

Previsione = Outlook

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Annual Report / Switzerland Tourism**

Band (Jahr): - **(2007)**

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.

Previsione. Outlook.



Alla vigilia degli EURO 2008, ST offre un'assistenza particolare ai media di tutto il mondo per i reportage sulla Svizzera. In the run-up to EURO 2008, ST is stepping up its support for the world's media as they report on Switzerland.

La più grande festa sportiva di tutti i tempi.

Con gli EURO 2008 di giugno, la Svizzera è in attesa del più importante evento sportivo che il nostro Paese abbia mai conosciuto. Attraverso la sua campagna locale, Svizzera Turismo sta facendo in modo che gli spettatori possano preservare nei loro ricordi qualcosa di più del calcio. La Svizzera dovrà essere percepita anche nel lungo periodo come Paese dotato di tanta capacità innovativa nei settori scienza, ricerca, produzione, turismo e lifestyle.

Inoltre, con «SvizzeraMobile» la Svizzera sta rinnovando il suo posizionamento internazionale: dalla fine di aprile essa si presenterà come leader mondiale del traffico lento. L'infrastruttura per il tempo libero e la vita quotidiana è ancora più articolata in funzione delle varie attività, con una rete comprendente escursionismo, cicloturismo, mountain biking, skating e canoismo. A tale scopo, ST sta invitando giornalisti da tutto il mondo.

The greatest sports festival of all time.

This June, Switzerland is awaiting the greatest sporting event that our country has ever seen: EURO 2008. Switzerland Tourism is mounting its location campaign to ensure that visitors will remember more than football. The aim is also to create a long-term perception of Switzerland, as a country with great innovative strength in areas such as science, research, production, tourism and lifestyle.

Switzerland is also taking a new approach to positioning with «SwitzerlandMobility»: starting at the end of April, the country will project itself as a global leader in sustainable mobility with more infrastructure for leisure and everyday activities. The network includes walking, cycling, mountain biking, skating and canoeing. ST is inviting journalists from all over the world to share the experience.

Fatti. Facts.

EURO 2008

Previsione di pernottamenti alberghieri supplementari 500 000*

Previsione di valore aggiunto supplementare sulle attività turistiche CHF 1,5 mia.

* Studio Rütter + Partner

Informazioni sugli EURO 2008 nel sito: www.switzerland.com

SvizzeraMobile

Percorsi di «SvizzeraMobile»:
escursionismo 6300 km,
cicloturismo 8500 km, mountain biking 3300 km, skating 1000 km, canoa 330 km

www.schweizmobil.ch

EURO 2008

Additional overnights (est.) 500 000*

Additional value added from tourism (est.) CHF 1.5 bn

* study by Rütter + Partner

Information about EURO 2008 at: www.switzerland.com

SwitzerlandMobility

SwitzerlandMobility routes:
walking 6300 km, cycling 8500 km, mountain biking 3300 km, skating 1000 km, canoeing 330 km

www.schweizmobil.ch



Brina al sorgere del sole sul Lenkersee: il riscaldamento climatico è un tema cruciale per il turismo.
 Hoar frost at sunrise on the Lenkersee: global warming is the main topic in tourism.

Fatti. Facts.

Gruppo di lavoro ST sul clima

Partecipanti 15

Settori rappresentati:

impianti di risalita, industria alberghiera, destinazioni, organizzazioni scientifiche e marketing

Moderatore:

Prof. dott. Hansruedi Müller, Istituto di ricerca per il tempo libero e il turismo (FIF), Berna

Finestra temporale per misure di sostenibilità turistica entro il 2030

ST Climate Working Group

Participants 15

Sectors represented:

mountain railways, hotels, destinations, science and marketing

Chair:

Prof. Dr. Hansruedi Müller, Research Institute for Leisure and Tourism (FIF), Bern

Time window for sustainable tourism measures until 2030

La sfida del riscaldamento climatico.

Discioglimento del permafrost, smottamenti improvvisi, spostamento dei limiti della neve: ecco gli argomenti costantemente dibattuti sui mezzi d'informazione. Ma per il turismo svizzero si profilano anche delle opportunità di sviluppo.

Avendo riconosciuto i segni dei tempi, già nel 2004 Svizzera Turismo aveva analizzato in quale modo ciò avrebbe influito sul turismo. Un gruppo di lavoro istituito da ST per lo studio del clima ha quindi iniziato nel 2007 ad analizzare alcune questioni di fondo e a sondare se vi fosse l'esigenza di nuovi prodotti turistici. Nella primavera 2008 verranno presentati i relativi risultati. In questo modo ST intende per trasmettere al settore del turismo nuove modalità di approccio e conoscenze specifiche, nonché per motivare le destinazioni e gli operatori turistici interessati verso un nuovo posizionamento.

The challenge of global warming.

Melting permafrost, sudden landslides, shifting snow lines: these subjects figure constantly in media reporting. But opportunities for the development of Swiss tourism are also the result.

Switzerland Tourism has recognized the signs of the times: as long ago as 2004, ST analyzed how this phenomenon could affect tourism. In 2007, a Climate Working Group set up by ST started examining specific core issues and sounding out the requirements for new tourism products. The results are to be presented in spring 2008. In this way, ST aims to offer know-how and potential solutions to the tourism sector and to motivate the affected destinations and service providers to reposition themselves.