

13.04.2020

---

# Aspettative della piazza turistica ticinese per il weekend di Pasqua

## INCHIESTA

---



## Introduzione ed obiettivi

Le festività di Pasqua rappresentano storicamente per il settore turistico ticinese un periodo importante. Esso simboleggia infatti, per molte strutture ricettive, la fine delle chiusure invernali e l'inizio delle riaperture. Con l'arrivo della bella stagione, si registra solitamente una domanda di turisti (sia confederati dalla Svizzera interna e viaggiatori internazionali), che si recano in Ticino per approfittare delle prime giornate di caldo e del clima mite, oltre che della ricca programmazione di eventi culturali e gastronomici organizzati sul territorio.

Dal punto di vista statistico, valutare l'impatto del weekend pasquale sui pernottamenti è un esercizio relativamente articolato e che presenta alcuni limiti. Questi ultimi nascono principalmente, da un lato, dalla mancanza di dati giornalieri precisi circa il numero di arrivi e di pernottamenti registrati nel corso del weekend pasquale e, dall'altro, dal fatto che la Pasqua è una festività che non presenta una data fissa di anno in anno, potendo cadere nel mese di marzo, in quello di aprile, oppure a cavallo dei due mesi (come accaduto nell'anno 2018).

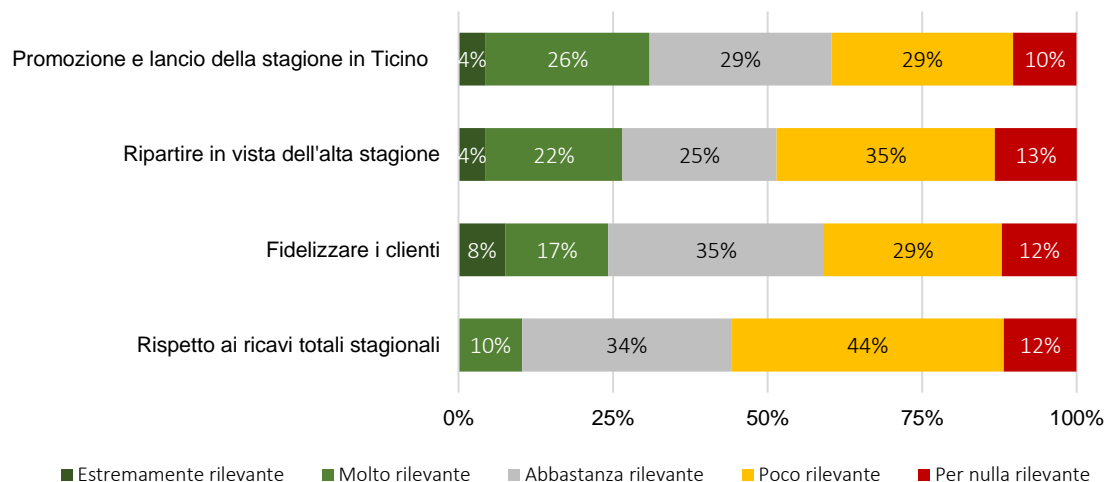
Nonostante tali limiti, l'osservatorio del Turismo (O-Tur) propone regolarmente alcuni lavori<sup>1</sup> allo scopo di analizzare e diffondere le informazioni relative al fine settimana pasquale. In particolare, il presente documento riguarda i risultati di un'indagine riferita a un campione di oltre 70 strutture di alloggio, che hanno avuto modo di rispondere ad un questionario online nei giorni da lunedì 04 aprile 2022 a giovedì 07 aprile 2022. L'obiettivo principale dell'indagine è stato quello di analizzare le aspettative delle strutture ricettive circa l'imminente weekend pasquale. Infatti, le informazioni raccolte vertono, ad esempio, sulla soddisfazione rispetto all'andamento attuale delle prenotazioni, sulla durata media del soggiorno, sul livello di occupazione delle camere, sulle eventuali variazioni di prenotazioni dell'ultimo minuto e sulle aspettative di fatturato. Inoltre, l'indagine è stata l'occasione per sviluppare e approfondire tematiche quali i diversi canali di prenotazione a disposizione dei turisti e quelli che gli operatori ritengono essere i fattori più importanti per la riuscita del weekend pasquale.

In primo luogo in questa introduzione, per comprendere - perlomeno in maniera qualitativa - il valore che le strutture ricettive ticinesi attribuiscono al periodo pasquale vengono riportati i risultati della domanda che ha appunto permesso ai partecipanti di esprimersi rispetto all'importanza della Pasqua rispetto ai seguenti elementi: *“Per la promozione ed il lancio della stagione in Ticino”*, *“Per (ri-)partire e testare i processi e le attività della Sua struttura in vista dell'alta stagione”*, *“Rispetto ai ricavi totali stagionali della Sua struttura”* e *“Per fidelizzare i*

---

<sup>1</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)

*clienti o acquisirne di nuovi*". Il Grafico 1 riporta i risultati a tali domande e permette di apprezzare quanto, almeno per alcuni, questo particolare periodo dell'anno sia percepito importante.



