

L'importanza futura delle residenze secondarie e delle case di vacanza per il cambiamento strutturale nel turismo



Breve introduzione



Personale

Domenico Ferrari

Responsabile del centro di competenze Management e imprenditorialità, Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana (SUPSI)



Focus di ricerca e consulenza:

- Contabilità e controllo nelle organizzazioni non profit
- Organizzazione e processi nelle amministrazioni pubbliche
- Contratti di prestazione nel settore sociale

Ricerca e servizi offerti

«Leisure, Tourism & Experience Management»

Dr. Chiara Bernardi / Daina Matise Schubiger / Dr. Monica Mendini

- Analisi e valutazione del potenziale dei sistemi turistici locali
- Sviluppo e progettazione di concetti di destinazioni turistiche
- Analisi del valore aggiunto di specifiche industrie sportive
- Analisi dei sistemi culturali locali
- Analisi dei sistemi di rete e cooperazione nel settore culturale
- Valutazione dei sistemi di offerta culturale

Tre livelli di successo per le residenze secondarie e le case di vacanza

Norbert Hörburger



I residenti secondari

- Hanno un effetto di stabilizzazione della domanda anche in tempi di crisi.
- Necessitano di essere valorizzati adeguatamente, perché sono più che semplici turisti. Questo richiede che i comuni e le DMO, sviluppino e implementino innovazioni sistemiche.
- Il cambiamento demografico gioca un ruolo importante. La gente invecchia e rimane in forma per molto tempo.

La multilocalità

- Una buona accessibilità è importante per facilitare la multilocalità delle persone.
- Il lavoro indipendente dal luogo di lavoro ha avuto un'enorme ondata di sviluppo ed è una grande opportunità per le regioni periferiche.
- La stagionalità non avrà quindi più un ruolo così importante.

L'immobile

- Il valore aggiunto si crea soprattutto dove gli ospiti pernottano.
- Oltre agli hotel, questo richiede anche appartamenti attrattivi, appartamenti vecchi devono essere rinnovati.
- Servizi all-in-one nella gestione e la ristrutturazione offrono buone opportunità di reddito.
- Le nuove forme di alloggio giocano un ruolo importante.

Focus lecture 1: Turismo residenziale - Quo vadis?

Marcus Caduff, consigliere del governo cantonale dei Grigioni,
Capo del Dipartimento degli Affari Economici e Sociali



Focus lecture 1: Turismo residenziale - Quo vadis?

Christian Vitta, Consigliere di Stato Ticino,
Capo del Dipartimento delle Finanze e dell'Economia



Turismo residenziale - Quo vadis?

Messaggi chiave



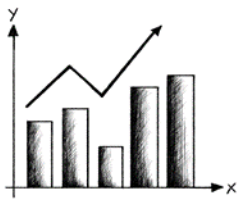
Un cambiamento strutturale nell'industria del turismo è in corso sia nei Grigioni che in Ticino

- Il paesaggio alberghiero è caratterizzato da un numero minore di hotel più grandi
- Costruire nuovi hotel su siti verdi è difficile, tra l'altro a causa della scarsa disponibilità di terreni e possibili obiezioni
- Le località di vacanza più grandi possono essere create solo in misura limitata
- Le aree periferiche hanno poche risorse (finanziarie e umane) a disposizione e le residenze secondarie dovrebbero essere sempre più mobilitate per il turismo
- I cosiddetti modelli "buy-to-use-and-let" sono sempre più diffusi
- La gastronomia è per lo più non redditizia e sarà difficile da sostenere, ma è indispensabile per l'attrattività dell'offerta di una destinazione turistica
- L'offerta di trasporto è molto importante per la progettazione di un sistema turistico integrato
- Il cambiamento demografico verso una società che invecchia accorcia il raggio di viaggio e aumenta la domanda di case di riposo

→ **Le case di vacanza e le residenze secondarie sono molto importanti nei Grigioni e in Ticino. Ci si aspetta che giochino un ruolo chiave nel rivitalizzare l'offerta turistica**

Focus lecture 1: sviluppo del mercato svizzero delle residenze secondarie

Maciej Skoczek, economista e analista immobiliare di UBS



Crisi della Corona

Più tempo libero
Più viaggi nazionali

Homeoffice

Esperienza in montagna
Immobili come investimento sicuro

Rilancio della domanda estera

Gli appartamenti per le vacanze sono molto richiesti

Offerta limitata

Bassa attività di costruzione
Vendita ritardata

*I prezzi
nelle zone di montagna
sono in aumento ...*

*... tuttavia, il divario tra
costoso ed economico
sta aumentando*

Focus lecture 2: sviluppo del mercato svizzero delle residenze secondarie

Maciej Skoczek, economista e analista immobiliare di UBS



Aumento dei prezzi

Più capitale e reddito
sono richiesti

*Il boom sarà seguito
da una caduta?*

Cambio di generazione

40% delle residenze secondarie
sono state costruite tra il 1960-80

Normalizzazione del comportamento di viaggio

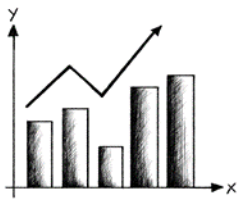
Soggiorni brevi e viaggi all'estero
saranno di nuovo al centro dell'attenzione

