La strategia dell'umorismo

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

Band (Jahr): **- (2016)**

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-685579

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

La strategia dell'umorismo

Dagli svizzeri solitamente non ci si attende un'esplosione di umorismo. Eppure a partire dagli anni Cinquanta sono proprio i promotori pubblicitari nazionali che fanno ridere in tutto il mondo, attirando così l'attenzione sulla Svizzera.

Aprile 1957: durante la trasmissione settimanale inglese «Panorama» otto milioni di persone ammirano la «raccolta degli spaghetti» di Morcote (TI), raccontata in modo magistrale grazie a un bellissimo documentario. Il cameraman della BBC Charles de Jaeger mostra – in tutta serietà – delle laboriose contadine intente a raccogliere gli spaghetti maturati sugli alberi. Grazie a un inverno estremamente mite e a una fruttuosa coltivazione consortile, la pasta era risultata tutta della stessa lunghezza. Il filmato venne realizzato con l'importante contributo della filiale UNST di Londra. La strategia funzionò, da allora il nostro Paese è sulla bocca di tutti. Grazie all'umorismo si può avere successo. E al contrario delle campagne provocatorie, questo tipo di umorismo suscita emozioni positive, che vengono poi associate alla Svizzera come destinazione per le vacanze.

Un debole per gli scherzi ben educati

Anni più tardi segue il secondo scherzo: il 1° aprile 2009 sui canali televisivi appare uno spot che diventa subito virale. Lo spot racconta di donne e uomini temerari, che fanno di tutto affinché il proprio Paese abbia un aspetto pulito. Per questo strofinano con dedizione vette e rocce. Jürg Schmid, direttore di Svizzera Turismo, rende la storia ancor più credibile annunciandola alla radio alle sette del mattino. In migliaia chiedono di poter dare una mano a ripulire il Cervino e altri monti dai fastidiosi escrementi degli uccelli. Lo spot svizzero viene visualizzato oltre 100 milioni di volte, il «Time Magazine Online» classifica questo pesce d'aprile fra i cinque migliori del mondo e lo «Spiegel online» gli conferisce il primo posto. Ma meglio ancora: quella che era una gag promozionale diventa realtà con la creazione di corsi di pulizia delle rocce.

Il cuore non può che sorridere. L'UNST e Svizzera Turismo nelle loro pubblicità fanno spesso l'occhiolino all'osservatore. Altre divertenti campagne in breve:

- 1966: Un passo allegro per l'umanità – campagna **«Prima del vostro viaggio sulla luna – un viaggio in Svizzera».**
- 2006: Giovani robusti invece dei calciatori – **Appello alle donne stufe dei Mondiali di calcio: scoprite i veri uomini svizzeri.**
- 2007: **I caldi uomini della neve** – atletici maestri a torso nudo si godono il sole invernale.
- 2016: **Bruno e lo stuntman volante** – i selfie più geniali si fanno con un fantastico sosia.

1953

La Televisione Svizzera inizia le trasmissioni: il primo studio è situato in un campo da tennis riadattato.

Schweiz Suisse Svizzera

1957

Nascita dell'Unione Europea (Trattati di Roma).

Inizio della promozione comune dell'area alpina negli USA (Alpine Tourist Commission ATC).

1958

© Getty Images / Hulton Archive / Keystone

«Raccolta degli spaghetti nel Canton Ticino» (1957), girato dalla BBC **con il contributo dell'ufficio UNST di Londra.**

© Svizzera Turismo

Fanno di tutto per una Svizzera pulita:
i pulitori di rocce del 1 aprile 2009.

© Museum für Gestaltung Zürich, collezione di manifesti @ ZHdK

La natura è da sempre un asso nella manica del turismo svizzero, e nel 1969, secondo l'Ufficio nazionale del turismo, fa perfino dimagrire.