

GASTRO**SUISSE**

hotellerie
suisse


Schweizer
Tourismus-Vorband
Fédération suisse
Federazione svizzera
de tourisme del turismo

Svizzera Turismo.
MySwitzerland.com 


SILVIANER SCHWIZ
BENVENUTI MÉRCADES SUISSES
FURNER SWITZERLAND

VÖV 
UTP 

***Economia turistica
in Svizzera –
Realtà e prospettive.***

Contenuto	Pagina
Prefazione	2
L'innovazione richiede cooperazione e sinergie	3
Numeri, dati, fatti	4
Tesi 1: L'ospitalità accresce la domanda	5
Tesi 2: Gli ospiti esigono offerte profilate	6
Tesi 3: La qualità è premessa di esperienze positive per i clienti	7
Tesi 4: Con competenza professionale verso il futuro	8
Tesi 5: La Svizzera quale luogo di villeggiatura: anche a prezzi vantaggiosi	12
Tesi 6: Il turismo è un impegno duraturo	14
Tesi 7: Collaborazione con unità d'intento	15
Tesi 8: Trasformazione strutturale significa plasmare congiuntamente i cambiamenti	16
Tesi 9: Le strutture di marketing devono essere in sintonia	18
Tesi 10: Il turismo ha futuro	19

Le organizzazioni mantello dell'economia turistica in Svizzera credono nel futuro e puntano su innovazioni e qualità. Affrontano i problemi attuali con slancio e, nel quadro delle loro possibilità, provvedono a delle soluzioni.

L'inversione di tendenza nel turismo richiede iniziative da parte di imprese forti e di organizzazioni efficaci che dispongono di menti creative e che si impegnano congiuntamente per il futuro del loro settore.

Inoltre, il successo duraturo dell'economia turistica nel contesto della concorrenza internazionale richiede condizioni generali economicamente favorevoli. L'importanza di questo settore economico è evidenziata dal suo contributo al prodotto interno lordo. Altrettanto rilevante per la valutazione del valore dell'economia turistica è il suo contributo al tasso occupazionale soprattutto nelle zone di confine e in montagna. Con oltre 300 000 posti di lavoro l'economia turistica è un'importante datore di lavoro.

Il presente opuscolo ha lo scopo di mostrare ai parlamentari, alle autorità federali e cantonali, come pure agli operatori turistici che vi sono buoni motivi per un impegno attivo in questo settore d'esportazione, quarto per importanza in Svizzera.

Berna/Zurigo, marzo 2003

L'innovazione è anche determinata dalle condizioni generali e dalle strutture del settore. Nell'economia turistica prevalgono le piccole e le medie imprese (PMI). Questo comporta spesso una limitazione delle possibilità di ideazione di nuovi concetti e della loro attuazione. È inoltre evidente la varietà degli offerenti operanti nell'ambito della catena dei servizi turistici. La forte decentralizzazione e una dimostrabile alta intensità di personale sono ulteriori caratteristiche tipiche dell'economia turistica.

Un'innovazione efficace nel turismo presuppone che si tenga adeguatamente conto delle condizioni generali tipiche per questo settore economico: nell'economia turistica le profonde, concrete innovazioni tecnologiche, che portano ad una migliore produttività in molti settori economici, hanno solo un effetto limitato. D'importanza notevole per l'economia turistica è il processo di distribuzione e di ripartizione delle innovazioni. Nell'ambito dell'economia turistica, il successo economico si produce soprattutto se idee e concetti sono combinati in modo mirato nel contesto di adeguate collaborazioni e/o reti di distribuzione. Soddisfatte queste condizioni, l'innovazione può generare un plusvalore, che supera di gran lunga quello di altri settori.

Le organizzazioni mantello dell'economia turistica hanno riconosciuto i segni dei tempi e orientano la loro collaborazione a queste cognizioni.

Modello della collaborazione e delle competenze delle organizzazioni capello nell'ambito della catena di servizi

Destinazioni / Marketing Svizzera Turismo	Settore alberghiero e della ristorazione GastroSuisse hotelleriesuisse	Mobilità Unione dei trasporti pubblici Funivie Svizzere
Politica del turismo Federazione Svizzera del Turismo		

Il turismo ha pure una rilevanza storica essendo un pilastro importante dell'economia svizzera. Secondo le stime del segretario di stato dell'economia, l'importo del prodotto interno lordo è da equiparare al settore della chimica, dell'industria meccanica e dell'edilizia.

