A proposito di noi = About us

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Annual Report / Switzerland Tourism**

Band (Jahr): **- (2008)**

PDF erstellt am: **05.06.2024**

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

A proposito di noi. About us.

I collaboratori di 20 rappresentanze nazionali di ST si sono incontrati per lo«STAMM» a Yverdon-les-Bains per una comparazione della conformità di mercato di nuovi prodotti.
ST staff from 20 country representations met for "STAMM" in Yverdon-les-Bains, and compared the market affinity of new products.

Fatti. Facts.

ST come impresa	
Rappresentanze nazionali	20
Rappresentanze regionali	9
Sede in Svizzera	1
Rappresentanze in mercati in espansione	8
Impiegati all'estero	110
di cui praticanti	12
Impiegati in Svizzera	105
di cui praticanti	11
Membri	672
Budget escl. EURO 2008	CHF 81,66 mio.
di cui contributi federali	CHF 47,75 mio.

ST: the corporation	
Country representations	20
Regional representations	9
Headquarter in Switzerland	1
Representations in developing markets	8
Employees abroad	110
including trainees	12
Employees in Switzerland	105
including trainees	11
Members	672
Budget excl. EURO 2008	CHF 81.66 mio.
of which Federal funding	CHF 47.75 mio.

Promozione svizzera in tutto il mondo.

Come da mandato federale, Svizzera Turismo si occupa da oltre 90 anni della promozione della domanda turistica sia interna che estera a favore della Svizzera come destinazione di viaggi, vacanze e congressi. Compiti prioritari sono lo sviluppo e l'attuazione di efficaci programmi di marketing e il profilamento della Svizzera nel settore turistico come un marchio forte che garantisce autenticità, sostenibilità e modernità.

ST è un ente di diritto pubblico gestito secondo criteri di economia aziendale. Dal 1° dicembre 2007 il suo Comitato direttivo, formato da 13 rappresentanti del turismo, dell'economia, delle associazioni e della politica, è presieduto da Jean-François Roth. Dal 1999 la direzione operativa è nelle mani di Jürg Schmid. A livello internazionale, ST vanta il supporto di 215 collaboratori distribuiti in 20 rappresentanze nazionali. Nel 2008 essi si sono riuniti in Svizzera nel workshop «STAMM» per fare il punto della situazione.

Promoting Switzerland worldwide.

By federal mandate, Switzerland Tourism has been promoting Switzerland as a holiday, travel and conference destination at home and abroad for more than 90 years. Its activity focuses on developing and implementing effective marketing programmes, as well as positioning Switzerland as a strong brand in tourism that stands for authenticity, sustainability and modernity.

ST is a public corporation run according to business criteria. The Board comprises 13 representatives from the tourism sector, from associations, business and political circles; Jean-François Roth has been president since 1 December 2007. Jürg Schmid has been responsible for operational management since 1999. 215 employees work for ST in 20 country representations around the world. In 2008 they gathered again in Switzerland for "STAMM", ST's positioning and workshops event.

Risultati delle iniziative di marketing. Results: marketing measures.

«quattro ruote motrici» "four-wheel drive"			2007	2008
1 eMarketing	Visitatori web	Web visitors	13,58 m	17,60 m
2 Promotion	Contatti pubblicitari e di marketing	Advertising and marketing exposures	2,94 mia./bn	3,21 mia./bn
	Opuscoli distribuiti	Brochures distributed	33,10 m*	43,40 m*
	Contatti clienti prestigiosi	High-quality customer exposures	1,19 m	1,21 m
3 Key Media Management (KMM)	Contatti mediatici	Media exposures	13,56 mia./bn**	10,56 mia./bn
	Articoli di media generati	Media articles influenced	8700	9979
	Partecipanti a viaggi media	Participants on ST media trips	1880	1875
	Troupe TV	TV teams	102	143
4 Tour Operators (KAM)	Pernottamenti generati dal KAM	Overnights influenced by KAM	4,49 m	4,13 m
	Fatturato turistico	Tourism revenues	CHF 1,18 mia./bn***	CHF 1,08 mia./bn***