Costi sottostimati

I costi di gestione di una casa di vacanza
sono regolarmente sottovalutati

Sviluppo del mercato svizzero delle residenze secondarie

Messaggi chiave



Continuano gli investimenti nelle residenze secondarie

- Persistenza di una fase di bassi tassi di interesse e mancanza di alternative di investimento
- L'offerta di case vacanze gestite in *condivisione* è in crescita
- Le giovani famiglie apprezzano l'importanza di una vita sana nella zona di montagna e sono anche disposte a fornire servizi di ospitalità
- Le residenze secondarie messe sul mercato hanno migliori prospettive di ritorno rispetto agli hotel (cfr. studio "Design to cost" FHGR)

Studio "Design to cost" (Deuber, Hörburger & Schläppi, 2015) - Conclusioni generali

- L'alloggio commerciale nelle zone di vacanza stagionale dei Grigioni è economicamente difficile. I nuovi progetti rendono solo molto selettivamente.
- I nuovi progetti di hotel non sono redditizi, anche senza tener conto dei costi del terreno. Questo significa che sono necessari dei ritorni diversi, che però a seguito dell'accettazione dell'iniziativa sulle residenze secondarie sono possibili solo in misura limitata .
- I nuovi progetti con appartamenti messi sul mercato hanno buone possibilità in buone posizioni, ma c'è poco spazio per l'acquisto di terreni edificabili.
- Per permettere gli investimenti nel settore dell'alloggio, i terreni edificabili devono essere generalmente disponibili a condizioni molto favorevoli o disponibili gratuitamente.
- A causa della scarsità dei ritorni, la professionalità nello sviluppo dei progetti e la loro attuazione sono generalmente di grande importanza.

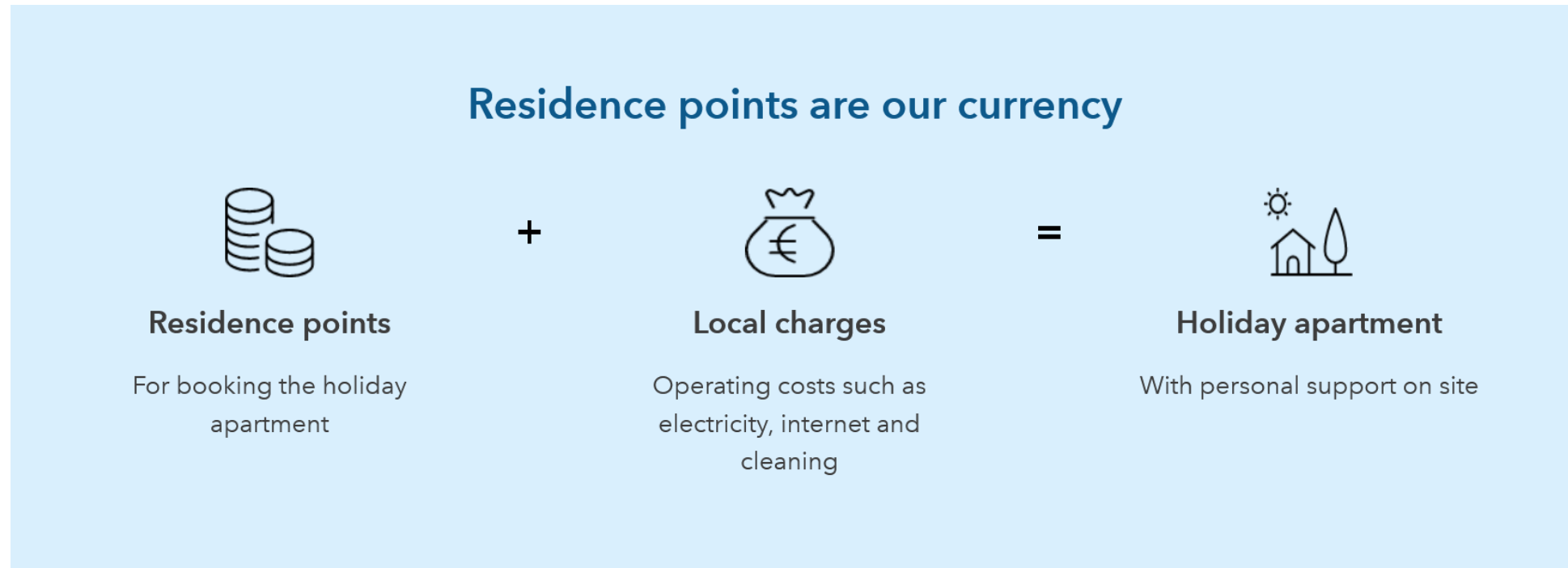
Focus lecture 2: Diversificazione del segmento di business del turismo

Philipp Ries, Head of EMEA smart home partnerships (Google), Presidente del Consiglio di amministrazione (Hapimag AG)



Idea cooperativa "possedere insieme - godere individualmente".

