

Nota introduttiva del Presidente

In cinese la parola "crisi" si scrive componendo due ideogrammi: il primo ha il significato di malattia, di pericolo, il secondo di opportunità. Saggezza che non dovrebbe valere solo per gli Orientali. Occorre riconoscere che la crisi attuale ha almeno avuto il merito di aprire gli occhi a molti Ticinesi sull'importanza del turismo per il nostro Cantone e, dunque, per il nostro benessere. Ci si è finalmente resi conto che in questo settore i Ticinesi sono stati e sono assenti, sia a livello di messa a disposizione di capitali-rischio, sia di occupazione di posti di lavoro (cosa faremmo senza l'apporto degli stranieri?). Sapremo dunque cogliere l'opportunità di questa crisi? Dobbiamo, credo, essere prima ben coscienti delle cause del male. Sarebbe riduttivo, e anche pericoloso, credere che le difficoltà attuali siano semplicemente riconducibili alle note turbolenze monetarie. Certo, queste sono importanti. Ma alla base vi è in realtà un mercato mondiale con un'offerta turistica sempre più vasta, con nuove mete sempre più facilmente raggiungibili e sempre meno costose. Le abitudini e le esigenze del cliente si stanno modificando radicalmente. Guai a non riconoscere tempestivamente questi profondi mutamenti. Dovremo dunque operare in un clima di crescente ed inesorabile concorrenza. Gli anni della crescita euforica, della facilità, gli anni in cui brillavano anche gli incapaci e gli improvvisatori sono definitivamente tramontati. L'offerta turistica dovrà essere confezionata, ma anche venduta e gestita con alta professionalità. In altre parole non basteranno più paesaggi suggestivi, sole e cielo azzurro. Professionalità a tutti i livelli, ma anche e soprattutto riscoperta di valori persi o comunque trascurati, primo fra tutti la cultura dell'ospitalità. E' una sfida che va così raccolta da tutta una comunità, dal Paese tutto. Il progetto di nuova legge sul turismo non offre soluzioni preconfezionate, né peraltro potrebbe farlo. Definisce invece strumenti nuovi e moderni per poter navigare nel mare aperto ed insidioso dell'implacabile concorrenza mondiale dell'offerta turistica. Un disegno di legge che - e sono purtroppo molti a non averlo capito - che "destatalizza" il settore turismo, conferendo all'economia ticinese tutta un moto trainante e di responsabilità nelle scelte delle strutture e della conduzione della politica della ricreazione e del turismo. Mi auguro che tutti assieme sapremo compiere questo ineluttabile salto di qualità. Per meglio crescere, per non scomparire.

dott. Dick Marty

Commento introduttivo

La stagione 1994 avrebbe potuto concludersi anche in modo peggiore, viste come si erano messe le cose nel primo semestre e soprattutto durante l'estate. Per fortuna l'autunno ci ha risparmiato un'ulteriore alluvione, quasi ripetutasi però in primavera, altrimenti il risultato finale avrebbe potuto essere assai inferiore a quello registrato. Purtroppo è così che in periodi di crisi sono sovente le vacanze a fare la spesa di tagli e risparmi familiari. Di questa situazione ha particolarmente sofferto il turismo ticinese anche nel 1994, e di nuovo in misura superiore ad altre regioni del paese.

Il calo dei pernottamenti alberghieri nel 1994 rispetto all'anno precedente è stato "solo" dell'1,6%, ma bisogna tener conto del fatto che il 1993 si era già concluso assai negativamente e che si tratta ora del terzo anno consecutivo nel quale il Ticino registra una diminuzione dei pernottamenti. A onor del vero questa fase recessiva è dovuta soprattutto agli stranieri, diminuiti del 3,8%, mentre gli svizzeri hanno finalmente fatto registrare un lieve ma significativo aumento dello 0,7%. Stiamo vivendo momenti di grandi trasformazioni e si rileva dall'aumento degli arrivi come anche il modo di far vacanza sia costantemente sottoposto agli umori della moda: essi sono infatti aumentati dell'1,5% (-0,7% per gli stranieri e +3,9% per gli svizzeri) con conseguente logica e ulteriore diminuzione della permanenza media (da 2,8 a 2,7 giorni).

Se consideriamo le particolari condizioni nelle quali è venuto a trovarsi il Ticino rispetto ad altre regioni svizzere, allora abbiamo per lo meno qualche motivo di soddisfazione nell'apprendere che la diminuzione dei pernottamenti è stata assai contenuta e che vi è stato un aumento non trascurabile degli arrivi. Non si tratta di andare alla ricerca di alibi, ma effettivamente il Ticino ospita da anni una clientela estiva più sensibile di quella dei centri invernali agli squilibri monetari e congiunturali (lo dice anche il BAK - l'ufficio di ricerche congiunturali di Basilea - ed è stata in gran parte proprio la stagione invernale praticamente ancora inesistente in Ticino a determinare la buona tenuta di queste stazioni negli altri Cantoni). Il Ticino, poi, accoglie una percentuale di clientela italiana superiore alla media nazionale e la sua offerta turistica non si discosta da un punto di vista climatico, culturale e paesaggistico da quella dei confinanti laghi italiani, ora ottenibile a un prezzo di ca. il 40% inferiore a quello di due anni fa. Così non solo gli italiani hanno voltato le spalle alla Svizzera e in modo speciale al Ticino, ma anche i nostri più fedeli confederati e i germanici, entrambi sensibili a questioni di prezzo, si sono riversati in alberghi e pensioni della vicina penisola. Lo dimostrano i risultati molto lusinghieri ottenuti dai centri turistici delle sponde italiane del Verbano. Buona tenuta per contro hanno potuto registrare i campeggi

