



Check-in



Care lettrici,
cari lettori,

L'inattesa decisione della Banca nazionale del 15 gennaio scorso ha fatto scorrere fiumi d'inchiostro e di parole. Vari

settori, tra cui quello turistico, sono ora alle prese con un'enorme sfida.

Da allora ho spesso pensato che il messaggio sulla promozione della piazza economica 2016-2019 arriva proprio al momento giusto; siamo sulla buona strada. Il turismo svizzero, infatti, non vive di interventi statali, ma di concorrenza. Solo così è in grado di offrire servizi di qualità. Allo Stato, tuttavia, spetta garantire buone condizioni quadro fornendo programmi che incentivino l'innovazione e la cooperazione. E proprio su questo verte la promozione della piazza economica attuata dalla Confederazione.

Il Consiglio federale ha altresì ottimizzato le disposizioni esecutive della Società svizzera di credito alberghiero SCA, la cui attività di promozione è stata in tal modo ampliata, precisata e resa più flessibile.

Il 21 maggio 2015 saranno pubblicate le nuove previsioni per il turismo mentre l'Ufficio federale di statistica sta rilevando i dati statistici relativi al settore paralberghiero. Entrambe le novità sono sussidiate da Innotour.

I fondi destinati al periodo Innotour 2012-2015 sono ormai esauriti. Per colmare la lacuna finanziaria fino al periodo Innotour 2016-2019, il DEFR ha adeguato le modalità. È quindi possibile continuare a chiedere aiuti finanziari.

Dr. Eric Jakob
Ambasciatore, capo della Direzione
per la promozione della piazza economica

Tema di fondo: Tecnologie dell'informazione

Focus sulla politica

1 | Competitivi grazie a IT innovativa

Best practice

3 | OpenBooking
4 | Ferien mit Services
5 | WebCheck

Intervista

6 | E-tourism: la chiave del successo
7 | Settore paralberghiero
8 | Prossimo periodo Innotour

Focus sulla politica: progetti Innotour

Competitivi grazie a IT innovativa

Il settore turistico non può più fare a meno delle tecnologie dell'informazione. La necessità di innovazione è forte. A tal proposito Innotour si impegna a favore di progetti IT che vadano in questa direzione.

Christoph Schlumpf, SECO

Negli ultimi anni, il turismo ha subito grandi cambiamenti in seguito all'avvento delle moderne tecnologie dell'informazione, Internet in primis. Si aprono

nuove strade per la vendita e la concezione di prodotti. Al contempo aumenta però il bisogno di prodotti e servizi innovativi. Nascono così nuove sfide per ▶▶



Svizzera Turismo

Accesso ai «Ritratti di città» tramite iPad e iPhone. Da anni Svizzera Turismo punta con successo sui canali online (www.myswitzerland.com).

Focus sulla politica: progetti Innotour



«Meteo Grigioni», il portale dell'associazione Bergbahnen Graubünden promosso da Innotour, spicca per differenziazione geografica, coinvolge emotivamente, permette raffronti e offre proposte confacenti alle condizioni meteo:
www.wetter-graubuenden.ch

►► gli operatori turistici. Mentre inizialmente Internet si configurava piuttosto come fonte di informazioni statistiche, oggi è diventato un sistema interattivo. Ormai possiamo confrontare ovunque siamo tante offerte turistiche e leggere i feedback di altri ospiti di tutto il mondo, scegliere tra migliaia di opzioni e pubblicare una recensione.

Nel settore turistico le app si sono rivelate uno strumento estremamente prezioso per la fidelizzazione della clientela. Negli ultimi anni Svizzera Turismo ha gradualmente ampliato la propria offerta e oggi conta centinaia di migliaia di utenti. Nel settore l'ente turistico elvetico assume il ruolo di precursore ed è leader su scala internazionale.

Innotour e promozione IT

Numerosi progetti Innotour sono fortemente dipendenti dalle tecnologie dell'informazione e uno strumento come Internet riserva ancora tante possibilità da sfruttare. Per continuare a promuovere progetti innovativi è più che mai indispensabile investire in software e hardware altamente sofisticati.

I principali criteri di Innotour si applicano anche in questo campo. Una semplice app, una pagina Web o una piattaforma di vendita non sono più una novità. Innotour sostiene concetti innovativi e proposte turistiche all'avanguardia basati su applicazioni IT.

Innotour sostiene al massimo il 50% dei costi IT se le condizioni sono soddisfatte.

Quando alle spese di ricerca e di sviluppo delle imprese commerciali, Innotour le prende in considerazione quando c'è un collegamento diretto con un progetto di tipo sovraziendale. Inoltre, almeno alcuni elementi del progetto devono essere accessibili alla collettività.

