

Gong per il conto alla rovescia.

Manca un anno a EURO 2008.

1

Il fascino delle rotaie: per giornalisti.

Gli operatori dei media su percorsi ferroviari attraenti.

2

L'ambasciatore dei monti svizzeri.

Un cinese di successo diventa uomo immagine della Svizzera.

3

Mercati internazionali.

Gli undici del calcio tedesco si allenano in Svizzera.

4

N° 3/settembre 2007

Novitads.

La nostra newsletter.

Svizzera Turismo.



Editoriale.



Fondi per Svizzera Turismo (ST).

Le organizzazioni che promuovono il nostro paese sono troppe. Serve una soluzione a questo problema strutturale. È indubbio che ST deve mantenere un ruolo centrale nel settore, ora e in futuro. Il Consiglio nazionale intende però tagliare i fondi a ST e continuare ad affidare la promozione a molti, troppi supporter.

Così non si raggiunge l'obiettivo: per ottenere il successo bisogna avere il coraggio di concentrare e sfruttare al meglio le risorse. Ciò significa contrastare gli elevati tassi d'inflazione dei mercati emergenti (il 10,4% della Russia, il 5% della Cina), altrimenti in tali mercati non esisterà concorrenza. Per tutto ciò servono almeno 195 milioni di franchi nei prossimi quattro anni. I contributi marketing di regioni e partner economici potrebbero trovare un efficace impiego in questo senso.

Christoffel Brändli,
Vicepresidente del Consiglio agli Stati e membro del comitato Svizzera Turismo



Nell'esposizione «Svizzera. Scopri di più.» il paese si mostra sorprendente e positivo, dichiara la consigliera federale Doris Leuthard

Solo un anno al fischio di inizio.

A Interlaken il lancio mediatico dei campionati UEFA EURO 2008™.

Il conto alla rovescia per EURO 2008 è partito: la consigliera federale Doris Leuthard ha inaugurato la mostra «Svizzera. Scopri di più.». 5 container visitabili, a mo' di Croce svizzera, espongono le bellezze nazionali.

Il 7 giugno, a un anno dall'apertura di EURO 2008, ecco il colpo di gong: è stata svelata «Icon», la monumentale bandiera tridimensionale del paese. Sugli schermi della parte accessibile

della Croce svizzera, formata da cinque container, si proiettano filmati sorprendenti e positivi su economia, innovazione, turismo e lifestyle. Svizzera Turismo e la UEFA hanno invitato alla cena di gala «Red & White Night»: a Interlaken sono arrivati circa 200 giornalisti da tutto il mondo, ma anche molti ospiti del mondo dello sport, della politica e della società. Tra questi i cancellieri federali Samuel Schmid e Doris Leuthard, il cancelliere austriaco Alfred Gusenbauer e naturalmente le star del mondo del calcio: professionisti europei e leggende del calcio di un tempo,

che in precedenza hanno disputato l'incontro amichevole Svizzera-Austria sulla Jungfrauoch. Durante la cena «Red & White Night» gli ospiti hanno discusso soprattutto di EURO 2008. Rosso e bianco sono i colori delle bandiere svizzera e austriaca, i due paesi ospitanti. Gli eventi sulla Jungfrauoch e a Interlaken hanno avuto un'eco mediatica enorme. Solo in Germania i più importanti canali tv hanno trasmesso 160 servizi, e non è mancata la diffusione su stampa e radio. Complessivamente si sono contati ben 90 milioni di contatti. www.switzerland.com

In breve.

150 anni di alpinismo svizzero: 36 pagine di fascino del turismo montano sulla «Schweizer Familie».

È iniziato tutto 150 anni fa: il boom del turismo alpino. Ma chi ha promosso i sogni della conquista delle cime bianche in Svizzera? No, non noi svizzeri, sono stati gli inglesi. Così si legge nell'insero speciale della «Schweizer Familie», che è stato pubblicato in collaborazione con Svizzera Turismo.

Con una tiratura di 195 000 copie «Schweizer Familie» è una delle principali riviste del paese. Si stima che con lo speciale sull'alpinismo «Der Aufstieg» ST abbia ottenuto 700 000 contatti. Informazioni:

rebecca.duersteler@tamedia.ch



L'insero della «Schweizer Familie»

Esperienze vitali per i Key Customer.

Su invito di ST e SWISS, i CEO delle più importanti agenzie MICE d'Europa hanno visitato Arosa. I loro feedback sono davvero importanti per il turismo dei congressi.

