

Mercati a crescita strategica = Strategic growth markets

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Annual Report / Switzerland Tourism**

Band (Jahr): - **(2009)**

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 2008 Overnights 2008	Pernottamenti 2009 Overnights 2009	Variazione in % Change in %	Quota di mercato in % Market share in %
Russia / Russia	456 995	454 525	-0.5	1.3
Spagna / Spain	462 132	447 181	-3.2	1.3
Stati del Golfo / Gulf States	403 590	374 737	-7.1	1.1
Cina, incl. Hong Kong / China, incl. Hong Kong	265 426	333 223	25.5	0.9
India / India	327 300	324 280	-0.9	0.9

Fonte: UST 2008 e 2009
Source: FSO 2008 and 2009

25,5%

in più di pernottamenti dalla Cina, diventata nel 2009, dopo il Giappone, il secondo mercato asiatico più importante.

25.5%

more overnights from China: in 2009, the country became the second most important Asian market.

I mercati a crescita strategica.

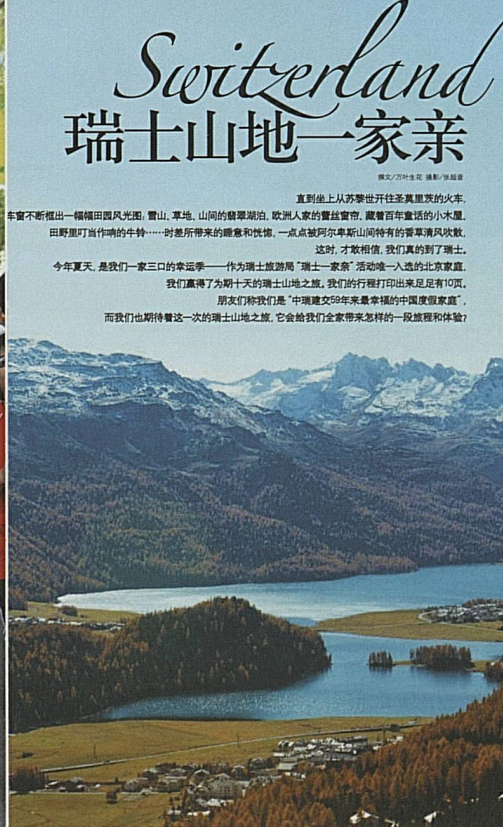
Per i seguenti cinque mercati, ST intravede opportunità di crescita superiori alla media nel lungo periodo e intende quindi garantire per tempo alla Svizzera delle quote di mercato: Russia, Spagna, Stati del Golfo, Cina (Hong Kong compresa) e India. Oltre alla forte presenza in Internet, in questi mercati ST punta soprattutto su una buona attività mediatica e sui operatori turistici.

Strategic growth markets.

ST sees exceptional long-term growth potential in Russia, Spain, the Gulf States, China (including Hong Kong) and India, and wants to secure a market share for Switzerland early on. In addition to a strong Internet presence in these markets, ST is relying above all on good media work and tour operator sales channels.



Giornalisti entusiasti a Losanna.
Enthusiastic journalists in Lausanne.



Sulla rivista cinese «Voyage», 12 pagine di Svizzera.
Report in the Chinese magazine «Voyage».



La famiglia Zhang, vincitrice del concorso.
The winning Zhang family in the spotlight.

Le famiglie cinesi scoprono la Svizzera.

Se negli ultimi anni, ST ha convinto famosi personaggi cinesi a diventare ambasciatori turistici, la «Switzerland Discovery 2009» si è svolta all'insegna delle vacanze per famiglie. In un casting show di due mesi sul portale web sina.com (4,6 milioni di accessi al giorno) sono state selezionate due famiglie che in agosto, su invito di ST, hanno visitato la Svizzera. Una famiglia è andata alla scoperta delle montagne, l'altra delle città. In programma c'erano avventure per famiglie del tutto nuove per i cinesi, come la pista per slittini e la gita in pedalò. Le loro esperienze sono andate in onda in una serie di cinque puntate su «Travel Channel» (300 milioni di spettatori).

«Switzerland Discovery», come reality show, rende popolare la Svizzera turistica. Nell'ambito dell'evento, importanti media cinesi hanno visitato il nostro Paese su invito di ST e partner.

China's families discover Switzerland.

Following recent years in which ST has been able to gain the support of Chinese celebrities as tourist ambassadors, «Switzerland Discovery 2009» was all about family holidays. After a two-month casting show on the web portal sina.com (4.6 million hits per day), two families were given the opportunity to travel to Switzerland in August as ST's guests. One family explored the alpine regions, the other the cities. On the schedule were family adventures such as tobogganing and pedal-boat rides – and a side of Switzerland that is new to the Chinese. The families' adventures were covered by the Travel Channel (300 million viewers) in a five-part series.

As a reality show, «Switzerland Discovery» should add to Switzerland's popularity as a holiday destination. ST and its partners also invited important members of the Chinese media to travel around our country as part of the project.

Fatti. Facts.

