

# Mercati attivi = Active markets

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Annual Report / Switzerland Tourism**

Band (Jahr): - **(2008)**

PDF erstellt am: **26.09.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

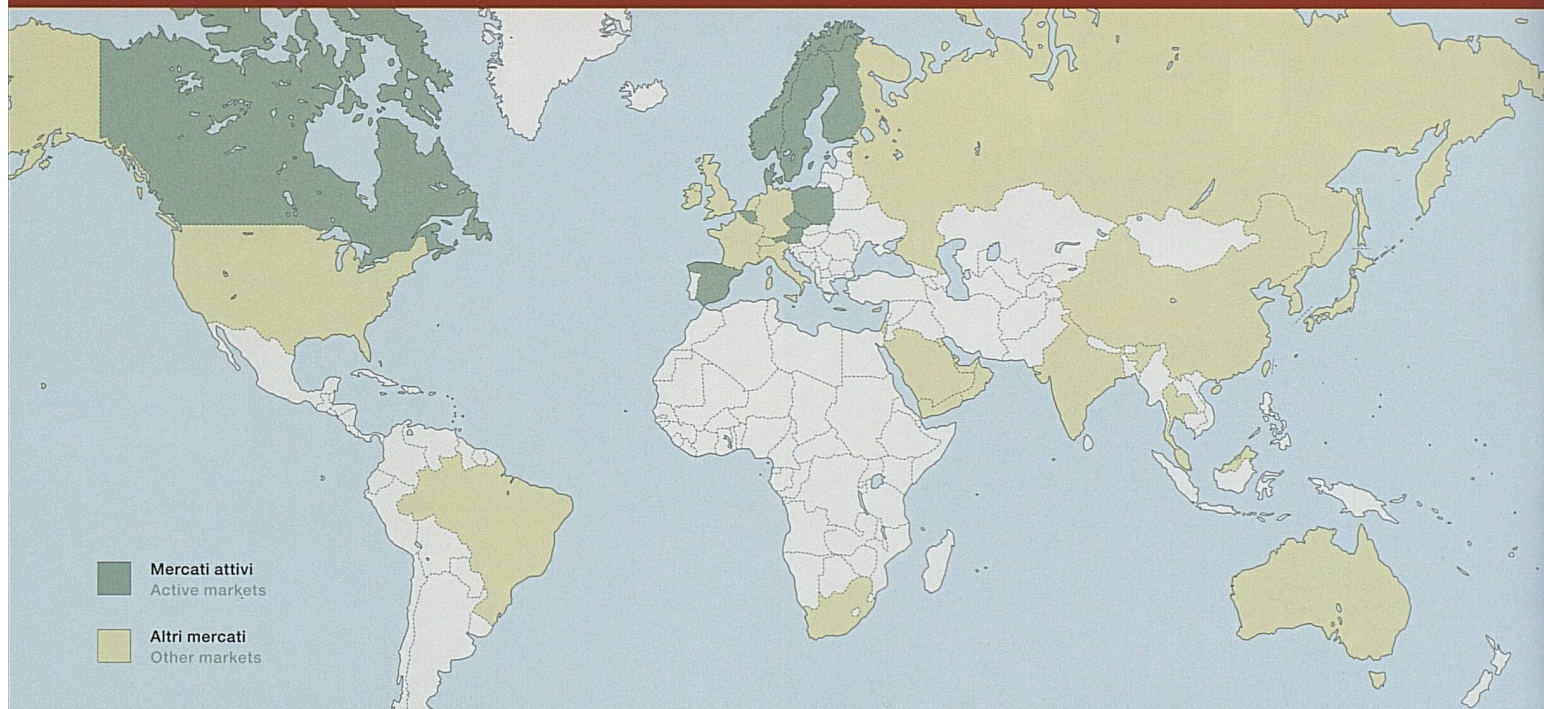
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Mercati attivi. Active markets.



| Mercati attivi<br>Active markets | Pernottamenti 2007<br>Overnights 2007 | Pernottamenti 2008<br>Overnights 2008 | Variazione in %<br>Deviation in % | Quota di mercato in %<br>Market share in % |
|----------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|--|
| Belgio / Belgium                 | 798 808                               | 829 194                               | 3,8                               | 2,2  |
| Paesi nordici / Nordic countries | 515 946                               | 469 603                               | -9,0                              | 1,3  |
| Spagna / Spain                   | 448 248                               | 462 132                               | 3,1                               | 1,2  |
| Austria / Austria                | 386 824                               | 412 777                               | 6,7                               | 1,1  |
| Canada / Canada                  | 215 064                               | 213 403                               | -0,8                              | 0,6  |
| Polonia / Poland                 | 120 286                               | 134 238                               | 11,6                              | 0,4  |
| Repubblica Ceca / Czech Republic | 85 885                                | 102 449                               | 19,3                              | 0,3  |

Fonte: UST 2007 e 2008  
Source: FSO 2007 and 2008

## 19,3%

È questo l'incremento del numero dei pernottamenti turistici della Repubblica Ceca nel 2008. Sono infatti aumentati di 16 564 unità, arrivando così a un totale di 102 449 pernottamenti.

