



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Dipartimento federale dell'economia,  
della formazione e della ricerca DEFR

**Segreteria di Stato dell'economia SECO**  
Direzione promozione della piazza economica

---

# **Sostegno a grandi eventi con gli strumenti di promozione della politica turistica della Confederazione**

## **Documento informativo**

Dicembre 2021

---

## 1. Situazione iniziale e obiettivi

Nella sua strategia del turismo del 15 novembre 2017 il Consiglio federale ha definito obiettivi e campi d'azione specifici, che sono attuati tramite misure mirate e con i quattro strumenti di promozione<sup>1</sup> della politica del turismo. Uno degli obiettivi della strategia è aumentare l'attrattiva e la visibilità dell'offerta turistica. Il campo d'azione 8 della strategia si dedica ai grandi eventi come fattori d'impulso. Questi eventi possono stimolare lo sviluppo turistico e l'economia regionale in Svizzera. La strategia si focalizza su eventi con una forte visibilità internazionale, come ad esempio i giochi olimpici invernali o altre manifestazioni sportive oppure le esposizioni universali o nazionali.

Il campo d'azione 8 era stato formulato in vista della candidatura ai giochi olimpici invernali di Sion 2026. In seguito alla bocciatura della candidatura, è stato modificato d'intesa con il gruppo di accompagnamento per la politica del turismo<sup>2</sup>. È quindi stato concordato che la SECO avrebbe mostrato in un documento come sostenere i grandi eventi, generatori di impulsi importanti, attraverso gli strumenti di promozione della politica turistica, senza però limitarsi ai grandi eventi quali le Olimpiadi invernali o le esposizioni universali, ma in particolare sfruttando meglio il potenziale dei grandi eventi in generale. Il Consiglio federale ha menzionato questo documento informativo anche nel suo parere relativo al postulato de Montmollin (20.4181) «Rafforzare l'attrattiva della Svizzera per i MICE e i grandi eventi».

Il presente documento fornisce una panoramica di come Svizzera Turismo, la Nuova politica regionale e Innotour possono sostenere i grandi eventi e dove tale sostegno è escluso<sup>3</sup>.

## 2. Svizzera Turismo (ST)

Svizzera Turismo è un'organizzazione che, in virtù della legge federale concernente Svizzera Turismo, promuove per conto della Confederazione la domanda di viaggi e vacanze nel nostro Paese. I suoi compiti, elencati in modo esaustivo nella legge, comprendono il marketing turistico di base, come il mantenimento di rappresentanze all'estero, la prospezione dei mercati, la cura del marchio e l'informazione ai clienti. ST ha anche un mandato di coordinamento e di consulenza. Nell'ambito del coordinamento organizza ad esempio campagne tematiche o partenariati in mercati chiave mediante piattaforme di marketing aperte. Insieme a destinazioni e operatori, favorisce lo sviluppo dell'offerta e l'innovazione dei prodotti da lanciare sul mercato.

ST dispone di un budget annuo di oltre 90 milioni di franchi. In base all'articolo 6 della legge, la Confederazione accorda all'organizzazione aiuti finanziari annui nei limiti dei crediti autorizzati. Ogni quattro anni l'Assemblea federale definisce il quadro finanziario mediante decreto federale semplice. Per il periodo 2020–2023 il limite di spesa ammonta a 230 milioni (escluso il piano di rilancio o recovery plan).

---

<sup>1</sup> Innotour – che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo –, Nuova politica regionale (NPR), Società svizzera di credito alberghiero (SCA) e Svizzera Turismo (ST).

<sup>2</sup> L'attuazione della strategia del turismo è monitorata da un gruppo di accompagnamento.

<sup>3</sup> Il quarto strumento di promozione della politica turistica, costituito dalla Società svizzera di credito alberghiero (SCA), non viene trattato in questa sede dato che il sostegno a eventi da parte di tale società è escluso.

## Sostegno a grandi eventi tramite Svizzera Turismo

Svizzera Turismo può sostenere i grandi eventi in vari modi, ad esempio assumendo determinati compiti nel settore mediatico. Può così organizzare programmi speciali per i giornalisti presenti a un evento, come avvenuto in occasione dell'Euro '08, quando sono stati offerti i seguenti servizi:

- allestimento di uno spazio per accogliere i media (media desk) nei luoghi dell'evento con materiale informativo e consulenza individuale,
- distribuzione ai rappresentanti dei media di narrazioni sulla Svizzera quale destinazione turistica,
- organizzazione di viaggi stampa individuali su richiesta dei media interessati.

