

## NOTE INTRODUTTIVE

Dopo anni di regresso dapprima, e stagnazione poi, finalmente un po' di sole risplende nel turismo ticinese.

Non si può ancora affermare con sicurezza che la tendenza al rialzo registrata nel 1997 sia confermata, possiamo comunque essere ottimisti sul futuro della nostra più importante attività economica.

La crisi. Il franco super valutato, per taluni la pochezza della nostra offerta confrontata con quella praticata da altri battaglieri concorrenti, la mancanza di una legge in grado di migliorare la potenzialità del settore, un mercato mondiale con un'offerta turistica sempre più ampia e con prezzi sempre più bassi, ecc. sono state di volta in volta le "analisi" fatte per giustificare o capire cosa non funzionava più nella nostra offerta.

Da qualche tempo l'Ente Ticinese per il Turismo ha preso nuovo slancio, infondendo al turismo ticinese entusiasmo e tanto ottimismo.

Abbiamo assistito alla messa in opera di nuove idee, aggressive, efficaci, propositive e innovative che hanno sicuramente contribuito alla già accennata ripresa del settore.

Zurigo Ticino, esempio di un modo nuovo di fare promozione.

E' stato un evento che ha fatto parlare parecchio e che ha dato la possibilità di presentare la nostra regione in un modo fuori dagli abituali schemi. Il grande impegno profuso per la riuscita della manifestazione, che ha interessato decine di migliaia di potenziali clienti, ha fatto sì che tutti i nostri Enti locali collaborassero in modo ottimale con Ticino Turismo ed è stata la dimostrazione che con l'unione di tutte le forze si possono ottenere importanti risultati.

Momento importante è anche quello che stiamo attualmente vivendo; l'informatica applicata al settore è sicuramente il futuro per tutti gli operatori.

Ticino Turismo, Enti turistici locali, esercenti, albergatori, operatori turistici in genere, devono essere i sostenitori e i realizzatori del progetto Orvietti (ora diventato BenvenuTI) che offre e propone, tra l'altro, un ottimo sistema innovativo capace di dare grande supporto alla cura e assistenza del turista.

E' comunque con il miglioramento della professionalità e con il costante aggiornamento a tutti i livelli professionali soprattutto per coloro che operano direttamente con il turista che si potranno ottenere i migliori risultati.

Sono finiti i tempi degli improvvisatori e degli incapaci dove tutto andava bene e l'abbondanza faceva trascurare anche le più elementari norme del servire.

Lascio l'ETT dopo dodici anni vissuti accanto a uomini capaci, attivi ed impegnati seriamente alla causa che ci ha accomunati.

Dai Presidenti Renzo Respini, Dick Marty e Marco Solari ai Direttori Marco Solari e Eugenio Foglia, ai Vice presidenti, colleghi di Consiglio di amministrazione e collaboratori dell'ETT ho imparato a cogliere il meglio, spero di essere capace in futuro di trasmettere ad altri questo grande ed importante bagaglio di conoscenze.



Claudio Belloli, Vicepresidente ETT

# 1. COMMENTO GENERALE

Ripresa o normale fluttuazione ciclica? Possono essere diverse le interpretazioni dei risultati finalmente positivi della stagione turistica 1997, la prima ad aver fatto segnare da un punto di vista quantitativo un balzo in avanti dei pernottamenti alberghieri del 10,4% dopo 5 anni di cali consecutivi.

Da una parte c'è chi prudentemente ricorda che il confronto viene fatto con un "annus horribilis", il 1996, durante il quale si era praticamente toccato il fondo. Alcuni fanno poi osservare che questo risultato è stato notevolmente favorito da un corso del franco svizzero più accessibile agli ospiti di quei Paesi dai quali proviene la maggior parte della nostra clientela e che anche la meteorologia ha giocato in nostro favore, assicurandoci lunghi periodi di tempo bello e mite. Insomma tutti quei fattori che a suo tempo avevano contribuito a determinare frequenti diminuzioni sono stati nel 1997 dalla parte del turismo svizzero in generale e più particolarmente del Ticino che, anzi, ha tratto maggior beneficio di tutte le altre regioni del Paese da questa situazione. Questo particolare non trascurabile avrà pure le sue ragioni.