**Grafico 1 – Rilevanza del weekend di Pasqua per la stagione turistica estiva**

La promozione e il lancio della stagione turistica in Ticino risulta il fattore rispetto al quale il weekend di Pasqua viene percepito maggiormente importante a testimonianza del fatto che per diversi rispondenti si tratta effettivamente del momento che simboleggia l'inizio della stagione turisticamente più importante per il turismo cantonale. Un totale pari al 30% degli intervistati ha, infatti, scelto le opzioni "estremamente rilevante" e "molto rilevante". Cifra che supera il 60% se sommata con coloro che, comunque, lo ritengono un momento "abbastanza rilevante". Le festività pasquali risultano poi "estremamente rilevante" e "molto rilevanti" al fine di ripartire in vista dell'alta stagione per il 26% circa e per fidelizzare i clienti 25% circa. Minor importanza, come era logico attendersi, viene attribuita al periodo pasquale se gli intervistati ragionano sul totale dei ricavi totali stagionali, con solo il 10% dei partecipanti che hanno scelto l'opzione "molto rilevante".

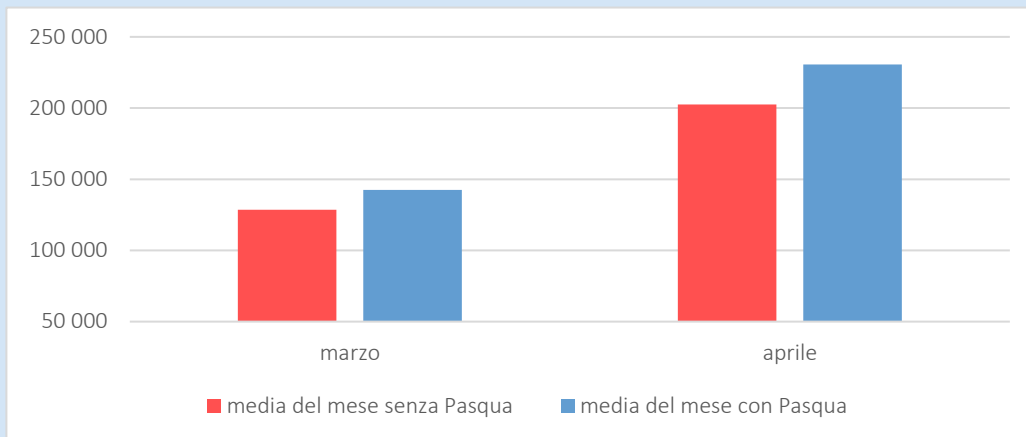
### ***Focus: i pernottamenti alberghieri nel periodo pasquale***

Come scritto in precedenza quantificare il numero di arrivi e pernottamenti può non essere facile. Per il settore alberghiero, esiste qualche opportunità in più data da una maggiore disponibilità di statistiche pubbliche<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> I dati elaborati da O-Tur si riferiscono ai Dati HESTA forniti dall'Ufficio Federale di Statistica (UST)

A tal proposito, O-Tur presenta un grafico che illustra l'andamento delle medie mensili dei pernottamenti dal 2005 al 2019 registrate nel settore alberghiero, distinguendo il mese in cui veniva festeggiata la Pasqua da quello senza tale festività<sup>3</sup>.

Dal Grafico 2 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 128'678 unità.



**Grafico 2 – Medie mensili “con” e “senza” Pasqua, settore alberghiero 2005-2019**

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 230'529 unità, a fronte di una media di 202'595 degli anni in cui la Pasqua era a marzo, per una differenza di circa 28mila unità. In aggiunta all'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 positiva 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>4</sup>.

<sup>3</sup> L'anno 2020 non è stato preso in considerazione al fine della realizzazione di questo grafico, perché, essendo Pasqua 2020 stata caratterizzata dalla pandemia e dal conseguente lockdown, i relativi dati non consentirebbero un confronto adeguato con gli altri anni.

<sup>4</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.

Il campione analizzato viene descritto nell'ultima sezione di questo elaborato. Tuttavia vale la pena sottolineare che esso è composto da diverse tipologie di alloggio: hotel, campeggi, B&B, case ed appartamenti di vacanza e agriturismi. Inoltre, le risposte sono arrivate da strutture appartenenti a tutte e quattro le regioni turistiche cantonali. Di fatto, nonostante una certa predominanza del settore alberghiero rispetto a quello paralberghiero ed una quota di risposte provenienti dal sottoceneri che poteva essere maggiore se rapportata alla reale distribuzione dell'offerta ricettiva cantonale, si tratta di un discreto campione che pur non essendo statisticamente rappresentativo della popolazione di riferimento può comunque offrire numerosi spunti di riflessione.

