

Zeitschrift: Relazione annuale / Svizzera turismo
Herausgeber: Svizzera turismo
Band: - (2011)

Vorwort: Editoriale
Autor: Roth, Jean François / Schmid, Jürg

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 18.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Editoriale.



Jean-François Roth,
presidente di
Svizzera Turismo

«Accelerare la diversificazione dei mercati.»

Come influisce la forza del franco svizzero sul turismo?

È frustrante. Negli ultimi anni il turismo svizzero ha guadagnato terreno in qualità e competitività, ed ecco che questa conquista viene nuovamente annullata dalla forza del franco. Ora è più che mai indispensabile rafforzare la nostra presenza nei mercati del futuro in modo da promuovere la diversificazione della nostra clientela.

È soddisfatto di quanto deciso dal Parlamento in merito al finanziamento di ST?

Sì, perché sebbene non ci siano stati concessi i fondi che avevamo richiesto per i budget 2012-2015, l'incremento rispetto al periodo precedente e i contributi per il programma d'impulso dimostrano che il Parlamento ripone una grande fiducia in ST, e di questo sono molto grato.

Era necessario il programma d'impulso 2011?

Assolutamente. I 12 milioni di franchi investiti dalla Confederazione e i 4,6 milioni di franchi dei partner e di ST hanno contribuito a rafforzare la presenza internazionale della Svizzera e hanno influenzato oltre 981 000 pernottamenti, attenuando quindi il calo in netta misura.



Jürg Schmid,
direttore di
Svizzera Turismo

«Il coraggio di mettersi in discussione.»

Nel 2011 quale risultato di ST è stato sorprendente secondo Lei?

La vasta diffusione internazionale del nostro autentico «profeta del tempo», che ha saputo predire il giorno esatto d'arrivo dell'inverno. Con l'insolito spot sulla campagna Inverno abbiamo dato prova di coraggio e siamo usciti dai soliti schemi. E questo deve continuare a ispirarci.

Un marketing stravagante implica anche qualche rischio...

Certo, e non è stato semplice quando Facebook ha bloccato senza commenti la nostra campagna estiva sui social network «Vacanze senza Internet». Ma la grande popolarità di questa campagna dimostra che nei social network originalità e voglia d'innovazione sono la chiave del successo.

Quale immagine hanno i turisti della Svizzera?

Per i turisti la Svizzera è sempre attraente, ma un'indagine rappresentativa condotta tra gli ospiti ci ha aperto gli occhi. È importante migliorare l'ospitalità, comprendere meglio i bisogni e le usanze di altre culture e tenerne conto. Per avere successo nel turismo dei prossimi anni, dobbiamo avere il coraggio di metterci continuamente in discussione.



Jungfrau-Aletsch, Patrimonio mondiale UNESCO, Vallese