I punti di residenza assicurano che tutti i membri possono trascorrere le vacanze secondo il loro contributo



Focus lecture 3: Diversificazione del segmento di business del turismo

Philipp Ries, Head of EMEA smart home partnerships (Google), Presidente del Consiglio di amministrazione (Hapimag AG)



Gestire l'esperienza del cliente in modo sostenibile e innovare

Condividere un prodotto semplice, flessibile e trasparente



Creare un'esperienza di vacanza stimolante e di alta qualità

Raggiungere nuovi clienti e Ridurre le loro barriere all'entrata

Aumentare l'utilizzo dei punti e utilizzare i resort alla massima capacità

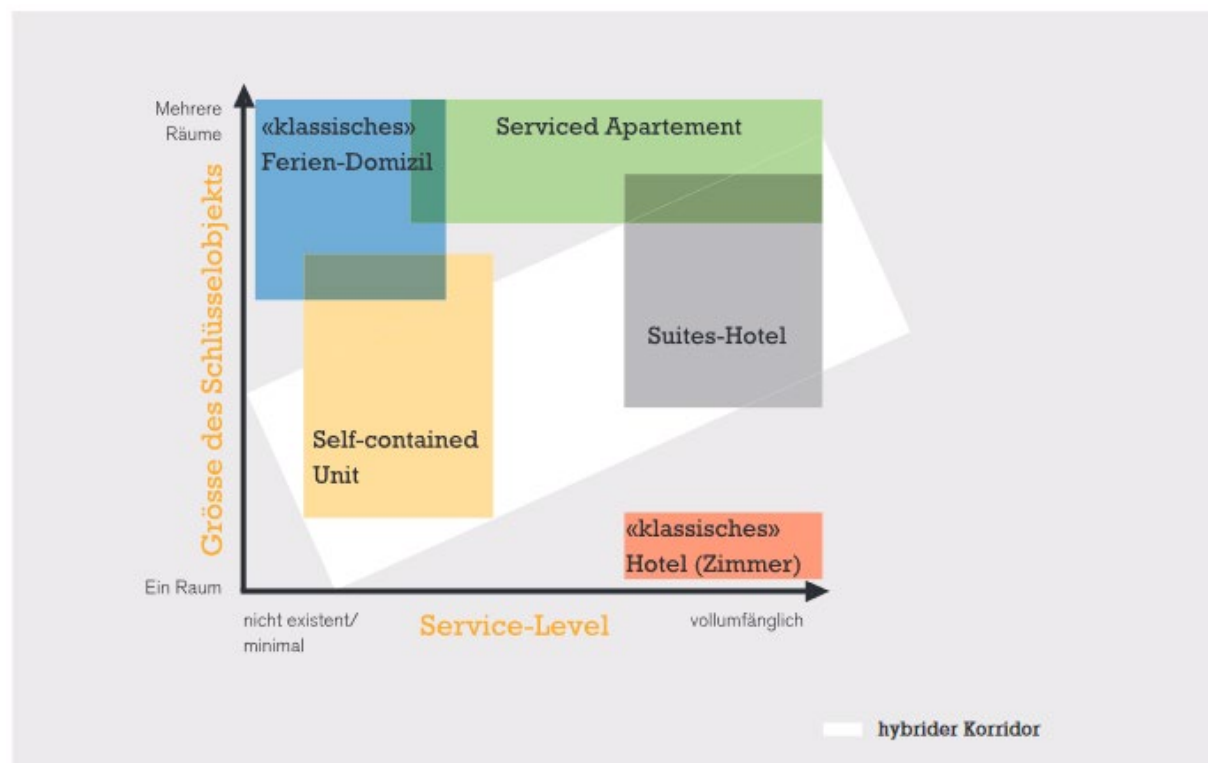
Focus lecture 3: Diversificazione del segmento di business del turismo

Messaggi chiave



La diversificazione è importante per i fornitori e le destinazioni turistiche

- Un'industria parahotelliera più forte aumenta la resilienza nelle crisi
- Una crescente offerta di alloggi gestiti può contribuire a rivitalizzare la periferia, attenuare la stagionalità e creare opportunità di lavoro per la gente del posto.



