Luganese e Malcantone) hanno riportato un interesse maggiore per le attività nella natura rispetto a chi ha soggiornato dalle parti del Lago Maggiore e Valli.
- Tipologia dell’oggetto: i dati mostrano che chi ha pernottato in un rustico è meno interessato, rispetto alla media, ad aspetti quali *nightlife*, shopping, gastronomia ed eventi. Il risultato non

---

soddisfatto”). Nelle analisi proposte si sono raggruppati alcuni valori della scala per una rappresentazione più compatta. I numeri riportati di fianco alle diverse categorie rappresentano i valori medi del campione.

<sup>8</sup> Sarman, I., Sturm, C., & Scagnolari, S. (2014). “Inchiesta sulle case secondarie nella Regione Lago Maggiore e Valli: abitudini e comportamenti dei proprietari” (<http://www.otur.usi.ch/it/consulenze>)



sorprende se si considerano le caratteristiche peculiari dei rustici e si può supporre che coloro che decidono di stare in questo tipo di abitazione abbiano un'attitudine che li porta a trascurare aspetti poco legati alle attività nella natura.

- Compagnia di viaggio: le coppie hanno riportato livelli significativamente più alti di interesse per arte e cultura ed eventi mentre le coppie con figli tendono ad essere meno interessate agli eventi rispetto alla media del campione.

Infine, è doveroso sottolineare un aspetto riferito all'importanza assegnata agli eventi e alla concomitanza degli stessi con i soggiorni degli ospiti. Osservando i dati in aggregato, tali attività appaiono riscuotere un interesse limitato. Tuttavia, poiché il periodo di raccolta dati ha interessato un ampio periodo di tempo, in questo caso, si è proceduto a separare il campione in ulteriori gruppi. Tali gruppi sono stati costruiti considerando, da un lato, quelli che hanno pernottato nelle date in cui si sono tenuti alcuni eventi importanti in Ticino e, dall'altro, quegli ospiti che hanno soggiornato in altre date. Gli eventi considerati sono Moon&Stars, il Festival del Film di Locarno, Jazz Ascona e Jazz Lugano. Il focus è stato su questi eventi in quanto presentano due caratteristiche peculiari: hanno una durata e un contesto limitati (al contrario, ad esempio, del Long Lake Festival) e godono di una certa notorietà anche al di fuori del cantone. L'analisi dei dati mostra che coloro che hanno pernottato in concomitanza ai quattro eventi considerati (i quali in parte si sovrappongono) hanno dato maggiore importanza alla voce "eventi e festival" rispetto ai rimanenti ospiti. In particolare, coloro che hanno pernottato nell'area del Lago Maggiore e Valli hanno assegnato, in media, un'importanza maggiore agli eventi e ai festival se confrontati con gli altri ospiti. Tuttavia, non avendo fatto riferimento esplicito alla partecipazione dei turisti ai diversi eventi presenti sul territorio, l'inchiesta consente di fornire delle conclusioni specifiche sui singoli eventi. Osservazioni simili possono essere fatte per lo shopping, l'arte e la cultura. Non essendo tra gli obiettivi di questo lavoro, il questionario adottato per lo studio non ha colto la partecipazione diretta degli individui a queste attività. Inoltre, nel caso del Ticino, tali esperienze presentano delle peculiarità e sono così eterogenee da renderne difficile la valutazione senza uno strumento adeguato.

### 2.2 Influenza sulla decisione di soggiornare in una casa vacanza

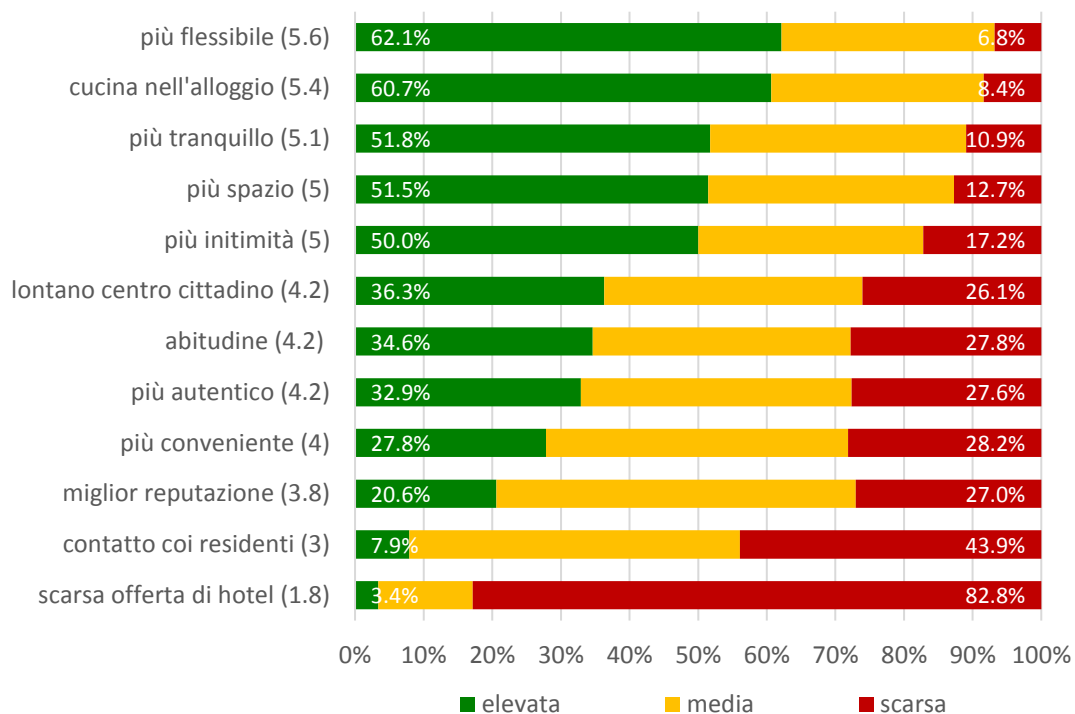
Un aspetto importante per i proprietari sia di appartamenti e case di vacanza sia di altri tipi di strutture riguarda gli aspetti che maggiormente influenzano le decisioni dei turisti nella scelta del loro alloggio. La Figura 2.2 riporta quali sono state le motivazioni che hanno influenzato la decisione da parte dei rispondenti di soggiornare in una casa di vacanza piuttosto che in un altro tipo di struttura (Il testo del questionario in questo caso recita: "Quanto hanno influito le seguenti motivazioni sulla sua decisione di soggiornare in una casa di vacanza?").

Il 62.1% degli ospiti ha riportato che nella scelta della casa o dell'appartamento di vacanza ha avuto grande rilevanza l'aspetto della flessibilità garantito dalla tipologia di alloggio e, a seguire, viene indicata la possibilità di cucinare nell'alloggio stesso (il 60.7% ha riportato che questo aspetto è importante). Anche aspetti quali la tranquillità, lo spazio e l'intimità sono stati cruciali nelle scelte di circa la metà degli ospiti.

