

Il Canton Ticino visto dagli altri

RASSEGNA STAMPA

Lugano, 30 maggio 2007



Il Canton Ticino visto dagli altri

Rassegna Stampa

INDICE

Carta stampata

Corriere del Ticino del 31.05.07	Pag. 3
Giornale del popolo del 31.05.07	Pag. 6
LaRegione del 31.05.07	Pag. 8
Hotel Revue del 07.06.07	Pag. 10
Tessiner Zeitung del 01.06.07	Pag. 12
Ristora Magazine del 09.07	Pag. 16
Tages Anzeiger del 31.05.07	Pag. 18
Coop - cooperazione	Pag. 20

Pubblicazioni online

Swissinfo.ch	Pag. 21
Ticinonline.ch	Pag. 24
SDA+ATS	Pag. 25
GastroTicino	Pag. 26

Trasmissioni Radiofoniche

RTSI - Rete1, Modem	Pag. 27
RTSI, Rete 1, T.I.P.I.	Pag. 27

Passaggi televisivi

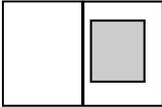
TSI, Il quotidiano	Pag. 27
--------------------	---------

CORRIERE DEL TICINO

Informazioni sulla testata

Titolo	Corriere del Ticino
Indirizzo	6933 Muzzano
Tiratura	39325
Lingua	IT

Informazioni sull'articolo

Pagina	13	Posizione sulla pagina
Grafica	BN	
Data	31.05.07	
Formato	A3	

Il Ticino turistico visto da fuori

Studio sull'immagine del Cantone in 12 guide internazionali

Efficienza tutta Svizzera in salsa tipicamente italiana, su un letto di natura, paesaggi e clima invidiabili. Così descrivono il Ticino le 14 guide turistiche oggetto dello studio condotto dall'USI per conto di Hôtellerie Suisse

■ Così svizzero, ma così diverso dalla Svizzera. È questa l'immagine dicotomica del Ticino che traspare dalla ricerca condotta da **Claudio Visentin**, docente della Facoltà di Scienze della comunicazione all'Università della Svizzera italiana, su commissione della sezione luganese di Hôtellerie Suisse, l'associazione svizzera degli albergatori. Ricerca che ha appunto analizzato l'immagine del Canton Ticino riportata in dodici guide turistiche internazionali dedicate alla Svizzera: una italiana (Touring Club), una francese (Guide du routard), quattro tedesche (Badeker, Marco Polo, ADAC e Polyglott), due inglesi (Dorling Kindersley e Rough Guide), tre statunitensi (Frommer's, Fodor's e Let's go) ed una australiana (Lonely Planet). Analizzate inoltre anche due guide cosiddette di scenario, cioè che raccolgono una serie di informazioni pratiche per chi dovesse scegliere la Svizzera quale luogo di vita. Le conclusioni del lavoro di Visentin sono state presentate ieri nell'aula magna dell'USI a Lugano, alla presenza, tra gli altri, del presidente di Hôtellerie Suisse Lugano **Claudio Tavazzani** e del presidente dell'Università **Piero Martinoli**. Ebbene, tutte le guide riportano parole di elogio per la nostra regione. Ma per trovarle, queste parole, spesso e volentieri bisogna cercare negli ultimi capitoli. «Il Ticino ha una collocazione accettabile - ha spiegato il ricercatore - ma non soddisfacente». Solo la guida del Touring Club italiano, per evidenti motivi linguistici e culturali, colloca il Ticino nel primo capitolo:

in quelle tedesche il nostro Cantone si trova in posizione centrale, mentre in quelle anglosassoni è inesorabilmente in fondo. «Il Ticino nel viaggio attraverso la Svizzera - ha aggiunto Visentin - è inoltre poco presente nella parte introduttiva e nelle proposte di itinerari». A giudizio del docente dell'USI, è poi eccessivamente forte l'immagine di un Ticino nettamente staccato dal resto della Svizzera. Parecchie, guide, cioè, insistono molto sull'italianità del nostro Cantone, pur riconoscendogli un'efficienza tutta svizzera. «Soprattutto le guide tedesche - aggiunge ancora Visentin - insistono troppo sulle peculiarità naturalistiche e climatiche del Ticino: spesso e volentieri il nostro Cantone è descritto unicamente quale giardino della Confederazione, mentre altre sue ricchezze architettoniche e culturali vengono lasciate solo sullo sfondo, se non addirittura dimenticate». Nessuna sorpresa, o quasi, per quanto riguarda le località e le regioni, con Lugano, Locarno, Ascona e le valli del Locarnese citate da tutte le guide. Meno attenzione è invece prestata a Bellinzona ed all'intera area del Mendrisiotto. Insomma, il quadro generale appare soddisfacente: l'offerta turistica è descritta come completa e qualificata, ma l'invito di Visentin agli operatori tici-



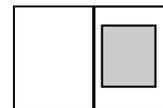
CORRIERE DEL TICINO

Informazioni sulla testata

Titolo Corriere del Ticino
Indirizzo 6933 Muzzano
Tiratura 39325
Lingua IT

Informazioni sull'articolo

Pagina 13 **Posizione sulla pagina**
Grafica BN
Data 31.05.07
Formato A3

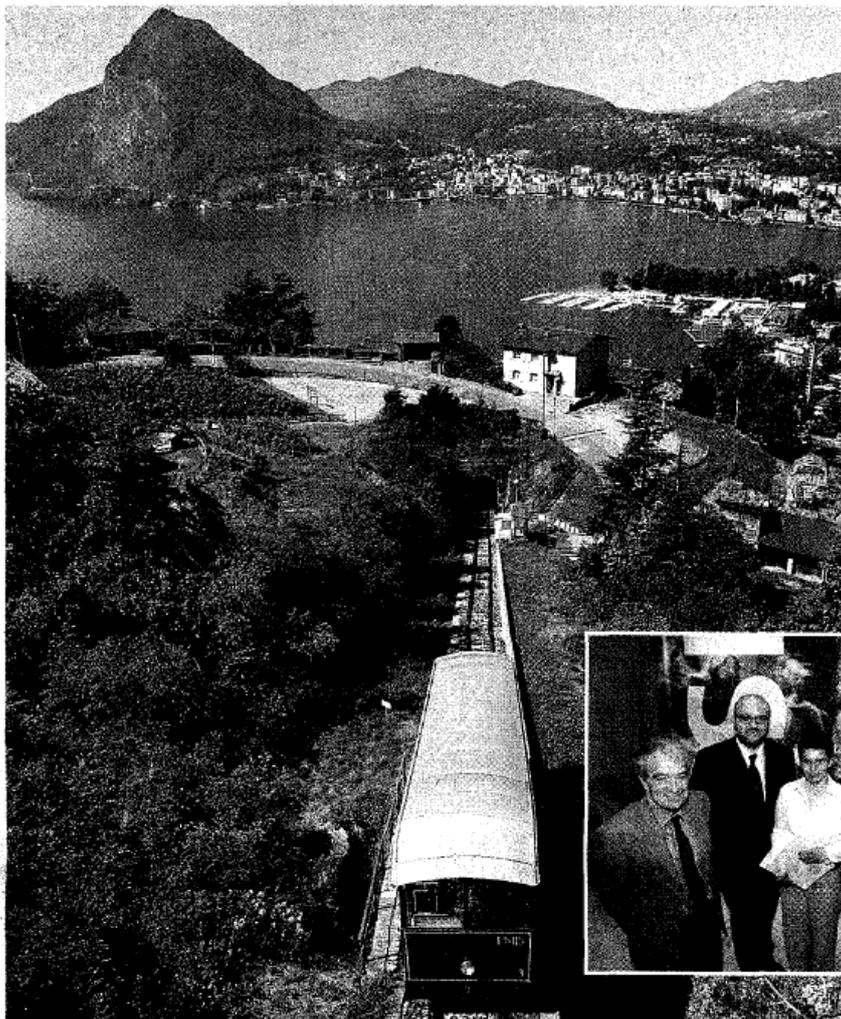


nesi del settore è quello di mantenere uno stretto contatto con gli editori delle guide così da poter mantenere e costantemente migliorare l'immagine del Ticino che propongono. Un'immagine che non può che rallegrare chi opera al fronte. «Lo studio conferma la vocazione turistica del nostro Cantone» ha osservato **Michela Fiscalini**, PR & Communication Manager di Ticino Turismo, che ha aggiunto. «In molte guide siamo collocati negli ulti-

mi capitoli? Beh credo che questo sia chiaramente un problema di prossimità. Per quanto riguarda invece l'immagine di regione staccata dalla Svizzera giudicata eccessiva da Visentin, ritengo che ciò rispecchi né più né meno la realtà. E questo è positivo per vendere il prodotto Ticino sui mercati di prossimità, mentre può essere controproducente per i mercati lontani. Vi è infatti il rischio che un turista ritenga di poter visitare la Svizzera anche senza passare per il Ticino, se il nostro Cantone

è descritto esclusivamente come un angolo di Italia inserito nella Confederazione». Più categorico **Rico Maggi**, responsabile del Master in International Tourism dell'USI: «Le guide internazionali insistono troppo sull'italianità del Ticino, sul suo clima mite e sulle sue bellezze naturali? E ci mancherebbe altro. Sono appunto questi i punti di forza della nostra destinazione turistica».

