

VareseNews

“Vi facciamo sorridere, così verrete in vacanza da noi”

Pubblicato: Venerdì 3 Giugno 2011



Si chiamano **Sebi e Paul** e sono dei veri contadini svizzeri. Nella vita fanno i montanari nelle regioni centrali e nel tempo libero i testimonial. Sono loro infatti la nuova divertente scoperta di **Svizzera Turismo**, la società che da circa cent'anni si occupa di promuovere le vacanze in territorio elvetico. Sebi e Paul sono diventati famosi grazie a internet e alla tv: dopo aver trasportato [un grosso masso su e giù dalle cime](#) per rendere perfetta l'escursione in montagna ma anche per essere scesi in città con [un vecchio trattore e aver fatto shopping e bagordi](#) per tutta la notte, senza naturalmente abbandonare la cuffia di lana e al camicia a quadri di flanella. Fanno ridere, oltre che venire voglia di partire. Ed è proprio sull'ironia che si basano quasi tutte le ultime campagne pubblicitarie dell'agenzia di marketing territoriale della vicina confederazione. «Negli ultimi anni – spiega **Francesca Rovati**, responsabile della comunicazione di Svizzera Turismo per l'Italia – abbiamo cambiato la strategia di comunicazione. La Svizzera era percepita come una meta turistica di altissima qualità ma un po' fredda nell'accoglienza. Un luogo comune che abbiamo cercato di modificare. E il modo migliore per farlo ci è sembrato quello di ironizzare su noi stessi, sulla pignoleria svizzera. È nato così un filone divertente di spot che promuove l'attenzione maniacale ai dettagli e di conseguenza la "costruzione" della vacanza perfetta. Nel 2009 abbiamo lanciato anche un pesce d'aprile: [i pulitori di montagne](#). Funzionò bene, passando comunque anche il messaggio promozionale».



Poi sono arrivati Sebi e Paul...

«Sono stati scelti perché rappresentativi come fisionomia e modo di fare della svizzera rurale. Hanno

iniziato con gli spot: il primo è stato quello del masso trascinato su e giù dai monti. L'anno scorso infatti il tema centrale è stato l'escursionismo, quest'anno sarà l'estate nelle città. La Svizzera presenta una contiguità unica tra montagna e centri urbani. Un turista può passare la giornata nella natura e in meno di un'ora trovarsi in città a fare acquisti o divertirsi».

Come si finanzia Svizzera Turismo?

«L'attività dell'agenzia è sostenuta da contributi della confederazione e delle singole destinazioni turistiche». Nel 2010 la quota della Confederazione è stato pari a 47.750.000 di franchi ai quali si sono aggiunti circa 6 milioni versati da altri enti, tra cui i Cantoni, le Ferrovie Svizzere, le organizzazioni turistiche e anche le industrie interessate al turismo. A queste entrate si sono aggiunti oltre 31 milioni di proventi di marketing. «La nostra strategia promozionale si articola in quattro aree: il rapporto con i media, sia generalisti che di settore, il trade e quindi la promozione attraverso le agenzie viaggi e i tour operatori, la pubblicità e gli eventi e infine l'e-marketing».

Quanto conta oggi internet per chi fa promozione turistica?

«Per capirlo – aggiunge Rovati – bisogna mettersi nell'ottica del turista. Una volta si compravano le riviste cartacee per farsi un'idea delle mete e delle offerte. Da dieci anni a questa parte la scelta delle vacanze viaggia on line. E di conseguenza il 30 per cento del budget di Svizzera Turismo viene destinato a internet, compresi i social network (solo per il marketing l'agenzia ha investito nel 2010 più di 60 milioni di franchi, ndr). Il nostro sito è ricchissimo di informazioni, c'è un'area per le prenotazioni on line, per video e immagini oltre alle applicazioni per cellulari e iPhone».

E i risultati, come si misurano?

Secondo le proprie stime Svizzera Turismo genera oggi **un pernottamento su sei**, quasi un nuovo cliente su quattro e per gli ospiti dei mercati lontani addirittura uno su tre. Il fatturato generato dall'agenzia ammonta a **2,1 miliardi di franchi svizzeri**. Il settore turistico svizzero ha tenuto bene nonostante la crisi. Siamo riusciti ad attirare nuovi turisti dai paesi emergenti ed extra Ue: Brasile, Cina, India. Un incremento che ha bilanciato le difficoltà del mercato europeo. Oggi dobbiamo però fare i conti anche con il cambio sfavorevole tra euro e franco, anche questo ha penalizzato il turismo dai paesi dell'Unione».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it