



MUNICIPIO

Lugano, 13 marzo 2020 trs
centro inf.: 1000.0
ris. mun.: 12/03/2020

Onorevoli Signore e Signori
. Benedetta Bianchetti
. Angelo Petralli
. Giovanni Albertini
. Sara Beretta-Piccoli
. Michele Malfanti
. Lorenzo Beretta-Piccoli
. Michel Tricarico
. Anna Beltraminelli
Consiglieri Comunali
Rispettivi indirizzi

Oggetto: interrogazione no. 1058 - "Eventi a Lugano: abbiamo bisogno di una promozione turistica più organizzata"

Onorevoli Signore e Signori,

in riferimento alla Vostra interrogazione in oggetto, del 12 settembre 2019, rispondiamo qui di seguito puntualmente alle domande poste, formulando dapprima la seguente premessa.

L'interrogazione no. 1058 dal titolo "Eventi a Lugano: abbiamo bisogno di una promozione turistica più organizzata" riferisce che Lugano offre indubbiamente la possibilità di partecipare a numerosi eventi, che sono molto apprezzati dalla popolazione. Vengono menzionati in particolare il LongLake Festival, Pasqua in Città, Festa d'Autunno, Natale in Piazza, Palco ai giovani e Blues to Bop. Inoltre, Lugano viene considerata anche un'importante meta congressuale e di business. Diversi sono infatti i congressi e le fiere che vengono organizzati ogni anno.

Premettendo che l'attuale offerta di eventi, manifestazioni, congressi e fiere della Città è certamente variata e di qualità, gli interroganti ritengono che tale offerta possa essere ulteriormente migliorata attraverso una maggiore sinergia tra gli attori del settore quali la Divisione Eventi e Congressi della Città, Lugano Turismo e gli organizzatori delle manifestazioni che si svolgono a Lugano.

Si ritiene inoltre opportuno segnalare che tra il 2014 e il 2015 la Divisione Eventi e Congressi (o meglio i due Dicasteri che l'hanno generata) è stata oggetto di pesanti tagli, fr. 426'550.--, che hanno colpito anche la comunicazione e la promozione.

Nella riorganizzazione dell'Amministrazione comunale sono stati rivisti i compiti che hanno portato a una migliore distinzione di funzioni tra Divisione Eventi e Congressi ed Ente Turistico, lasciando a quest'ultimo il compito di promuovere l'offerta e alla Divisione quello di coordinarla e organizzarla. Questo dato condiziona le risposte a tutte le domande poste dall'Interrogazione e si invita a tenerne debito conto.

Ritornando nel merito delle puntuali domande formulate nell'interrogazione, rispondiamo come segue.

1. Quale genere di promozione effettua la Divisione eventi e congressi?

La Divisione Eventi e Congressi promuove la sua attività, sia off line con magazine, flyer e cartellonistica che online, tramite siti web, newsletter e social media.

Off line - Magazine

Vengono stampati annualmente un totale 250'000 copie di magazine per la promozione a livello regionale. Seguono i dettagli delle tre maggiori pubblicazioni:

- Lugano Card & Lugano Top Events Magazine: dal 2020 prodotto in collaborazione con Lugano Region, viene stampato in 100'000 copie, distribuite a tutti i fuochi del Luganese, negli hotel e presso gli esercizi pubblici/commerci del Luganese e negli enti turistici del Canton Ticino. La pubblicazione resta in circolazione tutto l'anno.
- LongLake Magazine: stampato in 100'000 copie, che vengono distribuite a tutti i fuochi del Luganese, negli hotel e presso gli esercizi pubblici/commerci del Luganese e negli enti turistici del Canton Ticino. La pubblicazione resta in circolazione tutta l'estate.
- Lugano Città del Natale Magazine: prodotto in 50'000 copie, distribuite a tutti i fuochi di Lugano, negli hotel e presso gli esercizi pubblici/commerci del Luganese e negli enti turistici del Canton Ticino. La pubblicazione resta in circolazione tutto l'inverno.

Offline - Cartellonistica

La pubblicità tramite APG-SGA viene effettuata per gli eventi di portata turistica, a dipendenza del budget SGA concesso dalla Città che cambia di anno in anno. Gli eventi di portata nazionale e internazionale prevedono investimenti anche nelle seguenti città: Zurigo, Montreux, Berna, Lucerna, Milano, Como, Varese, Losanna.

Online - Siti web

La Divisione Eventi e Congressi conglomera tutti gli eventi all'interno del sito web luganoeventi.ch (fino al 2019 agendalugano.ch) considerato il portale di riferimento per gli eventi a Lugano oltre che un potente strumento di promozione con 1.5 milioni di visualizzazioni e 650 mila utenti annui.

Questa agenda informativa è destinata al pubblico residente e non residente a cui fornisce tutte le informazioni concernenti quanto accade in Città e nei quartieri.