Certamente con questo non abbiamo risolto tutti i nostri problemi e bisogna convenire che gran parte del merito di questi risultati va attribuito anche agli sforzi intrapresi per il miglioramento del rapporto prestazione/prezzo da parte di albergatori ed esercenti che hanno contribuito a rendere l'offerta turistica ticinese più competitiva tanto da un punto di vista dei prezzi quanto da quello della qualità. In questa operazione il settore alberghiero è anche stato per una volta favorito, nel caso specifico, da un tasso agevolato dell'IVA, insistentemente richiesto a livello nazionale dopo essere stato portato avanti già nel 1996 dagli albergatori ticinesi, coadiuvati dalla Camera di Commercio e in parte anche dal nostro Ente. Senza voler sembrare immodesti, riteniamo tuttavia che anche altri fattori abbiano influito positivamente sull'andamento del turismo nel Ticino nel 1997, a partire dalle semine e dalle campagne promozionali del passato che per motivi congiunturali non trovavano terreno immediatamente fertile, ma che hanno comunque lasciato un certo segno, documentato peraltro da apposite indagini. A parità di condizioni valutarie, economiche e meteorologiche il Ticino ha fatto segnare un balzo in avanti ben superiore alla media svizzera: quindi, visto come non vi siano poi grosse differenze nelle offerte e nei servizi delle varie regioni, forse qualcosa in più è stato intrapreso nel nostro Cantone per sollecitare una domanda sempre più esigente (e stuzzicata da un numero crescente di agguerrite destinazioni vicine e lontane) a trascorrere le vacanze in Ticino. Per venire al concreto anche le nuove attività propagandistiche, le intense relazioni pubbliche e i servizi giornalistici e radio-televisivi dedicati al nostro Cantone devono pur aver contribuito con la grande azione "Zurigo Ticino" in qualche modo a questo risultato, considerato come i media della Svizzera interna abbiano dato ampio risalto a varie iniziative turistiche ticinesi e a quest'ultima presentazione di un Ticino dalle molteplici sfaccettature. In tali occasioni ci si sforza di presentare un Ticino diverso dagli stereotipi e particolarmente dinamico e intraprendente e di coinvolgere altri operatori economici, commerciali e culturali a testimonianza della globalità e della trasversalità del turismo.

Le strategie, i numerosi progetti, le nuove attività intraprese, le campagne pubblicitarie del passato e del 1997, la nuova immagine coordinata di cui si è dotato Ticino Turismo per uscire con una serie di stampati finalmente uniformi e di qualità, l'iniziativa "Scacchiera del tempo libero", la presenza su Internet, la realizzazione di un nuovo video-film e le puntate promozionali su nuovi mercati emergenti devono pur aver lasciato qualche segno e aver contribuito almeno in parte all'ottenimento di un risultato quantitativamente assai soddisfacente. Da ultimo va pure ricordata l'insistente opera di sensibilizzazione svolta da Ticino Turismo e favorita dalla collaborazione dei media ticinesi che hanno notevolmente facilitato la divulgazione di nuovi messaggi sull'importanza rivestita dal turismo per la nostra economia; in tal modo si è proceduto a far considerare il turismo da politici e opinione pubblica alla pari di altre branche economiche. Ne è conseguita anche una migliore accoglienza, una presa di coscienza e una valorizzazione del fenomeno turistico dagli indubbi vantaggi per questo importante settore della nostra economia, un settore che è un grande

datore di lavoro, un contribuente, un acquirente, un consumatore, un produttore insomma di benessere oltre a rappresentare un valido spunto per la conoscenza di nuove realtà e per un allargamento dei propri orizzonti.

## Considerazioni statistiche

Sono sempre i pernottamenti alberghieri a fungere da parametro per giudicare l'andamento di una stagione, anche se bisognerebbe considerare pure altri fattori quali in particolare la situazione reddituale di chi opera nell'industria alberghiera ed esercentesca. L'aumento dei pernottamenti alberghieri, passati da 1'480'000 a 1'650'000, pari al 10,2%, rappresenta però un incremento superiore a quello registrato nella situazione reddituale: è un'ulteriore testimonianza dello sforzo intrapreso dagli operatori turistici per fronteggiare la difficile situazione del momento. Gli arrivi sono aumentati in misura ancora superiore, e cioè del 14%, passando da 565'000 a 642'000. L'incremento maggiore è stato fatto segnare dagli stranieri con un 15,5% in più, mentre gli svizzeri sono aumentati del 6%: questo fatto si è ripercosso più favorevolmente sul Luganese che sul Locarnese, poiché sulle sponde del Ceresio si registra una presenza di ca. 2/3 di stranieri e 1/3 di svizzeri, mentre in riva al Verbano il rapporto è di ca. 3/5 di svizzeri e 2/5 di stranieri. Gli svizzeri rappresentano comunque per tutte le nostre destinazioni una base quantitativa insostituibile: è perciò rallegrante rilevare come questo mercato abbia risposto positivamente alle sollecitazioni del Ticino non appena si è presentata l'occasione.

L'aumento quantitativo maggiore fra gli stranieri l'hanno registrato i tedeschi con 52'847 pernottamenti in più pari al 14%. Seguono gli inglesi con una crescita assoluta di 9'920 pari alla maggior crescita percentuale verificatasi, cioè del 38,2%. E' pure interessante rilevare come alcuni mercati importanti come quello degli Stati Uniti ed altri emergenti come quelli di alcuni paesi dell'Europa Orientale, asiatici e di altri continenti siano in netta ripresa e comincino a considerare il Ticino nei loro itinerari europei.

Anche l'industria para-alberghiera e specialmente i campeggi, per i quali la meteorologia gioca un ruolo ancor più importante, annunciano risultati assai soddisfacenti e contribuiscono notevolmente ad alimentare il finanziamento del turismo ticinese, "sponsorizzato" in massima parte dai datori di alloggio.

