



INSIGHT⁺

IMPULSI PER UN TURISMO SVIZZERO DI SUCCESSO

TEMA DI FONDO

**COSTRUIRE SINERGIE
SOSTENIBILI CON
L'AGRICOLTURA**

**VAUD ŒNOTOURISME
IL VINO AL CENTRO DI UN
CIRCOLO VIRTUOSO**

4

**AGRITURISMO
ACQUISIRE KNOW-HOW
ONLINE**

5

**SLOW FOOD TRAVEL
UN'OFFERTA DAL CAMPO ALLA
FORCHETTA**

7

TURISMO E AGRICOLTURA, UN BINOMIO VINCENTE

Caratterizzate da tendenze di sostenibilità e autenticità, le sinergie fra attività turistiche e agricole sono al passo coi tempi. Ad esse è stato di recente dedicato un evento originale a Berna.

Blandine Guignier, giornalista per Insight

Come mettere d'accordo i vincoli di tempo e di redditività di un'azienda agricola con le esigenze amministrative e qualitative di un marchio turistico? Quali sono gli ostacoli logistici da superare per la consegna di prodotti freschi a un albergatore? Come può un ufficio cantonale promuovere le specialità locali? Questi sono soltanto alcuni dei numerosi quesiti affrontati in occasione dell'evento «Walk the Talk» del 22 agosto 2019, dedicato alle sinergie sostenibili tra agricoltura e turismo.

UN GIGANTESCO BRAINSTORMING

Seconda parte di questa serie di incontri organizzati dal settore Politica del turismo della SECO, l'evento non aveva nulla a che vedere con una classica conferenza. «Il nostro obiettivo è far emergere nuove idee e soprattutto concetti concreti da realizzare», ha spiegato nella sua introduzione Christoph Schlumpf, responsabile di Innotour. Il limite di 30 partecipanti ha indubbiamente favorito lo scambio di idee. Tre panel si sono svolti in diversi luoghi di Berna (al Theater Matte, presso l'agenzia Visu'l e al Cinématte Restaurant Bar), intervallati da una passeggiata di 30 minuti nel centro storico e lungo il fiume Aar. I «passeggiatori-ascoltatori» – provenienti da enti turistici, amministrazioni pubbliche, sindacati, cooperative agricole, ecc. – hanno avuto l'occasione di dibattere su due questioni centrali: «Perché non ci sono più progetti con una forte collaborazione fra agricoltura e turismo oggi in Svizzera?»

IMMAGINE DI COPERTINA

Un esempio di agriturismo: il B&B Le Vigny nei vigneti del Lavaux.

Fonte: Svizzera Turismo/Giglio Pasqua

e «Qual è l'idea più convincente per ancorare in modo sostenibile le sinergie tra agricoltura e turismo in Svizzera?»

Lo scambio di idee si è basato sulla presentazione, da parte dei rispettivi promotori, di diversi progetti sostenuti da Innotour, tra cui «Swiss Tavolata» (vedi riquadro). Tre di essi – «Slow Food Travel» di Slow Food Svizzera, «Standard di qualità e modelli di business per l'agriturismo svizzero» della Scuola universitaria professionale di Berna e «Vaud Cœnotourisme» dell'Ufficio del turismo del Cantone di Vaud – vengono presentati in questa newsletter.

INSEGNAMENTI CONCRETI

Oltre agli obiettivi dei diversi programmi, i promotori del progetto hanno illustrato la sua attuazione, le difficoltà incontrate e gli insegnamenti concreti che ne hanno tratto. Christel Porchet di Vaud Cœnotourisme ha sottolineato l'importanza di identificare gli attori giusti

a livello locale. «Nelle varie regioni del Cantone di Vaud abbiamo trovato figure esemplari che già disponevano della motivazione e del know-how necessari», ha spiegato. «Tali attori ci hanno permesso di mobilitare altri membri della rete e di costruire la nostra offerta enoturistica». Jean-Marc Imhof, di Slow Food Travel, ha aggiunto: «È fondamentale superare la concorrenza fra le diverse aziende e aggregare gli attori attorno a un progetto innovativo».