## 19.3%

Is the rate of increase in overnight stays of tourists from the Czech Republic in the year 2008, representing a total of 102,449 overnight stays, 16,564 more than in the prior year.

## I mercati attivi.

Austria, Belgio, Canada, i Paesi nordici, Repubblica Ceca, Polonia e Spagna rappresentano il 7,7% dei pernottamenti e sono attivamente seguiti da ST. Secondo la struttura dei loro mercati, vengono utilizzati elementi del marketing mix. La Spagna ha avuto uno sviluppo talmente positivo che dal 2009 verrà considerata da ST fra i mercati a crescita strategica (v. pag. 32). ST sta invece usando una gestione reattiva per i mercati in fase di strutturazione come Australia, Brasile, Israele, Malesia, Sudafrica, Singapore e Thailandia, che sono seguiti dalle ambasciate su mandato.

## The active markets.

Austria, Belgium, Canada, the Nordic countries, the Czech Republic, Poland and Spain account for 7.7% of overnights, and are worked actively by ST. This means that different elements of the marketing mix are used according to the structure of each market. Spain is developing so well that from 2009 ST is treating it as a strategic growth market (s. page 32). The developing markets of Australia, Brazil, Israel, Malaysia, South Africa, Singapore and Thailand are handled reactively by ST, and are looked after by embassies, for example.



# CREES QUE ESQUIAR MIRA QUÉ PRE

precios por persona en habitación doble estándar y régimen indicado, válidos para determinadas fechas hasta el 30 de octubre de 2014. \*Consulta fechas y condiciones de aplicación.

I famosi panorami alpini e le splendide piste della Svizzera attirano sempre più ospiti spagnoli.  
The prospect of famous mountains and perfect pistes draws ever more Spaniards to Switzerland.

Tra i motivi di questa tendenza: le campagne di ST.  
One reason for the growth: special promotions by ST.

## L'inverno svizzero arriva in Spagna.

Con le sue 470 agenzie viaggi, la catena di grandi magazzini El Corte Inglés è leader di mercato ed è stata al centro di una grande offensiva di ST. Annunci radiofonici e su quotidiani, oltre a 550 cartelli nei grandi magazzini, hanno pubblicizzato l'inverno svizzero e in particolare la regione della Jungfrau e il Vallese. Essi indirizzavano verso le agenzie viaggi di El Corte Inglés, la cui presenza in rete era anch'essa ispirata al desiderio di vacanze invernali in Svizzera e i cui impiegati erano stati preparati ad hoc da ST.

Inoltre, a Madrid e a Barcellona ST ha invitato a conferenze stampa rappresentanti della stampa e di emittenti radiofoniche in grado di raggiungere un pubblico di dieci milioni di spagnoli. Obiettivo di questa offensiva di marketing è incrementare del 10% i pernottamenti invernali di ospiti spagnoli.

## The Swiss winter arrives in Spain.

With its 470 travel agencies, the department-store chain El Corte Inglés is the market leader among Spain's retailers of holidays, and was the focus of a big ST campaign. Advertisements in daily papers and on radio as well as 550 banners in the department stores promoted the Swiss winter in general, and the Jungfrau Region and the Valais in particular. All referred to the travel agencies of El Corte Inglés, whose web pages also evoked a longing for the Swiss winter, and whose employees received specific training from ST.

In addition, ST held media conferences in Madrid and Barcelona, and welcomed representatives of newspapers and radio stations that reach a total audience of ten million Spaniards. The goal of this marketing campaign is to increase the number of winter overnights of Spanish guests by 10%.