## 2. Attività, motivazioni e soddisfazione

Per le rimanenti motivazioni i pareri risultano essere meno marcati e si nota che l'aspetto economico è ritenuto importante o molto importante da una quota minoritaria dei rispondenti (il 27.8%).

Figura 2.2 - Influenza sulla decisione di soggiorno in una casa vacanza



Come nel caso precedente, anche per quello che concerne i fattori che influenzano la scelta di soggiornare in una casa di vacanza assumono un'importanza diversa all'interno del campione:

- **Repeaters e first-timers:** per coloro i quali avevano già soggiornato nell'alloggio in passato elementi quali la tranquillità, l'intimità, lo spazio, la reputazione e la possibilità di cucinare assumono un'importanza più marcata rispetto ai *first-timers*. Trattandosi di caratteristiche vicine alle caratteristiche dell'alloggio, probabilmente sono anche le motivazioni che hanno convinto i turisti a ritornarvi. I *first-timers* hanno fornito delle valutazioni eterogenee per quello che riguarda gli aspetti dell'intimità, dell'autenticità e dello spazio: questo implica che tra i *first-timers* vi sono diversi sottogruppi che mostrano livelli differenti di attenzione (e quindi di interesse) rispetto a questi tre fattori, al contrario dei *repeaters* i quali hanno risposto in maniera pressoché omogenea.
- **Nazionalità degli ospiti:** differenze significative nelle valutazioni riguardano la convenienza in termini di costo e il contatto con i residenti in quanto gli ospiti provenienti dall'estero risultano essere stati maggiormente influenzati da questi due aspetti. Il dato non sorprende se si considera che il costo dell'alloggio rappresenta una delle principali voci di spesa quando si pianifica una vacanza e questo è particolarmente vero per quegli ospiti provenienti da paesi con un costo della vita più basso rispetto alla Svizzera. Inoltre, l'aspetto del contatto con i residenti può essere meno

marcato per i confederati i quali, pur in soggiorno lontano da casa, si trovano in un contesto di per sé più domestico e familiare se raffrontati con chi proviene dall'estero.

- Tipologia dell'alloggio: gli aspetti legati alla tranquillità, all'intimità, all'autenticità e alla lontananza dal centro sono stati influenti soprattutto per chi ha scelto una casa singola o un rustico rispetto a chi ha soggiornato in un appartamento. Al contrario, la possibilità di godere di maggior spazio e la reputazione legata all'oggetto sono poco importanti per chi ha deciso di pernottare in un rustico.
- Location dell'alloggio: dai dati emerge che gli ospiti che hanno pernottato nel Gambarogno, nell'area di Tenero e Valle Verzasca e nel Luganese hanno assegnato maggiore importanza all'aspetto della lontananza dai centri urbani se confrontati con il resto dei rispondenti. Va sottolineato che le osservazioni relative a Tenero e Valle Verzasca comprendono soprattutto rustici mentre, per il Luganese, si fa riferimento soprattutto a case singole (a questo proposito vedere le osservazioni fatte in precedenza). Al contrario, nel Gambarogno gli alloggi presi in esame comprendono tutte e tre le tipologie.
- Compagnia di viaggio: le coppie e le coppie con figli sono i due segmenti più diversi. Le seconde sono molto più attente all'aspetto del costo. Questo risultato non sorprende in quanto, ad esempio, pernottare in un alloggio che viene affittato ad un prezzo fisso è più conveniente rispetto a strutture quali gli hotel dove la tariffa varia in base al numero di persone. Inoltre, le prime sono molto più motivate da fattori quali la tranquillità, l'intimità, l'autenticità, la flessibilità e la reputazione. Questi ultimi, in particolare, sono aspetti che riguardano soprattutto l'attitudine e la sensibilità degli ospiti e nell'interpretazione del dato va tenuto a mente che le coppie senza figli del campione sono mediamente più anziane in termini di età. L'aspetto della flessibilità è interessante in quanto per le coppie con figli si è rilevato uno spettro di risposta maggiore rispetto alle coppie e questo implica che, tra le coppie che si recano a destinazione con i propri bambini, tende ad esserci una grande eterogeneità per quello che riguarda la ricerca della flessibilità offerta dagli alloggi di vacanza.

### 2.3 Soddisfazione rispetto alle caratteristiche dell'alloggio

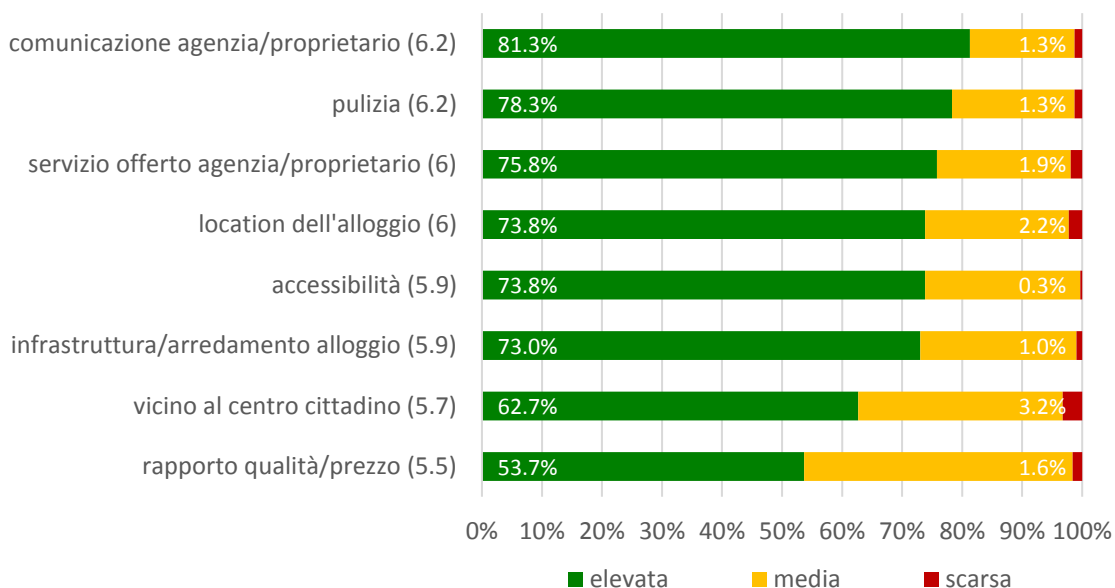
Dopo aver esaminato l'importanza delle attività a destinazione e i fattori che hanno spinto gli ospiti a soggiornare presso una casa vacanza, viene valutata quella che è la soddisfazione rispetto ad una serie di elementi che caratterizzano l'alloggio. Questa analisi è particolarmente rilevante per i proprietari degli appartamenti e delle case di vacanza.

