



Check-in



Care lettrici, cari lettori,

il cielo sopra il turismo svizzero si presenta variabile. Da un lato, nel 2010 il turismo svizzero si è ripreso bene dalla

crisi finanziaria. Dall'altro le previsioni per la stagione estiva in corso preoccupano il settore, tanto che BAKBASEL prevede una contrazione del numero di pernottamenti in albergo dell'1,3 per cento rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Una delle cause di queste stime poco ottimistiche risiede, a detta degli esperti, nel fatto che il franco resterà forte almeno a breve e medio termine. A febbraio 2011 il Consiglio federale ha reagito decidendo di aumentare con effetto immediato le risorse finanziarie per il marketing nei settori dell'economia che dipendono dal turismo. A giugno il Parlamento ha approvato la proposta. Nel 2011 verranno perciò stanziati 12 milioni di franchi in più per la pubblicità turistica nazionale svizzera, mentre per il 2012 sono previsti finanziamenti di importo simile. Le iniezioni di fondi da parte della Confederazione però non possono essere permanenti e il settore del turismo svizzero deve imparare a convivere con un franco forte.

La Confederazione s'impegnerà anche a medio termine: per concretizzare la strategia di crescita per la piazza turistica svizzera, la SECO sta lavorando intensamente al primo programma d'attuazione per il periodo dal 2012 al 2015, che sarà pubblicato nel primo trimestre del 2012 e si concentrerà sullo sviluppo sostenibile e sui cambiamenti climatici in atto. Inoltre, si studierà il modo migliore per il turismo svizzero per reagire al meglio alle conseguenze di tali cambiamenti.

Eric Scheidegger
Vicedirettore, Ambasciatore
Capo Direzione promozione della piazza economica

Tema di fondo: progresso tecnologico

3 | Opportunità e rischi
Possibilità illimitate del turismo digitale

4 | Alpmobil
Auto elettriche come attrazione nelle Alpi svizzere

6 | Progetti on-line
Piattaforma elettronica del Canton Grigioni, SwissVideoLibrary



Ben visto anche in vacanza: l'accesso gratuito a Internet in albergo.

Kursaal Berna

Innovazioni nel turismo

La sfida del progresso tecnologico

Per il turismo svizzero stare al passo con il progresso tecnologico rappresenta un'enorme sfida. Lo ha sottolineato anche il Consiglio federale nel suo rapporto sulla strategia di crescita per la piazza turistica svizzera. Concretamente si tratta soprattutto della crescente importanza di Internet come canale d'informazione e di distribuzione. Tuttavia, anche il rapido sviluppo in altri settori – come i mezzi di trasporto o la tecnica edilizia – lancia al turismo svizzero una sfida importante.

Daide Codoni, SECO

Nei prossimi decenni le moderne tecnologie dell'informazione e della comunicazione, in particolare Internet, saranno d'importanza strategica per il turismo. La rapida evoluzione delle vendite on-line nel turismo apre agli operatori del settore tutta una serie di nuove possibilità nel campo del marketing e delle vendite. Grazie al «packaging dinamico», ad esempio, gli ospiti potranno prenotare in tempo reale singoli componenti come il volo e l'albergo, mentre i clienti potranno usufruire di vacanze su misura proposte a prezzi aggiornati di giorno in giorno. La commercializzazione on-line comporta la ridu- ▶▶

Innovazioni nel turismo



Aeroporto di Zurigo

I minori costi aerei apriranno nuovi mercati di provenienza al turismo svizzero.

Il nuovo rifugio del Monte Rosa: architettura modernissima e sostenibilità esemplare a 2883 metri sul livello del mare.



CAS



FLYER Biketec AG

Il rapido sviluppo tecnologico aumenta anche la spinta all'innovazione per il settore del turismo.

zione delle barriere all'entrata sul mercato, con una conseguente intensificazione della concorrenza. La sfida che l'economia turistica si trova ad affrontare è quella di sfruttare sistematicamente in futuro queste nuove possibilità tecniche.

