



## Check-in



Care lettrici,  
cari lettori,

non è il caso di usare eufemismi: il turismo sta attraversando un periodo difficile. La domanda turistica dà segni di cedimento sotto il

peso del franco forte e della crisi economica che sta paralizzando Paesi importanti. Nel 2013 il numero dei pernottamenti dovrebbe continuare a diminuire, anche se in modo meno accentuato. La regione alpina e le località turistiche svizzere per eccellenza saranno ancora fortemente interessate da questa tendenza.

Ma c'è anche qualche barlume di speranza. Ad esempio, fino a poco tempo fa le città hanno visto aumentare il numero dei pernottamenti, nonostante i tempi economicamente difficili, a dimostrazione del fatto che in Svizzera il turismo urbano è strutturalmente solido. Anche le prospettive a lungo termine suscitano ottimismo. A partire dal 2014 il turismo nazionale dovrebbe ricominciare a crescere. La Svizzera continua comunque a esercitare un certo fascino, ad esempio, con le sue molteplici attrazioni, un settore alberghiero con offerte per tutti i gusti e i suoi suggestivi paesaggi.

L'economia svizzera del turismo deve ora posizionarsi in modo da poter beneficiare a lungo termine della ripresa prevista. E per poterlo fare occorre rimuovere gli attuali punti deboli strutturali. Gli ostacoli sono soprattutto le piccole aziende e le strutture ricettive frammentate nelle mete di villeggiatura. Basti pensare che in Svizzera esistono ancora più di 500 organizzazioni turistiche locali o regionali.

Richard Kämpf  
Capo del settore Turismo

### Tema di fondo: Sviluppo e diffusione delle conoscenze

#### Buone pratiche:

- 3 | Benchmarking internazionale del turismo
- 4 | MILESTONE
- 5 | La sostenibilità nel turismo

#### Inverno:

- 7 | **Sport sulla neve**  
Far riappassionare i giovani allo sci e allo snowboard



Far sentire i turisti a proprio agio: il programma di promozione Innotour sostiene le innovazioni con il nuovo punto chiave «sviluppo delle conoscenze».

© Gstaad Saanenland Tourismus

## Sviluppo e diffusione delle conoscenze

# Un fattore chiave per le innovazioni

**L**e innovazioni nascono dove si generano nuove conoscenze o dove le conoscenze attuali, combinate in maniera innovativa, aprono nuove prospettive. Di questo concetto tiene conto la nuova priorità «sviluppo delle conoscenze» del programma di promozione Innotour.

#### Daide Codoni, SECO

Dopo una revisione totale, il 1° febbraio scorso è entrata in vigore la nuova legge Innotour. Accanto all'innovazione e alla collaborazione, essa introduce un nuovo obiettivo: lo sviluppo e la diffusione delle conoscenze. Dunque, a questo tema viene finalmente dato il rilievo che merita, vista l'importanza che riveste nell'ambi-

to dei processi di innovazione. Innotour promuove i progetti turistici assumendosi esclusivamente i costi direttamente riconducibili all'innovazione, alla collaborazione o allo sviluppo delle conoscenze. I progetti sostenuti, inoltre, devono perseguire almeno uno dei quattro obiettivi prestabiliti (v. riquadro pag. 2); la preferenza viene data per lo più ai progetti orientati alla pratica.

#### Incoraggiare l'imitazione

Tra i costi per l'innovazione vi sono le spese per la ricerca e lo sviluppo legate a un progetto. I costi per lo sviluppo delle conoscenze comprendono in particolare le spese per la formazione e il perfezionamento sostenute per lanciare nuovi ▶

## Sviluppo e diffusione delle conoscenze

prodotti e processi, nonché le spese per la diffusione delle conoscenze dovute all'introduzione della nuova priorità «sviluppo delle conoscenze» nel programma di promozione. Questi costi vengono sostenuti per divulgare e rendere accessibili al pubblico i dati acquisiti con la realizzazione di un progetto allo scopo di incoraggiare l'imitazione della relativa innovazione. È vero, quindi, che Innotour non può promuovere progetti di ricerca, sviluppo o diffusione delle conoscenze, ma è altrettanto vero che può sostenere finanziariamente gli sforzi compiuti nell'intento di perseguire e diffondere nuove conoscenze.

### Progetti modello

La possibilità di sostenere i cosiddetti progetti modello rappresenta una novità che rafforza ulteriormente lo sviluppo delle conoscenze: la SECO può indicare i temi prioritari per il turismo svizzero, cercando di tenere conto delle richieste e degli interessi dei Cantoni e delle organizzazioni turistiche nazionali. Quest'anno, ad esempio, l'attenzione si è concentrata sul riposizionamento del turismo estivo ed è stato commissionato uno studio di base sull'importanza, le tendenze e le sfide del turismo estivo elvetico in vista del rafforzamento della piazza turistica svizzera.