Il presente documento è organizzato come segue: dopo questa introduzione, vi è una sezione dedicata alle aspettative per l'imminente periodo pasquale, successivamente vengono presentati due approfondimenti relativi dedicati rispettivamente alle modalità di prenotazione e ai fattori ritenuti più importanti per la buona riuscita del weekend e, infine, viene descritto con maggiore dettaglio il campione dei rispondenti.

### Aspettative per il weekend di Pasqua 2022

Inizialmente, in questa sezione, vengono presentati i risultati rispetto alla valutazione che gli intervistati danno delle prenotazioni ricevute sino alla data di compilazione del questionario. Dal Grafico 3 si evince come, in aggregato, circa il 57% degli intervistati reputi l'andamento delle prenotazioni registrate fino a questo momento "buono" o "eccellente".

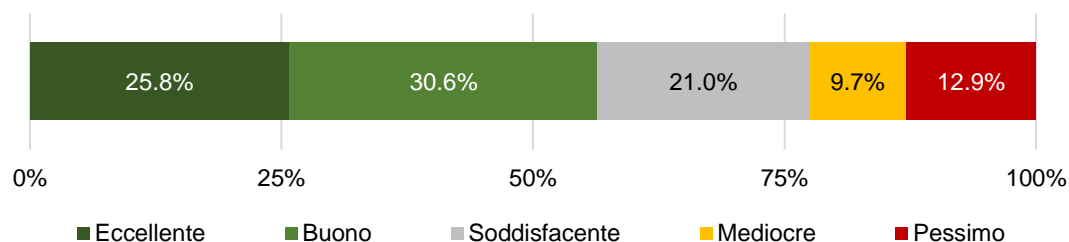
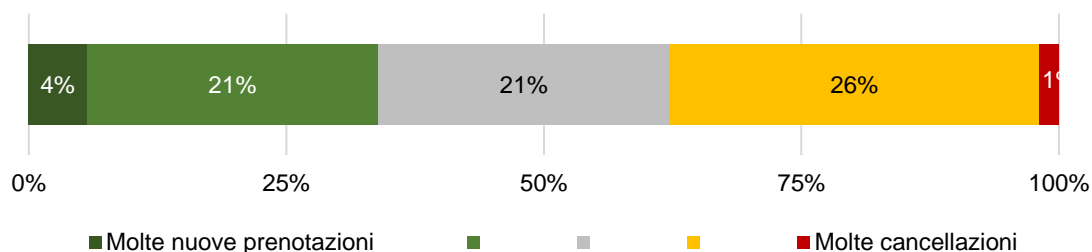


Grafico 3 – Andamento delle prenotazioni

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 78% dei rispondenti. Di contro, bisogna sottolineare come ci siano rispondenti che hanno dichiarato un andamento delle prenotazioni "mediocre" (circa 10%) e "pessimo" (circa 13%).

La situazione delle prenotazioni analizzata nel Grafico 3 si riferisce alle prenotazioni registrate dalle strutture al momento della compilazione del questionario<sup>5</sup>.

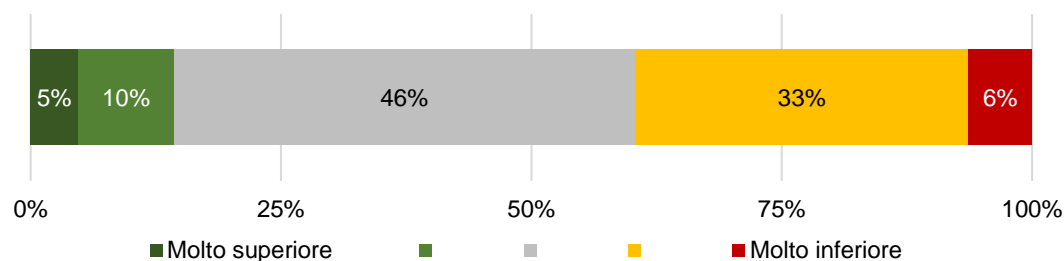


**Grafico 4 – Variazioni attese rispetto alle prenotazioni registrate**

Per questo motivo, la successiva domanda inserita nell'indagine è riferita alle possibili prenotazioni o cancellazioni che le strutture si attendono nel periodo di tempo compreso tra la loro risposta e il weekend di Pasqua (Grafico 4).

