

Sfruttare il megatrend del turismo di città:

Argomentazioni per il SÌ alle città animate



Di che si tratta?

- Le città di attrazione turistica necessitano di centri animati, anche di domenica. Tuttavia, finora in Svizzera le aperture domenicali estese riguardano solo le zone turistiche in montagna.
- Ora, con una procedura di consultazione avviata a dicembre, il Consiglio federale intende estendere l'apertura domenicale tutto l'anno anche nelle maggiori città svizzere.
- Nella sua proposta, tuttavia, il Consiglio federale vuole limitare la vendita ai beni di lusso e ai souvenir.
- Viene così mancato l'obiettivo di ravvivare i quartieri chiaramente definiti dei centri cittadini, mediante un'esperienza di shopping allettante che li renda più attraenti per le turiste e i turisti.
- La proposta è pertanto inutilizzabile nella sua forma attuale. HotellerieSuisse chiede una rielaborazione del progetto.

Blerta Ramphos
T +41 31 370 42 02

HotellerieSuisse
Monbijoustrasse 130
Casella postale
CH-3001 Berna
politik@hotelleriesuisse.ch
hotelleriesuisse.ch

Il coinvolgimento del settore turistico

Alla luce dei cambiamenti sociali degli ultimi decenni, oggi le turiste e i turisti si aspettano non solo interessanti offerte per il tempo libero, la cultura e la gastronomia, ma anche svariate possibilità di shopping, 7 giorni su 7. Le città fungono sempre più spesso da hub per escursioni in altre regioni. Ciò apre nuove opportunità di rivitalizzazione dei centri urbani.

Scopra qui di seguito perché **il turismo dice Sì alla liberalizzazione degli orari di apertura domenicale:**

Il turismo svizzero deve rimanere competitivo

Tra le attività principali di chi viaggia vi sono lo shopping e la permanenza, anche la domenica. Soprattutto per il turismo di giornata esiste un enorme potenziale di acquisto inutilizzato nei centri cittadini, di cui l'economia locale potrebbe trarre vantaggio¹. Non sorprende che in altri paesi europei i negozi aperti di domenica facciano già parte del turismo di città, come accade a Londra, Parigi o Lisbona. In considerazione della concorrenza internazionale, orari di apertura adeguati ai clienti sono importanti per rimanere competitivi rispetto alle destinazioni turistiche estere.

Il megatrend del turismo di città come opportunità

Per distinguersi nel lungo termine come destinazioni complete, le città che guardano al futuro hanno bisogno di un buon mix di negozi, offerte gastronomiche e luoghi di svago in centro città. Altrimenti, in futuro si rischia la desertificazione delle regioni e delle città turistiche a causa della migrazione dei clienti verso il commercio online o le destinazioni turistiche limitrofe. La liberalizzazione degli orari di apertura dei negozi nelle città andrebbe di pari passo con il megatrend che da anni si sta diffondendo verso il turismo di città. Secondo la statistica della ricettività turistica (HESTA)², tra il 2009 e il 2019 le bed night nelle aree urbane della Svizzera sono aumentate del 37% circa, mentre le bed night in tutta la Svizzera hanno registrato nello stesso periodo una crescita solo dell'11%.

Adeguare le basi legali alla realtà odierna

Oggi, solo nelle regioni montane sono presenti zone turistiche definite, per via dell'elevata stagionalità. Tuttavia, il concetto di stagionalità contrasta con gli sforzi delle destinazioni e con la nuova strategia della Confederazione di offrire un turismo tutto l'anno. Il cambiamento climatico ha un forte impatto sulla piazza turistica svizzera e richiede misure di adeguamento, soprattutto nel turismo invernale, per contrastare la minore certezza di innevamento. Dal punto di vista della

Confederazione, Innotour, uno strumento di promozione del turismo della Confederazione, pone in primo piano soprattutto lo sviluppo dell'offerta e la diversificazione del turismo svizzero. La promozione del turismo estivo, autunnale e durante tutto l'anno svolge un ruolo importante in questo senso. Le città, in particolare, si sforzano di contenere il più possibile le fluttuazioni stagionali.

I negozi hanno bisogno di piena libertà nell'assortimento di merci

L'assortimento limitato di merci previsto dalla Confederazione nella procedura di consultazione è del tutto estraneo alla prassi. Dal punto di vista turistico non ha senso aprire solo alcuni negozi o addirittura solo alcuni settori di negozi e altri no. Gli assortimenti consentiti non favoriscono un'esperienza d'acquisto allettante. Per i turisti sarebbe impossibile capire come mai solo i gruppi target del segmento di lusso possono fare acquisti la domenica, mentre gli ospiti interessati a un segmento di prezzo medio o basso trovano chiuse le porte del negozio accanto. Inoltre, anche i clienti che possono permettersi di fare acquisti nei negozi di lusso si aspettano un'ampia scelta di negozi in diverse fasce di prezzo.

Il commercio al dettaglio non deve essere penalizzato

L'intera catena di creazione del valore dei centri urbani deve poter trarre vantaggio dai negozi aperti. La proposta del Consiglio federale è impraticabile per il commercio al dettaglio direttamente interessato e distorce la concorrenza. Anche i regolamenti speciali specifici del settore sulle compensazioni aggiuntive per il lavoro domenicale sono estranei alla prassi. A questo proposito devono valere le stesse regole per tutte le esperienze della catena turistica di creazione del valore. Le compensazioni che il Consiglio federale chiede nella sua proposta per il commercio al dettaglio sono estranee al settore della ristorazione, a quello alberghiero e a quello delle istituzioni culturali. Va tutelata la libertà dei settori di attivarsi nell'ambito del partenariato sociale.

¹ Studio del dwif: [Handel und Tourismus: Wie Touristen den Handel und die Innenstädte beleben](#) (Commercio e turismo: come i turisti ravvivano il commercio e i centri cittadini)

² La statistica della ricettività turistica ([HESTA](#))