Efficienza del marketing e dei mezzi impiegati Efficiency of marketing and funds deployed		2007	2008
Budget di marketing/collaboratori di marketing	Marketing budget/marketing employees	CHF 284 000	CHF 281 000
Grado di autofinanziamento	Degree of self-funding	41,4%	40,7%
Entrate partner strategici/ufficiali	Revenues from strategic/official partners	CHF 8,90 m	CHF 9,40 m

Collaborazione tra settori e accettazione dell'organizzazione Industry cooperation and acceptance		2007	2008
Partner partecipanti	Participating partners	480	483
Cooperazioni web	Web cooperations	51	54
Redditività marketing del partner	Partner marketing contributions	CHF 22,30 m	CHF 23,30 m

* Distribuzione proattiva dei nuovi strumenti pubblicitari (allegati, flyer ecc.)
** incl. 5,7 mia. di contatti TV in Cina
*** Pernottamenti generati dal KAM, moltiplicati per la spesa giornaliera per paese

Il superamento talvolta notevole dei valori dello scorso anno è conseguenza di un più intenso marketing delle destinazioni turistiche soprattutto in occasione dell'EURO 2008.

* Pro-active distribution of new advertising media (inserts, flyers, etc.)
** Incl. 5.7 billion TV contacts in China
*** Overnights generated by KAM multiplied by daily expenditure per country

The clear increase in some figures compared to those of the previous year is the result of intensified tourism marketing and the higher EURO 2008 location marketing values.

Internet fa sempre più presa.

I risultati della misurazione dell'efficienza e del rendimento di Svizzera Turismo costituiscono la base per la valutazione dei quattro strumenti marketing eMarketing, Promotion (pubblicità classica), KMM (attività mediatica) ed KAM (collaborazione con operatori turistici). Le cifre del 2008 chiariscono la strategia: ST investe più risorse nell'eMarketing e nell'attività mediatica, meno nel Key Account Management.

Ciò si spiega con la crescente importanza di Internet. Nel 2008 il numero di visite sul sito MySwitzerland.com di ST ha segnato un impressionante incremento di 4 milioni, toccando la cifra di 17,6 milioni di visite.

The internet becomes ever more effective.

The results of Switzerland Tourism's efficiency and effectiveness measurements form the basis for the prioritisation of the four marketing instruments: eMarketing, promotion (traditional promotional activities), KMM (media work) and KAM (collaboration with tour operators). The 2008 figures illustrate the strategy: ST is investing more in eMarketing and media work, and less in key account management.

One reason: the internet is ever more important. In 2008, the number of visits to the ST website MySwitzerland.com rose an impressive 4 million to 17.6 million.

Risultati pernottamenti. Results overnights.

Paese / Country Mercati prioritari / Priority markets	Pernottamenti 2007 Overnights 2007	Pernottamenti 2008 Overnights 2008	Variazione in cifre assolute Deviation in figures	Variazione in % Deviation in %
Svizzera / Switzerland	15 447 065	15 825 473	378 408	2,4
Germania / Germany	6 081 920	6 313 240	231 320	3,8
Gran Bretagna & Irlanda / UK & Ireland	2 376 530	2 378 972	2 442	0,1
Stati Uniti / USA	1 664 929	1 518 376	−146 553	−8,8
Francia / France	1 367 457	1 439 158	71 701	5,2
Italia / Italy	1 133 626	1 157 902	24 276	2,1
Paesi Bassi / Netherlands	948 011	1 080 840	132 829	14,0
Giappone / Japan	554 861	493 901	−60 960	−11,0
Mercati attivi / Active markets				
Belgio / Belgium	798 808	829 194	30 386	3,8
Paesi nordici (Svezia, Finlandia, Danimarca, Norvegia) / Nordic countries (Sweden, Finland, Denmark, Norway)	515 946	469 603	−46 343	−9,0
Spagna / Spain	448 248	462 132	13 884	3,1
Austria / Austria	386 824	412 777	25 953	6,7
Canada / Canada	215 064	213 403	−1 661	−0,8
Polonia / Poland	120 286	134 238	13 952	11,6
Repubblica Ceca / Czech Republic	85 885	102 449	16 564	19,3
Mercati a crescita strategica / Strategic growth markets				
Russia / Russia	399 504	456 995	57 491	14,4
Stati del Golfo / Gulf States	350 085	403 590	53 505	15,3
India / India	336 966	327 300	−9 666	−2,9
Cina incl. Hong Kong / China, incl. Hong Kong	284 950	265 426	−19 524	−6,9
Corea (Rep.) / Korea (Rep.)	160 916	137 376	−23 540	−14,6
Mercati in espansione / Developing markets				
Australia, Nuova Zelanda & Oceania / Australia, New Zealand & Oceania	252 885	255 666	2 781	1,1
Israele / Israel	167 890	170 456	2 566	1,5
Brasile / Brazil	142 821	159 058	16 237	11,4
Singapore / Singapore	62 223	88 382	26 159	42,0
Sudafrica / South Africa	78 020	80 286	2 266	2,9
Tailandia / Thailand	71 954	76 200	4 246	5,9
Taiwan / Taiwan	55 940	48 138	−7 802	−13,9
Malesia / Malesia	39 719	40 708	989	2,5