### Sviluppo sostenibile

Un altro tema fondamentale è il potenziamento dello sviluppo delle conoscenze nell'ambito dello sviluppo sostenibile. Alle pagine 5 a 6 di questo numero di «insight» vengono illustrati alcuni esempi di buona pratica in questo campo.

### Attività informativa

Oltre a promuovere i progetti orientati alla pratica, Innotour finanzia diverse attività informative. Prima della revisione della legge, queste ultime erano ancora considerate misure di accompagnamento, mentre oggi sono parte integrante dell'obiettivo «sviluppo delle conoscenze».



Il know-how è il presupposto indispensabile per le idee innovative. Con le conoscenze necessarie si possono creare nuovi servizi e ottimizzare i processi.

ze». Il relativo budget è salito dal 6 al 15 per cento del credito d'impegno. La SECO può destinare questi fondi per non più della metà al miglioramento delle basi statistiche e per la restante metà alla diffusione delle informazioni.

### Basi statistiche

Per sviluppare e implementare prodotti e servizi innovativi, gli operatori turistici hanno bisogno di una ricca banca dati. Di conseguenza, anche il miglioramento di queste basi statistiche rientra nell'obiettivo «sviluppo delle conoscenze». Il programma Innotour dà un grande contributo in tal senso cofinanziando il conto satellite del turismo (TSA) dell'Ufficio federale di statistica e le previsioni per il turismo svizzero. Tra le basi statistiche promosse da Innotour vi è anche il programma internazionale di benchmarking per il turismo svizzero (v. pag. 3).

### Diffusione delle conoscenze

A livello economico, lo sviluppo delle conoscenze da solo non basta a produrre grandi risultati. Ciò che conta è mettere le nuove conoscenze a disposizione dei diversi operatori turistici, che a loro volta possono ampliarle o combinarle in ma-

### Obiettivi dei progetti sostenuti da Innotour

Per essere sostenuto dal programma di promozione Innotour, un progetto deve perseguire almeno uno degli obiettivi seguenti:

- Sviluppo e introduzione di nuovi prodotti, apparecchiature e canali di distribuzione
- Miglioramento dei servizi esistenti
- Creazione di strutture competitive che permettano di accrescere l'efficienza
- Miglioramento della formazione e del perfezionamento professionale

niera innovativa per creare nuovi servizi o per ottimizzare i processi. Un esempio ben riuscito di diffusione delle conoscenze è rappresentato dal «MILESTONE. Premio del turismo svizzero» (v. articolo a pag. 4). Da un lato, ogni anno il premio promuove i progetti che aprono nuove prospettive documentando la capacità innovativa del settore, dall'altro, i vincitori del premio diventano modelli di riferimento e quindi incoraggiano lo scambio di conoscenze e la nascita di nuove idee. Anche la newsletter «insight» promuove con successo lo scambio di informazioni nel turismo, come dimostrano i risultati del sondaggio condotto tra i lettori la scorsa estate (v. riquadro).

### Risultato del sondaggio tra i lettori di insight

La scorsa estate abbiamo voluto lanciare un sondaggio tra voi lettori per scoprire se la newsletter «insight» risponde alle vostre esigenze. Ringraziamo di cuore le nostre lettrici e i nostri lettori per l'entusiastica partecipazione. Siamo contenti che «insight» susciti l'interesse della stragrande maggioranza degli intervistati e che riteniate che vada bene così com'è. Dal sondaggio emerge che siete interessati soprattutto ai dati concreti che riguardano i progetti Innotour. Nei prossimi numeri, quindi, ci concentreremo ancor di più sulle conoscenze acquisite grazie ai progetti.

### Rafforzamento della competitività

La conoscenza è un fattore chiave per le innovazioni. Il potenziamento della promozione delle conoscenze come bene anche pubblico rafforza in maniera determinante la competitività della piazza turistica svizzera. ■

## Sviluppo e diffusione delle conoscenze: buone pratiche

# Sviluppare e divulgare le conoscenze

**L'istituto di ricerca BAKBASEL sta ulteriormente potenziando il programma di benchmarking per il turismo svizzero. Esempi di buona pratica e nuove fonti di informazioni rafforzano lo sviluppo delle conoscenze, mentre la più intensa attività di comunicazione ne promuove la diffusione.**

**Natalia Held, BAKBASEL**

Nell'ambito del progetto sostenuto da Innotour «Programma internazionale di benchmarking per il turismo svizzero», BAKBASEL rileva e analizza periodicamente e sistematicamente le performance del turismo svizzero per conto dei Cantoni Berna, Grigioni, Ticino, Vaud, Vallese e della Svizzera centrale. Le informazioni rilevanti vengono raggruppate, analizzate, elaborate e messe a disposizione dell'economia turistica nazionale. Il programma di benchmarking, dunque, dà un contributo importante alla creazione e alla diffusione delle conoscenze. Grazie alle informazioni acquisite, i responsabili del turismo svizzero possono prendere decisioni basate su fatti concreti (evidence-based decision making).

