



INSIGHT⁺

IMPULSI PER UN TURISMO SVIZZERO DI SUCCESSO

TEMA DI FONDO

WORKATION: IL FUTURO DEL TURISMO SVIZZERO?

PROSPETTIVA ELVETICA

«WORKATION FAVORIRÀ IL TURISMO LOCALE»

4

COWORKING E COLIVING

IDEE INNOVATRICI NEL CUORE DELLE ALPI

6

FUTURO E INNOVAZIONE

TRASFORMARE IL TURISMO D'AFFARI

7

Valais Wallis Promotion, Pascal Gertschen



Christoph Schlumpf

A Bellinzona, i partecipanti al «Walk the talk» hanno potuto godere di una passeggiata sulle mura che circondano il castello Castelgrande, classificato come Patrimonio dell'Umanità mondiale dall'UNESCO nel 2000.

INCONTRI WALK THE TALK

WORKATION: IL FUTURO DEL TURISMO SVIZZERO?

Gli operatori turistici si trovano di fronte a una nuova tendenza che potrebbe ridefinire il settore: la «workation». Innotour ha organizzato due eventi per aiutarli a comprenderne i vantaggi.

Carole Berset, giornalista per Insight

«Sei dipendenti su dieci possono immaginarsi di combinare lavoro e tempo libero durante un soggiorno di 'coworkation', mentre due terzi dei datori di lavoro si dicono disposti ad accordare loro questa possibilità: è quanto emerge da un sondaggio condotto nel 2021 dall'associazione Coworkation-Alps nella regione D-A-CH». Ecco come il conduttore Jürg Schmid ha introdotto il primo incontro «Walk the

talk», aggiungendo che «nello stesso anno, tuttavia, remote.com ha rivelato che il Paese si è classificato al 40° posto nella classifica delle 100 destinazioni più interessanti per il telelavoro». Che cosa significano queste cifre per il turismo elvetico? Come può il settore trarre vantaggio da questi nuovi modi di lavorare e viaggiare?

Un centinaio di esperti di turismo si è riunito per discuterne il 29 agosto e il 15 settembre scorsi. Tenutisi al Memox a Zurigo e per la prima volta in

Ticino, al Castelgrande di Bellinzona, i due incontri hanno alternato presentazioni e scambi stimolanti. Per quanto riguarda questa pratica altamente competitiva, che in Svizzera è ancora agli albori, il responsabile del programma Innotour Christoph Schlumpf ha ricordato l'importanza di promuovere la condivisione delle conoscenze. Gli eventi sono stati pianificati in pieno spirito «Walk the talk», intervallati da passeggiate nel quartiere zurighese «Europaallee» e nella storica fortezza di Bellinzona.

