

# "Svizzera, semplicemente naturale"

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

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

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

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685581>

## **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.

# «Svizzera. semplicemente naturale.»

**«Ritorno alla natura»:** le parole del filosofo ginevrino Jean-Jacques Rousseau richiamano il DNA del turismo svizzero. La conquista della risorsa più importante – le montagne svizzere – è alle origini di un boom che continua tuttora.

Nel maggio del 1962 si celebra il 250° anniversario della nascita di Rousseau. Per otto giorni sei diligenze postali formano un percorso a stella partendo da Francoforte, Monaco, Milano, Lione, Parigi e Bruxelles per convergere all'Isola di San Pietro, luogo in cui il filosofo trovò rifugio. L'UNST pone l'accento sulla bellezza della natura e sulla ricchezza degli incontri.

## Conservare il capitale naturale

Sin dal primo giorno la natura è il capitale del nostro turismo. All'inizio solo i nobili osavano recarsi sulle montagne bernesi, grigionesi e vallesane alla ricerca di aria fresca. Negli anni Venti ci si spostava per le cure, più tardi fu la volta di «Swiss Alps calling»

(1951). Le vacanze in Svizzera permettono ai bambini di vivere in modo più sano (1952) e l'aria di montagna snellisce, titola l'Ufficio nazionale del turismo strizzando l'occhio all'utente (1969). Il flusso di persone attratte dal ritorno alla natura, dai laghi azzurri e dal mondo dei ghiacciai cresce costantemente.

Qua e là nel cielo svizzero salgono le funivie e crescono nuove destinazioni. Gli esperti del turismo più lungimiranti negli anni Sessanta e Settanta mettono in guardia dagli eccessi, poiché senza la natura il turismo non sarebbe possibile. Così come impossibile sarebbe la crescita sostenibile del turismo senza la ricchezza di contrasti della natura. Una delle preoccupazioni principali di Svizzera Turismo è la conservazione della natura, che è anche una componente strategica di successo. Il nuovo concetto è riassunto dal 2003 nello slogan «Svizzera. semplicemente naturale.». Ne danno conferma 18 nuovi parchi naturali e una Carta per la sostenibilità realizzata insieme a partner del settore (2009). Sulla stessa linea si colloca il motto del 2017, anno del centenario, che fa riferimento alle radici: «La natura ti ri-vuole». Un buon motivo per un viaggio alla (ri)scoperta della Svizzera.



All'Esposizione nazionale di Losanna l'UNST presenta uno show panoramico polivisivo (con un formato di larghezza speciale) in un padiglione spettacolare.

La televisione svizzera introduce gli spot pubblicitari. L'UNST presenta uno spot sul tema «Vacanze invernali in Svizzera».

Un accordo con Swissair permette la creazione di sei punti d'informazione turistica in altrettante città sudamericane.

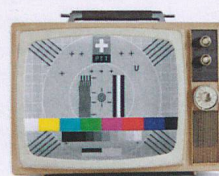


1964

1966

1967

1968



Introduzione in Svizzera della televisione a colori: una nuova era e nuove possibilità per la promozione turistica.