Nuove offerte nel traffico viaggiatori

Anche l'evoluzione della tecnologia aeronautica segnerà in modo importante il futuro del turismo. Con i nuovi aerei a

fusoliera larga è possibile ridurre sensibilmente il consumo di combustibile e i costi dei viaggi a lungo raggio. La pressione concorrenziale dunque aumenterà e allo stesso tempo si apriranno per il turismo svizzero nuovi mercati con un notevole potenziale di sviluppo. Nel trasporto individuale, invece, acquisteranno maggiore importanza le tecnologie rispettose dell'ambiente e i nuovi sistemi di mobilità, ad esempio le bici o le auto elettriche. Gli

operatori turistici avranno così a disposizione nuove possibilità per configurare le proprie offerte e potranno accedere a nuovi target di clientela.

Elevati investimenti nelle infrastrutture

Il settore alberghiero e gastronomico investe ogni anno oltre un miliardo di franchi in interventi edilizi e la tendenza è in aumento. Per i gestori delle funivie la sostituzione dei vecchi impianti con funivie tecnicamente migliori, più efficienti e confortevoli rappresenta la principale voce di spesa, con investimenti annui pari a circa 400 milioni di franchi. Investimenti di questa portata hanno ripercussioni che vanno oltre il settore del turismo. La qualità delle infrastrutture, infatti, è determinante per l'attrattiva dell'offerta turistica e influenza in modo decisivo l'efficienza energetica e delle risorse.

Cogliere al volo le opportunità

Il rapido sviluppo tecnologico aumenta anche la spinta all'innovazione per il settore del turismo. Per garantire la propria competitività a lungo termine, il turismo svizzero deve cogliere al volo le opportunità offerte dagli sviluppi tecnologici. In questo numero di insight vi presentiamo tre progetti sostenuti da Innotour, i cui promotori hanno affrontato con successo la sfida del progresso tecnologico: la rete di auto elettriche Alpmobil, la piattaforma turistica elettronica dei Grigioni e la banca dati audiovisiva per il settore del turismo svizzero. ■

Tecnologie dell'informazione e della comunicazione

«Gli operatori turistici sono chiamati in causa»

Le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione aprono agli operatori del settore turistico possibilità quasi illimitate di interagire con i potenziali clienti. Chi sa servirsene in modo professionale acquisisce un vantaggio competitivo non indifferente. Il professor Roland Schegg dell'Istituto per il turismo della Scuola universitaria professionale della Svizzera occidentale di Sierre nel Vallese sa cos'è importante per il turismo digitale.

Che importanza ha oggi Internet come mezzo d'informazione e di prenotazione nel mercato del turismo?

Già oggi circa il 40 per cento della popolazione svizzera prenota viaggi in Internet. Gli alberghi svizzeri ricevono più del 50 per cento delle prenotazioni tramite canali elettronici: dalla semplice prenotazione per mail al modulo web tramite i sistemi di distribuzione globali, dai portali turistici on-line alla prenotazione diretta in tempo reale con verifica della disponibilità e gestione del pagamento. Stimiamo che nel 2010 l'industria alberghiera svizzera abbia generato un fatturato di circa 850 milioni di franchi tramite i canali di prenotazione on-line e che siano stati pagati circa 90 milioni di franchi di commissioni alle piattaforme turistiche on-line. Siamo certi che questa tendenza è destinata a con-



Professor Roland Schegg, Scuola universitaria professionale della Svizzera occidentale di Sierre nel Vallese

«Il cliente, che a casa passa più tempo allo smartphone, al tablet o al PC che a leggere libri o a guardare la televisione, non vi rinuncerà neppure in vacanza.»



Rilassanti vacanze in famiglia: prenotabili in Internet.

swiss-image.ch/Christian Perret

lidarsi. Operatori internazionali come Expedia, eBookers o booking.com investono massicciamente nelle tecnologie di prenotazione. Gli esperti parlano di investimenti dell'ordine di miliardi. Inoltre, anche Google si sta interessando sempre di più al mercato turistico on-line.

Come deve posizionarsi il turismo svizzero in questo contesto?

Il turismo svizzero deve sfruttare le possibilità attualmente esistenti sul mercato on-line e anticipare attivamente le tendenze nel settore del turismo digitale. Gli operatori turistici sono chiamati a perfezionare i propri siti web trasformandoli in centrali di prenotazione efficienti e servirsi in modo mirato delle possibilità offerte dai nuovi media per fidelizzare i clienti e sviluppare i prodotti e gli strumenti di marketing. È molto importante chiarire la ripartizione dei ruoli nel turismo svizzero

per evitare accavallamenti di competenze a livello locale, regionale e aziendale per quanto riguarda gli investimenti nei sistemi di vendita elettronici.