Reddito del turismo¹

Reddito complessivo del turismo	22,4 mld CHF
- derivante dai clienti del territorio nazionale	9,7 mld CHF
- derivante dai clienti provenienti dall'estero	12,7 mld CHF
Percentuale del turismo rispetto al prodotto interno lordo della Svizzera (PIL)	5,4 %

Il turismo è esportazione poco visibile¹

Reddito del turismo derivante dai clienti provenienti dall'estero	12,7 mld CHF
Percentuale del turismo rispetto al reddito complessivo d'esportazione	7 %

Il turismo crea posti di lavoro²

Impieghi nel settore turistico in Svizzera (diretto e indiretto) oltre equivalenti a impieghi a tempo pieno	300 000
Percentuale del turismo rispetto all'occupazione complessiva	9,5 %

Alta concentrazione di esercizi nel turismo

- Numero di esercizi nel settore della ristorazione oltre	30 000 ³
- Numero di esercizi nel settore delle funivie	600 ⁴
- Numero di esercizi nel settore dei mezzi di trasporto pubblici	150 ⁴

L'industria alberghiera quale colonna portante del turismo¹

- Numero di pernottamenti in albergo	34,7 mio.
- Numero di pernottamenti in strutture para-alberghiere	33,6 mio.
Totale di pernottamenti l'anno	68,3 mio.
Sono da aggiungere ca 15–20 mio. di pernottamenti l'anno presso abitazioni di vacanza private, abitazioni secondarie, privati ed amici.	

¹ Fonte: Ufficio federale di statistica 2001

² Fonte: Messaggio relativo al miglioramento delle strutture e della qualità dell'offerta del turismo svizzero del 20.9.2002

³ Fonte: Censimento federale delle aziende del 1998 con aggiunte secondo statistica delle iscrizioni nel Registro di commercio

⁴ Fonte: Indicazioni da parte delle organizzazioni mantello 2002

Preambolo L'ospitalità è uno dei fattori vincenti del turismo. Priorità massima dell'economia turistica è la soddisfazione dei clienti. La gentilezza da parte degli imprenditori e dei collaboratori è pertanto determinante. Un sondaggio rappresentativo presso viaggiatori in Svizzera⁵ ha indicato un alto grado di soddisfazione. Oggi, tuttavia, essere cortesi non è più sufficiente.

Quali sono le strategie applicate? L'ospitalità è in primo luogo il risultato di competenza, buon servizio e cortese premura. Gli sforzi concreti sono tesi a garantire la soddisfazione dei clienti. Tutti i processi – dalle prime informazioni, alla prenotazione e alla vacanza stessa fino al ringraziamento dopo il soggiorno – devono essere orientati in modo ottimale alle esigenze del cliente. Tutte le organizzazioni turistiche, gli aeroporti e i vari organi doganali, devono essere inclusi in questi sforzi. Quale importante pilastro a garanzia di una qualità ineccepibile del servizio, il programma di gestione della qualità per le aziende turistiche in Svizzera fa parte dell'iniziativa di ospitalità.

Come stiamo operando? L'economia turistica si impegna efficacemente nella campagna dell'ospitalità.

Quali sono le nostre rivendicazioni? Gli operatori turistici ed i collaboratori necessitano condizioni generali favorevoli e non devono essere gravati da alte tasse e ordinanze inutili. In particolare il mercato del lavoro e la politica dell'istruzione dovrebbero essere maggiormente incentrati sui bisogni del terziario.

Alcune premesse per la campagna di ospitalità:

- La destinazione ha una rilevanza minima.
- I più importanti operatori turistici partecipano sul posto.
- È presente la disponibilità al cambiamento, all'innovazione ed alla collaborazione.
- Il concetto della destinazione vive.

⁵ Svizzera Turismo: Sondaggio soddisfazione clienti 2002

Preambolo Sono tuttora troppi gli offerenti del settore alberghiero e della ristorazione che vogliono essere disponibili per ogni tipo di cliente. I valori acquisiti vengono abbandonati, l'unicità si annacqua. L'offerta turistica diventa sempre più uniforme. I clienti fanno maggiormente ricorso ad altri mercati.