Tre esempi di progetto

Il progetto «OpenBooking» (pag. 3) di Zermatt Tourismus è frutto di un trend globale della distribuzione turistica: i motori di

meta-ricerca. Di per sé, non si tratta di nulla di nuovo. La maggioranza di questi motori però si rivolge a una clientela internazionale e normalmente offre solo prenotazioni alberghiere e/o servizi di trasporto. OpenBooking è un sito di meta-ricerca che annovera tutti gli alloggi, ossia alberghi e case di vacanza, di una regione turistica. La piattaforma riunisce le offerte di importanti partner regionali e nazionali e comprende anche le sistemazioni presso privati. Si tratta dunque di un tool inedito volto a promuovere le mete turistiche.

Tramite uno sportello virtuale personalizzato il progetto «Ferien mit Services» di Engelberg (pag. 4) consente ai turisti di usufruire di una vasta gamma di servizi. Collega in rete vari operatori locali e proprietari di abitazioni secondarie, ecc. creando così un'offerta sfaccettata. Con questo progetto il Comune obvaldese si pone all'avanguardia nello sfruttamento delle catene del valore.

Il terzo progetto presentato in questo numero (pag. 5) esamina un tema che risulta ostico per molti alberghi di piccole e medie dimensioni: creare un sito Internet che soddisfi le esigenze attuali degli ospiti. Questa problematica è stata trattata anche dal professor Roland Schegg nella nostra intervista a pagina 6. A tal proposito GastroSuisse ha ideato un cosiddetto webcheck per migliorare la presenza degli alberghi sul web.

Il progetto Innotour «Web2015» della Fondazione SvizzeraMobile mira ad arricchire le informazioni sui percorsi e i servizi e a evidenziare maggiormente le proposte di mobilità combinata. In tal modo SvizzeraMobile soddisfa le molteplici esigenze degli ospiti «always connected»:
www.schweizmobil.ch.



Best Practice: OpenBooking di Zermatt Tourismus

Tutte le disponibilità a colpo d'occhio

Per cercare una stanza d'albergo o un appartamento di vacanza a Zermatt non è più necessario passare al setaccio numerosi sistemi di prenotazione. OpenBooking visualizza all'istante tutti gli alloggi, un'innovazione che frutta a Zermatt Tourismus un netto incremento delle prenotazioni sul proprio sito.

Peter Kronig, Zermatt Tourismus

Per gli albergatori e i proprietari di case di vacanza è consuetudine inserire i propri alloggi in uno dei sistemi internazionali di prenotazione. Un ente turistico come Zermatt Tourismus dovrebbe perciò integrare nel proprio sito diversi sistemi.

Nell'estate 2011 i rappresentanti del settore alberghiero e paralberghiero, Zermatt Tourismus ed esperti esterni hanno avuto l'idea di usare non un singolo tool di prenotazione bensì un software di meta-ricerca capace di filtrare tanti dati. Dalla collaborazione con Pixeltext GmbH di Zurigo è quindi nato OpenBooking che è ormai parte integrante della pagina web di Zermatt Tourismus.

Piattaforma aperta

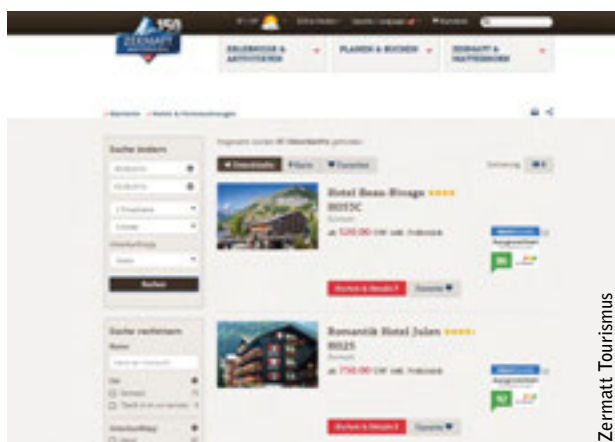
OpenBooking rende possibile la ricerca di alloggi a Zermatt e nella regione del Cervino attraverso diversi sistemi online. Piattaforma aperta: a differenza di altri sistemi di meta-ricerca, Zermatt Tourismus ha la facoltà di decidere quali sistemi di prenotazione integrare nel proprio sito (v. grafico 1).

Il turista può prenotare l'alloggio prescelto su www.zermatt.ch dopo aver consultato numerose possibilità e sistemazioni al miglior prezzo. I risultati sono chiari e trasparenti. È sufficiente che gli offerenti di alloggi inseriscano i propri dati una sola volta in un determinato sistema di prenotazione (non importa quale), con meno errori risparmiando tempo.