La Figura 2.3 riporta il dettaglio delle valutazioni. La componente verso la quale gli ospiti hanno espresso maggiore apprezzamento è la comunicazione con l'agenzia e/o il proprietario stesso dell'abitazione: oltre l'80% dei rispondenti, infatti, ha riportato un elevato grado di soddisfazione rispetto a questo elemento e, in maniera simile, una valutazione positiva è riferita anche al servizio offerto (75.8% di rispondenti soddisfatti o estremamente soddisfatti).

## 2. Attività, motivazioni e soddisfazione

Particolarmente elevata è anche la quota di ospiti soddisfatti della pulizia dell'alloggio (78.3%). A detta degli ospiti, l'aspetto meno apprezzato relativo all'abitazione presso cui hanno pernottato è quello del rapporto qualità prezzo. Questa valutazione non sorprende considerando che il fattore relativo al costo è in generale un aspetto delicato e su cui si concentra l'attenzione degli ospiti. Ad ogni modo, va osservato che oltre il 50% si ritiene soddisfatto o molto soddisfatto dal rapporto qualità/prezzo offerto e questo può essere letto anche alla luce di quanto riportato nella sezione precedente a riguardo dell'importanza della convenienza economica.

Figura 2.3 - Soddisfazione rispetto alle caratteristiche dell'alloggio



Per chiudere questa analisi, si riportano una serie di osservazioni che fanno riferimento alle differenze statisticamente significative all'interno del campione:

- Repeaters e first-timers: da questo punto di vista le differenze riguardano il rapporto qualità/prezzo, la location e la comunicazione, aspetti per i quali *repeaters* hanno riportato dei livelli di soddisfazione maggiori. Nello specifico, questi risultati potrebbero essere interpretati riconducendoli alla dimensione "affettiva" considerando che chi è abituato ad affidarsi allo stesso proprietario potrebbe anche essere disposto a pagare un po' di più. In questo contesto, un'altra cosa interessante è che non ci sono differenze nei livelli di soddisfazione per quello che riguarda il servizio svolto dall'agenzia, l'infrastruttura/arredamento dell'alloggio e la pulizia dello stesso.
- Nazionalità degli ospiti: l'unica differenza statisticamente significativa che riguarda la soddisfazione media concerne il servizio offerto dall'agenzia o dal proprietario in quanto gli Svizzeri intervistati tendono a dare una valutazione mediamente più elevata rispetto agli stranieri. Per quanto riguarda il rapporto qualità/prezzo si è osservato che per gli stranieri l'eterogeneità delle valutazioni è particolarmente marcata e questo può certamente essere dato dalla diversità

## 2. Attività, motivazioni e soddisfazione

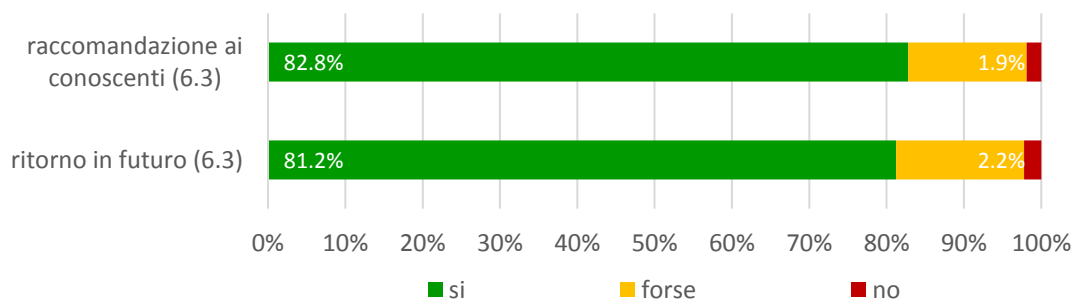
nella disponibilità economica e nella percezione del prezzo da parte degli ospiti provenienti dall'estero.

- Compagnia di viaggio: le coppie senza figli sono generalmente più soddisfatte rispetto agli altri tipi di compagnia per quello che riguarda il rapporto qualità/prezzo. Anche in questo caso va considerato che l'età media delle coppie è significativamente più elevata e che queste, in generale, tendono a dare meno peso all'aspetto del prezzo. Si potrebbe, ad esempio, supporre che tali aspetti implicino che i livelli di soddisfazione dipendano non tanto dal costo dell'alloggio quanto piuttosto dalla disponibilità economica individuale.

### 2.4 Raccomandazione ai conoscenti e intenzione di ritornare

Due ulteriori aspetti che sono stati colti tramite il questionario riguardano la propensione, da parte degli ospiti, a raccomandare la casa di vacanza ai propri conoscenti e l'eventualità di ritornare in futuro. La Figura 2.4 riporta la sintesi delle risposte: come già rilevato in precedenza, il grado di soddisfazione espresso dai turisti è particolarmente elevato e questo si riflette sia sulle raccomandazioni che sulle intenzioni di soggiornare nuovamente nella medesima casa di vacanza.

*Figura 2.4 - Raccomandazione ai conoscenti e intenzione di ritornare relative alla strutture*



Per quanto riguarda le differenze significative tra i sottogruppi presi in esame, si osserva che chi ha soggiornato in una casa singola o un rustico ha espresso una maggiore intenzione di ritornare in futuro rispetto a chi è stato in appartamento e lo stesso vale se si mettono a confronto gruppi e coppie singole rispetto alle coppie con figli.

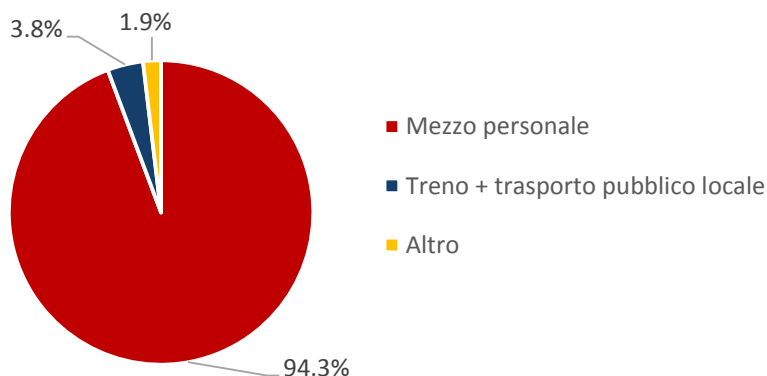
Infine, chi in passato ha già preso in affitto l'oggetto tende a esprimere sia maggiore interesse verso il ritorno in futuro sia la raccomandazione, ma questo è un aspetto prevedibile anche alla luce delle valutazioni proposte nel paragrafo precedente. Infine, è interessante notare come non vi siano differenze significative a livello geografico tra ospiti soggiornanti nel Sopraceneri e quelli che hanno pernottato nel Sottoceneri.