La proposta ristrutturazione organizzativa del turismo ticinese si rende quindi viepiù necessaria. Non sarà una nuova legge a risolvere tutti questi problemi, ma ci consentirà sicuramente di coordinare meglio le attività promozionali, di essere presenti con una certa forza contrattuale e con un coordinamento più incisivo negli interventi infrastrutturali e turistici sul territorio, di offrire migliori prestazioni agli ospiti e ai ticinesi (componente ricreativa) e di ottenere maggior impatto sui vari mercati mirati e scientificamente studiati, selezionati e prescelti.

Sia per raggiungere questi difficili obiettivi sia per dotarsi di una moderna legislazione in materia, sarà necessario abbandonare le divisioni e i campanilismi unendo sforzi e mezzi, svolgere una capillare azione di sensibilizzazione dell'opinione pubblica ticinese e poter contare anche sull'appoggio degli altri settori vitali della nostra economia.

Crisi significa però anche opportunità. Si tratta quindi di afferrare queste "chances" e sfruttarle: il momento è propizio per prendere decisioni importanti proiettate in un futuro più lontano di quello al quale siamo abituati a pensare.

Iniziative e novità dell'ETT

Non sempre, ma sovente, per intraprendere attività innovative è necessario poter disporre di sufficienti mezzi finanziari: nel corso del 1994 al nostro Ente è stata affidata un'importante somma da parte del Consiglio di Stato e del Gran Consiglio da investire nel settore promozionale per rilanciare il turismo ticinese colpito tanto a livello materiale quanto di immagine dalle gravi alluvioni dell'autunno 1993. Si è quindi potuto lanciare una campagna pubblicitaria originale, incisiva e di grande impatto rivolta ai nostri due principali mercati, la Svizzera tedesca e la Germania del sud. Dopo alcune novità già citate nella relazione dello scorso anno ("Famiglia Ticino"), anche nel 1994 l'attività dell'ETT è stata improntata alle innovazioni. Per la prima volta nella storia non solo dell'ETT ma anche dei due principali ETL del Cantone, Locarno e Lugano, vi è stata una partecipazione congiunta e coordinata a un'intelligente campagna inserzionistica denominata "Teatro Ticino presenta" e sapientemente concepita secondo un principio di modularità con importi che mai erano stati investiti prima da nessuno degli Enti citati.

Questa iniziativa, a volte contestata all'interno dei confini cantonali dai soliti esperti di turno, ha tuttavia ottenuto ampi consensi dalla stampa al momento della presentazione al Teatro di Locarno e successivi apprezzamenti positivi durante una conferenza pubblica organizzata dal Club svizzero di

(prezzi vantaggiosi abbinati a qualità superiore che altrove) e le case e appartamenti di vacanza dalle condizioni evidentemente più abbordabili e confacenti alle esigenze delle famiglie con bambini.

Ma anche altri fattori hanno condizionato l'andamento soprattutto estivo (che è poi quello quantitativamente più importante): i campionati mondiali di calcio, il bel tempo registrato dalle Alpi al nord Europa e infine un settembre, solitamente mite e ben occupato, piuttosto fresco e piovoso; ma più di tutto un corso del franco svizzero maledettamente alto e una lira e un marco eccessivamente bassi per rendere attraente il Ticino (che ha proprio in Italia e Germania i suoi principali bacini esteri).

Problematiche e opportunità

Non sono pochi i problemi con i quali sono confrontati il turismo e l'industria alberghiera ticinesi: preoccupante è tuttavia il fatto che siano da anni gli stessi. Al di là dei fattori sui quali non siamo assolutamente in grado di influire come quelli monetari, congiunturali e occupazionali che si verificano su scala mondiale, esistono pur sempre possibilità di intervento nella creazione di condizioni quadro più propizie che non sono state sfruttate.