Spartaco De Bernardi



La somiglianza tra San Salvatore e Pan di Zuccher, spinge alcune guide a definire Lugano come «La Rio del vecchio mondo». Sotto, da sinistra: Piero Martinoli, Claudio Visentin, Michela Fiscalini e Claudio Tavazzani. (fotogonnella e Ti-Press/Galli)



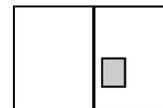
CORRIERE DEL TICINO

Informazioni sulla testata

Titolo Corriere del Ticino
Indirizzo 6933 Muzzano
Tiratura 39325
Lingua IT

Informazioni sull'articolo

Pagina 13 **Posizione sulla pagina**
Grafica BN
Data 31.05.07
Formato A3



LE FRASI AD EFFETTO SUL TICINO

■ «Bello. Molto, molto bello. Non abbiate paura della ridondanza: il Ticino è senza dubbio un Cantone splendido»: La Guide du Routard.



■ «Il Cantone di lingua italiana è radicalmente diverso dal resto della Svizzera in tutti i suoi aspetti: cultura, cibo, architettura, comportamento e ... stile di guida»: Rough Guide.

■ «La Sonnenstube della Svizzera. Ai piedi di vette innevate si stagliano gli stupendi panorami dei laghi Maggiore e di Lugano, preludio ad una delle più attrattive culture mitteleuropee. Qui si combinano la correttezza e precisione svizzera con lo stile di vi-

ta italiano e un clima pressoché mediterraneo»: ADAC.

■ Il Ticino, accoccolato ai piedi delle Alpi, è rinomato per il suo mix di efficienza e dolce vita italiana. Non per nulla il resto della Svizzera vi trascorre le vacanze»: Let's Go.

■ «Clima italiano. Stile di vita italiano. E non si dimentichi il gelato italiano, la pizza italiana, l'architettura italiana, la lingua italiana. Ma attenzione: non siamo a Roma, Firenze o Napoli. No, è la Svizzera di cui Heide non ha mai parlato»: Lonely Planet.

■ «Difficile non sentirsi a casa, nel Ticino»: Touring Club Italiano.

■ «Questo ampio Cantone che si estende su ampie colline a sud delle Alpi è di lingua italiana e a maggioranza cattolica, con uno stile di vita molto più rilassata rispetto al resto della Svizzera»: Doring Kindersley.

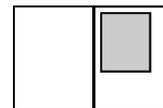


Informazioni sulla testata

Titolo Giornale del Popolo
Indirizzo 6903 Lugano
Tiratura 19252
Lingua IT

Informazioni sull'articolo

Pagina 2 **Posizione sulla pagina**
Grafica B/N
Data 31.05.07
Formato A3



USI Uno studio sulle guide turistiche che parlano del Cantone

Il Ticino visto dagli altri è bello ma può migliorare

Il giudizio complessivo è buono ma secondo il prof. Claudio Visentin ci sono aspetti da pubblicizzare in modo più efficace: i siti Unesco, Hermann Hesse e regioni come il Mendrisiotto.

di **NICOLA MAZZI**

È uno strumento indispensabile per i turisti e permette di orientarsi al meglio in un territorio sconosciuto. La guida turistica – che alcuni davano per spacciata a causa dell'arrivo di internet – ha invece un mercato in piena espansione. È perciò molto utile per gli operatori turistici, ma non solo, capire e analizzare come viene descritto un determinato luogo. E se a fare un'operazione del genere è il prof. **Claudio Visentin** (docente alla Facoltà di scienze della comunicazione dell'USI) su commissione di Hotellerie-Suisse Lugano, è naturale che l'oggetto in analisi sia il Ticino. Come viene proposto all'estero il Cantone? Su quali immagini, idee, stereotipi si fonda la sua identità? Di quali informazioni dispongono i turisti che usano le guide che parlano del Ticino? È a queste domande che ha cercato di rispondere lo studio di Visentin presentato ieri mattina all'USI. Una ricerca introdotta dal presidente dell'USI **Piero Martinoli** e dal presi-

dente di Hotellerie-Suisse Lugano **Claudio Tavazzani** che si sono soffermati sull'originalità di un approccio che ha però anche solide fondamenta scientifiche. Infatti, come ha spiegato Visentin, l'analisi si basa su un metodo qualitativo (come e cosa si dice del Cantone) e su quello quantitativo (le pagine dedicate al sud delle Alpi), ed è stata eseguita su 12 guide internazionali e 2 guide di scenario. Una prima e immediata evidenza è la copertina di queste guide. Sette di esse hanno una foto del Cervino e in altre tre sono raffigurate delle montagne. Un aspetto che già evidenzia una leggera discrepanza tra il Ticino e il resto del Paese. Un secondo punto, rimanendo a livello nazionale, è il giudizio fortemente positivo che esce dalla Svizzera. Soprattutto è apprezzata la complessità e la varietà di cose da fare e vedere concentrate in un piccolo ma organizzato territorio. Focalizzando l'attenzione sul Ticino sono diversi gli aspetti stuzzicanti che emergono. Innanzitutto la collocazione all'interno della guida. Spesso in quelle inglesi il Ticino si trova solo nelle ultime pagine, vicino al Liechtenstein. Ed è poco presente nelle introduzioni generali e negli itinerari. Scarso risalto è dato ai diversi musei presenti sul territorio, e – specialmente nelle guide tedesche –, il Cantone è dipinto come una Sonnenstube. Altre guide invece lo sfiorano solo mettendone in evidenza specialmente i due siti dell'Unesco. Entrando nel merito dei giudizi, che in generale sono molto positivi, c'è la tentazione di considerare il Ticino una regione a parte dal resto del Paese, sia per la lingua, sia per la collocazione e geografica. E secondo Visentin è qui evidente una

seconda asincronia con la Svizzera. I servizi turistici (ristorazione, alloggio e divertimenti) sono promossi a pieni voti. Ma per i trasporti è evidenziato il fatto che i collegamenti tra valli e città sono spesso difficili. Tre i centri turistici messi in evidenza: Locarno, Ascona e Lugano. Trascurata la capitale (accennata solo per i castelli). Mentre Mendrisio è dimenticata da alcuni ed elogiata da altri. Grande attenzione è invece posta sulle valli (in particolare per Maggia e Verzasca). Un'analisi dalla quale, secondo Visentin, è possibile far emergere alcune questioni ancora aperte per migliorare il turismo. «Non si fa abbastanza per far conoscere i siti Unesco (due sui sei siti nazionali sono in Ticino). La figura del "ticinese" Hermann Hesse (riportata in tutte le guide) non è valorizzata abbastanza. Manca la cultura dei bed and breakfast. Alcune zone (Mendrisiotto su tutte) non sono prese molto in considerazione. Detto ciò – suggerisce lo studioso – forse sarebbe utile stabilire un rapporto diretto con gli editori delle guide». «Uno studio che è un ottimo punto di partenza – ha affermato **Michela Fiscali** di TicinoTurismo. Occorre però precisare che la diversità, l'unicità del

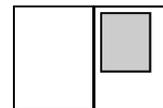


Informazioni sulla testata

Titolo Giornale del Popolo
Indirizzo 6903 Lugano
Tiratura 19252
Lingua IT

Informazioni sull'articolo

Pagina 2 **Posizione sulla pagina**
Grafica B/N
Data 31.05.07
Formato A3



Ticino, può essere vista **non** come un punto debole, ma come **un** punto di forza. E questo aspetto, dai mercati vicini (Germania e Italia su tutti), è molto apprezzato. Mentre nei mercati più lontani è più difficile farei conoscere in quanto è problematico entrare nei tour internazionali». Più prudente sull'abbandono dei cliché si è dimostrato **Rico Maggi** (responsabile del master in international tourism dell'USI). Secondo lui «non bisogna buttare dei brand come il Cervino o il sole. Piuttosto si deve saperli **usarli meglio**».



