Un simbolo per il settore

Autor(en): **Strittmatter, Hermann**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

Band (Jahr): **- (2016)**

PDF erstellt am: **16.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-685587

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

Un simbolo per il settore

Un nobile fiore dorato risplende in Svizzera dal 1995. Questo simbolo ufficiale dona nuovo splendore a Svizzera Turismo: per la prima volta il settore dispone di un logo unitario.

Per il nuovo logo c'è stata perfino la ratifica del Consiglio federale. L'idea del fiore d'oro progettato dal rinomato pubblicitario Hermann Strittmatter piace molto. Marco Hartmann, allora nuovo direttore di Svizzera Turismo, riunisce il settore sotto un unico marchio, rafforzando così la buona reputazione di cui gode il nostro Paese: il nuovo simbolo deve permettere di riconoscere velocemente la Svizzera. Il logo simboleggia la bellezza naturale, la gioia, i valori e la stabilità, concetti che si ritrovano anche nella scelta di immagini con paesaggi evocativi e nell'uso consapevole del concetto di «vacanze». In poco tempo il fiore dorato si diffonde anche nelle innumerevoli forme promozionali dei partner: finalmente un marchio unico per tutto il settore.

Nuova veste, nuova missione

Il 1° maggio 1995 all'organizzazione nazionale viene dato un nuovo nome e la sua struttura viene modificata. L'Ufficio nazionale svizzero del turismo diventa Svizzera Turismo. Il settore rifiorisce. «Creare valore aggiunto. Insieme e per tutti» è l'intento dichiarato della prima Giornata svizzera delle vacanze che ha luogo a Coira nel 1998: un nome azzeccato in linea con il posizionamento del nostro Paese come terra di vacanze, viaggi e congressi. Il più importante appuntamento per gli addetti ai lavori risale al 1994, con la prima Giornata del turismo svizzero, durante la quale 200 esperti del settore approvano la strategia di marketing dell'UNST. Nel frattempo il numero dei partecipanti si è sestuplicato, e a Zermatt nel 2015 con la nuova formula «Un intero Paese per la giornata delle vacanze» si radunano 1200 visitatori. La perseveranza ha dato i suoi frutti: dalla prima campagna nazionale dell'UNST del 1931 la strada è stata lunga, ma alla fine si è raggiunto il traguardo logico di un unico marchio forte nel quale tutti possano riconoscersi.

Svizzera Turismo.

1991

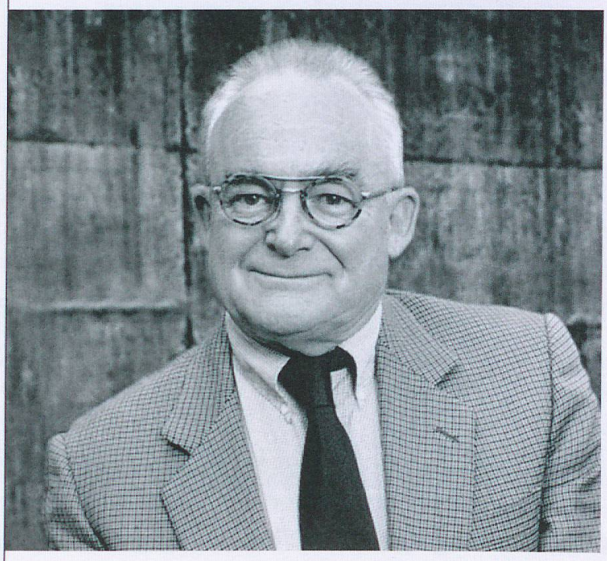
La Svizzera ha un motivo per festeggiare: la Confederazione compie 700 anni. In occasione dei festeggiamenti alla Swiss Court di Londra viene inaugurato l'albero degli stemmi.

75 anni dell'UNST. L'anniversario viene festeggiato con un'edizione straordinaria della «Revue Schweiz».

1993

Fondazione dello Switzerland Travel Centre (STC) per la vendita facilitata e in rete della Svizzera come destinazione turistica. Presente ancora oggi nelle sedi di Zurigo, Londra e Stoccarda.

1998



La nascita del fiore d'oro

Hermann Strittmatter è consulente per la comunicazione, giornalista e presidente attivo del consiglio d'amministrazione dell'agenzia pubblicitaria da lui fondata GGK Zürich, che ha sviluppato il logo con il fiore d'oro di Svizzera Turismo (ST). Nell'intervista Hermann Strittmatter racconta la nascita del logo.

Signor Strittmatter, la Sua agenzia GGK oltre 20 anni or sono ha creato il logo di ST, la stella alpina dorata. Come è nata quest'idea?

Il logo era incluso nella presentazione per un concorso indetto per la nuova campagna Svizzera Turismo. Il mio direttore creativo Victor Zahn e i suoi collaboratori realizzarono diversi progetti. Il concetto: identità svizzera, atmosfera da vacanza. Tutto qui. La proposta originaria però aveva un aspetto molto più alpino, prevedeva infatti una corona di fiori alpini.

Perché è stato necessario cambiare la proposta?

Perché ricordava troppo un'escursione in alta montagna, senza tenere conto a sufficienza dell'offerta urbana. Inoltre il nome della stella alpina, «Edelweiss», è tedesco, cosa che non sarebbe probabilmente stata apprezzata nella Svizzera romanda.

Dice sul serio?

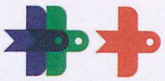
Sì, davvero. Comunque è curioso quanto disse la signora Delamuraz, moglie dell'allora ministro dell'economia Jean-Pascal Delamuraz, competente per Svizzera Turismo: «C'est le nouveau logo? Mais que c'est joli – c'est un Edelweiss!» (È il nuovo logo? Ma quanto è carino – è una stella alpina!). In ogni caso il progetto da noi elaborato, il solare «fiore d'oro», è diventato bellissimo e oggi, accanto alla bandiera ufficiale, è uno dei simboli più conosciuti della Svizzera.

Oggi il logo con il fiore d'oro è ancora idoneo come marchio di Svizzera Turismo?

Assolutamente. Sarebbe irresponsabile gettare questo logo ormai affermato, e sostituirlo con uno nuovo richiederebbe un lavoro immenso.

Il logo della promozione turistica svizzera attraverso le epoche, fino al fiore d'oro del 1995.

Logo dell'Ufficio nazionale svizzero del turismo. A partire dagli anni Trenta



Logo dell'Ufficio nazionale svizzero del turismo. A partire dagli anni Sessanta

Schweizerische Verkehrszentrale

Logo dell'Ufficio nazionale svizzero del turismo. Dagli anni Ottanta al 1995

Prima bozza del fiore d'oro

Svizzera Turismo.

Logo di Svizzera Turismo dal 1995