La Svizzera si espone

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-685576

Nutzungsbedingungen

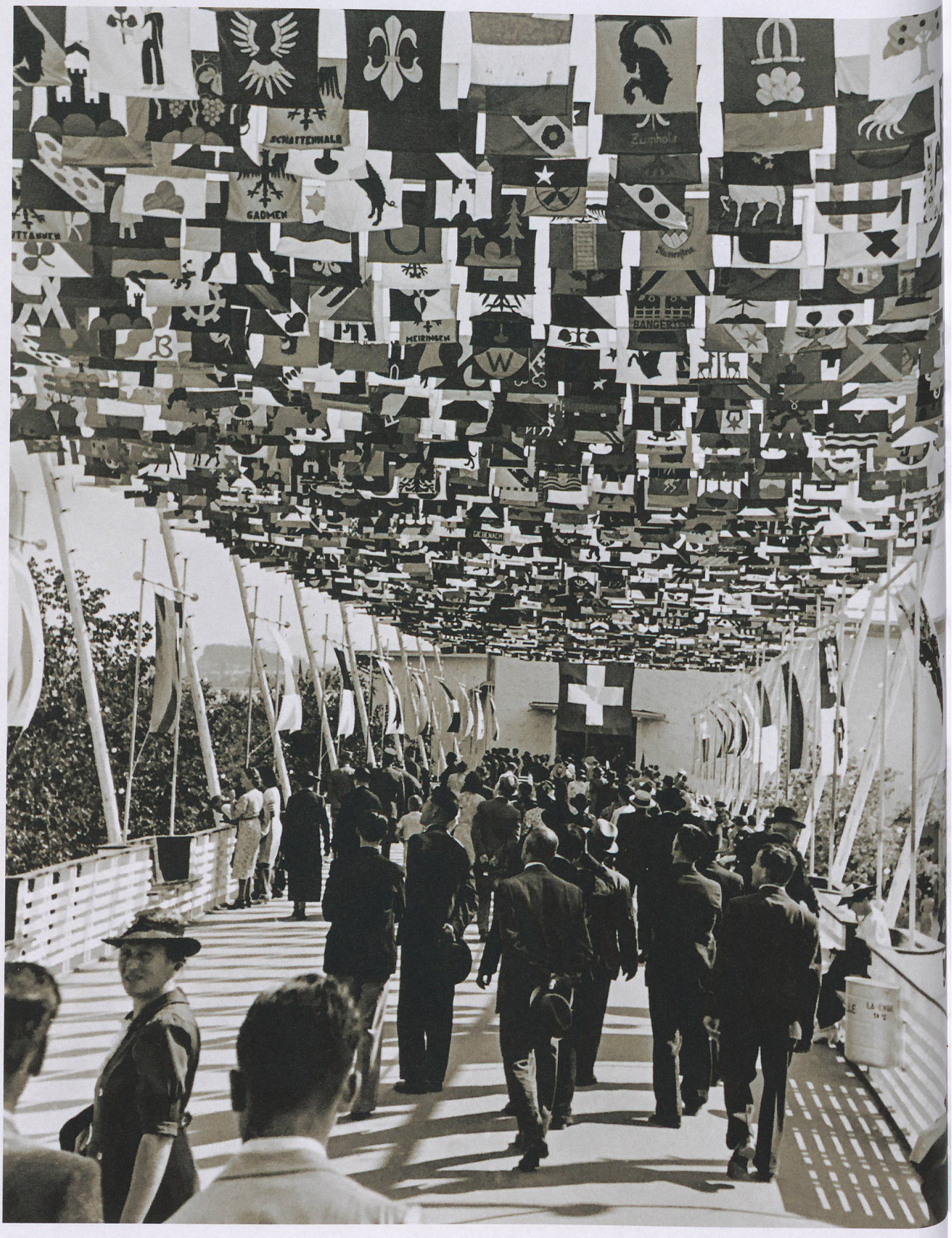
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung 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



© Stadtarchiv Zürich (VII.80.:60.) / Hermann König, Soletta

1600 bandiere comunali di 50×50 cm: il bosco di bandierine Fähnliwald all'esposizione nazionale del 1939 a Zurigo invita a scoprire il territorio nazionale.

La Svizzera si espone

Una Svizzera con il cuore, la mente e il braccio: nelle vetrine e agli stand di fiere ed esposizioni nazionali e internazionali, il Paese del turismo sa come proporsi in modo fantasioso e come stupire il mondo.

È un'esperienza che resterà impressa per sempre nella memoria dei dieci milioni di visitatori della «Landi 39»: la passeggiata lungo la «strada delle bandierine» con 1600 stemmi comunali, in fondo alla quale svetta fiera la croce svizzera. L'installazione della Confederazione all'interno di un vivace bosco di stemmi non è solamente un segno di patriottismo. Alla vigilia della Seconda guerra mondiale per l'UNST è importante risvegliare nei cittadini il desiderio di viaggiare nel proprio Paese.

Presente nei luoghi migliori

Comunicare significa anche mettersi in mostra, nel vero senso della parola. Fin dalla sua fondazione l'UNST usa le vetrine in modo avveniristico e appassionato, limitandosi nei primi tempi a quelle delle proprie sedi. Presto però si fa notare anche nelle vetrine prestigiose delle banche e di grandi magazzini come Harrods, Galeries Lafayette o La Rinascente. Grandi boulevard, viali e anche location futuristiche come il quartiere La Défense di Parigi si trasformano in palcoscenici. In tutto il mondo i passanti vengono sedotti (all'istante e in qualità 3D) dal paesaggio turistico svizzero tramite momenti di folclore in abiti tradizionali, animazioni astratte con soggetti tipicamente svizzeri o un Grand Tour con visori Oculus-Rift. Grazie al talento dei curatori dell'UNST, la Svizzera ufficiale riesce a ritagliarsi un posto d'onore anche nelle esposizioni mondiali. Nel 1986 la Svizzera stupisce il mondo presentando all'EXPO di Vancouver la macchina Jollyball di Charles Morgan. Il gigantesco flipper che accompagna i visitatori nella Svizzera turistica viene persino incluso nel Guinness dei primati. Anche le mostre a sfondo umoristico di Hans Küchler, grafico dell'UNST, sono entrate nella storia: nel 1974 la sua mostra sui bastoni da passeggio viene inaugurata alla fiera Mustermesse di Basilea per poi venire riproposta infinite volte nelle lobby degli alberghi e sulle navi da crociera.

In occasione delle fiere di settore e di quelle per il pubblico, la Svizzera turistica mostra cosa sia il design «swiss made»… ovviamente in rosso e bianco e con materiali ecosostenibili. Lo stand ridisegnato nel 2010 in stile lounge, con schermi giganti e immagini forti, ottiene voti eccellenti sulla scena mondiale. Al World Travel Market 2010 di Londra, Svizzera Turismo vince il primo premio, e anche al World Winter Sports Expo 2016 di Pechino con il suo stand si merita il «Best Booth Design Award».

Nasce la Centrale svizzera del film (Schweizerische Filmzentrale – SFZ) con la partecipazione dell'UNST, per una migliore distribuzione dei filmati turistici all'estero.

1936

L'UNST diventa un ente di diritto pubblico. FFS, PTT e UNST riuniscono la promozione turistica. Inoltre le FFS cedono all'UNST la loro rete internazionale di agenzie di vendita.

1939

Inizio della Seconda guerra mondiale. A causa della guerra, il turismo si ferma quasi completamente.