A questo punto il rischio di pericolose ripercussioni non è più solo latente: i margini dell'industria alberghiera vengono continuamente erosi dal costante aumento dei costi, dall'imposizione di nuove tasse (IVA) e dall'aumento di altre (sopraddazio sui carburanti, tabacco, ecc.), dalle insufficienti facilitazioni creditizie (riduzione del sussidio federale alla Società di credito alberghiero), dai costi e dalla qualificazione del personale e dalla difficoltà di ottenere i permessi necessari (ancorché sia intervenuto a livello cantonale un notevole miglioramento in questo settore). Ulteriori alberghi hanno nuovamente chiuso i battenti e altri necessitano di cospicui investimenti, difficilmente ottenibili a condizioni di particolare favore. La trappola di un pericoloso circolo vizioso potrebbe essere dietro l'angolo: il turismo svizzero e quello ticinese devono poter offrire una qualità e un rapporto prestazione-prezzo superiore a quello della concorrenza estera. Negli ultimi anni il nostro vantaggio si è però costantemente assottigliato tanto per i servizi quanto per le infrastrutture. Diventa quindi imperativo investire e ristrutturare, operazioni rese tuttavia difficili non solo dalla situazione economica e dai tassi di interesse, ma perfino da frequenti ricorsi nei confronti di nuove e assolutamente necessarie infrastrutture turistiche come i campi da golf, i cannoni da neve, certi complessi alberghieri, centri sportivi e ricreativi, casinò da gioco (non ancora oggetto di ricorso ma di lungaggini burocratiche corrispondenti a una subdola opposizione), ecc....

marketing a Manno. In tale occasione vennero comunicati i rilevantissimi dati relativi all'impatto e al grado di memorizzazione rilevati dopo la pubblicazione degli annunci. Un'ulteriore presentazione di questa campagna a un pubblico di operatori turistici è stata in seguito svolta dal Direttore dell'ETT in occasione dell'Internationales Tourismus Forum Graubünden a Flims. Ma il coronamento finale di questa operazione è stata l'assegnazione della medaglia di bronzo alla nostra serie di inserzioni attribuita all'agenzia incaricata dall'Art Directors Club der Schweiz.

L'ETT è stato propositivo anche attraverso un'azione di sensibilizzazione alle problematiche del turismo, al buon servizio e alla cortesia nei confronti degli ospiti. Il concetto fondamentale di questa iniziativa prevede il coinvolgimento delle varie categorie professionali, dei loro diversi responsabili e del personale direttamente a contatto con la clientela. Il tutto è partito da un seminario organizzato dall'ETT con gli ETL e gli albergatori. L'azione si protrarrà per diversi anni con l'intenzione di interessare, oltre ad albergatori ed esercenti, anche le imprese di trasporto, la scuola, la polizia e altri funzionari pubblici per giungere infine all'intera popolazione.

Anche per ciò che concerne le strategie di marketing l'ETT sta gradualmente adattandosi a quanto deciso a livello nazionale con indirizzi diversi, più dinamici e emotivi voluti dalla nuova gestione dell'Ufficio Nazionale Svizzero del Turismo e suggeriti dal famoso rapporto Hayek del 1993.

Vi è poi stata la proposta innovativa, interessante e flessibile della "Ticino Card", nata dall'intraprendenza del capo-progetto dell'Associazione Funiwie Ticinesi Gabriele Guglielmi e alla quale l'ETT ha subito partecipato attivamente tanto sul piano propagandistico quanto su quello dell'allestimento del prodotto. Concepita inizialmente per la stagione invernale e visto come quest'ultima ha riservato poche precipitazioni nevose e tutte soltanto dopo l'Epifania, le vendite non hanno raggiunto i risultati auspicati. Dati i molteplici impieghi possibili di questo comodo mezzo di pagamento, siamo tuttavia ottimisti per ciò che concerne il suo successo tanto presso gli ospiti quanto presso i ticinesi stessi, anche se ci vorranno pazienza, impegno e pure certe rinunce tariffarie.

Novità di particolare rilievo sono poi rappresentate dai lavori preparatori per l'allestimento del nuovo prospetto, pure basato su un concetto innovativo di una serie di stampati denominata "Biblioteca Ticino". Lo stesso dicasi per l'immagine coordinata dell'ETT (corporate design) del quale dovrà gradualmente dotarsi il nostro Ente, a partire dalla metà del 1995.

Le principali azioni di propaganda

Ma non è evidentemente tutto qui: altre iniziative hanno infatti caratterizzato l'intensa attività dell'ETT come ad esempio la minuziosa preparazione e la susseguente presentazione e esposizione della mostra di architettura moderna al Building Centre Trust di Londra, abbinata ai festeggiamenti per il 120.mo anniversario dell'Unione Ticinesi che ha suscitato l'interesse delle cerchie specializzate e dei quotidiani visitatori di questo centro dell'industria edile. In autunno questa mostra è quindi stata esposta ad Altdorf nell'ambito dell'intenso calendario di manifestazioni allestito in occasione dell'introduzione dell'italiano quale materia obbligatoria nelle scuole del Canton Uri.

La presenza del Ticino è pure stata assicurata presso i grandi magazzini Jelmoli di Ginevra-Thônex, ove è stato decorato l'intero pianterreno e l'entrata con il nostro materiale, nuovi soggetti fotografici ingranditi e oggetti vari dell'artigianato e della produzione ticinesi. Il ristorante di questo "shopping center" ha contemporaneamente proposto una quindicina gastronomica ticinese.

