

Il turismo ticinese punta sul web

Pubblicato: Venerdì 6 Aprile 2001

È in funzione già dal mese di febbraio, ma è stato presentato ufficialmente nei giorni scorsi nell'ambito di Lugano Communication Forum. Frutto della fusione del sito internet dell'ETT e di TicinoInfo, il nuovo portale ufficiale del turismo ticinese www.ticino-tourism.ch ha raccolto l'offerta in rete precedente e l'ha rielaborata in funzione della nuova strategia di marketing del settore, decisamente orientata ad una maggiore presenza sul «web».

Dal profilo tecnico la nuova veste offre una grafica più agile, un'architettura più semplice ed intuitiva e un caricamento di testi e immagini più rapido rispetto alla vecchia TicinoInfo, mentre i contenuti sono orientati a quattro diverse tipologie di pubblico che l'ETT si prefigge di raggiungere; dai potenziali nuovi turisti che non conoscono ancora il cantone (svizzeri, tedeschi, italiani, giapponesi e nordamericani) alla clientela più fedele, passando per i cosiddetti turisti di giornata e i vari addetti ai lavori nel settore.

Il sito, consultabile nella versione italiana, tedesca e inglese, contiene 21.400 schede informative, 700 alberghi, 2 mila alloggi e 1.835 ristoranti; consente all'utente di inviare cartoline e scaricare prospetti, di interagire con i gestori del portale tramite e-mail, di prenotare direttamente e di acquistare prodotti ticinesi «online». Inoltre viene praticata una politica attiva di networking con i partners, attraverso link esterni ed interni al turismo cantonale. I risultati non hanno tardato a farsi vedere. Il numero di visitatori è praticamente triplicato e ogni mese vengono consultate circa 500 mila pagine. In media ciascun utente si sofferma su ticino-tourism dai dieci ai dodici minuti. «é un prodotto di cui il Ticino può andare fiero» ha detto il presidente di TicinoInfo Alberto Amstutz, che ha presentato al pubblico il nuovo portale assieme al direttore dell'ETT Giuseppe Stinca, al direttore di Tinet Alberto De Lorenzi e al direttore dell'Istituto di Management turistico di Bellinzona Daniel Burckhardt. Il sito è sempre gestito dalla TicinoInfo SA, il cui capitale è composto per due terzi dalle Arti Grafiche Rezzonico di Locarno e per un terzo dall'ETT. A livello organizzativo per il momento non è cambiato nulla. Da notare comunque che il logo TicinoInfo è completamente sparito dal web e che in tutte le pagine campeggia ora il marchio «Ticino» rosso e blu dell'ETT, il quale sembra aver dato un'impronta più forte alla sua presenza.

Il sito è stato concepito non solo per i potenziali turisti ma anche per gli operatori del settore, che potranno cercare informazioni e proposte aggiornate tramite ad un apposito sistema di ricerca e fornirle a loro volta. L'obiettivo, attraverso una più accentuata presenza sul web, è anche di meglio analizzare i comportamenti della clientela, traendo informazioni che consentano di meglio mirare le scelte future.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it