Attraverso OpenBooking Zermatt Tourismus può offrire più alloggi e gli ospiti trovano una sistemazione anche nei periodi di maggiore afflusso turistico. I dati raccolti consentono a Zermatt Tourismus di ottimizzare l'offerta e di inviare agli ospiti comunicazioni prima e dopo il loro soggiorno.

Netto aumento del fatturato

Dall'introduzione di OpenBooking nel maggio 2014, Zermatt Tourismus ha registrato un aumento medio mensile del 44% delle prenotazioni rispetto all'anno precedente (grafico 2). Mentre negli anni precedenti era stato registrato un ristagno se non addirittura un calo del fatturato, dall'agosto 2014 i record mensili si susseguono, un successo che supera le più rosee aspettative.



OpenBooking fornisce una chiara panoramica di tutte le proposte.

Oltre a essere nominata per il premio del turismo svizzero MILESTONE 2014, nel 2015 Zermatt Tourismus, grazie a OpenBooking ha ricevuto dall'IFITT il «Innovative Destination Award».

Enti turistici locali, regionali e nazionali possono far uso di OpenBooking sui propri siti. La meta-piattaforma mira a offrire a tutte le località turistiche elvetiche la possibilità di rafforzare la competitività. Valais/Wallis Promotion è stata la prima organizzazione regionale ad adottare OpenBooking.

Zermatt Tourismus e Pixeltext GmbH hanno assunto gran parte dei costi di sviluppo di OpenBooking, mentre Innotour ha sovvenzionato gli elementi del progetto che esulavano dai normali e indispensabili costi di sviluppo di un'azienda di software.

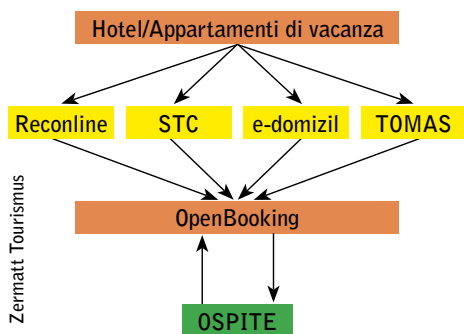


Grafico 1: OpenBooking di Zermatt Tourismus integra attualmente quattro sistemi di booking.

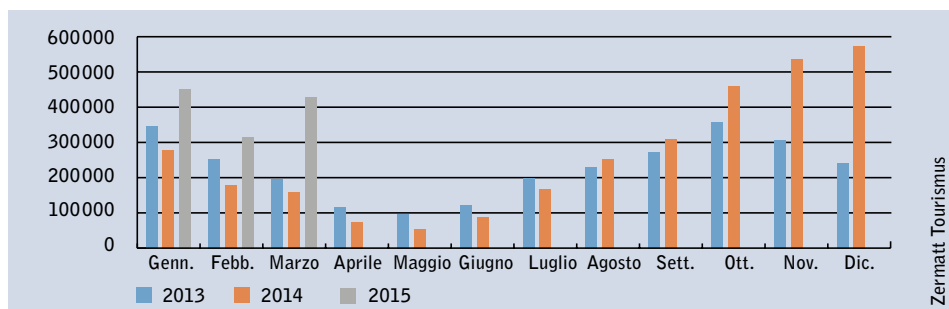


Grafico 2: OpenBooking è integrato nella pagina web di Zermatt Tourismus dal maggio 2014. Da allora le prenotazioni online hanno spiccato il volo (CHF).

Panorama

Atout Innotour

L'integrazione di diversi sistemi di prenotazione nel sito permette una ricerca con visualizzazione di tutti gli alloggi disponibili.

Durata del progetto

Fase costitutiva 2013–2015

Contatto

Zermatt Tourismus, Zermatt,
+41 (0)27 966 81 06,
peter.kronig@zermatt.ch,
www.zermatt.ch

Best Practice: Engelberg, una vacanza, tanti servizi

La giornata sullo smartphone

La regione turistica Engelberg-Titlis crea un valore aggiunto offrendo ai visitatori uno sportello virtuale che trasmette ogni giorno proposte personalizzate prenotabili e pagabili online.

