

# Mercati a crescita strategica = Strategic growth markets

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Annual Report / Switzerland Tourism**

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

PDF erstellt am: **27.07.2024**

## **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.

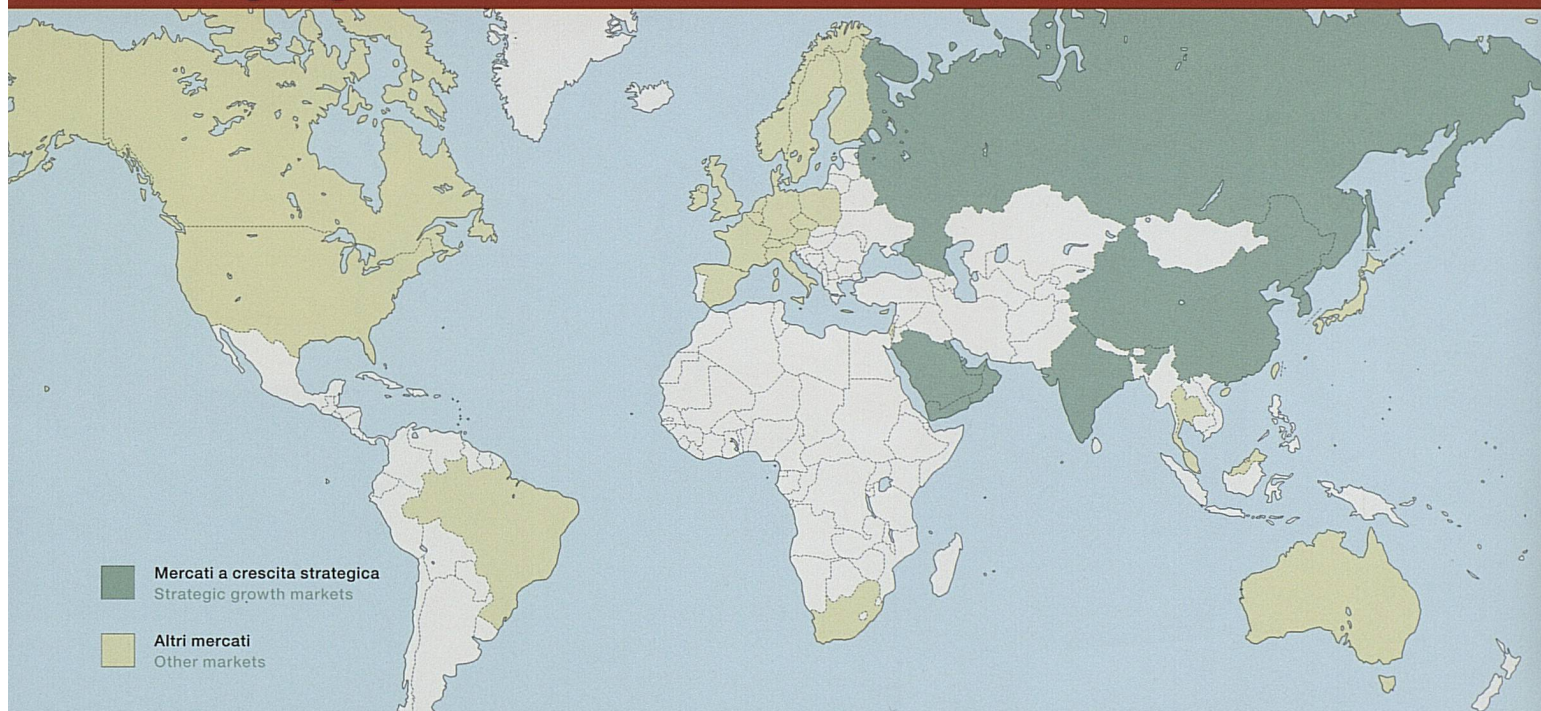
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen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



Mercati a crescita strategica Strategic growth markets	Pernottamenti 2007 Overnights 2007	Pernottamenti 2008 Overnights 2008	Variazione in % Deviation in %	Quota di mercato in % Market share in %
Russia / Russia	399 504	456 995	14,4	1,2
Stati del Golfo / Gulf States	350 085	403 590	15,3	1,1
India / India	336 996	327 300	-2,9	0,9
Cina incl. Hong Kong / China incl. Hong Kong	284 950	265 426	-6,9	0,7
Corea (Rep.) / Korea (Rep.)	160 916	137 376	-14,6	0,4

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

## 15,3%

è l'aumento dei pernottamenti di ospiti provenienti dagli Stati del Golfo registrato nello scorso anno: da 350 085 a 403 590.