### 3. Utilizzo dei mezzi di trasporto

Il presente capitolo prende in esame quelli che sono stati i comportamenti in materia di spostamenti verso il Ticino e all'interno del cantone da parte degli ospiti intervistati. Quello della mobilità dei turisti è uno dei temi centrali per il settore turistico in molte destinazioni e soprattutto in Ticino. A livello cantonale, gli spunti di discussione sono numerosi e vanno dall'accessibilità sia su gomma che su rotaia, al traffico, sino all'organizzazione dei trasporti pubblici in funzione dei picchi turistici stagionali. In questo lavoro, per quanto riguarda gli spostamenti dei turisti, gli obiettivi sono principalmente di descrivere i mezzi di trasporto utilizzati, investigare alcuni dei comportamenti legati al traffico autostradale nei pressi della galleria del San Gottardo durante i picchi dei flussi nel periodo estivo ed esplorare in maniera preliminare l'ipotetico utilizzo del treno come mezzo per raggiungere il Ticino una volta realizzata la galleria ferroviaria di base del San Gottardo<sup>9</sup>.

Per i proprietari delle strutture, che siano esse case e appartamenti di vacanza o hotel e campeggi, conoscere abitudini e preferenze in tema di mobilità dei loro ospiti potrebbe offrire ulteriori spunti per la creazione di servizi complementari da affiancare alla loro offerta attuale. Per i responsabili dei servizi pubblici, queste informazioni sono utili per sviluppare e fornire servizi adeguati ai livelli della domanda e/o prendere le dovute contromisure in caso di particolari esternalità negative. Infine, per le agenzie e le organizzazioni regionali queste informazioni possono servire per sviluppare e proporre nuovi prodotti per rendere le destinazioni ancora più attrattive.

Figura 3.1 - Mezzo di trasporto utilizzato per raggiungere la destinazione



La Figura 3.1 riporta le quote di rispondenti in base alle diverse soluzioni adottate per raggiungere l'alloggio: si può notare come una larghissima maggioranza (94.3%) si sia affidata al mezzo personale mentre le risposte fornite dalla parte residuale degli ospiti sono piuttosto frammentate e contemplano diverse altre soluzioni, tra cui il trasporto pubblico (treno e mezzi locali).

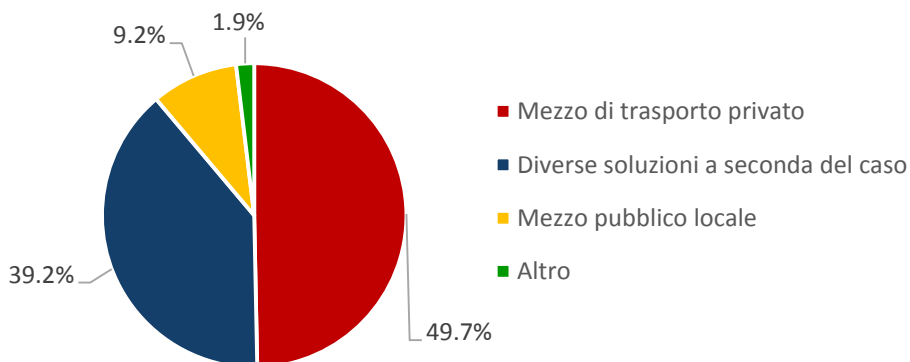
<sup>9</sup> Al momento del questionario l'infrastruttura non era ancora aperta al traffico.

Data il numero limitato di osservazioni che non si riferiscono al mezzo personale, è difficile valutare una possibile relazione tra la scelta del mezzo proprio e gli altri aspetti che caratterizzano i soggiorni degli ospiti. In particolare, per i fattori analizzati come la compagnia di viaggio, la durata del soggiorno, la location dell'alloggio e le regioni di provenienza dei turisti confederati non sembrano esserci evidenze relative ad una maggiore propensione ad usare il mezzo proprio piuttosto che il mezzo pubblico.

La disponibilità del parcheggio presso l'alloggio, aspetto indagato tramite il questionario ai proprietari e incrociato con le rispettive risposte degli ospiti, non sembra essere un elemento caratterizzante della scelta. Infatti, vi sono stati individui che hanno usato l'auto pur non essendoci il parcheggio presso l'abitazione. Da questo punto di vista è probabile che la comodità di poter utilizzare il mezzo proprio per recarsi a destinazione sia molto maggiore rispetto all'evenienza di non avere un parcheggio dedicato presso l'alloggio. Infine, anche altri aspetti come il fatto di avere una bici al seguito (14% dei rispondenti) o la decisione di fare delle soste in altre location nel corso del viaggio (90% dei casi) non trovano una relazione con la decisione di recarsi a destinazione in auto.

Per quello che riguarda gli spostamenti all'interno del campione (Figura 3.2), circa la metà degli ospiti ha adottato unicamente il mezzo proprio, mentre circa il 40% ha adottato varie soluzioni in base alla situazione e si può supporre che questo mix di soluzioni comprenda il mezzo personale e i mezzi pubblici locali. Circa il 10% dei rispondenti (compresi anche alcuni che avevano a disposizione il mezzo proprio) ha adottato unicamente i mezzi pubblici.

Figura 3.2 - Mezzo di trasporto utilizzato dal rispondente a destinazione



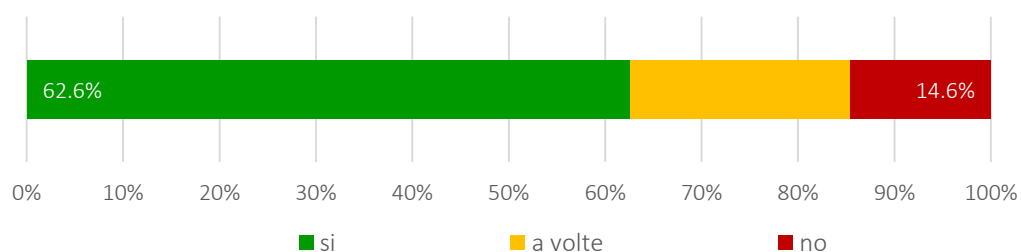
In generale, sono state le coppie quelle ad aver optato maggiormente per l'utilizzo dei mezzi pubblici per spostarsi a destinazione, mentre le coppie con figli ed i gruppi hanno fatto affidamento al mezzo proprio in maniera preponderante. Se si considera la location dell'alloggio, invece, si osserva che i pernottanti nel Malcantone e nel Gambarogno hanno usato il mezzo proprio in maniera maggiore rispetto ai rimanenti ospiti. Invece, per le altre zone più discoste dai centri pubblici (Vallemaggia e Val Verzasca), questo non si è osservato.

Per quanto riguarda la disponibilità di un abbonamento per i mezzi pubblici (AG o metà-prezzo), vi sono delle evidenze parziali per quello che riguarda la propensione a usare maggiormente il mezzo pubblico. Le coppie che hanno riportato di essere in possesso di almeno un abbonamento generale hanno adottato

con una frequenza relativamente maggiore il mezzo pubblico rispetto a quelle coppie sprovviste di AG (queste ultime preferendo il mezzo proprio) e ciò indipendentemente dalla disponibilità o meno del mezzo privato a destinazione. Relativamente ai gruppi e alle coppie con figli, invece, tale evidenza non sussiste. Similmente, per quello che riguarda l'abbonamento metà prezzo non vi sono delle evidenze significative circa la preferenza per gli spostamenti con i mezzi pubblici e questo riguarda tutti e tre i diversi gruppi di viaggio.