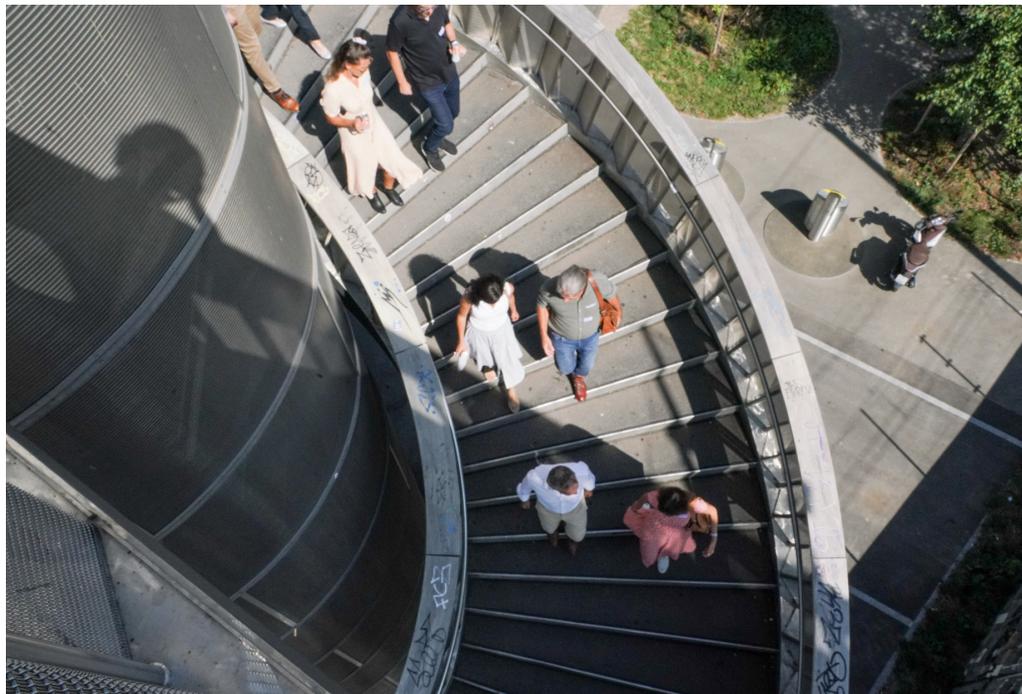
OPPORTUNITÀ DA COGLIERE

Consulente in telelavoro e presidente dell'associazione Nomadi Digitali Svizzera, Lorenz Ramseyer ha sottolineato il potenziale della workation per il turismo, citando l'esempio di Madera. «L'isola portoghese ha visto il numero di nomadi professionali decuplicarsi nel giro di un anno grazie ai suoi nuovi spazi di coworking. Tali investimenti hanno permesso la nascita di un centinaio di imprese». Se da un lato questa tendenza attrae un pubblico che viaggia soprattutto in bassa stagione e per periodi prolungati, dall'altro genera anche un nuovo tipo di turismo, che si contrappone al turismo veloce. Inoltre, anche se alcuni viaggiatori sono alla ricerca di interazioni e incontri, la maggior parte desidera pace e tranquillità per alcuni giorni o settimane, ad esempio per portare a termine un progetto. Lunghi dall'idea del dipendente che lavora in spiaggia, offrire una workation significa anche garantire i requisiti minimi per poter lavorare, quali un arredamento confortevole e una connessione Internet veloce. Sono stati presentati anche tre progetti svizzeri in grado di valorizzare questi diversi aspetti: InnHub La Punt, PuraWorka (v. pag. 6) e Workplayz. Leggermente diverso, Alpine Sabbatical propone un approccio orientato alla salute (v. pag. 5).

LUNGI DALL'IDEA DEL DIPENDENTE CHE LAVORA IN SPIAGGIA, OFFRIRE UNA WORKATION SIGNIFICA ANCHE GARANTIRE UN ARREDAMENTO CONFORTEVOLE E UNA CONNESSIONE INTERNET VELOCE.

Nel cuore dell'Engadina, l'imponente spazio di coworking InnHub La Punt intende favorire il networking. Per la sua direttrice Gioia Deucher si tratta di creare le condizioni ideali per l'incontro e l'ispirazione reciproca di dipendenti provenienti da contesti diversi. Con 70 posti letto, offerte sportive e formative, l'InnHub La Punt permette ai suoi ospiti di sperimentare un equilibrio tra corpo, mente e spirito.

La piattaforma Workplayz, dal canto suo, propone workation di due-cinque giorni nei 20 hotel partner, che le aziende possono prenotare per i propri dipendenti. La cofondatrice del progetto, Deborah Luetolf Van Zee, precisa: «Il concetto di workation è



Timo Magyar

La passeggiata nel quartiere zurighese della «Europallee» è stata l'occasione per i «camminatori-ascoltatori» di incontrarsi e scambiare idee all'esterno.

tanto più importante per il turismo in quanto i millennial e la generazione Z, avvezzi a una grande flessibilità nel lavoro, rappresenteranno il 75% dei dipendenti entro il 2025. Le aziende hanno quindi interesse a evolversi verso nuovi standard».