Andreas Hochuli, della Scuola universitaria professionale di Berna, ha a sua volta rilevato l'importanza di innovare lungo tutta la filiera del valore aggiunto. «L'industria alberghiera e

**DELLE FIGURE ESEMPLARI
DISPONEVANO GIÀ DEL KNOW-
HOW NECESSARIO.**

A TAVOLA CON LE AGRICOLTRICI SVIZZERE

Lanciato nel settembre del 2014, il progetto Swiss Tavolata offre ai turisti l'opportunità di scoprire una regione attraverso le sue delizie culinarie, prenotando un pasto da un'agricoltrice o da una donna che vive in campagna e pagando direttamente online. «I clienti vengono accolti dalla padrona di casa come ospiti», spiega Anna Barbara Eisl-Rothenhäusler, cofondatrice. «Ricette tradizionali e piatti rivisitati vengono preparati con almeno l'80% degli ingredienti della fattoria o della regione. L'iniziativa segue l'onda delle tendenze attuali di ricerca dell'autenticità e di contatti con la popolazione locale.»

Trenta donne sono attive sulla piattaforma. Il progetto è stato sostenuto da Innotour dal 2014 al 2015 e prosegue grazie al contributo di grandi imprese svizzere. Una nuova associazione, gestita direttamente dalle locandiere, ha preso il posto dell'organizzazione originaria. «Questa attività accessoria permette alle partecipanti di guadagnare da 35 a 45 franchi l'ora. In cambio, esse corrispondono ai requisiti di qualità e, naturalmente, agli standard igienici».



I PARTECIPANTI SI SONO SCAMBIATI LE LORO MIGLIORI IDEE PER INSTAURARE COLLABORAZIONI SOSTENIBILI.



Dinamico e accogliente, l'evento Walk the Talk ha dato vita a numerose discussioni, sia durante la passeggiata lungo il fiume Aar, che durante i panel interni e l'aperitivo di chiusura.

della ristorazione ha bisogno delle materie prime prodotte dall'agricoltura svizzera. Dobbiamo implementare modelli di business che rispondano alle esigenze di mercato di questi due settori. Vi sono questioni molto concrete da affrontare, come ad esempio il luogo di macellazione del bestiame, la consegna del latte o la commercializzazione di prodotti locali da parte degli uffici del turismo».

DELLE COLLABORAZIONI SOSTENIBILI

Ovviamente, la giornata si è conclusa intorno a specialità locali. I partecipanti si sono anche scambiati le loro migliori idee per instaurare collaborazioni sostenibili, come ad esempio soggiorni di «disintossicazione digitale» in fattoria, una piattaforma di comunicazione sull'agriturismo alimentata dai vari settori, o anche moduli di corsi comuni

per giovani in via di formazione. È stata quest'ultima proposta che ha ottenuto il sostegno di tutti durante una votazione lampo.

INFORMAZIONI

Maggiori informazioni sugli eventi Walk the Talk sono disponibili sul sito di Innotour.
www.seco.admin.ch/innotour
Prossimo appuntamento: 25.11.2019
«Sviluppare prodotti in linea con il turismo di domani»

VAUD ŒNOTOURISME

IL VINO AL CENTRO DI UN CIRCOLO VIRTUOSO

Lo sviluppo coordinato dell'enoturismo nel Cantone di Vaud e in Svizzera costituisce un'innovazione per il turismo e per l'economia in generale.



Quando si vende una bottiglia di vino o un prodotto locale, si vende automaticamente la destinazione e viceversa.

Yann Stucki, responsabile di progetto
Vaud Œnotourisme

Modelli di successo come l'Alsazia o la regione di Bordeaux hanno creato una vera e propria destinazione enoturistica. Perseguendo lo stesso obiettivo, Vaud Œnotourisme mette a disposizione degli attori locali strumenti per individuare, strutturare, aggregare e ottimizzare l'offerta e sviluppare una rete di qualità nei settori connessi (turismo, vitivinicoltura, prodotti locali, industria alberghiera, ristorazione e cultura).

Lanciato dallo Stato di Vaud e sostenuto da Innotour tra il 2013 e il 2018, il progetto ha avviato numerose iniziative come la concezione di un marchio, la creazione di una formazione e di un manuale enoturistici, o ancora una carta dei valori e un sito internet professionale. A ciò si aggiungono otto passeggiate enoturistiche, il Premio e gli Incontri svizzeri dell'enoturismo (arrivati quest'anno alla

loro terza edizione), oltre 150 prodotti commercializzati su internet e l'integrazione di Losanna nella rete internazionale delle «Great Wine Capitals».