Da sinistra Martinoli, Visentin, Fiscalini, Maggi e Tavazzani. (foto Ti-Press)

laRegioneTicino

Informazioni sulla testata

Titolo	LaRegioneTicino
Indirizzo	6500 Bellinzona
Tiratura	35090
Lingua	IT

Informazioni sull'articolo

Pagina	4	Posizione sulla pagina
Grafica	BN	
Data	31.05.07	
Formato	A3	

Tranquilli, siamo ancora la Sonnenstube

Lo conferma una ricerca sulle guide estere commissionata all'Usi dagli albergatori luganesi

Si parla di meteo, ma anche di cultura e di cibo nelle guide turistiche riferite al Ticino. Un'immagine di "Sonnenstube" che tiene dunque ancora duro nell'immaginario del turista medio di tutto il mondo. C'è la lingua italiana e Mario Botta, mancano il Fox Town e gli spazi ricreativi per i più giovani. Si può quindi sorridere ma anche riflettere nel leggere i risultati della ricerca, commissionata da Hôtellerie Suisse Lugano, in merito all'immagine del territorio confederato e cantonale che esce dalle pagine di 14 guide turistiche internazionali, campione del sondaggio curato dal professor **Claudio Visentin**, docente della Facoltà di Scienze della comunicazione all'Usi di Lugano. Una raccolta di informazioni estremamente particolareggiata che ha voluto rispondere a una serie di questioni di grande attualità: come viene proposto il Ticino all'estero? Su quali immagini, idee e stereotipi si fonda la sua identità agli occhi degli stranieri? Di quali informazioni dispongono i turisti che ogni anno scelgono di visitare il nostro territorio?

Per cominciare, va subito detto che il quadro generale appare soddisfacente. L'offerta turistica si mostra completa e qualificata, sia che si parli di turismo d'affari (con centro gravitazionale la città di Lugano), mondano (con Lugano, Locarno e Ascona), culturale, climatico e di vacanze attive (valli in particolare). Un Ticino dunque variegato, cordiale e "italian style" nel senso positivo del termine: «Il punto di forza che esce da queste guide è per il Ticino - ci ha spiegato il professor Visentin - la capacità dei suoi abitanti di mantenere un legame con il passato e le tradizioni, ciò che in fondo conserva interesse all'esperienza turistica». Guide che, concepite come prodotto complesso, apportano anche nell'era di inter-

net un valore aggiunto: «Non è un caso dunque - ha fatto notare il ricercatore - che nonostante i nuovi supporti (Cd rom, I-Pod, cellulari e navigatori) il mercato delle guide si espande (la guida è infatti più economica e pratica). Anzi sono proprio i produttori dei nuovi supporti ad acquistare contenuti dagli editori delle guide».

Tutti, o quasi insomma, parlano della Svizzera. Dal Touring club italiano (fra le guide più conosciute e che proprio nel 1961 inaugurò le Guide Verdi Europa con il nostro Paese) all'americana Frommer's. Assente importante la De Agostini che fra i suoi titoli non presenta la Confederazione...

Un viaggio che comincia anche dagli stereotipi tipicamente rossocrociati: dal coltellino svizzero al Toblerone ad Heidi. Perché se da un lato questi prodotti hanno generato in passato non poco business, oggi potrebbero mostrare il rovescio della medaglia. «Riteniamo infatti che l'identificazione della Svizzera con le sue montagne - non ha mancato di evidenziare Visentin - non rispecchi interamente la realtà, e soprattutto non giovi al Ticino».

Resta ad ogni modo la qualità. La Svizzera viene dipinta come un paradiso dei viaggiatori, in quanto piena di curiosità, e al tempo stesso luogo in cui tutto funziona. «I visitatori possono godere di questa varietà di paesaggi, lingue, culture, stili di vita, lasciando agli svizzeri l'arduo compito di cavarne un senso compiuto, un'identità nazionale», ha concluso il professore. Una Svizzera, patria soprattutto dell'Expo e di Alinghi. Anche se non mancano citazioni a fatti più "neri" quali i "conti dormienti", i "nazigold" e Swissair.

E per i centri: Lugano "über alles", meno Bellinzona. Una capitale che ha un'attenzione e uno spazio adeguato, ma non a livello di una capitale cantonale.

E così spiccano sì i castelli, ma l'invito per una visita cade quasi sempre sul "reame" di Giorgio Giudici. **C.F.**

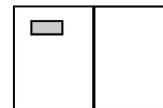
laRegioneTicino

Informazioni sulla testata

Titolo LaRegioneTicino
Indirizzo 6500 Bellinzona
Tiratura 35090
Lingua IT

Informazioni sull'articolo

Pagina 4 **Posizione sulla pagina**
Grafica BN
Data 31.05.07
Formato A3



Il professor Claudio Visentin della Facoltà di Scienze della comunicazione

Informazioni sulla testata

Titolo Hotel+tourismus revue
Indirizzo Monbijoustrasse 130, CH-3001 Bern
Tiratura
Lingua DE

Informazioni sull'articolo

Pagina 21 **Posizione sulla pagina**
Grafica B/N
Data 07/06/07
Formato A4



Studie zu Reiseführern

Das Tessin wird oft ausgelassen

■ Eine Studie, die wichtige Reiseführer unter die Lupe genommen hat, zeigt, dass das Tessin in allgemeinen Beschreibungen über die Schweiz oft komplett fehlt. Und wenn etwas darüber geschrieben ist, steht es ungünstig positioniert am Ende der Bücher.

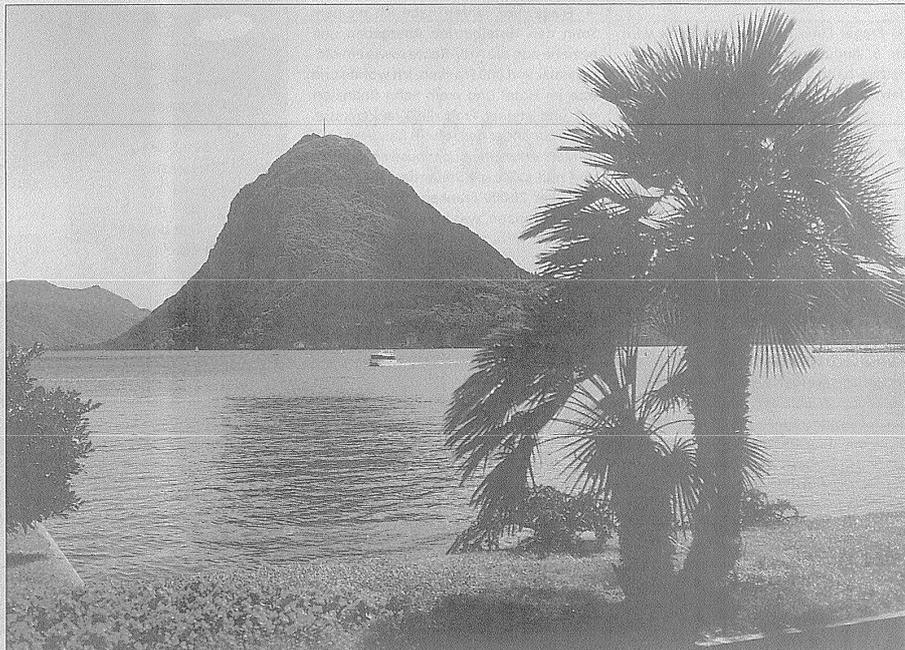
Gerhard Lob

Wie wird das Tessin in internationalen Reiseführern dargestellt? Welchen Stellenwert hat es im Vergleich mit anderen Kantonen? Dies waren die Leitfragen, auf welche eine vor wenigen Tagen vorgestellte und vom Hotelierverein Lugano in Auftrag gegebene Studie der Universität der italienischen Schweiz (USI) einige Antworten gegeben hat. Professor Claudio Visentin hat dafür insgesamt 14 der wichtigsten Führer aus Deutschland, England, Frankreich, Italien, USA und Australien analysiert. Für Visentin, Dozent an der Fakultät der Kommunikationswissenschaften, war es nicht die erste Übung dieser Art. Er hat bereits entsprechende Studien über Rom («Roma vista dagli altri») im Jahr 2000 und die Region Lombardei im Jahr 2002 verfasst.

Schön, aber nicht unter den «Musts» einer Schweizreise

Wichtigstes Ergebnis: Praktisch alle Reiseführer sind voll des Lobes über das Tessin als Ferienregion. «Es ist schwierig, sich hier nicht zu Hause zu fühlen», heisst es etwa im Guide des Touring Club Italiano. Und der französische «Guide du routard» bringt es auf die einfache Formel: «Schön, sehr, sehr schön.» Alles in Ordnung also? Keineswegs. In den allgemeinen Beschreibungen über die Schweiz fehlt das Tessin systematisch. Und die Kapitel über das Tessin befinden sich tendenziell am Ende der Bücher. «Diese Positionierung ist problematisch», so Visentin. Zumal Tessiner Orte oder Sehenswürdigkeiten praktisch nie unter den Topdestinationen oder «Musts» einer Schweizreise figurieren. Manchmal heisst es sogar explizit, dass man sich das Tessin für eine zweite Reise durch die Schweiz aufsparen könne.

Bei genauerer Betrachtung zeigt sich, dass diese Positionierung auch eine kulturelle Komponente hat. In einem Führer aus Italien ist das Tessin schon aus geografisch-sprachlichen



■ Sonne, Palmen und Italianità. Das Bild, das internationale Reiseführer vom Tessin zeigen, ist geprägt von Klischees. Zudem beschränken sie sich meist auf Lugano und Locarno. Bellinzona kommt kaum vor.