## Attività generale

Anche nel 1997 l'attività non si è limitata alla promozione del turismo, ma è stata estesa ad altri rami dell'economia coinvolgendo di volta in volta diversi operatori p.es. del settore alimentare, dell'artigianato, dei trasporti e del commercio. Questo aspetto è stato particolarmente evidenziato in occasione della grande azione "Zurigo Ticino" svoltasi in marzo sulla città della Limmat, dstando grande attenzione fra i media zurighesi a diffusione nazionale e internazionale. A questo approccio di marketing si è fatto capo pure in altre occasioni e iniziative di carattere promozionale con l'obiettivo di contribuire a promuovere anche altri settori economici e soprattutto di trasmettere una nuova immagine del nostro Cantone, quella di una regione che lotta attivamente contro le sfavorevoli condizioni congiunturali del momento per tentare di uscire con le proprie forze da questa difficile spirale. Per meglio raggiungere questi scopi Ticino Turismo si avvale di diversi canali, mezzi e risorse umane, ma è chiaro che la ristretta disponibilità finanziaria non consente purtroppo sforzi maggiori. Obiettivi più elevati potrebbero essere più facilmente raggiunti qualora un maggior senso di appartenenza a un territorio comune avesse finalmente il sopravvento su forze centrifughe ancora presenti nel settore turistico. Sono comunque stati fatti notevoli progressi, più dovuti alle buone relazioni personali che non al quadro legislativo e

alla struttura organizzativa del nostro turismo, grazie a una più intensa collaborazione e a più frequenti contatti con gli Enti turistici locali. Dobbiamo infatti alla loro disponibilità se riusciamo per esempio ad essere più presenti alle fiere e alle iniziative nazionali di Svizzera Turismo all'estero con personale qualificato.

Eugenio Foglia, direttore

**WIR LEGEN IHNEN DAS SONNIGSTE STÜCK SCHWEIZ ZU FÜSSEN:  
WANDERN IM TESSIN AB FR. 45.-\* PRO ÜBERNACHTUNG.**

THAK SOLI S.p.A.

Jetzt auf einen Sprung in die unverwechselbare Landschaft des Ticino. Grüne Wiesen einatmen und lichte Wälder durchforsten. Sanfte Hügel erobern und mit jedem Schritt den Alltag mehr hinter sich lassen. Um erfüllt im malerischen Grotto beim Dolce vita neu aufzutanken. Wenn Sie jetzt die Tessiner Wanderlust packt, bestellen Sie unsere Broschüren "Ticino Forfaits" und "Ticino Trekking" zum Thema: bei Ticino Turismo unter Telefon 091 825 70 56 oder Fax 091 825 36 14. Oder Sie starten Ihren Spaziergang an die Sonne direkt über die lokalen Tourismusvereine, die Ihnen, nebst günstigen,\* auch Übernachtungsmöglichkeiten für Verwöhnte unterbreiten können. Willkommen in Ticino!

E-Mail: [ett@www.tourism-ticino.ch](mailto:ett@www.tourism-ticino.ch) Internet: <http://www.tourism-ticino.ch>

Wirdlich Porten, Ihre Schweiz.  
Sindlich Schweiz, ihr Ticino.

## 2. PROGETTI SPECIALI

### Orvietti

Nel 1997 ha preso il via il progetto di respiro cantonale "ORVIETTI" (ORGanizzazione VIRTuale degli Enti Turistici TICinesi) con la consulenza del Centro CIM della Svizzera Italiana con sede a Manno. Gli obiettivi di questo progetto, che vede il coinvolgimento di tutte le associazioni di categoria che ruotano attorno al turismo, sono:

- l'allestimento di una rete Intranet tra gli Enti turistici locali;
- la creazione di una banca dati generale per tutte le informazioni turistiche del Ticino;
- la messa in funzione di un sistema telematico di prenotazione di alloggio e di manifestazioni.

