

Zeitschrift: Relazione annuale / Svizzera turismo
Herausgeber: Svizzera turismo
Band: - (2016)

Artikel: Un abile lavoro mediatico
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-685584>

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: 12.01.2026

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

DOUBLE MAP SUPPLEMENT: IRELAND, MODERN AND HISTORIC

VOL. 159, NO. 4

NATIONAL
GEOGRAPHIC

IRELAND

ITS LONG TRAVAIL 432

A NEW DAY FOR EIRE 442

WAR AND PEACE IN NORTHERN IRELAND 470

LIFE AMONG MOUNTAIN GORILLAS 50

SOUTH DAKOTA BADLANDS 5

SINGAPORE, MINI-SIZE SUPERSTATE

THE CHANGE HORSESHOE

SWITZERLAND



Il risultato di un lavoro mediatico a lungo termine: il «National Geographic» pubblica un allegato di presentazione della Svizzera come destinazione turistica.

Un abile lavoro mediatico

Il lavoro mediatico è una questione centrale. Se non si curano le relazioni con la categoria di chi produce testi e immagini, la promozione turistica non si può fare. Tutti usano toni entusiastici per raccontare un paradiso alpino ricco di storia: da «Good Morning America» fino alla star araba di internet.

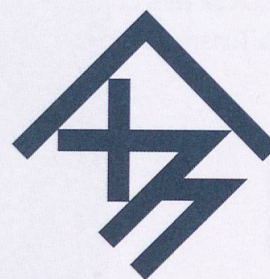
Nella foto: un comune rurale immerso in una tempesta di neve, un padre di famiglia che prepara i suoi pochi beni per il servizio militare, e poi una sequenza di immagini sulla dura vita dei montanari. Il reportage di 30 pagine apparso nel 1986 nella prestigiosa rivista statunitense «National Geographic», che vanta 14 milioni di lettori, è esattamente il genere di reportage che l'Ufficio nazionale svizzero del turismo si augura «per far conoscere la Svizzera e migliorarne l'immagine all'estero». Dagli anni Quaranta si dà più fiducia alla credibilità giornalistica anziché alle pagine pubblicitarie, al punto di vista esterno anziché all'autoelogio.

Invito ai nuovi mass media

Anno dopo anno, diverse migliaia di giornalisti vengono invitati in Svizzera. Questi si muovono individualmente o in gruppo con Swissair/SWISS, FFS e partner a caccia di storie interessanti. A volte raccontano storie degne di Hollywood, come quella di Matt Lauer per lo «NBC Today Show 2011», che trasmise in diretta con otto milioni di telespettatori il suo viaggio dal Cervino allo Jungfrauoch. Anche l'apparizione della «Heidi» sudcoreana ha il suo fascino: Ji Min Han, osannata attrice televisiva e cinematografica, dal 2013 al 2015 è attiva come «Swiss Friend» su mandato di Svizzera Turismo e riesce a risvegliare l'interesse di numerosi blogger e rappresentanti dei media. Il futuro dei social media appartiene a loro: alle star di Instagram come Chris Burkard (California, 2,2 milioni di follower) o a star di internet come Taim al Falasi di Dubai (442 000 abbonati al suo canale Youtube). Le loro visioni della Svizzera nel 2016 raggiungono la community dal vivo in tutto il mondo, a parole e sempre più spesso con immagini suggestive.



Introduzione del servizio telefonico per informazioni turistiche 120. A questo numero si trovano consigli per gite in tutte le lingue del Paese.



La Confederazione taglia il budget all'UNST. L'Associazione svizzera degli albergatori (SHV) interviene versando un contributo di un milione di franchi.

1977

Fine della recessione – inizia la ripresa. Il turismo svizzero è all'avanguardia e si guadagna l'ammirazione internazionale. Con la campagna «Switzerland works» l'UNST dimostra che la qualità non manca.

1979

1981