Foto: Swiss-Image

Gründen besser positioniert. Führer aus nördlichen Ländern preisen die Schweiz vor allem als Berg- und Winterdestination an. Dies spiegeln die Covers: 7 der 14 Führer haben das Matterhorn auf der Titelseite, drei weitere eine Winterlandschaft in den Bergen. In diesem Sinne ist das Tessin als subalpine Region keine klassische Destination für Berg- oder Skitourismus – und fällt notwendigerweise in den Führern etwas zurück.

Fehlende Fussgängerzonen werden kritisiert

Visentin ist aufgefallen, dass die Betrachtung der Schweiz generell recht differenziert ausfällt und neben den gängigen Analysen über kulturelle Vielfalt und Mehrsprachigkeit («Drei Länder in einem») oft auch jüngste politische Entwicklungen eingebaut sind. Alle Führer beschäftigen sich im Übrigen mit der Frage der Klischees. Betont wird, wie im Falle des deutschen Baedekers, dass die Schweiz unter Klischees leidet, aber auch davon profi-

tiert: «Matterhorn und edle Uhren, Bankgeheimnis und jodelnde Sennen, Schokolade, Emmentaler Käse und Hightech-Industrie: Das kleine Land im Herzen Europas hat es nicht leicht mit den Klischees – von und mit denen es andererseits ganz gut lebt.» Diese Klischees finden sich auch im Bild vom Tessin als «Sonnenstube der Schweiz» und als «Mix aus Schweizer Effizienz und italienischem Dolce Vita». Einigen Führern kommt die «italianità» des Kantons aber eher zu kurz. Insbesondere englischsprachige Guides kritisieren unverhohlen, dass man in Hotels im Locarnese auf Deutsch angesprochen wird.

Neben aller Schönheit gibt es weitere Kritikpunkte: Bemängelt wird das Fehlen von Fussgängerzonen, ein überbordender Verkehr und der Mangel von Parkplätzen (Lugano). Für die Touristen stellt dies offenbar ein Dilemma dar. Wer nach Lugano wolle, brauche kein Auto. Um abgelegene Täler zu erreichen, sei das Fahrzeug hingegen fast unabdingbar. Visentin ist zudem aufgefallen, dass das Tessin in allen Führern

praktisch in Lugano aufhört. Die Schwerpunkte liegen auf Locarno/Ascona und Lugano. Bellinzona wird selten erwähnt, Mendrisio oder Chiasso existieren gar nicht.

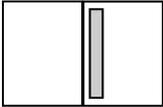
Tourismus schöpft Potenzial der Welterbestätten nicht aus

Überrascht hat Visentin zudem, wie viel Platz die Reiseliteratur beispielsweise dem Schokolademuseum in Caslano bei Lugano widmet. Im Aufwind befinden sich Nischenangebote wie das Hermann-Hesse-Museum in Montagnola. Hier ortet Visentin noch weiteres Potenzial: «Man muss nur wissen, dass jeden Tag zwischen Hamburg und Innsbruck 1000 Hesse-Bücher verkauft werden.» Auch bei den Welterbestätten nutzt das Tessin laut dem Professor für Tourismus sein Potenzial nicht aus. Immerhin befinden sich mit den Burgen von Bellinzona und dem Monte San Giorgio zwei von sechs Schweizer Unesco Kultur- beziehungsweise Naturerbestätten im Tessin. In den Führern finden sie bisher wenig Raum.

Informazioni sulla testata

Titolo	Hotel+tourismus revue
Indirizzo	Monbijoustrasse 130, CH-3001 Bern
Tiratura	
Lingua	DE

Informazioni sull'articolo

Pagina	21	Posizione sulla pagina
Grafica	B/N	
Data	07/06/07	
Formato	A4	

Michela Fiscalini

«Die Sonne ist Teil des Angebots»

■ Michela Fiscalini ist verantwortlich für PR und Kommunikation bei Ticino Turismo. Die htr befragte sie zur Forschungsarbeit über die Reiseführer.

Gerhard Lob

► Was hat Sie am meisten überrascht an der Studie?

Die schönste Überraschung ist sicherlich, dass das Tessin sehr positiv beschrieben wird, auch im Hinblick auf die Dienstleistungen, die Hotels und Restauration. Weniger positiv ist die Positionierung.

► Ist dies denn wirklich so wichtig?

Am wichtigsten für uns ist, dass wir in den deutschsprachigen Führern in der Mitte positioniert sind. Bei den englischsprachigen Führern stehen wir eher am Ende; doch dieser Markt ist für uns bei weitem nicht so bedeutend wie der deutschsprachige.

► Was werden Sie tun?

Man hat auch einige Fehler in den Führern festgestellt. Wir werden die Verlage kontaktieren, um dies richtigzustellen. Wir können unsere Hilfe anbieten, aber nicht die Redaktion inhaltlich beeinflussen. Es handelt sich um unabhängige Reiseführer.

► Kritisiert wurde der allzu häufige Rückgriff auf Klischees.

Es wird nie eine Promotion von Paris ohne Eiffelturm oder der Schweiz ohne Matterhorn geben. Deswegen wird auch die Sonne und die «italianità» sicherlich ein integraler Teil des Tessiner Ferienangebots bleiben.



■ Michela Fiscalini, PR-Verantwortliche von Ticino Turismo. Foto: zvg

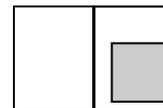


Informazioni sulla testata

Titolo Tessiner Zeitung
Indirizzo 6601 Locarno
Tiratura 8583
Lingua DE

Informazioni sull'articolo

Pagina 3 **Posizione sulla pagina**
Grafica B/N
Data 01.06.07
Formato A4



Studie erklärt: Wie internationale Reiseführer ausländische Gäste anlocken.

TESSINER TOURISMUS IM CLINCH MIT DEN KLISCHEES

von **Peter Jankovsky**

Den papiernen Reiseführern kann das Internet nichts anhaben: Die Auflagen steigen, und die Bücher haben weiterhin einen entscheidenden Einfluss darauf, wie die Touristen eine bestimmte Ferienregion wahrnehmen und bewerten. Der Knackpunkt dabei sind die Klischees: Stützt man sich zu sehr auf diese, entsteht ein verfälschtes Bild, ignoriert man sie jedoch, verkennt man wesentliche Besonderheiten. Gerade die Schweiz lebe von den Klischees sehr gut, urteilt Claudio Visentin von der Universität der italienischen Schweiz (USI), der vierzehn internationale Reiseführer über die Eidgenossenschaft untersucht und am Mittwoch in Lugano präsentiert hat.

Aber für das Tessin gelten die üblichen Schweiz-Klischees nicht. Laut Visentins Studie beschwören dafür vor allem die deutschsprachigen, aber auch die italienischen und französischen Reiseführer zu eindrucklich das Bild der Sonnenstube oder des lieblichen Gartens. Die englischsprachigen wiederum betonen die so relaxiert wirkende Italianità des Tessins, die fast alle Bereiche des Lebens umfasst, und sprechen kurioserweise gerne davon, dass das Tessin einstmals von den Deutschschweizern erobert oder annektiert wurde. Zudem beklagen die anglophonen Reiseführer die Dominanz

des Deutschen in den Hotels. Am Ende würdigen sie aber die typische Mischung von Schweizer Effizienz und italienischem Dolce Vita und nähern sich damit den deutschsprachigen Reiseführern an. Einhelligkeit herrscht indes punkto Küche: Am besten ist die Schweizer Küche im Tessin, und von urchigen Grottos sind alle Führer gleich angetan. Eigentlich könne es sich eine reiche Region wie das Tessin leisten, seine touristischen Klischees zurückzubinden, meinte Visentin in der Podiumsdiskussion, die auf die Studienpräsentation folgte. Denn der Südkanton weise auf sehr kleinem Raum

so viele verschiedene Tourismus-Attraktionen wie keine andere Region der Schweiz auf.

Laut seinem Diskussionspartner, dem Präsidenten der Hôtellerie Suisse Lugano, Claudio Tavazzani, sollten die Tessiner dafür sorgen, dass ihre Italianità als eine eigenständige wahrgenommen wird. USI-Professor Rico Maggi wiederum sah es als nicht

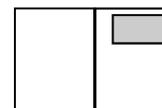


Informazioni sulla testata

Titolo Tessiner Zeitung
Indirizzo 6601 Locarno
Tiratura 8583
Lingua DE

Informazioni sull'articolo

Pagina 3 **Posizione sulla pagina**
Grafica B/N
Data 01.06.07
Formato A4



sehr nützlich an, alle touristisch attraktiven Klischees über Bord zu werfen. Zum Schluss brachte Michela Fiscalini, die PR- und Kommunikationsverantwortliche von Ticino Turismo, das entscheidende Stichwort auf den Tisch: Die Verschiedenheit des Tessins müsse als dessen Stärke vermarktet werden – aber so, dass sich die Touristen ein eigenes Bild machen können. Bis dahin bleibt der Tessiner Tourismus im Clinch mit seinen Klischees.



