

Ticino Turismo si rivolge oltre San Gottardo: "Pronti ad accogliervi"

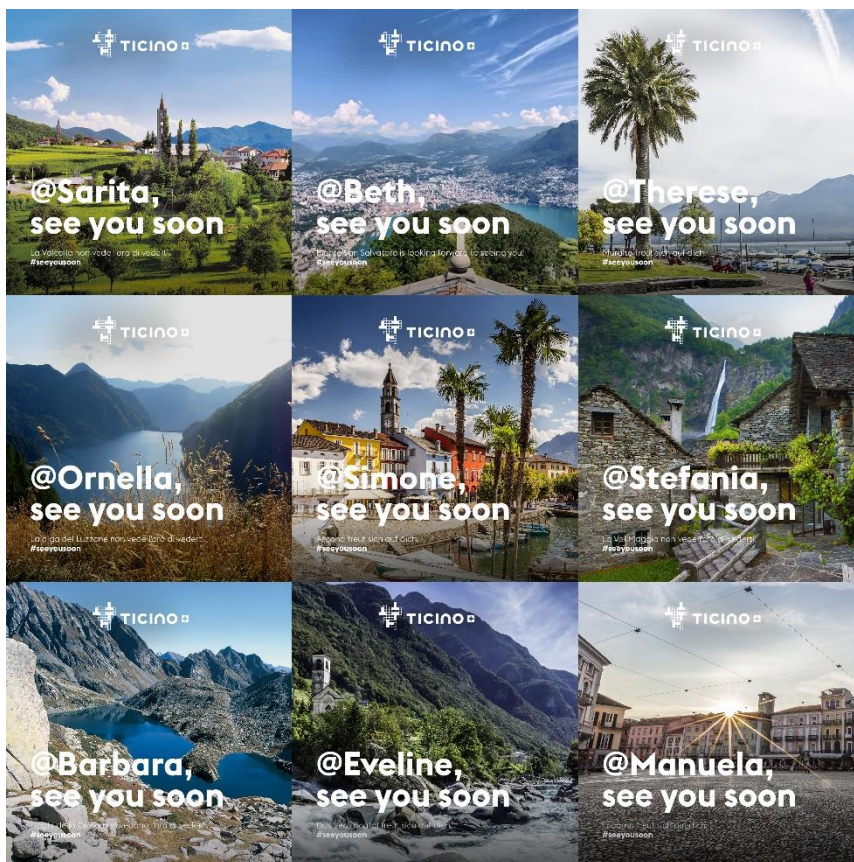
È stata lanciata ufficialmente oggi 18 maggio 2020 una campagna marketing rivolta ai potenziali visitatori della Svizzera tedesca e francese. Alcune attività prevedono il coinvolgimento diretto dei turisti che già conoscono e amano il Ticino e diventeranno ambasciatori. A inizio giugno inizierà il vero e proprio rilancio. "Siamo la destinazione più "esotica" della Svizzera e sarà questa la nostra forza", sottolinea il direttore Angelo Trotta.

Il settore turistico ticinese è pronto ad accogliere i suoi ospiti. Dopo l'apertura di alberghi e strutture ricettive lo scorso 4 maggio seguita da quella, una settimana più tardi, di ristoranti, negozi e musei, è stata lanciata

ufficialmente oggi una campagna marketing rivolta agli ospiti della Svizzera tedesca e francese. Un video dal contenuto fortemente evocativo è già stato pubblicato nei giorni scorsi attraverso i canali ufficiali di Ticino Turismo. Il breve filmato mostra un'alba osservata da un suggestivo punto panoramico sopra il lago Maggiore: il simbolo di un nuovo inizio e della "ripartenza" dopo oltre due mesi di chiusura forzata a causa dell'emergenza sanitaria.