## I mercati a crescita strategica in espansione.

Per questi cinque mercati ST intravede a lungo termine prospettive di crescita oltre misura e quindi intende assicurarsi per tempo delle quote di mercato: Russia, Stati del Golfo, India, Cina (Hong Kong inclusa) e Corea. Nel 2009 la Spagna entrerà in questo settore e la Corea passerà nei mercati attivi. Oltre che su una forte presenza su internet, in questi mercati ST punta soprattutto su una buona attività mediatica e sulla vicinanza agli operatori turistici.

## 15.3%

growth in the number of overnights was shown by guests from the Gulf States last year: from 350 085 to 403 590.

## The strategic growth markets.

ST sees exceptional long-term growth opportunities in five markets – Russia, the Gulf States, China (including Hong Kong), India and Korea – and wants to secure Switzerland's market share early on. From 2009 Spain will join these markets, while Korea will become an active market. In these markets, ST is relying on a strong internet presence, and especially on good media work and close collaboration with tour operators.



Un viaggio riuscito: Charles Chaoyang Zhang ha girovagato per la Svizzera insieme a giornalisti cinesi, apprezzando i vantaggi del trasporto pubblico.  
 Going places: Charles Chaoyang Zhang hiked with Chinese journalists through Switzerland, and enjoyed the advantages offered by public transport.

## Il nuovo lifestyle della Cina conduce in Svizzera.

Charles Chaoyang Zhang è il CEO di uno dei maggiori portali web della Cina (sohu.com) e per il grande pubblico rappresenta il nuovo lifestyle di una giovane classe media urbana in costante crescita. ST è riuscita ad acquisire l'ambizioso sportivo outdoor come testimonial e lo ha invitato, insieme a esponenti dei più importanti media cinesi, all'«Outdoor Trophy», un tour con varie attività attraverso i più suggestivi scenari della Svizzera.

Attraverso televisione, radio, riviste e quotidiani, i giornalisti hanno descritto la Svizzera come un paradiso dell'outdoor, ponendo l'accento non soltanto sul perfetto mantenimento dei sentieri escursionistici e ciclabili, ma anche sull'efficienza e sulla qualità dei trasporti pubblici. In totale, sono stati generati 84 reportage per un pubblico di 1,84 mia. di contatti mediatici.

## China's new lifestyle leads to Switzerland.

Charles Chaoyang Zhang is the CEO of one of the largest Chinese web portals (sohu.com), and to the Chinese public is a symbol of the new lifestyle of a growing young, urban middle class. ST was able to win the keen outdoor activities fan as an image ambassador, and invited him together with representatives of key Chinese media to an "Outdoor Trophy" – a tour with various activities through Switzerland's most beautiful landscapes.

The journalists reported on television, radio, in magazines and newspapers about the outdoor paradise of Switzerland, and emphasised not just the perfectly maintained footpaths and mountain-bike trails, but also the pleasure of travel on the impressive and efficient public transport system. Altogether 84 media reports were published – reaching an audience of 1.84 bn. media contacts.

## Fatti. Facts.

### Cina

Pernottamenti	265 426
Incremento	-6,9%
Pernottamenti generati dal KAM	225 222
Fatturato turistico (KAM)	96,8 mio.
Contatti mediatici	2,14 mia.
Articoli stampa generati	600
Partecipanti a viaggi stampa ST	50
Troupe TV	7
Visitatori sito web	48 000
Contatti pubblicitari e di marketing	60,5 mio.
Opuscoli distribuiti	137 100
Contatti con clienti prestigiosi	18 420