Uno splendente sole primaverile ha accompagnato i 23 ospiti nel loro breve viaggio sulle innevate cime svizzere. I più importanti partner MICE europei (560 milioni di CHF di fatturato annuo, il 5,5% del totale dei pernottamenti) hanno espresso il loro parere su quanto rende la Svizzera ancora più attraente per quanto riguarda i grandi eventi, i congressi e i convegni. Nei workshop è stato peraltro criticato il fatto che in Svizzera hotel e sale conferenza di ampiezza sufficiente esistano solo a Ginevra e Basilea. Per contro ST e l'efficiente rete di trasporto pubblico delle FFS hanno raccolto grandi apprezzamenti.

Attraverso il paese, di treno in treno.

I media internazionali sono entusiasti del sistema ferroviario.



Carrozza PanGottardo con sedili girevoli: i giornalisti sono entusiasti delle Ferrovie Federali Svizzere (Foto: FFS)

La Svizzera possiede il miglior sistema ferroviario del mondo. Svizzera Turismo ha voluto invitare giornalisti di tutto il mondo per una prova su binario. Verdetto: test superato.

Il nuovo tunnel del Lötschberg avvicina il Canton Vallese al Mittelland: una sola ora di viaggio. Grazie al tunnel di base del Gottardo (galleria ferroviaria più lunga del mondo), il viaggio da Zurigo a Milano in futuro durerà solo 2 ore e 40 minuti. Il collegamento alla rete

ad alta velocità europea rafforza il sistema ferroviario e lo rende non solo più attraente, ma anche più compatibile a livello internazionale. In giugno 64 giornalisti di 21 paesi, tra cui Nord e Sud America, India, Israele e importanti stati europei, hanno potuto convincersene.

Su invito di ST e dei partner FFS, SWISS, Museo Svizzero dei Trasporti e hotelleriesuisse, in cinque giorni di viaggio hanno apprezzato l'alto livello del sistema ferroviario pubblico. I giornalisti sono rimasti affascinati dalla traversata su piroscampo sul Lago dei

Quattro Cantoni, dal tour attraverso il Gottardo su uno dei 26 sedili girevoli della carrozza panoramica PanGottardo e dal viaggio dal Vallese fino al Ticino sulla linea ferroviaria delle Centovalli.

Sono solo esempi dell'attrazione che suscitano i nostri mezzi di trasporto pubblici. ST prevede che i giornalisti pubblicheranno 150 articoli su giornali, periodici e riviste specializzate, ma anche servizi tv e radio: si stimano 69 milioni di possibili interessati in tutto il mondo. Il risveglio del sogno di un viaggio in Svizzera!

Mobilitare tutte le risorse.

Enjoy Switzerland: una città si sta allenando.

Il programma qualità ST ha preso piede anche nella Svizzera francese e nella sua prima città Ginevra, che ne approfitta per allenarsi per EURO 2008.

Enjoy Switzerland è uno dei programmi qualità attivati da ST. Il suo scopo è quello di uniformare la qualità di tutte le attività di una località turistica e di prepararsi al meglio per accogliere gli ospiti.

È però utile stimolare anche la consapevolezza della popolazione rispetto all'accoglienza e incentivarla in questo senso.

Al primo programma di qualità triennale hanno partecipato come regioni pilota le località turistiche di Lenzerheide, Scuol, Villars-Gryon e Zermatt.

Dall'inizio dell'anno 2007 sono entrate nel nuovo programma biennale le località Disentis-Sedrun-Gottardo, Lenk-Simmental, Leukerbad, Leysin, Nyon Région e, per la prima volta, anche una metropoli: Ginevra. Queste lo-

calità possono sfruttare l'esperienza delle regioni pilota.

Urs Wohler, direttore di Scuol Turismo, si esprime così sul coinvolgimento di popolazione e comunità: «Se dietro a un progetto c'è il supporto della comunità, l'applicazione delle misure sarà più efficace.»

Ginevra ha aderito al programma per risaltare come città ospite anche per la sua cortesia, lasciando al mondo un'immagine positiva di sé. Durante e dopo gli EURO 2008.

La campagna Enjoy Switzerland sostiene l'importanza di un'accoglienza consapevole

Svizzera, il paese della cuccagna.

Svizzera Turismo esporta leccornie culinarie nel mondo.

Con «Itinerari gastronomici.» ST rende onore al gusto. E invita i media internazionali a Lavaux. C'è un nuovo Patrimonio UNESCO da festeggiare.

Non sarà facile dimenticare il 28 giugno 2007 nel Lavaux: i vigneti a terrazzo che ricoprono le colline del lago Lemano sono stati dichiarati Patrimonio UNESCO e le campane delle chiese dei 14 comuni suonano a festa. Ne hanno ben motivo: il riconoscimento riveste un'importanza decisiva per il marchio e l'immagine di una regione che vive soprattutto di una delizia del palato, il vino.

Proprio questo piacere è il fulcro del nuovo opuscolo di Svizzera Turismo: «Itinerari gastronomici.» e delle relative campagne a livello mondiale per il suo lancio.