Quali sono, secondo Lei, gli sviluppi più significativi per il futuro del turismo digitale?

La disponibilità quasi illimitata delle informazioni (on-line) fa sì che i consumatori saranno coinvolti sempre di più e in modo sempre più interattivo nei processi commerciali. Allo stesso tempo, gli operatori turistici saranno sempre più strettamente connessi tra loro e i clienti sfrutteranno le più svariate fonti d'informazione: siti web di operatori e intermediari turistici, motori di ricerca, portali di valutazione e prenotazione, social network. Di conseguenza, comunicare con i vari target sarà sempre più difficile e la comunicazione diventerà più dinamica e meno trasparente. Il cliente, che a casa passa più tempo allo smartphone, al tablet o al PC che a leggere libri o a guardare la televisione, non vi rinuncerà neppure in vacanza. L'accesso (gratuito) a Internet nelle destinazioni turistiche diventerà quindi scontato per l'utente e l'uso competente dei nuovi media si tradurrà in un importante fattore competitivo per il turismo svizzero. ■

Alpmobil

Una simpatica utilitaria per 60 franchi al giorno.



Gästecenter Obergoms

Attrazione nelle Alpi svizzere: auto elettriche a noleggio

L'estate scorsa 60 auto elettriche modello Think City hanno fatto furore nelle regioni di Haslital e Goms. Residenti e turisti hanno potuto noleggiare una di queste elettromobili per soli 60 franchi al giorno nell'ambito di un progetto pilota. Anche utenti e promotori si sono dichiarati entusiasti del progetto, che ha riscosso molto successo, tanto che la rivista tedesca «travel one» gli ha addirittura conferito il premio di sostenibilità. Attualmente, nell'ambito di un progetto Innotour, un gruppo di esperti è stato incaricato di elaborare un piano d'attuazione per estendere l'offerta a tutta la regione del Gottardo.

La regione del Gottardo conta dieci passi alpini con innumerevoli percorsi escursionistici e numerose destinazioni turistiche di fama internazionale. L'obiettivo del progetto Alpmobil è di collegare fra loro questi percorsi e destinazioni in maniera accattivante e rispettosa dell'ambiente, valoriz-

zando così la regione a livello turistico e rendendola interamente accessibile con auto elettriche. Il traffico stradale diventerà così più ecologico e la rete dei trasporti meglio interconnessa.

Circa il 20 per cento della popolazione residente in Svizzera non possiede un'automobile; nei maggiori centri urbani dell'Altopiano la quota sale addirittura al 40 per cento. Con Alpmobil la regione del Gottardo si apre a questo gruppo target di turisti. Tuttavia, l'offerta è interessante anche per molti proprietari di automobili che possono testare le qualità delle elettromobili in un paesaggio suggestivo.

Una due posti aerodinamica

Il successo riscosso dal progetto pilota è anche dovuto all'attrattiva delle vetture utilizzate. La dinamica due posti Think City è il primo veicolo elettrico prodotto in serie in Europa dalla casa norvegese Think Global. Chi la guida per la prima volta solitamente resta sorpreso dalla sua ido-

neità all'uso quotidiano e dal suo temperamento brioso. La silenziosità del motore trasmette sensazioni di guida mai provate prima.

La carrozzeria della Think City è realizzata in materiale plastico riciclabile. La due posti è lunga 3 metri, pesa circa poco più di 900 chilogrammi e ha una potenza motrice di 17 chilowatt, che le permette di toccare velocità massime comprese fra i 100 e i 120 chilometri orari.

Mentre la batteria si svuota in salita, l'accumulatore la ricarica recuperando l'energia in discesa. In questo modo, la vettura ha un'autonomia di 120-160 chilometri, dopodiché deve essere nuovamente collegata alla presa di corrente. È possibile ricaricare la batteria nel giro di circa cinque ore, collegandola a qualsiasi presa di corrente domestica. Ovviamente la corrente, di cui ci si può rifornire in vari punti del progetto Alpmobil, proviene da energie rinnovabili prodotte nella regione (eolica, solare o idrica).