Der Tessiner Volksschauspieler Yor Milano mimt in der TV-Serie Lütli und Blanc den typischen Tessiner Wirt

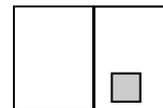


Informazioni sulla testata

Titolo Tessiner Zeitung
Indirizzo 6601 Locarno
Tiratura 8583
Lingua DE

Informazioni sull'articolo

Pagina 3 **Posizione sulla pagina**
Grafica B/N
Data 01.06.07
Formato A4



„Schön. Sehr, sehr schön.“

„ES IST schwierig, sich nicht zuhause zu fühlen im Tessin.“ (Touring club italiano) – **„Das Tessin, das schon so italienisch ist und doch mit Italien nicht viel am Hut hat.“** (Marco Polo, Deutschland) – **„Hier paart sich Schweizer Präzision und Korrektheit mit italienischem Flair und beinahe mediterran-mildem Klima.“** (ADAC, Deutschland) – **„Schön. Sehr, sehr schön.“** (La guide du routard, Frankeich) – **„Das Tessin ist ziemlich anders als der Rest der Schweiz, fast in jeder Hinsicht: Kultur, Essen, Architektur, Ansichten und Fahrstil.“** (Rough Guide, England) – **„Das ist die Schweiz mit einem italienischen Akzent.“** (Frommer's, USA) – **„Der Kanton weist eine Mischung von Schweizer Kühle und italienischer Leidenschaft auf.“** (Lonely Planet, Australien) – **„Die italienischsprachigen Schweizer haben die schreckliche Tendenz, sich kaum genug Sorgen um etwas zu machen. Glücklicherweise machen sie nur zehn Prozent der Bevölkerung aus.“** (The Xenophobe's Guide To The Swiss, England) **pj**



Informazioni sulla testata

Titolo Tessiner Zeitung
Indirizzo 6601 Locarno
Tiratura 8583
Lingua DE

Informazioni sull'articolo

Pagina 3 **Posizione sulla pagina**
Grafica B/N
Data 01.06.07
Formato A4



Vor allem **Lugano** fällt negativ auf Zu viel Verkehr

INTERNATIONALE Reiseführer äussern sich zwar über das Tessin als Ferienregion weitgehend positiv. Kritisiert wird jedoch vor allem das hohe Verkehrsaufkommen und die Bauspekulation in den Ballungsräumen, wie aus einer von der Universität der italienischen Schweiz (USI) durchgeführten Studie hervorgeht. Überrascht hat die ausländischen Tourismus-Autoren, dass im Tessin nur gerade Asconas Uferpromenade autofrei ist. In allen Reiseführern wird das Fehlen von Fussgängerzonen und Parkplätzen in den Städten kritisiert, wie USI-Professor Claudio Visentin bei der Präsentation seiner Studie sagte. Im Kreuzfeuer der Kritik steht vor allem Lugano: Zwar gibt es dort rund um die Via Nassa und das Rathaus eine Fussgängerzone, doch wird das Verkehrsaufkommen im wirtschaftlichen Zentrum des Kantons als übermässig bezeichnet. „Der Preis der Attraktivität von Lugano ist hoch“, kann man etwa im deutschen Baedeker-Reiseführer lesen. In anderen Reiseführern wird zudem bemängelt, die Luganeser hätten einen italienisch-wilden Fahrstil und die Polizisten seien viel zu tolerant. Zur Fortbewegung im Tessin empfehlen Reiseführer wie Baedeker, Polyglott, Fodor oder der Rough Guide aber trotzdem das Auto. Denn vor allem die Täler und die Bergregionen seien mit den öffentlichen Verkehrsmitteln relativ schlecht erreichbar.

pj/sda

Informazioni sulla testata

Titolo Ristora Magazine
Indirizzo Via Motta 18 Chiasso
Tiratura -
Lingua IT

Informazioni sull'articolo

Pagina 88 **Posizione sulla pagina**
Grafica Colore
Uscita 19 / III trim 07
Formato A4



turismo / guide

tempo di lettura: 3 min.

Il Ticino visto dagli altri

Come viene rappresentato il Ticino nelle principali guide turistiche internazionali? Quali i punti positivi? E quelli negativi? Grazie ad uno studio comparativo condotto dal prof. Visentin dell'USI, ecco come viene rappresentato il nostro cantone

Nella foto a destra, Claudio Visentin durante la presentazione dei risultati

Come fare per informarsi se una data regione o località può essere interessante da visitare? Ebbene, nonostante l'invasione di tecnologie multimediali di ricerca, ad essere tuttora le più consultate sono ancora le guide cartacee. Da qui l'importanza di conoscere quali siano le peculiarità, gli apprezzamenti, ma anche le critiche che vengono espresse da questi "libri per viaggiatori" alle località turistiche. Questa la considerazione di partenza che ha spinto l'Università della Svizzera italiana a svolgere una ricerca sull'immagine della Svizzera e del Ticino fra le pagine delle principali guide internazionali. Lo studio, condotto dal professor **Claudio Visentin**, docente presso l'Università della Svizzera italiana e commissionato da Hotellerie Suisse Lugano, ha così permesso di scoprire come viene recepito il Ticino, fornendo così gli stimoli necessari per migliorare la comunicazione fra enti turistici e guide internazionali. Il risultato? Nell'insieme certamente lusinghiero, ma con alcune perplessità di fondo. Insomma, un Ticino promosso con riserva.

Il risultato che più risalta in positivo riguarda i servizi turistici, che vengono premiati per competenza dal punto di vista dell'informazione, per l'ottimo personale, per la loro buona conoscenza delle lingue e per il materiale promozionale. Meno brillante la questione dei **trasporti**, che nonostante alcuni elogi per la facilità a raggiungere le località turistiche, la

88 / ristora magazine

Informazioni sulla testata

Titolo Ristora Magazine
Indirizzo Via Motta 18 Chiasso
Tiratura -
Lingua IT

Informazioni sull'articolo

Pagina 89 **Posizione sulla pagina**
Grafica Colore
Uscita 19 / III trim 07
Formato A4

Heidi non ci ha mai conosciuti

Quasi tutte le guide hanno messo in risalto il fatto che il Ticino non può essere paragonato alla Svizzera e nemmeno all'Italia. Pur avendo preso sia dall'uno che dall'altro, infatti, la nostra regione rimane un'entità geografica, culturale, economica a parte. Come un po' scherzosamente recita la guida australiana *Lonely Planet*, il Ticino "it's the Switzerland that Heidi never mentioned, but this is Switzerland after all" (trad. "È la Svizzera che Heidi non ha mai menzionato, ma malgrado ciò è pur sempre Svizzera"). O più classicamente secondo *Baedeker*, una guida tedesca, la "Sonnenstube der Schweiz".

puntualità e l'efficienza generale, presenta ancora alcuni punti ancora da risolvere. Come la coordinazione fra trasporti urbani e verso le valli, la difficoltà a circolare e parcheggiare all'interno dei centri abitati e la scarsità delle aree pedonali, in particolare sui lungolaghi, con la sola eccezione positiva di Ascona.

E la **ristorazione**? Definita buona nell'insieme, le guide analizzano il risultato mettendolo in relazione alla sua vicinanza con l'Italia. D'altra parte, però, le guide pongono positivamente in risalto altri due aspetti: l'importanza del Merlot nella nostra tradizione e la presenza diffusa dei grotti. Per quanto riguarda l'**accoglienza**, tutte le guide sottolineano all'unisono come essa sia eccellente in tutta la Svizzera. "César Ritz come from Switzerland" si lascia scappare la guida americana Frommer's. Tuttavia, per il Ticino questo commento non è valido unilateralmente, segnalando delle differenze di stile fra regioni e città. In particolare Visentin osserva come le guide diano ottimi voti agli alberghi di Locarno, Ascona e Lugano, come anche agli ostelli della gioventù. Meno piacevole il commento su Bellinzona, che viene definita una città anonima dall'australiana *Lonely* o sulla scelta di alcune località turistiche di puntare esclusivamente sul tedesco come lingua ufficiale negli alberghi. Infine, un accenno agli svaghi e alle manifestazioni per il grande pubblico (in particolare per i giovani): anche se le occasioni di **divertimento** non mancano, sulle guide viene posto l'accento sull'assenza di luoghi di svago a basso costo. Un plauso invece alla *Swiss Miniatur* di Melide e alla *Schoko Land di Alprose* a Caslano per le sue attività per tutta la famiglia e più in specifico per i bambini.



Come sono le nostre città?