Anche a Vienna si è tenuta una presentazione delle novità turistiche del Ticino a una trentina di giornalisti e agenti di viaggio, alla quale ha fatto seguito una settimana gastronomica in collaborazione con un albergatore locarnese e con la presenza di un duo folcloristico nostrano.

Tutte queste iniziative sono state possibili grazie anche alla collaborazione e disponibilità della Crossair, sempre presente e attiva nella promozione del Ticino nelle destinazioni da lei servite. Infatti, anche a Dublino per l'inaugurazione della nuova linea con Zurigo e il Ticino si è tenuta una bella presentazione in un'accogliente sala storica alla quale sono intervenuti oltre 50 rappresentanti dei media e delle agenzie di viaggio ai quali vennero servite specialità della cucina ticinese.

Quale seguito della campagna pubblicitaria "Teatro Ticino" sono stati eseguiti appositi ingrandimenti fotografici della stessa esposti per oltre un mese nelle vetrine principali della Hotelplan di Berna.

Un'azione di particolare ampiezza è stata quella organizzata dalla Swissair e dall'Ufficio nazionale svizzero del turismo di Düsseldorf con l'ETT alla quale sono intervenuti anche il Console generale svizzero e un centinaio fra giornalisti, agenti di viaggio e direttori e responsabili delle più importanti ditte e industrie della zona clienti della Swissair. La serata è stata preceduta da brevi presentazioni degli organizzatori e del direttore dell'ETT e in seguito allietata dalle note musicali della Bandella di Lugano.

Le relazioni pubbliche

L'attività di relazioni pubbliche è stata molto intensa durante il 1994 e il numero di visite di giornalisti si è rivelato decisamente superiore rispetto all'anno precedente. Spesso in collaborazione con l'UNST, gli ETL e Crossair, l'ETT ha dunque accolto in Ticino oltre 280 giornalisti e circa 90 agenti di viaggio svizzeri ed esteri, oltre che numerosi partecipanti a meeting e seminari, VIP del settore turistico e personalità politiche.

Durante il 1994 uno dei compiti essenziali del Servizio Stampa/RP dell'ETT è stato quello di informare, grazie all'ideale tramite di mass media, i nostri potenziali ospiti in merito alle molteplici realtà del Cantone. Prendendo spunto dalla campagna di promozione molto innovativa, chiamata "Teatro Ticino", organizzata dalla nostra agenzia pubblicitaria, nella quale l'ospite si sente pure attore, l'ETT ha cercato di far conoscere il Ticino in modo oggettivo, più attraente e originale, invogliando così frange sempre più specifiche di popolazione a considerare la nostra regione per le loro vacanze, scoprendo il Ticino attraverso anche particolari attività all'aria aperta, quali l'esursionismo, il trekking, la canoa, il bungee jumping o l'agriturismo.

Contatti con i giornalisti

La maggior parte dei giornalisti che hanno visitato il Ticino nel 1994 hanno partecipato a viaggi stampa di gruppo. Pensiamo in particolar modo ai viaggi dalla Svezia, dalla Germania, dalla Francia, dalla Gran Bretagna, dall'Olanda e dall'Italia e a quelli organizzati con Crossair da Dublino, dalla Germania, da Londra e dall'Italia. Fra i giornalisti individuali numerosi venivano dal Nord America, dalla Germania, dalla Gran Bretagna, dalla Francia e dall'Italia. Per sua iniziativa diretta, il Servizio Stampa/RP dell'ETT ha nuovamente invitato in Ticino rappresentanti di riviste e quotidiani dell'Europa Latina. In occasione del Festival Internazionale del Film di Locarno, l'ETT ha pure presentato la Regione del Lago Maggiore a giornalisti italiani, tedeschi e dal Belgio e le sue offerte rivolte a coloro che desiderano vacanze attive a contatto con la natura.

Importante ecostampa

Il numero e la qualità degli articoli dedicati al Ticino dalla stampa nazionale ed internazionale durante il 1994 (i più significativi sono riportati nella "Rivista stampa" mensile dell'ETT) a seguito di inviti e soggiorni, costituiscono un indice di impatto positivo ottenuto da queste iniziative.

Un'altra attività particolarmente intensificata da parte dell'ETT è quella dei cosiddetti "mailings", cioè degli invii mirati di documentazione di interesse speciale indirizzate a un pubblico accuratamente selezionato. In Austria, per esempio, in collaborazione con l'agenzia di Vienna dell'Ufficio nazionale svizzero del turismo, si è proceduto all'invio a ca. 30'000 soci del Touring Club Austriaco di cartoline di ordinazione in base alle quali si poteva richiedere materiale informativo e offerte concrete dal Ticino. Analoga operazione è stata effettuata per il forfait "Famiglia Ticino '94" a ca. 10'000 famiglie svizzere.

Anche nell'ambito della partecipazione ufficiale del nostro Cantone quale ospite della Fête des vendanges di Neuchâtel, l'ETT ha provveduto al coordinamento della presenza turistica del Ticino.