ATTRATTIVA DEI DATORI DI LAVORO E IMPLICAZIONI FUTURE

Una seconda parte dell'incontro a Zurigo è stata dedicata alle sfide di queste nuove modalità lavorative per i datori di lavoro. A titolo esemplificativo, l'azienda informatica Redguard dà ai suoi 80 dipendenti la possibilità di partire in workation una volta all'anno per quattro-sei settimane. Tuttavia, uno dei soci, Sven Vetsch, ha menzionato la necessità di stabilire delle direttive chiare, in termini di risorse umane e di lavoro da svolgere in loco, al fine di garantire la buona riuscita del soggiorno. «Questo approccio è stato apprezzato dai nostri dipendenti e ci permette di distinguerci in un mercato del lavoro sempre più esigente».

Laura Meyer, direttrice di Hotelplan, si compiace di questa evoluzione: «Un'agenzia di viaggi può trarre vantaggio dalla workation non solo dal punto di vista della sua clientela, ma anche per i propri dipendenti. Il progetto dovrebbe essere visto come un modo per aumentare l'attrattiva del settore e conquistare nuovi talenti». Dal febbraio 2022 il gruppo mette anche a disposizione dei suoi team una villa a Cipro, per soggiorni che abbinano lavoro e tempo libero.

Laura Meyer ha tuttavia evidenziato una delle sfide che le imprese e gli operatori turistici dovranno affrontare nei prossimi anni: rendere la workation accessibile a tutti gli interessati. Alcune funzioni professionali si prestano meno bene rispetto ad altre a questa possibilità e la sfida sarà quella di trovare soluzioni innovative per proporre offerte adeguate. Anche le famiglie fanno parte del target di clientela da considerare.

«WORKATION FAVORIRÀ IL TURISMO LOCALE»

Il nomadismo digitale offre nuove opportunità al settore, in particolare in montagna. Jürg Schmid, cofondatore della Schmid, Pelli & Partner AG e conduttore di «Walk the talk», spiega le implicazioni di questo nuovo mercato.

Intervista a Jürg Schmid, cofondatore della Schmid, Pelli & Partner AG e conduttore degli eventi «Walk the talk»

Perché i workshop degli eventi «Walk the talk» sono fondamentali?

Jürg Schmid: Il concetto di «Workation» non è nuovo, ma la pandemia ha modificato il nostro rapporto con il lavoro, democratizzando l'approccio. Gli operatori turistici non si sono ancora resi conto dell'opportunità economica che questa nuova tendenza rappresenta per i prossimi anni. Con i workshop vogliamo sensibilizzarli a questa realtà e condividere le conoscenze affinché possano rispondere alle aspettative di una nuova fascia di clientela.

Che tipo di clientela è attirata dalla Workation?

Jürg Schmid: I nomadi digitali stranieri che soggiornano alcune settimane in Svizzera sono una minoranza trascurabile e non rientrano nel principale pubblico target. La maggior parte della nostra clientela è alla ricerca di tranquillità a pochi passi da casa propria; desidera ritirarsi nella quiete – molto spesso in montagna – per qualche giorno o una settimana, magari per portare a termine un progetto. Ecco perché Workation favorirà il turismo locale.

Fino a che punto tutto ciò è redditizio per le strutture turistiche?

Jürg Schmid: Il mercato è immenso perché questa fascia di clientela viaggia durante la bassa stagione. Una struttura turistica che propone un'infrastruttura adeguata – per esempio almeno un grande studio, una poltrona ergonomica e una connessione stabile – vedrà pertanto aumentare significativamente il tasso di occupazione durante tale periodo. Tuttavia, anche



Timo Magyar

Secondo Jürg Schmid, la maggior parte dei clienti di Workation è alla ricerca di pace e tranquillità vicino casa e desidera ritirarsi nella quiete, spesso in montagna.

le località turistiche hanno un ruolo da svolgere e adattano le proprie offerte al ritmo di questi clienti: orari di apertura più estesi per i musei o skipass validi per un'ora o due, per esempio.

Ci sono dei rischi?

