



Comunicato stampa, 29 maggio 2012

La Svizzera registra un turista per ogni abitante, come l'Italia che però ospita quattro volte il numero dei siti Unesco ed è sette volte più grande

Jürg Schmid, Amministratore Delegato di Svizzera Turismo, annuncia gli investimenti nel 2012 e le anticipazioni per l'EXPO 2015 durante la presentazione della campagna che parte oggi a la Rinascente a Milano fino al 18 giugno

Nel 2011 Svizzera e Italia hanno collezionato lo stesso rapporto di 1 a 1 tra numero di abitanti e di turisti stranieri. Peccato però che il patrimonio culturale della Svizzera è un quarto di quello italiano e la superficie elvetica è un settimo di quella del Belpaese.* Accoglienza, natura incontaminata ed efficienza dei trasporti tra le ragioni strutturali che spiegano questo successo e che sono state illustrate oggi da Jürg Schmid, Amministratore Delegato di Svizzera Turismo, durante la presentazione della campagna elvetica che avrà luogo in Rinascente per tre settimane. Mostrati in anteprima anche le aree di investimento per il 2012 e i progetti legati all'EXPO milanese.

Che il turismo targato Svizzera fosse un modello di successo non è una novità. Già il World Economic Forum ha posto di nuovo nel 2011 il paese elvetico al primo posto per competitività nel settore dei viaggi e del turismo mentre l'Italia si ritrova solamente al quarantatreesimo posto. Ma quello che stupisce è che l'economia turistica elvetica non pare sentire crisi – con più di 8,5 milioni di turisti stranieri e 19,7 milioni di pernottamenti nel 2011 (il dato globale, turisti svizzeri compresi, si attesta invece a 14 milioni di arrivi e 71 milioni di pernottamenti) – e sia addirittura in crescita per certi mercati. *“Il turismo è il terzo settore d'esportazione in Svizzera – spiega Jürg Schmid, Amministratore Delegato di Svizzera Turismo – e nonostante la difficile congiuntura economica degli ultimi anni l'andamento dei pernottamenti è rimasto stabile se non migliorato per alcuni paesi. La Cina, per esempio, nel 2011 ha registrato 503.334 arrivi (+51,4% sul 2010), l'India 200.624 (+20,9%) e il Brasile 79.080 (+18,3%)”.*

Le ragioni di un modello di successo

L'accoglienza, appunto, è uno dei fattori d'eccellenza del sistema elvetico. In Svizzera esistono varie tipologie di alloggi per ogni esigenza, dall'hotel 5 stelle all'ostello della gioventù ma sempre



all'insegna della qualità. Alberghi, per esempio, pensati per offrire trattamenti di salute con pacchetti del cosiddetto 'turismo sanitario'. Oppure alberghi ecologici che si integrano con la natura circostante, alcuni permettendosi consumi energetici bassissimi, altri pensati all'interno di aree completamente libere da automobili. Sistemazioni ideali per i city-break – soggiorni brevi nelle città – per un'offerta culturale ed enogastronomica unica in Europa oppure per soggiorni immersi nella natura tra le montagne o i laghi.

“La natura è sicuramente un'altra ragione di attrazione per i turisti – continua Schmid – perché, pur rimanendo incontaminata, restano innumerevoli le possibilità di goderla nel nostro paese. Non solo sci ed escursionismo sulle montagne ma anche esperienze balneari tutto l'anno con più di 7.000 laghi, 120 ghiacciai e fiumi che percorrono migliaia di chilometri”. Svizzera Turismo celebra nel 2012 l'anno dell'acqua per sottolineare come questo elemento plasmi indelebilmente il paesaggio e anche la sua offerta turistica con la possibilità di pernottare sull'acqua e godere di tantissime attività 'acquatiche' come le cure termali e le pratiche sportive tra cui le escursioni a piedi o in bicicletta lungo i corsi d'acqua, gli itinerari in canoa, il rafting e l'arrampicata sul ghiaccio. Anche se il modo migliore per ammirare il 'Paese dell'acqua' (custodisce il 6% delle scorte d'acqua dolce in Europa) è utilizzando il trasporto pubblico, terzo baluardo del successo del modello turistico svizzero. La rete di treni, autobus e battelli permette di raggiungere facilmente gli specchi d'acqua e in generale godersi al meglio le bellezze naturalistiche e spingersi comodamente verso ogni meta senza lo stress dell'automobile. *“Il sistema di trasporti pubblici è uno dei nostri fiori all'occhiello: pratico, comodo e a basso impatto ambientale. Grazie al Swiss Travel System, è possibile viaggiare in maniera integrata con un solo biglietto su 20.000 chilometri di ferrovia, autobus, ferrovie di montagna e battelli svizzeri. Per non parlare dei treni panoramici come il Bernina Express, il mitico trenino rosso che è uno dei prodotti più amati dagli italiani”* – ci racconta Schmid.