## Sviluppo delle conoscenze...

Negli anni passati BAKBASEL ha raccolto, elaborato e immesso nell'«International Tourism Database» più di 100 indicatori individuali per ognuna delle 300 destinazioni e regioni turistiche prese in esame. Questa banca dati conta già oggi più di mezzo milione di voci e viene costantemente aggiornata e ampliata. Nell'ambito del programma di benchmarking si seguono anche percorsi totalmente nuovi, utili allo sviluppo delle conoscenze. Da

qualche tempo, oltre agli aspetti qualitativi, anche quelli quantitativi confluiscono nelle ricerche sotto forma di esempi di buona pratica. Mentre prima le analisi erano prevalentemente quantitative e si riferivano soprattutto ai risultati di decisioni precedenti, ora gli esempi concreti consentono di analizzare i processi che hanno portato alle singole decisioni e alle evoluzioni specifiche riscontrate. Inoltre, per acquisire dati relativi alla domanda, vengono impiegate anche nuove fonti di informazioni; ad esempio, in collaborazione con un partner informatico, BAKBASEL acquisisce e analizza le valutazioni compilate online dai turisti. In questo modo, per ogni destinazione svizzera viene espressa una valutazione complessiva della qualità dell'accoglienza dal punto di vista del cliente.

## ...e diffusione delle conoscenze

Il programma di benchmarking si prefigge non solo di sviluppare le conoscenze ma anche di divulgare e discutere in forma adeguata i dati acquisiti. Per questo moti-

## Raccomandazioni d'intervento per l'economia turistica

Un aspetto importante del programma di benchmarking sono le tesi ricavate dalle analisi e le raccomandazioni d'intervento per gli operatori turistici, ai quali vengono segnalate le misure utili a migliorare posizione di mercato e competitività. Grazie alla focalizzazione sul piano della destinazione, gli operatori possono mettere in pratica direttamente gli interventi suggeriti. Il continuo aggiornamento e ampliamento della banca dati garantisce inoltre il costante monitoraggio delle misure di ottimizzazione avviate.

vo, BAKBASEL ha recentemente intensificato i suoi sforzi comunicativi rafforzando così la diffusione delle conoscenze. I dati più recenti vengono ora pubblicati sotto forma di brevi rapporti trimestrali. L'applicativo online «BAK DESTINATIONS-MONITOR», sviluppato nell'ambito del programma di benchmarking, viene aggiornato addirittura ogni mese. Su [www.destinationsmonitor.ch](http://www.destinationsmonitor.ch) i committenti possono richiamare le informazioni più recenti per quanto concerne gli indicatori, le pubblicazioni e le notizie rilevanti per il turismo. Anche altri interessati possono accedervi in qualità di ospiti e visitare un'area del sito più ristretta. ■



Destinazione di lusso o entroterra inesplorato: BAKBASEL rileva le performance del turismo svizzero.

© Lausanne Palace & Spa

## Panorama

**Atout Innotour:** il settore del turismo svizzero può accedere a dati aggiornati e ad esempi di buona pratica.

**Durata del progetto:** dal 1998

**Contatto:** BAK Basel Economics AG, Güterstrasse 82, 4053 Basilea, tel. +41 61 279 97 00, [www.bakbasel.com](http://www.bakbasel.com)

**Il programma di benchmarking dà un contributo importante alla creazione e alla diffusione delle conoscenze.**

## Sviluppo e diffusione delle conoscenze: buone pratiche

# Il Premio del turismo promuove la diffusione delle conoscenze

**Il «MILESTONE. Premio del turismo svizzero» è ormai parte integrante del settore turistico ed è un ottimo esempio di come si può mettere in pratica la diffusione delle conoscenze.**

**Christoph Juen, hotelleriesuisse**

Il «MILESTONE. Premio del turismo svizzero» attua la diffusione delle conoscenze premiando gli esempi di buona pratica e mettendo a disposizione le conoscenze del settore scaturite dai progetti. Il progetto modello Matterhorn Valley Hotels, ad esempio, è stato fonte d'ispirazione per molti. Sette albergatori di Grächen hanno avviato un progetto di cooperazione nell'ambito del quale le strutture gestionali comuni, il marketing su vasta scala e un piano d'investimento e finanziamento trasparente hanno permesso loro di ottenere risultati sul mercato che da soli non avrebbero mai raggiunto. I piccoli alberghi e le località minori, infatti, possono farcela solo unendo le loro forze. Insieme possono sfruttare le potenziali sinergie, abbattere i costi e offrire un maggior numero di servizi.