Tra i rispondenti, 20 strutture esprimono incertezza sulle possibili variazioni dell'ultimo minuto, scegliendo l'opzione "non saprei"; mentre, tra chi esprime un parere più preciso, la quasi totalità prevede una situazione relativamente stabile (circa il 67% prevede infatti, in aggregato, "poche cancellazioni", "nessuna variazione" e "poche nuove prenotazioni"). Il 4.1% prospetta "molte nuove prenotazioni", mentre solo il 1.4% "molte cancellazioni".

Per quanto riguarda le aspettative relative al fatturato, solo in apparenza la situazione potrebbe sembrare meno ottimistica rispetto a quanto espresso in merito all'andamento delle prenotazioni.



**Grafico 5 – Aspettative sull'andamento del fatturato di Pasqua rispetto a quello registrato nel 2021**

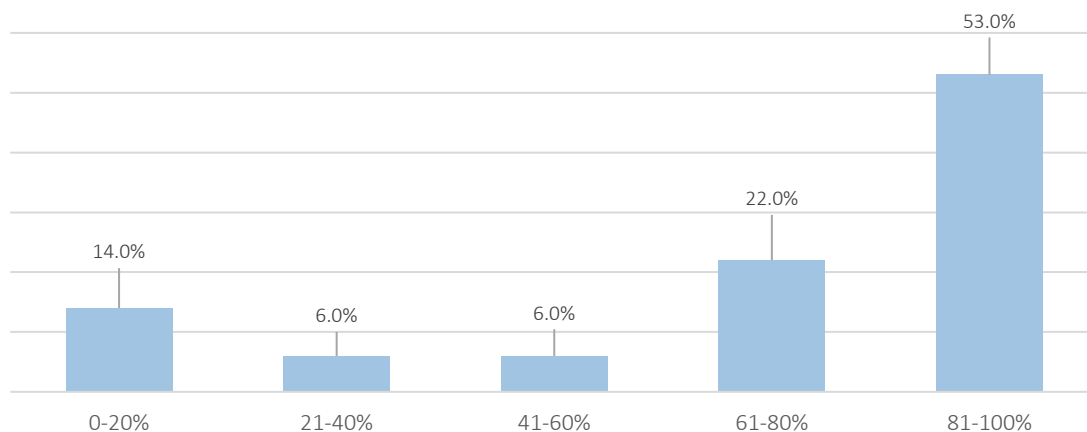
Infatti, le risposte vanno contestualizzate all'interno del confronto con il fatturato ottenuto nello stesso periodo dell'anno precedente quando, dati alla mano, l'intera stagione fu decisamente positiva<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Il questionario online è rimasto disponibile da lunedì 04 aprile 2022 a giovedì 07 aprile 2022.

<sup>6</sup> Per maggiori informazioni consultare i rapporti ed il materiale al seguente link:

Da un lato, rimane una percentuale di incertezza o indecisione, con 10 strutture che si scelgono l'opzione "non saprei" al momento di confrontare il fatturato atteso con quello relativo al periodo pasquale del 2021. Dall'altro, tra le restanti strutture rispondenti (Grafico 5), il 46% ha aspettative in linea con l'anno precedente. Inoltre, il 14.3%, in aggregato, ritiene che il fatturato potrà essere "un poco superiore" e "molto superiore" rispetto al 2021. Buona parte (33.3%) prevede, invece, un fatturato "poco inferiore" e, purtroppo, il 6.3% prevede un fatturato "molto inferiore".

Risultati positivi si registrano anche in termini di occupazione delle camere (Grafico 6).

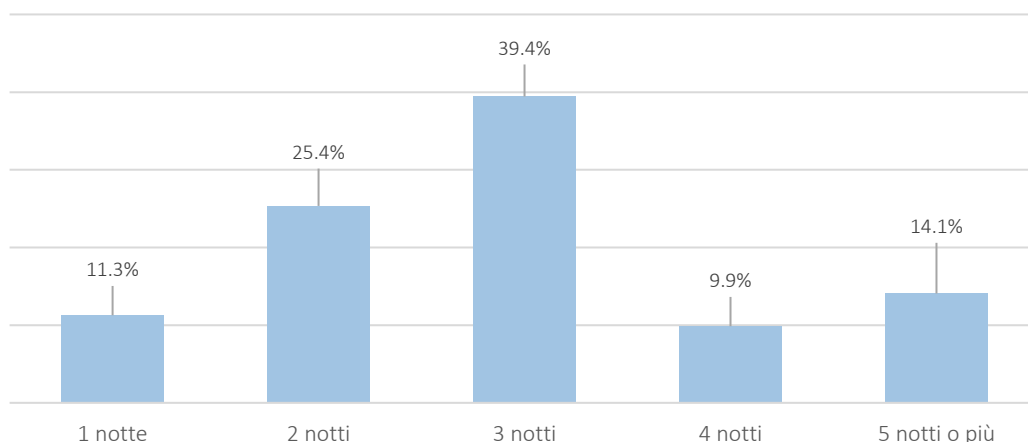


**Grafico 6 – Tassi di occupazione delle strutture**

Il 53% delle strutture ricettive intervistate ha dichiarato infatti un'occupazione tra il 81 e il 100%. Il 22% ha risposto di aspettarsi un'occupazione delle camere tra il 61-80%, mentre il 6% prevede che l'occupazione delle camere si attesterà tra il 41-60%. Tuttavia, un altro dato che emerge è quello relativo a coloro che si aspettano un'occupazione tra 0-20%, i quali rappresentano circa il 14% dei rispondenti.



