
BRISSAGO TURISTICA

Analisi di destinazione e studio
di sviluppo turistico (parte 2)

ELIA FRAPOLLI
CONSULENZA
E TURISMO



Commissionato da: Municipio di Brissago

Autore: Elia Frapolli Consulenza e Turismo
Strada delle Vigere 1f
6512 Giubiasco Switzerland
+41 (0)76 442 15 03
info@eliafrapolli.ch
eliafrapolli.ch



Elia Frapolli, oggi consulente turistico indipendente, dal 2012 al 2019 ha ricoperto la carica di direttore di Ticino Turismo promuovendo nel mondo la nota destinazione svizzera al sud delle alpi. Classe 1981, nel suo curriculum formativo vanta un Bachelor in Scienze economiche ed un Master in Scienze economiche e Scienze della comunicazione, con specializzazione in International Tourism.



Luca Staderini collabora con Elia Frapolli dal 2022 quale consulente in ambito turistico ed alberghiero. Dopo gli studi presso l'*Ecole Hôtelière de Lausanne* ed una prima posizione da analista per la catena *Starwood Hotels & Resorts* nella sede di Bruxelles, Luca ha lavorato dal 2017 al 2022 per la società americana di consulenza immobiliare alberghiera *CBRE Hotels* presso gli uffici di Milano. Luca è un consulente certificato CHIA (*Certification in Hotel Industry Analytics*).

Data di consegna: Maggio 2022

Immagine di copertina: Brissago, Elia Frapolli

Brissago, per quanto rispetto agli anni d'oro del turismo oggi abbia perso un po' del proprio lustro, rappresenta pur sempre un importante marchio a livello turistico, tanto che il panorama sulle Isole che ne portano il nome rappresenta uno dei principali "landmark" turistici a livello cantonale.

Sebbene le potenzialità turistiche intrinseche di Brissago siano innegabili, è pur vero che oggi lo sviluppo turistico della località sul Lago Maggiore sembra essere entrato in una fase di stagnazione per non dire di lenta, ma costante contrazione.

Coscienti di tale situazione, con il presente studio si intende fornire al Comune di Brissago le necessarie competenze specialistiche a livello turistico per un'attenta analisi della situazione (parte 1), nonché per identificare una serie di potenziali concreti di sviluppo turistico della località (parte 2).

Il presente documento (parte 2) dà seguito agli spunti emersi nella prima parte dello studio e durante il workshop che ha avuto luogo a Brissago il 22.02.2022 con i portatori di interessi turistici locali. Lo scopo principale della presente seconda parte dello studio è quello di definire una visione strategica a medio-lungo termine per uno sviluppo turistico sostenibile di Brissago, nonché la formulazione di alcuni scenari ed una serie di proposte concrete di intervento realizzabili a breve, medio e lungo termine.

INDICE

Workshop Brissago 22.02.2022	4
Workshop Brissago	5
Analisi dei risultati	6
Visione strategica e ipotesi di sviluppo	12
Gli obiettivi di raggiungere	13
Visione strategica	14
Ipotesi di sviluppo	15
G1: Un accogliente benvenuto	16
G2: Favorire la mobilità lenta	18
G3: Navigazione Lago Maggiore	20
G4: La mobilità pubblica	21
G5: Infopoint multisensoriale	22
G6: “Brissago Concierge”	23
S1: Il settore alberghiero	24
S2: Il settore paralberghiero	26
S3: Strutture esperienziali	28
S4: Passaggio delle attività	29
S5: Pop-up, eventi e rassegne F&B	30
S6: Una passeggiata gastronomica	31
L1: Valorizzare lungolago e piazze	32
L2: Valorizzare la montagna	34
L3: Un ponte tibetano	36
L4: Trasporto per le isole	37
L5: Caccia al tesoro	38
L6: Percorso culturale	39
Customer Journey	40
Conclusioni	42

WORKSHOP BRISSAGO 22.02.2022

Un sondaggio partecipativo

Durante una serata dedicata allo sviluppo turistico di Brissago sono stati coinvolti i principali portatori di interessi turistici locali grazie ad un workshop interattivo che ha permesso di raccogliere un'ampia selezione di dati che ben rappresentano le sensibilità, le visioni e le speranze dei residenti.

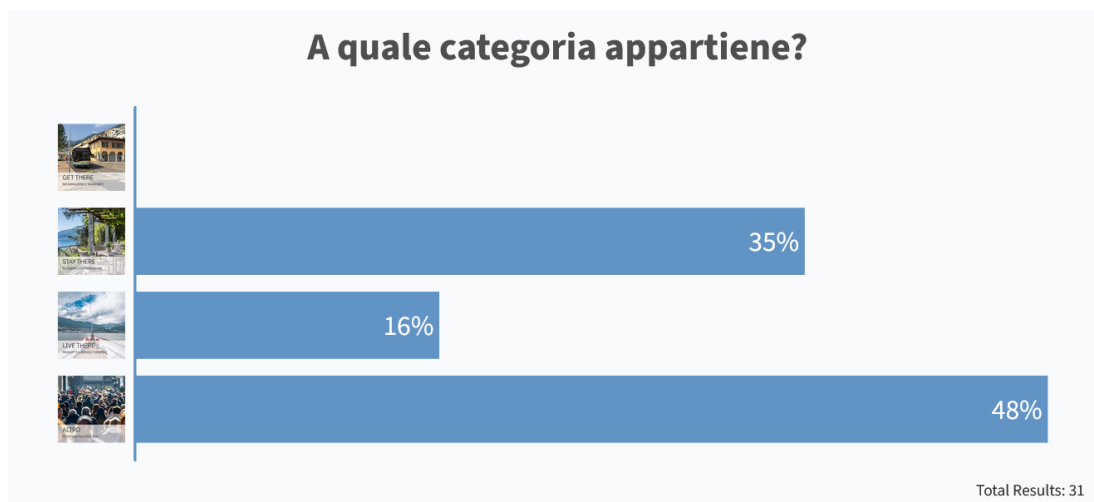


WORKSHOP BRISSAGO

Un'iniziativa partecipativa e inclusiva

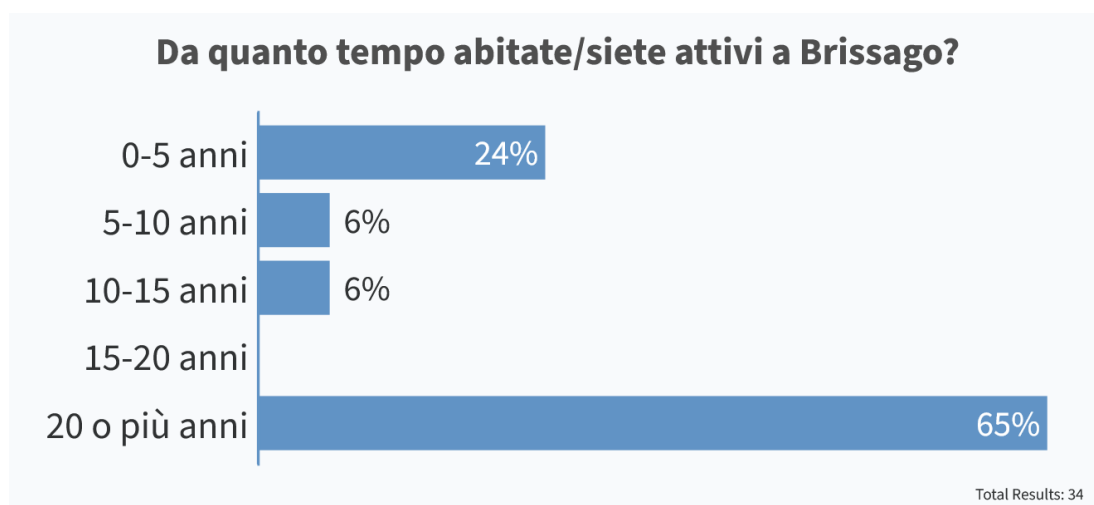
Alla sera informativa e di workshop dedicata alla presentazione della prima parte dello studio “Brissago turistica: analisi di destinazione e studio di sviluppo turistico” sono stati invitati, e hanno partecipato, una quarantina di personalità attive sul territorio brissaghese, riconducibili a vari settori: rappresentanti del Comune, attori economici e turistici, privati cittadini. L'eterogeneità dei partecipanti, unita al forte interesse verso lo sviluppo del borgo lacustre, ha permesso di raccogliere un insieme di dati rilevanti per lo sviluppo di una strategia di sviluppo turistico il più possibile ancorata al territorio e basata sui desideri e le visioni di coloro che lo abitano e lo vivono quotidianamente. Di seguito sono brevemente illustrati i risultati emersi.

DOMANDA 1: A QUALE CATEGORIA APPARTIENE?

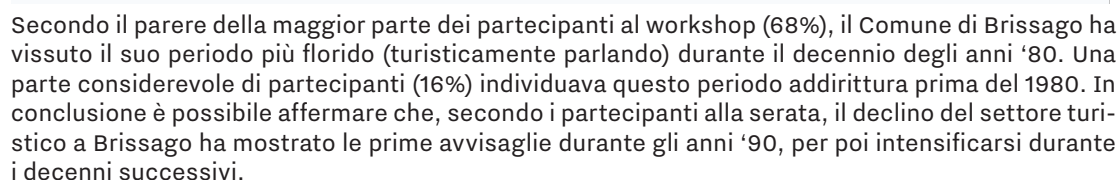


Le risposte alla prima domanda mostrano in modo chiaro che più di un terzo dei partecipanti al workshop facevano parte del settore alberghiero o ristorativo (35%), circa la metà era composta da normali cittadini (48%), mentre il restante 16% era da ricondurre ad attori attivi nel settore turistico attraverso prodotti o servizi. Nessun partecipante rientrava nella categoria “trasporti e informazioni turistiche”.

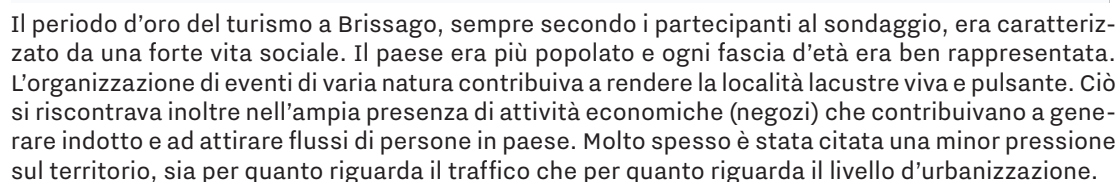
DOMANDA 2: DA QUANTO TEMPO ABITATE/SIETE ATTIVI A BRISSAGO?



Se circa un quarto dei partecipanti al sondaggio risiedono o sono attivi nel Comune di Brissago da 1-5 anni (24%), la stragrande maggioranza (65%) dei partecipanti hanno un legame con il paese che risale a oltre 20 anni fa.



Cosa rendeva quel periodo così particolare? Descrivetelo con brevi frasi e parole chiave.



DOMANDA 5: CHE COSA È CAMBIATO A LIVELLO TURISTICO NELL'AMBITO DEL TERRITORIO?



Alla domanda successiva, cosa è cambiato a livello turistico nell'ambito del territorio, i partecipanti al workshop hanno individuato nel traffico e nell'urbanizzazione crescente i principali problemi. In questo senso secondo i presenti l'aumento del numero di veicoli in transito nel centro del paese e il relativo impatto sulla viabilità ha giocato un ruolo importante nel declino del turismo. Inoltre, l'aumento del numero di immobili di vacanza, unito alla speculazione edilizia, ha contribuito a peggiorare la qualità del paesaggio, lasciando presagire uno sfruttamento eccessivo e incontrollato del territorio.

DOMANDA 6: CHE COSA È CAMBIATO A LIVELLO TURISTICO NELL'AMBITO DELLA SOCIETÀ?



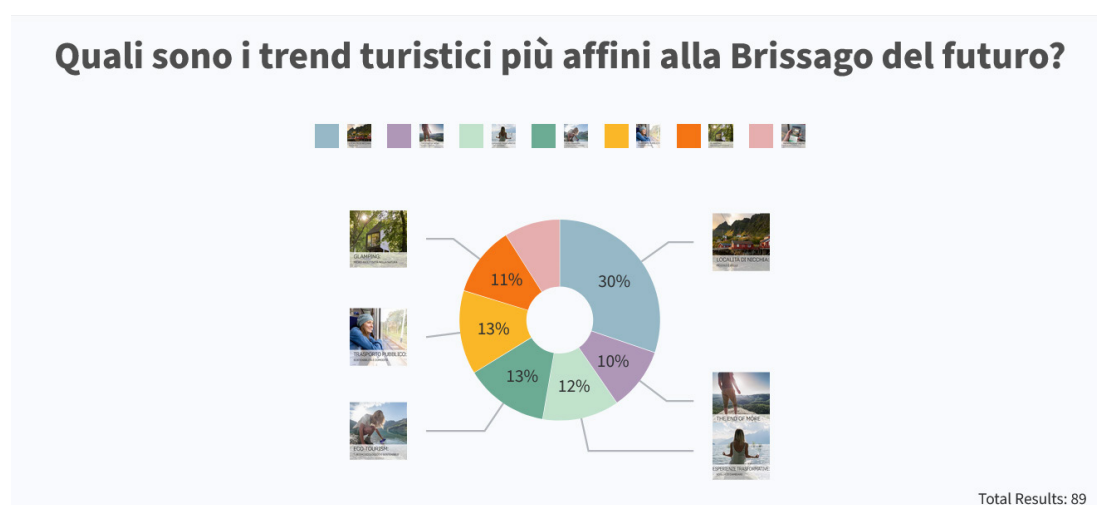
Per quanto concerne i cambiamenti a livello di società, i partecipanti alla serata hanno individuato alcuni fattori critici: innanzitutto una diminuzione della popolazione residente e il suo invecchiamento. Inoltre molti partecipanti hanno rimarcato una crescente individualizzazione con relativo impatto sulla vita sociale in paese. Questi elementi hanno contribuito ad una diminuzione delle attività sociali organizzate in paese, erodendo il tessuto sociale e diminuendo l'attrattiva del Comune di Brissago quale luogo di residenza.

DOMANDA 7: CHE COSA È CAMBIATO A LIVELLO TURISTICO NELL'AMBITO DELL'ECONOMIA?