A seconda del tema dell'evento trattato può essere utile anche un'intensa attività di marketing da parte delle rappresentanze nazionali coinvolte. Se si prende ad esempio l'hockey su ghiaccio, molto popolare in alcuni mercati come il Canada, la Russia, i Paesi nordici, ecc., una campagna di marketing mirata nell'organizzazione di un campionato mondiale in Svizzera sarà sicuramente efficace.

ST è attiva anche nel settore degli eventi di settore (business events) tramite il suo ufficio «Switzerland Convention and Incentive Bureau» (SCIB). Insieme ai suoi membri, SCIB promuove la Svizzera come meta di congressi, meeting e incentivi.

Alcuni esempi concreti di servizi che ST offre per la promozione e l'organizzazione di congressi internazionali:

- partecipazione alla ricerca di un eventuale congresso da organizzare (dimensioni del congresso, tema rilevante per la Svizzera, potenziale di svolgimento in Svizzera, ricerca di contatti chiave in Svizzera e nell'associazione internazionale, assistenza per il dossier di candidatura, ecc.),
- lettera di raccomandazione della direzione e, se auspicata, dei partner nazionali (ad. es. SWISS, FFS) per il dossier di candidatura,
- sostegno per il viaggio d'ispezione in Svizzera dei responsabili dell'associazione internazionale che decideranno in merito alla candidatura (biglietti aerei in collaborazione con SWISS, biglietti ferroviari in collaborazione con FFS/STS, responsabilità dell'intera organizzazione e del coordinamento),
- assistenza per la presentazione della candidatura durante il congresso dell'anno precedente con marchio svizzero, omaggi promozionali, filmati, eventuale ricevimento all'ambasciata svizzera o stand in un congresso precedente,
- desk del congresso all'aeroporto (assunzione dei costi per il desk e le hostess, a partire da un numero minimo di partecipanti di circa 500 persone),
- sostegno con spettacoli svizzeri alla serata di benvenuto in Svizzera (musica, animazione, presentazione o simili),
- materiale promozionale (filmati e immagini, opuscoli, omaggi promozionali).

Sono tuttavia esclusi contributi finanziari da parte di ST per coprire i costi diretti dell'evento, come la sponsorizzazione. Da anni ST si attiene rigorosamente al principio di non sponsorizzare eventi che si svolgono in Svizzera, e questo per le due ragioni seguenti.

- In Svizzera si svolgono ogni anno migliaia di eventi sportivi, culturali, sociali o economici. ST riceve numerose richieste di sponsorizzazione e non può prenderle tutte in considerazione. Un approccio selettivo non sarebbe corretto né giustificabile.
- Nell'ottica del marketing strategico, la sponsorizzazione da parte di ST di eventi

organizzati in Svizzera non conviene a causa del limitato valore aggiunto.

### **Piano di rilancio 2022–2023**

Il 1° settembre 2021 il Consiglio federale ha adottato un programma di rilancio (recovery program) per il turismo svizzero, che prevede tra l'altro fondi supplementari per un totale di 30 milioni di franchi destinati alla promozione della domanda per il periodo 2022–2023 da parte di Svizzera Turismo. I fondi aggiuntivi dovranno permettere innanzitutto di riconquistare gli ospiti stranieri, rafforzare lo sviluppo del turismo sostenibile, rivitalizzare il turismo urbano e d'affari e alleggerire gli oneri dei partner turistici. Dei 30 milioni di franchi, 17 milioni sono stanziati per il 2022 e 13 milioni per il 2023.

ST ha sviluppato un piano di rilancio (recovery plan) per il 2022–23 che, tra le altre cose, illustra come rivitalizzare il turismo urbano e d'affari. Nel settore del turismo d'affari, ST si concentra in modo mirato sull'acquisizione di eventi di settore basandosi sulle seguenti attività.