Lugano

- + + **Equilibrio:** fascino composito tra natura, paesaggio, economia e arte
- **Architettura:** troppi palazzi nuovi e funzionali, centro storico ridotto
- **Circolazione:** troppo traffico

Locarno

- + **Dolce vita:** per molti tedeschi è la prima città della vacanza tipica italiana
- + **Sole:** è ricordata come la città svizzera dal maggior insediamento
- + **Piazza Grande:** "una delle più belle piazze in Svizzera"

Ascona

- + **Indipendenza:** vicina a Locarno, non ne subisce l'influsso
- **Tedesco:** legame troppo evidente con i turisti tedeschi

Bellinzona

- + **Autentica:** poco turistica, ma molto viva e per nulla effimera
- +/- **Importanza:** attenzione e spazio adeguato ma non a livello di una capitale
- +/- **Monumenti:** grande rilievo ai castelli, ma poco altro

Mendrisio

- + **Bellezza:** definita la Toscana del Ticino per il borgo, le loggie e la natura
- + **Eventi:** spesso citata per le sue attrazioni
- **Spazio nelle guide:** nell'insieme poco citata

Chiasso

- **Inesistente:** citata pochissimo, di sfuggita o in termini poco promettenti

Valli

- (in particolare Valle Maggia e Verzasca)
- + + **Vacanze attive:** non solo escursioni, ma mète a pieno titolo

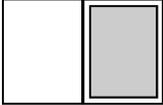
Il quadro generale che traspare nelle guide internazionali è dunque soddisfacente. In particolare, si mette in risalto la pluralità dell'offerta turistica giudicata globalmente composito: turismo d'affari a Lugano, mondano a Locarno e Ascona, culturale (in tutto il Ticino), senza dimenticare le vacanze attive nelle vallate. L'altro grande punto di forza messo in avanti è il forte attaccamento dei ticinesi alle proprie tradizioni, ciò che secondo le guide facilita la creazione di un più marcato interesse verso la regione. Quali consigli da dare in conclusione? Secondo Visentin, per riuscire a proporsi e imporsi ancora maggiormente è importante rimanere sempre al passo con i tempi, cercare spunti nelle guide per paesi emergenti e, non da ultimo, stabilire e mantenere un rapporto con gli editori delle guide.

TagesAnzeiger

Informazioni sulla testata

Titolo	Tagesanzeiger
Indirizzo	8021 Zürich
Tiratura	225287
Lingua	DE

Informazioni sull'articolo

Pagina	22	Posizione sulla pagina
Grafica	Col	
Data	31.05.07	
Formato	A3	

Das schöne, von den Führern vernachlässigte Tessin

Fast alle Reiseführer loben die Schönheiten der Südschweiz. Aber sie zählen sie nicht zu den Topdestinationen des Landes.

Von **René Lenzin, Lugano**

Ein deutsches Ehepaar sorgt für Wirbel in Locarno. Die Gegend am Lago Maggiore sei in den letzten Jahren dermassen verschandelt worden, teilte es den Behörden in einem Brief mit, dass es seine Ferien künftig anderswo verbringen werde. Das Schreiben hat im Locarnese eine ausführliche Debatte über Architektur und Raumplanung ausgelöst. Der «Corriere del Ticino», der den Brief publik gemacht hat, lässt seit Wochen Politiker und Experten zu Worte kommen. Und er erhält massenweise Leserbriefe, die Bausünden und den allgemeinen Zerfall beklagen.

Auf das Image Locarnos im Ausland haben solch negative Entwicklungen noch keine Auswirkungen gezeitigt. Darauf lässt zumindest eine Studie über internationale Reiseführer schliessen, welche die Universität der italienischen Schweiz am Mittwoch vorgestellt hat. Wie wird das Tessin dargestellt? Und welchen Stellenwert hat es im Vergleich mit den andern Kantonen? Diese Fragen haben Professor Claudio Visentin und sein Team anhand einer Analyse der 14 wichtigsten Führer aus Deutschland, England, Frankreich, Italien und den USA beantwortet.

Ganz generell stellten sie fest, dass die Reisebücher zwar durchaus differenziert über die Schweiz informierten, aber als Einstieg oder Bebilderung häufig mit Klischees und Stereotypen arbeiteten. So haben 7 der 14 Führer das Matterhorn auf der

Titelseite, und drei weitere eine Winterlandschaft in den Bergen. Für das Tessin, das man in der Regel nicht mit hochalpinen Regionen assoziiere, sei dies eher ungünstig, konstatierte Visentin. Überhaupt figuriere die Südschweiz in den meisten Führern unter ferner liefen. Selten zählten sie Tessiner Orte oder Sehenswürdigkeiten zu den Topdestinationen. Für einige Führer gehöre das Tessin zu den Regionen, die man auch bei einer zweiten Reise in die Schweiz noch besuchen könne.

Kein «Must», aber «sehr sehr schön»

Dieser Umstand kontrastiert laut Visentin auffällig mit den fast nur positiven Beschreibungen des Tessins. «Schwierig, sich hier nicht zu Hause zu fühlen», schreibt ein Guide, «Schön. Sehr, sehr schön», ein zweiter. Und ein dritter versteht, weshalb «die Restschweiz hier ihre Ferien verbringt». Aufgefallen sind den Forschern ausserdem die unterschiedlichen Akzente, welche die Führer setzten. In den englischsprachigen werde das Tessin als eigene Welt dargestellt, als die «Schweiz mit italienischem Akzent», oder als «Mix aus Schweizer Effizienz und italienischem Dolce Vita». In den deutschsprachigen hingegen dominiere das Landschaftliche, das Bild der Sonnenstube.

Deutsche Touristen suchten im Tessin wohl vor allem Erholung, schloss Visentin daraus. Die Entwicklung der Übernachtungszahlen lässt jedoch daran zweifeln, ob sie das immer noch finden. Zwar gingen diese 2006 nicht mehr so stark zurück wie in den Vorjahren. Aber in einem insgesamt sehr guten Jahr mit einem Wachstum von 6,6 Prozent reduzierten sich die Hotelnächte der Deutschen nochmals um 0,3 Prozent. Das eingangs erwähnte Ehepaar dürfte demnach kein Einzelfall sein.

Tages-Anzeiger

Informazioni sulla testata

Titolo	Tagesanzeiger
Indirizzo	8021 Zürich
Tiratura	225287
Lingua	DE

Informazioni sull'articolo

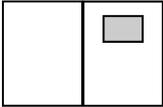
Pagina	22	Posizione sulla pagina
Grafica	Col	
Data	31.05.07	
Formato	A3	



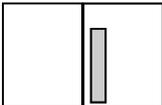
BILD STEFAN ENZLER/SWISS-IMAGE.CH

«Mix aus Schweizer Effizienz und italienischem Dolce Vita»: Blick vom Kursschiff auf das malerische Gandria.

Informazioni sulla testata

Titolo	Coop—cooperazione
Indirizzo	4002 Basel
Tiratura	120804
Lingua	IT

Informazioni sull'articolo

Pagina	3	Posizione sulla pagina
Grafica	Col	
Data	05.06.07	
Formato	A4	

L'immagine del Ticino

**DANIELE PINI,
CAPOREDATTORE**

Ricordate quando, decenni fa, ci si scandalizzava per l'immagine del Ticino tutta boccalini e zoccolette? Erano gli anni delle vacche grasse per il turismo nostrano, l'epoca in cui i turisti arrivavano a frotte, senza che si dovesse spendere granché in pubblicità turistica e in investimenti nelle infrastrutture alberghiere. Oggi i tempi sono cambiati: i turisti dobbiamo andare a cercarli sui mercati di Shanghai, Mosca e Nuova Delhi, mentre molti alberghi che hanno perso il treno hanno dovuto chiudere i loro battenti.

Oggi, l'immagine del nostro cantone convogliata all'esterno è importantissima. Interessante quindi lo studio condotto dall'Università della

Svizzera italiana su come il Ticino è rappresentato nelle guide turistiche.

Ne usciamo come un cantone un po' distaccato dal resto della Svizzera (un angolo d'Italia in terra elvetica), un luogo dove ricercare il sole (Sonnenstube...) e le bellezze naturali. Troppo poco? È vero, sarebbe bello che il turista venisse anche per le bellezze architettoniche; che, dopo aver visitato Zurigo, Ginevra, Basilea, Lucerna, fosse moralmente costretto a visitare anche... la «grande» Lugano (per fare un esempio). Ma così non è. E allora puntiamo su quelli che sono i nostri punti di forza, senza scandali né vergogna.



swissinfo.ch

Informazioni sulla testata

Titolo swissinfo
Indirizzo
Dominio www.swissinfo.org
URL http://www.swissinfo.org/ita/swissinfo.html
?siteSect=881&sid=7876668

Informazioni sull'articolo

Pagina WEB
Grafica Col
Data 31.05.07



31 maggio 2007 - 10.06



La Svizzera attraverso gli occhi degli altri



Svizzera e Ticino nelle guide turistiche internazionali (foto: USI) (swissinfo)

Altri sviluppi

- Dick Marty: non solo risotto e Merlot
- Scoprire la Svizzera col sacco in spalla

Dodici guide turistiche internazionali passate al setaccio per cogliere come gli altri ci vedono. Immagini e descrizioni possono essere anche del tutto sorprendenti.

