

# Estate

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.





Estate.



## Cifre e fatti.

Estate	2010
Budget	CHF 34,5 mln
Quota del budget totale	40,9%
Mercati target	Tutto il mondo
Copie di opuscoli distribuite	26,4 mln
Contatti su MySwitzerland.com	8,5 mln
Partecipanti a viaggi stampa ST	900
Contatti mediatici (lettori, spettatori, ascoltatori)	3,8 mld
Pernottamenti generati dal KAM	2,7 mln

## L'estate riscoperta.

Gli analisti sono concordi: il futuro del turismo risiede nell'estate. Nel lungo periodo, il riscaldamento climatico porterà mesi estivi più caldi e più secchi. Laghi e frescura alpina diverranno più attraenti e le città svizzere più mediterranee. Ma dal positivo rilancio della stagione estiva dipende in larga misura anche lo sviluppo di molte regioni alpine. Queste considerazioni hanno indotto ST a lanciare, in sintonia col settore, l'iniziativa ad effetto duraturo «Re-Invent Summer» e, come misura immediata, a creare con la sua campagna Estate un completo mondo di esperienze per un allettante turismo del tempo libero nelle città e nelle regioni lacustri, nonché nello spazio alpino. L'estate sta iniziando una cura rinfrescante e si presenta sicura di sé: ST ha dichiarato il 2010 «Anno dell'escursionismo».

### «Anno dell'escursionismo» per principianti ed esperti

Al di là del vetusto stereotipo dei calzettoni rossi e dei calzoni alla zuava, l'escursionismo è tornato di moda. Esso procura distensione, piacere della natura, movimento e nuovi sapori. L'escursionismo è sano, ecologico, naturale ed è anche il modo migliore per scoprire la Svizzera: a piedi e al proprio ritmo su uno dei 60 000 chilometri di sentieri segnati. Al di là dei tradizionali limiti generazionali, questa esperienza sensoriale e motoria reinterpretata ex-novo soddisfa in un colpo più tendenze sociali. «L'anno dell'escursionismo» è stato volutamente dedicato alle passeggiate ricreative, in un approccio globale che le vede sempre connesse con esperienze culinarie, benessere, relax e proposte culturali.

## Escursioni in un solo sguardo.

Le 32 escursioni più belle in ogni regione della Svizzera hanno formato il nucleo della campagna Estate. ST le ha selezionate in collaborazione con SvizzeraMobile, Sentieri Svizzeri, Club Alpino Svizzero (CAS), Funivie Svizzere e ViaStoria. Inoltre, SvizzeraMobile ha segnalato in particolare dodici di questi itinerari. Questa tematica ha raggiunto i camminatori grazie a una guida «A piedi», alla diffusione di opuscoli, a uno spot televisivo e a offerte speciali come Wellness Hotels, KidsHotels o Hotel Tipici Svizzeri.



Principali partner turistici della campagna Estate:





## Alla ricerca di Heidi in America.

**USA** Dall'estate 2010 SWISS offre voli diretti tra Zurigo e San Francisco. Ciò rende comodamente raggiungibile la Svizzera, anche quella da libro illustrato. Ed è appunto quest'ultima che ST e SWISS hanno scelto per il lancio: in un concorso seguito da «Fernando & Greg», il più popolare show radiofonico di San Francisco, si cerca la Heidi più autentica della metropoli. Trenta candidate si sono disputate il primo premio: un viaggio in Svizzera.

## In cammino con UBS.

**Svizzera** ST si affida a solidi partner e dal 2010 propone le campagne Estate e Inverno insieme a UBS in veste di Presenting Partner. Entrambe le imprese sono fortemente radicate in Svizzera per tradizione. La prima fase è partita a fine aprile nelle 300 agenzie UBS. Ai clienti è stata consegnata la guida «A piedi», con una pratica lista di controllo dell'equipaggiamento e informazioni sui 32 itinerari escursionistici più belli della Svizzera. La risposta è stata enorme, con 500 000 copie consegnate ai clienti UBS interessati.

### Raccolta di punti simpatia con lo spot TV estivo

A richiamare l'attenzione ha pensato lo spot TV estivo di ST e UBS. In due ondate, in maggio e giugno, ST ha invogliato all'escursionismo i coniugi Schweizer. Lo spiritoso filmato pubblicitario, con dieci secondi di presentazione UBS della guida «A piedi», è andato in onda circa 250 volte in quattro settimane, per un totale di ca. dieci milioni di contatti solo in Svizzera. UBS ha sostenuto l'iniziativa con inserti nei principali opuscoli di ST (Famiglie, Città, Wellness), anche qui con l'invito a esplorare i lati migliori della Svizzera seguendo nuovi sentieri.

