Estate

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

Band (Jahr): **- (2012)**

PDF erstellt am: **16.05.2024**

Nutzungsbedingungen

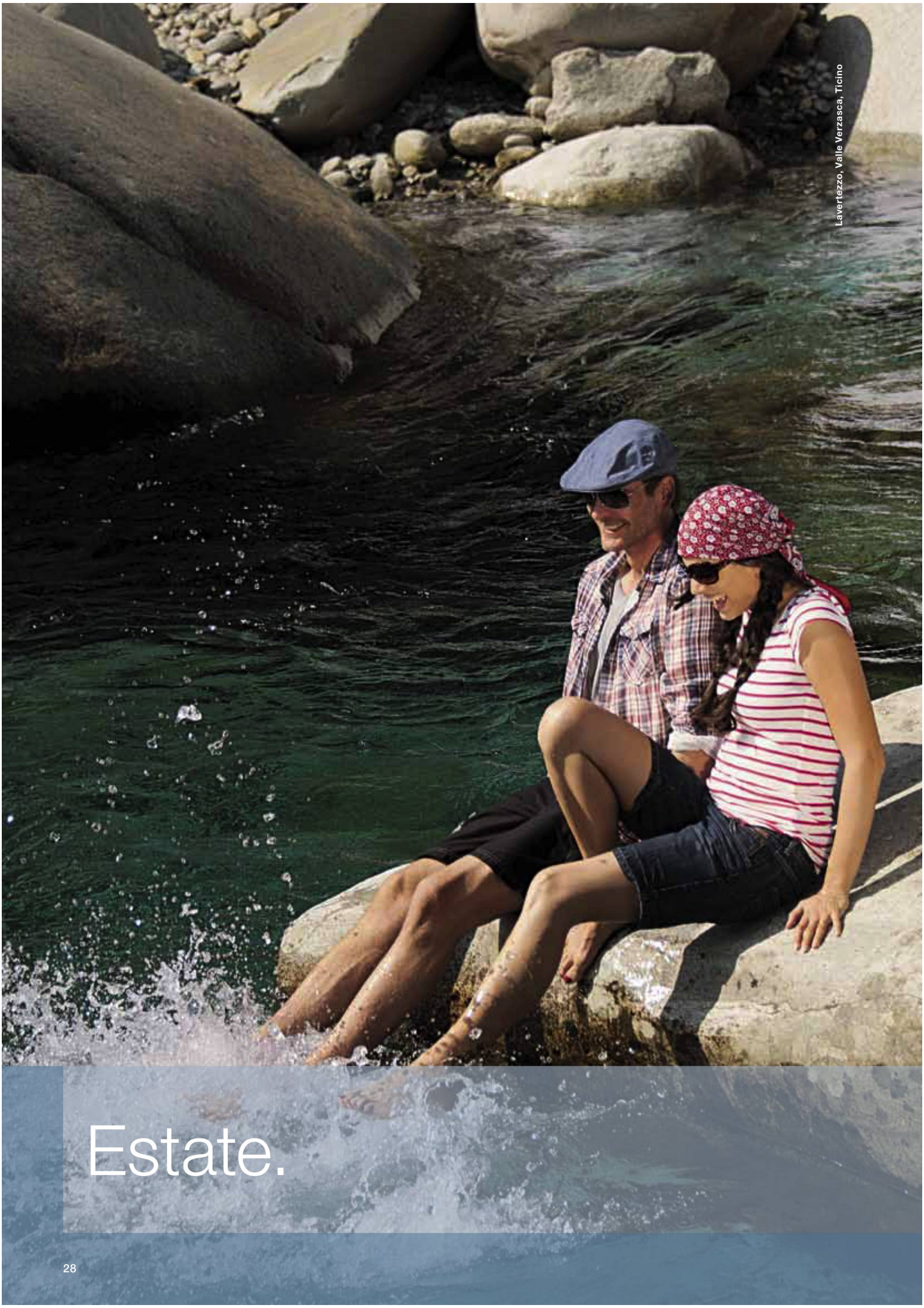
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch



Lavertezzo, Valle Verzasca, Ticino

Estate.

Dati e cifre.

