

Città

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

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

PDF erstellt am: **17.07.2024**

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.



Città.

Il barometro congiunturale.

Le città svizzere sono mete ambite, in grado di offrire uno stile cosmopolita, genuine radici culturali e un'elevata qualità di vita. Spesso situate in riva a laghi, fiumi o immerse nel verde e ricche di storia, le città svizzere sono punti di partenza ideali per gite in montagna e nelle città vicine, grazie a buoni collegamenti ferroviari.

Le città svizzere hanno un ruolo speciale, essendo spesso le prime a registrare flessioni in tempi di crisi. Ma nell'estate 2010 le città sono anche state le prime a segnare una ripresa con un aumento del 6% nei pernottamenti. ST guarda quindi con particolare attenzione alla campagna Città, lanciata soprattutto nei mercati limitrofi, ma anche in Spagna e Regno Unito dove il marketing ST è imperniato su arte, architettura, eventi, shopping e design.

Principali partner della campagna Città:



Quattro ruote motrici.



Arte e architettura di gran valore.

Internazionale Incastonate in ampi spazi ricreativi naturali, le città svizzere raccolgono lifestyle e design in spazi ridotti. Lo sottolinea l'opuscolo di ST «Città.» destinato a Germania, Regno Unito, Italia, Francia e Spagna. Con una tiratura di 2,5 milioni di copie, un supplemento sulle città allegato a rinomate riviste di questi Paesi ha messo in risalto capolavori classici e moderni dell'arte e dell'architettura.

Promozione



Cifre e fatti.

Città	2010
Budget	CHF 9 mln
Quota del budget totale	10,7 %
Mercati target	BE, CH, DE, ES, FR, IT, RU, UK, US (incl. CA)
Copie di opuscoli distribuite	2,7 mln
Contatti su MySwitzerland.com	5,6 mln
Partecipanti a viaggi stampa di ST	320
Conferenze stampa all'interno e all'estero	14
Contatti mediatici (lettori, spettatori, ascoltatori)	1,4 mld

Città.

eMarketing

«City Guide»: alla meta con iPhone.

Internazionale Le città svizzere offrono una gran quantità di attrazioni, attività ed eventi. L'applicazione per iPhone «City Guide», sviluppata nel 2010 per Basilea, Berna, Ginevra, Losanna, Lugano, Lucerna e Zurigo, è perfetta per il turismo cittadino: piantine della città offline, itinerari tematici interattivi con GPS, consigli su alberghi e ristoranti, toilette, sportelli bancomat e molte altre informazioni utili. Il tutto, secondo la città, in tedesco, inglese, francese e spagnolo.

Key Media Management

Giocando per Friburgo e Berna.

Internazionale Nel loro viaggio stampa, 31 giornalisti dei principali mercati di ST hanno sperimentato a fondo gli «Swiss Cities Delights». Ad esempio esplorando Friburgo con una partita a golf oppure scoprendo Berna in via molto diretta: chiacchierando con gli abitanti, che hanno illustrato in modo divertente le attrattive della città.

Svizzera di lusso, ma sempre naturale.

Internazionale Con il titolo «Luxury Switzerland», in luglio ST e Swiss Deluxe Hotels hanno invitato in Svizzera 44 rappresentanti stampa di 22 Paesi. Iniziando con Gstaad, la visita è proseguita a Basilea, Ginevra, Lucerna e Zurigo. Pur scoprendo il volto più esclusivo della Svizzera, i giornalisti ne hanno apprezzato la naturalezza e il senso di genuinità.

Key Account Management

«Azione» per le città svizzere.

Francia Su il sipario per la Svizzera: 70 agenti turistici francesi e 45 giornalisti non si sono voluti perdere la serata cinematografica parigina in cui ST ha voluto presentare in immagini le città svizzere. Cortometraggi sulle attrattive urbane e avvincenti presentazioni hanno suscitato nei venditori di turismo nuove visioni sulla vicina Svizzera. ST ha organizzato la serata in collaborazione con sette città svizzere, Ferrovia Retica, TGV Lyria e Swiss Travel System.