Alpmobil

Superate le aspettative

Il progetto pilota Alpmobil svoltosi nell'estate 2010 ha superato ogni aspettativa. 60 auto elettriche sono state date a noleggio ad albergatori, aziende di trasporto, enti turistici e imprese di approvvigionamento energetico, mentre 34 di queste sono state destinate al subnoleggio ai turisti. Complessivamente, le 60 auto sono state utilizzate all'incirca al 50 per cento. La massima priorità nel progetto Alpmobil è stata accordata alla sicurezza degli utenti. Durante l'intera fase pilota sono stati percorsi 250 000 chilometri senza incidenti e – ovviamente – senza emissioni, il che equivale a un risparmio di 45 tonnellate di CO₂. Oltre la metà dei clienti ha compilato un questionario di valutazione, assegnando al progetto voti eccellenti.

L'offerta deve essere ampliata

Il progetto Alpmobil è condotto e realizzato dal centro turistico di Obergoms. Nella fase pilota del 2010 il progetto si è esteso a Goms e all'Haslital. Quest'estate i promotori vogliono allestire punti di autonoleggio anche nelle regioni di Brigavis, Interlaken, Andermatt, Leventina e Sedrun-Disentis, mentre a medio termine è senz'altro ipotizzabile la messa a disposizione a scelta, nella regione del Gottardo, anche di auto elettriche familiari e di modelli elettrici più sportivi.

Con il progetto Alpmobil la regione del Gottardo ha assunto un ruolo di pioniere, promuovendo la mobilità ecologica e creando un interessante valore aggiunto per la propria offerta turistica. ■

Con Alpmobil si viaggia all'insegna dell'ecologia, della flessibilità e senza emissioni acustiche nel paesaggio idilliaco.



Gästecenter Obergoms

Le vetture elettriche hanno un'autonomia di 120-160 chilometri.



Gästecenter Obergoms

Panorama

Atout Innotour: Alpmobil colma una lacuna in una regione di montagna scarsamente collegata con i mezzi pubblici e nel contempo apre grandi potenziali al turismo.

Durata del progetto (studio): da gennaio a giugno 2011

Contatto: Gästecenter Obergoms, Im Kehr, 3985 Münster, T +41 27 974 68 68, www.obergoms.ch

Durante l'intera fase pilota sono stati percorsi 250 000 chilometri senza incidenti e – ovviamente – senza emissioni.

Tecnologie dell'informazione e della comunicazione

La piattaforma elettronica rafforza la regione turistica dei Grigioni



Vacanze nei Grigioni

Con un modulo di eTicketing le organizzazioni delle destinazioni turistiche possono vendere i biglietti ferroviari sui propri siti web.

Con la piattaforma elettronica dei Grigioni i responsabili del turismo del Cantone intendono rafforzare in modo sostenibile la competitività internazionale. La piattaforma elettronica dei Grigioni assicura agli operatori turistici (alberghi, locatori di appartamenti di vacanza, impianti di risalita) il collegamento ai principali canali di vendita internazionali come, ad esempio, la tedesca TUI o i portali alberghieri booking.com ed expedia.com.

Per molti operatori turistici locali la cooperazione con i principali canali di vendita è talvolta onerosa e complicata. Ad esempio, devono solitamente cedere contingenti fissi ai classici tour operator nei mercati esteri, il che rappresenta per molti una richiesta indesiderata se non addirittura

impossibile da esaudire in alta stagione. Nei canali di vendita via Internet i contingenti normalmente non sono fissi, ma devono essere continuamente aggiornati dagli operatori turistici nei vari sistemi: una procedura non solo macchinosa ma anche suscettibile di errori. Praticamente tutti gli operatori cooperano invece in modo più o meno semplice con le organizzazioni delle destinazioni turistiche, come ad esempio «Davos Klosters» o «Flims Laax Falera». Ed è proprio qui che entra in gioco la piattaforma elettronica dei Grigioni. Gli albergatori e i locatori di appartamenti aggiorneranno i propri contingenti una volta sola tramite l'organizzazione della destinazione. La piattaforma elettronica provvederà quindi all'ulteriore diffusione presso i canali di vendita.

Le organizzazioni delle destinazioni turistiche vengono rafforzate

In tal modo, la piattaforma elettronica rafforza in modo intelligente il ruolo delle organizzazioni delle destinazioni turistiche. Queste ultime, infatti, non sono solo a stretto contatto con gli operatori turistici, ma sanno anche meglio come sviluppare, naturalmente in stretta collaborazione con gli operatori, prodotti in linea con le esigenze del mercato e presentarli in modo tale che i potenziali ospiti possano prenotarli facilmente e comodamente. Tali prodotti comprendono ad esempio offerte di alloggio, escursioni, ski-pass o offerte tutto compreso come le settimane tematiche.

