

Innamorati della Svizzera

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

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

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685591>

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.



Falk 43
J. C. MULLER ZÜRICH

Innamorati della Svizzera

Il Paese preferito dagli svizzeri è la Svizzera: poter vivere esperienze nella natura a pochi passi da casa ha un valore inestimabile. E i connazionali sono ospiti molto fedeli.

L'organizzazione turistica nazionale punta da sempre e con abilità sulla carta del vantaggio in patria. Spina dorsale di quest'operazione è la «Revue Schweiz»: grazie a reportage e servizi fotografici accattivanti, da 65 anni incita gli ospiti connazionali a viaggiare. L'importanza del mercato connazionali risalta tutte le volte che il franco si rafforza in seguito a qualche turbolenza finanziaria, come accaduto per esempio il 15 gennaio 2015. Quando la Banca Nazionale decide di abolire il tasso di cambio minimo dell'euro, il valore del franco aumenta immediatamente. Svizzera Turismo reagisce subito con la speciale campagna multimediale

#INNAMORATIDELLASVIZZERA. Attraverso l'amato hashtag, i fan della Svizzera riconoscono subito in testi e immagini il proprio legame con la patria sui social media.

«Tutto il popolo scia»

La campagna «Das ganze Volk fährt Ski» (Tutto il popolo scia) degli anni Quaranta rappresenta una rivoluzione spettacolare per la Svizzera come paese turistico. Da hobby elitario lo sport invernale deve trasformarsi in uno sport popolare. La campagna è un successo: tutti gli abitanti imparano a sciare. Da allora lo stem-cristiana è parte integrante della formazione sportiva svizzera.

Gli svizzeri si sentono a casa soprattutto in montagna, da Arosa a Zermatt, ancora oggi destinazioni nazionali per eccellenza. Campagne come «Dopo ogni viaggio all'estero un viaggio in Svizzera» (1967) e «Le cose belle sono così vicine» (1970) hanno l'intento di risvegliare nel popolo elvetico non solo il desiderio di spiagge esotiche e città lontane, ma anche del paradiso che si trova appena fuori dalla porta di casa.



150° anniversario del turismo invernale svizzero.
Dal 1864 la Svizzera è senza dubbio la meta invernale per antonomasia.



Apertura del tunnel di base del Gottardo.
La zona turistica del Ticino è ancor più vicina al resto della Svizzera.



Campagna estiva «La natura ti rivuole!». Dopo 55 anni per la seconda volta la natura è al centro del marketing turistico svizzero.

2014

2016

2017



Anno internazionale delle Nazioni Unite per il turismo sostenibile. Sarà preparato un programma per il turismo sostenibile.