Da ultimo non va dimenticato il gesto significativo della Società cantonale ticinese degli albergatori che, con un contributo straordinario di fr. 100'000.--, ha permesso al nostro Ente di realizzare appositi TV spots e di trasmetterli in diverse serie sulle onde di Euronews. Un particolare ringraziamento va pure all'allora direttore di questa emittente Dario Robbiani e alla TSI che ha sempre attivamente collaborato nella ricerca del necessario materiale d'archivio oltre che in altre interessanti occasioni di RP.

Le fiere

Oltre a varie altre cosiddette "joint ventures" con alcune delle più importanti agenzie europee dell'Ufficio nazionale svizzero del turismo, l'ETT ha pure partecipato ai maggiori appuntamenti fieristici coordinando gli interventi a turno dei rappresentanti degli ETL o delegando i propri responsabili diretti. E' così che il Ticino ha potuto prender parte, proponendosi come una regione unica, alla fiera Vakantie di Utrecht, alla CMT di Stoccarda, alla Vakanz di Lussemburgo, al Vakantiesalon di Anversa, alla CBR di Monaco, alla Reisen di Amburgo, alla BIT di Milano e alla ITB di Berlino. In Svizzera l'ETT è intervenuto alla FESPO di Zurigo e alla Ferienmesse di Berna presentandosi come una regione particolarmente adatta per le famiglie e offrendo giocattoli in omaggio ai visitatori più piccoli che potevano assistere alle esibizioni del Mago Fantasios.

Un'attività dunque particolarmente intensa e tutta concentrata nei primi due mesi e mezzo dell'anno. Nel tardo autunno vi è comunque stata un'ulteriore presenza ticinese alla SITV di Colmar e al WTM di Londra, completando così il fitto calendario di questi appuntamenti riservati in maggior parte al grande pubblico ma anche agli specialisti del ramo.

Ogni mese infatti vengono pubblicati in tutto il mondo in media 50 servizi redazionali sul Ticino, redatti però anche da giornalisti che non fanno necessariamente capo in modo diretto ai nostri servizi, e numerosi altri articoli che traggono spunto dai comunicati stampa ETT, un elevato numero dei quali è pure indirizzato alla stampa ticinese, al fine di far conoscere anche "in casa" le attività proposte e promosse dall'ETT.

Fra le testate che hanno dedicato ampio spazio al Ticino nel 1994 vi sono anche quelle i cui redattori vennero invitati durante gli anni precedenti: ricordiamo in particolare "Libération", "24 Heures", "Itinerari e Luoghi", "Airone", "A Tavola", "Week End Viaggi", "The Scotman", "Gourmet Magazine", "Der Bergsteiger", "Vogue", "Architektur und Wohnen", "Wandermagazin", "Bolero", ecc.

Fra i principali organi di stampa contattati durante il 1994 che hanno pubblicato servizi di rilievo ancora durante l'anno annoveriamo, fra numerosi altri: "Le Nouveau Quotidien", "La Tribune de Genève", "L'Illustré", "L'Hebdo", "24 Heures", "Schweizer Illustrierte", "Der Bund", "Neue Zürcher Zeitung", "Annabelle" e "Tages Anzeiger" in Svizzera; "La Rivista della Montagna", "Week End Viaggi", "La Stampa", "Bell'Europa" e "Corriere della Sera" in Italia; "Berliner Morgenpost", "Neues Deutschland", "Südkurier", "Frankfurter Neue Presse", "FAZ" e "Die Welt" in Germania; "The Times", "The Best", "The Lady" in Inghilterra; "Spektrum", "AAA Motorland Magazine", "The Herald Tribune" e "The Diversion Magazine" negli Stati Uniti; "Libération" in Francia; "Uit Magazine" e "Culinaire Ambiance" in Olanda; "Luxemburger Wort" e "Le Soir" in Belgio; "The Star" di Dublino, ecc....

Altre attività stampa e novità del settore

Durante il 1994 l'ETT ha pure prestato assistenza alle reti ed équipes televisive e radiofoniche seguenti: DRS e RSR in Svizzera, ARD e NDR (D), Blind Date (NL), Taylor Video (USA), TVB (B), RTL (L), TVB (Hong Kong), CND TV (CND), TV Galicia (E) ed Euronews. Ha pure collaborato all'aggiornamento di guide turistiche dedicate al Ticino quali "HB Bildatlas" (D), "Merian" (D), "Week End Viaggi" (I) e "Fahrradfürher" (D). Il Servizio Stampa/RP ha inoltre nuovamente curato e coordinato la redazione di "Ticino Immagine", rivista d'informazione destinata agli ospiti che soggiornano negli alberghi da 3 a 5 stelle e ha iniziato la collaborazione con "Il Caffè" (giornale della FEAT e della SCTA).