Breve introduzione

Personale

Norbert Hörburger

Vice capo della ricerca e Servizi e capo di Educazione continua all'Istituto per Turismo e tempo libero (ITF)



Focus di ricerca e consulenza:

- Hotel e alloggi
- Sviluppi nel settore delle seconde case
- Infrastrutture turistiche
- Sviluppo della destinazione
- Finanziamento del turismo

Ricerca e servizi offerti dall'ITF nelle seguenti aree

- Turismo Immobili e Infrastrutture
- Innovazione dei servizi
- Turismo 4.0
- Sviluppo sostenibile



Focus lecture 3: Consigli e insidie con la legge sulle seconde case

Dr. iur. Reto Cramer, avvocato, notaio e membro del Gran Consiglio del GR

Contesto

- La data decisiva per molti regolamenti è stata quella dell'adozione dell'iniziativa popolare "Stop alla costruzione dilagante di residenze secondarie!" l'11 marzo 2012.
- La definizione di un'abitazione non è sempre del tutto chiara dal punto di vista giuridico
- Campo di applicazione: comuni con una quota di residenza secondaria superiore al 20% (art. 1 ZWG)
- Cantone e comuni possono limitare ulteriormente la costruzione di residenze secondarie (art. 3 cpv. 2 ZWG), ma nel cantone GR non ci sono restrizioni cantonali, il cantone delega invece la competenza ai comuni (art. 22a KRG): ad esempio Celerina/Schlarigna e Zuoz

Regole

- Nessuna distinzione concettuale nella legge tra residenze primarie e secondarie, ma solo tra residenze con restrizioni d'uso e residenze che sono libere nel loro uso.
- Abitazioni esistenti: ai fini della legge, un appartamento di è esistente se esisteva legalmente o era legalmente approvato prima dell'11 marzo 2012 (art. 10 ZWG). Questi appartamenti sono liberi nel loro utilizzo e possono essere estesi di un massimo del 30%. Tuttavia, secondo la decisione della Corte Federale, non sono permessi edifici sostitutivi.
- Norme speciali per gli hotel (conversione al 50% della superficie utile principale; art. 8 comma 4 ZWG)
- Le nuove abitazioni sono usufruibili solo come residenze primarie o come abitazioni a scopo turistico.



Consigli e insidie in merito alla legge sulle residenze secondarie

Messaggi chiave

- Le abitazioni devono essere legalmente autorizzate (si applica principalmente alle abitazioni esistenti).
- Legalmente, non ci sono abitazioni approvate come residenze secondarie (ma solo abitazioni libere o ad uso illimitato).
- L'unità strutturale è importante per la valutazione di molti casi (abitazione in senso stretto o esistenza di un alloggio turistico strutturato).
- La conversione di residenze primarie esistenti in residenze secondarie può portare a effetti di spostamento per la popolazione locale, per esempio spostando la gente del posto da residenze primarie ben situate e centrali a luoghi più periferici ("effetto ciambella"). Nuove residenze primarie in luoghi periferici possono andare contro gli obiettivi della ZWG.
- La questione del diritto delle prove: nel caso di estensioni delle abitazioni, si deve registrare con precisione ciò che conta come superficie utile principale, in modo che il 30% possa essere osservato in modo affidabile.

Focus lecture 4: Attivare la periferia

Dr Monica Mendini, Daina Matise Schubiger e Dr Chiara Bernardi; SUPSI



Il futuro sviluppo delle destinazioni alpine sarà determinato da

- Offerte alternative di sport invernali oltre allo sci/snowboard
- Innevamento più tecnico per mantenere le operazioni di sci
- Necessità di sviluppare offerte estive
- Tendenza della vacanza breve, che offre una varietà di opportunità

Una cultura accogliente è centrale per l'attrattività di un luogo. La difficoltà è ancorarla nella mente di tutti.

La diminuzione dell'interesse all'uso da parte dei proprietari di residenze secondarie crea un potenziale crescente per l'affitto degli appartamenti ai turisti

Lezioni dalla pandemia di Covid19

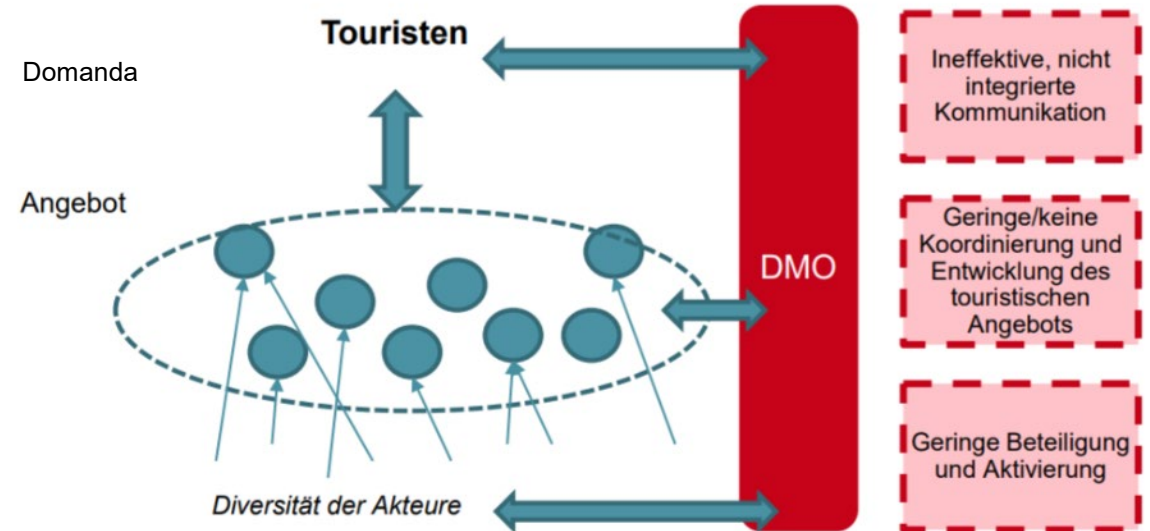
- La sicurezza sanitaria rimarrà una priorità assoluta
- Ci si aspetta flessibilità dagli operatori per quanto riguarda le condizioni di cancellazione e di prenotazione
- La comunicazione digitale lungo l'intero Customer Journey sta diventando sempre più importante