"La Svizzera è una cabina sospesa nello spazio". "Tutti la visitano e nessuno la capisce". "Un involtino di tre paesi". Tre esempi reali che propongono, per la verità, un'idea della Svizzera perlomeno esotica.

Il fatto è che per molti autori delle guide turistiche la Svizzera, esotica, lo è davvero, seppure "molto bene organizzata". "La Svizzera – si legge per esempio nella 'Guide du routard' – è un mosaico stupefacente. Ma c'è un aspetto ancora più incredibile: funziona tutto e anche piuttosto bene (...)".

Autore della singolare ricerca è il professore Claudio Visentin, docente all'Università della Svizzera italiana che, appunto, ha analizzato come Svizzera e Ticino vengono illustrati nelle fitte pagine delle guide, inseparabili compagne di viaggio anche nell'era di internet.

La Svizzera, sostanzialmente, è apprezzata e quasi tutti gli autori concordano nell'affermare che, veri o falsi che siano, il peso degli stereotipi pregiudicano una comprensione più profonda del paese, ritenuto molto complesso, interessante e stimolante per la sua grande diversità.

Comunque e sempre montagne

C'è chi sostiene che gli svizzeri siano molto abili nel trasformare questi "cliché" (Heidi, cioccolata, orologi a cucù, Emmentaler, jodel, banche, ecc...) in buoni argomenti di marketing, tanto più che la Svizzera è come se portasse sulle spalle gli stereotipi di tre culture: tedesca, francese e italiana (le guide, la parte romancia, non la citano praticamente mai).

A dire il vero negli stereotipi ci sguazzano anche alcuni autori. Un esempio preso da "The Xenophobe's Guide to the Swiss" (una guida inglese): "La Svizzera è l'unica nazione che fa sembrare i tedeschi inefficienti, i francesi poco diplomatici e i texani dei poveracci...".

La Svizzera - e basta guardare le copertine delle guide esaminate - è comunque e sempre intimamente associata alle montagne. Il Cervino, poi, appare come un patriarca protettore che troneggia, inamovibile e con il suo candore, in tutti i ricordi di viaggio.

La trasparenza è un valore che paga

Se è vero che le guide puntano molto sull'aspetto naturalistico della Svizzera, molta attenzione viene prestata anche ai fatti legati alla storia recente: i fondi ebraici in giacenza, il "grounding" di Swissair, "Expo 02", l'adesione all'ONU (2002), le imprese sportive di Alinghi.



Le guide usate per la ricerca (foto USI)

swissinfo.ch

Informazioni sulla testata

Titolo swissinfo
Indirizzo
Dominio www.swissinfo.org
URL http://www.swissinfo.org/ita/swissinfo.html?siteSect=881&sid=7876668

Informazioni sull'articolo

Pagina WEB
Grafica Col
Data 31.05.07



La guida tedesca Baedeker, per esempio, evidenzia il lavoro di autocritica del nostro Paese rispetto al suo passato, affermando che la trasparenza paga: "La Svizzera non è un paese di cartapesta, ma un paese reale e coraggioso".

Apprezzati anche altri aspetti come la multiculturalità, la protezione sociale e la sicurezza. Elogiativo il giudizio dei vicini di casa italiani che, sulla guida Touring, scrivono: "La Svizzera è un Paese evoluto e civilissimo, nel quale ciò che più interessa a chi vi si reca in visita – l'organizzazione di ciò che ha a che fare con la cultura, l'arte e il turismo – funziona nel migliore dei modi".

Il Ticino nel cuore o alla periferia

E il Ticino? Malgrado lo smisurato amore dei tedeschi, nelle guide internazionali rimane un po' alla periferia, marginalizzato. "La passione per il cantone da parte dei tedeschi – spiega a swissinfo Claudio Visentin – si appiattisce però sul lato naturalistico e paesaggistico. Australiani e americani sono forse meno romantici, ma mostrano maggiore senso critico e sforzo di comprensione".

Anche se, nelle guide anglofone, non mancano le classiche associazioni: "efficienza svizzera e dolce vita italiana", "la Svizzera con l'accento italiano", "tranquillità svizzera e passione italiana", "cantone così italiano ma che non ha nulla a che vedere con l'Italia".

"Nelle guide internazionali – commenta Visentin – questa doppia identità viene quasi vissuta come se il migliore pezzo dell'Italia fosse uscito dall'Italia stessa e che questa contaminazione italo-elvetica dia esiti piuttosto positivi".

Certo è che il Ticino per molti italiani è stato il primo viaggio all'estero. "La prima guida estera del Touring – sottolinea Visentin – è stata dedicata alla Svizzera e al Ticino. E da primo paese da esplorare, oggi il Ticino è diventato il giardino sulla porta di casa".

Se nelle guide turistiche il Ticino viene apprezzato moltissimo - i superlativi si sprecano - negli itinerari di viaggio dedicati alla Svizzera è relativamente marginalizzato. "Il fatto di essere l'unico cantone a sud delle Alpi – osserva il ricercatore – in una nazione spesso identificata con il Cervino, è un elemento che pesa. Di fatto il Ticino rientra spesso in gioco solo in seconda battuta, in un secondo viaggio o in una seconda visita".

swissinfo, Françoise Gehring, Lugano



Stampa questo articolo



Invia questo articolo



Invia un commento sull'articolo



RSS Feed

swissinfo.ch

Informazioni sulla testata

Titolo	swissinfo
Indirizzo	
Dominio	www.swissinfo.org
URL	http://www.swissinfo.org/ita/swissinfo.html?siteSect=881&sid=7876668

Informazioni sull'articolo

Pagina	WEB
Grafica	Col
Data	31.05.07



MULTIMEDIA

- Bello, accogliente, svizzero nell'organizzazione, ma latino nel carattere:
- Il posto del Ticino

LE GUIDE UTILIZZATE

Touring Club Italiano (Italia), guida nata nel 1961.
Guide du Routard (Francia), nata nel 1973 (viaggio a basso costo).
Baedeker (Germania), sinonimo di guida turistica dal 1829.
Marco Polo, ADAC, Polyglott (Germania)
Dorling Kindersley (Regno Unito), la più globalizzata delle guide: prodotta in Polonia, elaborata a Singapore, stampata in Cina, pubblicata in Gran Bretagna.
Rough Guide (Regno Unito), creata da Mark Ellingham, nel 1982.
Frommer's (USA), nata nel 1957, 75 milioni di guide vendute.
Fodor's (USA), nata nel 1936.
Let's Go (USA), nata nel 1960 e scritta ancora adesso esclusivamente dagli studenti di Harvard.
Lonely Planet (Australia), nata nel 1973, oggi è la più importante casa editrice indipendente di guide al mondo.

CONTESTO

Commissionata da "Hotellerie Suisse Lugano", la ricerca condotta all'Università della Svizzera italiana, ha esaminato come le principali guide turistiche italiane, francesi, tedesche, inglesi, americane e australiane – scelte anche in base alla provenienza dei turisti – descrivono la Svizzera e il Ticino.

Anche se nuovi strumenti stanno acquistando maggiore spazio sul mercato editoriale, la tradizionale guida turistica rimane il principale intermediario tra il turista e i luoghi visitati. Per questo una guida mal realizzata può penalizzare una destinazione, svalutandone le risorse, diffondendo informazioni datate o errate, alimentando pregiudizi e luoghi comuni.

SITI CORRELATI

- Università della Svizzera italiana
- Il blog della scuola di viaggio, Università della Svizzera italiana
- Hotellerie suisse (in francese e tedesco)

Informazioni sulla testata

Titolo TIO - Ticino Online
Indirizzo 6900 Lugano
Dominio www.ticino-online.ch

Informazioni sull'articolo

Pagina -
Grafica Col
Data 28.05.07



27/05/2007
- 09:38

Il Canton Ticino visto dagli altri

L'immagine del territorio nelle guide turistiche internazionali

da Luigi Bosia

LUGANO - Come viene proposto all'estero il Canton Ticino?

Su quali immagini, idee, stereotipi si fonda la sua identità agli occhi degli stranieri?

Di quali informazioni dispongono i turisti che ogni anno scelgono di visitare il nostro territorio?

Mercoledì 30 maggio, alle ore 11:00

, presso l'Aula magna dell'USI di Lugano,

saranno presentati i risultati di una originale ricerca condotta dal Prof. Claudio Visentin, docente della Facoltà di Scienze della comunicazione, che proverà a dare una risposta a queste – per nulla scontate – domande.

Alla presenza del Sindaco di Lugano Giorgio Giudici

, del Presidente dell'USI

Piero Martinoli

e di Claudio Tavazzani

, Presidente di Hôtellerie Suisse Lugano, che ha commissionato la ricerca, si rifletterà su come le principali guide turistiche internazionali, (italiane, francesi, tedesche, inglesi, americane e australiane), scelte anche in base alla provenienza dei turisti, presentino il Ticino, e quali elementi lo rendano attrattivo o meno.