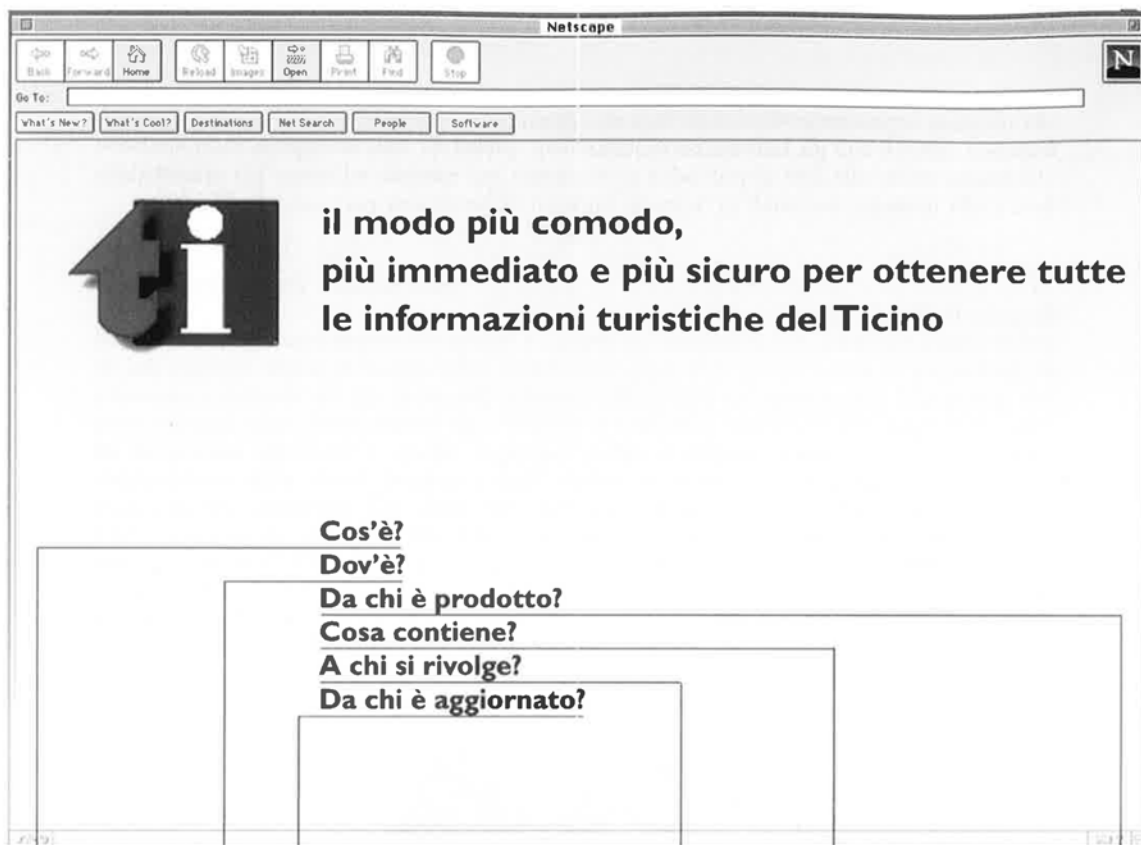
Dopo aver valutato attentamente (il che ha purtroppo generato anche qualche spiacevole ritardo) le diverse soluzioni disponibili, e sentite le esigenze dei partner, in particolare degli Enti turistici locali, il team di progetto, comprendente i rappresentanti degli ETL, degli albergatori, delle imprese di trasporto e altri ha optato per le seguenti scelte, tutte basate sul principio del cosiddetto "outsourcing", che si integra idealmente nei concetti di "new public management":

- un sistema multimediale di colonnine informative e di prenotazione (realizzato dalle ditte Tinet e Promedia, su incarico della SCTA);
- il sistema nazionale di prenotazione diretta Deskline (realizzato dalla ditta Tourist Online, su incarico della Swisscom SA);
- il Database informativo Ticino-Info (realizzato dalla ditta ticinese Tinet, su incarico del Centro Editoriale Rezzonico di Locarno). Esso contiene tutta l'offerta turistica del Ticino e, grazie alla proposta "Benvenuti" (portata avanti da un gruppo di albergatori), integra, coinvolgendoli attivamente, tutti i partner dell'offerta ricettiva, ognuno secondo le proprie aree di competenza;
- la rete Centrex, un centralino telefonico virtuale per il Ticino turistico (un servizio della Swisscom SA).

Dato che il contratto di consulenza con il CIMSI termina alla fine del 1998, è importante che per quella data tutte queste soluzioni, ora in fase di allestimento, siano operative. È inoltre già allo studio un progetto per garantire a partire dall'anno prossimo una continuità a queste attività, o in collaborazione con una società di servizi esistente, o eventualmente creando un apposito centro di servizio "ad hoc", con la partecipazione di tutti i partner attualmente coinvolti.

### La valigia del turismo

L'azione di sensibilizzazione iniziata nella seconda metà del 1996 con la pubblicazione a ritmo settimanale sul quotidiano "La Regione Ticino" delle vignette "Turismo lo sapevate che...", è stata seguita dalla stampa di queste vignette con dei testi accompagnatori in un prospetto intitolato "Il turismo riguarda tutti noi", distribuito alle cancellerie di tutti i Comuni ticinesi e attraverso il quindicinale "Il Caffè". Nell'ambito di questa campagna di sensibilizzazione promossa da Ticino Turismo ed indirizzata principalmente alla popolazione residente, ai Comuni e alle scuole, rientra anche il progetto di allestimento di una valigia del turismo.



**il modo più comodo,  
più immediato e più sicuro per ottenere tutte  
le informazioni turistiche del Ticino**

**Cos'è?**

**Dov'è?**

**Da chi è prodotto?**

**Cosa contiene?**

**A chi si rivolge?**

**Da chi è aggiornato?**

È un database, cioè un contenitore informatico, dentro il quale si trovano le informazioni turistiche sulla Svizzera italiana.

Dal Centro Editoriale Rezzonico, dove lavora un'équipe di giornalisti che produce giornali e periodici in più lingue.

Viaggia su Internet, l'autostrada informatica, e su una rete regionale internet, nonché in prima mondiale, su via cavo Cablecom.

Tutto ciò che può interessare il turista: dalle manifestazioni ai sentieri, dai musei ai parchi naturali, dalla gastronomia all'enologia...

Agli operatori che informano i turisti: agli sportelli degli enti turistici, negli alberghi, nei campeggi...



