



## 스위스 찾는 한국인 숙박일수, 전세계 1 위 성장을 기록. 올해도 스위스 가즈아~~~

스위스정부관광청 한국, 숙박일수 전세계 1 위 성장을

스위스 트래블 패스도 매출과 성장을 모두 한국이 전세계 1 위

스위스에서 환영받는 한국 여행자

**2018** 년에도 ‘다시, 자연의 품으로(Back to Nature)’

자전거로 직접 달리며 만나는 깊숙한 스위스의 자연이 올해의 여름 테마

스위스프렌즈, 노홍철 통해 소개하는 스위스에서 체험형 여행

작년 한해 스위스를 찾은 한국 여행자들의 숙박일수가 총 457,212 박으로 전세계 성장률 1 위를 차지했다. 이는 작년 황금연휴 영향을 감안하더라도 전년 대비 34.7% 성장으로, 스위스에서도 주목하는 괄목한만한 기록이다. 스위스정부관광청은 이를 스위스 단독 패키지 상품의 증가와 여행자 흡쇼핑 노출 증대, 방송 및 소셜 미디어를 통해 개별 여행자들에게 다양한 스위스의 여행 제안 등의 홍보 마케팅 활동이 긍정적인 영향을 준 것으로 판단하고 있다. 특히 연초에 방송된 JTBC ‘몽쳐야뜨다’와 유명 걸그룹 트와이스의 네이버, MBC 등의 스위스 여행 방송 등을 통해, 십대부터 실버층까지 전 연령에 걸쳐 고루 스위스의 아름다운 모습을 알렸다.

이와 함께 스위스 여행의 필수템으로 인정받는 스위스 트래블 패스의 판매량도 크게 늘어, 작년 한해 한국인이 구매한 스위스 트래블 패스 매출액은 CHF 17,929,189 를 기록했다. 이 역시 전세계 판매 매출액 1 위이자 전세계 성장률 1 위로 전년 대비 42% 가 전년 대비 증가했다. 이로써 한국 여행자들이 스위스 여행시, 기차를 선호하는 것이 확실하게 증명된 셈이다. 이는 기차 타는 것 자체가 여행이 되는 스위스 기차의 매력을 한국인 여행자들이 이미 잘 알고있고, 혜택의 다양성과 가격에 민감한 여행자들에게 스위스 트래블 패스가 스위스 여행의 만족도를 높여주고 있음을 보여 준 것으로 풀이된다. 이를 알리기 위해 스위스정부관광청은 매년 스위스 철도청과 레일유럽과 함께 여행상품기획, 방송홍보, 온라인 및 소셜미디어 마케팅이 접목된 강력한 캠페인을 지속해나가고 있다.

2018 년, 스위스정부관광청은 작년에 이어 ‘다시, 자연의 품으로(Back to Nature)’라는 주제 아래, 도시의 삶에 익숙한 한국인들이 스위스의 자연에서 몸과 마음의 힐링을 체험할 수 있도록 독특하고 다채로운 체험에 대해 제안을 이어갈 예정이다. 작년 소개한 700 가지 체험거리에 이어 총 세개의 대 테마인 여름(Summer), 겨울(Winter), 도시(City)에 따른 각 캠페인을 계획하고 있다. 이에 대한 시작인 여름의 캠페인 주제는 ‘자전거’이다. 여행자들이 자전거를 타고, 다시 자연의 품으로 돌아갈 수 있도록 각 주요 지역의 산 길, 들판 길, 호수 길, 도심 길 등 다양한 자전거 길에 대해 상세히 소개해 나갈 방침이다. 아울러 도시 캠페인을 통해서도 스위스 주요 도시 내 전혀 새로운 곳에서 숙박을 체험할 수 있는 스위스 팝업호텔도 곧 런칭할 계획이다.

이러한 스위스정부관광청의 모든 캠페인에는 체험(Experience)이라는 키워드가 바탕이 된다. ‘스위스의 자연을 그저 바라만 보는 것이 아닌, 여행자들이 그 속에 깊숙히 들어가 맛과 멋, 냄새, 현지의 문화, 전통 등 스위스의 오감을 느끼도록 하는 것이 스위스관광청의 한국에서의 역할이다’ 라고 스위스정부관광청 김지인 소장은 말했다. ‘이는 그저 신이 선물해 준 아름다운 자연 환경만을 갖춘다고 이루어질 수 있는 것이 결코 아니다. 150 년의 스위스 관광 역사를 통해 스위스가 품은 자연을 친환경적으로, 하지만 여행자들이 더욱 가까이 체험할 수 있도록 꾸준히 산악교통, 호텔 등의 인프라구축에도 많은 노력을 기울여 왔다.’라고 덧붙였다.



이에 대한 일환으로 스위스정부관광청은 작년 11월 방송인 노홍철을 홍보대사로 임명했다. 재치있고 입담 좋은 노홍철을 통해 스위스의 이러한 다양한 체험들을 알리기 위해서이다. 지난 1월 스위스의 겨울 여행 체험을 사진과 영상을 통해 담아 온 것을 시작으로, 실제 대학시절 홍철투어를 운영했던 노홍철의 아이디어를 적극 반영, 스위스 홍철투어를 부활해 합리적인 일정과 경제적인 비용으로 3월 말부터 노홍철과 함께 4박 6일 스위스를 여행하는 상품도 노홍철 인스타그램을 통해 단독 출시했다.

올 한 해 스위스정부관광청은 여행지에서의 체험을 서로 공유하고 이를 더욱 신뢰하는 여행자들의 트렌드를 반영, 소셜미디어 인스타그램을 중심으로 여행자들의 콘텐츠를 통해 ‘스위스와 사랑에 빠지다’ 해시태그 캠페인도 지속해 나가며, 스위스 자동차 여행 콘텐츠도 보다 강화시킬 방침이다. 아울러 스위스 단독 여행 상품 및 소그룹 여행자를 대상으로 체험 프로그램을 강화하며 여행자들이 다양하게 스위스를 즐길 수 있도록 할 계획이다

스위스정부관광청 김지인 소장은 “한국사무소의 이러한 노력의 결과가 한 번 떠나보고 싶고, 다시 떠나고 싶은 스위스를 여행자들이 꿈꿀 수 있었으면 좋겠다.”라고 포부를 밝혔다.

자료제공: 스위스 정부관광청 [www.MySwitzerland.co.kr](http://www.MySwitzerland.co.kr)