Questa esperienza dimostra che l'enoturismo non è una semplice nicchia, ma un mercato in forte espansione, che consente ai settori connessi di adattarsi all'evoluzione dell'economia e di diversificare le loro attività. In linea con le tendenze attuali, l'enoturismo risponde alle aspettative di una clientela desiderosa di scoprire specialità locali e di fare nuove esperienze. Queste dinamiche permettono all'ecosistema di evolvere e di lasciarsi alle spalle una mentalità individualistica.

UNA NUOVA VISIONE

L'enoturismo si fa così portavoce di una nuova visione nella quale il prodotto agro-vitico non è più separato dal turismo. Quando si vende una bottiglia di vino o un prodotto locale, si vende automaticamente la destinazione e viceversa.

Il Cantone di Vaud è lieto di aver raccolto la sfida dello sviluppo coordi-

nato dell'enoturismo, fonte di valore aggiunto e d'innovazione. Vaud Œnotourisme desidera continuare il lavoro iniziato, sviluppando d'ora in avanti un'offerta su scala nazionale assieme a tutti i Cantoni viticoli del Paese. L'obiettivo è chiaro: fare della Svizzera una destinazione enoturistica riconosciuta a livello internazionale!

PANORAMA

Punti forti

Sette filiere e lo Stato di Vaud hanno collaborato per qualificare il Cantone come una vera e propria destinazione enoturistica. L'associazione Vaud Œnotourisme è stata poi creata per dare continuità alle iniziative del progetto conclusosi alla fine del 2018.

Contatto

Vaud Œnotourisme
079 413 42 91
yann@swisscreative.ch
www.vaud-oenotourisme.ch

L'ENOTURISMO PERMETTE DI DIVERSIFICARE LE ATTIVITÀ.

AGRITURISMO

ACQUISIRE KNOW-HOW ONLINE

Grazie a una nuova piattaforma di e-learning, le agricoltrici e gli agricoltori possono perfezionarsi professionalmente nel campo del turismo.

Andreas Hochuli, promotore del progetto, Scuola universitaria professionale di Berna

Per numerose aziende agricole è sempre più importante diversificare la propria offerta, e molte di loro generano redditi aggiuntivi proponendo soluzioni agrituristiche e gastronomiche di alta qualità. A supporto anche di queste iniziative, un programma specifico (il «Programma Q») promuove da tempo la qualità del turismo svizzero. Si tratta di esperienze che possono essere utili all'intero settore dell'agriturismo.

IL CORSO SULLA QUALITÀ PUÒ ESSERE FREQUENTATO IN AZIENDA O IN VIAGGIO.



I clienti apprezzano le offerte che uniscono cucina locale, alloggi confortevoli e servizi turistici.

Nell'ambito di un'iniziativa congiunta, quattro associazioni cantonali di agricoltori, la Federazione svizzera del turismo (FST), Bed and Breakfast Switzerland, l'Unione svizzera delle donne contadine e rurali e la Scuola universi-

taria professionale di Berna hanno lanciato un progetto volto a promuovere la qualità nell'agriturismo. L'elemento centrale è lo sviluppo di una nuova piattaforma di e-learning per agricoltrici e agricoltori.

Il nuovo sito web dell'agriturismo svizzero consente ai professionisti del settore di frequentare un corso sulla qualità comodamente da casa o in viaggio, su tablet o smartphone. Se si desidera, è possibile svolgere, presso numerosi centri di formazione agricola in tutta la Svizzera, un modulo didattico sull'agriturismo che permette di approfondire ulteriormente l'importanza della qualità. L'attestazione fornita è inoltre accettata dalla FST per ottenere il certificato Q1, molto diffuso e riconosciuto nel settore turistico. Per le agricoltrici e gli agricoltori questo comporta quindi un duplice vantaggio. La piattaforma di e-learning è disponibile per il momento in italiano e tedesco. La versione in lingua francese sarà disponibile a partire dall'anno prossimo.