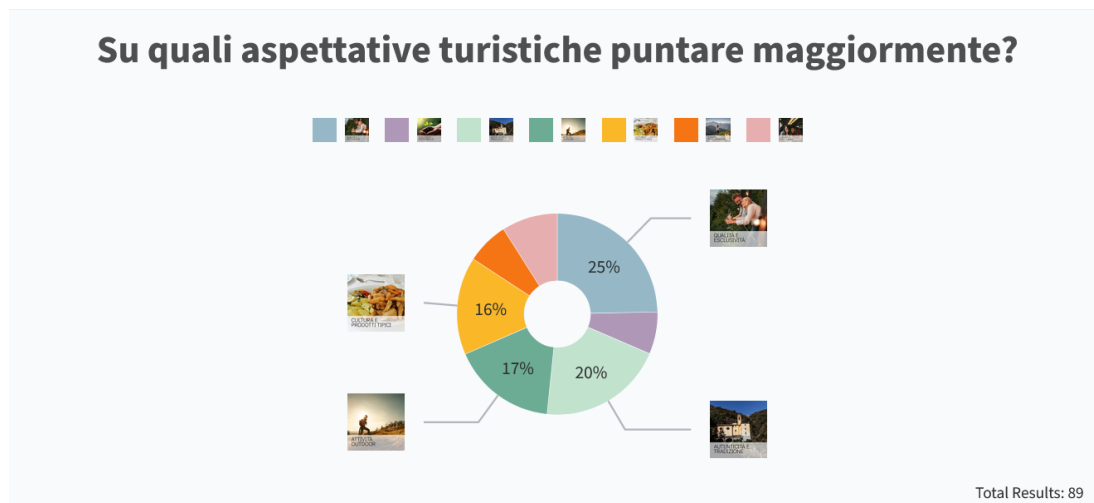


A livello dell'economia i presenti hanno individuato il maggior cambiamento nella perdita (o diminuzione che dir si voglia) dei negozi sul territorio. La costante diminuzione dei commerci, forse anche a causa della massiccia concorrenza presente nella zona, ha contribuito a diminuire l'attrattiva della località. Inoltre, la presenza nella regione di altre località turistiche altamente competitive ha generato forme di concorrenza a livello turistico che hanno giocato un ruolo decisivo nella decadenza della località di Brissago quale destinazione turistica di pregio.

DOMANDA 8: QUALI SONO I TREND TURISTICI PIÙ AFFINI ALLA BRISSAGO DEL FUTURO?



La domanda relativa agli attuali trend turistici che, sempre secondo l'opinione dei partecipanti al workshop, risultano più affini alla località di Brissago ha mostrato in modo chiaro una forte propensione verso il tema delle vacanze in località di nicchia (30% di voti), seguito dal tema delle vacanze ecologiche e dalla mobilità pubblica (entrambe votate dal 13% dei partecipanti). È anche interessante notare come anche i trend relativi al turismo trasformativo (12%) e il glamping (11%) abbiano riscosso un certo interesse da parte dei partecipanti al sondaggio.

DOMANDA 9: SU QUALI ASPETTATIVE TURISTICHE PUNTARE MAGGIORMENTE?

Quando è stato chiesto ai partecipanti di selezionare le aspettative turistiche emerse dall'analisi dei segmenti turistici (parte 1 dello studio) elencando delle priorità è emersa una chiara propensione verso il tema della qualità ed esclusività (25%), seguito dal tema dell'autenticità e tradizione (20%), mentre al gradino più basso del podio è possibile trovare il tema delle attività outdoor (17%). È però interessante notare come anche il tema della cultura e prodotti tipici sia stato percepito come importante da ben il 16% dei votanti.

DOMANDA 10: QUALI DEI SEGUENTI CASI DI STUDIO VI AFFASCINA MAGGIORMENTE?

Le risposte dei partecipanti riguardo alla domanda relativa i casi di studio proposti nella prima parte dello studio mostrano in maniera chiara un forte interesse verso l'esempio del Lago dei Quattro Cantoni e della sua navigazione (26% dei voti), come pure quello del Lago di Garda con il suo progetto Garda by Bike (24%). Se questi due esempi hanno totalizzato insieme circa la metà dei voti dei partecipanti, anche l'esempio del Monte Gamberoglio con le sue struttura glamping ha suscitato attenzione (20%). Infine è interessante notare come gli esempi delle due località "confinanti" con Brissago, Cannobio e Ascona, abbiano riscosso minore interesse con rispettivamente il 16% e il 14% dei voti.

[illegible]

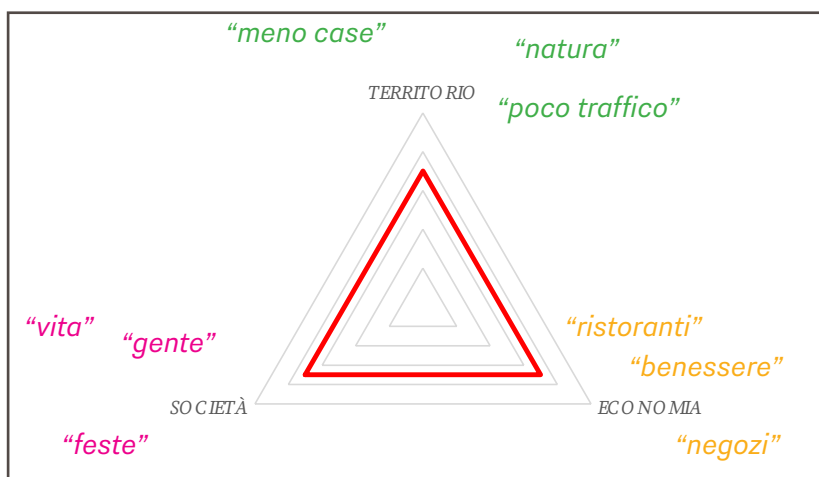
Total Results: 47

Elia Frapolli Consulenza e Turismo – eliafrapolli.ch

ANALISI DEI RISULTATI

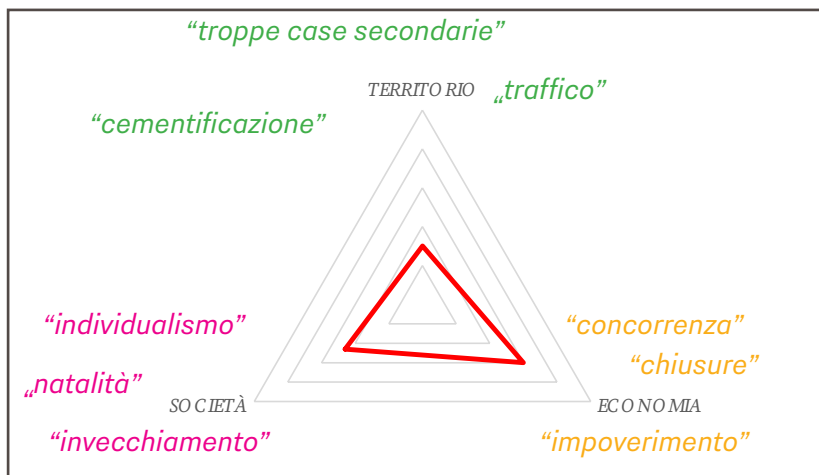
Gli elementi emersi dal workshop

Dai dati emersi dal workshop sono emersi alcuni interessanti spunti che permettono di delineare, o ancor meglio abbozzare, i contorni di quella che in seguito potrà diventare la strategia di sviluppo turistico per Brissago. In questo senso, attraverso i dati puntuali raccolti è stato possibile delineare una linea temporale che di fatto rappresenta l'evoluzione del Comune di Brissago e del suo settore turistico, dal passato, passando per il presente fino a giungere ad alcune visioni riguardanti il suo futuro. Di seguito sono brevemente illustrati i punti salienti di questa tipologia di analisi, utilizzando quale paradigma di riferimento quello del turismo sostenibile (vedi parte 1 dello studio) ed una serie di parole chiave emerse nelle singole risposte al workshop.



BRISSAGO - IERI

L'immagine della Brissago di ieri, quella dove il settore turistico era al suo apice, è quella di un paese pulsante, vivo e animato da una popolazione vivace e partecipativa, ben rappresentata in ogni fascia d'età. Una moltitudine di ristoranti, bar e negozi garantivano un'alta qualità di vita e un benessere ben distribuito, attirando visitatori e curiosi sia a livello nazionale che internazionale. Al tempo stesso il paese risentiva ancora poco degli effetti del traffico e il suo paesaggio, in particolar modo la fascia collinare, manteneva ancora il suo carattere tipico, rurale, romantico, non essendo ancora toccato da quel fenomeno di urbanizzazione che l'avrebbe investito di lì a pochi anni.



BRISSAGO - OGGI

La visione della Brissago del presente, data dai suoi stessi abitanti, si scosta parecchio da quanto illustrato in precedenza: numerosi sono stati i cambiamenti e spesso questi ultimi sono stati peggiorativi. La società appare più slegata e meno coesa: l'incalzante invecchiamento e il basso tasso di natalità, uniti a un crescente individualismo hanno parzialmente e spento quello che una volta era il cuore pulsante di Brissago. Allo stesso modo anche l'economia ha risentito di una concorrenza sempre più agguerrita che ha portato a chiusure e un impoverimento generale. Infine, anche il paesaggio ha subito gli effetti di una forte urbanizzazione e un drastico aumento del traffico, con conseguente diminuzione della qualità di vita.

COME IMMAGINATE LA BRISSAGO DI DOMANI?



BRISSAGO - DOMANI

Sebbene negli ultimi decenni la parabola turistica di Brissago appaia come un progressivo declino, dalle parole dei suoi stessi abitanti emerge invece una visione del suo futuro più positiva e all'insegna del riscatto. In questo senso dai partecipanti al workshop emerge in modo chiaro come aspirino a una località innovativa, competitiva, attraente, accogliente e che possa di nuovo pulsare di vita e passione. Essi stessi auspicano una progressiva rinascita di un settore turistico che possa contribuire a risollevare le sorti dell'economia locale, portando benessere e sostenibilità, senza quindi compromettere le limitate risorse di un paese già sotto pressione.

VISIONE STRATEGICA E IPOTESI DI SVILUPPO

Stabilire una strategia efficace

Per raggiungere l'obiettivo di uno sviluppo di forme di turismo sostenibile in sintonia con il territorio e le peculiarità del Comune di Brissago, è innanzitutto fondamentale poter disporre di una visione strategica chiara, condivisa e che sia il più possibile orientata sul medio-lungo periodo. Di seguito vengono esposti gli elementi alla base della definizione strategica di fondo, sui quali sarà possibile in seguito individuare una serie di iniziative concrete.



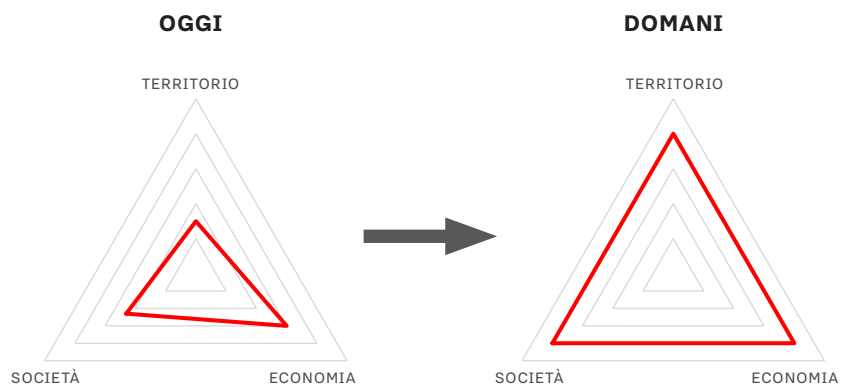
GLI OBIETTIVI DA RAGGIUNGERE

LO SVILUPPO SOSTENIBILE E IL SUO IMPATTO SULLA REGIONE

La creazione di forme di sviluppo turistico sostenibile nel territorio del Comune di Brissago deve poggiare su solide basi e deve trovare concreti riscontri nelle potenzialità che il territorio stesso offre. Solo concretizzando delle proposte turistiche che possano unire, da un lato le esigenze del Comune e della sua popolazione, e dall'altro le aspettative dei turisti, si potranno generare forme di turismo virtuose che contribuiscano ad uno sviluppo sostenibile sul medio-lungo termine della regione.

FAVORIRE LA CRESCITA DELLA SOSTENIBILITÀ

Che la creazione di nuove forme di turismo virtuoso possano contribuire allo sviluppo sostenibile del Comune di Brissago è un dato di fatto e rappresenta il punto di partenza per la creazione di una corretta strategia. A questo proposito risulta utile ricordare che, come emerso nell'analisi degli attori attivi nella regione (vedi parte 1 dello studio), il Comune di Brissago attualmente presenti una situazione piuttosto sbilanciata verso gli aspetti economici, con ripercussioni negative a livello di territorio e società. In questo senso la sfida maggiore sarà quella di creare nuove logiche turistiche maggiormente attente agli altri due importanti aspetti del turismo sostenibile: il territorio e la società.



ECONOMIA E SVILUPPO SOSTENIBILE

Lo sviluppo turistico futuro del Comune di Brissago non deve puntare solo all'aumento del numero di visitatori nella regione, ma anche cercare di attirare visitatori in linea con quanto Brissago offre e disposti a contribuire, a tutti i livelli, al suo sviluppo. In questo senso la creazione di nuove offerte turistiche deve porsi l'obiettivo economico di creare un alto valore aggiunto per la regione, in modo che la ricchezza che ne derivi venga equamente ridistribuita tra tutti i portatori di interessi presenti: dal ristorante fino all'albergo, passando dal negozio di paese o dal museo locale.



TERRITORIO, NATURA E PAESAGGIO

Uno dei forti attrattori di Brissago è rappresentato dalla sua natura mediterranea, che spazia dal lungolago fino alle cime più alte, nonché dalla ricchezza del proprio passato e della propria storia. Anche in quest'ottica lo sviluppo di offerte turistiche deve saper valorizzare e al contempo salvaguardare ciò che per la regione è forse la risorsa più preziosa e allo stesso tempo minacciata: il suo territorio e il suo paesaggio. Questi ultimi dovranno sì essere fruibili e valorizzati da un punto di vista turistico, ma al contempo anche protetti e salvaguardati affinché si conservino per le prossime generazioni.



SOCIETÀ E SENSIBILIZZAZIONE

L'importanza della popolazione locale per lo sviluppo e la vita del Comune di Brissago è indubbia. Da loro dipende la salvaguardia delle tradizioni, il mantenimento e il rafforzamento del tessuto sociale. In quest'ottica la società può ricoprire un ruolo centrale nello sviluppo di un'offerta turistica sostenibile e di qualità: chi meglio dei brissaghesi conosce le bellezze della propria regione? Non si parla in questo senso solo di monumenti storici, elementi naturalistici o paesaggistici, ma anche di prodotti locali e tradizioni che possono essere valorizzate, salvaguardate e trasmesse ai visitatori.

VISIONE STRATEGICA

IL CONCETTO ALLA BASE

Lo sviluppo di una rinnovata offerta turistica nel Comune di Brissago, oltre che basarsi sugli elementi cardine dei modelli di sviluppo sostenibile, deve anche permettere un'evoluzione del Comune stesso. In questo senso la creazione di nuove offerte turistiche, o l'ottimizzazione delle offerte già esistenti, dovrà contraddistinguersi per attrattiva e competitività. La sfida maggiore consiste nel riuscire a far combaciare le esigenze e le richieste dei potenziali ospiti alla reale offerta turistica locale, andandola a completare e migliorare. Di seguito sono illustrati in dettaglio i presupposti che dovrebbero regolare il futuro sviluppo dell'offerta turistica di Brissago.