A titolo indicativo si sottolinea la portata sovralocale del sito distinguibile dai dati di provenienza degli utenti qui riportati:

- Italia 57%, Svizzera 35%, USA 3%, D-F-UK-ESP 2%.
- Lugano 16%, Milano 12%, Roma 8%, Zurigo 7% e Ginevra 5%.

Parallelamente a questo sito web, la Divisione Eventi e Congressi offre anche dei portali dedicati ai singoli eventi/location/congressi per soddisfare la domanda dei maggiori target di riferimento:

- foce.ch: il sito illustra gli eventi e le attività che hanno luogo al FOCE;
- luganocard.ch: riferimento online dedicato agli sconti e alle agevolazioni Lugano Card e Lugano Card City;
- agorateca.ch: portale web adibito alla ricerca di più di 40'000 titoli tra dvd, vhs, blu-ray, audiolibri, libri, riviste, che il servizio dell'Agorateca rende disponibile al prestito e per la consultazione;
- luganoconventions.com: sito dove è disponibile un calendario degli eventi, festival, concerti, spettacoli, congressi, conferenze ed esposizioni che si svolgono al Palazzo dei Congressi;
- longlake.ch, bluestobop.ch, luganobuskers.ch, laquairmesse.ch, roamfestival.ch, mymfestival.ch, hiphopinternationalswitzerland.com, opengallerylugano.ch sono invece i siti dedicati ai singoli eventi di spicco con uno specifico pubblico di riferimento.

Online - Newsletter/social media

La Divisione Eventi e Congressi opera a livello promozionale anche con l'invio di newsletter:

- Lugano Eventi (ex Agenda Lugano): inviata ogni settimana a 20'000 utenti con gli appuntamenti settimanali;
- Operatori: inviata una volta al mese a 3'500 addetti ai lavori con novità in merito ad eventi e congressi;
- Lugano Card: inviata ogni due settimane a 15'000 utenti, con informazioni circa sconti e promozioni degli eventi;
- Raclette: inviata ogni due settimane a 8'000 utenti, con gli eventi della Stagione Raclette presso il FOCE;
- Agorateca Incontri: inviata la settimana dell'evento a 8'000 utenti, con gli eventi della Rassegna Agorateca Incontri e (Per)Corsi;
- Club Cult: inviata una volta al mese a 5'000 utenti, con i film in programmazione.

Al momento le pagine social gestite dalla Divisione Eventi e Congressi sono più di venti su canali diversificati quali facebook, instagram, twitter e youtube e contano oltre 50 mila followers.

2. La Città ha un progetto di promozione turistica a corto, medio o lungo termine?

È opportuno chiarire che, secondo la legge sul Turismo (LTur) entrata in vigore in data 1° gennaio 2015, avente lo scopo di organizzare, promuovere e sostenere il turismo nel Cantone e soddisfare al meglio i bisogni del turista, sono le OTR gli enti che hanno lo scopo di provvedere alla commercializzazione e alla promozione turistica per la propria regione, sviluppando e coordinando i prodotti turistici e curandone il marketing.

Il mandato per la promozione turistica non è quindi attribuito alla Divisione Eventi e Congressi, che collabora però con gli enti di riferimento per organizzare una attività integrata.

3. *Che tipo di collaborazione esiste tra la Città e Lugano Turismo per promuovere i menzionati eventi?*

Nell'ambito della collaborazione tra la Divisione Eventi e Congressi e Lugano Region, è stata presentata nel corso del mese di gennaio 2020 la nuova agenda degli appuntamenti di Lugano e del Luganese. Frutto proprio del lavoro congiunto della Divisione Eventi e Congressi e di Lugano Region, il progetto valorizza al meglio l'offerta di eventi della regione attraverso la convergenza gestionale delle varie piattaforme.

Le agende della Città e del turismo vengono ora gestite attraverso un unico strumento, garantendo maggior copertura degli appuntamenti, un'omogeneità delle informazioni e un'ottimizzazione in termini promozionali. La fusione delle agende permette di ottimizzare l'efficacia di due piattaforme online che nel 2019 hanno registrato oltre 2 milioni di visualizzazioni e 1 milione di utenti.

Completamente rinnovata si presenta la piattaforma LuganoEventi.ch, che racchiude ora l'intera agenda del Luganese, raccogliendo l'eredità di AgendaLugano.ch. Vi si trovano inoltre un ampio ventaglio di contenuti dedicati a chi segue e organizza eventi a Lugano, che vanno da un'Area Press dedicata ai giornalisti alla possibilità di segnalare i propri eventi, fino a un'inedita sezione Journal con approfondimenti e curiosità. All'agenda attingeranno inoltre, a seconda della tipologia dell'evento, anche le altre piattaforme della Città quali lugano.ch, foce.ch, luganoconventions.com e longlake.ch.