Quali sono le strategie applicate? Le aziende di servizi turistici hanno più successo se propongono ai clienti qualcosa di particolare, offerte fatte su misura. Oggi devono interrogarsi sul tipo di cliente a cui vogliono mirare. Non è più possibile soddisfare contemporaneamente tutti i gruppi. Oggi è più che mai importante specializzarsi in qualche ambito. Il cliente è alla ricerca dell'inconfondibile, dell'unico oppure opta consapevolmente per determinate categorie di prezzi.

Colui che destina i propri servizi a specifiche categorie di clienti ed è disposto ad adattarsi continuamente gode di notevoli opportunità di successo. Potenziali di crescita offrono ad es. innovativi concetti di ristorazione, alberghi a conduzione familiare, wellness o seminari e congressi. Nei vari segmenti di specializzazione bisogna offrire concreti criteri di qualità e definire incentivi economici. Parallelamente il tema della specializzazione quale fattore di successo deve essere maggiormente incluso nei corsi di formazione e di aggiornamento.

Come stiamo operando? L'economia turistica s'impegna per un'offerta attrattiva, innovativa, orientata al cliente e sostiene le aziende turistiche nell'ambito di una chiara collocazione dei loro prodotti sul mercato. Favorisce sul posto e a livello interregionale la collaborazione riferita a temi specifici.

Quali sono le nostre rivendicazioni? La Confederazione ed i Cantoni promuovono l'ideazione delle offerte in questo settore economico così importante per la Svizzera, in particolare mediante il finanziamento iniziale di progetti futuristici, un maggior supporto della formazione dei quadri nelle scuole professionali superiori, la ricerca applicata presso gli istituti superiori nonché mediante statistiche efficaci sul turismo.

Marchio di qualità «Famiglie benvenute»



L'impegno per la famiglia va supportato attivamente da parte di tutti gli operatori coinvolti. Il segmento della famiglia ha valore prioritario nell'allestimento congiunto di offerte e di campagne promozionali.

Preambolo Nel settore del turismo la gestione della qualità diventa sempre più lo strumento determinante ai fini della competitività. Con il programma di gestione della qualità l'economia turistica offre alle sue aziende la possibilità di verificare, assicurare e ottimizzare in modo mirato la qualità dei propri servizi. Il programma di gestione della qualità è teso a sensibilizzare la consapevolezza relativa alla qualità presso le aziende, a promuovere la collaborazione tra i vari offerenti nonché a mantenere l'alto livello della qualità dei servizi ottimizzandoli continuamente. Il programma di gestione della qualità si orienta all'approccio TQM (Total Quality Management). Con il livello I si getta una base solida. Gli esercenti si concentrano sullo sviluppo della qualità del servizio. Con il livello II il Quality Management System viene ampliato. Le imprese garantiscono soprattutto la qualità della conduzione e vengono monitorate sotto il profilo dei risultati raggiunti.

Quali sono le strategie applicate? Il programma di gestione della qualità nel settore del turismo sarà promosso ulteriormente. L'introduzione del III ed ultimo livello del Quality Management System completerà il programma. Le aziende turistiche che hanno introdotto con successo un sistema di gestione della qualità riconosciuto a livello internazionale potranno accedere a questo livello. Il programma di gestione della qualità mira all'ottenimento di un'alta diffusione nel settore del turismo con il marchio di qualità.

Come stiamo operando? L'economia turistica s'impegna affinché il marchio di qualità venga associato a valori reali e incorporato in campagne di marketing nonché in altre iniziative (ad es. località turistiche per famiglie, turismo ecologico).

Quali sono le nostre rivendicazioni? La Confederazione promuove la formazione del programma di gestione della qualità per le aziende turistiche in Svizzera e coadiuva la definizione dei parametri ed il rispetto degli standard di qualità.



- La gestione della qualità promuove l'ospitalità.
- Tutti i collaboratori operano per lo stesso scopo.

Preambolo Un'offerta sufficiente di personale qualificato e motivato è il presupposto per il successo nel settore turistico. Anche nell'ambito del turismo, gli standard di sicurezza e di qualità possono essere rispettati solo da collaboratori debitamente formati.

L'economia turistica offre ampie opportunità d'impiego per le più svariate professioni ad ogni livello di qualifica.