Frédéric Füssenich, Engelberg-Titlis Tourismus AG

Si chiama «Ferien mit Services» e si rivolge a chi trascorre le proprie ferie in case di vacanza o in albergo. Tramite lo sportello virtuale di Engelberg-Titlis Tourismus i turisti possono informarsi sulle proposte turistiche della regione prenotandole online. Indicando le proprie preferenze prima della vacanza, durante il soggiorno è possibile ricevere quotidianamente sul proprio smartphone, tablet o computer offerte personalizzate in base alle proprie esigenze o alle previsioni meteo. I visitatori vengono informati su interessanti escursioni, spiazzati attrezzati per barbecue nonché su attività alternative da svolgere in caso di maltempo. Grazie all'app possono noleggiare una bicicletta o prenotare, strada facendo, un tavolo nel loro ristorante preferito. Fra non molto chi alloggia in una casa di vacanza potrà ordinare anche la prima colazione o il suo quotidiano preferito. Infine, si possono anche condividere le proprie esperienze inviando feedback al sito engelberg.ch.

Piattaforma di nuova tecnologia

I servizi su misura sono il risultato di un progetto sviluppato da Engelberg-Titlis Tourismus e Titlis Bergbahnen in collabo-

Atout Innotour

Pluspunkt Innotour

«Ferien mit Services» consente agli ospiti di accedere alle proposte di vari offerenti su una piattaforma virtuale, in sintonia con le proprie preferenze.

Durata del progetto

Fase di realizzazione: 2014 al 2016, operatività dal 2017

Contatto

Engelberg-Titlis Tourismus AG,
Engelberg, +41 (0)41 639 77 77
frederic.fuessenich@engelberg.ch,
www.engelberg.ch



Una proposta istruttiva e divertente per grandi e piccini: il percorso «Kitzelpfad» nei pressi della stazione a valle della seggiovia Brunni a 1860 m s.l.m.

razione con la ditta bonacasa. Quest'ultima vanta un vasto know-how nell'ambito dei servizi a domicilio («Wohnen mit Dienstleistungen») e ha creato la piattaforma per la gestione dei servizi che funge da supporto dello sportello virtuale. La piattaforma riunisce gli e-service e i servizi di numerosi offerenti, fornendo agli utenti informazioni su misura tramite app, webshop, linee telefoniche e centri di servizio.

Grandi benefici economici

Gli operatori coinvolti traggono vantaggio da questo strumento sotto molteplici punti di vista. Riunire le informazioni aumenta la notorietà delle loro proposte, incrementando i consumi e quindi il fatturato. Tramite la piattaforma gli operatori ricevono le recensioni degli ospiti, che permettono loro di migliorare i propri prodotti. La piattaforma unica consente di attirare sempre più turisti verso la regione di Engelberg-Titlis e migliora l'occupazione delle case di vacanza e degli alberghi; una realtà importante alla luce delle restrizioni sulla costruzione di abitazioni secondarie.

I dettagli fanno la differenza

Dalla sua attivazione nel febbraio 2015, l'app ha dimostrato quanto sia importante armonizzare i numerosi dettagli già in fase di concezione dell'offerta. Le domande centrali sono: quali caratteristiche presenta il programma ideale? Come concepire esperienze memorabili? A quali

condizioni è opportuno offrire un determinato servizio? Qual è la massa critica della clientela?

Il progetto, complesso e pionieristico, fornisce un contributo importante ai fini della competitività e dello sviluppo sostenibile del turismo. La fase di realizzazione promossa da Innotour durerà dal 2014 al 2016. Nel 2017 si passerà all'esercizio regolare. Engelberg-Titlis costituisce un esempio per incoraggiare anche altre regioni a riunire le proprie offerte turistiche e a farle conoscere online.



Proposte e informazioni sempre a portata di mano - l'app «Ferien mit Services».

Best Practice: WebCheck per alberghi

Più prenotazioni grazie a un'analisi professionale

La facilità d'uso della pagina Web e la prenotabilità diretta dell'offerta sono fattori chiave per il successo di un albergo. Nel quadro di un progetto Innotour, GastroSuisse offre alle aziende membro un check-up del proprio sito Internet.

Daniel C. Jung, GastroSuisse

WebCheck riscuote molto successo: ben 74 hotel hanno usufruito di quest'offerta a prezzo speciale.

Oggi il sito web rappresenta il biglietto da visita di un albergo. Una prenotazione su quattro viene effettuata online ed è una tendenza in aumento. Per un albergo investire in una presenza Internet di alta qualità è senz'altro pagante.

«Il nostro webmaster ha applicato subito i numerosi suggerimenti. Ora il nostro sito è migliorato e registra molte più visite».

Il WebCheck di GastroSuisse consente di sintonizzare meglio il sito del proprio albergo in base alle aspettative della clientela. Ciò valorizza i canali di vendita diretta e rafforza a lungo la competitività.