Focus lecture 4: Attivare la periferia

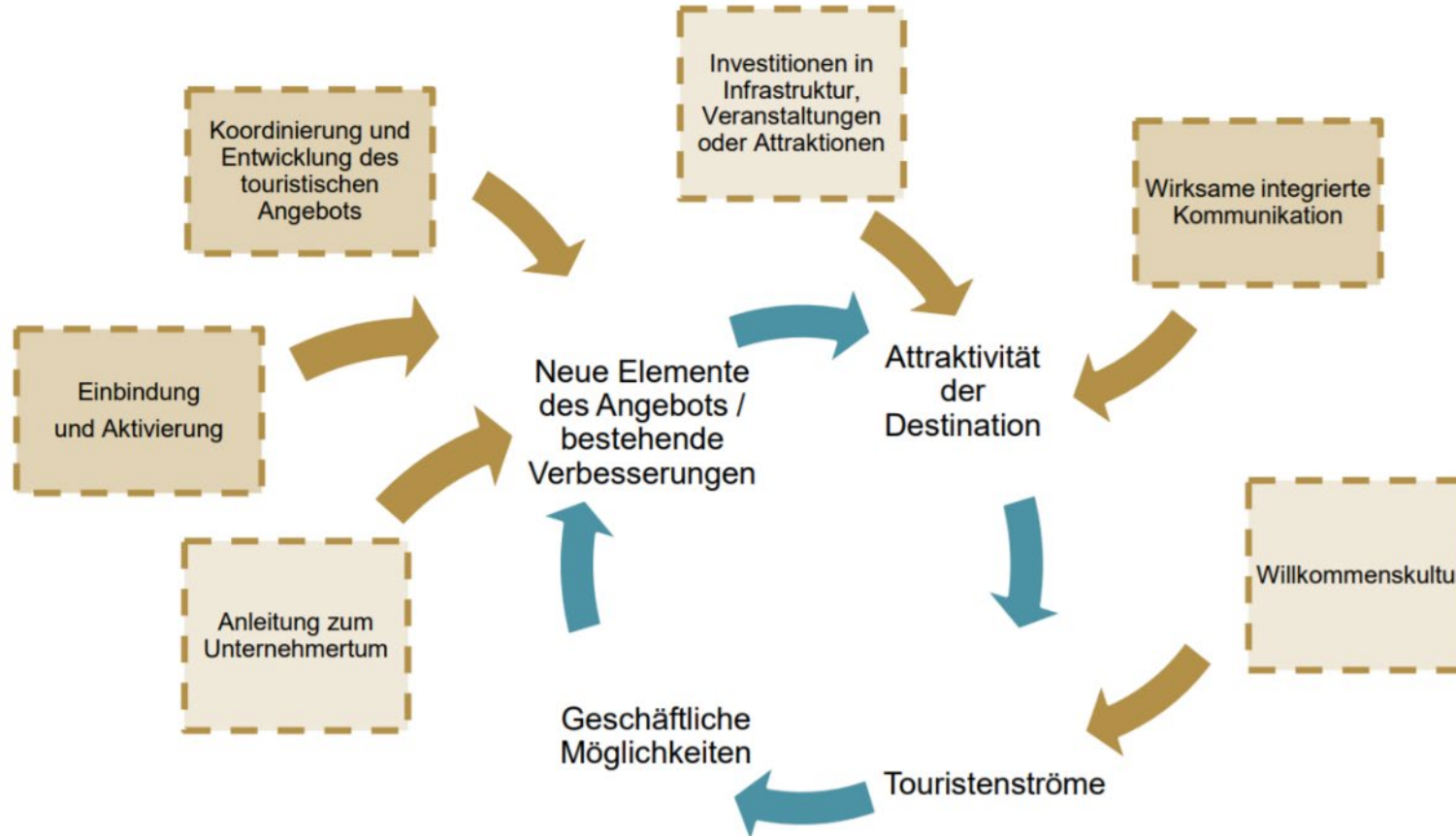
Dr Monica Mendini, Daina Matise Schubiger e Dr Chiara Bernardi; SUPSI

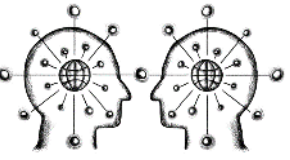
- Una governance della destinazione funzionante è cruciale, ma difficile da mantenere, poiché le destinazioni periferiche devono gestire grandi aree con poche risorse.
- La comunicazione integrata di marketing funziona su tre livelli
 - Inviare messaggi chiari (su tutti i canali)
 - Migliore posizionamento del marchio della destinazione
 - Creare una visione a lungo termine che permetta esperienze di valore per i clienti