Due aspetti interessanti relativi agli spostamenti verso il Ticino fanno riferimento al comportamento legato al traffico che interessa il tunnel autostradale del S. Gottardo e all'ipotetica scelta del mezzo di trasporto a seguito l'apertura della galleria ferroviaria AlpTransit. Nello specifico, gli ospiti hanno risposto alle seguenti domande: "In genere, per recarsi in Ticino adatta l'orario delle sue partenze in base alle possibili code che si formano al tunnel del S.Gottardo?<sup>10</sup>" e "Come valuta la possibilità di recarsi a destinazione prendendo il treno dopo l'avvento di AlpTransit?<sup>11</sup>". Per l'analisi di questi dati si è perso in considerazione unicamente il sottoinsieme di ospiti svizzeri recatisi a destinazione con il mezzo proprio (circa il 75% del campione).

*Figura 3.3 - Adattamento degli orari di viaggio relativamente alle code al S. Gottardo*



La Figura 3.3 (aggiustare legenda grafico) fa riferimento alle risposte riguardanti le code al S. Gottardo. Il 62.2% degli ospiti delle strutture di vacanza intervistati ha riportato di pianificare il proprio viaggio sulla base dei possibili disagi che le colonne al S. Gottardo possono causare mentre poco meno del 15% sembra non essere interessato al problema.

Per l'analisi di questo aspetto risulta importante considerare la regione di provenienza dei turisti: in particolare, si osserva che il problema del traffico al S. Gottardo interessa soprattutto gli ospiti provenienti da Zurigo, dal Mittelland e dalla parte nord-occidentale del paese mentre è relativamente meno marcato per i turisti provenienti dal resto del paese.

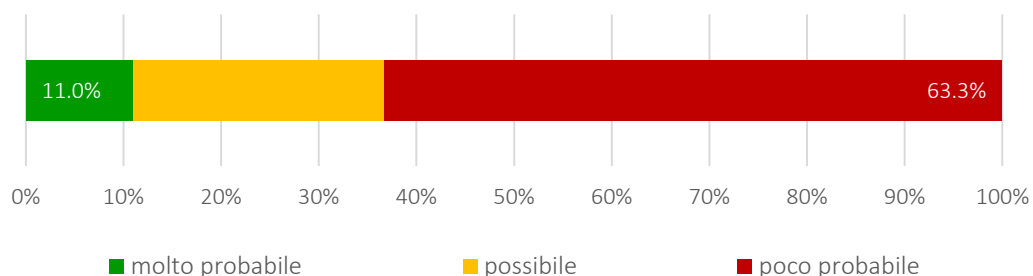
<sup>10</sup> Le possibili risposte variavano da 1- "assolutamente no" a 7- "assolutamente sì".

<sup>11</sup> Le possibili risposte variavano da 1- "per nulla probabile" a 7- "estremamente probabile".



Per quanto riguarda la nuova galleria ferroviaria, invece, i dati (Figura 3.4) riportano che l'11% degli intervistati prenderebbe concretamente in esame l'eventualità di spostarsi in treno per recarsi in Ticino (in occasione di una futura vacanza) mentre oltre il 60% sembra rimanere ancorato alla scelta del mezzo proprio.

Figura 3.4 - Possibilità di recarsi a destinazione con AlpTransit in futuro



Come nel caso degli spostamenti a destinazione, si osserva che tra le coppie c'è un'intenzione maggiore a sfruttare AlpTransit da parte di coloro che sono in possesso di un AG rispetto a chi invece ne è sprovvisto; per quello che riguarda i gruppi e le coppie con figli, tale evidenza invece non si manifesta. Ciò non sorprende in quanto il costo del viaggio in treno dipende dal numero di individui all'interno della famiglia mentre il costo di uno spostamento in auto rimane fisso. Il viaggio in auto solitamente garantisce livelli di flessibilità e comodità spesso imprescindibili per chi viaggia ad esempio con dei bimbi piccoli. Sarebbe interessante in questo caso approfondire quali aspetti del trasporto su rotaia potrebbero essere migliorati per renderlo più attrattivo anche per questo segmento di turisti.

Riguardo alla location dell'alloggio, in questo caso, non si osserva nessuna differenza significativa per quello che riguarda l'intenzione di recarsi a destinazione utilizzando il treno. Infine, si rileva che la decisione di portare con sé delle biciclette o quella relativa ad eventuali soste in altre destinazioni durante il viaggio non influenzano le risposte relative all'ipotetico utilizzo di AlpTransit.

In analogia a quanto visto rispetto alla questione precedente, anche relativamente alla nuova linea ferroviaria, si può notare che il fenomeno trova maggiormente interesse nelle regioni seguenti: Mittelland, Zurigo e CH Nord-Ovest. Mentre, anche per una questione geografica, AlpTransit sembra essere meno considerata come alternativa di viaggio per i rispondenti delle restanti regioni.



### 4. Conclusioni e commenti

---

Il presente lavoro, dal titolo “Inchiesta su case ed appartamenti di vacanza in Ticino: comportamenti degli ospiti e caratteristiche dei proprietari”, ha preso in esame le caratteristiche, le preferenze, le motivazioni e le scelte dei turisti in fatto di mobilità che hanno pernottato presso una casa o un appartamento di vacanza in Ticino. Il settore ha ormai da anni un certo rilievo per quello che riguarda il posizionamento sul mercato dell’ospitalità ticinese e si affianca agli hotel e ai campeggi come alternativa di alloggio per i turisti che decidono di trascorrere un periodo di vacanza nel cantone. Lo studio è stato realizzato, in collaborazione con ACAV, tramite una raccolta dati avvenuta tra gli ospiti delle strutture di vacanza e tra i proprietari delle strutture stesse.

Come emerge da alcuni dei risultati ottenuti e delle successive riflessioni presentate, la presente indagine si è rivelata essere uno strumento importante per cogliere aspetti poco noti di un fenomeno turistico ormai consolidato, ma spesso tralasciato nelle discussioni in ambito turistico e assente dalle statistiche ufficiali. In primo luogo, alcune delle statistiche descrittive presentate hanno confermato le impressioni degli addetti ai lavori riguardo, ad esempio, la provenienza degli ospiti, dove spicca ancor più marcatamente di quanto avviene nel settore alberghiero l’importanza del mercato domestico e di quello tedesco, l’età media degli ospiti relativamente elevata, la rilevanza delle famiglie e l’elevato tasso di *repeaters*.