L'offerta variata e flessibile di formazione va dalla formazione di base, alla formazione professionale superiore (incl. istituti superiori) fino agli aggiornamenti professionali. Nel contesto della specializzazione turistica nelle scuole superiori vengono offerti alcuni diplomi a livello accademico. Gli indirizzi turistici di approfondimento offerti dalle università completano l'offerta di formazione professionale ed hanno un'importante funzione nel campo del management delle cognizioni e della loro trasmissione.

Quali sono le strategie applicate? Grazie ad un'offerta di formazione variata e flessibile molti giovani sono interessati all'opportunità d'intraprendere una carriera attraente nel settore del turismo e rimangono anche per molto tempo in questo settore terziario così vitale per la Svizzera. Solo rivalutando le professioni del settore turistico e migliorando la struttura delle qualifiche, sarà possibile rafforzare con successo la capacità innovativa del settore e migliorare la qualità dei servizi.

Come stiamo operando? L'economia turistica partecipa attivamente alla campagna di qualificazione per il mercato del lavoro turistico e s'impegna affinché: i nuovi collaboratori e quelli provenienti da altri settori possano progredire, vi sia sufficiente personale specializzato che garantisca la qualità delle prestazioni e si prenda cura delle giovani leve, sia soddisfatta la domanda di dirigenti ed imprenditori competenti. L'economia turistica desidera che la qualifica nel settore progredisca secondo le esigenze attuali e che il settore sia forte per raccogliere le sfide del futuro.

Quali sono le nostre rivendicazioni? La nuova legislazione sull'istruzione professionale deve essere attuata in stretta collaborazione con l'economia turistica, affinché le innovazioni pianificate portino effettivamente alla rivalorizzazione della formazione di base e superiore nel settore del turismo. La formazione professionale superiore, con i relativi esami professionali e superiori e con gli istituti professionali superiori, deve assolutamente essere collegata all'istruzione accademica. Questa rivendicazione non deve rimanere lettera morta.

Formazione professionale nel settore alberghiero e della ristorazione

La nuova legge sull'istruzione professionale definisce nuovi standard. Già dal 2005 l'economia turistica offrirà nel settore alberghiero e della ristorazione una nuova formazione di base triennale. La formazione empirica, dall'esito scarso, verrà sostituita da corsi di formazione biennali con attestato finale. La riforma della formazione commerciale di base verrà messa in pratica nel 2003 con i segmenti d'esame albergheria/ristorazione/turismo, agenzie viaggi e trasporti pubblici.



Preambolo Spesso, la Svizzera è considerata un paese caro benché con servizi di alta qualità o persino lussuosi. Le proposte d'alto livello godono di buone prospettive a condizione che la loro redditività sia garantita. Esistono comunque anche migliaia di offerte estremamente vantaggiose. Dato che ampi strati della popolazione sia in Svizzera che all'estero badano sempre più al prezzo è importante attirare l'attenzione su queste offerte attraenti. La Svizzera conta ca 5 800 offerenti nel settore alberghiero. Tali esercizi, fra cui molti a conduzione familiare e di tipo para-alberghiero, sono dislocati sull'intero territorio nazionale. Particolarmente attrattive dal punto di vista economico sono le offerte degli ostelli della gioventù. Nel settore alberghiero vero e proprio ad es. il gruppo SchweizDirekt, con ben 300 alberghi, ed il gruppo Swiss Budget Hotels, con altri 250 alberghi, sono fra gli offerenti dalla struttura dei prezzi ben definita. Altrettanto interessanti dal punto di vista economico sono i pernottamenti negli appartamenti di vacanza.

Quali sono le strategie applicate? L'offerta per vacanze a buon mercato in Svizzera è più ampia di quanto spesso si immagini. Classificazioni più precise, l'associazione degli offerenti ad una società di smercio e ad un sistema di prenotazione congiunto, tempo e know-how sufficienti per attività di vendita più complete ed un efficiente servizio clienti sono i fattori vincenti di queste prestazioni di servizio.

