Prenotare il top con i professionisti del viaggio

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

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

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-685589

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

L'eccellente appuntamento promozionale di Svizzera Turismo:
rompendo gli schemi, nel 2015 Switzerland Travel Mart si sposta per la prima volta dal centro congressi al villaggio alpino di Zermatt.

Presente dal 2004 in grande stile:
la Cina diventa un sostegno importante per il turismo svizzero.

© Svizzera Turismo per entrambe le immagini

Prenotare il top con i professionisti del viaggio

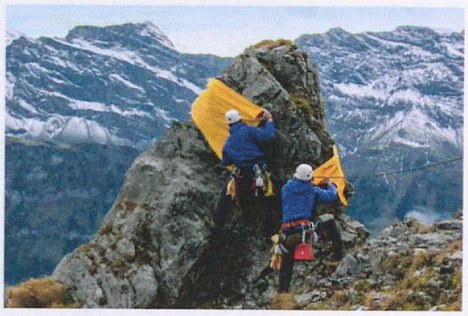
Un tempo c'erano i britannici, poi fu la volta dei giapponesi e dal 2004 anche i cinesi. Tutti sono attratti dalla Svizzera, ma non c'è da stupirsi: gli «Switzerland specialists» di tutto il mondo promuovono il nostro Paese sfruttando tutti i canali a disposizione.

Nevi eterne sullo Jungfraujoch, neve sul Titlis, selfie sul ponte Kapellbrücke: i motivi per cui vale la pena di partire alla scoperta del cuore dell'Europa sono innumerevoli. Il nostro paradiso alpino è in cima alle liste dei desideri di tutto il mondo. Nel 2004 s'instaura un vero e proprio effetto calamita: in Cina la Svizzera (che è anche il primo Paese europeo a disporre di un proprio ufficio in loco, a Pechino dal 1998) ottiene l'Approved Destination Status (ADS). Da allora i turisti cinesi possono visitare la Svizzera con l'autorizzazione ufficiale del loro Paese.

Benvenuti nel club

Con questo titolo, ora la Svizzera può fare pubblicità liberamente anche in Cina. Un ruolo chiave lo riveste la formazione di esperti del settore turistico: oltremare ci si attornia sistematicamente di «Switzerland Specialists» (un programma formativo e promozionale introdotto nel 1997 con oltre 6000 membri certificati). Oltre 10 000 agenti hanno arricchito il proprio bagaglio di conoscenze frequentando numerosi workshop e si sono fatti un'immagine del nostro Paese grazie a viaggi di studio. Questi fedeli promotori cercano di rendere appetitosa la Svizzera ai propri connazionali: per quanto riguarda la Cina, i pernottamenti passano da 240 000 nel 2004 all'impressionante numero di 1,5 milioni nel 2015.

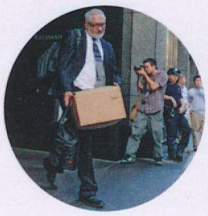
Inoltre gli organizzatori di viaggi internazionali si incontrano regolarmente durante il rinomato Switzerland Travel Mart (STM), che dal 1981 è la fiera dell'acquisto per i tour operator e dell'offerta svizzera. Ma i venditori della Svizzera sono già all'opera da molto prima, a cominciare dai viaggi promozionali organizzati per i medici negli anni Venti.



Svizzera Turismo si concede nuovamente un pesce d'aprile e invita alla «pulizia delle rocce».

Lancio della gamma di prodotti «Enjoy Switzerland». I «progetti enjoy» trasmettono competenze di marketing e know-how di mercato ai partner del settore turistico.

2003 2008 2009



La crisi finanziaria internazionale colpisce la Svizzera anche nel settore turistico.