- **Attività «faro» Meeting:** ST sta sviluppando un concetto per incentivare le aziende internazionali e gli organizzatori di meeting a svolgere i loro eventi in Svizzera.
- **Digitalizzazione ed eventi ibridi:** ST ricerca e consiglia operatori disposti a investire nell'infrastruttura necessaria per organizzare eventi ibridi (che combinano partecipazione fisica in loco e partecipazione virtuale con tecnologie adeguate). Per far conoscere tutto ciò ai clienti internazionali, ST lancia e promuove una piattaforma centrale dove sono elencati gli operatori partecipanti.
- **Congressi ridimensionati come opportunità per la Svizzera:** in seguito alla pandemia e alla digitalizzazione, i congressi accolgono tendenzialmente meno partecipanti. Questo offre una grande opportunità alla Svizzera, le cui capacità in passato erano spesso insufficienti per accogliere grandi congressi. ST identifica i potenziali eventi di questo tipo e promuove attivamente la Svizzera come luogo attrattivo per ospitarli.
- **Meeting sostenibili:** la Svizzera punta sulla sostenibilità anche nel settore degli eventi di settore. Grazie a un biglietto speciale, gli organizzatori di congressi internazionali possono integrare direttamente nel pacchetto dell'evento il viaggio eco-responsabile fino al luogo del congresso. L'evento stesso può essere valorizzato con altri elementi sostenibili come l'organizzazione del catering e il riciclaggio a livello locale e regionale o l'impiego di tecnologie all'avanguardia (pompe di calore, ecc.).

### **Esempio: Conferenza mondiale dei giornalisti scientifici (1–7 luglio 2019)**

1137 partecipanti da 83 Paesi, Losanna (SwissTech Convention Center)

Genesi dell'evento:

- Il primo contatto ha avuto luogo in occasione di un evento di settore (International & European Associations Congress, Losanna, 5–7 maggio 2015), per la cui organizzazione in Svizzera si erano candidati congiuntamente SCIB e Lausanne Tourisme. SCIB ha allora contattato il presidente dell'Associazione Svizzera del Giornalismo Scientifico (Swiss Association of Science Journalism), iscritto nella lista dei partecipanti.
- 2015: inizio delle discussioni sulla candidatura, primi colloqui e incontri, preparazione del dossier di candidatura.
- 2017: presentazione ufficiale della candidatura durante la Conferenza mondiale a San Francisco. Sostegno con presenza sul posto (collaboratori ST in loco, materiale per lo stand, omaggi promozionali svizzeri), biglietti aerei offerti al comitato organizzativo del Congresso. Risultato: la Svizzera vince la candidatura contro Vancouver.
- 2018: promozione dell'evento all'EuroScience Open Forum a Tolosa (omaggi promozionali svizzeri, materiale fotografico/filmati).
- 2019: designazione di SWISS quale partner ufficiale (Official Carrier Agreement: i delegati beneficiano di tariffe speciali se volano con SWISS), Airport Welcome Desk di SCIB, lettera di benvenuto ai partecipanti nella camera d'albergo.

L'evento è ben riassunto in questo video ([Film \(Case Study\)](#)).

Nell'acquisizione di grandi congressi e conferenze si riscontrano spesso i seguenti ostacoli:

- mancanza di entusiasmo/motivazione delle persone chiave in Svizzera riguardo alla candidatura a causa del carico di lavoro significativo e delle preoccupazioni per il finanziamento che un simile evento può comportare,
- risorse finanziarie e incentivi considerevoli previsti da alcuni Paesi concorrenti per sostenere l'organizzazione di congressi e conferenze internazionali sul loro territorio.

Queste circostanze non si sono verificate nel caso in questione.

## **3. Nuova politica regionale (NPR)**

Con la Nuova politica regionale la Confederazione promuove insieme ai Cantoni le regioni di montagna, le aree rurali e le zone di confine nel loro sviluppo economico regionale. L'obiettivo è migliorare le condizioni della piazza economica per le imprese, aumentare la forza innovativa e creare valore aggiunto per rafforzare la competitività delle regioni. La NPR è stata posta in vigore nel 2008 in virtù della legge federale sulla politica regionale.

La NPR punta in primo luogo a promuovere idee innovative, progetti e programmi suscettibili di rendere le regioni più competitive e, attraverso sostegni finanziari diretti, a metterle nelle condizioni di realizzare una svolta. In secondo luogo si tratta di perfezionare il coordinamento e la cooperazione della politica regionale con le altre politiche territoriali a livello nazionale. Attraverso «regiosuisse», la piattaforma per lo sviluppo regionale in Svizzera, la

Confederazione mette a disposizione degli attori regionali servizi di networking, di trasferimento del sapere e di formazione continua.

Il sostegno a iniziative, progetti e programmi per rafforzare la competitività regionale ai sensi della NPR compete ai Cantoni. Per fissare gli obiettivi individuali la Confederazione stipula con i Cantoni convenzioni di programma quadriennali. Il turismo è un ambito di promozione prioritario della NPR. Circa la metà di tutti i progetti NPR sono legati a questo settore.