## 4. ZURIGO TICINO (18 - 23 MARZO 1997)

Nel mese di ottobre del 1996, sulla scia del successo dei Campionati del mondo di ciclismo di Lugano, un gruppo di lavoro presieduto da Corrado Kneschaurek riceveva il mandato da parte del presidente Marco Solari di organizzare un'azione di event-marketing a Zurigo nella primavera dell'anno successivo.

Appena costituito il comitato operativo, condotto da Kneschaurek e composto da Daniel Burckhardt, Sergio Barenco, Marco Bronzini, Giorgio Zurfluh e Gian Luca Cantarelli, definiva il mandato che avrebbe caratterizzato l'azione sulle rive della Limmat.

Gli obiettivi posti erano sei, e più precisamente:

1. Invadere pacificamente la città di Zurigo per l'apertura della primavera con un messaggio positivo e di qualità sulla nostra regione;
2. comunicare un'immagine aperta, dinamica e moderna del Ticino di oggi, un Ticino con uno spirito vincente e creativo;
3. presentare il Ticino nei suoi aspetti economici, culturali e turistici più interessanti, attrattivi e originali;
4. soddisfare le aspettative del pubblico con offerte e servizi di qualità sul posto;
5. operare in gruppo con la collaborazione attiva di tutte le persone coinvolte;
6. parlare e far parlare del Ticino coinvolgendo le autorità, il pubblico e i media creando l'evento "Ticino a Zurigo".

Tramutare gli obiettivi strategici a livello operativo costituiva il passo successivo e probabilmente il più delicato dell'intera organizzazione.

L'organigramma doveva ora completarsi con la costituzione di un comitato di sorveglianza con il compito di supervisionare l'operato del comitato operativo, garantendo nel contempo il necessario sostegno al momento opportuno. Il direttore dell'ETT Eugenio Foglia ne assumeva la presidenza, coadiuvato da Fabio Amadò, Claudio Suter e Claudio Belloli.

La realizzazione dei singoli progetti spettava invece ai dieci gruppi di lavoro, suddivisi in rispettivi temi (gastronomia, sport, tradizioni, territorio, manifestazioni, trasporti, economia, cultura, expo, events) e coordinati prevalentemente dai colleghi direttori degli Enti turistici locali. Il successo raggiunto è dipeso in modo preponderante dall'importante e qualificata collaborazione garantita dai numerosi componenti dei singoli gruppi, provenienti non solo dal turismo, ma anche da altri settori economici.

Le competenze relative alle finanze, al marketing, alla comunicazione e alla logistica erano assunte direttamente dai membri del comitato operativo, attuando un sistema di lavoro a matrice che si rivelava particolarmente vincente.

Giova sottolineare il ruolo perno svolto con grande professionalità dall'agenzia TBWA G&K di Zurigo, che fungeva da partner fisso nella città ospitante.

La realizzazione pratica del primo obiettivo consentiva di giungere ad un'importante decisione. L'azione si sarebbe infatti concentrata principalmente nel centro cittadino, ma dislocata su numerose postazioni strategiche, quali la Bahnhofhalle, l'Università, la Bahnhofstrasse, la Fraumünster, il Bauschänzli, la Seepromenade e così via.

Le "isole ticinesi" sarebbero state idealmente congiunte attraverso un ricco imbandieramento lungo le principali vie cittadine.

Azione Zurigo - Ticino, marzo 1997



Bandiere del Ticino a Zurigo



L'on. Marina Masoni, Direttrice del Dipartimento Finanze e Economia, tra Josef Estermann, Presidente della Città di Zurigo e Marco Solari, Presidente dell'Ente ticinese per il turismo.



Azione Zurigo - Ticino, marzo 1997



La delegazione ticinese arriva alla stazione di Zurigo



La vasta Bahnhofhalle, centro principale delle attività promozionali





IL TURISMO RIGUARDA TUTTI NOI

L'Ente Ticinese per il Turismo e gli operatori turistici sanno quanto sia importante promuovere una sensibilizzazione verso il turismo nella popolazione. Non abbiamo nulla contro gli atteggiamenti critici, molto invece contro i preconcetti e le chiusure.

Siamo convinti che tutti i ticinesi dovrebbero saperne di più a proposito del turismo, perché è un'attività che ci tocca. Il turismo non deve essere considerato alla stregua di un male necessario, ma come un'occasione unica per migliorare la qualità di vita dei ticinesi.

Con questo opuscolo vi invitiamo a riflettere insieme a noi sul turismo e sulla sua importanza per il nostro Cantone.

**tiu**

**TICINO**

Campagna di sensibilizzazione  
 Prospetto «Il turismo riguarda tutti noi»,  
 in collaborazione con il Dipartimento  
 Istruzione e Cultura



IL TURISMO RIGUARDA TUTTI NOI

Chi non è mai andato su tutte le furie perché l'abbonamento regionale di vacanza era valido solo per una parte dei mezzi pubblici?

Capita ancora troppo spesso che chi opera nel settore turistico si preoccupi unicamente di farsi i propri affari. Chi la pensa così è destinato a non andar lontano.

Nel futuro del turismo, le carte vincenti sono la solidarietà, la comunione d'intenti, la disponibilità a lavorare tutti insieme e la cultura dell'accoglienza, atteggiamento quest'ultimo che non va ovviamente confuso con il servilismo. Il turismo è un servizio che viene da una comunità nel suo insieme. Basta un'espressione poco gentile per guastare il quadro generale.