Si è infine provveduto alla redazione di periodici e regolari comunicati stampa, destinati ad oltre 800 interessati in tutto il mondo, volti a promuovere l'offerta turistica ticinese in Svizzera e all'estero e di articoli specifici su richiesta delle redazioni, della "Revue Suisse" (UNST) e dell'UNST di Vienna per Tour Operators e Agenti di Viaggio austriaci, cechi e slovacchi.

Nel 1994 l'ETT ha pure realizzato un'"Agenda Ticino" in collaborazione con il Cantone e pubblicata da una casa editrice ginevrina che propone, in quattro lingue, argomenti tematici sul Ticino, oltre che all'usuale calendario dei mesi e dei giorni.

E' inoltre iniziata una stretta collaborazione con Radio Svizzera Internazionale, volta a presentare mensilmente, nell'ambito delle emissioni in inglese, aspetti poco conosciuti del Ticino e le sue offerte culturali, ricreative ed escursionistiche. La lista mensile delle manifestazioni in Ticino è pure stata curata dal settore RP.

Agenti di viaggio da tutto il mondo

Il Servizio Stampa/RP dell'ETT si è anche occupato, sempre in stretta collaborazione con gli ETL, gli UNST e Crossair e Swissair, di organizzare soggiorni per ca. 90 Tour Operators e Agenti di viaggio provenienti da Stati Uniti, Inghilterra, Taiwan, Danimarca, Iran e Giappone. A questi ospiti si è presentato il Ticino come un felice connubio fra la calda ospitalità italiana e la precisione elvetica, come una zona ideale per il turismo alternativo di qualità, date le sue particolari caratteristiche paesaggistiche e culturali e le sue offerte che lo distanziano immediatamente dal resto della Svizzera.

Inoltre...

Al di là delle attività prettamente legate all'accoglienza e all'assistenza di ospiti in Ticino e alle informazioni concernenti le nostre peculiarità e offerte comunicate alla stampa e agli operatori turistici, il Servizio Stampa ETT è stato impegnato in numerose altre attività di relazioni pubbliche, fra le quali segnaliamo l'assistenza prestata al meeting EUTO a Lugano, alla giornata della navigazione svizzera e a numerosi seminari e convegni a Lugano, all'organizzazione di conferenze stampa a Zurigo, Vienna, Dublino (con LX) e Londra e all'accoglienza a Locarno della Deputazione ticinese a Berna, con la relativa stampa accreditata a Palazzo.

TEATRO
TICINO

P R E S E N T A



5 dei 20 soggetti della campagna pubblicitaria

TICINOCARD



Il tuo tempo libero inizia qui

TICINO-CARD ... il tuo tempo libero inizia qui!

Una novità assoluta per gli amanti dello sci, della natura e dell'escursionismo! Lo sport nel Ticino in piena libertà! Finalmente anche nella Svizzera Italiana è arrivata una carta utilizzabile nelle principali stazioni di impianti di risalita e con lo stesso valore tariffario per tutte le imprese partecipanti.

Dove?

Al centro nordico di Campra nella Valle di Blenio, a Bosco Gurin in Vallemaggia, a Cardada sopra Locarno, sulle funicolari del San Salvatore e del Monte Brè sopra Lugano, sulle funivie del San Gottardo ad Airolo, al Nara, a Cari, sul Monte Tamaro, alla discoteca-ristorante "Titanic" a Grancia (Lugano-Sud), ed altri ancora.

Come?

Con l'acquisto di uno dei due titoli di trasporto messi a disposizione:

il "PASSE-PARTOUT", ovvero * la carta nominativa di libera circolazione stagionale, al prezzo di Fr. 700.- (Fr. 430.- i ragazzi);

la MULTI-PUNTI, ovvero * la carta debitore al portatore, al prezzo di Fr. 300.- (valore effettivo Fr. 330.-), che permetterà l'acquisto di singoli biglietti. Entrambi i titoli sono validi per tutti gli impianti convenzionati.

Quando?

La validità dei due titoli sarà dal 1° dicembre 1994 fino al 31 maggio 1995.

Per ulteriori informazioni e l'acquisto della TICINO-CARD rivolgersi agli Enti Turistici Ticinesi, o alle stazioni convenzionate.

TICINO-CARD ... tes vacances commencent ici!

Une nouveauté extraordinaire pour les amateurs de sport, les amis de la nature et les excursionnistes. Le sport au Tessin en toute liberté! Voilà enfin en Suisse italienne un seul abonnement valable pour toutes les entreprises participantes à ce nouveau projet.

Où?

Au centre nordique de Campra (Valle di Blenio), Bosco Gurin dans la Vallemaggia, Cardada sur Locarno, les funiculaires du San Salvatore et du Monte Brè sur Lugano, les téléphériques du San Gottardo à Airolo, Nara, Cari, au Monte Tamaro, à la discothèque-restaurant "Titanic" à Grancia (Lugano Sud) et bien d'autres encore...

Comment?