## Fatti. Facts.

| Spagna                               |          |
|--------------------------------------|----------|
| Pernottamenti                        | 462 132  |
| Incremento                           | 3,1%     |
| Pernottamenti generati dal KAM       | 37 000   |
| Fatturato turistico (KAM)            | 8,9 mio. |
| Contatti mediatici                   | 154 mio. |
| Articoli stampa generati             | 225      |
| Partecipanti a viaggi stampa ST      | 92       |
| Troupe TV                            | 13       |
| Visitatori sito web                  | 492 000  |
| Contatti pubblicitari e di marketing | 70 mio.  |
| Opuscoli distribuiti                 | 1,4 mio. |
| Contatti con clienti prestigiosi     | 26 000   |

| Spain                          |         |
|--------------------------------|---------|
| Overnights                     | 462,132 |
| Increase                       | 3.1%    |
| KAM-generated overnights       | 37,000  |
| Tourist turnover (KAM)         | 8.9 m   |
| Media contacts                 | 154 m   |
| Media reports generated        | 225     |
| Participants on ST media trips | 92      |
| TV teams                       | 13      |
| Web visitors                   | 492,000 |
| Promotion & marketing contacts | 70 m    |
| Brochures distributed          | 1.4 m   |
| High-value client contacts     | 26,000  |



Il sindaco di Gand Termont ha apprezzato l'iniziativa quanto i bambini, che su 40 tonnellate di autentica neve hanno sperimentato per la prima volta l'inverno svizzero. The initiative pleased Ghent's mayor Termont as much as it did children, who had their first experiences of Swiss winter on 40 tons of real snow.

## Fatti. Facts.

### Belgio

|                                      |           |
|--------------------------------------|-----------|
| Pernottamenti                        | 829 194   |
| Incremento                           | 3,8%      |
| Pernottamenti generati dal KAM       | 350 000   |
| Fatturato turistico (KAM)            | 66,5 mio. |
| Contatti mediatici                   | 74,7 mio. |
| Articoli stampa generati             | 173       |
| Partecipanti a viaggi stampa ST      | 72        |
| Troupe TV                            | 4         |
| Visitatori sito web                  | 426 000   |
| Contatti pubblicitari e di marketing | 23,6 mio. |
| Opuscoli distribuiti                 | 580 000   |
| Contatti con clienti prestigiosi     | 21 400    |

### Belgium

|                                |         |
|--------------------------------|---------|
| Overnights                     | 829,194 |
| Increase                       | 3.8%    |
| KAM-generated overnights       | 350,000 |
| Tourist turnover (KAM)         | 66.5 m  |
| Media contacts                 | 74.7 m  |
| Media reports generated        | 173     |
| Participants on ST media trips | 72      |
| TV teams                       | 4       |
| Web visitors                   | 426,000 |
| Promotion & marketing contacts | 23.6 m  |
| Brochures distributed          | 580,000 |
| High-value client contacts     | 21,400  |

## ST porta alla ribalta l'inverno alpino in Belgio.

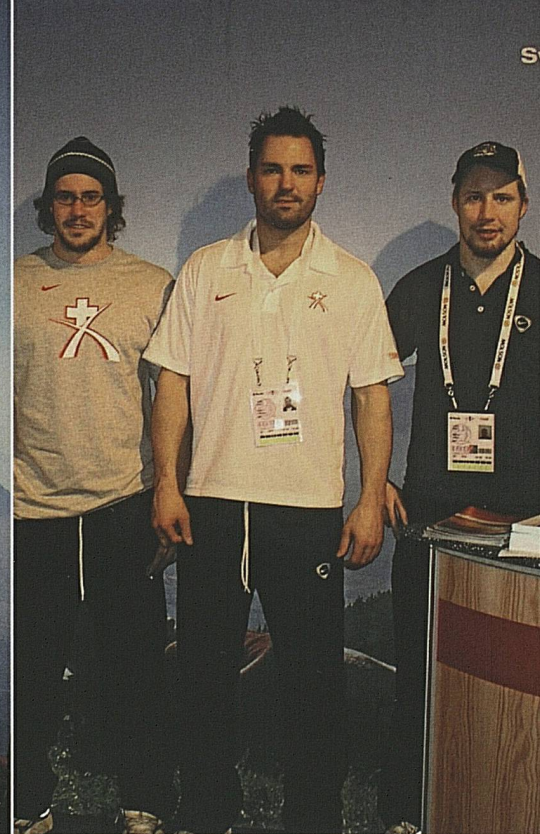
In collaborazione con Austria Turismo e 20 destinazioni turistiche, ST ha allestito nel centro storico di Gand un piccolo e romantico villaggio alpino innevato. 40 chalet con stand informativi, parete d'arrampicata su ghiaccio, simulatore di snowboard e vari stand gastronomici hanno incantato i curiosi. In totale la «Snow City» ha dato il benvenuto a circa 35 000 appassionati di sport della neve.

