Zeitschrift: Relazione annuale / Svizzera turismo
Herausgeber: Svizzera turismo
Band: - (2016)

Artikel: La Svizzera si espone
Autor: [s.n.]
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-685576

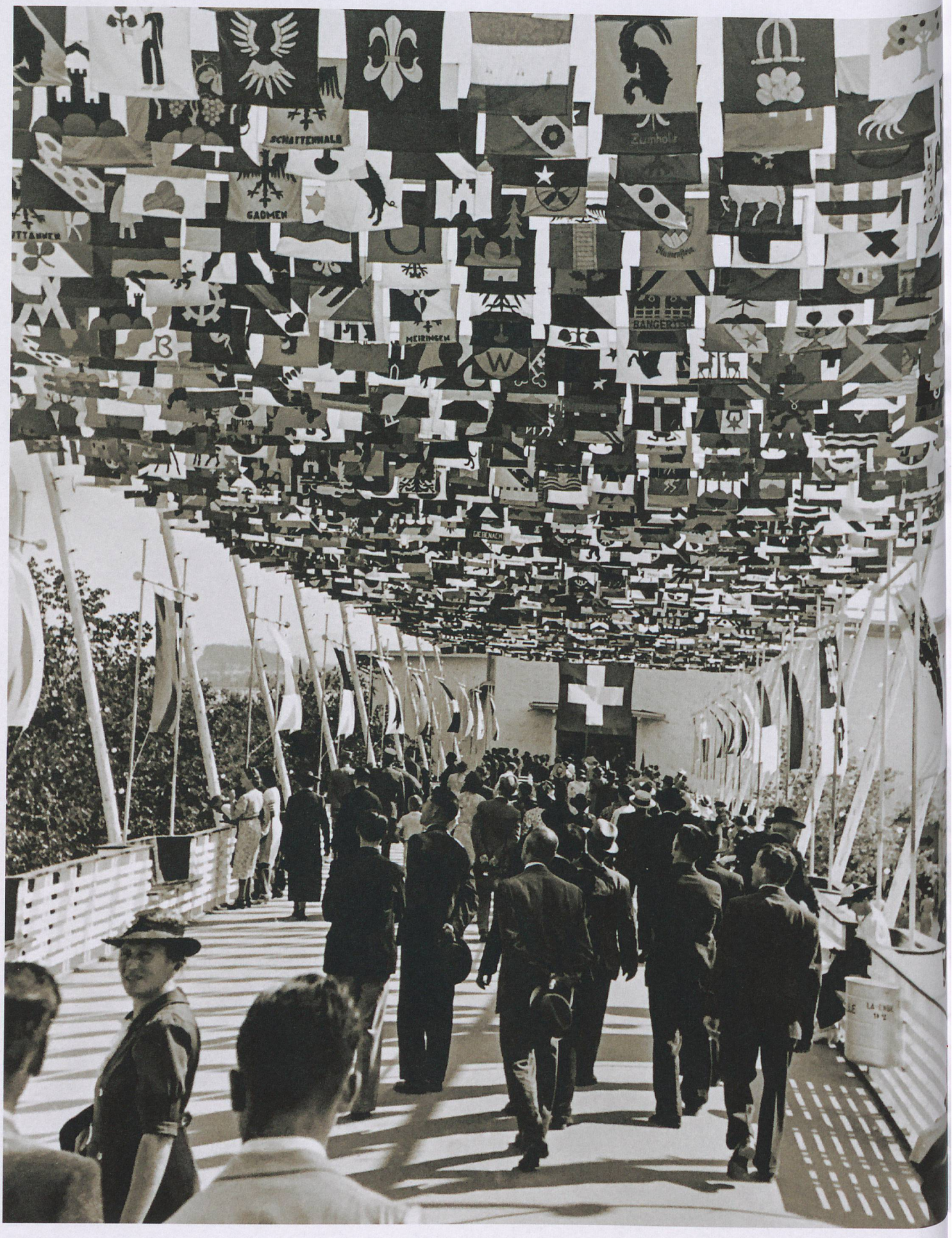
Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://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.