Cina, incl. Hong Kong

Pernottamenti	333 223
Variazione	25,5%
Pernottamenti generati dal KAM	182 950
Fatturato turistico in CHF (KAM)	78,7 mil.
Contatti mediatici	2,7 mld.
Articoli stampa generati	900
Partecipanti a viaggi stampa ST	75
Troupe TV	5
Visitatori sito web	227 700
Contatti pubblicitari e di marketing	57 mil.
Opuscoli distribuiti	226 700
Contatti con clienti prestigiosi	67 520

China, incl. Hong Kong

Overnights	333,223
Change	25.5%
KAM-generated overnights	182,950
Tourism turnover in CHF (KAM)	78.7 m
Media contacts	2.7 bn
Media reports generated	900
Participants on ST media trips	75
TV teams	5
Web visitors	227,700
Promotion & marketing contacts	57 m
Brochures distributed	226,700
High-value client contacts	67,520



«ВОДА В ОЗЕРАХ ПРЕСНАЯ, ПРОЗРАЧНАЯ, ДНО ВИДНО. КАК ОНИ СОХРАНИЛИ ЧИС

МОСТ КАПЕЛЬБРЮККЕ
 (часовой мост с водонепроницаемой балкой), соединяющий берега реки Родс, издавна считается символом Люцерн. Этот старейший в Европе мост с деревянной кровлей был построен в начале XIV века. В 1993 году мост сильно пострадал от пожара, в котором погибли старинные картины, украшавшие стропила кровли. К мосту примыкает восьмигранная башня Вассертурм. Сейчас мост восстановлен, и его можно увидеть на 122 картинах.

ЛЮЦЕРН (основан в 1178 году) — сказочно красивый уголок центральной Швейцарии, обрамленный заснеженными склонами гор. Он расположен у Фирвальдштетского озера, в зеркале которого отражаются горы и сам город. Существует романтическая легенда о происхождении названия города: Люцери — «светильник». Некогда жители одной из деревень увидели на фоне темного неба обрис ангела с огнем в руках. Движимые необъяснимым чувством, люди пошли вслед за ним, и там, где ангел остановился, построили церковь. Вокруг нее со временем вырос этот живописный город, в котором рождалась музыка Вагнера.

Entusiasta della Svizzera: Alexei Yagudin.
 Mad about Switzerland: Alexei Yagudin.

La rivista patinata russa LED ha presentato la Svizzera in un servizio di sei pagine.
 The Russian celebrity magazine LED presented Switzerland in a six-page special.

Fatti. Facts.

Russia	
Pernottamenti	454 525
Variazione	-0,5%
Pernottamenti generati dal KAM	240 000
Fatturato turistico in CHF (KAM)	96 mil.
Contatti mediatici	124 mil.
Articoli stampa generati	382
Partecipanti a viaggi stampa ST	87
Troupe TV	5
Visitatori sito web	268 241
Contatti pubblicitari e di marketing	98,2 mil.
Opuscoli distribuiti	212 000
Contatti con clienti prestigiosi	5 536

Russia	
Overnights	454,525
Change	-0.5%
KAM-generated overnights	240,000
Tourism turnover in CHF (KAM)	96 m
Media contacts	124 m
Media reports generated	382
Participants on ST media trips	87
TV teams	5
Web visitors	268,241
Promotion & marketing contacts	98.2 m
Brochures distributed	212,000
High-value client contacts	5,536

Star del ghiaccio russe in tournée in Svizzera.

Il pubblico russo segue con vivo interesse tutto ciò che riguarda Alexei Yagudin e Tatiana Totmianina, star del pattinaggio artistico su ghiaccio. Su invito di ST, i due pluricampioni olimpici, mondiali ed europei hanno trascorso una settimana di vacanza nella Svizzera centrale. Erano con loro alcuni reporter i cui articoli sono apparsi sulla rivista patinata russa LED (tiratura: 50 000 copie) e sul popolarissimo portale 7dn.ru (23 000 visitatori al giorno) della Gazprom Media. Durante il pranzo stampa di ST a Mosca, con 93 giornalisti, Alexei Yagudin ha parlato con entusiasmo della sua vacanza in Svizzera.

Alexei Yagudin ha vinto la sua prima medaglia mondiale a Losanna, e come ambasciatore del turismo estivo in Svizzera, ha suscitato una vasta eco non solo sui media. Grazie alla sua popolarità, ha promosso efficacemente l'immagine della Svizzera.

Russian figure-skating stars on a Swiss tour.

The figure skaters Alexei Yagudin and Tatiana Totmianina have won multiple Olympic medals as well as European and world championships, and everything they do is followed with great interest in Russia. ST invited them to spend a week's holiday in central Switzerland. They were accompanied by reporters who covered the trip in the Russian celebrity magazine "LED" (circulation 50,000) and on Gazprom-Media's extremely popular website 7dn.ru (23,000 hits per day). At an ST media lunch in Moscow, superstar Alexei Yagudin spoke enthusiastically about his Swiss holiday to 93 journalists.

Coincidentally, Alexei Yagudin won his first world championship medal in Lausanne. As an ambassador for summer holidays in Switzerland, he has created a great deal of media interest – and, thanks to his great popularity, will have a lasting positive effect on Switzerland's image as a holiday destination.