



# Per avere successo nel *turismo*, come in ogni altra impresa, è importante poter disporre di „strutture private“

Patric Zenklusen, 3911 Brig-Ried,  
Esperto del turismo, imprenditore e consulente scientifico

**La crisi dovuta al virus Corona ha dimostrato in Svizzera che sì „la mano pubblica“ può sul momento aiutare elargendo crediti alle imprese , *ma per poter andare avanti ci vogliono le innovazioni che spesso solo le imprese private riescono a realizzare; sono loro che assicurano la sopravvivenza dell'economia...***

CoronaVirus. La Confederazione ed i Cantoni hanno subito dato una mano, attraverso le proprie casse: credito alle ditte in 20 minuti (!) ed «indennità per lavoro ridotto»: 80% dell'ultimo stipendio fino al massimo verso la fine 2021

I Cantoni hanno integrato questi aiuti secondo i settori d'attività..

Per la promozione turistica nazionale, “una tantum” di 40 mio CHF: Campagna con Roger Federer e Michele Hunziker

Attualmente si parla a livello di Confederazione di un ulteriore aiuto agli albergatori/ristoratori ed agli impianti di trasporto turistico per rinnovamenti ...

## Federer diventa testimonial del turismo svizzero



*L'accordo della superstar del tennis con l'ente del turismo del suo Paese. Roger presenterà attraverso video e spot i suoi luoghi del cuore elvetici. Il compenso del 20 volte vincitore di slam andrà interamente in beneficenza*

# Come è andato allora in Svizzera questo anno 2020/21?

---

Le misure hanno avuto successo. Poche ditte hanno dovuto chiudere oppure licenziare i collaboratori

---

L'industria ed il Commercio hanno superato bene la crisi, la crisi ha dato l'avvio a nuove idee e creato innovazioni

---

I luoghi di vacanza, come montagne e laghi, hanno goduto di un forte turismo interno; mentre le città soffrono ancora della mancanza del grosso turismo intercontinentale..

# In campo turistico, il settore privato ha sempre dominato

in Svizzera la „quota di Stato“ (dei Comuni, Cantoni e della Confederazione) nel 2020 = 31.3%, mentre in Italia è del 56,7%!

*Le leggi devono favorire l'impresoria privata e l'amministrazione deve garantire uno stato snello e ben gestito, con tasse contenute*

L'iniziativa privata è il motore di tutto ...

e soprattutto nel turismo con tantissime imprese medie/piccole....



- ..e soprattutto nel turismo con tantissime imprese medie/piccole..., insieme con le ferrovie, autopostali .. TO, agenzie viaggi, guide ...

Prendiamo l'esempio del „trenino verde della Alpi TVA“: la ferrovia „privata“ BLS, prima di arrivare a proporre i suoi servizi fino a Domodossola, ha fatto fare dalla UNI di Berna uno studio sulle ricadute economiche (2015)..

- Si pronosticava un' ottima ricaduta economica sul territorio transfrontaliero, che si è verificata ...
- e si è anche dimostrato che, nel periodo Covid, la mancanza dei clienti svizzeri ha creato un grosso „buco“ nell' economia dell'Ossola

**Zusammenfassung der gesamten Wertschöpfungseffekte im Projektperimeter**

Wertschöpfungseffekte	Kanton Bern	Kanton Wallis	Provinz VCO	Kanton Tessin	Total
Direkte Bruttowertschöpfung					9 456 000
Indirekte Bruttowertschöpfung					851 000
Induzierte Bruttowertschöpfung		201 000			201 000
Katalytische Bruttowertschöpfung (Szenario hoch)	20 015 000	24 607 000	13 360 000	2 547 000	60 528 000
Total (Szenario hoch)	20 015 000	24 808 000	13 360 000	2 547 000	71 036 000

Tabelle 4: Zusammenfassung der Wertschöpfungseffekte des Szenario hoch

**Berna UNESCO-Lago di Thun-Jungfrau Aletsch UNESCO-Brig/Vallese-Sempione-VCO Domodossola Sacro Monte UNESCO-Lago Maggiore**



**SFR**  
Piemonte



dal 2017  
sulla linea  
italo-svizzera  
Domodossola  
Iselle-Brig

benvenuta willkommen bienvenue

**bis**

[www.sfrpiemonte.it](http://www.sfrpiemonte.it) [www.sfmtorino.it](http://www.sfmtorino.it)  SFM Torino  @sfmtorino

**Un ritorno  
dopo 40  
anni!**



ABDe 4/8 746 abgestellt in Stresa in der Saison 1980. Foto Hans Häslar.

# Come riportare allora il turismo in Piemonte?

Occorre una forte presenza del Piemonte turistico nel 2° mercato linguistico in ordine d'importanza, dopo quello Italiano , cioè in quello svizzero, tedesco e austriaco..

Un' organizzazione turistica ufficiale del lago Maggiore, per trovare clienti all'estero, ha incaricato -nel mese di marzo 2020- una ditta privata di Bologna, specializzata in questo campo! Assolutamente giusto, lo scopo del marketing è di *deve trovare clienti* (fedeli)

il trenino verde della alpi TVA ed il trenino della Vigezzina/Centovalli hanno nell'Ossola il punto ideale di partenza per la vicina Svizzera... basta prendere l'occasione e creare programmi per il mercato italiano, con pernottamenti locali..