## Radicato nel settore

Dal 2000 il «MILESTONE. Premio del turismo svizzero» premia i progetti più innovativi del settore turistico svizzero promuovendo nel contempo la diffusione delle conoscenze. Finora gli operatori turistici hanno inviato 1033 progetti alla giuria di questo riconoscimento dell'innovazione che non ha eguali nel panorama

## Panorama

**Atout Innotour:** il Premio del turismo promuove l'innovazione, il trasferimento di know-how e l'attrattiva della Svizzera come destinazione turistica.

**Durata del progetto:** dal 2000

**Contatto:** htr hotel revue, Monbijoustrasse 130, Casella postale, 3001 Berna, tel. +41 31 370 42 16, www.htr-milestone.ch

del settore turistico-alberghiero svizzero. I progetti Switzerland Destination Management (oggi Switzerland Travel Center STC), Valais excellence, Riders Palace Laax, Enjoy Switzerland, Stanserhorn Rangers, Matterhorn Valley Hotels e Grimselwelten sono un vero e proprio scrigno di idee cui si può attingere su [www.htr-milestone.ch](http://www.htr-milestone.ch). Al Premio del turismo svizzero si candidano mediamente 85 progetti all'anno. Il record è stato raggiunto nel 2010 con ben 110 candidature. L'84 per cento dei progetti proviene dalla Svizzera tedesca, il 13 per cento dalla Svizzera francese e il 3 per cento dalla Svizzera italiana.

## Innovazione e qualità

L'elevato numero di candidature dimostra che il settore è in fermento e crea continuamente nuove offerte per i turisti locali e stranieri. L'economia turistico-alberghiera svizzera non ha mai avuto altra scelta se non quella di puntare sulla qualità, a maggior ragione oggi, con la crisi economica in corso e il costante aumento dei costi. L'innovazione di per sé non è necessariamente

## Il riconoscimento più prestigioso del turismo svizzero

Il «MILESTONE. Premio del turismo svizzero» è dotato complessivamente di 33 000 franchi ed è il riconoscimento più prestigioso nel settore turistico e alberghiero svizzero. Viene assegnato ogni anno e si articola nelle categorie seguenti: Progetto eccellente, Premio nuove leve e Premio ambiente, a cui si aggiunge un premio conferito a una personalità distintasi per il suo lavoro. I progetti devono essere presentati entro la fine di agosto, mentre la premiazione si svolge a novembre. Il Milestone è conferito dalla htr hotel revue e da hotelleriesuisse ed è sostenuto dalla SECO nell'ambito del programma di promozione Innotour. Il premio è patrocinato dalla Federazione svizzera del turismo.

te una garanzia di qualità, ma sicuramente un'impresa innovativa ha una marcia in più per soddisfare le esigenze e la domanda di qualità dei turisti di domani.

## Un premio per il futuro

In un mercato in cui la concorrenza dei prezzi e delle offerte si fa sempre più agguerrita, l'innovazione resta un fattore di successo imprescindibile. Le organizzazioni promotrici sono convinte che il «MILESTONE. Premio del turismo svizzero» abbia un futuro e che debba continuare a promuovere l'innovazione e la diffusione delle conoscenze nel settore. ■



Ai piedi del Cervino sette albergatori di Grächen hanno avviato un progetto di cooperazione. Il principio del progetto «Matterhorn Valley Hotels» diventerà fonte d'ispirazione in altre regioni.

## Sviluppo e diffusione delle conoscenze: buone pratiche

Nella Bassa Engadina la gente di città si cimenta nei lavori degli agricoltori di montagna.



© Yannick Andrea

# Sostenibilità: un vantaggio per le realtà turistiche locali

**In Svizzera sempre più destinazioni e operatori turistici si orientano verso lo sviluppo sostenibile perché riconoscono che ne vale la pena anche dal punto di vista economico, come dimostrano alcuni progetti realizzati con successo nelle città e nelle regioni rurali. L'affermazione delle offerte sostenibili è merito in gran parte della diffusione delle conoscenze.**