Jürg Schmid: Ne vedo pochi. Alcune strutture, però, non sempre dispongono delle condizioni necessarie per adattare le loro infrastrutture a questo tipo di domanda. Potrebbe quindi essere rischioso per loro prendere in considerazione una trasformazione del genere. Dai sondaggi che abbiamo condotto è emerso che le case di vacanza – che offrono più spazio rispetto a una semplice camera d'albergo – si prestano meglio di altre strutture a questo tipo di soggiorno.

Come vede l'evoluzione del turismo svizzero in generale?

Jürg Schmid: Nonostante le varie crisi che stiamo attraversando, il settore resta competitivo, a maggior ragione con Workation, che considero personalmente un'importante evoluzione

sociale destinata a perdurare nel tempo. D'altro canto, con il riscaldamento climatico le località di montagna attireranno un numero sempre maggiore di clienti d'estate, alla ricerca della frescura.

INFORMAZIONI

Jürg Schmid, già direttore di Svizzera Turismo, accompagna oggi gli attori turistici lungo il processo di acquisizione di nuovi ospiti attraverso la propria agenzia di comunicazione e marketing Schmid, Pelli & Partner. È anche l'organizzatore e il conduttore degli eventi Innotour «Walk the talk» dal 2020.

Contatto

Jürg Schmid, cofondatore della Schmid, Pelli & Partner AG
schmid@schmidPELLIPARTNER.ch

MIGLIORARE LE POTENZIALITÀ CON PERIODI SABBATICI

Alpine Sabbatical crea offerte innovative per chi soggiorna a lungo nelle regioni di montagna. La piattaforma abbraccia promozione della salute, bassa stagione e immobili sfitti.

Gerlinde Zuber, promotrice di Alpine Sabbatical

Che ne direste di un periodo sabbatico, di un «Time Out»? Il concetto è entrato da tempo nel mondo del lavoro e sempre più persone decidono di prendersi una pausa salutare. L'associazione Alpine Sabbatical ne ha fatto la sua bandiera e si è rivolta a questo gruppo di clientela finora rimasto in ombra, creando una piattaforma innovativa per offrire soggiorni su misura nelle montagne svizzere.

Il programma mira a rendere giustizia alla sostenibilità a tutti i livelli e coinvolge in maniera morbida le potenzialità esistenti. Nelle due regioni pilota aderenti, Prettigovia e Surselva, la piattaforma può attingere a piene mani: gli ospiti possono configurare la propria pausa tra le Alpi scegliendo tra «attenzione», «manualità e arte», «alpe e

bosco» o «spiritualità». Le quattro offerte con un totale di 40 alloggi e 50 attività dimostrano i variegati talenti dei partner regionali e sono fonte di grande ispirazione per chi sta cercando riposo.

È FONDAMENTALE FARE RETE

Il progetto pilota punta volutamente sulle qualità delle basse stagioni, quando le case di vacanza sono libere e possono essere affittate a condizioni vantaggiose per lunghi periodi. Il numero contenuto di turisti agevola il contatto con la popolazione locale. Un ospite sabbatico è più di un «turista» e viene invitato a dare un'occhiata dietro le quinte della vita di montagna e a dare una mano ai contadini, al fornaio o nell'osteria del paese.

Un periodo sabbatico può durare da due settimane fino a tre mesi e pone i gestori della piattaforma anche di fronte a insolite sfide: come «abituarsi» al «Time

Out»? Come trovare «nuovi amici»? Quali valori propugnare per avere la sensazione di essere del posto? Per tutto ciò è fondamentale la rete locale, composta da «ambasciatori» esperti e da abitanti di mentalità aperta. Una rete giusta da utilizzare nel momento giusto.

L'idea è venuta alla promotrice Gerlinde Zuber nel 2017, che con il suo progetto si è classificata tra i vincitori di un concorso promosso da Innotour e intitolato «Innovationsgenerator». Nel 2019 il progetto pilota ha potuto essere avviato con il sostegno di Innotour e nell'estate del 2022 si è concluso con successo nonostante le inaspettate difficoltà comportate dalla pandemia. Da allora il progetto è in fase iniziale.