UN PAESE A MISURA D'UOMO

L'obiettivo principale dello sviluppo dell'offerta turistica a Brissago consiste nel creare delle proposte che siano al tempo stesso attrattive per i visitatori e compatibili con le particolarità della regione. La ricerca di un equilibrio tra questi due fattori gioca un ruolo decisivo in quanto permetterà lo sviluppo di un settore turistico che possa valorizzare il paese e i suoi abitanti senza generare effetti indesiderati che potrebbero minarne la sostenibilità (episodi di turismo di massa, aumento del turismo "mordi e fuggi", ecc.). Per ottenere ciò risulta necessario applicare alcuni criteri aggiuntivi a quelli analizzati in precedenza ponendo particolare enfasi sul principio della creazione di un alto valore aggiunto per la regione.



CATENA DEL VALORE AGGIUNTO

Nella creazione di un valore aggiunto turistico nel Comune di Brissago è possibile individuare tre elementi decisivi che contribuiscono a comporla: la creazione di offerte turistiche attrattive (anche della durata di più giorni), delle infrastrutture ricettive e ristorative di qualità e infine la collaborazione tra e con le organizzazioni turistiche locali. In questo senso il Comune di Brissago potrebbe ricoprire un ruolo centrale di coordinamento nello sviluppo dell'offerta turistica locale e nella creazione delle necessarie sinergie tra gli attori presenti sul territorio. Una gestione adeguata permetterà la creazione di un alto valore aggiunto e, ancora più importante, il mantenimento di una sana catena del valore aggiunto nella regione.

CUSTOMER JOURNEY

Guardando alla catena del valore aggiunto dal punto di vista dell'ospite è possibile definire il *customer journey*, ovvero l'ipotetico viaggio di un turista tipo nella regione. Suddividendo le componenti del *customer journey* facendo nuovamente uso della matrice "Get There, Stay There, Live There" (GSL) utilizzata in precedenza, è possibile avere una visione d'insieme dell'attuale esperienza turistica a Brissago, ma soprattutto è facile accorgersi delle carenze e delle lacune presenti. Ciò permette di conseguenza di definire una strategia che di fatto riesca a colmare con progetti concreti le lacune presenti con l'obiettivo di sviluppare un'offerta turistica adeguata e al contempo in grado di creare e mantenere valore aggiunto sul territorio.

IPOTESI DI SVILUPPO

LA CATENA DEL VALORE AGGIUNTO ABBINATA AL CUSTOMER JOURNEY

Di seguito è possibile avere una visione d'insieme di una serie di passi utili allo sviluppo sostenibile dell'offerta turistica all'interno del Comune di Brissago. Utilizzando la matrice "Get There, Stay There, Live There" (GSL) sono stati elencati i progetti che si consiglia di implementare in ogni singola fase. I progetti sono stati suddivisi in due categorie: i progetti faro (rispondono alle principali esigenze turistiche dei potenziali visitatori identificati a livello di analisi di mercato) e i progetti complementari (altrettanto importanti ma con un potenziale impatto minore). Nel prossimo capitolo è possibile approfondire le schede dei singoli progetti.



GET THERE

L'analisi della prima fase dell'esperienza turistica comincia con delle riflessioni strategiche che analizzano ciò che in inglese viene chiamato *sense of arrival*, ovvero le prime impressioni che il turista si fa quando giunge a destinazione. Le ipotesi di sviluppo affrontano quindi gli aspetti legati all'immagine di Brissago, l'organizzazione e l'arredo dei suoi spazi pubblici. Il secondo macro tema verte invece sulla mobilità lenta e come favorirne l'utilizzo per giungere a Brissago, mobilità che tocca anche alcuni dei progetti complementari insieme alla tematica dell'informazione al visitatore.

PROGETTI FARO

- G1: Un accogliente benvenuto
- G2: Favorire la mobilità lenta

PROGETTI COMPLEMENTARI

- G3: Navigazione Lago Maggiore
- G4: La mobilità pubblica
- G5: Infopoint multisensoriale
- G6: "Brissago concierge"



STAY THERE

Per quanto riguarda la ricettività turistica e la ristorazione è emerso come a Brissago l'offerta sia piuttosto contenuta e poco diversificata. Sebbene alcune strutture si distinguano in modo positivo a livello di destinazione, l'offerta nel suo insieme risulta classica e poco innovativa, in particolare nell'alloggio. I consigli formulati nella fase *Stay There* si indirizzano quindi principalmente nella direzione di una differenziazione delle strutture ricettive in linea con le attuali tendenze turistiche, oltre che a ulteriori riflessioni inerenti il panorama della ristorazione (anche detta F&B, da *Food & Beverage*, nella sua abbreviazione in inglese).

PROGETTI FARO

- S1: Il settore alberghiero
- S2: Il settore paralberghiero

PROGETTI COMPLEMENTARI

- S3: Strutture esperienziali
- S4: Passaggio delle attività
- S5: Pop-up, eventi e rassegne F&B
- S6: Una passeggiata gastronomica



LIVE THERE

L'analisi dell'ultima fase dell'esperienza turistica ha mostrato come attualmente l'offerta di attività turistiche a Brissago non sia ancora, in alcuni ambiti, all'altezza delle aspettative dei segmenti di mercato individuati come più affini alla regione. Di conseguenza i suggerimenti proposti vanno proprio nella direzione di colmare tale lacuna grazie ad una serie di misure particolarmente adatte alla realtà della regione. Mentre i due progetti faro vertono su spunti progettuali per valorizzare il paese di Brissago, le sue frazioni collinari e la sua montagna, i progetti complementari arricchiscono tale offerta con ulteriori progetti specifici.

PROGETTI FARO

- L1: Valorizzazione lungolago e piazze
- L2: Valorizzare la montagna

PROGETTI COMPLEMENTARI

- L3: Un ponte tibetano
- L4: Trasporto per le isole
- L5: Caccia al tesoro
- L6: Percorso culturale

G1: UN ACCOGLIENTE BENVENUTO

DONARE UN NUOVO VOLTO ALLA PORTA D'ENTRATA DI BRISSAGO



GET THERE

Il primo progetto faro per la sezione *Get There* riguarda la riqualifica del comparto settentrionale del Comune di Brissago, cioè il punto d'entrata in paese per molti turisti provenienti da nord. Esso rappresenta infatti il primo impatto con la località lacustre e, come diceva Oscar Wilde, *“non c'è una seconda occasione per una buona prima impressione”*. In concreto si consiglia di riqualificare il tratto di via Leoncavallo che parte dalle scuole elementari fino a giungere all'incrocio con la Via Debarcadere. Questo tratto di strada rappresenta infatti la “porta d'entrata” di Brissago che purtroppo ad oggi, a causa della sua impostazione molto stradale senza arredi urbani, con molti parcheggi e poche possibilità di attraversamento pedonale, difficilmente invoglia chi vi transita a fermarsi, ma soprattutto non lascia per nulla trasparire la vocazione turistica e le bellezze che Brissago ha da offrire. L'obiettivo è quindi quello di realizzare opere di riqualifica paesaggistica che incuriosiscano il turista e lo involino a fermarsi e a scoprire il Paese.



Strengths

- Demarcazione e caratterizzazione del paese di Brissago
- Liberazione di spazi pubblici di pregio

Weaknesses

- Costi di realizzazione
- Potenziali difficoltà e limiti realizzativi
- Disagi in fase d'opera

Opportunities

- Aumento di passaggi da parte dei pedoni “footfall” e stimolo dei commerci locali
- Rivalutazione immobiliare stabili lungo via Leoncavallo

Threats

- Ulteriore aumento del traffico pendolare
- Possibili limiti a livello di pianificazione

OPERE PAESAGGISTICHE IN VIA LEONCAVALLO

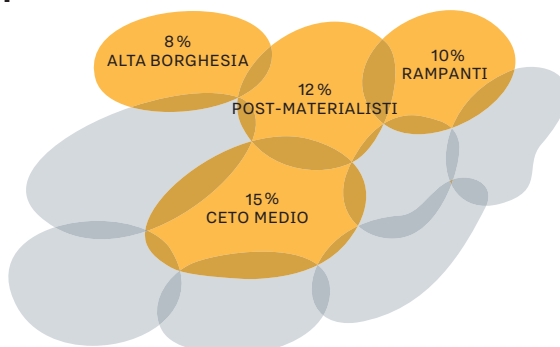
Per poter donare maggior attrattiva al comparto in questione si suggeriscono una serie di interventi mirati che possano donare un volto nuovo alla strada più importante e trafficata di Brissago. In concreto si consiglia di eliminare i parcheggi presenti lungo via Leoncavallo favorendo l'allargamento dei percorsi pedonali. Inoltre, si consiglia di inserire degli elementi di verde urbano (aiuole alberate fra le due corsie, facciate inverdite, ecc.) lungo il tratto di strada che delimita il nucleo storico. L'obiettivo è quello di incentivare la scoperta del nucleo, favorendo i passaggi pedonali (il *footfall*) a favore di commerci e negozi, nonché la valorizzazione del Muro degli Ottevi, particolarità architettonica oggi quasi ignorata da chi transita per via Leoncavallo.

**UN AUTOSILO COMUNALE**

Dato che i consigli per la riqualifica del centro prevedono l'eliminazione di numerosi dei parcheggi pubblici, in strade e piazze (si auspicano altri utilizzi per dei terreni di tale pregio), si consiglia di valutare la realizzazione di un autosilo in modo da compensare l'eliminazione degli stalli auto in superficie. Tale autosilo sarebbe da idealmente localizzare presso la porta d'entrata nord (verso Locarno) di Brissago, in modo da guidare intuitivamente il visitatore a lasciare il proprio veicolo, addentrandosi in seguito a piedi verso il borgo storico e il lungolago. L'autosilo potrebbe anche fungere da punto di snodo per la mobilità lenta, nonché primo punto di informazione turistica.

**CREAZIONE DI UNA PORTA D'ENTRATA**

È anche consigliabile la creazione di una vera e propria "porta d'entrata" all'inizio di via Leoncavallo, all'altezza delle scuole elementari, in modo da rappresentare, fisicamente e idealmente, l'inizio del Comune di Brissago quale località turistica di pregio. La "porta d'entrata" potrebbe essere costituita da alcune strutture urbane, esteticamente accattivanti e che riconducano l'immagine di Brissago quale località lacustre turisticamente attraente. Da questa porta d'entrata il turista è intuitivamente accompagnato a parcheggiare nell'ipotizzato autosilo ed accompagnato nella scoperta di Brissago tramite totem informativi e arredi urbani in grado di condurre intuitivamente l'ospite alla scoperta del borgo.

SEGMENTI TARGET

G2: FAVORIRE LA MOBILITÀ LENTA

SCOPRIRE LA REGIONE DI BRISSAGO IN MODO LENTO E RAGIONATO



GET THERE

Il secondo progetto faro per la fase *Get There* è incentrato sulla valorizzazione della mobilità lenta non solo internamente al comune ma anche quale modalità per raggiungere Brissago partendo dai comuni vicini, in particolar modo le destinazioni turistiche di Ascona, Ronco s. Ascona e Locarno. Questa strategia di sviluppo vuole innestarsi sia su quelli che sono i macro trend a livello globale legati alla sostenibilità e al conseguente massiccio aumento, per esempio, di biciclette elettriche, ma anche far tesoro di significativi casi di successo come il caso studio presentato del lago di Garda. Grazie alle magnifiche viste ed a diversi tracciati e strade secondarie esistenti, Brissago è il luogo perfetto per stimolare un arrivo sul proprio territorio che favorisca la contemplazione ed il godimento del panorama, senza tralasciare i benefici effetti in termini di riduzione del traffico e delle emissioni di biossido di carbonio.



Strengths

- Aumento dell'attrattiva della località
- Aumento dei flussi turistici sostenibili
- Miglioramento della viabilità e diminuzione del traffico motorizzato

Weaknesses

- Costi di realizzazione delle infrastrutture
- Costi di mantenimento e manutenzione

Opportunities

- Aumento dell'interesse verso la mobilità lenta
- Aumento del turismo sportivo
- Miglioramento della qualità di vita in paese

Threats

- Limitazioni a livello di morfologia del territorio
- Relazioni con i privati interessati dalle misure

VERSO BRISSAGO A PIEDI

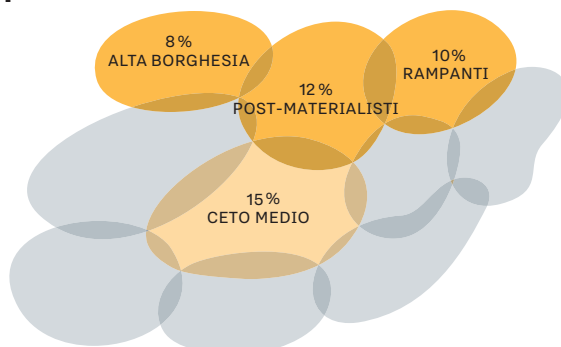
Andando ad analizzare l'offerta di turismo pedestre, un progetto di sviluppo interessante è la possibilità di realizzare (o completare) un percorso che da Ascona prima e Ronco s.A. poi porti a Brissago. In tal senso, si potrebbe ipotizzare l'utilizzo della rete di sentieri esistente e/o delle diverse strade secondarie a basso traffico veicolare per ospitare dei percorsi dedicati al turismo pedestre. Realizzando dei sentieri o "corsie" pedonali che affianchino le strade esistenti, oppure direttamente sulla carreggiata se fattibile, si potrebbero collegare i sentieri presenti fra le diverse località al fine di creare un nuovo percorso pedonale immerso nel verde. Sarebbe opportuno che tale percorso venga aggiunto alla vasta rete dei sentieri escursionistici cantonale (Ticino Sentieri) e sul portale nazionale Svizzera Mobile.

**PERCORSO CICLABILE COLLINARE**

Anche per ampliare l'attuale offerta di percorsi ciclabili si consiglia di valorizzare le strade secondarie esistenti e poco battute con interventi di adeguamento puntuali per favorirne l'uso in bicicletta. In questo caso si consiglia di indagare la fattibilità tecnica di utilizzare le strade collinari fra Ascona e Brissago (dal Monte Verità in via Gottardo Madonna, poi via Bacone ed infine via Panoramica fino a Brissago) adeguandole con percorsi dedicati e segnaletica adatta al fine di collegare le due località. Grazie ad interventi di sfoltimento del bosco per offrire scorci panoramici, creazione di piazzole di soste e punti di informazione turistica si potrebbe creare un percorso che già di per sé rappresenterebbe un generatore di domanda e non solo un tratto di passaggio.