En achetant l'un des deux titres de transport suivants:

le "PASSE-PARTOUT" ou * carte de libre circulation au prix de Fr. 700.- (Fr. 430.- pour les enfants);

la carte MULTI-PUNTI ou * carte débiteur transmissible au prix de Fr. 300.- (valeur effective Fr. 330.-) qui vous permet l'achat de tickets individuels. Les deux titres sont valables pour toutes les centres indiqués ci-dessus.

Quand?

Du 1er décembre 1994 au 31 mai 1995 pour la saison d'hiver.

Pour de plus amples informations et pour l'achat de la TICINO-CARD, veuillez-vous adresser aux Offices du Tourisme tessinois ou aux centres conventionnés.

TICINO-CARD ... hier beginnt deine Freizeit!

Eine aussergewöhnliche Neuigkeit für Liebhaber von Sport, Natur und Wandern! Sport im Tessin in voller Freiheit!

Endlich ist auch in der Südschweiz eine einzige Fahrkarte erhältlich, die für alle hauptsächlichen Berg- und Seilbahnen des Kantons gilt, wobei alle Betriebe, die dem Abkommen beigetreten sind, den gleichen Tarifwert anwenden.

Wo?

Im nordischen Zentrum Campra im Bleniotal, Bosco Gurin im Maggiatal, Cardada oberhalb Locarno, für die Drahtseilbahnen San Salvatore und Monte Brè oberhalb Lugano, die Seilbahnen von St. Gotthard in Airolo, Nara, Cari, Monte Tamaro, die Diskothek-Restaurant "Titanic" in Grancia (Lugano-Süd) und noch viele andere.

Wie?

Es stehen zwei Möglichkeiten zur Verfügung:

das "PASSE-PARTOUT" oder Saisonkarte zur freien Fahrt, zum Preise von Fr. 700.- (Kinder Fr. 430.-);

die MULTI-PUNTI oder Uebertragbare Kreditkarte zum Preise von Fr. 300.- (Realwert 330.-) zum Bezug von einzelnen Fahrkarten. Beide Karten sind auf allen erwähnten Transportanlagen gültig.

Wann?

Gültig vom 1. Dezember 1994 bis zum 31. Mai 1995 für die Wintersaison.

Für weitere Informationen und den Kauf der TICINO-CARD können Sie sich an die Tessiner Verkehrsvereine oder an einer der angeschlossenen Unternehmen wenden.

Punti di vendita

tutti i centri convenzionati;
le 20 sedi ticinesi della
BSI - Banca della Svizzera Italiana;
gli Enti Turistici ticinesi
ed inoltre:
Ufficio Viaggi FART, Locarno
Ufficio Abbonamenti ACT, Lugano
Rappresentanza
Ferrovie Svizzere, Milano C.le
Agenzia Ronchi, Como
Agenzia ATRISAIR, Milano

Points de vente

toutes les entreprises mentionnées
ci-dessus; les 20 agences tessinoises de la
BSI - Banca della Svizzera Italiana;
tous les Offices du Tourisme du Tessin
et en outre:
Bureau de Voyages FART, Locarno
Bureau Abonnements ACT, Lugano
Représentation des
Chemins de fer suisses, Milano C.le
Agenzia Ronchi, Como
Agenzia ATRISAIR, Milano

Verkaufsstellen:

Alle angeschlossenen Berg- und
Seilbahnen; die 20 Filialen der
BSI - Banca della Svizzera Italiana;
alle tessiner Verkehrsvereine
und ausserdem:
Reisebüro FART, Locarno
Abonnement-Büro ACT, Lugano
Vertretung der
Schweizerbahnen, Milano C.le
Agenzia Ronchi, Como
Agenzia ATRISAIR, Milano



Viaggio stampa "ecologia"
dalla Germania,
Scudellate, 24-25 agosto 1994



Viaggio stampa "Foire de Dijon"
Leventina-Lugano,
14-15 settembre 1994



Viaggio stampa "Festival del
Film" da vari paesi europei,
Locarno, 11-14 luglio 1994



Viaggio stampa dall'Irlanda
Lugano, 26-28 maggio 1994



Presentazione del Ticino a Dublino
in occasione dell'apertura del volo
Crossair Lugano-Dublino
25 maggio 1994



Cena al Royal College of
Physicians of Ireland a Dublino
in occasione della
presentazione del Ticino,
25 maggio 1994

NEUCHÂTEL
TICINO
FESTPROGRANNA
23-24-25
SEPTEMBRE 1994

TESSIN CANTON INVITE 1994
Bonjour Neuchâtel

Le canton du Tessin vous invite et se présente à Brno et à Vienne le programme suivant:

- Exposition d'œuvres permanentes et mobiles de la collection de l'Art Moderne et Contemporain de Neuchâtel, au Musée d'Art Moderne et Contemporain, du 15 au 22 septembre.
- Exposition dans le Hall de Neuchâtel, du 15 au 22 septembre, au Théâtre de Neuchâtel, la rétrospective de l'œuvre de l'artiste suisse contemporain, le peintre, sculpteur, graveur et dessinateur suisse, Charles Fréchet, né en 1920.
- Exposition dans le Hall de Neuchâtel, du 15 au 22 septembre, au Théâtre de Neuchâtel, la rétrospective de l'œuvre de l'artiste suisse contemporain, le peintre, sculpteur, graveur et dessinateur suisse, Charles Fréchet, né en 1920.
- Concert de musique de chambre, le 19 septembre, à 20 heures, au Théâtre de Neuchâtel, sous la direction de l'ensemble instrumental de Neuchâtel.
- Concert de musique de chambre, le 20 septembre, à 20 heures, au Théâtre de Neuchâtel, sous la direction de l'ensemble instrumental de Neuchâtel.
- Concert de musique de chambre, le 21 septembre, à 20 heures, au Théâtre de Neuchâtel, sous la direction de l'ensemble instrumental de Neuchâtel.