Il leader dei tour operator tedeschi come partner principale

I responsabili del turismo nei Grigioni hanno trovato nella TUI Deutschland GmbH, che oltre al marchio principale TUI possiede numerosi altri marchi come 1-2-Fly, airtours o L'tur, un importante partner di vendita strategico per la piattaforma elettronica. I Grigioni sono la prima regione

I Grigioni sono la prima regione alpina che è riuscita a instaurare un partenariato di questo tipo con il tour operator leader in Germania.

Tecnologie dell'informazione e della comunicazione



Vacanze in famiglia ...



... o sportive: grazie alla nuova piattaforma turistica elettronica i Grigioni attirano nuovi turisti.

alpina che è riuscita a instaurare un partenariato di questo tipo con il tour operator leader in Germania. Un'interfaccia tra la piattaforma elettronica e il sistema di prenotazione TUI permette a tutti gli addetti delle agenzie di viaggi TUI di accedere dal proprio sistema direttamente alle offerte degli operatori turistici grigionesi. Una vera e propria situazione win-win, in cui i

due partner concentrano il proprio know-how in una potente unità di commercializzazione. Le agenzie di viaggi acquisiscono così un'offerta molto variegata, ulteriori competenze nella consulenza e nuove opportunità di vendita. Le destinazioni e gli operatori turistici grigionesi, invece, si assicurano l'accesso a una struttura distributiva ottimamente avviata che com-

prende una rete di circa 10 000 agenzie di viaggi.

Nell'ambito della piattaforma elettronica, la società di gestione Graubünden eTourism GmbH ha inoltre sviluppato altri prodotti interessanti. Nel sottoprogetto «Tourismus-Typo3» sono nati, ad esempio, vari moduli funzionali per il sistema di gestione dei contenuti Typo3. Si tratta di un programma open source – ossia liberamente accessibile e gratuito – particolarmente indicato per gli operatori turistici e le organizzazioni delle destinazioni che vogliono gestire al meglio i propri siti web, con i moduli aggiuntivi in particolar modo per gli operatori turistici.

Titoli di viaggio disponibili alla reception dell'albergo

Il modulo di eTicketing, ovvero di bigliettazione elettronica, è un ulteriore prodotto nato nell'ambito della piattaforma elettronica dei Grigioni che consente la vendita di titoli di viaggio per il trasporto pubblico e con il quale gli ospiti possono prenotare i viaggi di andata e ritorno dai Grigioni. Le organizzazioni delle destinazioni turistiche hanno la possibilità di integrare l'eTicketing nel proprio sito web, come soluzione a sé stante oppure tramite un'interfaccia, anche all'interno di un negozio on-line già esistente. Gli alberghi possono rendere disponibile ai propri ospiti l'offerta con un'interfaccia web presso la reception.

Web TV grigionese

Come spin-off della piattaforma elettronica dei Grigioni i partner del progetto, ovvero la Ferrovia retica, la Scuola superiore per la tecnica e l'economia (SSTE) di Coira, il gruppo editoriale Südostschweiz Medien-gruppe e l'organizzazione Graubünden Ferien hanno dato vita a «graubündenTV.com», una piattaforma web per la gestione, la distribuzione e la pubblicazione di contenuti audiovisivi. ■

Panorama

Atout Innotour: con la piattaforma di vendita integrata il Canton Grigioni riesce ad attirare nuovi turisti.

Durata del progetto: dal 2008 al 2010

Contatto: Graubünden Ferien, Alexanderstrasse 24, 7001 Coira, T +41 81 254 24 24, www.graubuenden.ch

SwissVideoLibrary

Filmati turistici da scaricare

Le destinazioni turistiche svizzere si posizionano sul mercato internazionale all'insegna della modernità, presentandosi con filmati turistici. Gli utenti potranno trovare rapidamente e comodamente i video desiderati all'interno di un archivio elettronico con un semplice clic del mouse.

