

**Zeitschrift:** Relazione annuale / Svizzera turismo  
**Herausgeber:** Svizzera turismo  
**Band:** - (2011)

**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:** 10.01.2026

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



Inverno.



## Cifre e fatti.

Inverno	2011/2012	2010/2011
Budget	CHF 19,5 mln	CHF 16,6 mln
Quota del budget totale	20,8 %	19,6 %
Mercati target	Tutto il mondo	Tutto il mondo
Copie di opuscoli distribuite	15,3 mln	8,7 mln
Contatti su MySwitzerland.com	13,1 mln*	13 mln
Partecipanti a viaggi stampa ST	676	690
Contatti mediatici (lettori, spettatori, ascoltatori)	4,1 mld	3,1 mld
Pernottamenti generati dal KAM	1,1 mln	1,2 mln

\* Compreso contenuti campagna città

## Inverno per patiti del sole.

«Svizzera. semplicemente naturale.» Uno slogan confermato in pieno per la stagione invernale 2011/2012, che si è svolta all'insegna di neve e sole: elementi naturali autentici e non artificiali, grazie all'elevata posizione delle montagne svizzere.

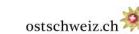


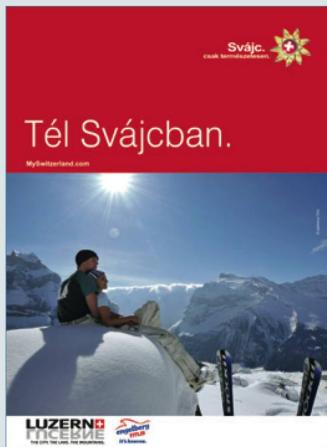
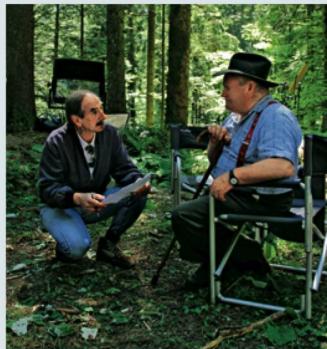
Con ben 29 aree di sport invernali a quote superiori ai 2800 metri, la Svizzera detiene il record europeo. È una garanzia di innevamento e varietà sportiva che si riallaccia alla campagna Inverno dello scorso anno sullo sci: grazie alla maggiore altitudine, la discesa inizia più in alto e dura di più. Inoltre per la quota elevata delle stazioni invernali svizzere, i nostri ospiti si sentono più vicini al sole che inonda più che altrove le numerose terrazze al sole in tutte le regioni della Svizzera.

### Piacere della neve subito accessibile

ST serve all'ospite l'intera offerta invernale su un piatto d'argento. Su MySwitzerland.com/terrazzealsole sono state presentate le terrazze al sole più belle, panoramiche e con la cucina più accattivante dell'inverno 2011/2012, incluso la presenza media del sole, l'accessibilità, le particolarità e altre informazioni. Con altrettanta cura erano descritte online le più belle piste da sci esposte al sole, ordinate per lunghezza e dislivello.

Principali partner turistici della campagna Inverno:





## Pronostico meteo... naturale.

**Internazionale** La Svizzera offre le migliori premesse per un divertimento invernale sereno e straordinario, sempre che la neve e il sole lo consentano. Per poter dare ai nostri ospiti già in bassa stagione la certezza di condizioni meteo ideali, ST si è assicurata un aiuto competente: Martin Horat, profeta del tempo della Muotathal (Svizzera centrale), si è servito dell'ambiente naturale per pronosticare con precisione l'arrivo di un inverno ricco di neve.

### Formiche e sapore della neve entusiasmano

Con il cineasta e premio Oscar Xavier Koller («Viaggio della speranza»), ST ha realizzato due spot TV: nel primo Martin Horat esamina la condizione fisica delle formiche rosse dei boschi che in autunno, a giudicare dalle loro cosce ingrossate, stanno preparandosi a un rigido inverno; nel secondo, Horat assaggia la prima neve in modo da poter pronosticare per il corrente inverno, in base al suo sapore, molta più neve e tanto sole. Gli spot hanno fatto sensazione in tutto il mondo: oltre al messaggio della Svizzera come ottima destinazione invernale, ha suscitato l'attenzione il simpatico ammiccamento. Gli spot sono stati visti sulle grandi emittenti TV del mondo da circa 142 milioni di spettatori.

Il profeta meteo Martin Horat (a destra) con il regista e premio Oscar Xavier Koller durante le riprese dello spot sulle formiche.

## Inverno svizzero nel cuore di Praga.

**Repubblica Ceca** Per stimolare la voglia di montagne svizzere, ST le ha portate a Praga: nel cuore della città, durante il lancio dell'inverno per famiglie e turisti individuali, si è svolto un ritorno dalla malga in stile svizzero con tanto di mucche agghindate, trio di cantori Ländler e delizie gastronomiche. Come destinazione turistica era presente Interlaken Turismo con le Ferrovie della Jungfrau. Hanno assistito all'evento circa 900 interessati, da cui ST prevede di ricavare 3150 pernottamenti in più.