La concorrenza mondiale non può essere battuta lavorando ognuno per conto suo.

Che senso ha farsi la guerra tra nani quando si è al cospetto di giganti? Perché non darsi da fare per tirare tutti l'acqua ad un solo mulino chiamato Ticino?

**L'unione fa la forza!**

La valigia del turismo, che comprenderà del materiale didattico a disposizione dei docenti delle scuole elementari e medie vuole essere il prossimo ed importante passo nella direzione di una maggiore sensibilizzazione della popolazione residente ed in particolare dei giovani - future risorse umane - verso il turismo. L'obiettivo finale è quello di far comprendere come il turismo non sia soltanto un male necessario che va sopportato, ma rappresenta anche un'importante esperienza socioculturale e soprattutto un'attività economica importante. Affinché dunque questo settore possa contare un domani sull'accoglienza della popolazione e sulla forza degli operatori, si spera attraverso questa campagna, ed in particolare attraverso la valigia del turismo per quanto riguarda le scuole, di raggiungere gli obiettivi a medio e lungo termine.

Ne sono previste due versioni: una per le scuole elementari e l'altra per le scuole medie. Al fine di garantire la validità didattica nonché dei contenuti, la produzione avverrà in collaborazione con dei gruppi di lavoro della Scuola Elementare di Minusio rispettivamente della Scuola Media di Losone. La valigia sarà presentata ufficialmente, con il sostegno ufficiale del Dipartimento Istruzione e Cultura, per l'inizio del prossimo anno scolastico, nel corso del mese di settembre 1998.

## **Giornata del turismo**

Dopo l'esperienza positiva del 1996, anche nel 1997 è stata organizzata la "Giornata del Turismo", che si è svolta il 16 settembre presso l'aula Magna dell'Istituto Cantonale di Economia e Commercio a Bellinzona, alla presenza di quasi 150 persone, prevalentemente operatori turistici, giornalisti e studenti SSAT. La tecnica di presentazione adottata, ossia la proiezione di diapositive direttamente dal PC attraverso un "video-beam", si è pure rivelata oltremodo positiva e apprezzata dai partecipanti, avendo trasmesso un'immagine moderna, dinamica e competente. Per il 1998 si prevede di riproporre, in collaborazione con il settore Comunicazione, questo appuntamento con lo stesso carattere di fondo, mantenendo invariato il periodo, in modo da fissare un appuntamento fisso nell'agenda degli operatori turistici ticinesi.

## **Internet**

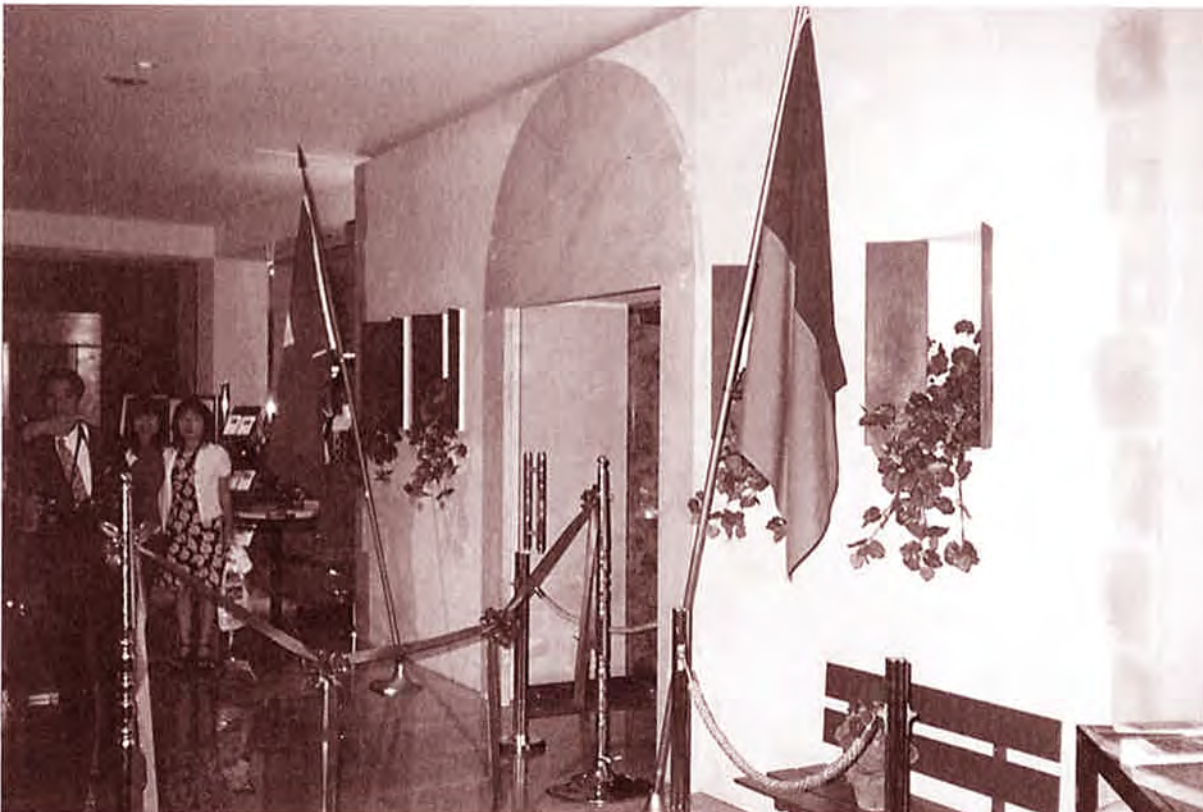
Il sito Internet di Ticino Turismo ([www.tourism-ticino.ch](http://www.tourism-ticino.ch)) comprende ormai oltre 150 pagine, dedicate tutte alla presentazione dell'offerta turistica del Cantone. Dopo 3 anni (il che nella telematica oggi rappresenta una vita intera), esso presenta diversi segni di invecchiamento (mancanza di menu, monolingue, testi in parte non più adatti all'attualità, mancanza di multimedialità). Infatti durante il 1998 il sito dell'ETT verrà completamente rifatto, grazie alla collaborazione con una ditta ticinese. Giornalmente intanto il sito viene consultato da oltre 500 persone, procurando inoltre numerose richieste via e-mail (posta elettronica).