La campagna di Svizzera Turismo a la Rinascente

Nel 2010 si è celebrato il suo centenario e forse più di tutti il Bernina Express rappresenta lo spirito della Svizzera, paese dove l'innovazione convive con la tradizione e la natura. Ed è questo il leit motiv della campagna che Svizzera Turismo lancia oggi a “la Rinascente” fino al 18 giugno. Un'invasione dello spirito svizzero che vedrà la facciata della Rinascente brandizzata con il marchio di Svizzera Turismo e all'interno spazi ad hoc e vetrine di partner quali aziende svizzere e destinazioni turistiche.

“Siamo contenti di poter collaborare con Svizzera Turismo, – dichiara Alberto Baldan, Amministratore Delegato di Rinascente – con cui abbiamo in comune la ricerca incessante della qualità e dell'eccellenza a disposizione dei nostri clienti, perché è un partner ideale per confermare il carattere sempre più internazionale del nostro marchio”.

Il design degli allestimenti è stato affidato a Italo Rota, designer e architetto di fama internazionale, che spiega: *“Ho voluto raccontare la Svizzera come un'isola che riesce a integrare la tecnologia con il territorio e l'arte. Le vetrine in Rinascente sono piccoli giochi capaci di attirare l'attenzione. Speriamo che riescano a muovere l'immaginazione della gente, spingendola ad andare in Svizzera oppure a ritornarci con altri occhi”.*



“Abbiamo scelto la Rinascente come partner per la nostra campagna perché è il department store più prestigioso in Italia e ci permette di veicolare al meglio i nostri messaggi, dialogando con una clientela fondamentale per i nostri obiettivi e non solo di nazionalità italiana, essendo la Rinascente visitata da molti turisti stranieri” – continua Schmid.

Investimenti in Italia e progetti per l'EXPO

L'Italia resta un paese chiave per Svizzera Turismo e infatti gli investimenti previsti nel 2012 non solo punteranno sui tre versanti classici di offerta come arte, cultura ed eventi nelle città, sci e wellness nelle montagne e treni panoramici, ma anche su attività di promozione online – per le quali è stato stanziato il 25% degli investimenti totali – quali applicazioni mobile e progetti sui social media, sempre più richiesti anche dai turisti italiani.

Ma l'Italia significa anche l'opportunità dell'EXPO di Milano del 2015 e Svizzera Turismo non vuole farsi trovare in ritardo. *“L'EXPO milanese è una grande opportunità innanzitutto per il settore alberghiero del Canton Ticino. Grazie alla contiguità territoriale e agli ottimi collegamenti in treno e con la rete autostradale, il Ticino potrà accogliere i visitatori nelle sue strutture ricettive. Visitatori provenienti soprattutto dai paesi emergenti come Cina, India e Brasile per i quali stiamo preparando in sinergia con i tour operator locali dei pacchetti di viaggio che comprendano oltre a Milano ovviamente anche la visita della vicina Svizzera con le sue bellezze” – conclude Jürg Schmid.*

*Tabella dati

2011	Turisti stranieri	Abitanti	Rapporto turista-abitante	Siti Unesco	Superficie (km²)
Svizzera	8.534.305 (fonte: Ufficio Federale di Statistica, Svizzera)	7.952.600 (fonte: Ufficio Federale di Statistica, Svizzera)	1,073	11	41.285
Italia	76.379.000 (fonte: Osservatorio Nazionale del Turismo)	60.776.531 (fonte: Istat)	1,256	47	301.340



Svizzera Turismo in sintesi

Svizzera Turismo (ST), ente di diritto pubblico gestito secondo criteri di economia aziendale, cura l'attività di marketing e vendita per la Svizzera a livello internazionale da oltre 90 anni su mandato federale stimolando la domanda interna ed estera per la Svizzera come meta turistica e congressuale. ST lavora in stretta collaborazione con i partner del turismo in tutto il mondo al fine di offrire una permanenza indimenticabile agli ospiti che, per una ragione o per l'altra, si trovano a visitare questa destinazione dai mille volti. ST ha sede a Zurigo ed è presente in 28 Paesi con un totale di 225 dipendenti. In Italia conta due rappresentanze: a Milano e a Roma.

Per maggiori informazioni:

Pepe, Rossi & Partner

Tomaso Bonazzi

Tel. 02 88 000 81

Mob. 335 72 70 515

E-mail: tomaso.bonazzi@prpconsulting.it

Svizzera Turismo

Francesca Rovati

Mob. 335 700 11 68

Tel. 02 7601 3203 (numero riservato ai media, da non pubblicare!)

E-mail: francesca.rovati@switzerland.com

Riferimenti per il pubblico da citare negli articoli:

N. verde 0080010020030 per informazioni turistiche generali sulla Svizzera, per prenotazioni alberghiere e richieste di brochure (inviata gratuitamente a domicilio), sito web www.svizzera.it.