TESSIN
Du 5 au 10 septembre
Le canton du TESSIN
1750 places de parc gratuites dans 1750 communes.
Horaires: lundi 11.00-17.00, mardi/mercredi 9.00-18.00, jeudi 8.00-17.00.
25 Communes: 3 Entremont, Gerolamo, Fribourg, Pully, Yvertois.

CONCOURS
Le sport, la base, le plaisir, les vices.
REGISTRATION DE VUE
CONCOURS

marin
A Neuchâtel per la festa della vendemmia il 23-24-25 settembre 1994

ITB Berlin 1994
Internationale Tourismus-Börse 5.-10. März

25. C-B-R München

REISEN '94
HAMBURG
FACHBESUCHER PROGRAMM EINLADUNG
MITTWOCH 16. FEB. 1994

REISEN '94
HAMBURG
INTERNATIONALE AUSSTELLUNG DEL TURISMO
12.-20. Februar 1994

REISEN '94
HAMBURG
INTERNATIONAL TOURISTS EXCHANGE
MILAN
23-25 February 1994

Bit '94
INTERNATIONAL TOURISTS EXCHANGE
MILAN
23-25 February 1994

La presenza dell'ETT alle principali fiere estere è stata importante

VAKANTIEBEURS
UTRECHT Nieuwsbrief
De Vakantiebeurs '94 staat voor de deur

FERIEN 94
DIE FERIENMESSE
BERN, 20.-23. JANUAR

FESPO 94
Die Messe für Ferien, Reisen, Foto und Sport.

13. - 16.1. ZÜSPA-HALLEN ZÜRICH

De Vakantiebeurs '94 staat voor de deur

De Vakantiebeurs '94 staat voor de deur

De Vakantiebeurs '94 staat voor de deur

Bolero

BELL'EUROPA
REVUE DES CONTINENTS ET BELLES DES ANNEES
N° 103 - OCTUBRE 1994

Architektur & Wohnen

AMBIANCE
HET BENELUXMAGAZINE OVER GASTRONOMIE, WIJN & TOERISME

VOGUE
DEUTSCH
EXTREME!

Prestigioso testato con importanti servizi sul Ticino

Fiere 1994: successo di pubblico e notevole interesse per il Ticino



Strains of 'Volare' in Switzerland's little Italy

For Swabians visiting the Ticino, where the Alps have given way to the mountains and the forests take a break, one of the most interesting of the Ticino is the little Italy of the Ticino. This area has been identified as the Ticino's little Italy. It is a small area of about 100 square kilometers, located in the Ticino valley, between the Alps and the mountains. It is a small area of about 100 square kilometers, located in the Ticino valley, between the Alps and the mountains. It is a small area of about 100 square kilometers, located in the Ticino valley, between the Alps and the mountains.



How to break in at a local level

James Taylor-Walker gives a complete of some of the delights available close to home. The article discusses the local level of the Ticino, focusing on the cultural and historical aspects of the region. It provides a comprehensive overview of the local scene, including the various attractions and activities available to visitors.

Sinfield Travel
The sun rises at Edinburgh Airport
Take the easy way out in 1998
120 Days from Edinburgh - Glasgow
TAVOLERA - CERRETO - BIELLA
MAGGIORA - BUCCHIGERATI
ARONZO - VARESE

Tessiner Fasnacht
The Ticino's most famous festival is the Fasnacht. This article provides a detailed look at the traditions and customs of the Ticino Fasnacht, including the various parades and costumes. It highlights the unique character of this festival and its significance to the local community.

Primavera en el Ticino
Cultura y relax
Las actividades de la naturaleza y la cultura pueden disfrutar de una deliciosa respuesta a sus deseos del mundo donde la tranquilidad se encuentra en un entorno cultural que, desde la montaña al valle, hasta el lago, pasando por los Alpes Pizos, está presente en el Ticino.

Maggiore
LA SUISSE AUX CHERES
Blenio, une vallée aux saveurs variées
MAD
TESSINOISERIES

Alcuni dei numerosi articoli che appaiono mensilmente sul Ticino, i cui più significativi vengono pubblicati nella Rivista stampa dell'ETT

Gli articoli sul Ticino sono un indice dell'impatto positivo che hanno i numerosi viaggi stampa organizzati dall'ETT.