PERCORSO CICLABILE A LAGO

Una seconda ipotesi concernente l'arrivo in bici a Brissago è quella di un tracciato a lago invece che in collina. Questo intervento, più impegnativo dal profilo tecnico e finanziario ed eventualmente realizzabile a tappe, potrebbe prendere spunto dalle innovative esperienze fatte sul lago di Garda. In tal senso si potrebbero realizzare, dove possibile, dei percorsi a fianco della strada principale o su passerelle sospese lungo la costa garantendo maggior spensieratezza e sicurezza ai ciclisti rispetto che unicamente sulla strada cantonale. Si ipotizza infatti che la via collinare sarà prevalentemente utilizzata da chi possiede una e-bike (o è più sportivo) mentre le bici classiche potrebbero avere dei problemi di accessibilità.

SEGMENTI TARGET

G3: NAVIGAZIONE LAGO MAGGIORE

POTENZIARE UNO DEI MAGGIORI ATTRATTORI TURISTICI DELLA REGIONE



GET THERE

A livello di trasporto pubblico a chiara rilevanza turistica, una misura di intervento auspicata è il potenziamento dei collegamenti via lago da e verso la località di Brissago. Attualmente la navigazione sul Lago Maggiore è gestita da due aziende: la Società Navigazione del Lago di Lugano e l'Ente italiano per la navigazione (Gestione Navigazione Laghi Italia). Tale gestione ha causato negli ultimi anni diversi problemi a livello di servizio turistico, generando innumerevoli interrogazioni riguardo tale problematica, l'ultima delle quali da parte dell'Ente regionale di sviluppo Locarnese e Vallemaggia il quale ha sollecitato il Governo al fine di difendere la sovranità delle acque internazionali del Lago Maggiore. Consci che la responsabilità di individuare delle proposte concrete risieda nelle Autorità Cantionali, le quali verranno vagliate dalla Confederazione, di seguito sono elencati alcuni punti chiave che risultano particolarmente rilevanti per il Comune di Brissago.



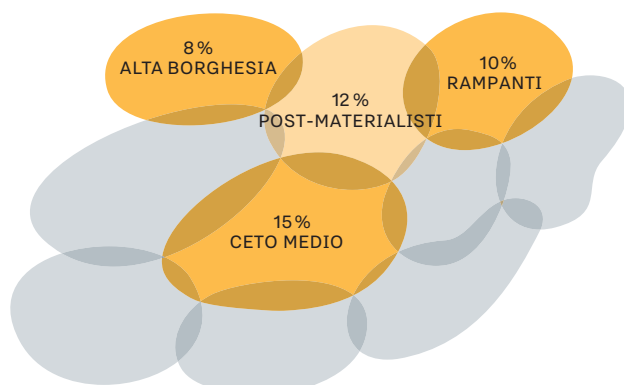
NAVIGAZIONE E TRASPORTO PUBBLICO

L'attuale gestione della navigazione sul Lago Maggiore in territorio elvetico ha portato negli ultimi anni ad una diminuzione della qualità del servizio in termini di orari, frequenze lacunose ed un'offerta marcatamente stagionale. Ciò ha avuto dirette ripercussioni anche sul servizio di trasporto pubblico che la navigazione offre, creando malumore tra la popolazione residente ed i Comuni interessati. In questo senso il Comune di Brissago, insieme agli altri Comuni toccati dal problema, deve continuare a far valere le proprie ragioni presso le Autorità Cantionali, premendo per una soluzione celere.

NAVIGAZIONE TURISTICA

Come ben mostrato dal caso studio del Lago dei Quattro Cantoni, particolarmente apprezzato durante il workshop con popolazione e *stakeholder*, la navigazione non è solo trasporto pubblico ma anche prodotto turistico per scoprire e godere il lago in modo differente. In tal senso sarebbe opportuno che la flotta venga valorizzata per eventi di diverso tipo con prodotti e programmi dedicati ed una campagna di marketing e vendita più strutturata. Battelli storici oppure natanti a propulsione elettrica, come i recenti restauri della SNL, si prestano per simili eventi.

SEGMENTI TARGET





GET THERE

G4: LA MOBILITÀ PUBBLICA

POTENZIARE UN SERVIZIO PER LA COMUNITÀ E I TURISTI

Un ulteriore spunto per la fase *Get There* consiste nel potenziare l'attuale offerta legata alla mobilità pubblica, aumentando il numero di corse e migliorando il servizio offerto ai numerosi turisti che visitano la regione. Attualmente il borgo di Brissago può vantare dei collegamenti con Locarno (via tratta B 316) con corse in partenza ogni ora (prima partenza da Locarno alle ore 05:49, ultima partenza da Locarno alle ore 23:48) della durata di circa 30 min. (traffico permettendo). L'attuale offerta, sebbene copra tutto l'arco della giornata, risulta limitata considerando che Ascona può vantare collegamenti ogni 15 minuti da e per Locarno e la sua stazione ferroviaria. Gli scopi primari di un potenziamento del trasporto pubblico da e per Brissago consistono nell'aumento dei flussi turistici nella località lacustre e una maggior sostenibilità della località in termini di viabilità (aumento dell'utilizzo dei mezzi pubblici, diminuzione del traffico su una strada già congestionata, diminuzione delle emissioni di CO2).



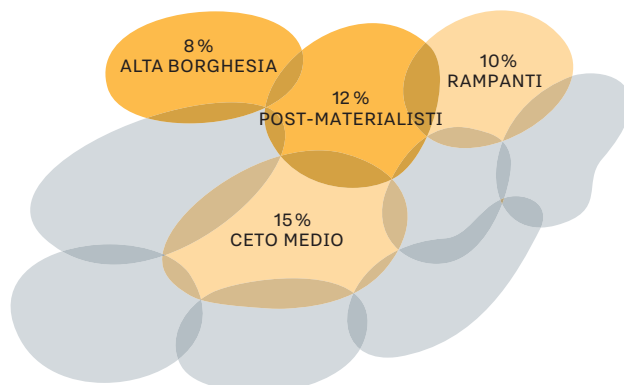
POTENZIARE IL TRASPORTO PUBBLICO

Un potenziamento del trasporto pubblico su strada deve passare da una stretta collaborazione con la società Fart che gestisce i servizi bus fra le località del locarnese. Sebbene un potenziamento come sopra ipotizzato potrebbe risultare difficoltoso per temi logistici e di disponibilità di mezzi e possa prendere tempi medio-lunghi, è consigliabile iniziare a discutere un aumento delle corse durante dei periodi limitati, per esempio almeno durante i mesi estivi (giugno-agosto) dove la forte affluenza turistica nella regione giustificerebbe tale richiesta.

UN TRASPORTO PUBBLICO COMUNALE

Oltre al servizio gratuito attualmente offerto dalla Linea 8 sostenuto dai comuni di Brissago e di Ronco s. Ascona, un'ulteriore possibilità per potenziare la mobilità pubblica consiste nella creazione di un servizio di trasporto "on demand". In questo senso il Comune di Verzasca ha avviato un progetto simile (Verzasca Mobile), il quale offre un servizio di taxi su chiamata, sfruttato molto sia dalla popolazione locale che dai turisti. Un simile progetto, potrebbe contribuire a migliorare l'attuale offerta generando al contempo nuovi posti di lavoro nella regione.

SEGMENTI TARGET



G5: INFOPOINT MULTISENSORIALE

UN INFOPOINT DI NUOVA GENERAZIONE PER SCOPRIRE IL TERRITORIO



GET THERE

Come tutti gli aspetti legati al settore turistico, anche i centri visitatori stanno cambiando. Dal tradizionale ufficio del turismo dove si raccoglievano brochure e cartine, questi punti di promozione turistica si sono trasformati in spazi multifunzionali e multisensoriali dove il visitatore viene stimolato ad informarsi e scoprire il territorio in un modo tutto nuovo. A fare da apripista in questo senso è il nuovo infopoint del Bellinzonese e Valli a Bellinzona, incentrato sui tre elementi “scopri”, “vivi” e “gusta”. Infatti, il centro visitatori in Piazza Collegiata dispone di un grande plastico della regione dove scoprire il territorio, le sue attività e caratteristiche culturali in maniera ludica ed interattiva; una piccola bottega con prodotti enogastronomici locali da gustare e acquistare, ed una sala degli specchi con immagini caleidoscopiche per un'esperienza immersiva stupefacente che presenta il territorio con immagini inusuali ed emozionanti.



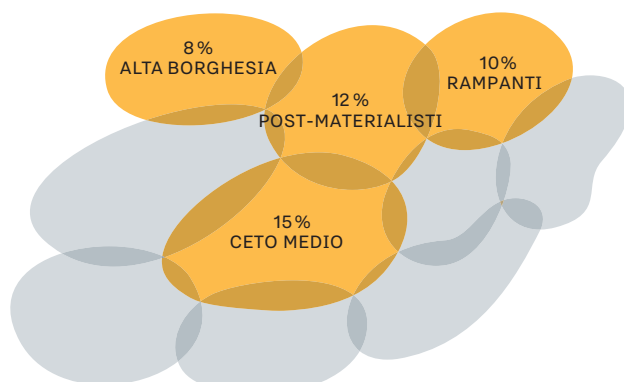
SCOPRIRE E SOGNARE

Gli elementi inediti di questa tipologia di infopoint sono l'interattività della raccolta di informazioni inerenti il territorio e la sua cultura grazie al concetto di “gamification” ovvero di ludicizzazione del processo. Inoltre, con spazi o molto più esperienziali e coinvolgenti, si fa leva sulla fase di “sogno” che anticipa la vacanza vera e propria, proponendo immagini, suoni e sensazioni che stimolano il visitatore a provare le stesse emozioni dal vivo sul territorio. Tutto ciò rende lo spazio informativo molto meno standard, stimolando anche l'interesse dei più piccoli.

APERTO ALLA POPOLAZIONE LOCALE

Grazie alla multifunzionalità e multisensorialità degli spazi, essi diventano interessanti pure per la popolazione locale e residente che ha la possibilità di scoprire il proprio territorio sotto una nuova e inedita luce. Questo tipo di concept è pure facilmente utilizzabile per altri tipi di eventi culturali ed aggregativi. Inoltre, grazie ad un regolare aggiornamento dei contenuti ed eventuali esposizioni ad hoc, gli spazi possono essere visitati più volte. Infine, grazie alla componente di prodotti locali, l'infopoint avvicina il visitatore all'artigiano locale ed i suoi prodotti.

SEGMENTI TARGET



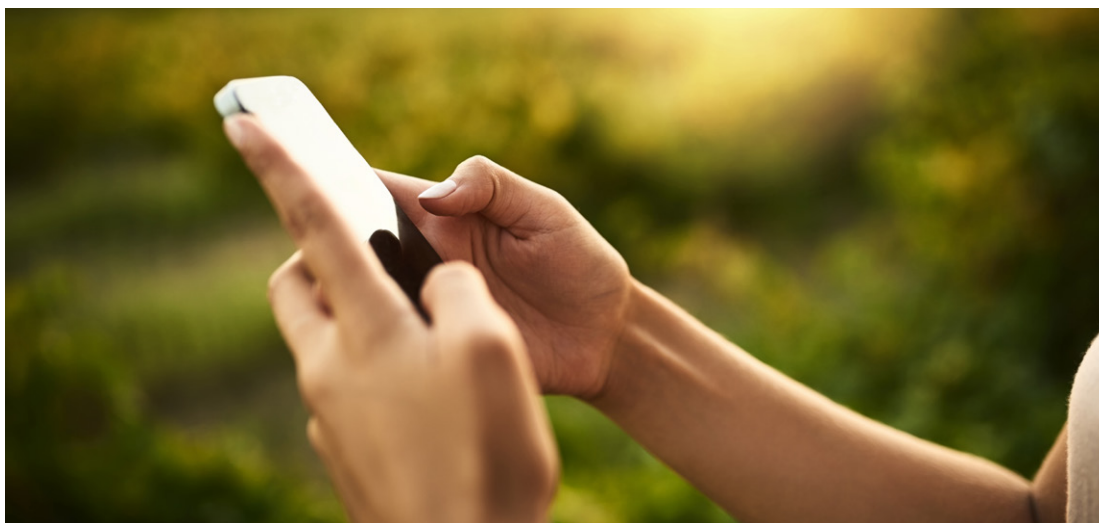


GET THERE

G6: “BRISSAGO CONCIERGE”

UN'APPLICAZIONE PER PERSONALIZZARE LE PROPRIE VACANZE

La messa a disposizione di risorse digitali è sempre più centrale ed integrata alle offerte turistiche odierne. A tal proposito si consiglia di realizzare un'applicazione per smartphone che possa fungere da strumento attraverso il quale informare in modo chiaro e semplice i turisti sulle attrattive della regione di Brissago, aiutandoli a scegliere le attività e i servizi a loro più idonei. Questo tipo di applicazione permetterebbe di svolgere due funzioni fondamentali: innanzitutto la messa a disposizione in modo chiaro ed immediato delle informazioni più rilevanti sull'offerta turistica di Brissago, come pure la possibilità di personalizzare e pianificare la propria esperienza turistica nella regione. In modo del tutto complementare rispetto agli strumenti digitali offerti dall'App potrebbe essere interessante predisporre anche delle piattaforme fisiche più o meno interattive (totem informativi digitali e non) per un'informazione capillare sul territorio.



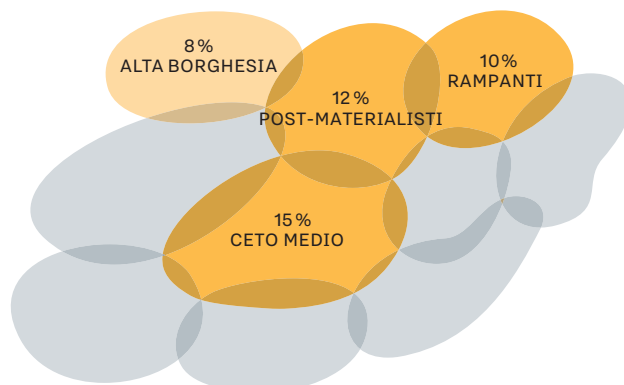
SCOPRIRE E PIANIFICARE

Configurando una breve serie di parametri nell'applicazione, l'utente potrà scoprire in brevissimo tempo quanto Brissago ha da offrire. Nei risultati potranno apparire sia le attività che è possibile svolgere nella regione, sia le strutture ricettive e ristorative presenti sul territorio. Dopo aver selezionato i criteri che più rappresentano il turista, e aver visionato le offerte personalizzate, l'ospite potrà salvarle per utilizzarle come linea guida durante il soggiorno. Un ulteriore sviluppo del sistema potrebbe permettere al turista di riservare direttamente tramite l'applicazione le attività, i ristoranti e gli alloggi che più lo attirano.

