

L'ospite al centro

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

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Relazione annuale / Svizzera turismo**

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

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685586>

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.

L'ospite al centro

Tutto ruota intorno all'ospite nella promozione del nostro Paese. Ma chi è l'ospite? E cosa lo spinge a scoprire la Svizzera, oggi e in futuro? Grazie a una ricerca di mercato sistematica, l'immagine di questo soggetto assai corteggiato si fa sempre più nitida.

«L'ospite è un essere impossibile nel suo insieme e spesso poco coerente», risponde il direttore Jürg Schmid in un'intervista a un giornale, quando lo interpellano sulle aspettative degli ospiti. Sembrerebbe che essi cerchino l'idillio totale in qualche meravigliosa valle sperduta, a patto però che tutto il mondo resti accessibile grazie alla WiFi ad alta velocità. Chi visita la Svizzera oggi lo fa per motivi diversi. Dal 2000, anno in cui Svizzera Turismo ha cominciato a praticare ricerche di mercato ancora più sistematiche, gli esperti nazionali di turismo possono individuare ancor più chiaramente la direzione che sta prendendo il viaggio dell'ospite «multiopzionale». Non da ultimo grazie al Monitor turistico della Svizzera, i cui risultati sono disponibili ogni quattro anni. In 150 destinazioni selezionate viene intervistato un campione di 14 000 turisti pernottanti, provenienti da 100 diversi mercati. I ricercatori sono interessati alle modalità con cui gli ospiti si procurano informazioni, a cosa si aspettano dalle vacanze in Svizzera, a cosa amano in modo particolare del Paese, a come fanno le prenotazioni e al grado di soddisfazione per il loro soggiorno.

La ricerca di ospiti fedeli si fa sempre più impegnativa

La statistica parla chiaro: oggi gli ospiti si fermano nello stesso posto per un periodo più breve. Nei primi anni Novanta il tipico ospite invernale soggiornava nel paradiso invernale svizzero in media per tre giorni. 20 anni più tardi ci si ferma nel nostro Paese esattamente una giornata in meno. Ciò è in linea con il trend mondiale verso più soggiorni di minor durata. Oggi l'ospite decide dove trascorrere il proprio tempo libero con un occhio alle webcam e alle allettanti immagini dei social media. Le vacanze classiche di più settimane nello stesso posto sono meno richieste. L'ospite moderno segue i trend e i consigli su portali come TripAdvisor ecc. In questo modo ha costantemente accesso al mondo intero e alla piccola Svizzera.

I risultati dello studio sono al contempo semplici e complessi: per raggiungere lo stesso numero di pernottamenti di un tempo, è necessario attirare in Svizzera quasi il doppio degli ospiti. Questo significa anche che ogni franco dedicato al marketing dev'essere investito ancor più oculatamente. Secondo la valutazione d'efficacia del 2013, un pernottamento su sei negli hotel e negli alloggi svizzeri si deve a Svizzera Turismo. Ciò corrisponde a 11,1 milioni di pernottamenti e a un fatturato di 1,97 miliardi di franchi. In futuro la ricerca di nuovi ospiti sarà sempre più raffinata e calibrata su amanti della natura, amanti della cultura o sciatori. Tutti amano la Svizzera, sebbene per motivi diversi. E proprio questi motivi devono essere identificati.

Ospiti da tutto il mondo

Se all'inizio gli ospiti erano giovani aristocratici inglesi che facevano viaggi di formazione, oggi tutto il mondo soggiorna in Svizzera. Negli ultimi 100 anni le modalità di viaggio, ma soprattutto gli stessi turisti e le loro necessità, sono cambiati profondamente. La seguente selezione testimonia quest'evoluzione mostrando in quali Paesi e in quale periodo la Svizzera era di moda come destinazione per le vacanze.



1950: i turisti svizzeri raggiungono il 61% dei pernottamenti in Svizzera, quota massima mai registrata nel confronto con le altre nazionalità

Ieri Il miracolo economico prende il via, e la Svizzera è al secondo posto in Europa per quanto riguarda la percentuale di motorizzazione. L'automobile serve anche per andare in vacanza, gli svizzeri amano recarsi all'estero, ma ancor più rimanere in patria. Il Ticino è una destinazione che va per la maggiore, anche grazie al miscuglio di familiarità e fascino meridionale.