Pernottamenti in alberghi e stabilimenti di cura svizzeri (secondo Paesi di provenienza scelti, in parte cumulati)
Overnights at Swiss hotels and health establishments (by selected countries of origin, in some case accumulated)
Fonte: UST 2007 e 2008
Source: FSO 2007 and 2008

Un record assoluto: mai avevano pernottato in Svizzera così tanti ospiti come nell'anno turistico 2008 (la «Fiamma» di granito, Pizzo Badile, Val Bregaglia, Grigioni).
The tops: the 2008 tourism year saw more guests staying in Switzerland than ever before (granite pinnacle in the Val Bregaglia, Graubünden).

Un anno eccellente per il turismo svizzero.

Alberghi e stazioni di cura svizzeri hanno chiuso l'esercizio (da gennaio a dicembre 2008) con 37,3 milioni di pernottamenti*, cioè un incremento del 2,7% rispetto all'anno precedente. Una crescita dovuta soprattutto alla forte domanda dei mercati dell'Europa continentale e del mercato svizzero. I mesi invernali (da gennaio ad aprile 2008) hanno generato un aumento del 7,8%, cioè 217 000 pernottamenti (+6,7% dall'estero, +4% dalla CH). Anche le cifre estive (da maggio a ottobre 2008) hanno segnato un aumento del 2% corrispondente a 404 000 pernottamenti.

Verso la fine dell'anno, il peggioramento dei mercati finanziari ha fatto sì che nel novembre 2008 il numero dei pernottamenti segnasse una flessione del 6,7% rispetto all'esercizio precedente. Per contro, grazie alle ottime condizioni atmosferiche e alla neve, il mese di dicembre ha generato una crescita annuale del 1,1%. Nel suo complesso, il 2008 si è rivelato uno degli anni che più hanno contribuito alla positiva evoluzione del turismo svizzero.

*Fonte delle cifre relative ai pernottamenti: UFS, statistica della ricettività turistica

An excellent year for Swiss tourism.

With 37.3 million overnight stays* in 2008 hotels and health establishments in Switzerland achieved an increase of 2.7% over the prior year. The growth results from high demand in continental European markets and within Switzerland itself. The winter months (January to April 2008) generated an increase of 7.8%, or 217,000 overnight stays (+6.7% foreign, +4% local guests). In the summer (May to October 2008) overnight stays were up by 2%, or 404,000 lodging nights.

As the situation on the financial markets was deteriorating late in the year, overnight stays in November 2008 fell by 6.7% compared to the prior year. However, December with an increase of 1.1% attributable to the excellent snow and weather conditions had a favorable effect on total annual growth. As a result, the year 2008 overall was one of the best and ties in with the positive development of Swiss tourism history.

*Source of overnight stay figures: FSO, accommodation statistics