BANCA DATI REGIONALE

Per poter svolgere le funzioni citate in precedenza la nuova applicazione “Brissago Concierge” dovrà fare affidamento su una banca dati contenente tutte le attrazioni, i sentieri, i monumenti storici, gli hotel e i ristoranti della regione. Ogni elemento presente nella banca dati dovrà essere inventariato e provvisto di una descrizione (con relative traduzioni), materiale fotografico, i dati di contatto (indirizzo, telefono, coordinate, ecc.) e dovrà essere categorizzato. Questa banca dati assume un ruolo decisivo nello sviluppo dell'applicazione, in quanto permetterà una visione globale sull'attuale offerta turistica a Brissago.

SEGMENTI TARGET



S1: IL SETTORE ALBERGHIERO

SUPPORTO ALLO SVILUPPO DELLE STRUTTURE ALBERGHIERE

Il primo progetto faro della fase *Stay There* consiste nel creare gli strumenti necessari per supportare le strutture alberghiere esistenti nell'ottica di renderle più preformanti ed allineate al mercato, nonché promuovere la creazione di nuove strutture di dimensioni adeguate e al passo con i tempi. In questo senso, come appurato nella fase di analisi del mercato turistico di Brissago (vedi prima parte dello studio), il numero di strutture ricettive alberghiere nel Comune di Brissago è in lento ma costante declino. Promuovendo misure puntali il Comune di Brissago potrebbe contribuire in modo attivo allo sviluppo del settore alberghiero sul suo territorio, con tutti i benefici che esso comporta, come l'aumento dei pernottamenti, un maggior indotto economico e la creazione di posti di lavoro qualificati.



Strengths

- Rafforzamento delle attività alberghiere
- Aumento dei pernottamenti nella regione
- Diversificazione dell'offerta ricettiva

Weaknesses

- Necessità di coinvolgimento attivo dei privati
- Potenziale diffidenza degli albergatori verso un supporto esterno

Opportunities

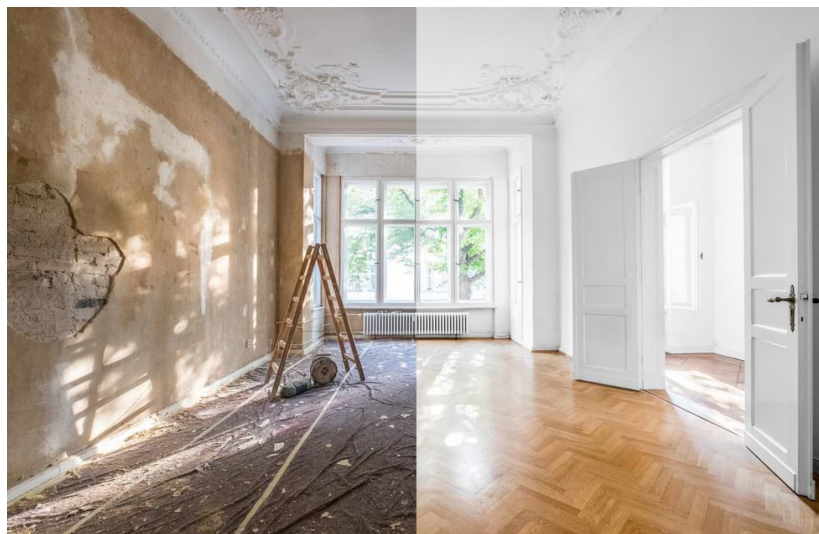
- Vasta professionalità in Svizzera nel campo alberghiero
- Ampio supporto da diversi enti pubblici
- Bassi tassi di interessi ipotecari

Threats

- Congiuntura internazionale post-pandemica e conflitti
- Forza del CHF verso EUR e costo delle materie prime

RISTRUTTURAZIONI E RINNOVAMENTI

Diverse strutture alberghiere a Brissago presentano uno stato manutentivo mediocre e, soprattutto a livello di FF&E (arredi, corredi ed attrezzature) diversi alberghi sembrano aver superato il loro ciclo operativo. Infatti, per prassi di settore, ogni massimo 20 anni gli FF&E vanno sostituiti o rinnovati, per cui il rinfresco e sostituzione degli arredi di diverse strutture è necessario per mantenersi a mercato con la domanda. Sebbene ogni albergatore accorto dovrebbe accantonare una riserva dedicata a tale scopo, un accompagnamento e consulenza da attori esterni per definire obiettivi e modi di tali interventi può essere di grande supporto. Purtroppo infatti, gli albergatori vengono spesso assorbiti dall'operatività quotidiana delle strutture tralasciando la visione strategica a medio e lungo termine.



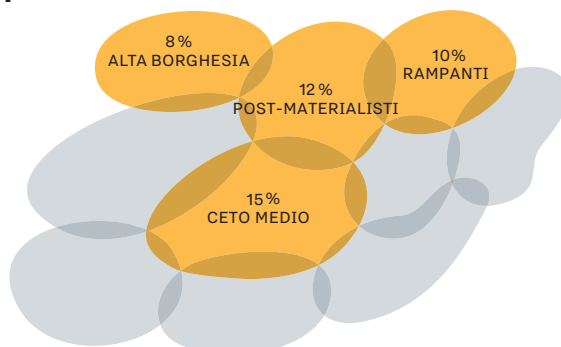
HOTEL ASSET MANAGEMENT

Molto spesso le potenzialità sono sotto i nostri occhi ma per vari motivi sono inesprese. Per tale motivo delle attività di Hotel Asset Management (HAM), ovvero di controllo e sviluppo della gestione alberghiera non solo sotto l'aspetto operativo ma quali efficienti asset immobiliari in grado di generare congrui flussi di reddito, possono essere cruciali per il successo di un'attività alberghiera. Questo tipo di attività permetterebbero agli hotel di non solo essere allineati al mercato in termini di offerta, ma anche profittevoli ed efficienti nell'uso delle loro risorse. Il risultato obiettivo per il mercato di Brissago è quello di rispondere in maniera adeguata alla domanda, di essere concorrenziali e soddisfare la clientela.

NUOVI STABILIMENTI ALBERGHIERI

L'offerta alberghiera del Comune di Brissago è caratterizzata da piccole strutture ricettive a conduzione familiare e, oltre al Park Hotel Brenscino ed al Sunstar Hotel Brissago, non vi sono stabilimenti medio-grandi gestiti in maniera strutturata. Si può quindi constatare, per una destinazione turistica affermata come Brissago, una certa carenza di alberghi adatti a stimolare una domanda in evoluzione. Si ritiene quindi opportuno che l'ente pubblico indirizzi e sostenga una strategia che punti alla conversione o realizzazione da parte di privati di nuove strutture alberghiere sul suo territorio. L'ex fabbrica Dannemann ed il relativo progetto di riqualifica sono un incoraggiante e virtuoso esempio in tal senso.

SEGMENTI TARGET



S2: IL SETTORE PARALBERGHIERO

CREAZIONE E DIVERSIFICAZIONE DI NUOVE STRUTTURE DI ALLOGGIO



Il secondo progetto della fase *Stay There*, in modo del tutto simile al primo, si pone l'obiettivo di aumentare la capacità ricettiva del settore paralberghiero attraverso la creazione e la messa sul mercato sia di strutture d'alloggio nuove che efficientamento delle esistenti. Nel caso del Comune di Brissago emerge una situazione particolare: da un lato è presente un elevato numero di abitazioni secondarie (44% sul totale) dall'altro il numero di strutture paralberghiere utilizzate a scopi turistici (come case ed appartamenti di vacanza) è ridotto. La sfida principale di questo progetto consiste nel combattere il fenomeno dei letti freddi, stimolando la messa a disposizione di case ed appartamenti di vacanza quali unità ad affitto breve grazie alle opportunità derivanti dalla *sharing economy* e dai sempre maggiori gestori ed intermediari in questo segmento dell'offerta turistica. In questo modo si va a "scaldare" i letti freddi e ad aumentare i posti letto della regione facendo leva su strutture già esistenti.



Strengths

- Aumento e diversificazione della capacità ricettiva
- Diminuzione dei letti freddi
- Aumento dei pernottamenti nella regione

Weaknesses

- Vastità e frammentazione degli interlocutori
- Diffidenza verso la condivisione della propria casa
- Leggi e normative in parte limitanti

Opportunities

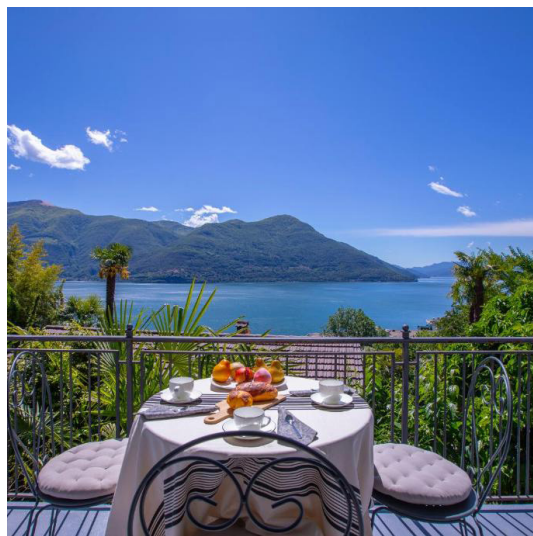
- Ampie possibilità e modelli di gestione grazie alla *sharing economy*
- Aumento della domanda post-covid per alloggi privati ed indipendenti

Threats

- Potenziale concorrenza ad altre tipologie di strutture ricettive

SHORT TERM RENTALS

Con Short Term Rentals (STR), ovvero affitti a breve termine, si definiscono le case ed appartamenti affittati a corto-medio termine direttamente dai proprietari (o loro intermediari) a scopo prevalentemente turistico e non in forma professionale. Grazie all'avvento di grossi portali online come airbnb, vrbo, etc. nel contesto della sempre più consistente *sharing economy*, gli STR sono sempre più richiesti e fungono da importante complemento all'offerta ricettiva di una regione. Sebbene molti privati gestiscono direttamente le unità che mettono a disposizione, sempre più proprietari si affidano a gestori professionali che si prendono cura di tutti gli aspetti gestionali garantendo la qualità e sicurezza del prodotto per l'ospite ed un congruo profitto al proprietario senza la preoccupazione della gestione in loco. In questo ambito il Comune di Brissago può promuovere delle campagne informative mirate ai proprietari che presentino le diverse possibilità per una gestione sicura e senza il loro diretto coinvolgimento ma che allo stesso tempo garantiscano qualità, sicurezza ed integrità dell'immobile. Infatti, molti proprietari di abitazioni secondarie non mettono a disposizione i loro alloggi per inconsapevolezza degli strumenti e dei modelli disponibili.



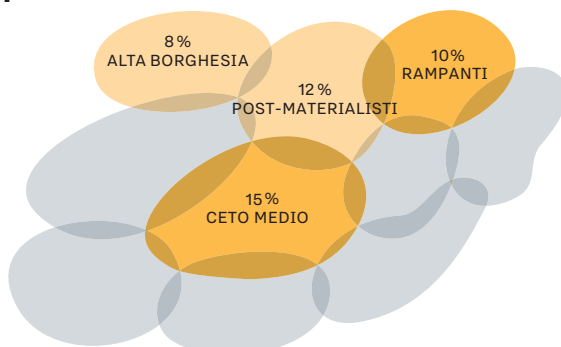
CAMPING / AREA CAMPER

Per ampliare e diversificare l'offerta turistica si consiglia di realizzare un campeggio/area camper di nuova generazione. Questo nuovo campeggio dovrà diventare il punto di riferimento per i viaggiatori che si spostano in camper e necessitano di un'area dove sostare e svuotare le acque nere e rifornirsi di acqua fresca. Come già proposto da una mozione da parte della sezione locale del PLR, l'area dell'ex cimitero (proprio di fronte al lido) potrebbe ben prestarsi quale luogo dove realizzare quest'infrastruttura turistica. La parte superiore del lotto potrebbe ospitare il ricevimento, area F&B ed i servizi.

MICRO AREE DI SOSTA "NOMADY"

Nomady è una start-up Svizzera volta ad incentivare il turismo sostenibile e locale, favorendo la connessione tra il padrone di casa e l'ospite. La piattaforma offre infatti la possibilità ai privati e agli enti pubblici che lo desiderano, di mettere a disposizione di un certo tipo di camperisti (van) luoghi particolari e immersi nella natura dove i servizi di base (i.e. WC) sono garantiti e mantenuti. In questo modo si va a regolare il fenomeno del "campeggio selvaggio", generando allo stesso tempo un indotto a livello locale. Si può immaginare l'istituzione di alcune parcelle in luoghi verificati e recensiti dove c'è sempre un responsabile in grado di garantire la pulizia e la salvaguardia del territorio.

SEGMENTI TARGET



S3: STRUTTURE ESPERIENZIALI

NUOVI MODI DI INTERPRETARE IL SOGGIORNO

Un ulteriore elemento strategico per ampliare l'offerta di strutture ricettive nel Comune di Brissago può passare dall'implementazione di strutture ad alto valore esperienziale, capaci di attirare una clientela fortemente interessata a pernottare in strutture innovative e dall'alto valore estetico. Queste tipologie di strutture, spesso dotate di un'architettura assai particolare, stanno riscuotendo un successo sempre maggiore grazie anche alla crescente ricerca di soluzioni di alloggio nuove e fuori dall'ordinario. Anche l'utilizzo dei social media, instagram in primis, da parte dei turisti ha contribuito al successo di queste strutture, apprezzate in particolare dai segmenti turistici inclini all'estetismo e alla loro condivisione via social. In questo senso il Comune di Brissago possiede due elementi di elevato pregio, il lago e la montagna, che ben si prestano ad essere valorizzati tramite la posa di queste strutture indipendenti ed autonome.



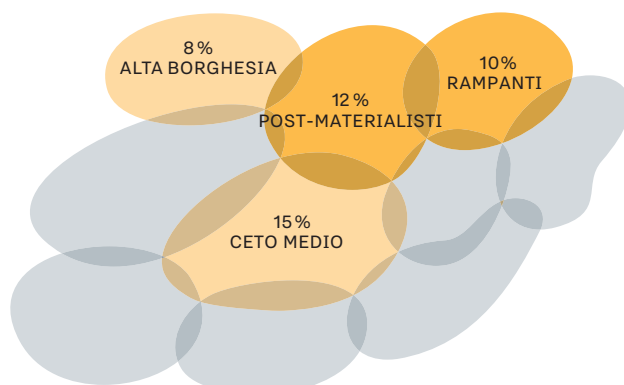
DORMIRE IN RIVA AL LAGO

Una prima variante suggerisce di promuovere al meglio l'attrattiva del lago quale cornice dove installare alcune strutture ad alto valore esperienziale. Posando alcuni moduli (vedi immagine esempio) in riva al Lago Maggiore si potrebbero attirare quei segmenti interessati ad un'esperienza nuova, in un contesto spesso sfruttato solo durante il tempo libero. La vicinanza con il lago permetterebbe una vista e una prospettiva unica, rendendo l'esperienza esclusiva ed indimenticabile. I moduli esperienziali sono adattabili a diversi contesti sia a livello di infrastruttura che di servizi.