La durata media del soggiorno rappresenta un ulteriore elemento di interesse per valutare l'esito del periodo pasquale e, considerando una stima ottenuta sulla base delle risposte ottenute, si dovrebbe attestare a attorno alle 2.9 notti (Grafico 7).



**Grafico 7 – Durata media del soggiorno**

Tale valore sembra prospettare una variazione positiva rispetto alla permanenza media registrata, ad esempio, nel 2019 ossia prima della pandemia<sup>7</sup>. In generale, si tratta di una delle variabili più importanti, unitamente agli arrivi e ai pernottamenti turistici, allo scopo di valutare la domanda turistica in riferimento ad una determinata destinazione ed i relativi impatti prodotti sulle economie locali. Dalla durata media dei soggiorni, infatti, dipendono indicatori economici rilevanti quali la spesa dei turisti e la disponibilità a pagare per i servizi offerti, il consumo di risorse locali, culturali oppure di altro genere, e le possibili esperienze che i visitatori potrebbero decidere di intraprendere, nonché la loro soddisfazione generale, il loro senso di appartenenza e l'immagine complessiva della destinazione. Entrando più nel dettaglio, dal Grafico 7 si nota come il 39.4% dei rispondenti ha affermato che la durata media del soggiorno da parte della propria clientela è pari a 3 notti, per il 25.4% è di 2 notti, mentre per il 14.1% è pari a 5 notti o più.

<sup>7</sup> Si veda il seguente documento:

[https://www.otur.usi.ch/sites/www.otur.usi.ch/files/uploads/inchiesta\\_aspettative\\_pasqua\\_2019\\_1.pdf](https://www.otur.usi.ch/sites/www.otur.usi.ch/files/uploads/inchiesta_aspettative_pasqua_2019_1.pdf)

### Approfondimento: le modalità di prenotazione

Come anticipato nell'introduzione, 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 (Grafico 9).

Il canale di prenotazione mediamente più utilizzato è stato il canale diretto con la struttura (42%). A seguire si trovano, con un lieve distacco l'uno dalle altre, il sito internet (27%) e le Online Travel Agencies (24%). Confrontando la media ottenuta dalle OTA con quella delle agenzie di viaggio tradizionali (2%) e con quella del *Walk in* - ovvero direttamente in hotel (3%) 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. I fattori che possono aver contribuito a questo cambiamento sono molteplici, ma tra questi il progressivo sviluppo di diversi strumenti tecnologici e informatici riveste sicuramente un ruolo centrale.