Come stiamo operando? L'economia turistica s'impegna a favore di un rapporto ben equilibrato tra offerte vantaggiose e offerte di lusso. Spetta a lei attirare l'attenzione su questa vasta gamma di offerte. Oltre a servizi cari il mercato richiede anche proposte a prezzi allettanti. Ciò permetterà ai clienti di viaggiare più volte l'anno. In tal modo anche i giovani avranno la possibilità di conoscere e apprezzare la Svizzera.

Quali sono le nostre rivendicazioni? Un attraente rapporto prezzo/prestazioni e la varietà delle offerte devono essere garantiti anche in futuro. L'onere fiscale e delle tasse per le imprese deve essere ridotto. Mediante adeguate misure di politica monetaria bisogna contrastare gli effetti delle fluttuazioni dell'euro e del dollaro sul turismo svizzero.

Il tasso ridotto dell'imposta sul valore aggiunto (IVA) per il settore degli alloggi deve essere applicato ulteriormente. Nell'ordinamento delle finanze federali è da legiferare un tasso preferenziale dell'imposta sul valore aggiunto (IVA) per il turismo, come già praticato in diversi paesi UE.

Il dollaro e l'euro perdono potere di acquisto. Dal 1999 per gli ospiti esteri l'offerta turistica in Svizzera è rincarata di circa il 10%.

Preambolo Il concetto del turismo che dura nel tempo poggia sulla produttività economica, su un ambiente intatto e sulla considerazione delle esigenze di tutte le persone coinvolte. Oltre agli ospiti vi fanno parte anche gli imprenditori ed i collaboratori attivi nel turismo come pure la popolazione locale. Il paesaggio e la natura sono risorse vitali per il futuro dei servizi turistici. Oggi, i clienti, le aziende turistiche e i collaboratori sono più sensibili in fatto di ambiente. Sempre più gli ospiti richiedono un ambiente sano ed un turismo ecologico. Grazie alla sua buona immagine in relazione al rispetto degli standard ambientali, alla sua sicurezza ed alla sua stabilità, la Svizzera ha ottime premesse per far fronte alla concorrenza internazionale.

Quali sono le strategie applicate? La Svizzera ha la reputazione di paese turistico comparativamente sicuro, che rispetta l'ambiente e il paesaggio e che favorisce allo stesso tempo la cultura locale e l'economia delle destinazioni turistiche. Le aziende turistiche rispettano gli standard ambientali riconosciuti, impiegano prodotti alimentari sani e sottopongono le loro strutture a verifiche regolari in tema di sicurezza onde proteggere i clienti ed i collaboratori.

Come stiamo operando? L'economia turistica mira ad un equilibrio armonioso tra sfruttamento e protezione dei mezzi di sussistenza naturali. Si adopera per sensibilizzare maggiormente le aziende turistiche in materia di ambiente e di sicurezza e promuove misure atte a migliorare l'impiego dell'energia presso le aziende. L'economia turistica garantisce così la qualità rinvigorente sia delle distese naturali che del paesaggio antropizzato.

Quali sono le nostre rivendicazioni? Le norme a motivazione ambientale nell'ambito degli investimenti nuovi e sostitutivi, devono essere economicamente sostenibili e non devono impedire le necessarie innovazioni dei prodotti nel settore del turismo. Il paesaggio quale solida base dell'economia turistica deve poter essere utilizzato ulteriormente a fini turistici. L'economia turistica necessita di condizioni generali flessibili per lo sviluppo turistico e per la risoluzione dei conflitti d'interesse.

Cooperazione anche nell'ambito dei progetti turistici dai risvolti ambientali:

L'economia turistica ricerca tempestivamente una soluzione congiunta con tutte le parti interessate.

Preambolo Per l'ospite il soggiorno in Svizzera è un'emozione unica. Gli offerenti turistici se ne sono resi conto e puntano sulla collaborazione. Importante non è solo la collaborazione tra alberghi, ristoranti, organizzazioni turistiche ed impianti di trasporto, ma anche l'armonizzazione della qualità nell'ambito della catena di servizio. A nulla servono ad esempio buone offerte di sport invernali se la suddivisione delle attività tra i vari partner non funziona. Gli stessi devono essere connessi tra di loro e operare con unità d'intento per garantire l'emozione unica.

Gestire tale catena è un compito complesso non essendo i diversi protagonisti soggetti ad una concezione uniforme. Molto diverse fra loro sono infatti le caratteristiche delle aziende che danno vita all'opera d'arte chiamata turismo.