Oggi Il mercato più significativo con gli ospiti più fedeli è ancora quello svizzero. I turisti nazionali si distribuiscono in destinazioni diverse, ma quelle preferite sono le montagne, gli sport invernali e il wellness, purché tutto sia facilmente raggiungibile.



1980: i turisti tedeschi raggiungono il 22% dei pernottamenti in Svizzera, quota massima mai registrata nel confronto con le altre nazionalità

Ieri Della Svizzera l'ospite tedesco apprezza soprattutto la natura incantevole, il paesaggio e le montagne, nonché qualità, puntualità e sicurezza. Molto apprezzato è il treno Glacier Express. In media i turisti tedeschi spendono 1000 marchi tedeschi all'anno per viaggi all'estero. Nella classifica delle destinazioni turistiche preferite, la Svizzera si trova al sesto posto.

Oggi La Germania è ancor'oggi il più grande mercato estero. I Grigioni sono molto apprezzati dagli ospiti tedeschi in cerca di riposo tra i monti e nella natura. Ma i vicini del nord amano anche le esperienze nelle città come Basilea e Zurigo.



1985: i turisti USA raggiungono il 10% dei pernottamenti in Svizzera, quota massima mai registrata nel confronto con le altre nazionalità

Ieri L'ospite statunitense ama spendere. Mostra un debole per gli alberghi vecchi e tradizionali con un arredamento individuale e un po' nostalgico. Spesso il televisore viene acceso anche al mattino, subito dopo il risveglio.

Oggi «Lovely and beautiful», così definiscono la Svizzera gli americani. Per vivere avventure, esperienze culturali e vacanze trendy, vale certamente la pena di volare dagli Stati Uniti nel cuore dell'Europa, e questo è ancora più facile e comodo grazie ai numerosi voli diretti.



1938: i turisti britannici raggiungono il 15% dei pernottamenti in Svizzera, quota massima mai registrata nel confronto con le altre nazionalità

Ieri Per quanto riguarda le questioni legate all'alimentazione, l'ospite inglese è conservatore. Ama le colazioni ricche e le verdure preparate con semplicità. Non sopporta le coperte di piumino d'oca ed è molto sensibile agli aumenti di prezzo. Già nel 1935 la Swissair offriva la tratta aerea Zurigo-Basilea-Londra.


Oggi Soprattutto gli inglesi, e in particolar modo i londinesi, sono ospiti fedeli della Svizzera. Essi vogliono vivere un'esperienza interessante, si fidano dei mezzi pubblici e amano le montagne svizzere. Grazie a tutto questo, il Regno Unito è il mercato europeo con la maggior crescita in Europa.



L'ospite di domani

Donne asiatiche ben informate e turisti europei più anziani e per questo più esigenti: tutti loro in futuro trascorreranno delle vacanze in Svizzera. In programma hanno il contatto con gli abitanti del luogo, un'esperienza autentica nella natura selvaggia e la degustazione di sane specialità tipiche. E tutto questo con un'infrastruttura di prima classe, guide individuali e una rete digitale perfetta.



 **2015: i turisti cinesi raggiungono il 4% dei pernottamenti in Svizzera, quota massima mai registrata nel confronto con le altre nazionalità**

Ieri Gli ospiti cinesi attraversano la Svizzera viaggiando in gruppo – visitando da sei a dieci altri Paesi europei. Per loro il quattro è un numero che porta sfortuna, per questo si devono evitare le stanze al quarto piano. I cinesi amano bere sempre del tè bollente o acqua calda, quindi nella loro stanza non deve mancare un bollitore.

Oggi I giovani cittadini di Pechino e Shanghai oggi esplorano la Svizzera da soli. Il loro interesse principale, sia in inverno sia in estate, è rivolto ad attività all'aperto come la bicicletta o la corsa, anche se arte, architettura e design sono sempre più apprezzati.