Attivazione della periferia

Messaggi chiave

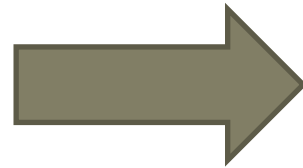




Focus lecture 5: la messa in rete dei residenti primari e secondari

Stefan Kern, responsabile della comunicazione di Andermatt Swiss Alps (ASA), e
Dr. Lena Pescia, docente presso l'Università di Scienze Applicate dei Grigioni

- Andermatt si caratterizza come luogo di vita e di lavoro
- Ad Andermatt Oltre sono stati investiti oltre 1 miliardo di franchi
- L'infrastruttura nella destinazione è stata modernizzata con successo e l'area sciistica è stata ampliata
- Sono stati costruiti dieci edifici di appartamenti e due hotel - 400 appartamenti sono già stati venduti
- Visione della Prime Alpine Destination
- Diverse tipologie di acquirenti secondo i livelli di prezzo degli appartamenti
- La costruzione della comunità è una grande sfida in un comune in rapida crescita come Andermatt (circa il 25% di aumento della popolazione negli ultimi 13 anni).



Riunire la "città vecchia" e la "città nuova" deve riuscire attraverso attività di costruzione della comunità!

Per esempio, attraverso eventi di dialogo, incontri comunitari, concerti, creando occasioni di incontro.

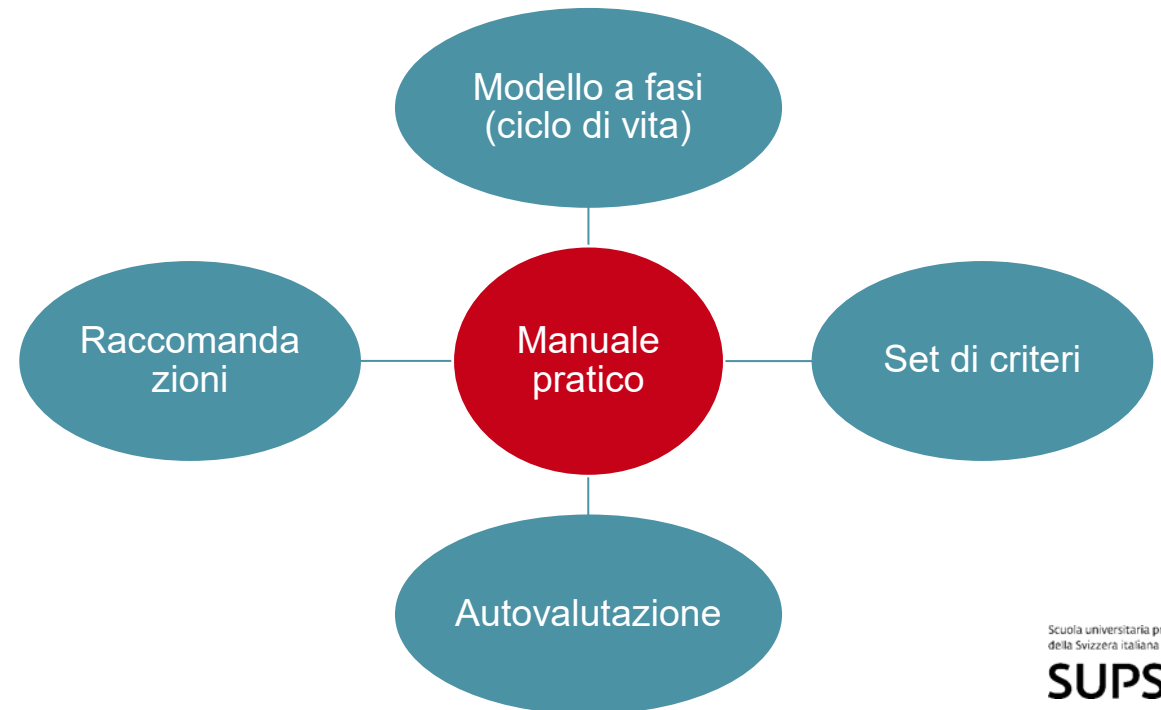


Focus lecture 5: la messa in rete dei residenti primari e secondari

Stefan Kern, responsabile della comunicazione di Andermatt Swiss Alps (ASA), e
Dr. Lena Pescia, docente presso l'Università di Scienze Applicate dei Grigioni

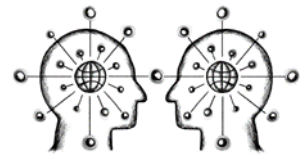
Scopo del progetto Community-Building in Andermatt

- Rendere le comunità "tangibili" per la pratica
- Sostegno alla costruzione della comunità
- Contributo alla rivitalizzazione e all'aumento dell'attrattiva dello spazio abitativo



Messa in rete di residenti primari e secondari

Messaggi chiave



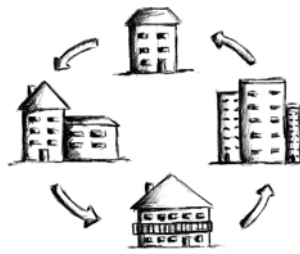
Comunità...