I risultati saranno commentati dal prof. Rico Maggi

, responsabile del Master in International Tourism USI, e da

Michela Fiscalini

, PR & Communication Manager di Ticino Turismo.

Anche se nuovi strumenti stanno acquistando maggiore spazio sul mercato editoriale, è bene ricordare che la tradizionale guida turistica rimane il principale intermediario tra il turista e i luoghi visitati, influenzandone profondamente il comportamento, prima, durante e dopo l'esperienza turistica.

Per questo una guida mal realizzata può penalizzare una destinazione, svalutandone le risorse, diffondendo informazioni datate o errate, alimentando pregiudizi e luoghi comuni.

Dalla ricerca, strutturata per tre grandi aree – i servizi turistici, i luoghi, gli uomini - sono emerse naturalmente numerose curiosità (ad esempio sulla complessa identità svizzera e ticinese, che mette a dura prova gli autori delle guide...), ma anche utili indicazioni che potrebbero aiutare a definire meglio la strategia di comunicazione e promozione del territorio.

Per tutto il mese di giugno le guide analizzate nello studio saranno consultabili presso la Biblioteca del Campus di Lugano.



Informazioni sulla testata

Titolo	SDA+ATS
Indirizzo	3001 Berna
Dominio	www.sda-ats.ch/
URL	www.sda-ats.ch/i/ti/tourismus/studie/usi/ verkehr/hesse

Informazioni sull'articolo

Pagina	WEB
Grafica	Col
Data	30.05.07



20070530
bsd249 4 in 262 lgd 2096
TI/TOURISMUS/STUDIE/USI/VERKEHR/HESSE

Studie der Universität Lugano Hohes Verkehrsaufkommen im Tessin stört Tourismus-Experten

Lugano (sda) Internationale Reiseführer sind voll des Lobes über das Tessin als Ferienregion. Einzig das hohe Verkehrsaufkommen und die Bauspekulation trüben das positive Gesamtbild. Zu diesem Schluss kommt eine Studie der italienischen Schweiz (USI).

Gegenstand der Untersuchung mit dem Titel «Der Kanton Tessin aus Sicht der anderen» war die Darstellung des Südkantons in vierzehn internationalen Reiseführern über die Schweiz.

Überrascht hat die ausländischen Tourismus-Autoren, dass im Tessin nur gerade die Uferpromenade von Ascona autofrei ist. In allen Reiseführern wird das Fehlen von Fussgängerzonen und Parkplätzen in den Städten kritisiert, wie USI-Professor Claudio Visentin bei der Präsentation seiner Studie am Mittwoch sagte.

In Lugano gibt es es zwar rund um die Via Nassa und das Rathaus eine Fussgängerzone. Das Verkehrsaufkommen im wirtschaftlichen Zentrum des Kantons wird jedoch als übermässig kritisiert. «Der Preis der Attraktivität von Lugano ist hoch», kann man etwa im Baedeker lesen.

Zur Fortbewegung im Tessin empfehlen Reiseführer wie Baedeker, Polyglott, Fodor oder der Rough Guide aber trotzdem das Auto. Denn vor allem die Täler und die Bergregionen seien mit dem öV relativ schlecht erreichbar.

Hesse besser vermarkten

Überrascht hat Visentin zudem, wie viel Platz die Reiseliteratur beispielsweise dem Schokolademuseum in Caslano bei Lugano widmet. Das Hermann-Hesse-Museum auf der Collina d'Oro wird dagegen relativ stiefmütterlich behandelt.

Hier ortet der USI-Dozent denn auch ein grosses brachliegendes Potenzial. Er rät den einheimischen Marketingstrategen, den Wahlteessiner Hesse vor den Werbekarren zu spannen, denn «zwischen Hamburg und Innsbruck werden täglich tausend Hesse-Bücher verkauft».

Die Gründe, weshalb sich der Nobelpreisträger hoch über dem Luganersee niederliess, liegen auf der Hand. Das Tessin ist laut Baedeker «eine der reizvollsten Ecken der Schweiz» respektive, um aus dem ADAC-Guide zu zitieren, «eine der schönsten mitteleuropäischen Kulturlandschaften».

Informazioni sulla testata

Titolo	Gastro Ticino
Indirizzo	Lugano
Dominio	www.gastroticino.ch
URL	http://www.gastroticino.ch/PagineSito/ Dettaglio.cfm?ID_Menu=8&ID_ SottoMenu=27&ID_Pagina=212

Informazioni sull'articolo

Pagina	WEB
Grafica	Col
Data	30.05.07



Ecco il Ticino visto dagli altri



Come viene proposto all'estero il Canton Ticino? A questa e altre domande ha risposto la ricerca commissionata da Hotellerie Suisse Lugano al prof. Claudio Visentin dell'Università della Svizzera italiana, che ha analizzato 12 guide internazionali a scala nazionale e 2 di scenario.

Va detto innanzitutto che la Svizzera è l'inferno degli autori di guide vista l'estrema varietà della propria identità e offerta, tanto

che la caratteristica nazionale è quella di... non averne una. Esempio Per strada si sente "Buongiorno" e "Ciao", "Grüezi", "Guten Tag", "Bonjour", "Salü", "Tschüss"... Poi v'è anche da considerare il peso degli stereotipi (veri o falsi che siano), i quali pregiudicano una comprensione più profonda. Ma gli svizzeri li usano: quello che vogliono i turisti lo danno.

Ma la varietà è anche un elemento positivo. La Svizzera è il paradiso dei viaggiatori, perché è piena di curiosità, e al tempo stesso tutto funziona. "I visitatori possono godere di questa varietà di paesaggi, lingue, culture, stili di vita, lasciando agli Svizzeri l'arduo compito di cavarne un senso compiuto, un'identità nazionale".

In questo contesto il Ticino nel "viaggio svizzero" ha una collocazione accettabile, ma non soddisfacente. Il giudizio è quasi sempre positivo, ma spesso ha l'ultima posizione, specie nelle guide di lingua inglese; apre invece nelle guide italiane ed è centrale nelle tedesche. In ogni caso è poco presente nelle parti generali e negli itinerari. Nelle guide tedesche il Ticino viene valorizzato soprattutto nelle sue componenti climatiche, paesaggistiche e naturalistiche, che ne fanno un'ideale e ambita destinazione turistica, il giardino della Confederazione. Per questa via, naturalmente, i più complessi problemi identitari restano sullo sfondo. Nelle guide italiane e inglesi, e in parte americane, l'italianità del Ticino è sottolineata con forza, in una lettura storica che sottolinea molto i legami con la Lombardia nel basso Medioevo, e il carattere violento della conquista e susseguente dominazione dei Confederati. Il Ticino è dunque un mondo a parte, radicalmente diverso dalla Svizzera interna, luogo di dolce vita, ma efficiente.

Altri spunti di riflessione. Primavera e più spesso autunno, sono le stagioni per visitare il Ticino... d'estate ci sono troppi turisti! Turisti seguiti bene, con servizi turistici ticinesi giudicati in modo molto positivo. Giudizio positivo anche ai trasporti: il Ticino è facilmente raggiungibile e percorribile. Alto e Basso Ticino sono spesso attraversati velocemente... anche troppo: si perdono luoghi interessanti.

Passiamo all'accoglienza. Ottimi gli alberghi di Locarno, Ascona e Lugano, straordinari gli ostelli per la gioventù, specie a Lugano, mentre sono anonimi gli alberghi di Bellinzona e sono pochi gli agriturismo e B&B. Curioso notare che la Guida Routard scrive che il tedesco è la lingua degli alberghi. La ristorazione è buona, grazie anche all'influenza italiana; molto apprezzati i grotti, specie quelli più caratteristici e appartati.

Ma quale la conclusione dello studio (rimandando i giudizi sui luoghi più sotto)? Il vero punto di forza è che "la capacità dei Ticinesi di mantenere un legame con il passato e le tradizioni, è in fondo ciò che conserva interesse all'esperienza turistica".

Trasmissioni radiofoniche



Informazioni sulla trasmissione

Titolo	RTSI - rete 1 - „Modem“
Passaggio	31 maggio 2007
Descrizione	Intervista di Orazio Martinetti a Claudio Visentin
Online	www.rtsi.ch

Informazioni sulla trasmissione

Titolo	RTSI - rete 1 - „T.I.P.I.“
Passaggio	19 giugno 2007
Descrizione	Trasmissione interamente dedicata alla ricerca, intervengono Claudio Visentin e Claudio Tavazzani
Online	www.rtsi.ch

Passaggi Televisivi



Informazioni sul passaggio televisivo

Titolo	TSI - il quotidiano
Passaggio	30 maggio 2007, ore 19.00
Descrizione	Servizio sulla presentazione al pubblico della ricerca tenutasi presso l'Università della Svizzera italiana.
Online	www.rtsi.ch