**Anne DuPasquier, Ufficio federale dello sviluppo territoriale ARE**

La dichiarazione finale della Conferenza delle Nazioni Unite sullo sviluppo sostenibile «Rio+20», svoltasi lo scorso giugno, riserva un posto d'onore al turismo (v. riquadro pag. 6), settore nel quale la sostenibilità sta diventando sempre più importante anche in Svizzera. È per questo motivo che quest'anno l'Ufficio federale dello sviluppo territoriale ARE in collaborazione con la Segreteria di Stato dell'economia SECO ha pubblicato una raccolta di buone pratiche nel turismo svizzero da cui sono state tratte le raccomandazioni «Tourismus und Nachhaltige Entwicklung – Gute Beispiele und Aktionsmöglichkeiten» (turismo e sviluppo sostenibile – buoni esempi e iniziative possibili). Da un lato, si vuole attirare maggiormente l'attenzione

sulle buone pratiche, mentre, dall'altro, ARE e SECO vogliono dimostrare che rafforzare la sostenibilità del turismo svizzero non solo è possibile ma è anche redditizio. Gli esempi illustrati nell'opuscolo fanno leva sui temi più disparati: clima, energia, mobilità, pianificazione territoriale, natura e paesaggio, cultura, formazione, agricoltura, solidarietà sociale, valorizzazione economica, gestione e valutazione della sostenibilità dei progetti. L'opuscolo vuole spronare i diversi operatori cantonali, comunali e soprattutto locali ad agire, ognuno nel proprio ambito e con i mezzi a loro disposizione. La diffusione delle conoscenze è decisiva per portare avanti lo sviluppo sostenibile. Qui di seguito riportiamo alcuni esempi tratti dall'opuscolo per dare un'idea di quanto siano vasti e variegati i possibili approcci al tema del turismo.

### Natura e cultura nella Bassa Engadina

Nella regione di villeggiatura Engadin Scuol si è compreso che i punti di forza dell'offerta turistica si basano sugli atout naturali e paesaggistici locali. Nella Bassa Engadina sono stati realizzati numerosi progetti sostenibili innovativi con la partecipazione della gente del posto, dei turisti nonché di agricoltori, artisti e organizzazioni ambientaliste. Il ventaglio

di nuove offerte per tutte le fasce d'età è molto ampio: ad esempio, partecipando alla falciatura dei prati fioriti gli ospiti provenienti dalle città fanno la conoscenza degli agricoltori romanci svolgendo nel contempo un'attività salutare. I turisti possono visitare fattorie, caseifici, un birrifico biologico e centrali elettriche, frequentare laboratori di ceramica, andare alla ricerca di erbe medicinali o approfondire temi legati al mondo dell'acqua. Nella Bassa Engadina, inoltre, alcuni progetti pilota come «Inscunter» consentono di creare reti e instaurare rapporti di collaborazione intersettoriale tra agricoltura e silvicoltura, tutela della natura e del paesaggio, artigianato e turismo.

### Open-air sostenibile a Nyon

Ogni anno a Nyon si svolge il festival Paléo, la più grande manifestazione musicale open-air della Svizzera, che attira più di 230 000 visitatori. Gli organizzatori si adoperano assiduamente per dare all'evento un'impronta sostenibile e si impegnano a raggiungere obiettivi quantificabili a livello di protezione ambientale. Inoltre, si assumono anche una responsabilità sociale attenendosi a direttive etiche per la sponsorizzazione e attuando una politica dei prezzi volta a mantenere il costo dei biglietti entro limiti ragionevoli. I visitatori del festival vengono sensibilizzati sui temi legati alla sostenibilità, in primo luogo attraverso uno stand informativo, il sito web e svariati servizi sui mass-media. Grazie alle misure adottate e all'ottimo lavoro svolto a livello di comunica- ▶▶

## Sviluppo e diffusione delle conoscenze: buone pratiche



Gli organizzatori del festival Paléo si adoperano assiduamente per dare all'evento un'impronta sostenibile.

zione, negli ultimi cinque anni la percentuale dei visitatori che hanno raggiunto Nyon con i mezzi di trasporto pubblici è salita dal 27 al 40 per cento. Nell'arco di dieci anni, la percentuale di materiali riciclati rispetto alla quantità complessiva dei rifiuti è lievitata dal 15 al 50 per cento. Grazie a questi risultati concreti, il festival Paléo si è guadagnato la fama di promotore dello sviluppo sostenibile. Fama che gli organizzatori sfruttano per trasmettere al pubblico, agli artisti, ai fornitori, ai collaboratori ma anche alle autorità e agli operatori turistici messaggi importanti su questo argomento.

### Niente auto a Saas-Fee

La località di Saas-Fee è una vera e propria pioniera nel campo dello sviluppo sostenibile. Basti pensare che la decisione di chiuderla al traffico automobilistico risale addirittura agli anni Cinquanta. Nel 1996 Saas-Fee ha aderito alla rete di comuni «Alleanza nelle Alpi», creata per incentivare la sostenibilità. Nel 2002 il paese è stato insignito del label «Città dell'energia».