Marietta Kobald

Il progetto Alpine Sabbatical intende facilitare il contatto tra visitatori e abitanti del luogo attraverso temi che combinano l'artigianato, la natura, la consapevolezza e la spiritualità.

PANORAMA

Punti forti

Alpine Sabbatical intende sviluppare un'attività sostenibile, la professionalizzazione delle procedure e l'aggregazione in partenariati e alleanze. Inoltre è prevista l'espansione ad altre regioni di montagna in Svizzera.

Contatto

Gerlinde Zuber, promotrice di Alpine Sabbatical
gerlinde.zuber@alpinesabbatical.ch

COWORKING E COLIVING

IDEE INNOVATRICI NEL CUORE DELLE ALPI

Grazie al progetto PuraWorka l'Hôtel des Vignes a Sion e ZerMama a Zermatt hanno sviluppato spazi dedicati a persone e imprese, dando vita a offerte inedite, come il remote working.



Puraworka

Perfettamente adattato alle esigenze dei lavoratori, lo spazio di coworking dell'albergo ZerMama Zermatt combina la modernità con un'atmosfera accogliente.

Neil Beecroft, fondatore di PuraWorka, Sandrine Julen, direttrice dell'albergo ZerMama a Zermatt, e Daniel Leuenberger, direttore dell'Hôtel des Vignes a Sion

sala per riunioni o eventi professionali. Secondo la direttrice Sandrine Julen, questa trasformazione contribuisce a diversificare l'offerta alberghiera non solo a Zermatt ma anche in Svizzera.

Il progetto PuraWorka, sostenuto da Innotour, si prefigge di agevolare il nomadismo professionale moltiplicando i luoghi di lavoro nelle località turistiche della Svizzera. In collaborazione con l'albergo ZerMama di Zermatt e l'Hôtel des Vignes a Sion, la start-up vallesana si è concentrata sulla creazione di un nuovo genere di spazi di «coworking» e di «coliving», le cui ubicazioni e infrastrutture consentono agli utenti di conciliare la vita professionale con il relax in mezzo alla natura.

Alla fine del 2019 l'albergo a conduzione familiare ZerMama apre il primo spazio di «coworking» a un minuto a piedi dall'impianto di risalita Sunegga. Realizzato durante i lavori di ammodernamento, lo spazio è stato pensato per garantire un ambiente tranquillo e accogliente. Ora l'albergo comprende venti postazioni di lavoro dotate di connessione Wi-Fi e un angolo caffè. Anche l'enoteca può trasformarsi in

Il «coliving» è un concetto recente: gli ospiti vivono in comunità all'interno di un alloggio condiviso, per una settimana o più mesi. A Sion, il direttore dell'Hôtel des Vignes Daniel Leuenberger propone appartamenti ispirati a questo modello, nel bel mezzo della struttura ricettiva e adattati all'ambiente dell'industria alberghiera. Non solo: per promuovere l'enoturismo questo vallesano d'adozione ha anche ideato un «coworking» speciale tra i vigneti per attrarre start-up turistiche, lavoratori indipendenti e studenti. Gli ospiti dell'albergo possono usufruire in qualsiasi momento di questo spazio di lavoro flessibile, incluso nel prezzo.

L'UNIONE FA... L'INNOVAZIONE

Anche le professioni dell'industria alberghiera si stanno digitalizzando, verso nuove abitudini e una sempre maggiore flessibilità. Per generare idee innovatrici e rafforzare le competenze digitali degli operatori locali,

i partner hanno creato degli «hub digitali» destinati a favorire gli scambi di know-how e le sinergie. Si tratta di una collaborazione inedita tra l'Alto e il Basso Vallese.

PuraWorka intende ora estendere il concetto ad altre destinazioni alpine svizzere, mirando in particolare al cosiddetto «bleisure» – una contrazione dei termini «business» e «leisure» – che consiste nell'abbinare le trasferte di lavoro al tempo libero.