Quali sono le strategie applicate? L'economia turistica deve presentare al cliente un prodotto ineccepibile. Il motto è: maggior collaborazione. La collaborazione nelle regioni è la grande sfida del futuro. Anche l'integrazione orizzontale di operatori equivalenti nel settore turistico dalla forte concorrenza diventa sempre più importante. In molte destinazioni questo potenziale non è ancora stato sfruttato pienamente.

Come stiamo operando? La coordinazione congiunta in diversi progetti, come ad es. nella formazione professionale turistica, in relazione a sistemi d'elaborazione dati collegati e nello sviluppo degli standard di qualità, evidenzia che le organizzazioni mantello dell'economia turistica sanno collaborare.

Quali sono le nostre rivendicazioni? L'economia turistica richiede un'attitudine franca e cooperativa sia in Svizzera che verso l'estero. Le norme federali vanno concretizzate uniformemente dai cantoni. Gli standard internazionali devono essere applicati. La collaborazione internazionale non deve essere limitata da barriere politiche.

Sistema di prenotazione congiunto Switzerland Destination Management SDM: www.sdm.ch

Elaborazione dati congiunta: www.STnet.ch

- wispo: Bollettino giornaliero delle piste e della neve
- peak surfer: banca dati delle funivie
- vk: agenda delle manifestazioni
- fewo: appartamenti di vacanza classificati

Preambolo Il processo di globalizzazione e il vertiginoso sviluppo delle tecnologie dei mezzi di trasporto e delle informazioni hanno portato ad una notevole crescita del turismo mondiale. Per far fronte alla mutata richiesta s'introducono maggiormente metodi di produzione e di commercializzazione industriali. Le aziende turistiche, che presentano una struttura «di piccolo commercio» e che non hanno la possibilità di trasferire all'estero la produzione, sono sottoposte ad una pressione economica sempre maggiore. Questa situazione viene accentuata dall'elevato livello dei costi e dal rafforzamento del franco svizzero. Molte imprese si trovano in una situazione in bilico tra il successo e il fallimento. Nonostante ciò negli ultimi anni sono stati aperti regolarmente più esercizi di ristorazione di quanti ne siano stati chiusi. La liberalizzazione della legislazione cantonale relativa al settore alberghiero e della ristorazione, agevolante l'inserimento nel mercato, e la congiuntura negativa hanno contribuito all'ulteriore aumento del tasso di fluttuazione.

Quali sono le strategie applicate? In tale contesto è indispensabile che le imprese non solo offrano prodotti moderni e d'alta qualità, ma che ottimizzino autonomamente la conduzione aziendale e la redditività. Con processi imprenditoriali estesi a più aziende la posizione di mercato di un'azienda turistica potrà essere notevolmente rafforzata.

Come stiamo operando? L'economia turistica promuove lo sviluppo di strutture aziendali capaci di affermarsi sul mercato. Le organizzazioni mantello dell'economia turistica consigliano i propri membri soprattutto nell'ambito imprenditoriale e mettono a disposizione strumenti su misura.

Quali sono le nostre rivendicazioni? Nell'ambito della legislazione e della tassazione dalla politica si richiedono condizioni generali, che favoriscano le aziende e le iniziative imprenditoriali. In particolar modo la promozione alberghiera e la politica dei permessi nell'ambito delle funivie sono da orientare in funzione delle richieste di mercato. Una liberalizzazione e regolamentazioni appropriate devono ridurre efficacemente il carico amministrativo delle PMI turistiche. Si deve rinunciare al perfezionismo legislativo svizzero.

Il Knowhow-Shoppingcenter offre al settore alberghiero e della ristorazione informazioni attuali e ausili interattivi, soluzioni e suggerimenti per l'attività quotidiana.
www.gastroprofessional.ch

Preambolo La struttura del settore turistico con innumerevoli aziende piccole e piccolissime è complessa. Ossia: esistono tanti nomi e poche marche. Troppe aziende operano sul mercato come «combattenti individuali» e con mezzi finanziari molto limitati. Inoltre molte località turistiche si evidenziano individualmente anziché promuovere un'intera regione o spazi d'esperienza disperdendo così energie e forze. L'ospite non è alla ricerca di strutture storicamente affermate, ma di un'offerta ampia e ben coordinata.

