Editoriale

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

Objekttyp: **Preface**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

Band (Jahr): **- (2010)**

PDF erstellt am: **27.05.2024**

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Editoriale.

Jean-François Roth,
presidente di
Svizzera Turismo

Jürg Schmid,
direttore di
Svizzera Turismo

«ST genera un pernottamento su sei.»

Come giudica il 2010? Considerati i cambi sfavorevoli, il bilancio 2010 è sorprendentemente positivo. Come già nel 2009, il turismo svizzero si è rivelato estremamente competitivo.

Perché la Confederazione dovrebbe investire di più in Svizzera Turismo? ST è di basilare importanza per il settore turistico: è dimostrato che essa influenza un pernottamento su sei, quasi un nuovo cliente su quattro e per gli ospiti da mercati lontani addirittura uno su tre. Il fatturato generato da ST ammonta a 2,1 miliardi di franchi svizzeri. Il marketing internazionale di ST, orientato all'acquisizione di nuovi clienti, è dunque decisivo per il successo del turismo.

Cosa si attende dai nostri parlamentari nel 2011? Sostegno innanzitutto. Il turismo genera posti di lavoro in ogni angolo della Svizzera e sono circa 175 000 gli occupati che vivono di turismo. Ma nel contempo il settore deve affrontare enormi difficoltà: svantaggi monetari e mutate abitudini turistiche impongono continuità nel marketing internazionale. In questo momento il Parlamento non dovrebbe tagliare il budget, bensì essere tanto lungimirante da aumentarlo.

«Escursionismo: un successo mondiale.»

Quali risultati ha registrato Svizzera Turismo nel 2010? Il momento culminante è stato senza dubbio la campagna internazionale «Anno dell'escursionismo», un tema che in tutto il mondo è stato accolto con molto favore sia dal grande pubblico che dai mass media, il che dimostra che le vacanze attive celano un grande potenziale. Efficienti attività di marketing hanno incrementato di molto i pernottamenti di turisti americani e soprattutto asiatici.

Quali insegnamenti ha tratto il settore dallo scorso anno? Il bilancio 2010 indica che il nostro Paese, malgrado svantaggi valutari che rallentano notevolmente la crescita, non ha perso il suo charme. Guardiamo al futuro con fiducia, ma innovazione e qualità non devono venir meno.

Da quando è tornato in Svizzera Turismo, qual è stata la sua principale ispirazione? Posso contare su un team motivato ed estremamente competente, con il quale è un piacere affrontare i compiti che ci attendono. La nostra attenzione deve soprattutto rivolgersi a mercati molto promettenti, come Brasile e Cina, o all'impiego intensivo dei canali digitali.

Kemm