GASTRONOMIA E BENESSERE

Le offerte agrituristiche fungono da interfaccia tra l'agricoltura e il turismo. Mentre l'agricoltura è focalizzata sull'allevamento del bestiame o la produzione cerealicola, il turismo è incentrato sui servizi alla clientela. In condizioni ideali, l'agriturismo combina alla perfezione produzione locale e qualità dei servizi turistici: una gastronomia contadina a base di prodotti agricoli abbinata a confortevoli possibilità di pernottamento e servizi turistici aggiuntivi, come offerte speciali per il benessere o la possibilità di lavorare in fattoria. Per creare una tale offerta è necessaria una stretta cooperazione fra i due settori in gioco.

PANORAMA

Punti forti

Il progetto, sostenuto da Innotour nel periodo compreso tra il 1° settembre 2016 e il 30 settembre 2018, si prefigge l'obiettivo di sviluppare vari modelli di business agrituristiche e di renderli accessibili alle aziende agricole attraverso una nuova piattaforma internet.

Contatto

AGROTourismusQ
agrotourismus.hafl@bfh.ch
www.agrotourismus-q.ch
031 910 21 66



GRANDS SITES DU GOÛT

LA SVIZZERA GASTRONOMICA SULLA MAPPA DEL MONDO

La rete dei Grands sites du goût riunisce cinque regioni svizzere dai prodotti gastronomici emblematici. Un'altra quindicina potrebbero unirsi a loro entro tre anni. Alla scoperta di un'idea ambiziosa.

Sylvain Gaildraud, responsabile di progetto Grands sites du goût, Fondation pour la Promotion du Goût

I Grands sites du goût sono spazi turistici la cui identità è fortemente legata a quella di un prodotto agricolo o viticolo emblematico, e hanno l'obiettivo di mettere in evidenza il rapporto fra popolazione e territorio. Sostenuto dalla Fondation pour la Promotion du Goût, dall'Ufficio del turismo vodese e da GastroVaud, il progetto mira inoltre a creare una rete di Siti del gusto, proponendo una nuova geografia gastronomica del Paese, e a posizionare la Svizzera come destinazione enogastronomica a livello nazionale e internazionale.

La gastronomia è uno dei pilastri dell'offerta turistica. Essa offre infatti ai turisti un'occasione di incontro privilegiata con la cultura di una regione e genera notevoli benefici economici: una percentuale compresa tra il 10 e il 30% della spesa turistica è dedicata al consumo alimentare.

UN PRIMO BILANCIO INCORAGGIANTE

La prima tappa del progetto, sostenuto da Innotour da ottobre 2018 a settembre 2021, è consistita nel presentare il progetto alle regioni potenzialmente interessate. Su una dozzina di siti visitati, cinque hanno confermato la loro disponibilità ad aderire alla rete:

- la Val-de-Travers e il suo assenzio;
- la regione di Grandson e i suoi tartufi;
- il Chiablese e il suo sale delle Alpi;
- il Grand Entremont e il suo formaggio da raclette;
- il Ticino e il suo merlot.

È stato appena lanciato anche un sito internet (sites-du-gout.ch). Dal punto

di vista finanziario, il progetto beneficia di un partenariato con Swiza, la casa giurassiana produttrice di coltelli, che ne garantisce già la redditività a lungo termine.

SOGGIORNI A 360°

Prossimamente, i partner locali (ristoratori, albergatori e prestatori di servizi turistici) saranno coinvolti nel progetto. Verrà inoltre sviluppata una strategia volta a valorizzare tutto ciò che il territorio ha da offrire intorno al suo prodotto emblematico, dai corsi di cucina agli eventi festivi.

Allo stesso tempo l'offerta di «turismo slow» dovrà mettersi in sintonia con le aspettative dei visitatori che amano il buon vivere. Saranno ad esempio promossi gli alloggi insoliti, il turismo natura, le visite guidate o ancora la mobilità dolce. In seguito, grazie al partenariato con Slow Food Travel (articolo a pag. 7), saranno commercializzati dei «soggiorni esperienziali». Il progetto conta di riunire una ventina di regioni in tutta la Svizzera entro il 2022.



La regione di Grandson con i suoi famosi tartufi è uno dei cinque siti interessati ad aderire alla nuova rete.

VERRÀ SVILUPPATA UNA STRATEGIA VOLTA A VALORIZZARE TUTTO CIÒ CHE IL TERRITORIO HA DA OFFRIRE.