Tre fasi - La strategia di Ticino Turismo è suddivisa in tre fasi: crisi, ripristino e rilancio. La fine della prima fase è coincisa con la riapertura delle strutture ricettive e degli esercizi pubblici. "Il periodo pasquale e le settimane successive sono state davvero difficili e delicate – commenta Angelo Trotta, direttore di Ticino Turismo -. Abbiamo dovuto dare seguito agli appelli delle autorità e rivolgere l'invito ai nostri ospiti di rimanere a casa. Adesso però è giunto il momento di ripartire con la speranza che, dopo qualche settimana di "rodaggio", il vero e proprio rilancio possa avvenire dall'8 giugno con la riapertura di tutta l'infrastruttura turistica". Vista l'incertezza sui mercati internazionali dettata dalla crisi sanitaria, gli sforzi nei prossimi mesi saranno focalizzati sul mercato interno e su quello locale con la grande campagna di rilancio "Vivi il tuo Ticino" presentata la settimana scorsa in collaborazione con il Dipartimento delle finanze e dell'economia e Banca Stato.

Il ripristino – Caratterizzata dallo slogan "#seeyousoon" ("Ci vediamo presto") e dal lancio di un nuovo video, la fase di ripristino farà leva sui luoghi preferiti di chi già conosce e ama il Sud delle Alpi. "Nelle settimane di crisi siamo stati sommersi da fotografie e contenuti generati dagli stessi utenti che, attraverso i Social Media, condividevano i luoghi ticinesi di cui sentivano la mancanza – spiega Angelo Trotta -. Per questo motivo abbiamo pensato di valorizzare questo materiale, creando dei saluti personalizzati che rivolgeremo ai nostri contatti. Loro stessi potranno utilizzare questo formato per interagire con i loro amici". La campagna prevede l'impiego combinato di vari strumenti di comunicazione (collaborazioni



mediatiche, cartellonistica, campagne social media), sia tradizionali che digitali. Un elemento importante sarà la collaborazione con una quarantina di alberghi che offriranno pacchetti con tariffe agevolate.

Il rilancio – Anche la terza fase, con lo slogan “#welcomeback” (“#Benvenuti”), sarà caratterizzata dal lancio di un novo video e dall’utilizzo di vari strumenti di comunicazione. Il messaggio principale sarà “Exotik liegt so nah” (“L’esotismo è così vicino”). “Siamo il Cantone più mediterraneo e “esotico” della Svizzera – rileva Angelo Trotta –. Proprio per questo insisteremo sul fatto che non vi è la necessità andare lontano per raggiungere mete incantevoli e che si discostano dai cliché a cui viene spesso accostato il nostro Paese”. Al centro delle attività marketing vi saranno immagini suggestive e sorprendenti di scorci ticinesi che ricordano le caratteristiche di mete lontane. Anche in questa fase sono previsti pacchetti soggiorno con offerte speciali in collaborazione con gli alberghi, mentre le proposte (“ispirazioni” di viaggio) saranno volte a promuovere in particolare le attività all’aria aperta (luoghi energetici, escursionismo, bike tour) con vari consigli per viaggiare in sicurezza.

Collaborazione con Svizzera Turismo (ST) – All’inizio del mese di giugno l’ente nazionale lancerà una campagna che vedrà coinvolte tutte le destinazioni svizzere. Il direttore Martin Nydegger, ospite alla web conference organizzata oggi da Ticino Turismo, ha riassunto gli obiettivi principali della campagna e spiegato quali saranno le specificità legate alla promozione del Cantone a Sud delle Alpi. “Il nostro piano di rilancio avverrà sotto lo slogan “We need Switzerland” (“Abbiamo bisogno di Svizzera”). Mostrerà agli svizzeri tutte le sfaccettature della variegata offerta ticinese, dalle rive dei laghi con la loro atmosfera mediterranea agli splendidi paesaggi tipici del Sud delle Alpi”. A livello nazionale verranno rafforzate tutte le misure di promozione annunciate oggi da Ticino Turismo e, successivamente, ci si rivolgerà ai mercati internazionali. Ci si concentrerà anche su aspetti come la sicurezza, la pulizia e l’igiene, che sono elementi inseparabili dell’immagine della Svizzera e che attualmente sono estremamente importanti. “Nell’ambito di questo pacchetto di stimolo per il turismo svizzero, la Confederazione investirà 40 milioni di franchi per il 2020 e il 2021. La metà sarà utilizzata da Svizzera Turismo e l’altra metà sarà messa a disposizione dei suoi partner - tra cui Ticino Turismo - sotto forma di crediti d’investimento per le campagne internazionali”.