Di fondamentale importanza è la valorizzazione in ambito turistico degli eventi del Luganese, assicurata dal lavoro congiunto sul progetto da parte di Lugano Region, con il sito luganoregion.com che presenta una selezione degli appuntamenti di rilevanza turistica per la regione del Luganese. L'agenda popolerà anche le piattaforme di Ticino Turismo (ticino.ch) e Svizzera Turismo (myswitzerland.com), che con i loro 38 milioni di visite all'anno garantiranno un ulteriore importante incremento di visibilità.

L'agenda congiunta delle manifestazioni viene infine declinata anche a livello cartaceo, attraverso la pubblicazione "Top Events 2020", un nuovo magazine, che è stato distribuito in 100'000 copie a tutti i fuochi del Luganese.

Parallelamente, nel corso del 2019 è stata effettuata anche una campagna SGA congiunta a Lucerna, Zurigo, San Gallo, Basilea e Berna. Il manifesto, sviluppato da Lugano Region in collaborazione con la Divisione Eventi e Congressi è stato un importante elemento trainante per la promozione della destinazione in occasione dell'evento Lugano Città del Natale.

Lugano Region distribuisce anche a cadenza mensile la newsletter degli eventi ai propri soci. I destinatari della versione cartacea sono 980 fuochi/sportelli in Ticino mentre di quella digitale 7'800 email internazionali con una declinazione digitale in 4 lingue.

4. *La Città non ritiene che i propri eventi possano essere maggiormente pubblicizzati nei mercati di riferimento (Svizzera interna e Lombardia) attraverso una più intensa collaborazione con Lugano Turismo?*

Come indicato precedentemente, il budget alla Divisione Eventi e Congressi per la promozione degli eventi è stato drasticamente diminuito proprio in favore della collaborazione attualmente in essere con Lugano Region.

Tale collaborazione è al momento attiva e strutturata attraverso una suddivisione di obiettivi e target di riferimento. Avvengono regolarmente degli incontri per organizzare e distribuire al meglio le risorse da dedicare alle attività promozionali. La Divisione Eventi e Congressi segnala quindi puntualmente gli eventi di carattere turistico a Lugano Region, che, in base al budget a disposizione, organizza le attività di marketing e comunicazione dedicate.

5. *La Città non intende sviluppare un concetto di marketing per promuovere i suddetti eventi nei mercati di riferimento?*

La Divisione Eventi e Congressi è attiva nella promozione degli eventi tramite i diversi canali specificati nel corso del presente documento. Tali iniziative sono attualmente al massimo del loro potenziale e per incrementarne l'efficacia sarebbe necessario un pari incremento delle risorse.

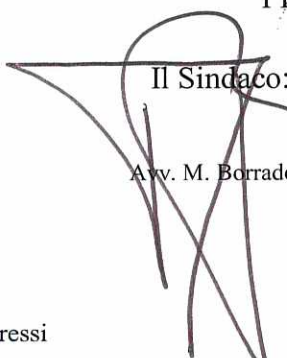
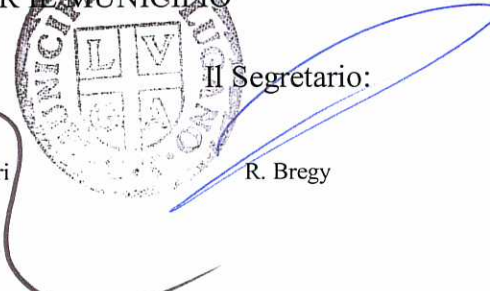
I numerosi eventi organizzati dalla Divisione Eventi e congressi quali LongLake Festival, Lugano Città del Natale, Pasqua in Città, Festa D'Autunno, Blues to Bop, Buskers, Roam, Quairmesse, Make your Move e Hip Hop International sono promossi tramite le seguenti attività, in base al pubblico di riferimento: magazine, manifesti, banner e striscioni, brochure e flyer, segnaletica e allestimento, gadget, media partenariati, comunicati stampa, inserzioni sulla stampa specializzata, comunicazione online (newsletter, social e siti web).


Sulla base di concetti di marketing sviluppati, seppur limitati livello finanziario, vengono create campagne promozionali ad hoc in Ticino, Svizzera, Como, Varese e Milano, identificati come principali mercati.

Per la comunicazione di ogni evento sono quindi sviluppati prodotti diversificati con lo scopo primario di raggiungere i maggiori target di riferimento. Considerando i progetti illustrati, i risultati ottenuti sono importanti e registrano una continua crescita in termini numerici e di provenienza dei contatti.

Ci è gradita l'occasione per porgerVi, Onorevoli Signore e Signori, l'espressione dei nostri migliori saluti.

PER IL MUNICIPIO

Il Sindaco:  Il Segretario: 

Avv. M. Borradori  R. Bregy

C.p.c.:

- . Consiglio Comunale
- . Municipio
- . Divisione Eventi e Congressi