- stanno cambiando permanentemente le reti sociali
 - sono composte da popolazione locale, proprietari di residenze secondarie, ospiti, impiegati e datori di lavoro di una destinazione
 - costituiscono la base per trovare la propria identità
- La costruzione della comunità ha successo solo **attivando e coinvolgendo** tutte le parti interessate con l'obiettivo di creare uno spazio vitale sostenibile.



Focus lecture 6: La multilocalità e le sue opportunità per il turismo

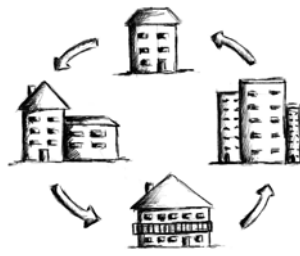
Onna Rageth, ricercatrice associata all'Università di Scienze Applicate dei Grigioni



- Il fenomeno della «amenity migration» è in aumento, poiché le persone desiderano una migliore qualità di vita e dei bei dintorni.
- Il mondo del lavoro sta cambiando drasticamente nella direzione di più freelance, più info-workers.
- Dissolvendo la rigida presenza obbligatoria sul posto di lavoro e una buona accessibilità, uno stile di vita digitale non è riservato solo ai nomadi digitali.
- Per mezzo della workation (fusione di lavoro e vacanze), le destinazioni periferiche in particolare possono beneficiare di ospiti con soggiorni più lunghi, poiché il costo della vita in periferia è di solito più economico che in città.
- Le città non hanno più necessariamente le migliori opportunità di lavoro, poiché la digitalizzazione sta avvenendo ovunque.
- La crisi di Corona ha creato uno slancio che ha accelerato la fuga urbana della gente. Le persone stanno scoprendo non solo le destinazioni di vacanza alpine, ma anche le regioni periferiche delle città, che offrono una vita più economica ed equilibrata.

Focus lecture 6: La multilocalità e le sue opportunità per il turismo

Onna Rageth, ricercatrice associata all'Università di Scienze Applicate dei Grigioni



Servizi per case vacanze e seconde case

Driver di successo per Servizi di portineria

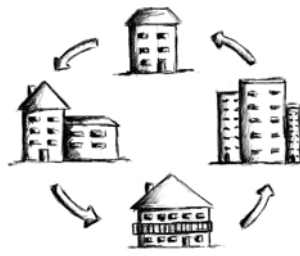
- Individualità
- Personalizzazione
- Fiducia
- Visibilità
- Essere sul posto
- Reception con personale
- Full-Service
- Singolo punto di contatto
- Capire meglio le esigenze dei clienti
- I servizi offrono un potenziale di creazione di valore

I fattori di successo nel Gestione delle strutture

- Pulizie intermedie
- L'area di pulizia rappresenta un'attività fondamentale basata sul volume
- 360° Full-Service
- Coinvolgere i partner locali
- La vicinanza agli hotel come centro di servizi è un vantaggio
- Sfida logistica (Pulizia di oggetti dislocati)
- Sfida finanziaria (margini di guadagno in parte bassi)

