

**Zeitschrift:** Relazione annuale / Svizzera turismo

**Herausgeber:** Svizzera turismo

**Band:** - (2012)

**Rubrik:** Estate

#### **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**

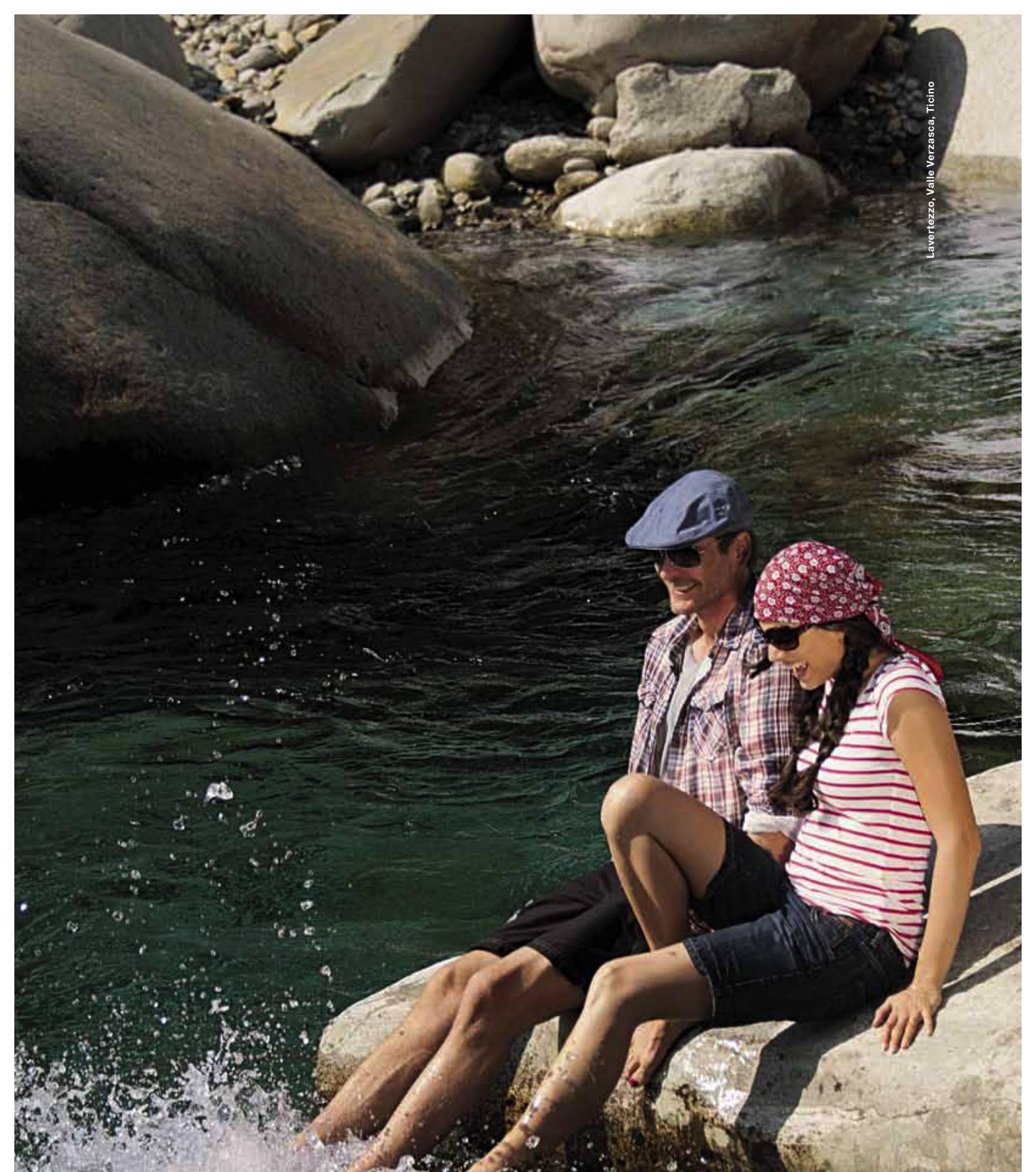
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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:** 11.01.2026

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



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:



## 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 spostato 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 m<sup>2</sup> 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 alpino 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.