PANORAMA

Punti forti

Vendere una destinazione attraverso uno o più prodotti che raccontano la storia, la cultura, il paesaggio e la geografia di un luogo.

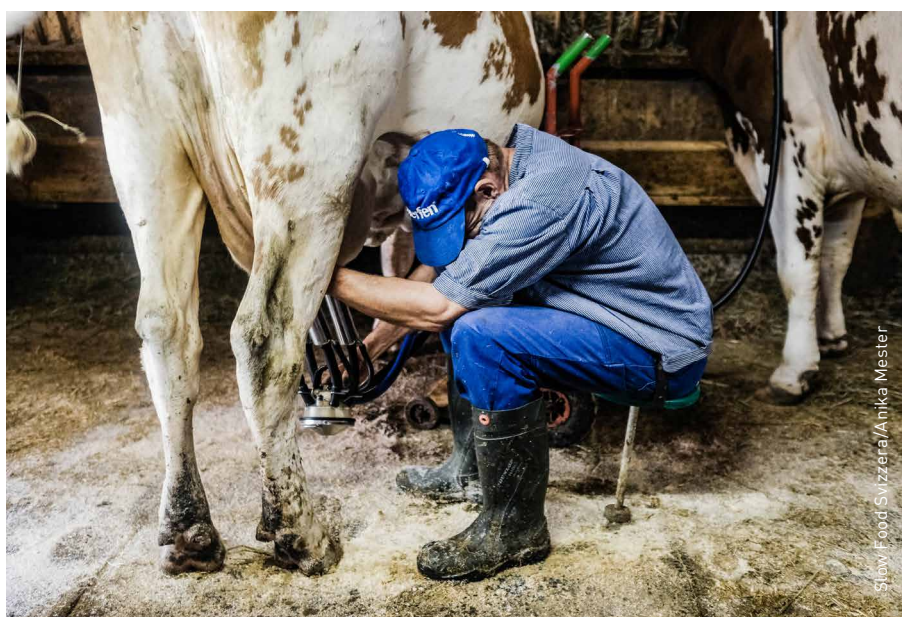
Contatto

Grands sites du goût
021 601 58 03
info@sites-du-gout.ch
www.sites-du-gout.ch

SLOW FOOD TRAVEL

UN'OFFERTA DAL CAMPO ALLA FORCHETTA

Vivere esperienze ed esercitare i propri sensi sono fattori che rivestono sempre più importanza per i turisti di oggi. Una tendenza perfettamente in linea con il progetto d'agriturismo di Slow Food Svizzera.



Il Grand Entremont (Pays du Saint-Bernard e Bagnes) è la prima destinazione ad accogliere il progetto, e la sua replica in altre località della Svizzera è già molto richiesta. Forte delle esperienze acquisite nelle prime destinazioni coinvolte, Slow Food è lieta di proporre su più vasta scala le proprie competenze per lo sviluppo di un turismo in linea con i suoi protagonisti e il loro ambiente di vita.

L'iniziativa Slow Food Travel mette in relazione gli attori gastronomici, dall'azienda agricola al ristorante.

Alexandre Fricker, direttore di Slow Food Svizzera

Un'alimentazione buona, pulita e giusta per tutti. È questo l'obiettivo che si prefigge il movimento internazionale Slow Food, nato in Italia nel 1986 e lanciato in Svizzera nel 1993. Con un milione di sostenitori in 160 Paesi, la sua attività si articola in tre aree: salvaguardare, insegnare e riunire.

In un contesto in cui l'industrializzazione produce alimenti sempre più standardizzati, Slow Food si impegna a promuovere il patrimonio gastronomico delle diverse regioni del pianeta attraverso una serie di progetti volti a preservarlo.

SENSIBILIZZARE I VISITATORI

In partnership con gli stakeholder locali, Slow Food Travel mette in relazione gli attori gastronomici, dal campo alla forchetta, con il grande pubblico al fine di promuovere il loro lavoro.

In questo modo invita i viaggiatori a scoprire il mondo attraverso il prisma delle comunità che lo compongono.