### Panorama

**Atout Innotour:** l'economia del turismo svizzero beneficia degli esempi di buona pratica nel settore dello sviluppo sostenibile.

**Anno di pubblicazione:** 2012

**Contatto:** Ufficio federale dello sviluppo territoriale (ARE), Mühlestrasse 2, 3063 Ittigen, tel. +41 31 322 40 60, [www.aren.admin.ch/buoniesempi](http://www.aren.admin.ch/buoniesempi)

Per coordinare l'amministrazione secondo i criteri dello sviluppo sostenibile, il Comune ha introdotto un sistema di gestione integrato divenuto uno dei pilastri su cui si fonda la strategia di sostenibilità dell'intera regione. L'Ufficio del turismo di Saas-Fee ha ottenuto il marchio «Valais excellence», la cui certificazione si basa sulle norme ISO 9001 e ISO 14001, e presto anche l'amministrazione comunale potrà fregiarsi di questo marchio di qualità. La commissione ambientale «Öko-Team Saas-Fee» si è proposta di migliorare lo scambio tra politica, economia turistica, popolazione e turisti. Gli operatori saranno sensibilizzati su sfide quali l'adeguamento alle conseguenze dei cambiamenti climatici. Per la località di Saas-Fee la sostenibilità sta diventando un argomento commerciale sempre più importante.

### Valutazione della sostenibilità nel Canton Vaud

Nell'ambito della Nuova politica regionale della Confederazione, i Cantoni inoltrano alla SECO i loro programmi di attuazione che devono essere sottoposti a una verifica di sostenibilità. A questo riguardo, il Canton Vaud ha assunto un ruolo di anticipatore. L'Unità per lo sviluppo sostenibile (UDD) e l'Ufficio dell'economia, degli alloggi e del turismo (SELT) hanno creato «Bussola 21», uno strumento di valutazione che semplifica la verifica di sostenibilità, obbligatoria ormai dal 2009, dei progetti regionali, molti dei quali sono di carattere turistico. «Bussola 21» analizza la sostenibilità in base a 19 parametri, sud-

### Rio+20: lo sviluppo sostenibile nel turismo

Alla Conferenza delle Nazioni Unite sullo sviluppo sostenibile «Rio+20», svoltasi lo scorso giugno a Rio de Janeiro, 190 Paesi hanno sottoscritto una dichiarazione finale dal titolo «Il futuro che vogliamo». In questo documento lo sviluppo sostenibile del turismo viene definito una priorità e si dichiara che un turismo ben pensato e organizzato gioca un ruolo non trascurabile in tutte e tre le dimensioni dello sviluppo sostenibile, oltre a creare posti di lavoro dignitosi e migliorare le prospettive economiche. La dichiarazione finale stilata a Rio, inoltre, raccomanda di incentivare le misure che favoriscono lo sviluppo sostenibile del turismo perché così aumentano le conoscenze sull'ambiente, si rispettano la biodiversità e gli habitat naturali, si apprezza la varietà culturale e si migliorano le condizioni di vita e le possibilità di guadagno delle popolazioni locali. La dichiarazione sottolinea che il turismo offre opportunità di sviluppo sia ai Paesi del terzo mondo che ai Paesi industrializzati.

I temi centrali discussi a Rio sono le sfide decisive per il turismo: occupazione, energia, città, alimentazione, acqua, oceani e catastrofi. Nella dichiarazione finale della conferenza il turismo viene descritto come uno dei settori economici più adatti per avviare il passaggio verso un'economia sostenibile, rispettosa dell'ambiente e socialmente equa.

divisi nelle tre dimensioni dello sviluppo sostenibile: ambiente, economia e società. Gli interessati possono imparare a usare «Bussola 21» frequentando un apposito corso. Un grande vantaggio di questo strumento di valutazione è che riunisce tutti gli operatori attorno a un tavolo, avviando un processo di scambio che consente di individuare e risolvere tempestivamente eventuali problemi.

### Decisiva la diffusione delle conoscenze

Gli esempi sin qui descritti hanno una cosa in comune: il loro successo dipende dalla diffusione delle conoscenze e dallo scambio di esperienze tra i partecipanti. Operatori turistici, agricoltori, guardie forestali, autorità, popolazione e associazioni: tutti insieme concorrono alla ricerca delle soluzioni migliori. Il coinvolgimento di tutti gli operatori e il reciproco scambio di conoscenze sono i presupposti per integrare con successo lo sviluppo sostenibile nel turismo. ■

## Inverno

# Far riappassionare i giovani allo sci e allo snowboard

**S**empre meno giovani praticano lo sci e lo snowboard. Funivie Svizzera vuole invertire questa tendenza negativa e per la stagione invernale 2012/13 lancia un programma per dare impulso ai campi di sport sulla neve.