Analisi standard a 200 franchi

Fino ad agosto 2016 tutte le aziende membro interessate al servizio WebCheck pos-

sono rivolgersi a un apposito centro di coordinamento e di competenza istituito da GastroSuisse che stabilirà il contatto con uno specialista. Ricorrendo a una procedura standard, l'esperto effettuerà una valutazione della pagina web alberghiera al costo di soli 200 franchi. La direzione dell'albergo riceverà quindi un rapporto sui risultati, articolato in sette punti:

- prima impressione
- contenuti
- navigazione
- usability
- tecnologia
- sistema di prenotazione
- ottimizzazione del motore di ricerca

«Il WebCheck è stato utilissimo per la realizzazione della nostra nuova pagina Internet».

Oltre a un punteggio, per ogni criterio gli alberghi ricevono consigli specifici per adottare in poco tempo misure e cambiamenti. Completano il rapporto una valutazione globale e un commento.

Prenotazioni dirette

Grazie al WebCheck gli alberghi possono migliorare anche il loro ranking su Google. Un buon posizionamento serve però solo se il sito si distingue per la prima impressione che veicola, la trasparenza, la navigazione agevole e intuitiva nonché per l'armonia tra testi e illustrazioni. Se invece l'utente si perde nel sito, non trova

le informazioni e fatica a prenotare, passa subito a una grande piattaforma di prenotazione.

Spetta perciò all'albergatore fare sì che gli utenti non abbandonino la pagina dopo pochi clic. Quanto più l'accesso sarà agevole e la prenotazione veloce e semplice, tanto più i visitatori saranno portati a prenotare. Il WebCheck mostra come fare.

«Grazie a questa analisi ci siamo resi conto che con le prenotazioni dirette avremmo potuto guadagnare più clienti e aumentare il fatturato».

A maggio 2015 ben 74 alberghi hanno usufruito dell'offerta che sarà valida fino ad agosto 2016. Innotour ha sostenuto finanziariamente la fase di realizzazione del progetto e la procedura di valutazione standard.

«Abbiamo subito messo in pratica i preziosi consigli ricevendo molti complimenti dai nostri ospiti».

Atout Innotour

Atout Innotour

Il WebCheck informa gli alberghi su come sintonizzare meglio il proprio sito in base alle esigenze dei clienti per aumentare le prenotazioni online.

Durata del progetto

Settembre 2014 fino ad agosto 2016

Contatto

GastroSuisse, Zurigo,
+41 (0)44 377 52 12,
daniel.jung@gastrosuisse.ch,
www.gastrosuisse.ch

Intervista Insight

E-tourism: la chiave del successo

Per imporsi su scala internazionale, il turismo svizzero deve primeggiare online. I piccoli operatori devono unire le forze e sfruttare le opportunità dell'e-tourism. Ce ne parla Roland Schegg, professore e ricercatore alla HES-SO Valais-Wallis.

Come prenota i suoi soggiorni alberghieri?

Roland Schegg: di solito online, sul sito Web dell'albergo se mi convince, altrimenti tramite il sistema di prenotazione della destinazione o una delle piattaforme internazionali.

Che cosa ricerca lei nel sito di un hotel?

Facilità d'uso, aspetto chiaro e accattivante nonché contenuti pertinenti e attuali. La prenotazione deve svolgersi senza intoppi ed essere possibile anche tramite il tablet o lo smartphone.

Un buon sito Web e la presenza su piattaforme di prenotazione bastano per il successo?

No, un operatore turistico deve ambire a una presenza su Internet a 360 gradi, per esempio essendo attivo anche sui social media. Deve portare l'offerta dove si trovano i clienti, che si muovono ormai su tutti i canali online. Deve cioè andare a pescare dove ci sono i pesci.

Nel confronto internazionale, come si posiziona il turismo svizzero in fatto di presenza Web?

La Svizzera riesce senz'altro a reggere il confronto. Il Nord America ha una marcia in più nel campo dei social media e l'Asia nello sfruttamento dei dispositivi mobili; i grandi offerenti, le mete turistiche importanti e, ovviamente, Svizzera Turismo si difendono comunque bene. Sono invece carenti i siti di molti piccoli operatori. A loro manca semplicemente il tempo, il denaro e il know-how per una presenza professionale in rete. Il che purtroppo gioca a sfavore della destinazione.

Perché?

Ogni offerente rappresenta la destinazione a modo suo. È un destino comune, ma nessun offerente può farcela da solo. È davvero peccato quando una destinazione attira l'interesse di un pubblico internazionale con una presentazione favolosa, foto stupefacenti e testi avvincenti ma poi il potenziale ospite s'imbatte in pagine Web «dilettantesche».

Cosa consiglia dunque a questi offerenti?