**Ca. 13.00 Uhr – Jetzt geht's zum Winzer**  
Luca Broccardo oder sein Vater holt uns in der Villa Beccaris ab und fährt uns zu Osvaldo. Die Transfers werden diese Tage immer von ihnen gemacht.



**Ca. 13.15 Uhr – Weinegustation Azienda Agricola Osvaldo Barberis**  
Die Fahrt geht wieder ein Stück zurück, Richtung Monforte, bevor wir den Schildern nach Dogliani folgen. Hier liegt die Wiege der Dolcetto-Traube. Anders als es der Name erahnen lassen könnte, handelt es sich nicht um einen süßen Wein. Nein, ganz im Gegenteil, es ist eine autochthone Traube, welche in vergangenen Zeiten fast in jedem Haus in dieser Region getrunken wurde. Das Umland von Dogliani ist noch heute das bekannteste Gebiet für den Dolcetto und hat in den vergangenen Jahre ein Revival erfahren. Inzwischen hat der Wein wieder einen anderen Stellenwert und ist für meine Begriffe ein hervorragender, junger, fruchtiger und unkomplizierter Speisenbegleiter.



Osvaldo produziert eine schöne Varietät an Dolcetti, aber damit nicht genug, denn sein Fingerspitzengefühl für die Vinifizierung der Weine lässt sich auch in anderen Produkten, wie zum Beispiel in einem fantastischen Barbera aus dem Barrique, wiederfinden. Lasst euch überraschen, es wird ein spannendes Erlebnis, den Wein in seiner Purheit und dann aber auch mit kleinen piemontesischen «Stuzzicchini» zu verkosten.

**Ca. 16.00 Uhr – Es geht zurück in die Unterkunft**  
Zeit um die ersten Eindrücke zu verarbeiten, sich in der Villa einen schönen



## Alleanze con il turismo con Brig/Vallese- Sempione/Lötschberg

- Chi semina nel turismo ... raccoglie clienti!
- stringere alleanze con gli operatori d'oltre Sempione e Lötschberg per curare/fidelizzare insieme la clientela
- Creare itinerari enogastronomici insieme con i nuovi alleati: i vini del Vallese e del Bernese sono pregiati, il cibo è diverso, ma vale la pena di „sposare“ insieme i prodotti della terra: la curiosità porta il turismo..
- Il sentiero ViaStockalper con 15'450 camminatori nel 2020 ... viene prolungato fino a Domodossola: collaborare attraverso i confini ...

# TOP Etappentour ViaStockalper - Stockalperweg (Brig - Domodossola)

- Teilen
- Merken
- Meine Karte
- 3D-Vorschau
- Drucken

### 5 Etappen

#### ViaStockalper - Stockalperweg (Brig - Sim...

**TOP schwer** Etappe 1

↔ 12,3 km ▲ 1.606 hm  
🕒 5:30 h ▼ 220 hm

Brig Simplon Tourismus AG

#### ViaStockalper - Stockalperweg (Simplon...

**TOP leicht** Etappe 2

↔ 8,9 km ▲ 160 hm  
🕒 2:30 h ▼ 525 hm



🕒 23:30 h ↔ 63,2 km ▲ 3278 Hm ▼ 3809 Hm ⚖ 2104 Hm ⚖ 274 Hm



# La promozione turistica è un impegno

- **Uno sguardo su come è organizzato il Turismo a Briga:**  
Società per Azioni a cui partecipano tutti gl'interessati al turismo, come  
albergatori, ristoratori, Comuni, musei, trasportatori e anche privati ..
- La Società ha un compito ben definito: deve procurare clienti al turismo privato durante tutto l'anno con azioni mirate (e controllabili per il successo), deve informare i turisti, deve autofinanziarsi con servizi verso la clientela .. ed anche incassare la tassa di soggiorno. Ovviamente tra questi compiti sono anche compiti che non „rendono subito“, allora degli investimenti della mano pubblica sono possibili

Brig Simplon Tourismus AG



# JAHRESBERICHT

# 2020

## Logiernächte Total 2019/2020

	Brig-Glis Brigerbad		Termen Rosswald		Ried-Brig Rothwald		Simplon Zwischbergen	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Hotels	134'681	162'689	-	445	2'505	2'893	9'316	9'042
Fewos	4'671	5'425	27'543	25'510	1'421	1'568	5'717	3'905
Gruppen	1'506	2'303	3'704	5'746	534	608	1'263	1'125
Camping	51'252	42'706	-	-	-	-	-	-
Pauschalen	6'300	6'630	22'110	22'020	6'750	7'080	14'490	14'310
<b>Total</b>	<b>198'410</b>	<b>219'753</b>	<b>53'357</b>	<b>53'721</b>	<b>11'210</b>	<b>12'149</b>	<b>30'786</b>	<b>28'382</b>
Veränderung	-9.71		-0.68		-7.73		8.47	
<b>Total</b>	<b>293'763</b>	<b>314'005</b>						
Veränderung	-6.45							

## Cosa fare con queste idee?

Iniziamo un lavoro insieme – presentiamoci insieme sul mercato e aiutiamo i TO, le Agenzie ed anche i Media a scoprire il nostro territorio – con tutti i mezzi pubblici e dolci..

Fidelizziamo i buoni clienti, in modo che ritornino con i loro amici e che parlino bene dei nostri prodotti

© copyright PatricZenklusen