**Ueli Stüchelberger, Funivie Svizzere**

Come dice una canzone, tutti sciano e lo sci è lo sport nazionale. Tuttavia, quest'allegro ritornello suona un po' anacronistico ormai, per lo meno per i giovani. Oggi, infatti, sulle piste da sci s'incontrano sempre meno ragazzi. Non c'è da stupirsi, però, dato che nelle città e negli agglomerati urbani si organizzano molte meno settimane bianche rispetto ad appena un paio di anni fa. Così, molti giovani vengono privati della possibilità di avvicinarsi allo sci e allo snowboard e di vivere la

montagna d'inverno. Nel 2011 sono stati organizzati 2180 campi sci G+S contro i 2700 del 2005. I motivi di questo drastico calo sono da ricercare nei costi elevati, nell'imponente sforzo organizzativo per le scuole e gli insegnanti e nell'impegno che comporta seguire i ragazzi 24 ore su 24.

## Motivare le scuole e gli insegnanti

Funivie Svizzere vuole riportare i giovani a praticare gli sport invernali e per questo ha lanciato un programma per ridare impulso ai campi di sport sulla neve. Il tutto prenderà il via quest'inverno. Funivie Svizzere offre alle scuole dei pacchetti particolarmente vantaggiosi in stretta collaborazione con le ferrovie di montagna, con alcuni partner locali e col sostegno del programma di promozione Innotour. Per ridurre al minimo l'impegno organizzativo a carico degli insegnanti, i pacchetti comprendono già tutto: viaggio, alloggio, skipass, noleggio dell'attrezzatura e addirittura eventi serali (v. riquadro). Agli insegnanti, dunque, non resta che prenotare la loro settimana bianca comodamente online. Il costo oscilla tra 170 e 350 franchi a partecipante. A seconda dell'offerta, il pacchetto può comprendere anche il vitto. Pagando un sovrapprezzo si possono prenotare anche le lezioni impartite dai maestri delle scuole svizzere di sport invernali. L'offerta è rivolta agli allievi dal-

## Campi di sport sulla neve: quasi tutto incluso

Il pacchetto «Campo di sport sulla neve» comprende:

- Viaggio di andata e ritorno
- Pernottamento in alloggio comune
- Abbonamento agli impianti di risalita per 5 giorni
- Noleggio sci o snowboard, scarponi inclusi
- Un evento serale (ad es. discesa notturna in slitta o fiaccolata sulla neve)
- Possibilità di pagare tutto il pacchetto a un unico soggetto: le Funivie Svizzere
- Vitto (dall'uso della cucina alla pensione completa)
- Lezioni impartite dai maestri delle scuole svizzere di sport invernali (dietro pagamento di un sovrapprezzo)

la quinta elementare alla seconda media delle scuole che negli ultimi cinque anni non hanno organizzato alcun campo G+S di questo tipo. Le scuole che hanno già organizzato dei campi possono invece acquistare skipass a prezzo ridotto.

## Destinazioni in tutta la Svizzera

Quest'inverno 500 scuole circa approfitteranno delle settimane bianche organizzate presso le 40 località sciistiche svizzere che aderiscono al programma d'impulso. Magari quest'occasione offrirà ad alcuni ragazzi l'opportunità di scivolare per la prima volta su una pista battuta di fresco. ■

## Panorama

**Atout Innotour:** aumenta il numero dei giovani che partecipano ai campi di sport sulla neve e che scoprono quanto sia bello sciare e praticare snowboard.

**Durata del progetto:** 2012-2016, è al vaglio una proroga

**Contatto:** Funivie Svizzere, Dählhölzliweg 12, 3000 Berna 6, tel. +41 31 359 23 33, [www.seilbahnen.org/schneesportlager.html](http://www.seilbahnen.org/schneesportlager.html)

Pronti, partenza, via! I campi di sport sulla neve sono l'ideale per far appassionare bambini e ragazzi allo sci.



## Inverno

## Tre domande a Ueli Stückelberger

# «Sci e snowboard devono tornare a essere di moda»

Ueli Stückelberger, direttore di Funivie Svizzere, illustra gli obiettivi del programma d'impulso «Campi di sport sulla neve per i giovani».

