

Editoriale

Autor(en): **Roth, Jean François / Schmid, Jürg**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

Band (Jahr): - **(2014)**

PDF erstellt am: **21.07.2024**

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>



Jean-François Roth, presidente di Svizzera Turismo

*«Avanti nello sviluppo
malgrado il difficile contesto.»*

È ancora adeguata la strategia bivalente di ST?

La revoca della soglia minima di cambio con l'euro all'inizio del 2015 ha inciso profondamente sul turismo. Sul totale dei pernottamenti generati da ospiti stranieri nel 2014, la quota di ospiti provenienti dall'eurozona è stata pari al 36,2%. ST deve quindi continuare ad attivarsi su questi mercati e rafforzare la presenza della Svizzera come meta turistica là dove la forza del franco è meno condizionante. Decisivo sarà anche il mercato svizzero, dove l'intero settore dovrà compattarsi contro una concorrenza sempre più agguerrita.

Cosa si attende nel 2015?

Una sfida immane: in un contesto economico particolarmente sfavorevole, il settore del turismo dovrà mantenere le sue quote di mercato e al tempo stesso migliorare la qualità dell'offerta turistica e portare avanti le innovazioni. Ma come in passato, continuo ad essere ottimista: tutti gli attori del settore stanno lavorando di comune accordo alla ricerca di soluzioni.

Ha un messaggio a cui Lei tiene particolarmente da trasmettere al settore del turismo?

Il settore deve ora cooperare più che mai, ignorando gli interessi individuali. La situazione è troppo seria e la Svizzera troppo piccola per concedersi delle dispersioni.



Jürg Schmid, direttore di Svizzera Turismo

*«Si deve essere abili nel conciliare
velocità e piacere.»*

Quale progetto marketing di ST ha apprezzato in particolare nel 2014?

La collaborazione con il fotografo Yann Arthus-Bertrand. Per la nostra campagna «Panorami», egli ha realizzato la serie fotografica «La Svizzera dall'alto» che ha riscosso un grande successo a livello mondiale, da Parigi a Mosca e da New York a Rio de Janeiro. Il progetto era stato avviato in Francia allo scopo di aumentare la visibilità internazionale della Svizzera.

Il marketing turistico sta vivendo un rapido mutamento. Come lo state affrontando?

Con i social media tutto è sempre più interattivo e quindi dobbiamo essere più vigili e ancor più rapidi nelle reazioni. Ciò richiede più forza lavoro. Ma soprattutto intravedo enormi opportunità di marketing intelligente, volto a personalizzare il contatto con l'ospite attraverso le piattaforme per lui più adatte e offrendo le esperienze che egli ricerca.

(cfr. «Previsione» a pagina 49 con contenuti analoghi)

150 anni di turismo invernale: come procedere?

Sulle sue piste da sci, la Svizzera deve riuscire a conciliare due esigenze dell'ospite: da un lato la velocità, dall'altro il relax e il piacere. Solo così potremo soddisfare le esigenze di una società che sta invecchiando e anche delle famiglie che richiedono sempre più sicurezza sulle piste.