Tramite il portale SwissVideoLibrary gli operatori mediatici di tutto il mondo hanno accesso al materiale audiovisivo turistico della Svizzera. La ricerca è semplicissima: basta digitare un termine di ricerca e in un baleno la sequenza video desiderata è pronta per essere scaricata in qualsiasi formato. Che si trovino a Nuova Delhi o a Tokyo poco importa, le truppe

telesive internazionali potranno usare l'interessante materiale audiovisivo per i loro servizi sulla Svizzera.

L'archivio gestito da Svizzera Turismo crea però nuove opportunità anche per il settore del turismo locale. «Solo poche destinazioni turistiche svizzere sfruttano appieno le possibilità offerte dagli applicativi per il web, i tablet o gli smartphone», afferma Rafael Enzler, responsabile marketing di Svizzera Turismo. Dalla scorsa primavera anche i rappresentanti delle destinazioni turistiche svizzere possono accedere a questa banca dati audiovisiva comoda e funzionale.



di un browser e pochi clic all'interno dell'applicativo web amichevole di Svizzera Turismo.

Panorama

Atout Innotour: una banca dati audiovisiva agevola l'uso di video turistici.

Durata del progetto: de 2009 al 2011

Contatto: Svizzera Turismo, Tödistrasse 7, 8027 Zurigo, T +41 44 288 12 63, www.swissvideolibrary.ch

Le nuove tecnologie facilitano il download

La SwissVideoLibrary si basa sul principio del cloud computing, ossia la memorizzazione decentralizzata dei dati su computer distribuiti in tutto il mondo. Mentre ancora qualche anno fa il montaggio e la conversione di contenuti video richiedeva interi giorni, oggi le due operazioni si possono fare con estrema rapidità. Bastano

Presentazione accattivante delle destinazioni

Parallelamente alla creazione dell'archivio elettronico, Svizzera Turismo ha sistematicamente registrato filmati sulla Svizzera e li ha caricati nella banca dati. Nell'ambito di un'iniziativa sostenuta da Innotour, Svizzera Turismo promuove le destinazioni turistiche anche con la realizzazione di interessanti cortometraggi. ■

Innotour: aggiornamento giugno 2011

Contatto

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

Capo del programma

Davide Codoni,
Supplente Capo
Settore Turismo



Contatto

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

Ulteriori informazioni

www.inno-tour.ch

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, Herrenschwand; versione italiana: Marina Graham, Gümligen; versione francese: Félix Glutz, Montreux; tipografia: Ast & Fischer AG, Wabern; tiratura: 1650 copie.

Innotour III : esempi di progetti

- e-valais, Valais tourisme, www.valais.ch
- hoteljob.ch – la piattaforma per la formazione e l'impiego nell'industria alberghiera, della gastronomia e del turismo, htr [hotel revue](http://hotelrevue), www.hoteljob.ch, www.htr.ch
- Management energetico, Funivie Svizzere FUS, www.seilbahnen.org
- «Mediateca Svizzera», Svizzera Turismo, www.myswitzerland.com
- Monitor BAK delle destinazioni, BAK Basel Economics, www.bakbasel.ch
- Organizzazione per il destination-management (DMO) e piattaforma Internet, Tourismusverband Kanton Schwyz, www.schwyz-wirtschaft.ch
- Piattaforma elettronica per il turismo del Canton Grigioni, Dipartimento dell'economia pubblica e socialità Grigioni, www.dvs.gr.ch, www.graubuenden.ch (cfr. pag. 6)
- Progetto pilota Alpmobil: le auto elettriche quale opportunità per il turismo nelle Alpi svizzere, Gästecenter Obergoms, www.alpmobil.ch (cfr. pag. 4)
- Rafforzamento della competitività di oltre 150 piccole e piccolissime strutture alberghiere, Swiss Budget Hotels, www.swissbudgethotels.ch
- Strumento Internet per lo sviluppo dell'offerta rivolta ai turisti amanti della natura, [sanu/bildung für nachhaltige entwicklung](http://sanu/bildung_für_nachhaltige_entwicklung), www.sanu.ch
- TicinoInfo III, TicinoInfo SA, www.ticino-info.ch
- Turismo e innovazione in Argovia, Aargau Tourismus, www.aargautourismus.ch
- UNESCO Destinazione svizzera, Patrimonio mondiale dell'UNESCO: Alpi svizzere Jungfrau-Aletsch, www.jungfrau-aletsch.ch