

IL VIAGGIO CONTINUA: IL NUOVO VOLTO DELLA FERROVIA MONTE GENEROSO

Il 26 ottobre 2023, nella cornice mozzafiato della vetta del Monte Generoso, la Ferrovia Monte Generoso SA ha tenuto una conferenza stampa per annunciare una serie di novità significative. L'evento ha offerto un quadro di ciò che sarà la nuova corporate identity dell'azienda e ha delineato le novità inerenti al weekend di chiusura stagionale (28 e 29 ottobre) e la riapertura dei propri servizi per la stagione invernale 2023-2024 dopo 4 anni di stop.

Nel corso della mattinata, davanti alla stampa, la Ferrovia Monte Generoso SA ha mostrato ciò che sono i frutti del proprio rebranding: una nuova identità aziendale caratterizzata da un nuovo logo, che rappresenta l'intera offerta della destinazione "Monte Generoso"; e un nuovo sito, su cui dal 2024 si potranno riservare biglietti per il treno, eventi, camping e ristorante.

Monica Besomi, Vice Director e Head of Marketing & Communication, ha dichiarato: *"La rinnovata identità della FMG non è solo una questione estetica, ma s'inserisce nel progetto di digitalizzazione dell'azienda. Il cliente è posto al centro della nostra 'Road Map' (piano strategico, ndr) e, dopo approfondite analisi di mercato, abbiamo riconosciuto l'importanza di innovarci, rispondendo così alle crescenti esigenze di una clientela sempre più digitalizzata. Questo percorso ci ha anche portato a rielaborare il nostro logo, che ora riflette tutti i nostri servizi e permette di promuoverci come 'destinazione Monte Generoso'."*

Nuova identità visiva

Il cambiamento più evidente è proprio rappresentato dalla rinnovata identità visiva dell'azienda. Il logo di Ferrovia Monte Generoso è stato completamente ridisegnato per integrare tutti i suoi quattro principali prodotti: la Ferrovia, il Camping, il Buffet Bellavista e il Fiore di pietra.

Alice Giambonini, Visual & Graphic Designer che ha seguito in prima persona il processo della sua creazione, ha sottolineato: *"In questo ultimo anno abbiamo lavorato molto intensamente al rebranding della azienda, con l'intento di modificarne la 'value proposition' e il posizionamento sul mercato. Parlare quindi esclusivamente del logo è molto riduttivo".* Questo cambiamento, infatti, fa parte di un quadro più ampio: *"L'intera identità aziendale",* ha continuato Giambonini, *"è stata ripensata e ridisegnata mescolando creatività, strategia, obiettivi ed emozioni. Tutto ciò si riflette inevitabilmente sulla comunicazione visiva, che ha il compito di arrivare dritto alla mente e al cuore dei nostri clienti".*

Tornando sul logo e la sua scelta stilistica: *"Da qui, la decisione di creare un logo che, nella sua totalità ma anche tramite le singole icone e relativi colori, fosse in grado di rappresentare al meglio 'Monte Generoso'"*



come una destinazione completa e sostenibile. Il logo stesso declina poi anche i gadget, le uniformi degli staff e i vari prodotti dell'azienda", ha concluso la Visual & Graphic Designer.

Una comunicazione rinnovata

Oltre alla metamorfosi estetica, il rebranding della Ferrovia Monte Generoso SA ha delineato un nuovo approccio alla comunicazione, che riprende parte degli elementi già intravvisti nell'identità visiva.

Giulio Rezzonico, Media & PR Manager, ha evidenziato: *"Il nuovo modo di comunicare della Ferrovia Monte Generoso ambisce ad instaurare un autentico dialogo con i visitatori."* Il tono di voce dell'azienda, infatti, sarà più emozionale, accogliente e informale in tutti i suoi supporti di comunicazione (social media, newsletter, promozioni, ecc.). *"Il nostro obiettivo è creare una connessione più autentica e personale"* ha ulteriormente precisato Rezzonico, *"ed è per questo che abbiamo scelto di allontanarci da un 'tone of voice' di stampo istituzionale, virando verso un approccio più inclusivo ed informale."*

Dopo i vari cambiamenti, ciò che invece rimarrà uguale: la sostenibilità e la Responsabilità Sociale

Nel corso della conferenza è stato ribadito l'impegno di Ferrovia Monte Generoso SA nei confronti della sostenibilità ambientale, che continua ad essere un pilastro chiave a livello strategico. L'azienda, infatti, è da anni impegnata a operare in modo ecologicamente responsabile, promuovendo iniziative per la conservazione ambientale e il turismo sostenibile. Tale impegno proseguirà allo stesso modo, indipendentemente dal rebranding stesso.