Devono collaborare con altri offerenti e dare vita a uno scambio di esperienze, consigli e opinioni. Oggi il know-how è un

fattore chiave per il successo. Devono investire le loro modeste risorse nel sito Internet anziché in opuscoli cartacei, rivolgersi a specialisti e acquisire nuove competenze. Infine, per migliorare la qualità del loro sito devono dare carta bianca a giovani professionisti che già durante la formazione hanno accumulato un bagaglio di conoscenze IT.

L'IT è importante non solo per il marketing dell'offerta, ma anche per semplificare i processi. I piccoli operatori dovrebbero cooperare anche in questo campo?

Sì, assolutamente. Un piccolo operatore da solo non riesce a sfruttare il potenziale tecnico. Per spuntarla è indispensabile semplificare tutti i processi. Già oggi, i clienti di alcune catene alberghiere possono fare il check-in via smartphone alla vigilia dell'arrivo e in seguito vengono avvisati automaticamente quando la stanza è pronta. All'arrivo non devono far altro che ritirare la chiave-tessera alla reception; in alcuni hotel possono addirittura aprire la camera con lo smartphone.

Nell'ambito dell'IT il portale di alloggi privati Airbnb e il servizio di trasporto Uber sono una grande fonte d'ispirazione per albergatori e altri fornitori di servizi. L'offerta di queste aziende è incentrata sull'utilità per il cliente e a tale scopo sfruttano le più moderne tecnologie. Raggruppano i servizi di numerosi fornitori, ne creano un'offerta completa, allettante, di facile accesso e prenotabile con pochi clic. Inoltre garantiscono la disponibilità, altro elemento fondamentale per il successo: gli scaffali devono essere pieni. Un esempio eccellente al riguardo è l'Open-Booking di Zermatt, con le sue funzioni di meta-ricerca. Grazie alla presenza in rete, i grandi gruppi raccolgono una marea di dati sul comportamento della clientela che permette loro di adeguare e ampliare l'offerta costantemente.

In ambito IT, quali input dà la ricerca al turismo svizzero?

Effettua raffronti tra destinazioni, Paesi e settori. Esamina e documenta esempi di best practice e realizza progetti incentrati su applicazioni. Al riguardo si può citare l'indagine sui dispositivi mobili: in quali parti della regione si muovono gli ospiti? Dove si trattengono i turisti giapponesi



Evoluto, chiaro, sempre aggiornato, compatibile con i dispositivi mobili – l'eccellente sito web dell'Hotel Seedamm Plaza di Pfäffikon (SZ).

Intervista Insight

e in quali orari, dove quelli francesi o tedeschi? Questi dati consentono un adeguamento mirato dell'offerta. Infine, i ricercatori sviluppano strumenti per la semplificazione dei processi, con conseguente riduzione del dispendio di tempo e dei costi, e osservano i trend dando consigli per sfruttarli.

A quali trend dovrebbe essere sensibile il turismo svizzero?

La prenotazione e il pagamento mediante dispositivi mobili sono sempre più in voga. Negli USA la quota delle prenotazioni con dispositivi mobili è pari al 25%. Anche personalizzare le proposte e soddisfare i desideri individuali dei clienti stanno diventando sempre più importanti. Pure le applicazioni virtuali e la realtà ampliata svolgeranno un ruolo più preminente. Gli ospiti vogliono visitare un hotel prima di prenotare, pianificare escursioni in rete o visualizzare immagini.

Non c'è il rischio che la tecnologia ostacoli il rapporto con l'ospite?

No, al contrario. La tecnica semplifica i

Specialista di e-tourism



Andreas Schmitter

Dal 2005 **Roland Schegg** svolge attività di ricerca e di insegnamento presso l'Istituto per il turismo della HES-SO Valais- Wallis a Sierre. Da ben 15 anni si dedica allo studio dell'influsso delle nuove tecnologie di informazione e di comunicazione sull'industria del turismo (social media, distribuzione online, turismo «mobile» ecc.).

Contatto: roland.schegg@hevs.ch.

processi sia per l'ospite sia per l'operatore, e lo staff ha dunque più tempo da dedicare all'ospite. La parola d'ordine è «High Tech for High Touch»: un connubio vincente. Proprio per il turismo svizzero, messo a dura prova dal franco forte, l'e-tourism potrà rivelarsi una risorsa preziosa. Infine non va dimenticato che il business del turismo si basa sull'informazione. Come settore può quindi trarre grande beneficio dall'IT. Spetta agli offe-

renti elvetici dare prova di dinamismo, essere innovativi ed eccellere su scala mondiale cogliendo le opportunità al volo. Devono cooperare perché tutti gli offerenti abbiano la possibilità di essere della partita. Il ramo turistico è un mosaico di piccole imprese che grazie alle potenzialità del mondo virtuale potrà essere sfruttato meglio.