## Signor Stückelberger, perché tanto impegno per i campi di sport sulla neve?

Ueli Stückelberger: Effettivamente, il progetto «Campi di sport sulla neve per i giovani» mi sta particolarmente a cuore. Per noi è molto importante che sempre più giovani tornino ad appassionarsi agli sport sulla neve. Sci e snowboard devono tornare a essere di moda! I bambini e i ragazzi che amano gli sport invernali continueranno a praticarli anche da adulti.

## Quali sono i fattori decisivi per il successo del vostro progetto?

Il fatto che riduciamo l'impegno che normalmente gli insegnanti devono assumersi per organizzare una settimana bianca. Naturalmente prima abbiamo dovuto capire quali sono le loro esigenze. L'organizzazione di un campo deve essere

semplificata dal punto di vista logistico. Ciò richiede un ufficio di contatto e di coordinamento nella località sciistica. Gli insegnanti non devono incontrare difficoltà nell'occuparsi dell'alloggio, dello skipass, del noleggio dell'attrezzatura e degli altri servizi. Inoltre, i costi per alunno devono essere contenuti.

## Vale la pena compiere questo sforzo finanziario?

Questo progetto non ci fa guadagnare denaro ma ci permette di far appassionare i giovani agli sport sulla neve, nella speranza



Ueli Stückelberger

za che da grandi continueranno a praticarli. Il nostro è un investimento nel futuro. Non possiamo quantificarlo esattamente ma pensiamo che ne valga la pena!

**«Il nostro è un investimento nel futuro. Non possiamo quantificarlo esattamente ma pensiamo che ne valga la pena!»**

## Innotour: aggiornamento dicembre 2012

## Contatto

Segreteria di Stato dell'economia SECO  
Settore Turismo, Innotour  
Holzikofenweg 36, 3003 Berna

## Capo del programma

Davide Codoni,  
Vice Capo Settore Turismo



## Contatto

tourismus@seco.admin.ch  
T +41 31 322 27 58  
F +41 31 323 12 12

## Ulteriori informazioni

www.seco.admin.ch/innotour

## Colophon

Editore: Segreteria di Stato dell'economia SECO, Direzione promozione della piazza economica, Settore Turismo, 3003 Berna; ideazione e realizzazione: Zoebeli Communications AG, Berna; grafica: Oliver Slappnig, Herrenschwanden; versione italiana: Marina Graham, Gümligen; versione francese: Félix Glutz, Montreux; tipografia: Ast & Fischer AG, Wabern; tiratura: 1650 copie.

## Innotour: esempi di progetti

- Catalogazione, valorizzazione e pubblicazione online del patrimonio dell'archivio degli alberghi svizzeri, Archivio degli alberghi svizzeri, [www.hotelarchiv.ch](http://www.hotelarchiv.ch)
- Conto satellite Turismo, Ufficio federale di statistica (UFS), [www.statistik.admin.ch](http://www.statistik.admin.ch)
- «Meteo Grigioni» – le previsioni del tempo come strumento di marketing, Verein Bergbahnen Graubünden, [www.bbgr.ch](http://www.bbgr.ch)
- MILESTONE. Premio del turismo svizzero, [hotelleriesuisse/htr\\_hotel\\_revue](http://hotelleriesuisse/htr_hotel_revue), [www.htr-milestone.ch](http://www.htr-milestone.ch)
- Mobilità sostenibile nelle destinazioni alpine, Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte (GaST), [www.auto-frei.ch](http://www.auto-frei.ch)
- Offerte comuni e cooperazioni relative al turismo naturalistico e culturale nei parchi svizzeri, Rete dei parchi svizzeri, [www.paerke.ch](http://www.paerke.ch)
- Profilo e posizionamento della regione svizzera del Lago di Costanza e del Reno, Thurgau Tourismus, [www.thurgau-tourismus.ch](http://www.thurgau-tourismus.ch)
- Protezione del clima – qui e ora, Rete di comuni «Alleanza nelle Alpi» (AidA) Svizzera, [www.alpenallianz.org](http://www.alpenallianz.org)
- Settimane bianche per giovani, Funivia Svizzera FUS, [www.seilbahnen.org](http://www.seilbahnen.org)
- Sviluppo della fusione fra gli operatori svizzeri del turismo rurale, Agriturismo Svizzera, [www.agrotourismus.ch](http://www.agrotourismus.ch)
- Sviluppo della qualità degli alloggi per gruppi, CONTACT groups.ch, [www.groups.ch](http://www.groups.ch)
- Sviluppo e approfondimento del programma internazionale di benchmarking per il turismo svizzero (periodo di aggiornamento 2012–2013), BAK Basel Economics AG, [www.bakbasel.ch](http://www.bakbasel.ch)

Troverete ulteriori informazioni al sito [www.seco.admin.ch/innotour](http://www.seco.admin.ch/innotour), rubrica «Progetti sostenuti».