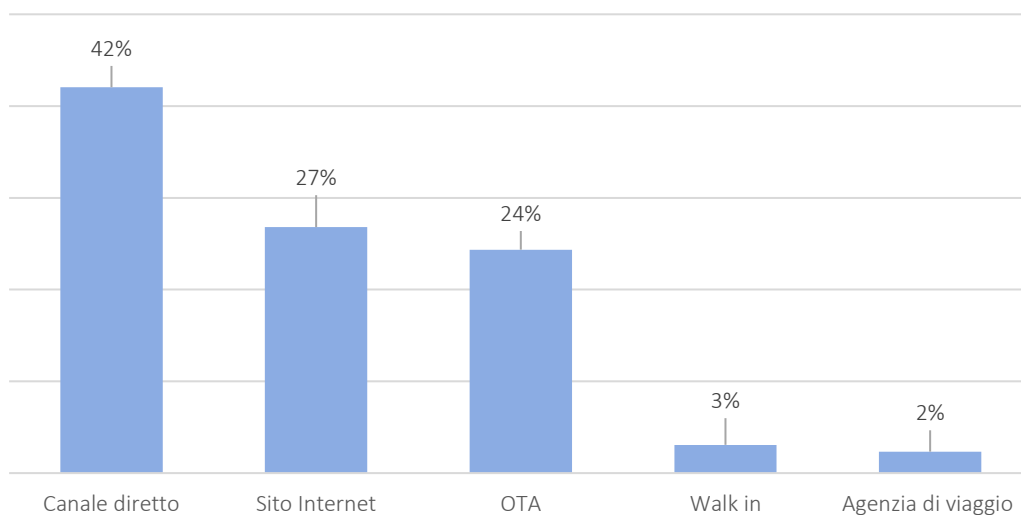


Grafico 9 – Modalità di prenotazione

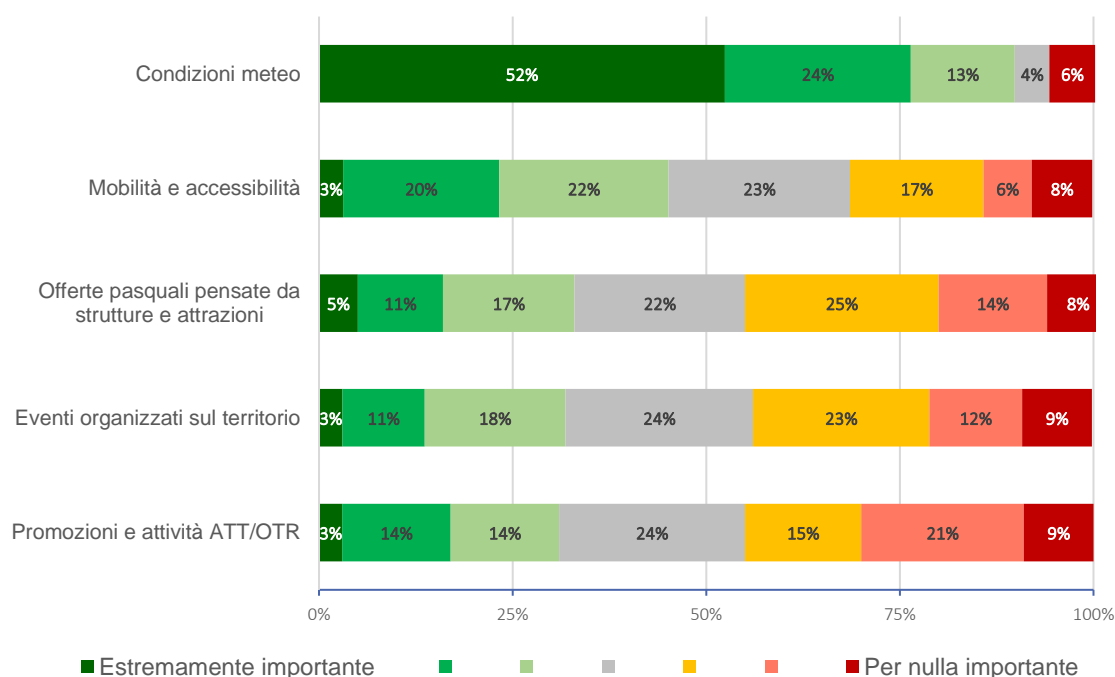
Interessante notare come in Ticino il canale diretto si confermi, così come nel 2019, la modalità di prenotazione più diffusa. Si può notare però un aumento, rispetto agli anni precedenti, della differenza tra le prenotazioni effettuate tramite canale diretto e quelle effettuate tramite OTA. Per il 2022 infatti, le prime risultano essere quasi il doppio delle seconde, mentre nel 2019 tale differenza si attestava al 5%. Questa variazione è ancora più interessante ed offre ulteriori spunti di riflessione alla luce dei recenti sviluppi sulla revisione di legge contro concorrenza sleale - *Lex Booking* - approvata a marzo 2022 dal Consiglio degli Stati. La revisione prevede, infatti, che le strutture possano imporre tariffe differenti da quelle stabilite dalle OTA, avendo così la possibilità di offrire prezzi più competitivi

rispetto alle piattaforme online, e, di conseguenza, attrarre in modo diretto un numero maggiore di prenotazioni.

### Approfondimento: i Fattori per una buona riuscita del weekend di Pasqua

Il secondo approfondimento realizzato si propone di analizzare quali fattori siano reputati più importanti dalle strutture ricettive per la buona riuscita del weekend di Pasqua. Sono stati considerati sia fattori esogeni, e quindi non controllabili (ad esempio, il meteo o il livello di traffico), sia fattori dipendenti dalla destinazione e dalle singole strutture (ad esempio, offerte e attività organizzate dal territorio o dagli albergatori).

Agli intervistati è stato quindi chiesto di assegnare un valore, su una scala da “*estremamente importante*” a per “*nulla importante*”, ai seguenti elementi: Le condizioni meteo, La mobilità e l’accessibilità, Gli eventi organizzati sul territorio, Le promozioni e le attività di marketing svolte da ATT e OTR, Le offerte ad hoc, per il periodo pasquale, pensate da strutture ed attrazioni.



