

**Zeitschrift:** Relazione annuale / Svizzera turismo  
**Herausgeber:** Svizzera turismo  
**Band:** - (2010)  
  
**Rubrik:** Inverno

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 17.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



Inverno.



## Cifre e fatti.

Inverno	2009/2010	2010/2011
Budget	CHF 20,8 mln*	CHF 16,6 mln
Quota del budget totale	24,9%	19,6%
Mercati target	Tutto il mondo	Tutto il mondo
Copie di opuscoli distribuite	10,2 mln	8,7 mln
Contatti su MySwitzerland.com	10,8 mln	13 mln
Partecipanti a viaggi stampa ST	720	690
Contatti mediatici (lettori, spettatori, ascoltatori)	3,9 mld	3,1 mld
Pernottamenti generati dal KAM	1,2 mln	1,2 mln

\* Incl. programma d'impulso

Inverno.

## Sci...volando in avanti.

Chi prenota una vacanza invernale non si accontenta di romantiche baite e riposo, ma cerca anche l'esperienza attiva. E in questo campo la Svizzera è imbattibile: il turismo invernale è nato qui. Nella sua campagna Inverno, ST ha ricordato al mondo che la Svizzera vanta le zone sciistiche più elevate e quindi ha più neve, fin davanti alla porta dell'albergo. Notevoli differenze altimetriche rendono le discese più lunghe e aumentano il divertimento, per un'esperienza invernale senza limiti e coronata da gastronomia, benessere e offerte per famiglie.

### Tutto è pronto per sciare perfette

«Facciamo di tutto per rendere le tue settimane bianche perfette.» è lo slogan con cui ST ha lanciato un'ammiccante campagna Inverno in Svizzera e nei mercati limitrofi, rivolta a sportivi, a chi cerca relax e alle famiglie. Un marketing d'offerta ben studiato con i partner del turismo e dell'economia, dovrebbe incrementare le quote di mercato, anche in bassa stagione. Dal momento che nel 2011 la Pasqua cade a fine aprile, ST e Funivie Svizzere hanno dedicato agli sciatori primaverili una campagna extra, con allettanti pacchetti misti per soggiorni brevi.



## L'eterna magia dei rifugi alpini.

I rifugi svizzeri rendono una vacanza sciistica ciò che dev'essere: perfetta. Sono molto accoglienti e affascinano perché uniscono sotto lo stesso tetto ciò che giovani e vecchi ricercano: pura esperienza invernale, cucina genuina, antidoti alla frenesia quotidiana e vita in un mondo alpino incontaminato.

Principali partner turistici della campagna Inverno:





## Previsioni di vacanze perfette.

**Internazionale** Vacanze sciistiche perfette implicano un innevamento perfetto grazie a nevicate intense e continue. E che questo in Svizzera avviene davvero lo ha mostrato la «sfera di neve» accessibile di ST nel suo roadshow attraverso Belgio, Germania, Francia, Italia, Svizzera e Regno Unito. La distribuzione di 2,3 milioni di copie del supplemento «Inverno. Divertimento a 360°» nei mercati prioritari europei ha dato ulteriore risalto all'inverno svizzero.

## L'inverno svizzero incanta Verona.

**Italia** Prima tappa dell'enorme «sfera di neve» e del suo entourage è stata Verona, dove l'inverno svizzero ha troneggiato nel bel mezzo di Piazza Svizzera. Lo ha fatto a fine settembre per il «Tocati», popolare festival dei giochi tradizionali che per tre giorni ha visto il centro storico di Verona pervaso da un'allegria voglia di festa.

In Piazza Svizzera è stata celebrata anche la tradizione ludica: oltre 200 musicisti di strada e animatori hanno invitato i passanti a partecipare ai giochi e agli sport tipici svizzeri. Molto vistosa la presenza del nostro Paese: dodici ristoranti del centro storico hanno servito specialità svizzere, sui tetti sventolavano più di cento bandiere svizzere e i taxi cittadini hanno accolto la Svizzera con grandi striscioni di benvenuto.

Dei 400 000 frequentatori del festival, circa un quarto hanno visitato Piazza Svizzera e circa mille persone si sono fatte fotografare davanti alla romantica sfera di neve che con vortici di palline di polistirolo come fiocchi di neve, Heidi e maestri di sci invogliava gli Italiani a un'esperienza invernale in Svizzera. La grande azione promozionale di ST e dei suoi partner Ticino Turismo, Zurigo Turismo, STS/RailAway e Ferrovia Cervino-Gottardo ha generato nella ricca e importante regione Veneto ben 31 milioni di contatti.

Ha stimolato la voglia d'inverno svizzero nei visitatori del «Tocati»: Tiziano Pelli (responsabile ST Italia, a sx).

eMarketing

## Attualità invernali sull'iPhone.

**Internazionale** Dal suo lancio a fine 2009, l'applicazione iPhone «Swiss Snow» è stata scaricata 400 000 volte. Essa offre bollettini neve aggiornati di 250 stazioni, con livecam e liste delle piste da sci, snowboard e slittini, oltre a parchi divertimento, piste per sci di fondo, sentieri invernali e itinerari per racchette da neve. Con un tasto, tramite Facebook Connect, gli sportivi possono inserire nel loro profilo Facebook una panoramica dell'area sciistica in cui si trovano, con commenti sulle condizioni d'innevamento o sui bar après-ski.