L'opuscolo contiene informazioni, suggerimenti utili e consigli sorprendenti su specialità ed esperienze ga-



Una foto tratta dalla brochure: vini ottimi dal comprensorio del Lemano

stronomiche svizzere. La nuova brochure (tiratura 200 000 copie) è stata presentata proprio in occasione dei festeggiamenti per la nomina a Patrimonio UNESCO del Lavaux, alla presenza di 200 giornalisti provenienti da tutto il mondo. Gli opuscoli sono pub-

blicati in tedesco, francese, inglese e italiano. ST vuole così coprire i mercati di Germania, Francia, Belgio, Inghilterra, USA e Italia, per far conoscere anche in questi paesi il formaggio, il vino e altre specialità regionali svizzere.

Le montagne svizzere chiamano.

Un imprenditore edile cinese è l'uomo immagine della Svizzera.

Wang Shi di Pechino ha scalato con amici e giornalisti la Cima Dufour. Milioni di persone in Cina hanno letto gli articoli sulla spedizione.

ST Pechino ha attirato in Svizzera Wang Shi, il famoso imprenditore edile cinese. A luglio l'appassionato scalatore è arrivato nel Canton Vallese insieme a 15 giornalisti - obiettivo: scalare la Cima Dufour (4634 m s.m.). In origine la meta era il Cervino, ma le condizioni meteorologiche non lo hanno permesso.

In Cina Wang Shi è una delle personalità più famose in campo economico e gode di grande stima: «È ammirato per il suo successo, ma rappresenta anche l'amore per i valori autentici della natura», afferma Simon Bosshard dell'Ufficio ST Cina. «Ecco perché è l'uomo immagine ideale per il turismo nel nostro paese.»

Le sue esperienze si rivolgono a un certo sociale cinese di alto livello, che può permettersi un viaggio in Svizzera. Wang Shi è un fan della Svizzera e trova che il nostro paese sia «efficiente e rilassato».

Insieme a lui ha preso parte alla spedizione anche un'intera troupe del-

l'emittente televisiva cinese «Travel Channel», che ha trasmesso quattro volte un servizio di 40 minuti sull'avventura. I rappresentanti degli altri media cinesi (tv, radio, internet, rivi-

ste) con i loro reportage risvegliarono i sogni di un viaggio in Svizzera di 700 milioni circa di cinesi. L'anno prossimo Wang Shi intende scalare il Cervino, se il tempo lo permette.



Per Svizzera Turismo Wang Shi è l'uomo immagine ideale per la Cina

Qui i video entrano in rete.

Si sospetta un record: il nuovo videoportale su www.MySwitzerland.com supera tutti e promette grandi capacità di sviluppo. Il potenziale è enorme.

Senza alcuna attività di marketing, a metà maggio Svizzera Turismo ha aperto un videoportale. La stessa ST si è sorpresa per il successo ottenuto. A inizio settembre erano già arrivati 600 clip on line. Durata totale di riproduzione: 30 ore. Ogni giorno vengono visionati mediamente 1600 film. La tendenza è in crescita. L'idea del portale è quella di pubblicizzare l'offerta turistica in Svizzera. Organizzazioni turistiche, hotel, provider del tempo libero, ma anche gli stessi turisti possono inserire gratuitamente sul web i loro filmati. Svizzera Turismo controlla i contenuti (verificando che non presentino aspetti non consentiti), ma preserva rigorosamente il concetto di piattaforma libera e aperta che mira a rafforzare la condivisione del pensiero. «Possiamo anche pensare per il futuro di offrire altri canali video a pagamento», dichiara il manager del portale Thomas Winkler. Ma la piattaforma mira a creare soprattutto una cosa: voglia di Svizzera.



Il videoportale su www.MySwitzerland.com

Svizzera Turismo: comunicativa al 100%

Internet
MySwitzerland.com

Teletext
SF DRS, TSR, TSI,
pagine 501-520

Call Center
0800 100 200
(consulenza gratuita)
Da lunedì a venerdì, ore 8-19

Piattaforma marketing per l'EURO 2008.



Nei container: sguardi calamitali dalle immagini svizzere alla base di Alinghi a Valencia

Con l'esposizione «Svizzera. Scopri di più.» e le sue campagne mondiali, ST ha creato una piattaforma marketing per la Svizzera.

In vista degli EURO 2008 ST lancia diverse campagne singole e innovative

per promuovere la Svizzera e i settori: turismo, lifestyle, innovazione ed economia. È un lancio a livello mondiale. L'intenzione è di far conoscere e apprezzare il nostro paese in attesa degli EURO 2008, ma anche oltre. I container, accessibili, ne sono il mezzo. La tournée inizia a Valencia e termina a Vienna.