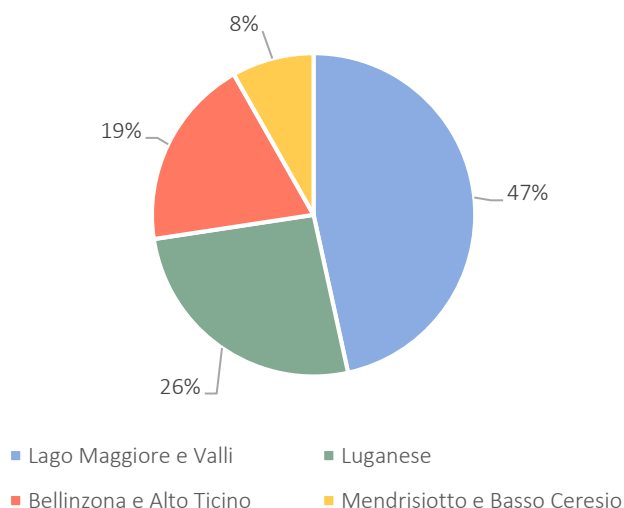
**Grafico 8 – Fattori per una buona riuscita del weekend di Pasqua**

Dalle risposte fornite emerge, senza sorpresa, come in media i rispondenti indichino il meteo come il fattore più importante per una buona performance del weekend di Pasqua. Nel dettaglio, il 52% considera le condizioni meteorologiche “*estremamente importanti*” e il 25% “*molto importanti*”, mentre per il 14% le stesse sono ritenute “*importanti*”.

Si registra tuttavia anche il 6% degli intervistati, per cui il meteo appare essere un fattore “*per nulla importante*”. La mobilità e accessibilità è stata giudicata dal 20% dei rispondenti un fattore “*molto importante*”, mentre dal 22% “*importante*”. Le offerte pensate da strutture e attrazioni per il periodo pasquale sono “*molto importanti*” per il 11% degli intervistati e “*importanti*” per il 17%. Importanza simile è data agli eventi organizzati sul territorio, che risultano “*molto importanti*” per il 11% degli intervistati e “*importanti*” per il 18%. Infine, le promozioni e le attività di marketing svolte da ATT e OTR sono considerate dal 14% dei rispondenti un fattore “*molto importante*” e dalla stessa percentuale “*importante*”.

### L'indagine e la descrizione dei rispondenti

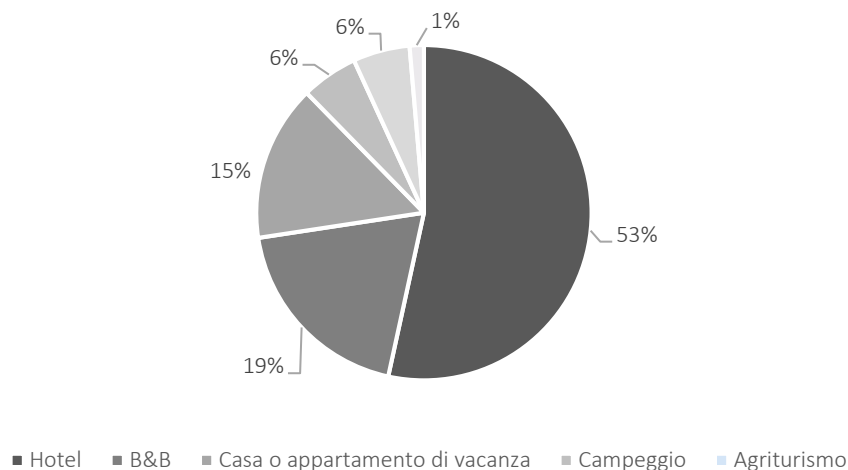
L'indagine sulle aspettative del weekend di Pasqua 2022 è iniziata lunedì 04 aprile alle ore 15:00 e si è conclusa giovedì 07 aprile alle ore 23:59. In totale hanno partecipato al questionario 73 strutture di alloggio dislocate su tutto il territorio ticinese. Si tratta di un discreto campione che può offrire numerosi spunti di riflessione, ma che, tuttavia, risulta troppo piccolo per essere considerato statisticamente rappresentativo della popolazione di riferimento.



**Grafico 10** – Ripartizione dei rispondenti per OTR

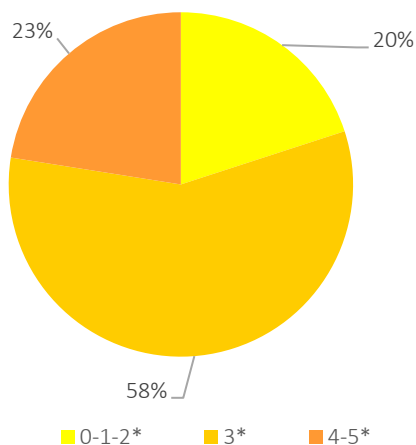
Nel dettaglio, il 8% delle risposte fanno riferimento al Mendrisiotto, il 19% al Bellinzonese, il 26% al Luganese e il 47% è associato al Lago Maggiore e Valli (Grafico 10). Confrontando queste percentuali con la distribuzione delle strutture ricettive presenti sul territorio del Cantone, il minor numero di risposte ricevute per il Luganese ed il Mendrisiotto va ulteriormente a inficiare la possibilità di estendere i risultati all'intero contesto cantonale.