## Quiz su Facebook per giocatori nati.

**Internazionale** Con lo «Swiss Quiz» su facebook.com/MySwitzerland, ST ha adescato gli enigmisti sul terreno invernale. Tra novembre 2010 e gennaio 2011 c'erano dieci delicati quesiti sulla Svizzera da risolvere, con allettanti premi messi in palio dai partner Mammüt, Stöckli, Rohner e Victorinox. Il primo premio consisteva in una settimana di vacanza, skipass incluso (più volo SWISS per vincitori stranieri). Con oltre 11 000 nuovi fan e 15 200 partite giocate, lo «Swiss Quiz» in inglese, francese, tedesco e italiano, le lingue ufficiali di ST su Facebook, ha suscitato una grande eco.



## L'inverno alla stazione di Anversa.

**Belgio** Prossima fermata: «stazione sciistica Svizzera». A fine ottobre 2010, nella stazione di Anversa, ST Belgio ha messo sui binari il tema Inverno con una clamorosa conferenza stampa: con golf sulla neve, lancio di palle di neve, impilamento delle mucche, flipper «Switzerball», «sfera di neve», e con maestri di sci e Heidi come promotori, il team di ST ha motivato due dozzine di giornalisti e oltre 20 000 visitatori a godersi l'inverno svizzero. Hanno partecipato la regione del Lemano, Vallese Turismo, Swiss Snowsports, STS/RailAway, Ferrovia Retica, Engadina St. Moritz Turismo, Ferrovia e Regione della Jungfrau ed Interlaken Turismo. La copertura mediatica ha totalizzato oltre 4,5 milioni di contatti, tra cui una forte presenza sull'emittente TV «Een» (cronaca e reportage di dieci minuti dalla Svizzera sono stati seguiti da 800 000 spettatori) e sulla TV regionale «ATV» (200 000 spettatori). «Het Laatste Nieuws», il maggiore quotidiano del Belgio con oltre un milione di lettori, ha anche dedicato all'evento un'anteprima. Della «stazione sciistica Svizzera» hanno scritto i cinque maggiori quotidiani. Nel contempo, ST ha organizzato su vari canali radio giochi a premi, tavole rotonde e interviste dal vivo sulla Svizzera invernale.

Ivan Breiter (a dx) e Saar Claeys (entrambi di ST Belgio) hanno lanciato l'inverno svizzero nella stazione di Anversa.

## In pista con lo «Snowtrain».

**Regno Unito** Il luogo era già un programma: nel Museo dei trasporti di Londra ST, Vallese Turismo e le FFS hanno presentato il «treno delle nevi», un innovativo progetto di collegamento diretto tra aeroporto di Ginevra e stazioni di sport invernali nel Vallese. 37 giornalisti hanno apprezzato questo originale prodotto in cui il viaggio è già un'esperienza, sincronizzata con gli orari d'arrivo degli sciatori britannici all'aeroporto di Ginevra. I biglietti si acquistano tramite MySwitzerland.com/snowtrain. Lo «Snowtrain» evidenzia i pregi della rete integrata dei trasporti svizzeri e prepara i suoi passeggeri all'imminente esperienza invernale: maestri di sci dimostrano i primi esercizi, nel vagone bar si ricrea l'atmosfera après-ski, bambini e giocatori si riscaldano con il gioco dello sci per Nintendo Wii, mentre poltrone da massaggio provvedono a rilassare i muscoli. Il «treno delle nevi» circolerà da fine gennaio 2011 per otto sabati in due mesi. Il convoglio è trainato dalla nuova locomotiva FFS in livrea ST, in servizio sulla rete ferroviaria svizzera per un anno. Lo «Snowtrain» è stato oggetto di ampi reportage su mezzi d'informazione illustri come lo «Evening Standard» e vari siti a tema sciistico. In totale, la promozione «Snowtrain» ha procurato circa dieci milioni di contatti mediatici.

## Miniolimpiadi per mediatori turistici.

**Canada** Ai Giochi olimpici invernali è stata il cuore della città di Vancouver: la «House of Switzerland». Qui ST, insieme ai partner Presenza Svizzera, Rail Europe e l'operatore turistico locale «Advantage Prime Travel», ha allestito le «ST Mini Olympics»: 108 mediatori turistici hanno potuto conoscere il lato ludico della Svizzera (ora più vicina grazie ai nuovi voli diretti SWISS/Edelweiss Air) come meta di sport e di turismo invernali. E con esito positivo: grazie a questo evento, «Advantage Prime Travel» ha registrato un aumento del 15% nelle prenotazioni.

Il Comitato Olimpico ufficiale di ST: Mirko Capodanno e Ursula Beamish (entrambi di ST Canada).