L’analisi dei dati ha permesso di rilevare una grande eterogeneità che si è riflessa soprattutto nella valutazione di aspetti quali la soddisfazione verso l’alloggio e le motivazioni che hanno spinto le persone a preferire un alloggio di vacanza rispetto, ad esempio, ad un hotel. Alcune di evidenze degne di interesse sono state proprio quelle relative all’importanza che le peculiarità insite negli alloggi di vacanza hanno avuto nella scelta da parte degli ospiti. Nello specifico, aspetti come la flessibilità, l’intimità e la disponibilità di spazio fanno la differenza nelle valutazioni dei rispondenti e rappresentano un vantaggio competitivo che i proprietari potrebbero sfruttare nel posizionamento sul mercato delle loro strutture. Per i clienti intervistati, gli alloggi di vacanza sembrano corrispondere un ambiente familiare e meno “formale” di un hotel e, essendo a contatto diretto con i proprietari anche da diverso tempo, permettono agli ospiti di non sentirsi estranei quando si trovano a destinazione. Un altro elemento che si ricollega a queste osservazioni è quello della possibilità di cucinare nell’alloggio, fattore che risulta essere di primaria importanza per la maggioranza degli ospiti che scelgono questo tipo di alloggi. Un ulteriore aspetto riguarda la tranquillità; questo elemento risulta particolarmente caro a chi si rivolge a proprietari di case singole o rustici. Da questo punto di vista, per i proprietari di appartamenti ciò rappresenta un ulteriore conferma degli elementi su cui puntare nella promozione delle loro strutture. Tutti questi fattori caratteristici vanno posti in rilievo nella fase di comunicazione, soprattutto quando l’obiettivo è quello di invogliare nuovi ospiti. La clientela abituale, appare ben fidelizzata e ciò si palesa negli elevati livelli di soddisfazione e nella prolungata permanenza a destinazione. I *first-timers*, inoltre, sono più incerti su cosa aspettarsi rispetto a chi ha già pernottato nell’alloggio o è già stato a destinazione, e questo tratto va curato con particolare attenzione da parte del proprietario di un alloggio proprio perché i *first-timers*

tendono ad essere maggiormente sensibili ai diversi attributi che caratterizzano una vacanza - siano questi tangibili, ad es. il prezzo e la pulizia o astratti, ad es. la cortesia e la disponibilità del proprietario - e ad esprimere con maggiore cautela la propria soddisfazione.

Osservando i risultati generali, l'aspetto legato al prezzo si pone spesso in secondo piano se paragonato ai fattori già elencati, ma ciò va differenziato in base alla clientela che ci si trova di fronte. Le coppie di turisti che hanno partecipato allo studio tendono ad avere un'età media più elevata ed è lecito supporre che da un lato abbiano una disponibilità economica solida e quindi danno un minor peso al costo e dall'altro siano meno pratici nella ricerca - che spesso le generazioni più giovani fanno *online* - di alternative da confrontare. Al contrario, le coppie con figli sono quelle maggiormente attente alle tariffe e ai costi e tendono a riportare livelli di soddisfazione relativamente al rapporto qualità/prezzo inferiori rispetto agli altri segmenti. Detto ciò, il livello medio di soddisfazione mostrata per il rapporto tra qualità e prezzo è particolarmente buono e questo fattore può rappresentare un elemento importante in termini di posizionamento sul mercato dei soggiorni turistici.

Le evidenze appena descritte permettono di delineare gli ospiti delle case e degli appartamenti di vacanza in maniera abbastanza peculiare: sono turisti che cercano la tranquillità e le comodità che possono trovare in un'abitazione, preferiscono rimanere lontani dal centro e non cercano necessariamente il contatto con gli ambienti affollati come il contesto urbano. Inoltre, come emerge dai dati, la rilevanza data alla eventuale presenza degli hotel è molto bassa, indice che il segmento di cui parliamo si indirizza appositamente verso la soluzione rappresentata dalle case vacanza.

Relativamente al mezzo di trasporto adottato per raggiungere la destinazione e per spostarsi al suo interno, sono emerse, sulla base delle informazioni raccolte, due evidenze relativamente chiare. La prima riguarda proprio il viaggio verso il Ticino che avviene prevalentemente in auto. I dati raccolti mostrano che la quasi totalità degli individui intervistati ha adottato il mezzo proprio e ciò indipendentemente da fattori come la compagnia di viaggio, la posizione dell'alloggio e la regione di provenienza, le eventuali soste o percorsi alternativi nel tragitto e il trasporto di una bicicletta. Sempre a riguardo dello spostamento verso la destinazione, gli ospiti sono stati interpellati circa un ipotetico viaggio sfruttando la nuova linea ferroviaria di AlpTransit. A tal proposito si è osservato che l'11% di chi raggiunge il Ticino in auto mostra interesse nei confronti di una tale opzione e tra questi, senza sorpresa, spiccano in particolar modo le coppie che sono in possesso di un abbonamento generale. Appare evidente che i fattori legati al costo del mezzo pubblico e alla comodità intrinseca del mezzo privato portano i gruppi di ospiti più numerosi (quindi le coppie con figli ed i gruppi veri e propri) a preferire quest'ultimo. Da questo punto di vista, il dato non sorprende e vanno considerati anche due ulteriori aspetti complementari che possono spingere un turista a preferire il mezzo proprio per spostarsi verso l'alloggio: la prima è la durata del soggiorno (che, come visto, è particolarmente importante quando si parla di case ed appartamenti di vacanza) e la seconda è la distanza degli alloggi dai centri urbani. Ad ogni modo, il dato relativo ad AlpTransit è interessante in quanto evidenzia come una parte della popolazione di riferimento ponderi in maniera concreta tale alternativa. Se ciò avvenisse, si verificherebbe, da un lato, un minor utilizzo dell'auto e, di conseguenza, una minor

incidenza, da parte degli ospiti, sul problema della congestione a destinazione. Dall'altro, significherebbe un maggior utilizzo dei mezzi pubblici che quindi dovrebbero essere sviluppati ed organizzati tenendo conto anche delle esigenze di mobilità dei turisti. Dalle analisi effettuate emerge che, una volta a destinazione, gli ospiti utilizzano già oggi i mezzi pubblici per spostarsi e quindi i sistemi di mobilità collettiva presenti sul territorio sono già parte integrante dell'esperienza turistica. Infatti, la seconda evidenza emersa dall'analisi dei dati riguarda gli spostamenti con i mezzi pubblici all'interno del cantone: qui si è osservato che le preferenze degli ospiti non dipendono necessariamente dalla scelta fatta a monte di recarsi in Ticino con il mezzo proprio quanto, piuttosto, dalla composizione della compagnia di viaggio, dalla posizione dell'alloggio e dalla disponibilità di un abbonamento. Anche in questo caso, le coppie si differenziano rispetto agli altri turisti e mostrano una maggiore tendenza a spostarsi solo con i mezzi pubblici o comunque a scegliere una combinazione tra mezzo privato e mezzo pubblico.