Il limite di spesa per il periodo di promozione 2020–2023 è costituito da fondi federali dell'ordine di 160 milioni di franchi per gli aiuti a fondo perso e di 270 milioni di franchi per i mutui. A questi si aggiungono contributi cantonali di entità simile. Nell'ambito del programma di rilancio la Confederazione e i Cantoni hanno entrambi stanziato a favore della NPR, per il biennio 2022–2023, altri 10 milioni per la promozione di progetti.

### **Sostegno a grandi eventi tramite la Nuova politica regionale**

Lo sviluppo di eventi o manifestazioni nel settore culturale, sportivo o MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) può essere sostenuto con fondi NPR, a condizione che ciò permetta a una regione di posizionarsi sul mercato e che si possano prevedere effetti economici duraturi a livello regionale. Oltre agli usuali criteri di conformità NPR si applicano i seguenti requisiti aggiuntivi.

- **Risultati duraturi e valore aggiunto per la regione:** i vantaggi economici e il valore aggiunto devono perdurare anche dopo la conclusione dell'evento, affinché la regione possa beneficiarne a lungo termine.
- **Elementi d'innovazione:** l'evento sostenuto deve essere una novità e presupporre una fase progettuale importante. Inoltre deve presentare un approccio innovativo per la regione, ad esempio per quanto concerne i temi trattati o il pubblico di riferimento.
- **Conformità con la strategia regionale:** la manifestazione promossa deve essere in linea con la strategia regionale. Ad esempio, un evento sportivo con veicoli a motore, in una regione impegnata sul fronte della mobilità lenta, non avrebbe diritto alla promozione.
- **Sostegno sotto forma di finanziamento iniziale:** di regola è possibile promuovere soltanto la prima edizione di un evento. La seconda e la terza edizione possono essere sostenute in via eccezionale se la quota di finanziamento NPR è nettamente inferiore rispetto alla prima edizione.

### **Esempio: Gästival nella Svizzera centrale**

Cinque organizzazioni turistiche della Svizzera centrale, cinque Cantoni e vari operatori privati hanno lavorato insieme a un grande evento intercantonale, il «Gästival», svoltosi nel 2015 per celebrare il bicentenario del turismo e l'ospitalità nella Svizzera centrale. Le organizzazioni turistiche dei Cantoni di Lucerna, Uri, Svitto, Obvaldo e Nidvaldo si sono associate e hanno proposto una serie di attività e progetti incentrati sul tema dell'ospitalità. Con una piattaforma galleggiate, che è servita da luogo d'incontro e palco per eventi culturali (67 000 visitatori), un sentiero intorno al Lago dei Quattro Cantoni (Waldstätterweg), le guide volontarie (friendly hosts) e una vasta campagna di partecipazione che ha dato luogo a un centinaio di eventi, il giubileo si è irradiato in tutta la Svizzera centrale.

Il Gästival ha beneficiato del sostegno della NPR per i seguenti motivi.

- Il sostegno NPR mira all'ottenimento di risultati duraturi. Il Gästival ha affrontato un'importante sfida del turismo svizzero, che è quella di migliorare a lungo termine l'ospitalità. Il progetto era volto a rendere la regione più competitiva grazie a una migliore ospitalità e ad aumentare il valore aggiunto sul lungo periodo.
- Il Gästival ha fornito grandi impulsi strutturali. Per la prima volta gli attori del turismo della Svizzera centrale (organizzazioni turistiche, Cantoni, operatori privati) hanno realizzato insieme un progetto di queste dimensioni. Il Gästival è stato il primo passo importante per far conoscere la Svizzera centrale come un'unica, grande regione turistica. Ha rappresentato il punto di partenza per creare una piattaforma di sviluppo duraturo per la regione Lucerna e Lago dei Quattro Cantoni. Nel quadro di questo sviluppo di destinazione le organizzazioni turistiche della Svizzera centrale lavorano in stretta collaborazione, unendo le forze e sfruttando le sinergie.
- Con il Gästival sono state create nuove offerte turistiche a lungo termine, come il sentiero intorno al Lago dei Quattro Cantoni, che continuano a essere proposte anche dopo la fine dell'evento indipendentemente dal sostegno finanziario della NPR.

## **4. Innotour**

La Confederazione svolge la sua attività di promozione turistica mediante Innotour in virtù della legge federale che promuove l'innovazione, la collaborazione e lo sviluppo delle conoscenze nel turismo.