Intervista: Daniel Schnyder

Parahotellerie

Nuova statistica in dirittura di arrivo

Dopo strenui lavori preliminari, a partire dal 2016 l'Ufficio federale di statistica (UST) rileverà i dati concernenti gli alloggi dell'intero settore paralberghiero. Nel 2015 verrà svolta un'indagine pilota.

Yves Strauss, UST

Da 80 anni la Statistica della ricettività turistica, condotta dall'Ufficio federale di statistica (UST) in collaborazione con i Cantoni e gli ambienti turistici, produce regolarmente dati dettagliati sulla situazione e l'evoluzione delle infrastrutture turistiche in Svizzera. Da qualche anno a questa parte, tuttavia, non è più stato possibile presentarle una panoramica completa a causa dell'assenza di una statistica delle abitazioni di vacanza sfruttate commercialmente nonché degli alloggi collettivi.

Rilevati tutti gli alloggi

Per colmare tale lacuna, nel 2010 l'UST ha avviato con il sostegno di Innotour il progetto di statistica del settore paralberghiero (PASTA). L'attuazione del progetto ha richiesto un lavoro di ampio respiro, di cui la stretta collaborazione con i Comuni, gli uffici del turismo e i principali operatori del settore ha costituito un fattore fondamentale. Un sostegno, questo, che ha consentito all'UST di censire le abitazioni di vacanza sfruttate commercialmente e gli alloggi collettivi in tutto il territorio nazionale. Questo censimento costituisce la base del progetto.

Nel 2015, con il lancio della rilevazione pilota sulla frequentazione, il progetto PASTA giunge alla fase finale, una sorta di «prova generale» su scala nazionale in vista della rilevazione ufficiale prevista per l'inizio del 2016. Successivamente le informazioni raccolte saranno rese note a cadenza trimestrale. I dati relativi ai vari tipi

di alloggio saranno confrontabili e consentiranno di farsi una visione globale dei settori alberghiero e paralberghiero.

Identificazioni delle esigenze specifiche

L'obiettivo principale del progetto PASTA è quello di coprire il bisogno di informazioni concernenti il settore paralberghiero su scala nazionale e internazionale. Non sono però state trascurate esigenze più specifiche, come quelle di variabili supplementari o di un'elevata regionalizzazione dei risultati. Quest'anno gli operatori al di fuori dell'UST interessati a questo tipo di informazioni sono stati invitati a partecipare a un gruppo di lavoro allo scopo di includere queste esigenze specifiche nella rilevazione a partire dal 2017.

Informazioni

www.tourismus.bfs.admin.ch (tedesco)

www.tourisme.bfs.admin.ch (francese)

Esauriti i fondi per il periodo 2012–2015

Lanciato il nuovo periodo Innotour

A fine marzo 2015 i fondi per il periodo Innotour 2012–2015 sono esauriti. Un risultato paragonabile ai periodi precedenti. Per agevolare la transizione sin da subito possono essere inoltrate nuove domande per il periodo 2016–2019.

