

Editoriale

Autor(en): **Roth, Jean François / Schmid, Jürg**

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

Band (Jahr): **- (2011)**

PDF erstellt am: **23.04.2024**

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.

Editoriale.



Jean-François Roth,
presidente di
Svizzera Turismo

«Accelerare la diversificazione dei mercati.»

Come influisce la forza del franco svizzero sul turismo?

È frustrante. Negli ultimi anni il turismo svizzero ha guadagnato terreno in qualità e competitività, ed ecco che questa conquista viene nuovamente annullata dalla forza del franco. Ora è più che mai indispensabile rafforzare la nostra presenza nei mercati del futuro in modo da promuovere la diversificazione della nostra clientela.

È soddisfatto di quanto deciso dal Parlamento in merito al finanziamento di ST?

Sì, perché sebbene non ci siano stati concessi i fondi che avevamo richiesto per i budget 2012-2015, l'incremento rispetto al periodo precedente e i contributi per il programma d'impulso dimostrano che il Parlamento ripone una grande fiducia in ST, e di questo sono molto grato.

Era necessario il programma d'impulso 2011?

Assolutamente. I 12 milioni di franchi investiti dalla Confederazione e i 4,6 milioni di franchi dei partner e di ST hanno contribuito a rafforzare la presenza internazionale della Svizzera e hanno influenzato oltre 981 000 pernottamenti, attenuando quindi il calo in netta misura.



Jürg Schmid,
direttore di
Svizzera Turismo

«Il coraggio di mettersi in discussione.»

Nel 2011 quale risultato di ST è stato sorprendente secondo Lei?

La vasta diffusione internazionale del nostro autentico «profeta del tempo», che ha saputo predire il giorno esatto d'arrivo dell'inverno. Con l'insolito spot sulla campagna Inverno abbiamo dato prova di coraggio e siamo usciti dai soliti schemi. E questo deve continuare a ispirarci.

Un marketing stravagante implica anche qualche rischio...

Certo, e non è stato semplice quando Facebook ha bloccato senza commenti la nostra campagna estiva sui social network «Vacanze senza Internet». Ma la grande popolarità di questa campagna dimostra che nei social network originalità e voglia d'innovazione sono la chiave del successo.

Quale immagine hanno i turisti della Svizzera?

Per i turisti la Svizzera è sempre attraente, ma un'indagine rappresentativa condotta tra gli ospiti ci ha aperto gli occhi. È importante migliorare l'ospitalità, comprendere meglio i bisogni e le usanze di altre culture e tenerne conto. Per avere successo nel turismo dei prossimi anni, dobbiamo avere il coraggio di metterci continuamente in discussione.



Jungfrau-Aletsch, Patrimonio mondiale UNESCO, Vallese