La multilocalità e la sua opportunità per il turismo di periferia

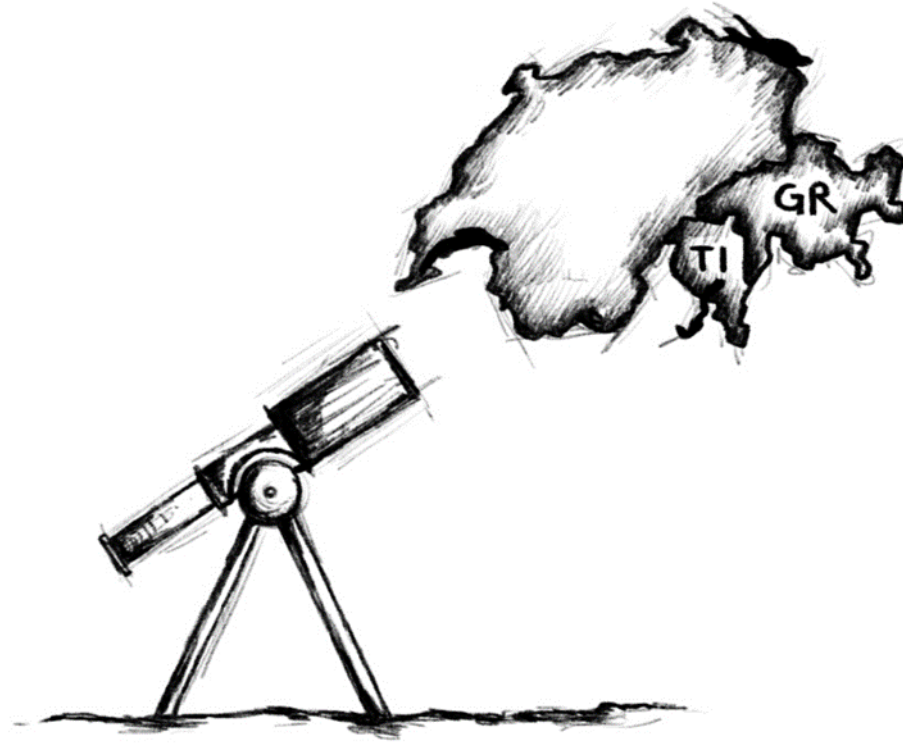
Messaggi chiave



- Un mondo del lavoro che cambia è il motore della multilocalità.
- Lo stile di vita multi-locale degli ospiti apre interessanti opportunità di lavoro per l'economia locale (di alloggi attrezzati (appartamenti serviti, co-living e offerte di co-working)).
- Intorno alle residenze secondarie e alle case di vacanza, si crea così un ecosistema di acquisizione la cui esistenza facilita ai nuovi ospiti il loro stile di vita plurilocale.
- Le seguenti raccomandazioni di azione dovrebbero essere seguite dai fornitori di servizi:
 - Offrire un servizio completo e un unico punto di contatto.
 - Promuovere la convenienza - conoscere i gusti e le preferenze degli ospiti e dei proprietari e coprirli nella pratica con prodotti e servizi adeguati.
 - Generare sinergie con l'industria alberghiera per risolvere i problemi logistici relativi alla mancanza di personale di pulizia (esterno). Se possibile, incoraggiare l'industria alberghiera a condividere il personale con l'industria paralberghiera (la pulizia degli appartamenti è di gran lunga il servizio più richiesto).

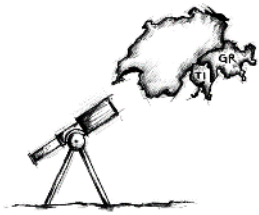
Case secondarie e case di vacanza - le nuove stelle del turismo residenziale

Conclusione e prospettive



Case secondarie e case di vacanza - le nuove stelle del turismo residenziale

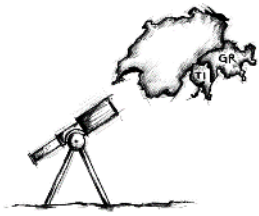
Conclusione e prospettive



- Con la costruzione di comunità di successo, si può creare più connessione con le persone e i luoghi e quindi un turismo più sostenibile nei Grigioni e in Ticino. Ma i proprietari di seconde case non sono un gruppo omogeneo. Non tutti si impegnano con la popolazione locale nella stessa misura.
- La giovane generazione di proprietari di case secondarie tende all'idea della condivisione. Il cambio generazionale di proprietari degli appartamenti offre interessanti opportunità locali (ad esempio l'offerta RenoRent) offre quindi l'opportunità di proporre sul mercato appartamenti nuovi e attrattivi e quindi di attirare anche ospiti internazionali. I prezzi di affitto degli appartamenti di vacanza sono ad un livello competitivo rispetto al resto delle Alpi.
- Le case secondarie e le case di vacanza attrattive, insieme al cambiamento demografico, hanno un effetto molto stabilizzante sulla domanda turistica:
 - Utilizzo di case secondarie/di vacanze utilizzabili anche in bassa stagione da parte di persone flessibili nel tempo che non sono più legati al processo lavorativo e alle vacanze scolastiche.
 - La durata media del soggiorno è più alta per questo tipo di alloggio.
- Gli appartamenti/case di vacanza offrono ai nuovi padroni di casa l'opportunità di entrare nel business dell'alloggio (proprietari di appartamenti privati, fattorie, rifugi alpini, ecc.).

Case secondarie e case di vacanza - le nuove stelle del turismo residenziale

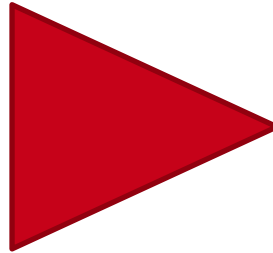
Conclusione e prospettive



Cambio di paradigma nel modo di pensare
Turismo nei Grigioni e in Ticino

Lo sviluppo del turismo nei decenni passati si è concentrato principalmente sugli alberghi e sulle ferrovie di montagna.

Tuttavia, al di là della crescita qualitativa, il potenziale di crescita di questo tipo di offerta è ampiamente sfruttato.



Le case secondarie e le case di vacanza, d'altra parte, rappresentano un'interessante area di crescita per il turismo.

Offrono l'opportunità di costruire nuovi ecosistemi di sussistenza e di beneficiare della crescente multilocalità delle persone.

Fachhochschule Graubünden
Pulvermühlestrasse 57
7000 Chur
T +41 81 286 24 24
info@fhgr.ch

**Scuola universitaria professionale
della Svizzera italiana (SUPSI)**
Via Pobiette 11
6928 Manno
T +41 58 666 60 00
segreteria@supsi.ch



Grazie mille per l'attenzione.

swissuniversities