Germania.



La squadra del Borussia a luglio si allena a Feusisberg/SZ

Dopo Alex Frei, il club tedesco Borussia Dortmund ora «ingaggia» anche Svizzera Turismo.

Christina Marzluff, direttore di ST Germania e Austria, è felice: per i giochi 2007/2008 il BVB della Bundesliga lavora in stretto contatto con Svizzera Turismo. La squadra del Borussia ha tenuto la preparazione per la stagione calcistica presso il Panorama Resort

& Spa di Feusisberg. ST è molto presente nello stadio del Borussia: su cartelloni, nella rivista dello stadio, con 500 schermi nell'area VIP e offerte speciali per gli abbonati.

«In questo modo», afferma la Marzluff, «promuoviamo la Svizzera come paese delle vacanze e dei viaggi presso i fan del BVB.» La collaborazione acquista sempre più significato per la Svizzera, soprattutto in vista di EURO 2008.

Paesi Bassi.

Come si rendono gustose le vacanze in Svizzera delle famiglie olandesi? Proprio con il cibo: i ragazzi hanno cucinato piatti tipici insieme alle star.

«Questo tipo di promozione era una novità anche per me», dichiara Lisette van Dolderen di ST Paesi Bassi. «Ma è stato un enorme successo.» In collaborazione con la rivista di cucina «Delicious» (tiratura 90 000 copie) ST ha organizzato una gara di cucina – tra i premi: vacanze per famiglie a Klosters e Leukerbad. Hanno partecipato 20 bambini.

Gli indici dei pernottamenti dei Paesi Bassi hanno mostrato un buono sviluppo ad alto livello: rispetto al 2005 sono aumentati del 5,1%, mentre nel 2006 le presenze sono arrivate a ben 871 272.



La campagna ha attirato numerose famiglie

Inghilterra.

Gli inglesi hanno dato slancio al turismo svizzero con il loro entusiasmo per la montagna. Oggi sono stati festeggiati proprio per questo.

150 anni fa hanno scalato per primi il Finsteraarhorn e sono rimasti così entusiasti che, subito dopo, hanno fondato il British Alpine Club (BAC): la nascita dell'alpinismo tout-court. I britannici sono stati anche coloro che hanno fatto della Svizzera la meta alpina per eccellenza. Oggi Zermatt festeggia i meriti del BAC ed erige una statua in onore dei pionieri delle scalate. Per l'occasione ST ha invitato nel Vallese undici giornalisti britannici che diffonderanno i loro servizi in patria.



XIX secolo: scalatori sulla vetta della Jungfrau

Corea.

I coreani adorano la Svizzera, anche per la «luna di miele». Un nuovo opuscolo di ST presenta il nostro paese in coreano.

Le città svizzere sono le preferite per le coppie in luna di miele del lontano Oriente. Con la brochure di ST appena uscita in coreano, «Luna di miele svizzera.», gli sposini possono progettare al meglio i loro viaggi di nozze da noi.

Sud Africa.

Le nostre montagne entusiasmano il pubblico sudafricano: «The Alps» suscita molto interesse anche a Pretoria.

«The Alps» sarà proiettato ancora fino a metà marzo 2008 all'IMAX Theatre di Durban. Grazie alle sue immagini spettacolari, anche ai fan del Sud Africa potrà così venire voglia di visitare almeno una volta le Alpi svizzere.

Chi è Svizzera Turismo?

Svizzera Turismo è un'impresa di marketing costituita come ente di diritto pubblico le cui attività, condotte secondo criteri di economia aziendale, sono orientate al cliente e al mercato.

Il consiglio direttivo, formato da 13 rappresentanti del turismo, dell'economia e della politica, è presieduto dal consigliere agli Stati dott. Dick F. Marty. La direzione di Svizzera Turismo è affidata a Jürg Schmid.

Come da decreto federale del 16 dicembre 1994, la funzione primaria di Svizzera Turismo è la promozione della domanda turistica per

la Svizzera come Paese di villeggiatura nonché meta turistica e congressuale, sia all'interno che all'estero. Suo compito prioritario è quindi lo sviluppo e l'attuazione di programmi di marketing capaci di stimolare la domanda e il forte profilamento della Svizzera, come marchio classico-moderno, sui mercati internazionali.

Il team di Svizzera Turismo si compone di 200 collaboratori distribuiti in 29 Paesi e tratta ben 34 mercati diversi. La filosofia aziendale di ST ruota attorno a principi come «Leadership through quality», dinamismo, trasparenza e partecipazione creativa.

Informazioni e contatti.

Daniela Bär Bruderer
Responsabile Corporate
Communications/Media
Telefono 044 288 12 70
daniela.baer@switzerland.com