Estate	2012	2011
Budget	CHF 45,8 mln	CHF 41,9 mln
Quota del budget totale	45,4 %	44,5 %
Mercati di destinazione	mondiale	mondiale
Opuscoli distribuiti	29 mln	32 mln
Visite su MySwitzerland.com	13,2 mln*	11,7 mln*
Partecipanti a viaggi stampa di ST	877	940
Contatti mediatici (lettori e audience radiotelevisiva)	4,0 mld	3,1 mld
Pernottamenti generati dal KAM	2,8 mln	2,8 mln

Tutte le cifre incluso programma d'impulso
*Compresi i contenuti della campagna Città

Estate nel Paese dell'acqua.

Nell'Anno dell'Acqua 2012, ST si è presentata con una miriade di idee destinate a spegnere la sete di autentiche ed esclusive esperienze turistiche.

La Svizzera è il castello d'acqua d'Europa: in nessun altro luogo è così facile fare una vacanza sull'acqua e in modo così vario. Limpidi laghi montani, possenti ghiacciai e suggestive cascate creano un paesaggio che sembra dipinto; battelli storici navigano su laghi cristallini in cui si specchiano città affascinanti. Gli appassionati di rafting affrontano impetuosi torrenti e quattro celebri fiumi portano in ogni direzione: dall'Anno dell'Acqua 2012, ST ha potuto attingere a piene mani.

Offerta flessibile e conveniente

L'ospite potenziale ha trovato su MySwitzerland.com oltre 200 idee per vacanze all'insegna dell'acqua. Anche l'edizione estiva del nuovo opuscolo «Svizzera. La rivista delle vacanze.», stampato in sei lingue e in 400 000 copie, ha fornito immagini ispiratrici e un'esauriente sezione dedicata ai servizi. Inoltre ST ha prodotto la guida elettronica «Monti e laghi.», con una selezione di proposte turistiche, e l'opuscolo «Pernottare sull'acqua.» con oltre cento allettanti hotel e campeggi vicini all'acqua. In collaborazione con UBS, ST ha inoltre riunito «150 esperienze acquatiche.» in un opuscolo distribuito anche nelle 300 filiali della banca.

Quanto possa essere attraente il rapporto qualità/prezzo anche in Svizzera lo hanno illustrato GastroSuisse e ST in un opuscolo che elenca 222 alberghi a prezzi convenienti. Su MySwitzerland.com/top50, le 50 migliori offerte sono state costantemente aggiornate con prezzi vantaggiosi o esclusivi servizi supplementari.

Anche Sebi e Paul sono tornati: in un nuovo spot TV i popolari ambasciatori del turismo svizzero hanno rimesso a nuovo il Paese dell'acqua per gli ospiti estivi, e con 245 milioni di contatti marketing e 730 000 clic su YouTube, hanno acceso la voglia di vacanze in Svizzera.

Principali partner turistici della campagna Estate:

Berner Oberland · Fribourg Region · graubünden · Jura Trois-Lacs Drei-Seen-Land · Region du Leman · Luzern · Ticino · Valais

Svizzera.

Gaudenz Thoma, CEO di Grigioni Vacanze, Jürg Schmid, direttore di Svizzera Turismo, Ernst Bromeis, nuotatore e ambasciatore dell'acqua, Dumeni Columberg, sindaco di Disentis/Mustér (da sx).

L'Europa ha vissuto il «miracolo blu».
Il progetto era davvero impegnativo e rischioso: il 2 maggio Ernst Bromeis, atleta svizzero dell'estremo, si è tuffato nelle gelide acque del Lago di Toma, la sorgente del Reno nei Grigioni, per percorrere a nuoto in quattro settimane tutto il fiume fino alla foce nel Mare del Nord. ST lo ha accompagnato con sei eventi mediatici lungo il percorso di 1230 km, per richiamare l'attenzione sulla Svizzera, castello d'acqua d'Europa. Ma le inattese condizioni avverse e il freddo intenso hanno spossato Bromeis al punto da costringerlo a rinunciare all'impresa dopo due settimane. La natura si è rivelata più forte dell'uomo, e forse proprio questo è stato uno dei motivi dell'enorme e positiva risonanza mediatica in tutta Europa, con 334 milioni di contatti generati.

> „La bellezza delle location svizzere si addice perfettamente al racconto."
>
> Mazen Ayyad, presidente della casa produttrice Ayyad Group

Giappone.