DORMIRE IN ALTA MONTAGNA

Una seconda possibilità risiede nel valorizzare maggiormente le montagne brissaghesi installando alcune di queste strutture ad alta quota proponendo ai visitatori un'esperienza unica con un panorama da favola. A differenza della riva del lago, si vuole andare a cogliere quei segmenti che presentano un'affinità maggiore con la natura e la montagna, offrendo un prodotto unico nel suo genere. Come nel caso dei moduli in riva al lago, la tipologia e caratteristiche delle strutture è variegata e permettono un impatto minimo sul territorio e massima reversibilità.

SEGMENTI INCENTIVATI





S4: PASSAGGIO DELLE ATTIVITÀ

INCENTIVARE IL PASSAGGIO INTERGENERAZIONALE DI RISTORANTI E ALBERGHI

Come spesso accade nel mondo alberghiero e della ristorazione a conduzione familiare, non è sempre evidente passare l'attività di famiglia alla prossima generazione, soprattutto in una società dove le opportunità di studio e carriera sono sempre maggiori. La chiusura e successiva perdita di strutture alberghiere e di ristorazione in un contesto sotto pressione come quello di Brissago (spopolamento, perdita di servizi, diminuzione di negozi, ecc.) potrebbe comportare danni non solo al tessuto economico, ma anche a quello sociale. Infatti, sia gli alberghi che i ristoranti giocano un ruolo decisivo quali luoghi d'aggregazione sociale per la popolazione locale. Di seguito sono formulati alcuni consigli su come stimolare il passaggio intergenerazionale di tali attività in modo da garantire la continuità delle strutture, incentivare nuove forme imprenditoriali e, non da ultimo, stimolare l'insediamento di nuovi nuclei familiari in paese.



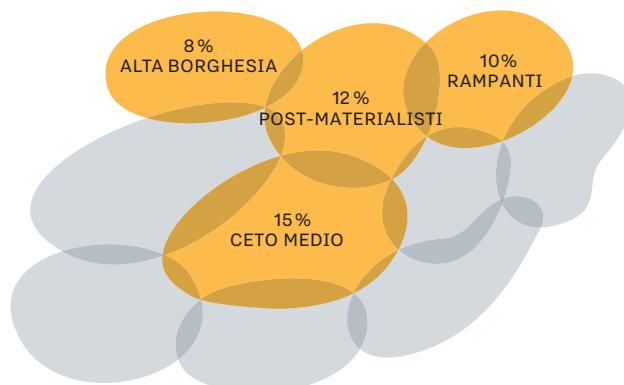
WORKSHOP D'INCONTRO

Il Comune di Brissago, in collaborazione con l'Ente Regionale di Sviluppo, potrebbe offrire ai ristoratori e albergatori che non riescono a trovare un'adeguata successione alla loro attività un aiuto concreto proponendo delle misure che incentivino il passaggio intergenerazionale, per esempio promuovendo l'incontro tra gli attuali proprietari/gestori e delle persone interessate a rilevare l'attività.

COACHING HOTELLERIESUISSE E SECO

Un altro elemento utile a stimolare il settore alberghiero locale consiste nel programma di consulenza promosso da Hotelleriesuisse in collaborazione con la SECO. Questo programma di consulenza gratuita dedicato agli albergatori tende a fornire nuovi stimoli a un settore duramente colpito dall'emergenza sanitaria legata al Covid-19, rafforzando il posizionamento e stimolando tra l'altro il passaggio intergenerazionale.

SEGMENTI TARGET



S5: POP-UP, EVENTI E RASSEGNE F&B

SVILUPPARE UNA SERIE DI EVENTI F&B PER ANIMARE GLI SPAZI PUBBLICI

Assieme al benessere, uno degli elementi che più ha conosciuto un forte sviluppo nell'industria turistica e dell'accoglienza è l'F&B (dall'inglese *Food&Beverage*). Il cibo e la cultura popolare del cibo sono diventate centrali negli interessi della popolazione occidentale, e così anche nella loro esperienza turistica, trascendendo la loro funzione primaria e diventando mezzo di aggregazione ed incontro. In tal senso un po' ovunque nel mondo sono nati concetti molto fluidi ed estemporanei attorno a questi trend: dagli *street food festivals* che valorizzano la gastronomia in formato da strada anche di alto livello, fino a concetti *pop-up* (ovvero di breve durata) per animare piazze e strade che, grazie ad un offerta F&B variegata, permettono a residenti e visitatori di appropriarsi per breve tempo degli spazi pubblici. Una strategia del comune di Brissago in tal senso permetterebbe di arricchire l'offerta di eventi durante la stagione.



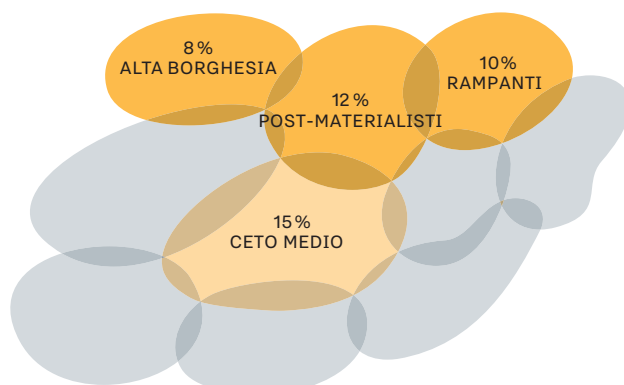
FESTIVAL E RASSEGNE

Che si tengano all'esterno in un parco o lungo le strade e piazze del nucleo, oppure più tradizionali all'interno dei ristoranti, le rassegne e festival legati all'F&B potrebbero essere dei grandi generatori di domanda e di valore aggiunto per la regione. Infatti, questi eventi permettono ad un ampio spettro di produttori, piccoli ristoratori e attori del settore di proporre i propri prodotti in modo informale e diretto. Questi tipi di eventi si svolgono in tante città svizzere e possono prendere molteplici forme ed indirizzi, facendone un formato adatto per ogni destinazione.

EVENTI POP-UP

Dalla foce di un fiume, ad una fabbrica abbandonata, dal tetto piano di un parcheggio pubblico ad un battello, la flessibilità di organizzare eventi pop-up non ha limiti. Lo scopo principale di questi eventi è aprire spazi pubblici o privati, spesso anche dismessi o inutilizzati, da usare per eventi unici e particolari o semplicemente per creare spazi di aggregazione. Una coordinazione a livello locale per stimolare e proporre luoghi inusuali ai diversi attori del variegato panorama F&B svizzero potrebbero portare a eventi unici sul territorio di Brissago.

SEGMENTI INCENTIVATI



S6: UNA PASSEGGIATA GASTRONOMICA

SCOPRIRE LA REGIONE GUSTANDONE I PRODOTTI

Il quarto elemento ipotizzato per valorizzare la fase *Stay There* è rappresentato dalla creazione di un evento capace di unire la gastronomia e l'escursionismo leggero. In questo senso nel contesto sud-alpino sono numerose le passeggiate enogastronomiche che permettono di scoprire il territorio degustando al contempo i prodotti della regione. È quindi naturale ipotizzare tale prodotto anche per la realtà di Brissago, ricca sia di panorami mozzafiato che di prodotti rinomati per la loro qualità. Di seguito sono brevemente illustrati alcuni scenari possibili. Per ognuno di essi è centrale la collaborazione e il coordinamento con ristoratori e produttori attivi sul territorio così da generare un più ampio valore aggiunto per le realtà economiche della regione e per creare una vasta rete di sinergie.



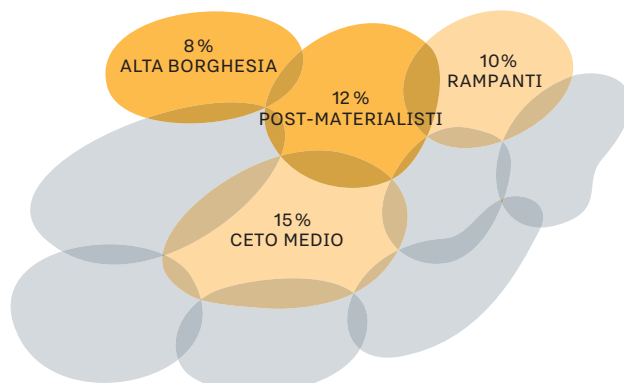
UNA PASSEGGIATA NEL NUCLEO

La prima variante di passeggiata gastronomica potrebbe prevedere la realizzazione di un percorso che si snoda lungo le vie del centro storico di Brissago, suddiviso in tappe demarcate da postazioni dove assaporare piatti tipici a base di prodotti locali. La possibilità di scoprire il cuore di Brissago, approfondendo i suoi aspetti storici e culturali, gustando al contempo quanto di meglio la regione può offrire potrebbe generare interesse verso Brissago, contribuendo a rendere ancora più vivo il borgo.

UNA PASSEGGIATA NELLE FRAZIONI

La seconda variante vuole invece spostare l'attenzione verso le frazioni di Brissago (turisticamente poco conosciute e valorizzate), realizzando un percorso che si snodi tra le caratteristiche cosiddette tre Coste. Realizzando un percorso panoramico, anch'esso suddiviso in tappe demarcate da postazioni, si potrà attirare l'attenzione dei partecipanti verso gli angoli meno conosciuti del comune di Brissago e al contempo sensibilizzarli sullo sviluppo urbanistico che sta caratterizzando il Comune.

SEGMENTI TARGET



L1: VALORIZZAZIONE LUNGOLAGO E PIAZZE

DARE NUOVA VITA ALLA PARTE PIÙ ANTICA DEL PAESE

Il più importante potenziale progetto della fase *Live There* consiste nel valorizzare uno degli elementi di maggior pregio del Comune di Brissago: il suo lungolago e le numerose piazzette che adornano il centro storico. Questi elementi che caratterizzano la parte esteticamente più accattivante del paese sono dotate di un alto valore storico, culturale e sociale, ma presentano non di meno un certo potenziale inespresso. La loro fruizione da parte dei visitatori rimane in un certo senso difficoltosa, o perlomeno limitata a livello esperienziale, anche a causa del traffico veicolare che interessa una parte di questo comparto. Di seguito sono elencati alcuni provvedimenti che si prefiggono di aumentare l'attrattiva e la fruibilità di questi spazi, in modo da renderli dei veri attrattori per il turismo e, più in generale, per aumentare l'offerta di attività di stampo sociale indirizzate anche alla popolazione locale.



LIVE THERE



Strengths

- Abbellire e rendere più fruibile il borgo di Brissago
- Valorizzare il patrimonio storico ed architettonico
- Aprirsi al lago quale principale attrattiva turistica

Weaknesses

- Necessità di trovare soluzioni pubblico-private
- Interventi a finanziamento prevalentemente pubblico
- Spazi ad uso prevalentemente estivo

Opportunities

- Diversificare l'offerta e distinguersi da altre destinazioni sul Lago Maggiore
- Favorire l'insediamento di piccole attività nel borgo come negozi, bar e B&B

Threats

- Limiti imposti dalla pianificazione
- Iter burocratico e permessi

LUNGOLAGO E PASSEGGIATA

Il lungolago di Brissago è stato recentemente oggetto di importanti interventi di valorizzazione e riqualifica, prevedendo spazi adibiti per attività di varia natura. L'importanza di quest'opera rappresenta un primo ed importante tassello per la valorizzazione del lungolago. Per ulteriormente valorizzare il patrimonio culturale ed architettonico di Brissago, si incoraggia a prolungare verso sud la passeggiata a lago fino alla chiesa della Madonna di Ponte passando per il Lido. Questo potrebbe inoltre stimolare il ripensamento del comparto attorno ad un simile importante manufatto storico. Nell'ottica di un'ulteriore valorizzazione del lungolago potrebbe essere interessante prendere in considerazione l'allestimento di opere di illuminotecnica che possano mettere in risalto le bellezze paesaggistiche anche durante le ore notturne.



UN NUCLEO STORICO PEDONALE E ANIMATO

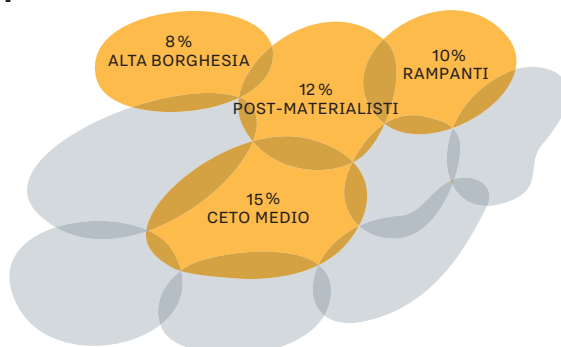
Il nucleo storico, con il suo dedalo di viuzze e piazzette arricchito da un vasto patrimonio architettonico, è tutt'oggi penalizzato dal traffico veicolare e dagli innumerevoli parcheggi disseminati in ogni dove. In questo senso si consiglia di limitare il traffico in queste strade (autorizzando fornitori e residenti), eliminando i parcheggi presenti. Ciò contribuirebbe a migliorare l'aspetto del centro storico e a facilitare la sua fruibilità, incentivando forme di turismo più lente e sostenibili. Inoltre, si consiglia di organizzare eventi regolari quali per esempio mercatini, fiere o piccoli eventi musicali per animare il borgo.



PIATTAFORMA GALLEGGIANTE SUL LAGO

Per ulteriormente incentivare la fruizione del lungolago (e del lago stesso) non solo per passeggiate ma anche per vivere appieno l'elemento acqua soprattutto nella stagione estiva, una possibilità potrebbe essere quella di realizzare una piattaforma galleggiante sul lago. Questa sarebbe ancorata alla riva ed accessibile dal lungolago e potrebbe ospitare un lido più piccolo e intimo rispetto al Lido Beach, ed un bar per aperitivi e pasti leggeri aperto tutto il giorno. Un esempio in tal senso è il Lido Riva Caccia a Lugano, oppure le piattaforme galleggianti con piscina integrata presenti in special modo in diversi alberghi sul Lago di Como, ciò potrebbe fornire un ulteriore vantaggio competitivo sul Lago Maggiore.

SEGMENTI TARGET





LIVE THERE

L2: VALORIZZARE LA MONTAGNA

VALORIZZARE LE FRAZIONI COLLINARI E LE MONTAGNE BRISSAGHESI

Il secondo progetto faro nella categoria *Live There* per la destinazione turistica di Brissago si prefigge l'obiettivo di valorizzare la vasta parte collinare e montana del comune di Brissago. Infatti, la località turistica è pressoché unicamente associata al lago e al borgo che si affaccia su di esso. Tuttavia, Brissago presenta un vasto e meraviglioso territorio che si innalza fino ai 2.186 m s.l.m. del Monte Ghiridone. Oltre al Ghiridone, si conta anche l'altrettanto panoramico (e più facilmente accessibile) Pizzo Leone a 1.659 m s.l.m. A ridosso delle montagne si trovano molte frazioni e nuclei, piccoli gioielli architettonici con piazzette, stretti vicoli ed oratori medievali. Spesso trascurati e nascosti fra le molte case secondarie sorte tutt'intorno, queste frazioni meritano di essere valorizzate, proponendo una narrativa turistica complementare da affiancare alla più conosciuta Brissago in riva al lago.