La finalità dell'iniziativa è di educare e sensibilizzare i visitatori alla salvaguardia della biodiversità e del patrimonio culturale, delle identità e della cucina locali. Ha inoltre l'ambizione di sviluppare connessioni fra le imprese virtuose delle diverse regioni per offrire un modello turistico più sostenibile.

PRIME ESPERIENZE IN VALLESE

Il sostegno offerto da Innotour dal 1° giugno 2019 ha consentito di realizzare un progetto vallesano che sarà autosufficiente dopo tre anni. Questo contributo permetterà di svolgere il lavoro preparatorio necessario per creare dei pacchetti incentrati sul patrimonio agricolo (soggiorni «esperienziali»), nonché di strutturare gli attori delle regioni.

SLOW FOOD SI IMPEGNA A PROMUOVERE IL PATRIMONIO GASTRONOMICO DELLE DIVERSE REGIONI.

PANORAMA

Punti forti

Slow Food Travel, sostenuto da Innotour dalla metà del 2019 alla fine del 2021, sviluppa itinerari turistici e servizi promuovendo la biodiversità agroalimentare, gastronomica e culturale locale.

Contact

Slow Food Svizzera
043 928 72 22
info@slowfood.ch
www.slowfood.ch

PERIODO 2016-2019

«INNOTOUR PRESENTA UN BILANCIO SODDISFACENTE»

Gli operatori turistici sono alla ricerca di soluzioni per superare le sfide che si trovano ad affrontare. Eric Jakob, capo della Direzione per la promozione della piazza economica, spiega come Innotour li sostiene in questo sforzo.

Intervista a Eric Jakob, ambasciatore e capo della Direzione per la promozione della piazza economica della SECO

Il periodo di promozione 2016-2019 di Innotour volge al termine, come valuta i risultati ottenuti?

Eric Jakob: Il periodo 2016-2019 presenta un bilancio soddisfacente, con un totale di 81 progetti sostenuti da Innotour. Anche il numero di domande è aumentato rispetto al triennio precedente. Le iniziative nazionali hanno beneficiato di quasi il 70% dei fondi stanziati e, grazie ai progetti modello, sono state sostenute anche 32 iniziative locali e regionali.

I richiedenti possono ancora presentare domande di sovvenzionamento?

Eric Jakob: Ad oggi, i fondi di Innotour per il periodo 2016-2019 sono esauriti, una situazione già verificatasi nel triennio precedente. Ciò nonostante è possibile continuare a presentare le domande di sovvenzionamento alla SECO, tenendo presente che in caso di decisione positiva, i fondi saranno versati a partire da gennaio 2020.

Sono già state poste le basi per il periodo di promozione 2020-2023?

Eric Jakob: Nella sua sessione autunnale, l'Assemblea federale ha approvato lo stanziamento di 30 milioni di franchi per finanziare i progetti Innotour del prossimo periodo. Si tratta di risorse considerevoli per il sostegno al



Secondo Eric Jakob, gli aiuti di Innotour per il periodo 2020-2023 permetteranno di fornire un sostegno mirato ai processi di trasformazione digitale dell'industria turistica.

turismo. Queste permetteranno in particolare di fornire aiuti mirati ai processi di trasformazione digitale del settore, che costituiscono una priorità tematica della Politica del turismo 2020-2023. Il sostegno di Innotour dovrà andare a beneficio di progetti di cooperazione basati su un modello commerciale collaudato, ma anche scalabili e interoperabili (cioè in grado di funzionare e interagire facilmente con altri sistemi o prodotti).

Quali priorità ha fissato la SECO per la prossima fase?

Eric Jakob: La SECO promuoverà in particolare lo scambio di esperienze e il trasferimento di conoscenze tra i progetti. L'obiettivo è quello di comunicare i risultati dei progetti modello in modo che possano essere valoriz-

zati dall'insieme dell'industria turistica. È in quest'ottica che nel 2019 la SECO ha lanciato una serie di quattro workshop, intitolata «Walk the Talk» e incentrata sul trasferimento di conoscenze. Tre di essi si sono già conclusi dando risultati positivi.

UN TOTALE DI 81 PROGETTI SONO STATI SOSTENUTI TRA IL 2016 E IL 2019.

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



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

Domande Innotour
Segreteria di Stato dell'economia SECO
Politica del turismo, Innotour
Holzikofenweg 36
3003 Berna