## **La scacchiera del turismo**

Anche nel 1997 è continuata l'azione della "Scacchiera del turismo" con buon successo. Le cartoline sono state ristampate nelle tre lingue nazionali e distribuite attraverso i membri della DISTI nelle loro filiali di tutta la Svizzera. Dato che le cartoline non erano più abbinate ad un concorso come nel 1996, vi è stato un ritorno meno numeroso, ma distribuito su tutto l'arco dell'anno (al contrario del 1996 dove vi era una data di scadenza). Anche con gli speciali della Tessiner Zeitung è continuata una collaborazione attiva nell'ambito di Azienda Ticino.



La delegazione ticinese in Giappone con il direttore della Swissair di Tokio, luglio 1997



L'entrata "ticinese" alla sala da pranzo del Tokyo Bay Hilton, luglio 1997



WTM Londra, novembre 1997



CMT Stoccarda, gennaio 1997

# Say it with flowers

UPON APPROACHING THE RELAIS & CHÂTEAUX-HÔTEL GIARDINO IN Ascona, you could think you had chanced upon another garden - the one in Eden. Fresh, freshly-watered plants, flowers, trees and bushes from all over

## EXPOSITION Fernando Botero à Lugano

Cet été aura lieu à Lugano une grande exposition consacrée à l'artiste colombien Fernando Botero (Medellin, 1932): des toiles, des sculptures et des œuvres sur papier en illustrent la création, depuis les œuvres des premières années d'activité (la première toile est datée de 1949) jusqu'à la production des dernières années.

Botero est un artiste singulier, extrêmement reconnaissable dans ses œuvres caractérisées par l'abondance des formes et par un goût de la vie qui anime les personnages et le cadre de sa narration. En 1973 son œuvre, qui se développe tout d'abord exclusivement dans la peinture, manifeste la nécessité de s'étendre plus loin avec la conquête de l'espace réel, au lieu de l'espace «construit» de la peinture. «En peinture - écrit-il - il est nécessaire de créer non seulement l'image, mais encore l'espace qui la contient; la sculpture se donne comme une forme pure, elle conquiert l'espace en compétition avec les corps physiques, avec ce qui existe. La peinture soustrait à la réalité, la sculpture ajoute à la réalité. La peinture est quelque chose de mental et elle adapte l'espace en le sculptant selon la déformation des figures. La sculpture est intellectuelle avec la réalité, un



Madison Avenue - arrivent à Lugano après une longue tournée dans les métropoles japonaises, où elles ont attiré l'attention de millions de visiteurs. En ce qui concerne les toiles, on a opéré une sélection visant à témoigner des différents aspects de l'art de Botero, en partant des premières œuvres inspirées par la peinture des maîtres des siècles passés - tout d'abord Gauguin et Picasso, puis, après le séjour en Espagne, Velazquez et Goya, ensuite, dans les années «italiennes» (1953-1954), Giotto, Andrea del Castagno, Paolo Uccello, et ainsi pour arriver aux positions dans lesquelles il a triomphé un peu plus tard, composé de nages empruntées dans l'original et le prenant d'origine.

priment un sens de la danse des formes. Les peintures sont très riches en couleurs et en détails.

par BARBARA HOFMANN

Berliner Allgemeine  
BERLINER MORGENPOST

## REISE

19./20. APRIL 1997 - SEITE S 27

## Viele Wege führen zur Madonna del Sasso

Von Gabriela Hirt

Als wollte sie ihre Stellung als bedeutendste Wallfahrtskirche des Tessin unterstreichen, so thront die Madonna del Sasso auf einem Felsporn hoch über dem Lago Maggiore. Pilger erklimmen den „Sacro Monte“, um der Heiligen Maria zu huldigen. Sie genießen aber auch den einmalig weiten Blick über den See und auf die Berge. Der Legende nach erschien die

Mutter Gottes hier dem Einsiedler Bartolomeo d'Ivrea am 15. August 1480, der daraufhin eine Kirche bauen ließ. Nebenbei entstand ein kleines Franziskanerkloster. Besucher unserer Tage sehen die Nachbewohner, Kapuzinermönche, in langen braunen Kutten auf den Gängen der Pilgerstätte umherwandeln.