Il sindaco di Gand non ha rinunciato ad inaugurare l'evento di persona. Oltre alla fiabesca atmosfera alpina, l'attenzione generale era attratta dalla breve pista da sci, realizzata con 40 tonnellate di neve prelevate dal vicino padiglione di sport invernali. Gand è situata tra Bruxelles e Anversa ed è la terza città del Belgio.

## ST brings winter to Belgium.

Together with the Austrian National Tourist Office and 20 holiday destinations, ST erected a small and romantic alpine winter village in the Old Town of Ghent. 40 chalets with information stands, a climbing wall of ice, a snowboard simulator and various tasting stands captivated the curious visitors. Altogether around 35,000 snow sports fans were welcomed to the "Snowcity".

Ghent's mayor insisted on personally opening the event. Focal point – alongside the fairy-tale alpine atmosphere – was the activity on the short ski piste, built with 40 tons of snow from a nearby indoor ski slope. Ghent lies between Brussels and Antwerp, and is Belgium's third-largest city.



Impegno sportivo: Michael Bähler (Berna Turismo) e Mirko Capodanno (ST Canada) con i giocatori nazionali di hockey Peter Guggisberg, Ronnie Rüeeger e Mathias Seger (da sin. a d.).  
Sporting chance: Michael Bähler (Bern Tourism) and Mirko Capodanno (ST Canada) with the ice hockey internationals Peter Guggisberg, Ronnie Rüeeger and Mathias Seger (l. to r.).

## Il Canada passa il puck alla Svizzera.

Nel 2009, la Svizzera ospiterà il Campionato del mondo di hockey su ghiaccio. Durante il Mondiale del 2008 a Québec, in Canada, ST ha sfruttato l'occasione per rullare il tamburo pubblicitario per la Svizzera. Nello stadio da 16000 posti, prima di ogni incontro, è stato presentato un videoclip di tre minuti sull'estate svizzera e sul sistema di trasporti pubblici. Presso uno stand in posizione ben esposta, ST ha publicizzato la prossima edizione dei Mondiali 2009 in Svizzera, e tramite un avvincente concorso ha raccolto indirizzi di persone interessate alla Svizzera.

Inoltre sono stati guadagnati alla causa della promozione turistica i giocatori della nazionale svizzera ed eminenti giocatori svizzeri di hockey della NHL americana, che hanno distribuito autografi presso lo stand ST. Caso fortunato: proprio in quel periodo il campione svizzero di hockey Mark Streit portava i «Montreal Canadiens» nei playoff facendo molto parlare di sé e... della Svizzera.

## Canada passes the puck to Switzerland.

Switzerland is the host country of the 2009 Ice Hockey World Championship. ST used the 2008 World Championship in Quebec as an opportunity to promote Switzerland as a holiday destination: before every game at the 16,000-seat stadium, a three-minute clip about the Swiss summer and the public transport system was shown. At a prominently placed exhibition stand, ST promoted the next World Championship 2009 in Switzerland, and through an attractive competition gathered contact details of people interested in Switzerland.

In another public relations opportunity, Swiss international players as well as prominent Swiss hockey players in the American NHL were a big draw signing autographs at the ST stand. By happy coincidence, at exactly this time the Swiss ice hockey star Mark Streit was leading the "Montreal Canadiens" in the playoffs, generating a great deal of attention.

## Fatti. Facts.

### Canada e USA

|                                      |          |
|--------------------------------------|----------|
| Pernottamenti                        | 1,7 mio. |
| Incremento                           | -7,9%    |
| Pernottamenti generati dal KAM       | 244 460  |
| Fatturato turistico (KAM)            | 66 mio.  |
| Contatti mediatici                   | 632 mio. |
| Articoli stampa generati             | 536      |
| Partecipanti a viaggi stampa ST      | 119      |
| Troupe TV                            | 9        |
| Visitatori sito web                  | 854 000  |
| Contatti pubblicitari e di marketing | 151 mio. |
| Opuscoli distribuiti                 | 1,5 mio. |
| Contatti con clienti prestigiosi     | 101 847  |

### Canada and USA

|                                |         |
|--------------------------------|---------|
| Overnights                     | 1.7 m   |
| Increase                       | -7.9%   |
| KAM-generated overnights       | 244,460 |
| Tourist turnover (KAM)         | 66 m    |
| Media contacts                 | 632 m   |
| Media reports generated        | 536     |
| Participants on ST media trips | 119     |
| TV teams                       | 9       |
| Web visitors                   | 854,000 |
| Promotion & marketing contacts | 151 m   |
| Brochures distributed          | 1.5 m   |
| High-value client contacts     | 101,847 |