PANORAMA

Punti forti

Il progetto PuraWorka sviluppa il turismo «quattro stagioni», creando offerte interessanti destinate ai clienti che viaggiano in periodi poco gettonati.

Contatto

Neil Beecroft, fondatore di PuraWorka
neil@puraworka.com

Sandrine Julen, direttrice dell'hotel ZerMama Zermatt
sandrine@julgengroup.ch

Daniel Leuenberger, direttore dell'Hôtel des Vignes
daniel.leuenberger@hoteldesvignes.ch

FUTURO E INNOVAZIONE

TRASFORMARE IL TURISMO D’AFFARI

Quali strategie per rilanciare il settore alberghiero? Le risposte in un recente rapporto che illustra le ultime sfide.



ISTOCK

Il progetto «Avenir de l’hôtellerie d’affaires urbaine» ha identificato fattori chiave per aiutare gli albergatori a riposizionarsi.

Alain Becker, direttore dell’Associazione romanda degli albergatori (ARH)

Un tempo semplici luoghi d’alloggio, in questi ultimi anni gli alberghi hanno adottato nuove tecnologie per adattarsi allo stile di vita odierno. Molti di essi propongono ormai una gamma di servizi che in precedenza erano considerati secondari: ristoranti, visite organizzate, wellness, ecc.

Dopo la brusca battuta d’arresto durante la pandemia, l’industria alberghiera urbana deve continuare a reinventarsi e immaginare nuovi modelli economici per restare competitiva. Il settore ha bisogno di compen-

sare il calo dei pernottamenti di chi viaggia per affari, dovuto alla generale diffusione del telelavoro e alla diminuzione del numero di eventi e trasferte professionali.

Avviato nel 2020 e sostenuto da Innoutour, il progetto «Avenir de l’hôtellerie d’affaires urbaine» ha stimolato una riflessione a tutto campo sulle difficoltà degli addetti ai lavori. Nel rapporto pubblicato a fine maggio 2022 i responsabili del progetto, l’Associazione romanda degli albergatori (ARH), la Scuola alberghiera di Losanna (EHL) e l’HES-SO Vallese tratteggiano soluzioni concrete per aiutare gli albergatori a riposizionarsi e generare nuove fonti di reddito.

QUATTRO ASSI PORTANTI

Nel corso di alcuni workshop i partner del progetto hanno riunito i tanti protagonisti del settore alberghiero e individuato quattro aspetti determinanti: l’accoglienza degli ospiti, il luogo di lavoro e il fatto di considerare l’albergo come un «polo sociale» o ancora come una destinazione a sé stante.

L’albergo può offrire una maggiore flessibilità, proponendo per esempio ai suoi ospiti camere o alloggi indipendenti per lunghi soggiorni. La struttura può anche prevedere spazi di lavoro attrezzati con il materiale necessario per chi non dispone di un ufficio privato o svolge la propria attività in telelavoro, trasformando le camere d’albergo in uffici diurni o in spazi di coworking.

DOPO LA BRUSCA BATTUTA D’ARRESTO DURANTE LA PANDEMIA, L’INDUSTRIA ALBERGHIERA URBANA DEVE IMMAGINARE NUOVI MODELLI ECONOMICI PER RESTARE COMPETITIVA.

Pensato come un «polo sociale», l’albergo punta insomma a una maggiore interazione per diventare un luogo di accoglienza per la popolazione locale. In questo modo aumenta la propria visibilità e può diversificarsi per generare ulteriori entrate. Infine, l’hotel può distinguersi grazie a offerte di wellness o di convalescenza, con esperienze o eventi specifici riservati ai pazienti. Può anche mirare a una clientela finora poco valorizzata, come le famiglie, proponendo per esempio camere adatte a queste ultime, mini asili nido o pasti per i bambini.

PANORAMA

Punti forti

I risultati del progetto sono pubblicati sotto forma di «playbook» in francese, tedesco e inglese e possono essere scaricati dal sito web: <https://www.futureofbusinesshotels.org/studiesnews>.