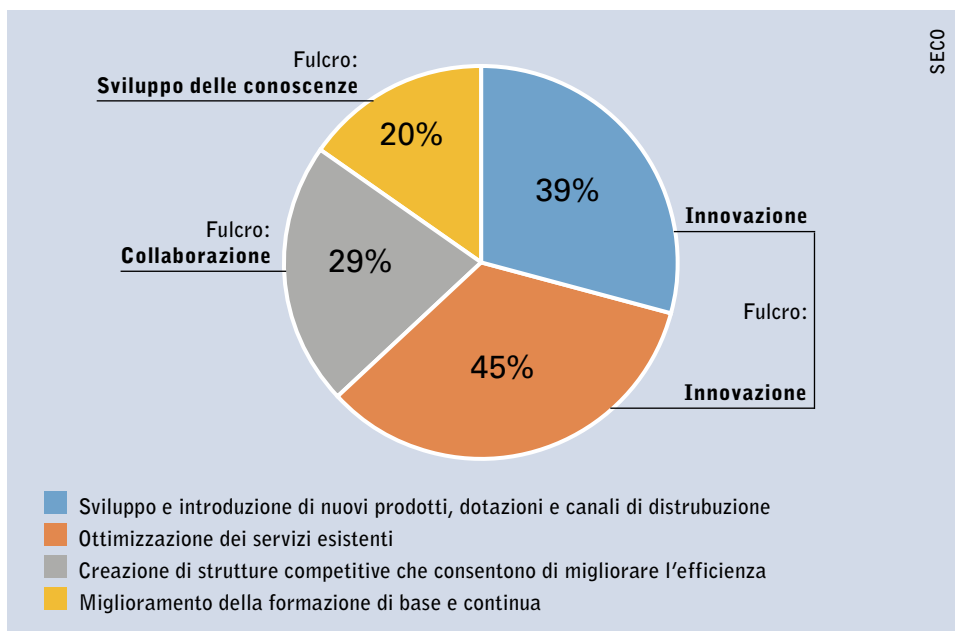
Christoph Schlumpf, SECO

Tra il febbraio 2012 e il marzo 2015 la SECO ha ricevuto ben 180 domande e richieste per il sostegno di progetti, 65 delle quali sono state approvate. La ripartizione del finanziamento tra Innotour e i responsabili dei progetti corrisponde in media a 1:3, il che riconferma il grande effetto leva di Innotour.

Prevalentemente progetti nazionali

Il 75 per cento dei mezzi Innotour è stato stanziato per progetti nazionali a fronte del 54 per cento nel periodo 2008-2011. La SECO ha così raggiunto l'obiettivo di incentrare la promozione su progetti di importanza nazionale. Grazie ai progetti modello è comunque riuscita a sostenere oltre dieci progetti locali e regionali.

I fondi disponibili sono stati attribuiti su tutti i settori sovvenzionati da Innotour (v. grafico). La maggioranza dei progetti mira a migliorare i servizi esistenti oppure è focalizzata sullo sviluppo e l'introdu-



Ripartizione dei mezzi Innotour 2012–2015 secondo i quattro settori sovvenzionati (in parte più settori).

zione di nuovi prodotti, dotazioni e canali di distribuzione.

È tuttora possibile inoltrare domande

Considerato l'apprezzamento del franco e l'esaurimento dei mezzi, a fine marzo 2015 il DEFRA ha adeguato le modalità dell'ordine di priorità. La SECO può dunque continuare a emanare decisioni e possono essere inoltrate nuove domande di aiuti

finanziari. I pagamenti avverranno a patto che l'Assemblea federale autorizzi nuovi mezzi Innotour. La decisione al riguardo è attesa a fine settembre 2015. Il Consiglio federale propone inoltre un aumento dei fondi di 10 milioni per poter disporre complessivamente di 30 milioni di franchi.

Informazioni

www.seco.admin.ch/innotour

Contatto

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

Davide Codoni,
Vice Capo Settore



Contatto

tourismus@seco.admin.ch
T +41 (0)58 462 27 58
F +41 (0)58 463 12 12

Ulteriori informazioni

www.seco.admin.ch/innotour

Colophon

Editore: Segreteria di Stato dell'economia SECO, Direzione promozione della piazza economica, Politica del turismo, 3003 Berna; coordinazione e redazione: Dr. Schenker Kommunikation AG, Berna; versione italiana: Rosita Sasso, Lugano-Paradiso; versione francese: Lilliane Morend, Troinex; grafica e tipografia: Stämpfli AG, Berna; tiratura: 1500 copie.

Innotour: esempi di progetti

- Basel Tourismus lancia uno strumento digitale interattivo per gli operatori della catena dei servizi turistici a Basilea, Basel Tourismus, www.basel.com
- E-Destinorama – Studio di fattibilità sulla riproduzione digitale dei flussi di visitatori nelle strutture ricettive di terza generazione, Tourismus Services Ostschweiz AG, www.tsoag.ch
- Introduzione dell'e-learning nella formazione di base Impiegata/impiegato di commercio AFC, ramo Agenzie viaggi, Federazione svizzera delle agenzie di viaggi, www.srv.ch
- «Meteo Grigioni»: le previsioni del tempo come strumento di marketing, Verein Bergbahnen Graubünden, www.bbgr.ch
- «OpenBooking», il sistema di prenotazione meta-search, Zermatt Tourismus, www.zermatt.ch
- Piattaforma Hoxell, per far vivere all'ospite un'esperienza indimenticabile, Swiss Quality Hotels International, www.SwissQualityHotels.com
- Sviluppo del portale e della banca dati svizzeri degli hotel, hotelleriesuisse, www.hotelleriesuisse.ch
- Uno sportello unico per ottimizzare i siti internet degli hotel, GastroSuisse, www.gastrouisse.ch
- Vacanze su misura (e tanti servizi), Engelberg-Titlis Tourismus AG, www.engelberg.ch
- «Web 2015», Fondazione SvizzeraMobile, www.svizzeramobile.ch