Lo strumento di promozione Innotour si fonda sul presupposto che le cerchie turistiche si assumano gran parte dei costi (almeno il 50 %). Innotour crea incentivi, ma lascia la responsabilità del finanziamento e della gestione ai responsabili di progetto. Questo principio della responsabilità individuale è confermato dal fatto che gli aiuti finanziari di Innotour sono concessi solo come aiuti iniziali una tantum. Innotour sostiene principalmente iniziative nazionali, ma anche, in tutta la Svizzera, progetti locali e regionali che presentano caratteristiche esemplari. Oltre a promuovere progetti, Innotour finanzia basi conoscitive come le previsioni sul turismo o eventi per il trasferimento di conoscenze come il Forum Turismo Svizzera.

Per il finanziamento di Innotour le Camere federali hanno approvato un credito d'impegno di 30 milioni di franchi per il periodo 2020–2023 (fr. 7,5 mio. all'anno). L'esecuzione nell'ambito di questo strumento di promozione spetta alla Segreteria di Stato dell'economia (SECO).

### **Sostegno a grandi eventi tramite Innotour**

Un grande evento può essere sostenuto tramite Innotour soltanto se produce effetti concreti a lungo termine. Pertanto – se sono soddisfatti i criteri abituali di Innotour – è possibile sostenere lo sviluppo di nuovi prodotti turistici e canali di distribuzione basati su eventi. Si può ad esempio immaginare che una destinazione ricorra a un evento per riposizionarsi in modo innovativo in un ambito tematico, in modo che l'evento abbia effetti non solo a breve, ma anche a lungo termine. In questo caso non sono i costi dell'evento in sé a essere finanziati, bensì quelli specificatamente assunti nella prospettiva di un impatto duraturo.

È tuttavia escluso il sostegno a progetti strettamente limitati agli eventi. I progetti incentrati solo sugli eventi (come fiere o festival, ma anche incontri di categoria) non sono generalmente sostenuti da Innotour. Questi progetti rientrano nei compiti standard del settore del turismo.

## **5. Conclusione**

La Confederazione è consapevole dell'importanza del settore MICE e dei grandi eventi per l'economia svizzera e in particolare per la piazza turistica svizzera. Negli ultimi anni le prestazioni MICE e i grandi eventi sono stati uno dei principali motori dello sviluppo dinamico del turismo urbano e del settore alberghiero delle città.

Il coronavirus pone il settore MICE e soprattutto i grandi eventi di fronte a particolari sfide. Come per il turismo urbano e d'affari, non si sa quale sarà la ripresa della domanda con l'attenuarsi della pandemia.

Gli strumenti di promozione della politica turistica della Confederazione possono sostenere i grandi eventi in diversi modi. Il sostegno tramite la Nuova politica regionale o Innotour è possibile, nel rispetto di tutti i criteri di promozione usuali, soprattutto se un grande evento può produrre effetti a lungo termine. Svizzera Turismo può invece sostenere i grandi eventi in vari modi, ad esempio assumendo determinati compiti nel settore mediatico. Con il programma di rilancio 2022–2023, Svizzera Turismo dispone di un ulteriore mezzo per favorire, tra l'altro, la rivitalizzazione del turismo urbano e del turismo d'affari, concentrandosi nel secondo caso sull'acquisizione di eventi di settore.



## 6. Contatti

### **Svizzera Turismo**

Svizzera Turismo  
Morgartenstrasse 5a  
8004 Zurigo

Tel. 044 288 11 11  
info@myswitzerland.com / stnet@switzerland.com  
[www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com) / [www.stnet.ch/de](http://www.stnet.ch/de)

### **Nuova politica regionale**

Segreteria di Stato dell'economia SECO  
Politica regionale e d'assetto del territorio  
Holzikofenweg 36  
3003 Berna

Tel. 058 462 28 73  
info.dsre@seco.admin.ch  
[www.seco.admin.ch/seco/it/home/Standortfoerderung/Regional\\_Raumordnungspolitik.html](http://www.seco.admin.ch/seco/it/home/Standortfoerderung/Regional_Raumordnungspolitik.html) /  
[www.regiosuisse.ch](http://www.regiosuisse.ch)

### Uffici cantonali competenti per la NPR

Si può accedere all'elenco dei contatti degli uffici cantonali competenti per la NPR cliccando sul link sottostante. Nella maschera di ricerca, selezionare i filtri «Cantoni» e «Responsabili NPR / Uffici cantonali competenti per la NPR».

<https://regiosuisse.ch/it/indirizzi?contactGroupProjects=4&contactGroups=17>

### **Innotour**

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

Tel. 058 462 27 58  
tourismus@seco.admin.ch  
[www.seco.admin.ch/seco/it/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Innotour.html](http://www.seco.admin.ch/seco/it/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Innotour.html)