Una grande stazione per i siti UNESCO.
Con i suoi 3,6 milioni di passanti al giorno, Shinjuku è la stazione ferroviaria più affollata al mondo. Al suo interno, un locale di 400 m² in posizione ben visibile e allestito in perfetto stile ST, ha ospitato per una settimana le presentazioni degli undici siti UNESCO della Svizzera e dei partner strategici Bucherer, Switzerland Cheese Marketing e Victorinox. L'iniziativa, accompagnata da un'intensa campagna pubblicitaria, ha attratto circa 750 000 visitatori.

Repubblica Ceca.

Praga all'insegna dell'alpeggio.
A Praga, la transumanza svizzera dall'alpeggio è ormai una tradizione: ogni mese di ottobre ST allestisce nella capitale ceca un tipico spettacolo alpigiano con tanto di animali adornati a festa. Ma mai come quest'anno il pubblico è stato così numeroso, con oltre mille spettatori. Insieme ai partner Vallese, Nendaz, Ferrovia retica, Ferrovia della Jungfrau e Swiss Travel System, ST ha distribuito opuscoli in lingua ceca che presentavano le vacanze estive e invernali in Svizzera.

Stati del Golfo.

Visioni bernesi durante il Ramadan.
Su iniziativa e con il sostegno di ST, a Interlaken e Berna è stata girata una telenovela tra le più popolari negli Stati del Golfo. Negli orari di punta del Ramadan, il mese del digiuno, sono andati in onda 30 episodi con stupefacenti immagini della Svizzera. La serie è stata seguita da oltre 21 milioni di utenti. La presenza nella TV araba ha anche offerto ai partner di ST buone opportunità di «product placement».

Germania.

Francoforte balla a ritmo di Svizzera.
Un villaggio di montagna con chalet, uno storico scompartimento della Ferrovia della Jungfrau con un nostalgico servizio fotografico, una lounge in stile e band svizzere in scena: la festa svizzera nelle strade di Francoforte ha attirato 100 000 visitatori ed figurava fra i maggiori eventi «open air» della città. Con musica, specialità culinarie e varie attività, ST e nove partner turistici hanno attirato l'attenzione sulla Svizzera e sulle sue originali proposte turistiche e idee per il tempo libero, all'insegna del tema della festa: «Svizzera – Paese dell'acqua».

Svizzera.

Tutti a bordo! Con UBS sull'acqua.
Cinque franchi per un'intera giornata di navigazione su tutti i laghi e fiumi svizzeri: è il buono con cui il 25 giugno, data del suo 150° anniversario di fondazione, UBS ha ringraziato il popolo svizzero. Anche stavolta la collaborazione tra UBS e ST è stata perfetta: l'iniziativa è stata abbinata alla campagna estiva con Sebi e Paul e ampiamente messa in risalto da UBS in tutte le filiali, nei mailing alla clientela e in eventi live. Oltre a diventare un tema d'interesse nazionale e a consentire a un vasto pubblico di vivere un'esperienza allettante, l'offerta di UBS ha dato rilievo al tema annuale di ST, la Svizzera come paese dell'acqua. La promozione ha procurato attenzione ed entrate supplementari anche all'Associazione delle aziende svizzere di navigazione.
A fine stagione erano stati riscossi 506 000 buoni su un totale di
1,2 milioni distribuiti.

Sebi e Paul in piena azione: l'iniziativa di UBS ha attirato parecchie centinaia di migliaia di cittadini svizzeri.

Regno Unito.

Immagine olimpica per la Svizzera.
Durante le Olimpiadi di Londra, ST ha gestito la Casa Svizzera in veste di partner ufficiale di Presenza Svizzera: solo nel parco d'arrampicata di Mammut, simbolo del turismo sportivo in Svizzera, si sono cimentati oltre 3000 visitatori. Attraenti opuscoli, divertenti offerte sui social network e consulenza mirata hanno reso il luogo un perfetto centro informativo sul turismo in Svizzera.

Internazionale.

Viaggio stampa nel cuore della Svizzera.
140 giornalisti di stampa, radio e televisione, fotografi e blogger da 30 Paesi di ogni continente hanno accolto l'invito di ST e Lucerna Turismo. A fine estate, un importante viaggio stampa ha dapprima fatto loro conoscere Lucerna e dintorni, per poi condurli con numerose escursioni alla scoperta degli angoli più suggestivi del Paese: Engadina o Ticino, Vallese o Giura. La Svizzera si è sempre confermata come il castello d'acqua d'Europa, dalle mille sfaccettature.