## Opuscolo turistico per milioni.

**Ungheria** Il meglio in estrema sintesi: un opuscolo di otto pagine con offerte prenotabili di operatori turistici ungheresi ha invogliato circa 1,4 milioni di lettori a vivere l'inverno svizzero, generando altri 3,5 milioni di contatti tramite i canali degli operatori coinvolti. I media a cui l'opuscolo era stato accluso hanno pubblicato nella medesima edizione degli articoli redazionali sulla Svizzera. Vallese Turismo, Lucerna Turismo, la regione del Lago di Ginevra e Swiss Travel System hanno sostenuto ST in questa iniziativa promozionale.

## Test per futuri profeti del meteo.

**Internazionale** ST ha rilanciato la predizione di un inverno molto nevoso in un concorso online: ispirandosi a Martin Horat, il profeta meteo della Muotathal (v. articolo precedente), meteorologi dilettanti hanno pronosticato la quota della neve al 15 gennaio e al 31 marzo 2012 presso la stazione nivometrica di Weissfluhjoch (Davos). Primo premio: una settimana bianca per ogni data, incluse lezioni di sci private. Il concorso di gennaio ha registrato 30 357 partecipanti con 3920 nuovi abbonati alla newsletter.



## Passeggeri dal metrò alla seggiovia.

**Italia** Nel recarsi al lavoro, gli utenti della metropolitana milanese si sono stupiti non poco nell'imbattersi in una seggiovia. Uno sfondo davanti al quale i passanti hanno potuto posare e farsi fotografare per vincere un viaggio in Svizzera: stando sugli sci raffigurati alla base del cartellone, quasi sedendosi sulla panca della seggiovia e facendosi ritrarre nella posizione più originale possibile. I concorrenti hanno caricato le loro foto su Facebook, sulla pagina italiana di ST, e le foto migliori hanno vinto un fine settimana nella regione della Jungfrau, viaggio A/R incluso. Hanno partecipato all'azione promozionale le Ferrovie della Jungfrau e Swiss Travel System.

Tiziano Pelli e Jole Lancetti (ST Italia) in una posa di prova sulla seggiovia metropolitana.

Inverno.

### Azione a sorpresa orientata al dialogo

L'iniziativa si prefiggeva di attirare l'attenzione sull'inverno svizzero in un modo inconsueto e di rafforzare la community italiana online di ST. Con i passeggeri della metropolitana ha avuto successo: tra ottobre 2010 e fine 2011, la campagna online della seggiovia ha contribuito ad aumentare il numero dei fan sulla pagina Facebook di ST Italia da 1000 a circa 43 000 unità. ST Italia ha così intensificato il dialogo diretto con i suoi ospiti in maniera personale e originale.

## Key Account Management

## Fuochi d'inverno nelle Fiandre.

**Belgio** Per il lancio della stagione invernale, ST Belgio e i partner Regione della Jungfrau, Engadina St. Moritz, Vallese e Grigioni hanno puntato su una combinazione di prestigio e di «savoir vivre»: il supplemento di 16 pagine nel generoso formato DIN A3 che accompagnava i rinomati quotidiani De Gentenaar, Het Nieuwsblad e De Standaard ha messo insieme articoli redazionali con immagini emozionali della Svizzera turistica, consigli pratici e offerte invernali prenotabili. La pubblicazione ha raggiunto quasi 1,8 milioni di lettori, ovvero oltre un quarto della popolazione fiamminga del Belgio.

## Sul menù: inverno autentico.

**Canada** Rendere incisiva e percepibile l'esperienza turistica della Svizzera nel Canada orientale, a sole sei ore di volo dalla Svizzera: era questo l'obiettivo che ha indotto ST Canada e l'operatore turistico «Tours Chanteclerc» a confezionare nuovi e completi programmi invernali ed estivi. I tour della Svizzera in 2-14 giorni per turisti individuali, proposti sotto la denominazione «Swiss Moments», hanno come centro focale la Svizzera più autentica e più tipica. È previsto l'impiego di prodotti dello Swiss Travel System e del portafoglio alberghiero dello Switzerland Travel Centre, tenendo conto ove possibile degli Hotel Tipici Svizzeri così apprezzati dai canadesi, mentre SWISS offre posti esclusivi sui voli in partenza da Montréal. Le offerte vengono reclamizzate in inglese e francese tramite i siti [www.swissmoments.com](http://www.swissmoments.com) e [www.momentssuisses.com](http://www.momentssuisses.com), ma anche in opuscoli di nuova concezione, nelle fiere, con annunci e mailing, nonché in TV. Il pacchetto di misure è completato da sessioni di formazione sul prodotto. Da «Swiss Moments» ST si aspetta 500 pernottamenti in più solo nei mesi invernali 2011 e altri 5000 nell'intero 2012, soprattutto grazie al programma estivo.

Otto operatori turistici del Quebec nel viaggio informativo di Tours Chanteclerc del dicembre 2011, qui a Zermatt, con successive tappe a Saas-Fee e Grindelwald.