In conclusione, nonostante il campione di rispondenti non risulti essere particolarmente ampio e per quanto risulti complicato valutarne la rappresentatività - in quanto, ad esempio, le caratteristiche sociodemografiche della popolazione sono sconosciute -, lo studio ha permesso di portare alla luce una serie di aspetti che sono rimasti finora poco noti, se non del tutto sconosciuti, agli attori del settore turistico.



## Appendice 1

Questionario proposto ai turisti in riferimento alle case vacanza in Canton Ticino.

1. *Il periodo del suo soggiorno?* (Giorno e mese (dal ... al ...))
2. *Come vi siete recati a destinazione?* (Coppia / Coppia con bambini / Gruppo / Solo)
3. *Di quante persone è composto il gruppo di vacanza?* (N° Adulti / Bambini 0-12 / Ragazzi 13-17)
4. *In passato ha già trascorso un soggiorno in questa area del Canton Ticino?* (Si / No)
5. *In passato ha già trascorso un soggiorno presso questa abitazione?* (Si / No)
6. *Quanto sono state importanti le seguenti esperienze nel corso del suo soggiorno in Ticino?* (1 = per nulla importante / 7 = estremamente importante)  
Divertimento e nightlife  
Shopping  
Arte, cultura e storia  
Gastronomia  
Sport  
Attività nella natura  
Eventi e festival  
Relax e benessere
7. *Quanto hanno influito le seguenti motivazioni sulla sua decisione di soggiornare in una casa di vacanza?* (1 = per niente / 7 = moltissimo)  
In termini di costo è conveniente  
Per godere di maggiore tranquillità  
Per stare più in intimità con i compagni di viaggio  
Perché in questa zona l'offerta alberghiera è scarsa  
Perché lo faccio abitualmente / Per essere maggiormente a contatto con i residenti  
Perché in una casa vacanza il soggiorno è più autentico  
Per avere più spazio  
Per rimanere lontani dal centro cittadino  
Perché è più flessibile  
Perché questi alloggi godono di una migliore reputazione  
Possibilità di cucinare nella residenza
8. *Quanto si ritiene soddisfatto delle seguenti caratteristiche relative all'alloggio?* (1 = per nulla soddisfatto / 7 = estremamente soddisfatto)  
Il rapporto prezzo/qualità  
La location dell'alloggio  
Il servizio offerto dall'agenzia o dal proprietario  
La comunicazione con l'agenzia o il proprietario  
L'infrastruttura/arredamento dell'alloggio  
L'accessibilità / La vicinanza con i centri cittadini  
La pulizia
9. *Supponga che le venga prospettata un'offerta per convincerla a passare una nuova vacanza in questa casa l'anno prossimo, nello stesso periodo dell'anno e con la stessa compagnia. Indichi con*

*un numero, in ordine di preferenza, le seguenti offerte (da intendersi a prenotazione e non a persona) partendo da quella che più la convincerebbe (1) a quella che meno la convincerebbe (5)*  
Voucher per uno sconto di 40CHF su una cena in un ristorante ticinese convenzionato  
Voucher per uno sconto di 20CHF per un viaggio su una funicolare in Ticino  
Voucher per uno sconto di 20CHF per una gita sul lago (lago di Lugano o lago Maggiore)  
Voucher per uno sconto di 30CHF per un'entrata al lido (lago di Lugano o lago Maggiore)  
Voucher per uno sconto di 30CHF per l'acquisto di biglietti per i mezzi pubblici da utilizzare in Ticino

**10.** *Supponga che le venga prospettato un voucher del valore di 50CHF per convincerla a passare una nuova vacanza in questa casa l'anno prossimo nello stesso periodo dell'anno e con la stessa compagnia. Indichi con un numero, in ordine di preferenza, i seguenti regali (da intendersi a prenotazione e non a persona) partendo da quello che più la convincerebbe (1) a quello che meno la convincerebbe (4)*

Un cesto con prodotti di gastronomia ticinese  
Un cesto con delle bottiglie di vino ticinese  
Un cesto con delle bottiglie di birra artigianale ticinese  
Un souvenir di artigianato ticinese

**11.** *Supponga che le venga proposto un voucher del valore di 80CHF per convincerla a passare una nuova vacanza in questa casa l'anno prossimo nello stesso periodo dell'anno e con la stessa compagnia. Indichi con un numero, in ordine di preferenza, le seguenti proposte (da intendersi a prenotazione e non a persona) partendo da quello che più la convincerebbe (1) a quello che meno la convincerebbe (4)*

Voucher da spendere per un trattamento benessere  
Voucher da spendere per un servizio di babysitting  
Voucher da spendere per un servizio taxi  
Voucher da spendere per acquisti al FoxTown

**12.** *In futuro ritornerebbe nuovamente in questa casa vacanza? (1-assolutamente no; 7-assolutamente si)*

**13.** *Raccomanderebbe ai suoi conoscenti di soggiornare in questa casa di vacanza? (1-assolutamente no; 7-assolutamente si)*

**14.** *Da dove abita, come si è recato alla meta del suo soggiorno?*

Solo con un mezzo personale (auto o moto)  
Solo con mezzi pubblici (Treno + trasporto pubblico locale / Autopostale + trasporto pubblico locale / Altro)  
Con un mix di mezzi pubblici e un mezzo a noleggio (Treno + mezzo a noleggio / Autopostale + mezzo a noleggio / Altro)

**15.** *Avete portato con voi delle biciclette? (Si / No)*

**16.** *Per effettuare il viaggio di ritorno ha adottato le medesime modalità del viaggio di andata? (Si / No)*



**17.** *Nel viaggio di andata o nel viaggio di ritorno avete effettuato delle soste in altre località? (Indipendentemente dalla durata e dalla motivazione. NON considerare le soste in autogrill o i cambi forzati con i mezzi pubblici) (Sì / No)*

**18.** *Come si è spostato a destinazione?*

- Esclusivamente con il mezzo personale (auto o moto)
- Esclusivamente con un mezzo a noleggio (auto o moto)
- Esclusivamente con i mezzi pubblici locali
- Esclusivamente in bicicletta
- Adottando diverse soluzioni in base all'occasione

**19. a.** *In genere, per recarsi in Ticino adatta l'orario delle sue partenze in base alle possibili code che si formano al tunnel del S. Gottardo? (1-assolutamente no; 7-assolutamente sì)*

**b.** *Supponga di fare una nuova vacanza alle medesime condizioni (stesso periodo, stessa durata, stesso gruppo di persone, stessa destinazione, etc.) in cui ha fatto questa. Come valuta la possibilità di recarsi a destinazione prendendo il treno dopo l'avvento di AlpTransit? (1-per nulla probabile; 7-estremamente probabile)*

**20.** *Quante volte ha visitato questi posti durante la sua vacanza? (Indicare il numero di volte in base al mezzo utilizzato – Mezzo personale o a noleggio; Mezzo pubblico; Bicicletta)*