Relativamente alla tipologia di alloggio (Grafico 11), il 53% delle strutture rispondenti sono hotel, la maggior parte a 3 stelle, cui seguono i Bed&Breakfast (19%) e le case ed appartamenti di vacanza (15%). I campeggi rappresentano invece il 6% degli intervistati, e gli ostelli il 1%.



**Grafico 11** – Ripartizione dei rispondenti per tipologie di alloggio

Il Grafico 12 mostra la distribuzione delle strutture alberghiere rispetto alle diverse categorie.



**Grafico 12** – Ripartizione dei rispondenti per categorie di alloggio (solo hotel)

Tra le strutture alberghiere gli hotel a tre stelle sono i più rappresentati con circa il 58%, seguiti dalle strutture a 4 stelle con il 20% e dalle strutture senza stelle con il 10%.

## Appendice

Di seguito viene riportato il questionario utilizzato per l'indagine:

1. *In base alle prenotazioni finora registrate per il weekend di Pasqua da venerdì 15 aprile 2022 a lunedì 18 aprile 2022, come reputa l'andamento delle stesse? (Pessimo, Mediocre, Soddisfacente, Buono, Eccellente)*
2. *Come suddividereste, in termini percentuali, le modalità di prenotazione effettuate da parte della Sua clientela?*  
*(Canale diretto della struttura, Sito internet della struttura, OTA (Online Travel Agencies), agenzie di viaggio tradizionali, "Walk in" senza prenotazione)*
3. *In base alle prenotazioni finora registrate per il per il weekend di Pasqua, qual è –indicativamente– la durata media di soggiorno presso la Sua struttura?*  
*(1 notte, 2 notti, 3 notti, 4 notti, 5 notti o più)*
4. *Nel fine settimana pasquale 2022, qual è la percentuale della Sua struttura che prevede sarà occupata in generale?*  
*(0-20%, 21-40%, 41-60%, 61-80%, 81-100%)*
5. *In base alle Sue esperienze ed aspettative, prevede vi saranno delle variazioni dell'ultimo minuto sulle prenotazioni?*  
*(Non saprei, Molte cancellazioni, Poche cancellazioni, Nessuna variazione, Poche nuove prenotazioni, Molte nuove prenotazioni)*
6. *A suo parere, per questo 2022, quanto sono importanti i seguenti fattori per un buon risultato del weekend di Pasqua? (1 = per nulla importante / 7 = estremamente importante)*  
*(Le condizioni meteo, La mobilità e l'accessibilità, Gli eventi organizzati sul territorio, Le promozioni e le attività di marketing svolte da ATT e OTR, Le offerte ad hoc, per il periodo pasquale, pensate da strutture ed attrazioni)*
7. *Secondo le sue aspettative, il fatturato della Sua struttura durante la Pasqua 2022 rispetto a quelli del 2021 sarà:*  
*(Non saprei, Molto inferiore, Un poco inferiore, Uguale, Un poco superiore, Molto superiore)*
8. *Considerandolo in rapporto all'intera stagione turistica estiva, quanto considera rilevante il weekend pasquale: (per nulla rilevante, poco rilevante, abbastanza rilevante, molto rilevante, estremamente rilevante)*  
*(In generale, per la promozione ed il lancio della stagione in Ticino, Per (ri-)partire e testare i processi e le attività della Sua struttura in vista dell'alta stagione, Rispetto ai ricavi totali stagionali della Sua struttura, Per fidelizzare i clienti o acquisirne di nuovi)*
9. *OTR di appartenenza della sua struttura*  
*(Bellinzona e Alto Ticino, Lago Maggiore e Valli, Luganese, Mendrisiotto e Basso Ceresio)*
10. *Tipologia di alloggio*  
*(Hotel, Campeggio, B&B, Casa o appartamento di vacanza, Ostello, Agriturismo, Altro)*
11. *Categoria di alloggio (se hotel)*  
*(Senza stelle, 1\*, 2\*, 3\*, 4\*, 5\*)*

## Autori



**Autore**  
**Giulia Operti**  
Collaboratrice scientifica  
[giulia.operti@usi.ch](mailto:giulia.operti@usi.ch)



**Autore**  
**Stefano Scagnolari**  
Responsabile O-Tur  
[stefano.scagnolari@usi.ch](mailto:stefano.scagnolari@usi.ch)

## Osservatorio del Turismo

---

Via Buffi, 6 - 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

---