Quali sono le strategie applicate? Le offerte per i clienti vanno unite nell'ambito di un logico spazio d'esperienza e al di fuori dei confini comunali e cantonali. I clienti non si curano dei confini politici. Desiderano assaporare le emozioni di un'intera zona o regione. Le strutture devono essere quindi incentrate sulle esigenze dei clienti. La soluzione: più collaborazione, meno organizzazione turistica. Forze ed energie sono da unire. Ciò porterà ad una maggiore efficacia delle campagne di marketing e libererà fondi che potranno essere investiti a favore dei clienti. Una partecipazione attiva sul posto e incentivi economici contribuiscono ad una gestione efficace della destinazione. L'obiettivo sono reti intrecciate: ad es. i più pregiati musei, i parchi di divertimento più importanti, gli alberghi con campi da golf, la corporazione svizzera dei cuochi rinomati, ecc. Le reti di distribuzione dalle offerte trasparenti possono essere inglobate con successo nella commercializzazione a livello internazionale.

Come stiamo operando? L'economia turistica s'impegna per unire le forze nel campo del marketing e per la formazione secondo criteri strategici di destinazioni logiche. L'economia turistica è in favore di una politica turistica che coopera con la Confederazione ed i Cantoni.

Quali sono le nostre rivendicazioni? La Confederazione ed i Cantoni promuovono la domanda turistica sotto il marchio Svizzera. La promozione turistica deve superare i confini comunali e cantonali.

Preambolo Clienti da tutto il mondo ricercano emozioni e riposo in un paese che tiene seriamente conto delle loro necessità. Le distanze sono in secondo piano. La mobilità è un bene irrinunciabile della società moderna.

La Svizzera dispone di un'ampia gamma di offerte e di qualità, come la cordialità e la capacità congetturale. Esiste dunque il fondamento per un'economia di successo.

Quali sono le strategie applicate? I punti di forza del turismo elvetico devono essere evidenziati ed i successi festeggiati. I punti deboli vanno analizzati incondizionatamente e affrontati congiuntamente. Il turismo si colloca quale settore economico in cui i valori emozionali, il calore umano e la capacità di immedesimazione hanno priorità.

Come stiamo operando? L'economia turistica si presenta quale fronte unito e s'impegna per un'immagine positiva del turismo elvetico e per una maggiore sensibilità turistica da parte della società.

Quali sono le nostre rivendicazioni? Anche a livello politico il turismo deve essere percepito quale irrinunciabile elemento di ubicazione locale dell'economia svizzera con le sue relative potenzialità. Al riguardo si deve concepire una politica settoriale indipendente.

Dopo lunghi preparativi il conto satellite turismo, sviluppato dall'OCSE, per una rappresentazione attendibile dello sviluppo e dell'importanza dell'economia turistica per la Svizzera è da attuare quanto prima.

GastroSuisse
 Blumenfeldstrasse 20, Casella postale
 8046 Zurigo
 Telefono 01 377 51 11
 Telefax 01 377 55 90
 E-Mail info@gastrosuisse.ch
 Internet www.gastrosuisse.ch

hotelleriesuisse
 Monbijoustrasse 130, Casella postale
 3001 Berna
 Telefono 031 370 41 11
 Telefax 031 370 44 44
 E-Mail info@swisshotels.ch
 Internet www.swisshotels.ch

Federazione Svizzera del Turismo
 Finkenhubelweg 11, Casella postale
 3001 Berna
 Telefono 031 307 47 47
 Telefax 031 307 47 48
 E-Mail stv@swisstourfed.ch
 Internet www.swisstourfed.ch

Svizzera Turismo
 Tödistrasse 7
 8027 Zurigo
 Telefono 01 288 11 11
 Fax 01 288 12 05
 E-Mail info@switzerland.com
 Internet www.MySwitzerland.com

Funivie Svizzere
 Dählhölzliweg 12
 3000 Berna 6
 Telefono 031 359 23 33
 Telefax 031 359 23 10
 E-Mail info@cableways.org
 Internet www.cableways.org

Unione dei Trasporti Pubblici
 Dählhölzliweg 12
 3000 Berna 6
 Telefono 031 359 23 23
 Telefax 031 359 23 10
 E-Mail info@utp.ch
 Internet www.utp.ch