Chiara Brischetto, Marketing Project Manager che si occupa della sostenibilità in azienda, ha affermato con enfasi: *"La sostenibilità per noi è un valore fondamentale che orienta ogni aspetto delle nostre azioni, dalla scelta dei fornitori alla gestione dei rifiuti, passando per la sensibilizzazione dei nostri visitatori. Questo è un principio che non cambierà con il rebranding, perché continueremo ad operare come fatto sino ad ora, aspirando a traguardi ancora più importanti."*

I prossimi appuntamenti: il weekend di chiusura e la riapertura invernale

Il week-end del 28 e 29 ottobre segna una doppia celebrazione per la FMG: oltre a chiudere in bellezza la stagione estiva, si inaugurerà anche la nuova identità aziendale. Questo weekend speciale vedrà una serie di eventi entusiasmanti.

Il Circo Tonino accoglierà bimbi e famiglie, offrendo spettacoli con maghi e truccabimbi. Radio Morcote International, invece, intratterrà e raccoglierà le impressioni del pubblico e dei partner durante tutto il week end. Non mancherà poi la tradizione con gli spettacoli di corni svizzeri del gruppo musicale *"Corni del Generus"* che si esibiranno al Fiore di pietra e al Bellavista nel pomeriggio. Non da ultimo, sarà anche allestito un photobooth per immortalare i momenti più speciali con la nuova veste aziendale.

Il programma completo è visionabile al sito web: www.montegeneroso.ch



In conclusione, FMG ha annunciato la riapertura dei propri servizi per la stagione invernale 2023-2024. Infatti, dopo un periodo di chiusura di quattro anni, necessario per la ristrutturazione della sovrastruttura ferroviaria, l'azienda ha presentato i dettagli della riapertura per la stagione invernale 2023-2024. A partire dal 2 dicembre fino a fine marzo, infatti, i treni circoleranno tre volte al giorno durante tutti i weekend e i giorni festivi. Il ristorante Self-Service del Fiore di pietra e il Buffet Bellavista saranno altrettanto operativi durante l'intera stagione invernale, accogliendo gli ospiti nella stessa finestra temporale summenzionata. L'iconico grotto dell'omonima stazione intermedia sarà aperto anche per il pranzo di Natale e la cena di Capodanno, offrendo un ambiente confortevole e intimo. Sarà inoltre prenotabile per cene ed eventi aziendali anche in settimana.

In sintesi

Il rebranding e le riaperture invernali dei servizi segnano una nuova era per la Ferrovia Monte Generoso SA. La società ha voluto modernizzarsi per rispondere meglio alle esigenze dei propri clienti, abbracciando un approccio più digitale e attuale, pur mantenendo la forte connessione con la tradizione e il territorio che da sempre contraddistinguono l'azienda.

"Il Monte Generoso è e continuerà ad essere una destinazione dove la storia, la magia e la bellezza naturale convergono per creare un'esperienza indimenticabile ai nostri visitatori." è stato il messaggio forte che ha chiuso la conferenza stampa.

Vi presentiamo le nostre **nuovissime immagini**, che incarnano l'essenza della nostra rinnovata Corporate Identity. Esse sono scaricabili al seguente URL:

<https://www.swisstransfer.com/d/3f68f5d1-a661-4b6e-b1b9-e77e93a8c639> (link valido fino al 18.11.2023)

Per la Ferrovia Monte Generoso contattare:

Giulio Rezzonico

Media & PR Manager

T. +41 (0) 91 640 23 42 – M. +41(0) 79 307 00 94

E-Mail: media@montegeneroso.ch

La Ferrovia Monte Generoso è una delle più antiche ferrovie a cremagliera della Svizzera e dal 1941 è di proprietà della Migros. La sua conservazione si deve esclusivamente all'impegno personale del fondatore della Migros, Gottlieb Duttweiler. Oggi il Percento culturale Migros supporta la ferrovia a cremagliera e la struttura "Fiore di pietra" in vetta al Monte Generoso, progettata dall'architetto Mario Botta. www.montegeneroso.ch

Il Percento culturale Migros è un impegno di Migros, ancorato nel suo statuto, dedito alle attività per la promozione della cultura, della società, dell'istruzione, del tempo libero e dell'economia. www.percento-culturale-migros.ch