- Valle Maggia
- Val Verzasca
- Valli di Blenio
- Valli della Levantina
- Città di Lugano
- Città di Bellinzona
- Città di Locarno e Ascona
- Città di Mendrisio

## CARATTERISTICHE SOCIO-DEMOGRAFICHE

**A.** *Genere (Maschio / Femmina)*

**B.** *Età*

**C.** *Paese di residenza (Svizzera / Germania / Italia / Francia / Olanda / Belgio / Altro)*

**D.** *Se Svizzera, cantone e NAP:*

**E.** *Se paese diverso dalla Svizzera, regione:*

**F.** *Funzione lavorativa: Impiegato/a a tempo pieno / impiegato/a a tempo parziale / pensionato/a / lavoratore autonomo/imprenditore / attualmente disoccupato/a / studente / casalingo/a*

- G. *Titolo di studio* (formazione obbligatoria / apprendistato / maturità professionale / maturità di scuola media superiore / laurea o superiore)
- H. *Il suo nucleo familiare ha a disposizione un mezzo privato motorizzato (auto o moto)?* Si / No
- I. *Nel suo nucleo familiare quanti abbonamenti ai mezzi pubblici sono disponibili (indicare il numero)?*
- Abbonamento generale
- Metà prezzo
- Altri abbonamenti

## Appendice 2

---

Questionario proposto ai proprietari in riferimento alle case vacanza in Canton Ticino.

1. *Indicare la tipologia di oggetto*  
Casa singola  
Appartamento  
Rustico
2. *In quale distretto si trova la sua proprietà?*  
Biasca  
Bellinzona  
Blenio  
Levantina  
Mendrisiotto  
Vallemaggia  
Gambarogno  
Malcantone  
Tenero e Valle Versasca  
Lugano  
Lago Maggiore
3. *Qual è il suo paese di residenza?*  
Svizzera italiana  
Svizzera tedesca  
Svizzera francese  
Germania  
Austria  
Italia  
Altri paesi in Europa  
Altri paesi non in Europa
4. *Qual è la motivazione principale che la spinge ad affittare le sue proprietà?*  
Ho ereditato le proprietà  
Perché ho intenzione di stabilirmi dopo la pensione  
E' la mia prima fonte di reddito  
Per ricavare profitti aggiuntivi  
Per coprire i costi di gestione  
Altri
5. *Di quanti giorni è la durata minima del soggiorno?*

6. *Lei in genere affitta le sue proprietà ai turisti per:*  
Due/tre giorni, weekend  
Una settimana  
Due settimane  
Fino a un mese  
Oltre un mese
7. *Lei in genere quanti giorni all'anno soggiorna nella sua residenza? (utilizzo proprio)*
8. *Lei affitta normalmente le sue proprietà durante le vacanze pasquali? Si / No*
9. *Lei affitta normalmente le sue proprietà durante le vacanze natalizie? Si / No*
10. *Perché non affitta la sua residenza con un inquilino fisso/contratto d'affitto indeterminato?*  
Perché altrimenti non potrei più soggiornare lo stesso (utilizzo proprio)  
Contratti fissi hanno clausole restrittive  
L'oggetto in questione non è adatto per un inquilino fisso (es. riscaldamento inadatto per i mesi invernali)  
Altri motivi
11. *Posti auto privati a disposizione dei clienti: Si / No*
12. *Numero delle stanze matrimoniali*
13. *Numero delle stanze singole*
14. *Numero totali di letti*
15. *Numero di bagni*
16. *Piscina: Si / No*
17. *Lavatrice: Si / No*
18. *Lavastoviglie: Si / No*
19. *Connessione Wi-Fi: Si / No*
20. *Climatizzatore: Si / No*
21. *Possibilità di ospitare animali: Si / No*
22. *Giardino: Si / No*
23. *Quante persone può ospitare complessivamente nelle sue proprietà?*
24. *In base a quale tipo di economia domestica, come classificherebbe in termini percentuali, la sua clientela (0-100%, totale 100%)*  
Viaggiatore singolo  
Coppie  
Famiglie e/o coppie con bebè/figli di età inferiore a 3 anni  
Famiglie e/o coppie con figli di età inferiore a 15 anni  
Famiglie e/o coppie con figli di età superiore a 15 anni

Gruppi  
Scolaresche

**25.** *In base al paese di residenza, come classificherebbe, in termini percentuali, la sua clientela (0-100%)?*

Svizzera italiana  
Svizzera tedesca  
Svizzera francese  
Germania  
Austria  
Italia  
Altri paesi in Europa  
Altri paesi non in Europa

**26.** *Qual è il prezzo di affitto medio per le sue proprietà durante i seguenti mesi (in CHF)?*

Aprile-Giugno  
Luglio-Agosto  
Settembre-Ottobre  
Altri mesi

**27.** *Le pubblicizza le sue proprietà in diverse piattaforme online oppure solo una? Si diverse piattaforme / No, solo la mia agenzia*

**28.** *Se sì, quali di queste piattaforme utilizza normalmente?*

Casafile.ch  
Sito internet OTR (es. ascona-locarno.com)  
Airbnb  
Booking.com/villas.com  
Fewo-direkt (gruppo HomeAway)  
Wimdu  
Roomrama  
VRBO (gruppo HomeAway)  
Flipkey (TripAdvisor)

**29.** *Ha già sentito parlare delle seguenti piattaforme? (Mai sentita / La conosco bene)*

Airbnb  
Booking.com/villas.com  
Fewo-direkt (gruppo Homeaway)  
Wimdu  
Roomrama  
VRBO (gruppo Homeaway)  
Flipkey

**30.** *Utilizza i servizi delle Organizzazione Turistiche Regionali (ente turistico) di riferimento? (es. OTR Ascona-Locarno)? Si / No*

**31.** *Se sì, quale di questi servizi utilizza?*

Prospetti dell'ente turistico (es. prospetto Apartments, Guida ufficiale)  
Welcome card 2016

Newsletter

Sito Internet OTR (es. [www.ascona-locarno.com](http://www.ascona-locarno.com))

Consulenza (anche telefonica) presso sportelli OTR

Apps per smartphone

32. *E' soddisfatto del servizio delle Organizzazioni Turistiche Regionali (ente turistico)?* (1 = per niente / 7 = moltissimo)

## Contatti

---



Autore

**Igor Sarman**

Collaboratore O-Tur

[igor.sarman@usi.ch](mailto:igor.sarman@usi.ch)



Autrice

**Martina Durando**

Studentessa Master in  
International Tourism (USI)

[martina.durando@usi.ch](mailto:martina.durando@usi.ch)



Supervisione

**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)





## Committenti

---

# ACAV Ticino

Associazione Case & Appartamenti di Vacanza Ticino

Montedato, 43

CH-6595 Riazzino

**E-mail:** [info@acav-ticino.ch](mailto:info@acav-ticino.ch)

<http://www.acav-ticino.ch>