### China

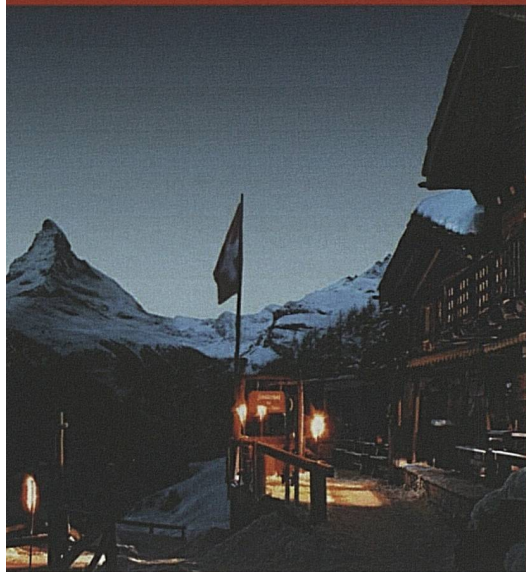
Overnights	265 426
Increase	-6.9%
KAM-generated overnights	225,222
Tourist turnover (KAM)	96.8 m
Media contacts	2.14 bn
Media reports generated	600
Participants on ST media trips	50
TV teams	7
Web visitors	48,000
Promotion & marketing contacts	60.5 m
Brochures distributed	137,100
High-value client contacts	18,420



## Швейцария ждет.

www.MySwitzerland.ru

7 рекомендаций для удачного зимнего отдыха в Швейцарии. И не только.



L'inverno svizzero trova buona accoglienza in Russia: 230 agenti di viaggio e 72 giornalisti hanno accolto l'invito di ST al workshop di Mosca.

The Swiss winter proves a big draw in Russia: 230 members of the travel trade and 72 journalists followed up ST's invitation to the Moscow workshop.

## Fatti. Facts.

## Russia

Pernottamenti	456 995
Incremento	14,4%
Pernottamenti generati dal KAM	285 650
Fatturato turistico (KAM)	114 mio.
Contatti mediatici	275 mio.
Articoli stampa generati	195
Partecipanti a viaggi stampa ST	86
Troupe TV	8
Visitatori sito web	102 000
Contatti pubblicitari e di marketing	150 mio.
Opuscoli distribuiti	85 000
Contatti con clienti prestigiosi	n/d

## Russia

Overnights	456 995
Increase	14.4%
KAM-generated overnights	285,650
Tourist turnover (KAM)	114 m
Media contacts	275 m
Media reports generated	195
Participants on ST media trips	86
TV teams	8
Web visitors	102,000
Promotion & marketing contacts	150 m
Brochures distributed	85,000
High-value client contacts	n/a

## Sfilata di russi al workshop svizzero.

Per la seconda volta, ST Mosca e 47 partner svizzeri hanno invitato i più importanti operatori e giornalisti russi del settore turismo ad una giornata speciale. L'afflusso presso il Renaissance Hotel di Mosca è stato imponente: 230 agenti di turismo e 72 rappresentanti dei media hanno colto l'occasione per approfondire attraverso colloqui personali le loro conoscenze sulla varietà turistica dell'inverno svizzero.

Tutti i partner si sono presentati con un proprio stand: regioni, città, alberghi, scuole e operatori turistici incoming. ST ha presentato i prodotti più recenti e si è occupata delle esigenze individuali di giornalisti e operatori turistici. L'inverno è molto amato dai russi e il 63% degli ospiti ricercano il divertimento sulla neve. Altri temi molto richiesti sono wellness, città, shopping e gastronomia.

## Russians rally to the Switzerland workshop.

For the second time, ST Moscow together with 47 Swiss partners invited the most important Russian tour operators, travel agents and travel journalists to an open day. The Russians rallied in impressive numbers: 230 travel trade staff and 72 journalists took the opportunity to hold personal conversations at the Renaissance Moscow Hotel to find out about, and be inspired by, the tourist variety that the Swiss winter offers.

All the partners presented themselves at their own stands: regions, cities, hotels, schools and incoming tour operators. ST introduced the newest products, and responded individually to the needs of members of the media and the travel trade. Winter is a big draw for Russians: 63% of guests from Russia want fun in the snow. Other highly popular themes are wellness, cities, shopping, and gastronomy.