### Saluti personalizzati dalla Svizzera che cammina

Nel mese di giugno, ST e UBS hanno scelto un modo originale per destare nei clienti entusiasmo per l'escursionismo in Svizzera. 34 000 cartoline postali, con riferimenti alla guida «A piedi» e a un concorso, hanno attirato i destinatari nelle filiali UBS. Inoltre UBS ha attivato ulteriori informazioni su un sito di scoperta ([ubs.com/scoprire](http://ubs.com/scoprire)) che ha registrato oltre 10 000 visite e ca. 9 000 partecipanti al concorso. Nelle vetrine di UBS, 1200 display hanno stimolato la voglia di camminare con suggestive immagini d'escursionismo alpino.

## Atlante «Swiss Hike» su iPhone.

**Internazionale** Le 32 migliori escursioni e 250 consigli gratuiti su iPhone: è quanto offre l'app in quattro lingue «Swiss Hike» realizzata da ST, SvizzeraMobile e swisstopo a complemento della guida cartacea «A piedi» e del sito [MySwitzerland.com/apiedi](http://MySwitzerland.com/apiedi). Le escursioni con profilo altimetrico si possono ordinare per durata, grado di difficoltà, distanza dalla posizione attuale e possibili vie di ritorno. Le carte integrate (1:25 000) presentano i percorsi in dettaglio. All'aperto l'app segnala attrazioni, alberghi e ristoranti tramite GPS.





## Passione giapponese per la Svizzera.

**Giappone** La Svizzera è il Paese ciclabile per eccellenza: è il messaggio diffuso a Tokyo da 80 ciclisti con T-shirt e zaino ST durante il maggior happening ciclistico del Giappone. ST e Japan Cycling Association hanno promosso l'evento per indicare ai giapponesi altre forme di turismo in Svizzera. Motore mediatico è stato Juri Hanazumi, miglior pony express a pedali 2010. «Papersky Magazine» aveva già dedicato un servizio alla Svizzera come paradiso ciclistico. Con l'occasione è stata distribuita un'edizione speciale di 50000 copie.



## L'estate svizzera presentata con arte.

**Spagna** Josep Puigmartí, considerato l'ultimo grande surrealista in stile Dalí e Picasso, ama la Svizzera. Le ha reso omaggio creando un ampio quadro con un moderno Cervino. Nell'«Anno dell'escursionismo» la sua opera è stata al centro della conferenza stampa tenuta da ST e Vallese Turismo a Madrid e Barcellona. 65 giornalisti si sono così preparati alla frescura delle montagne svizzere e come ricordo si sono portati in redazione litografie firmate e numerate. L'originale iniziativa ha generato 1,2 milioni di contatti.



## Escursioni «svizzere» in Corea.

**Corea** «Olle» è il nome degli emozionanti sentieri dell'isola di Jeju, che ST ha utilizzato per una curiosa cooperazione con il Ministero dell'ambiente. Ora i Coreani percorrono sentieri «Olle» con segnaletica svizzera, in piano e facilmente percorribili come in Svizzera. Un chiaro messaggio ai media: l'iniziativa, con conferenza stampa e maxisfilata di moda, ha originato un servizio di due pagine sul maggior quotidiano e occupato per due giorni le top news su NAVER, controparte di Google.



## Fiorite gioie estive sull'acqua.

**Russia** L'acqua fresca è un bene raro, ma presente ovunque in Svizzera. In una conferenza stampa sulle acque della Moscova, ST ha presentato la sua campagna Estate a 60 giornalisti. Swiss Deluxe Hotels, SWISS, Swiss Travel System e ST si sono presentati sotto una veste naturale: i giornalisti sono stati invitati a ricavare da una selezione di fiori una composizione esclusiva per un hotel 5 stelle svizzero. Un quiz con invito per un viaggio stampa per il vincitore sono serviti a suscitare ancor più interesse per la Svizzera turistica.



## I monti si spostano in Olanda.

**Paesi Bassi** Oltre ad essere il parco preferito di Amsterdam, il Vondelpark è anche il punto più basso della città. Per questo la Svizzera, Paese di altissime vette, a inizio estate ha spostato le montagne (almeno visivamente) proprio qui. Per invitare 80 intermediari turistici, partner e giornalisti all'evento di rete, ST non ha usato una piantina, ma coordinate GPS utilizzando la nuova iPhone App «Swiss Hike». Questi e altri aspetti salienti dell'estate svizzera sono stati presentati dall'esploratrice professionista olandese Jolanda Linschooten, grande ammiratrice della Svizzera.

Ambasciatrici delle montagne: l'avventurosa Jolanda Linschooten (a dx) e Corinne Genoud (responsabile ST Paesi Bassi).