

Zeitschrift: Annual Report / Switzerland Tourism

Herausgeber: Switzerland Tourism

Band: - (2007)

Rubrik: EURO 2008

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: 20.01.2026

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

EURO 2008.



Oltre «Americas' Cup» e «Alinghi»: a Valencia (Spagna) l'«ICON» ha fatto conoscere la Svizzera agli appassionati di vela.
More than «Americas' Cup» and «Alinghi»: the «ICON» brought Switzerland closer to sailing fans in Valencia (Spain).



La Consigliera federale Doris Leuthard inaugura il «Più».
Federal Councillor Doris Leuthard opens the «Plus».

L'«ICON» va in tournée europea.

Il principale ambasciatore della Svizzera per gli EURO 2008 si chiama «ICON»: la gigantesca croce svizzera formata da cinque container in parte accessibili al pubblico sta compiendo il suo viaggio di un anno attraverso l'Europa, offrendo al suo interno una presentazione della molteplicità di aspetti che caratterizzano la Svizzera. Oltre alla bellezza della regione alpina, essa documenta anche la capacità innovativa del nostro Paese, all'insegna dello slogan coniato per gli EURO 2008 «Il più da scoprire».

«ICON» ha avuto il suo battesimo del fuoco a Interlaken, esattamente un anno prima della partita inaugurale degli europei. Assieme alla UEFA, ST ha invitato alla cena di gala «Red & White Night» 200 giornalisti da tutto il mondo e molti esponenti dello sport, della politica e dell'alta società. Il giorno seguente, 365 giorni prima del fischio d'inizio, una selezione di giocatori professionisti europei e di leggende del calcio ha disputato sui ghiacci perenni dello Jungfraujoch a 3500 m di altitudine una partita amichevole Svizzera-Austria.

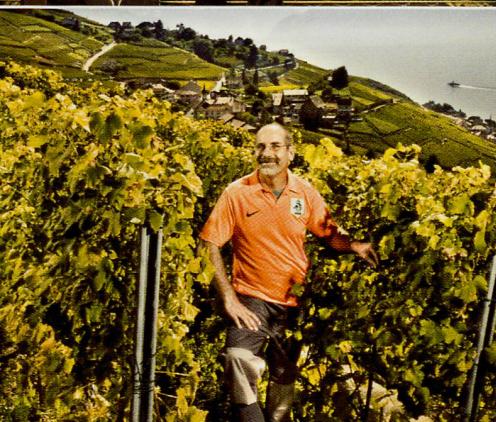
The «ICON» goes on a European tour.

«ICON» is the name of EURO 2008's main ambassador for Switzerland: this Swiss cross – made of five shipping containers which can be visited in part – is touring Europe for a year. Its belly contains an exhibition showcasing the variety of Switzerland. As well as the beauty of the alpine region, the exhibition highlights Switzerland's innovative strength, entirely in keeping with the EURO 2008 motto for Switzerland – «Discover the plus».

The «ICON» had its baptism of fire in Interlaken, precisely one year prior to the opening match. Together with UEFA, ST invited 200 journalists from all over the world to the «Red & White Night», along with numerous guests from sporting, political and social circles. On the following day, 365 days before the first whistle is due to be blown, a selection of European professionals and footballing legends braved the eternal ice on the Jungfraujoch at 3500 m of altitude to contest the friendly game between Switzerland and Austria.



Jungfraujoch, 8 giugno 2007.
Jungfraujoch, 8 June 2007.



L'operazione simpatia sulle maglie ufficiali delle nazioni partecipanti: in ogni angolo della Svizzera regna una gioiosa attesa delle squadre ospiti e dei loro tifosi.
Charm offensive in the team colours of the participating countries: all over Switzerland, people can hardly wait to welcome the guest teams and their fans.

L'iniziativa ospitalità comincia a far presa.

Gli EURO 2008 rappresentano per la Svizzera un'occasione unica per radicarsi positivamente e stabilmente nella mente dei suoi ospiti: la Confederazione ha deliberato dieci milioni di franchi a favore del marketing locale e affidato a ST la direzione del progetto. Oltre 120 giornalisti internazionali hanno già visitato la Svizzera per acquisire nozioni fresche su economia, ricerca, innovazione, ambiente e turismo, dovendone poi parlare nei loro rispettivi Paesi.

Un punto centrale del marketing locale è l'iniziativa ospitalità, comprendente a sua volta un'iniziativa didattica che di qui fino agli EURO 2008 vedrà coinvolte in un certo numero di workshop oltre 50 000 persone, dalla guardia di confine fino alla cameriera. Parallelamente è stata avviata l'operazione simpatia: i cartelloni esposti in corrispondenza di aeroporti, stazioni ferroviarie e varchi di frontiera mostrano degli svizzeri che indossano maglie di squadre di calcio straniere e i cui volti sorridenti esprimono una gioiosa attesa.

The host training initiative is starting to take effect.

With its EURO 2008 festivals, Switzerland will establish itself as positive and lasting presence in people's minds: the Confederation has allocated ten million francs for location marketing, and has assigned the project management to ST. Over 120 international journalists have already travelled to Switzerland to learn about new aspects of business, research, innovation, habitat and tourism, and to report on these subjects in their own countries.

One of the cornerstones of location marketing is the host training initiative, which also includes the education offensive: by the time of EURO 2008, more than 50,000 people will take part in workshops – from frontier guards to service professionals. The charm offensive was launched at the same time: at airports, rail stations and frontier crossings, Swiss people dressed in foreign teams' football shirts are smiling out from posters to show how much they are looking forward to welcoming EURO 2008 visitors.



Cartelloni affissi in stazioni ferroviarie e aeroporti.
Posters like this are on display in rail stations and airports.