Strengths

- Valorizzazione di un territorio più ampio
- Rafforzamento dell'identità delle frazioni
- Sfruttamento delle ricchezze paesaggistiche esistenti

Weaknesses

- Fragilità del territorio e necessità di preservazione
- Accessibilità e traffico su strade strette
- Posteggi
- Non adatto a tutti gli escursionisti

Opportunities

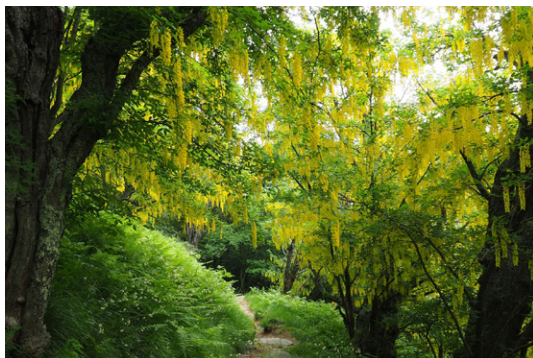
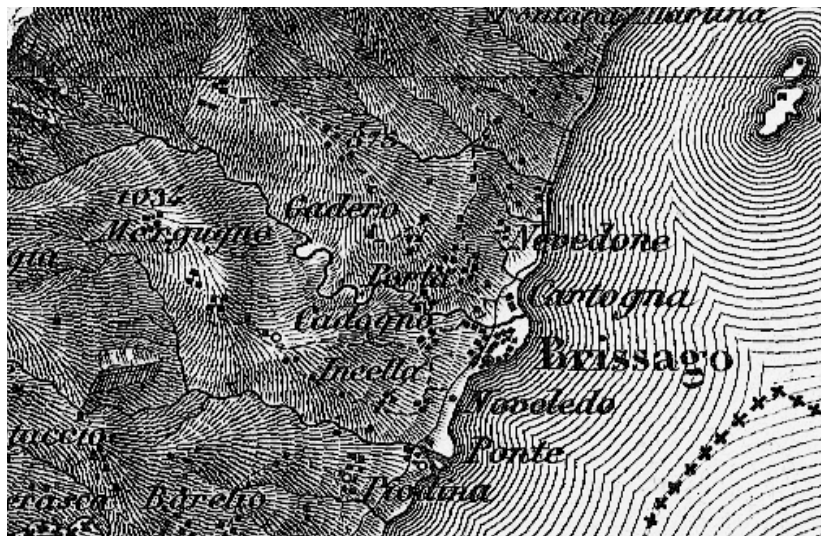
- Crescente desiderio di turismo a contatto con la natura e senza affollamenti
- Trend legato alle piccole località di nicchia

Threats

- Potenziali forme di turismo di massa poco affini al territorio
- Littering e comportamenti scorretti

ALLA SCOPERTA DELLE FRAZIONI

Piodina, Incella, Noveledo, Cadogno, Nevedone, Rossorino, Cartogna, Porta, Gadero: le frazioni caratterizzate da architetture montane medievali, organizzate attorno a piazzette ed oratori e disposte a gradoni su terrazze panoramiche naturali rappresentano un importante patrimonio culturale per il comune di Brissago. Esse sono dei veri scrigni di arte, tradizione e cultura e meritano di essere valorizzate con interventi paesaggistici di riqualifica per metterle in risalto, oltre che collegate da percorsi dedicati. Queste frazioni sono ideali per instaurare un tipo di ricettività ed offerta turistica di qualità caratterizzata da piccole strutture che puntano ad un turismo attento e consapevole della cultura e del patrimonio architettonico locale.



IL BOSCO SACRO DI MERGUGNO

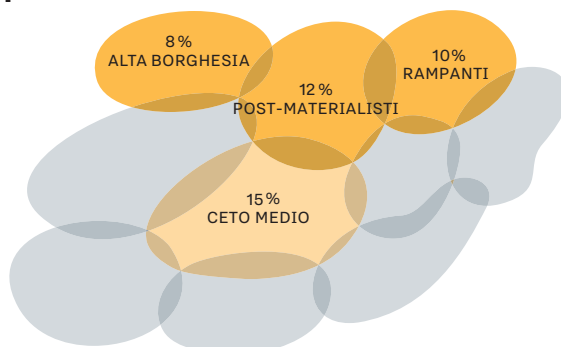
Il percorso che da Mergugno porta al Rifugio Al Legn attraversa la meravigliosa riserva naturale del Bosco Sacro di Mergugno, reputato uno dei boschi più belli della Svizzera grazie alle foreste di maggiociondolo che in primavera hanno una fioritura gialla a cascata. Come il Parco delle Camelie di Locarno o il Parco San Grato a Lugano, i periodi delle fioriture sono sempre molto apprezzati, visitati e soprattutto fotografati e condivisi. Il Bosco Sacro in questo senso è un'attrazione ancora poco conosciuta e da valorizzare. Tuttavia, si segnalano margini di miglioramento inerenti l'accessibilità (parcheggio a Mergugno) e alla mancanza di percorsi segnalati anche brevi e circolari adatti ad un vasto pubblico.



RIFUGIO AL LEGN

Il Rifugio Al Legn è l'unica capanna presente sulle montagne brissaghesi ed è un punto di passaggio per l'ascensione al Ghiridone. Visto il suo panorama mozzafiato sul Lago Maggiore, la capanna presenta delle grandi potenzialità a livello turistico. Tuttavia, il modello gestionale, i posti letto limitati e l'assenza di una vera e propria ristorazione strutturata possono rappresentare un ostacolo per molti escursionisti. In tal senso un'espansione della struttura con l'aggiunta di una componente F&B e l'installazione di rifugi esperienziali come per esempio gli StarBox (caso studio che ha raccolto il 20% di consensi al workshop) sarebbero delle aggiunte ideali per promuovere la montagna brissaghesa.

SEGMENTI TARGET





LIVE THERE

L3: UN PONTE TIBETANO

UN ATTRATTORE DI SICURO SUCCESSO

Il terzo progetto consigliato per la fase *Live There* consiste nel valorizzare e ampliare la rete escursionistica di cui dispone il Comune di Brissago, inserendo un elemento ad alto valore esperienziale: un ponte tibetano. L'installazione di un ponte tibetano nel territorio di Brissago permetterebbe di aumentare notevolmente la visibilità del paese e i flussi turistici, prevalentemente di giornata, sul suo territorio. In questo senso l'esempio del ponte tibetano "Carasc", situato in una valle tra Monte Carasso e Sementina, mostra in modo chiaro il potenziale turistico di questa tipologia di attrazione. La realizzazione di un'opera di tale portata richiede però l'identificazione di un luogo adatto, situato lungo una gola o una piccola valle, e possibilmente già collegato con una rete esistente di percorsi escursionistici. Questo progetto ben si sposa con il progetto faro L2 che prevede la valorizzazione dei nuclei e della montagna.



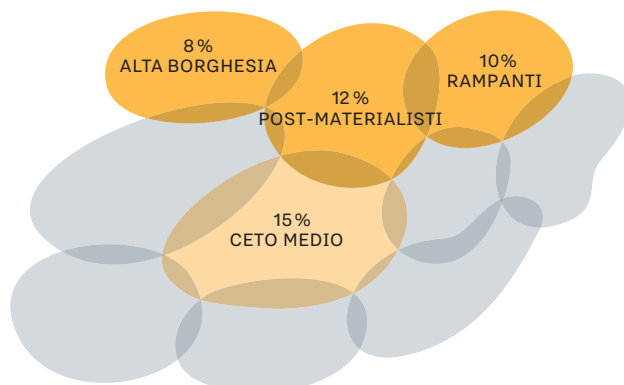
ESPANDERE LA RETE DI SENTIERI IN COLLINA

Analizzando la rete dei sentieri sul territorio di Brissago, si può notare come essi siano prevalentemente verso il lago, dal lago a salire verso la montagna oppure in montagna. Ciò che manca è una rete di sentieri in collina che colleghi le frazioni fra loro al fine di proporre dei percorsi di visita fra di esse. Oggi per visitarle bisogna salire per poi scendere e risalire alla frazione successiva. Grazie ad un collegamento aereo tramite ponte tibetano che permetta di superare i dislivelli delle strette valli di Ponte o del Sacro Monte si potrebbero proporre più ampi percorsi di visita.

GRANDE ATTRATTIVITÀ

I ponti tibetani, oltre che svolgere la loro funzione di mero collegamento fra un punto e l'altro ed essere propedeutici all'estensione dei percorsi escursionistici in collina, hanno un grande potere attrattivo. Infatti queste infrastrutture sono molto utilizzate e fotografate per la loro particolarità e fungono loro stessi da generatori di domanda. Questo tipo di attrazione potrebbe generare interessanti flussi turistici in collina permettendo di valorizzare ulteriormente i nuclei delle frazioni e le loro attività commerciali/ristorative.

SEGMENTI TARGET





LIVE THERE

L4: TRASPORTO PER LE ISOLE

COLLEGAMENTI REGOLARI E FREQUENTI FRA BRISSAGO E LE ISOLE

Le Isole di Brissago, famose in tutta la Svizzera ed a livello internazionale, sono uno dei biglietti da visita del Lago maggiore e portano il nome del Comune. Tuttavia, il trasporto pubblico tramite i battelli fra Brissago e le isole è lacunoso. Infatti, per la stagione 2022 sono solamente sei i collegamenti giornalieri gestiti dalla Società di Navigazione del Lago di Lugano (di cui solo due la mattina) ed altri quattro gestiti dalla Gestione Navigazione Laghi (tutti il pomeriggio). È evidente che l'assenza di collegamenti frequenti e soprattutto la mattina, non sono adatti ad incentivare la visita delle isole e rappresentano un importante ostacolo alla mobilità e libertà di spostamento dei visitatori. A tal scopo organizzare un servizio dedicato di spola fra le isole e Brissago rappresenterebbe un'interessante e apprezzata soluzione.



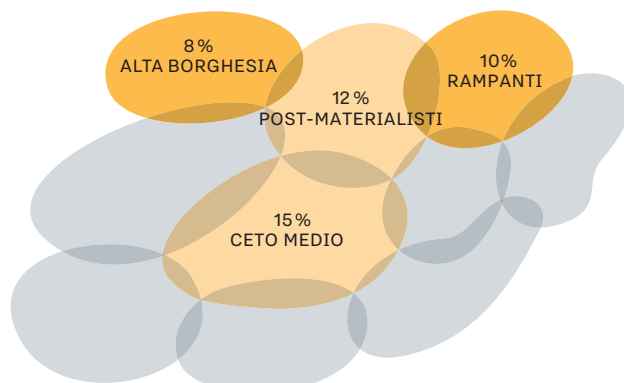
SERVIZIO SPOLA BRISSAGO-ISOLE

Al fine di proporre un servizio all'altezza della domanda, si consiglia di indagare la possibilità di organizzare un servizio di spola fra Brissago e le isole a cadenza regolare. Questo servizio permetterebbe di visitare in maniera molto spontanea e flessibile le isole oppure recarvisi solamente per pranzare a Villa Emden. Il servizio potrebbe anche essere esteso verso Porto Ronco ed il Lido di Brissago e la Chiesa della Madonna di Ponte e con dei biglietti giornalieri *hop-on hop-off* che permetterebbero ai visitatori di spostarsi a piacimento senza limiti di tempo.

UN'ESPERIENZA IN STILE DOLCE VITA

Un ulteriore aspetto positivo di proporre questo genere di servizio di spola con piccole imbarcazioni avrebbe anche una contropartita a livello di immagine, unicità del servizio ed attenzione al cliente. Infatti, utilizzando dei classici motoscafi in legno da 30-35 posti, il servizio sarebbe molto più adatto per la tipologia di segmento ospite a cui si consiglia di rivolgersi: un trasporto dall'immagine più esclusiva e maggiormente a contatto con il lago rispetto ai battelli della navigazione pubblica.

SEGMENTI TARGET



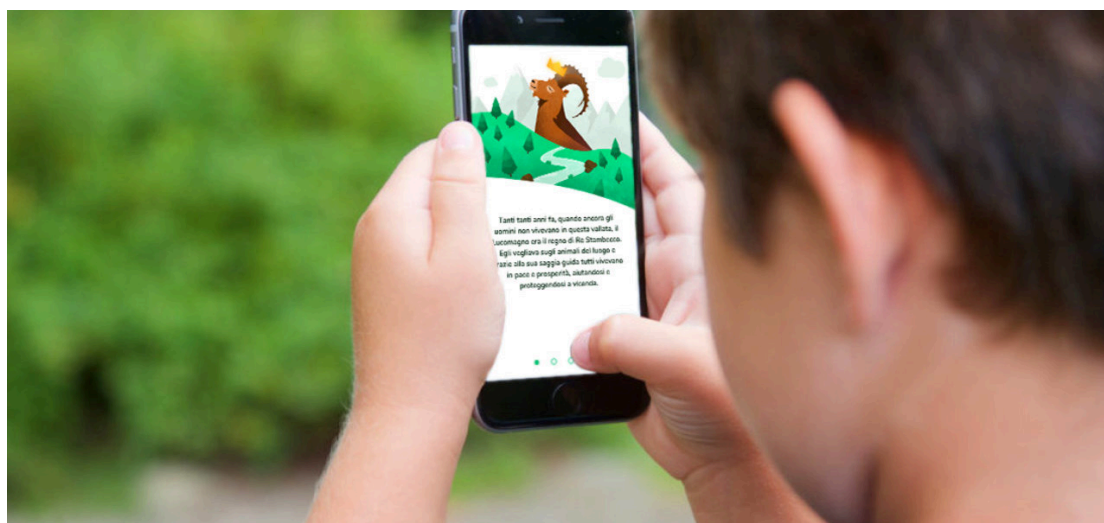


LIVE THERE

L5: CACCIA AL TESORO

SCOPRIRE LA REGIONE GIOCANDO, IMPARARE DIVERTENDOSI

Nello strutturare delle offerte turistiche adatte a famiglie con bambini è fondamentale basare il prodotto su forti connotazioni ludiche in modo da renderlo appetibile ed attrattivo. Nel caso di Brissago si consiglia di realizzare delle cacce al tesoro sul suo territorio, coniugando gli aspetti ludici ad elementi didattici. Con simili strumenti è possibile donare maggior attrattiva alla scoperta del territorio da parte dei bambini e delle loro famiglie fornendo anche diversi spunti educativi sia in ambito culturale che paesaggistico e ambientale. Infatti può spesso essere una sfida per i genitori affrontare dei percorsi medio-lunghi assieme ai più piccoli e mantenerli invogliati a proseguire e non annoiati dal percorso. Questo tipo di attività è dunque perfetta per scatenare la curiosità dei più piccoli e la collaborazione con i loro genitori per dei bei momenti insieme alla scoperta del territorio.