Contatto

Alain Becker, direttore dell’Associazione romanda degli albergatori (ARH) becker@hotellerieromande.ch

OPEN SPACE

NUOVE FORME DI LAVORO: UNA MARCIA IN PIÙ PER LE VALLI

Il Mountain Lab di Adelboden vuole conciliare in forma creativa lavoro e tempo libero. Ed è già diventato il punto d'incontro del paese.

Urs Pfenninger, ex direttore dell'organizzazione Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg

Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg



Il Mountain Lab è stato concepito come uno spazio di lavoro ma anche un luogo di incontro.

Come tante località turistiche, anche Adelboden ha risentito del calo dei pernottamenti e di un insoddisfatto sfruttamento delle infrastrutture. Molti giovani hanno lasciato il paese e numerose abitazioni secondarie sono rimaste poco utilizzate. Per i responsabili del turismo era chiaro che bisognava ripensare anche il tradizionale Tourist Center.

L'intento era di farlo diventare un centro di accoglienza, al posto di un semplice ufficio informazioni. Insieme ad altre organizzazioni turistiche, il Tourist Center ha elaborato nuovi programmi nell'ambito del progetto Inno-

tour Tourist Office 3.0. Circostanza fortunata: contestualmente alla densificazione di Adelboden, nella riflessione sono stati inclusi ulteriori spazi caduti in disuso.

CONCILIARE LAVORO E TEMPO LIBERO: UN MEGATREND

Insieme alla società partner gutundgut è stata sviluppata l'idea del «Mountain Lab»: un open space condiviso dall'ufficio del turismo, dalla scuola di sci, dai lavoratori autonomi locali e dai nomadi digitali. L'obiettivo: conciliare lavoro e tempo libero all'insegna della creatività, per fare del «Mountain Lab» qualcosa di più del classico spazio di coworking, come ne esistono nei centri urbani.

In collaborazione con partner locali ed esterni, il Mountain Lab è diventato il punto d'incontro del paese. Sono stati concepiti servizi aggiuntivi, come sale per conferenze e seminari «esterne», ma collegate al Mountain Lab grazie alla rete in fibra ottica. Inoltre, sono state messe a punto adeguate offerte di pernottamento (coliving) con il settore alberghiero e para-alberghiero.

ESPERIENZE E SFIDE

Dopo l'apertura del Mountain Lab di Adelboden nell'estate 2019, negli

ultimi anni si è fatta sempre più forte la tendenza verso nuovi modelli di lavoro, con un impatto positivo sulla nuova offerta. Un altro vantaggio della pandemia è stato anche l'incremento della domanda di soggiorni più lunghi in montagna.

Grazie al Mountain Lab Adelboden dispone ora di una location con spazi d'incontro e di aggregazione sofisticati e molto richiesti. Attenzione però a non sottovalutarne la gestione: costruire una community e sviluppare le esigenze dei turisti è un compito impegnativo che richiede molto tatto con la clientela target.

PANORAMA

Punti forti

Grazie al Mountain Lab, ad Adelboden è nata un'interessante community di utenti locali ed esterni.

Contatto

Urs Pfenninger, ex direttore dell'organizzazione Tourismus Adelboden-Lenk-Kandersteg
urspfenninger@hotmail.com
www.upfenninger.ch

ALTRI IMPULSI: TUTTI I PROGETTI INNOTOUR SI TROVANO SUL SITO www.seco.admin.ch/innotour

Indirizzo

Segreteria di Stato dell'economia SECO
Politica del turismo, Innotour
Holzikofenweg 36
3003 Berna
tourismus@seco.admin.ch



Contatti

Christoph Schlumpf
Responsabile del programma Innotour
christoph.schlumpf@seco.admin.ch
058 462 27 15



Contatti

Mireille Corger-Lattion
Vice responsabile del programma Innotour
mireille.corger@seco.admin.ch
058 463 40 21



Contatti

Lea Pirovino
Collaboratrice scientifica
lea.pirovino@seco.admin.ch
058 463 47 74