Die heutige Kirchenanlage stammt aus dem 16. und frühen 17. Jahrhundert. Das Innere der Wallfahrtskirche

quillt über von kostbarem Dekor, in dem die Hauptfigur fast verschwindet: Die blondgelockte, bäuerliche Madonna mit Kind versteckt sich unauffällig in einer Nische des Hauptaltars. Seit dem 15. Jahrhundert ist die Figur bereits unzähligen Malen in Gefängnis genommen; zeitweilig wurde sie im Camo, Fußfaul der Trinità oder nach dem Auto auf dem Bus. Schöner ist es mit der kleinen S. carno aus der Schlucht (sechs St

Wer es den buchtun will, steigt Fuß den romantischen Pfadern der Kreuzwegcarnos Altstadt aus Via al Sasso auf der hübschen Stationskapelle an. Allzusehr ins Schwitzen kommen die Wanderer aber nicht: Unter dem dichten Blätterdach von Buchen und Erlen bleibt es selbst im Sommer angenehm kühl.

☐ Schweiz Tourismus, Kaiserstraße 23, 60311 Frankfurt, ☎ 069/2 56 00 10, Fax: 25 60 01 38.

Ente Turistico di Locarno e Valli, Largo Zorzi, CH-6600 Locarno, ☎ 0041/ 91/ 7 51 03 33, Fax: 7 51 90 70.



Die Wallfahrtskirche Madonna del Sasso hoch über Locarno im Tessin. Der Ort gewährt einen einmaligen Blick auf den Lago Maggiore und die Berge.

Foto: Hirt

## Bellinzona als Teil des Weltkulturerbes?

Stadt Bellinzona soll in Unesco-Liste aufgenommen werden



Giardino, an alternative to its gourmet neighbour, has menus that change every two weeks offering specialties from eight different Italian regions. There is also wine tasting in the hotel's own Enoteca, where the guest can sample wine to order for din-

Ist die Stadt Bellinzona würdig, in der Unesco-Liste des Weltkulturerbes aufgenommen zu werden? Während man beim Verkehrsverein Bellinzona darauf hofft und die nationale Schweizerische Unesco-Kommission die Idee unterstützt, zögert bisher das Bundesamt für Kultur.

Derberbe der Menschheit» aus dem Jahre 1972, das von 143 Staaten ratifiziert wurde. Mit der Würdigung von Weltberbe-Liste verpflichten sich die teilnehmenden Staaten zu Schutz- und Erhaltungsmaßnahmen. Für die Aufnahme auf die Liste müssen zwei Kriterien gewährleistet sein: Einzigartigkeit und historische Echtheit bei Kulturdenkmälern, bei Naturdenkmälern Integrität. Ferner soll ein überzeugender Erbe sein.

vorbei sein», sagt Verkehrsvereinsdirektor Franco Rivinelli. Doch geht es ihm nicht nur um eine Vermarktung der Stadt, sondern vorab um eine Vermarktung für die vorhandenen und oft wenig beachteten kulturellen Schätze in der Südschweiz.

Bern wenig begeistert

Auf wenig Entgegenkommen stiess der Vorschlag aber bisher beim Bundesamt für Kultur. Direktor David Streiff hat zwar Verständnis für das Anliegen der Bellinzones, da die Unesco-Liste eine Art Gütesiegel für die historische Einmaligkeit eines Ortes darstellt. «Für mich ist jedoch nicht vorrangig, das Ob- und Niedrigere zu vergleichen, sondern die Schätze zu bewahren und sie zu vermarkten».

## Švýcarská brána do středomoří

Ná břežní jezero je švýcarské ledovské jezírko. Východně od jezera se nachází dvěma horskými kouty, Monté Bré a Monté San Salvatore, na samém jihu Švýcarska začíná mírně mírně přitvrděná přírodní středomořská mikroklíma. Město je připomíná rozvětvenou subtropickou zahrádku s bujnou stíle zelenou přímou vegetací krajiny, která si díky svému koutu vysloužila právo město přímou vegetací. Uzké středověké uličky stoupají strmě k městské katedrále. Vlastní střed letoviska tvoří kostelík Santa Maria degli Angeli, vyzdobený nádhernou souborovou obrazovou galerií. Vybudovaný tunel pod horou a průmyskem svatého Gottharda umožňuje turistům le objevit rozsáhlý park a pavilon Villa Favorita s bohatou souborovou obrazovou galerií. Vybudovaný tunel pod horou a průmyskem svatého Gottharda umožňuje turistům celoročně navštěvovat tuto zelenou oázu, umístěnou u přírodních jezera a uprostřed zelených horských velikánů. Název města, klima, typická fauna i flora připomínají více blízkou Itálii než vlastní Švýcarsko. Proto zástava Lugano v neustálém středě turistického zájmu, ať již na jaře, či v zimních měsících.

ANTONÍN BOHÁČEK

Alcuni dei numerosi articoli apparsi sulla stampa