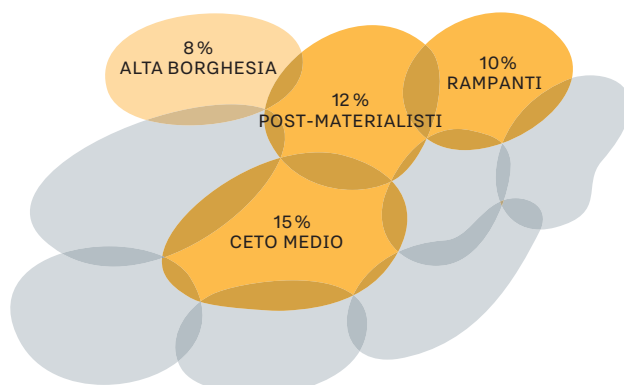
UNA CACCIA AL TESORO NEI NUCLEI

Una possibile variante di caccia al tesoro potrebbe svolgersi fra alcune delle diverse frazioni del comune oltre che del borgo di Brissago stesso. Grazie alle loro stradine che costeggiano vecchi edifici, cappelle e chiese antiche, i nuclei delle frazioni si prestano come cornice ideale dove ideare un percorso che sfrutti la storia e le tradizioni come elemento guida. I paesi sono anche spesso ricchi di storie ed aneddoti locali, di qualche strano personaggio del passato e di qualche evento accaduto: degli spunti perfetti per creare delle storie avvincenti.

DIVERTIMENTO ANCHE PER I PIÙ GRANDI

Oltre che alle cacce al tesoro per i più piccoli, un'idea per valorizzare la scoperta del territorio da parte delle altre generazioni può essere quella delle *escape room* all'aperto. A differenza delle più "classiche" *escape room* al chiuso, in questa variante ci si muove sul territorio inseguendo gli indizi e risolvendo gli enigmi. Anche la durata è più estesa che nelle versioni al chiuso. Questo tipo di attività è particolarmente attrattiva per i giovani ma non solo, infatti il fenomeno delle *escape room* ha riscosso un grande successo negli ultimi anni.

SEGMENTI TARGET





LIVE THERE

L6: PERCORSO CULTURALE

ITINERARIO GUIDATO DI SCOPERTA DELLA CULTURA E PATRIMONIO BRISSAGHESE

Vista la presenza sia a Brissago che nelle sue frazioni di un ampio patrimonio culturale, storico ed architettonico, si consiglia di sviluppare un percorso guidato di scoperta. L'itinerario potrebbe svolgersi prevalentemente nel borgo di Brissago ma anche verso il Sacro Monte e la Chiesa della Madonna di Ponte, oppure nelle frazioni più caratteristiche come Noveledo o Incella. Questi percorsi di visita, già ampiamente utilizzati in molte altre realtà, hanno il pregio di definire un percorso chiaro che già include la maggior parte dei monumenti e luoghi da vedere in una località, così da semplificare la visita da parte del turista che non deve far altro che lasciarsi guidare nel percorso di scoperta. Definendo un percorso e quindi una mappa, si può anche indirizzare il visitatore a passare dalle stradine più intime o più pittoresche, così da fargli evitare le strade più trafficate o quelle meno appetibili.



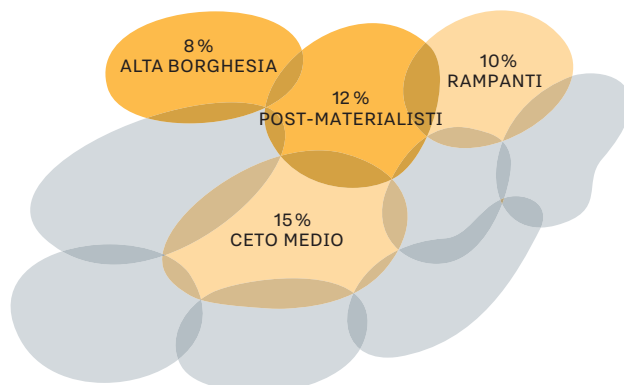
DEFINIRE UN PERCORSO E UNA GUIDA

Questi percorsi di scoperta sono da svolgersi in maniera totalmente indipendente da parte del turista il quale, grazie ad una mappa ed una brochure con le spiegazioni, gli aneddoti e le curiosità locali, può spostarsi liberamente sul territorio. Idealmente il percorso dovrebbe essere accessibile a tutti, dai bambini agli anziani. Eventualmente se ne possono organizzare diversi in base alle preferenze o al tema trattato, tuttavia un percorso generale di scoperta dei principali monumenti è la base da cui partire.

INDICAZIONI E SEGNALETICA

Per meglio accompagnare il visitatore lungo il percorso, si consiglia di sviluppare una segnaletica dedicata al percorso, la quale indica da che parte dirigersi. Queste indicazioni devono essere facilmente riconoscibili e sufficientemente numerose da non far perdere il turista che non vuole necessariamente leggere la cartina mentre passeggia. Sui vari monumenti o luoghi dove è successo un qualche avvenimento o aneddoto, si consiglia di installare pannelli informativi discreti ma efficaci.

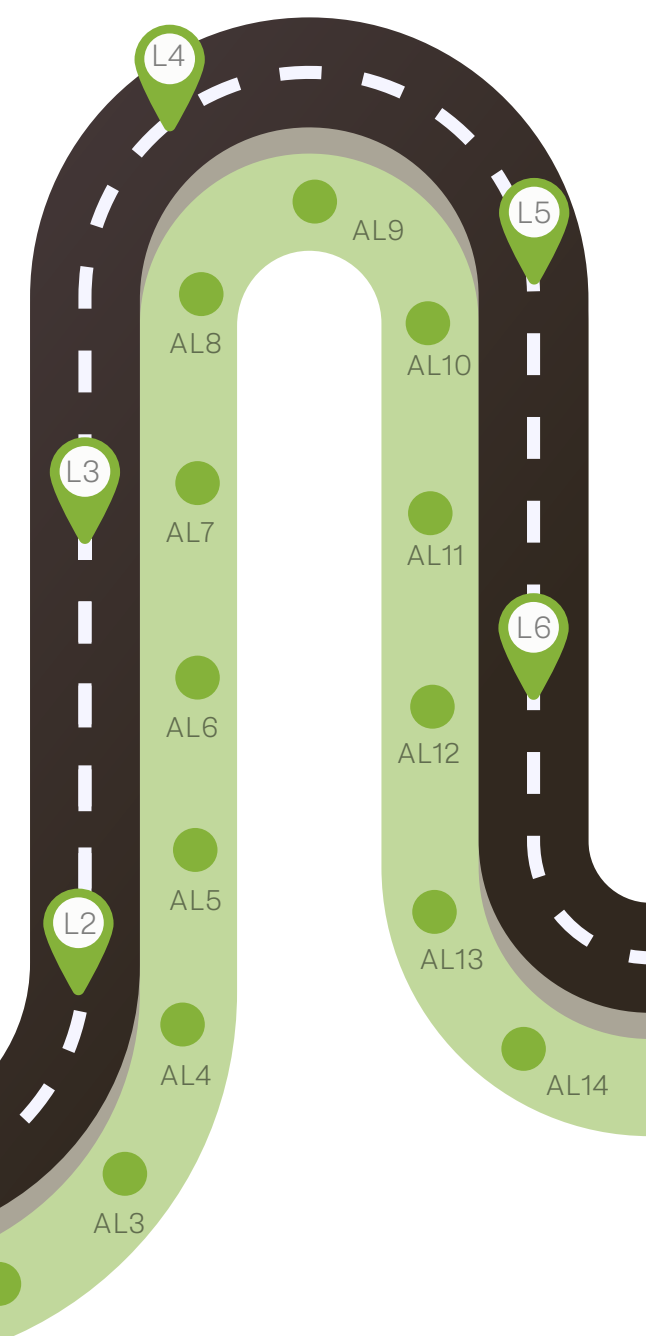
SEGMENTI TARGET



Di seguito si è voluto illustrare graficamente un possibile sviluppo futuro dell'offerta turistica e di conseguenza della catena del valore aggiunto nel perimetro del Comune di Brissago, suddividendolo nelle tre fasi turistiche individuate in precedenza. Per ogni fase sono illustrati sia gli attori già esistenti (vedi parte 1 dello studio) che i potenziali nuovi progetti descritti nelle pagine precedenti. I nuovi progetti sono infatti stati individuati proprio per colmare le lacune individuale all'interno del "Customer Journey" affinché Brissago possa ritrovare la propria corretta dimensione turistica.



Live There



LEGENDA ATTORI

ATTORI "GET THERE"

AG1: Comune di Brissago
 AG2: Infopoint turistico di Brissago
 AG3: Velospot
 AG4: OTR Lago Maggiore e Valli
 AG5: Prato Taxi
 AG6: Ferrovie Autolinee Regionali Ticinesi (FART)
 AG7: Società Navigazione Lago di Lugano

ATTORI "STAY THERE"

AS1: Clinica Hildebrand
 AS2: Yachtsport Resort
 AS3: Pensione Casa Concerto
 AS4: Garden Hotel Primavera
 AS5: Villaggio Reka Brissago
 AS6: Bar Bahia Brissago
 AS7: Bocciodromo Brissago
 AS8: Sunstar Hotel Brissago
 AS9: Ristorante Gabietta
 AS10: Osteria Boato
 AS11: Café Bar Incontro
 AS12: Ristorante Pizzeria Portico
 AS13: Ristorante Agorà
 AS14: Bar Flamingo
 AS15: Parkhotel Brenscino
 AS16: Ristorante Kalea
 AS17: Bar La Filanda
 AS18: Antica Osteria Bolognese
 AS19: Leoncavallo Café
 AS20: Osteria Pizzeria Colibri
 AS21: Residence Venus Garden
 AS22: Hotel Garni Morettina
 AS23: Hotel Garni Rivabella au Lac
 AS24: Negozio da Monica
 AS25: Hotel Ristorante Bellavista
 AS26: Bar Osteria La Prima
 AS27: Ristorante Canvetto Ticinese
 AS28: Ex Centro Dannemann
 AS29: Bar Lido Beach Brissago
 AS30: Hotel Villa Emden
 AS31: Rifugio Al Legn
 AS32: Osteria Borei
 AS33: Booking.com
 AS34: airbnb.com
 AS35: e-domizil.ch
 AS36: casafile.ch
 AS37: Case di vacanza non in affitto

ATTORI "LIVE THERE"

AL1: Yatch Club Brissago
 AL2: Azienda Porti Comunali
 AL3: Boats Charter
 AL4: Tennis Club Brissago
 AL5: Commissione Cultura e Turismo Comune di Brissago
 AL6: Museo Leoncavallo
 AL7: Filarmonica Brissaghese
 AL8: Galleria Amici dell'Arte
 AL9: Tibetan Health Centre
 AL10: Azienda Vitivinicola Girmoit

AL11: Azienda Vitivinicola Chiappini
 AL12: Lido Beach Brissago
 AL13: Giardino Botanico del Canton Ticino
 AL14: Centrale Verbano

LEGENDA PROGETTI

PROGETTI "GET THERE"

G1: Un accogliente benvenuto
 G2: Favorire la mobilità lenta
 G3: Navigazione Lago Maggiore
 G4: La mobilità pubblica
 G5: Infopoint multisensoriale
 G6: "Brissago Concierge"

PROGETTI "STAY THERE"

S1: Il settore alberghiero
 S2: Il settore paralberghiero
 S3: Strutture esperienziali
 S4: Passaggio delle attività
 S5: Pop-up, eventi e rassegne F&B
 S6: Una passeggiata gastronomica

PROGETTI "LIVE THERE"

L1: Valorizzare lungolago e piazze
 L2: Valorizzare la montagna
 L3: Un ponte tibetano
 L4: Trasporto per le isole
 L5: Caccia al tesoro
 L6: Percorso culturale

CONCLUSIONI

Dopo una prima analisi della situazione turistica nel Comune di Brissago (vedi parte 1 dello studio) si è proceduto all'organizzazione di un workshop assieme alla popolazione, agli operatori turistici ed altri portatori d'interesse del turismo a Brissago.

Il workshop, avvenuto il 22.02.2022 a Brissago, ha visto la partecipazione di un folto e partecipativo pubblico al quale sono state poste diverse domande e proposti variegati scenari dei quali si è discusso e sui quali i partecipanti si sono potuti esprimere. L'obiettivo della serata era quello di testare alcuni degli elementi scaturiti dalla prima parte di analisi.

Ai partecipanti è stato inoltre chiesto di esprimersi rispetto a Brissago stessa, in particolare modo di raccontare come secondo loro il Comune fosse cambiato e quali parole chiave potessero descrivere la Brissago di qualche decennio fa, quando l'industria turistica era al suo apice.

Dopo un'analisi retrospettiva si è passati a definire quelli che secondo i partecipanti sono i problemi della Brissago di oggi e quali aspetti ne stanno maggiormente caratterizzando il lento ma costante declino a livello di flussi turistici; trend negativo che anche le statistiche indicano in modo chiaro.

Questa attività ha permesso di prender conoscenza delle problematiche ma anche delle potenzialità che caratterizzano il Comune e da essi

definire quelli che secondo i partecipanti sono gli aspetti che dovranno caratterizzare la Brissago turistica di domani.

Tutti gli elementi scaturiti dalle discussioni hanno così permesso di definire un perimetro di azione ed un traguardo ideale da raggiungere grazie alla definizione di visione strategica a medio-lungo termine per uno sviluppo turistico sostenibile di Brissago, nonché la formulazione di alcuni scenari ed una serie di proposte concrete di intervento realizzabili. In questo senso i 18 progetti proposti all'interno del presente documento hanno lo scopo di colmare le lacune che l'analisi della situazione e del mercato prima, ed il confronto con i partecipanti al workshop poi, hanno evidenziato.

L'obiettivo è che grazie ai progetti proposti si possano gettare delle basi concrete per una Brissago turistica attrattiva, profilata ed autentica, pronta ad affrontare il futuro con entusiasmo ed attenta sia ai bisogni della popolazione residente che dei visitatori.

La nostra visione per Brissago è quella di un comune in grado di valorizzare tutto il suo territorio, dal lago alle montagne, passando per le sue caratteristiche frazioni e panoramici terrazzamenti. Una sfida certo non facile e non priva di possibili ostacoli, ma fondata sulle reali qualità e le autentiche caratteristiche di un meraviglioso territorio affacciato su uno splendido lago.



BRISSAGO

TICINO / SUISSE ITALIENNE

ELIA FRAPOLLI

CONSULENZA

E TURISMO

Strada delle Vigere 1f
6512 Giubiasco Switzerland
+41 (0)76 442 15 03
info @eliafrapolli.ch
eliafrapolli.ch