

## Turismo in Regione, bene la campagna social

**Pubblicato:** Mercoledì 27 Luglio 2016



**Dal Tourism Social Report** mensile dello Studio Giaccardi & Associati di Ravenna, sulle performance di promozione turistica sui social di 19 regioni italiane e 29 paesi europei (compresa la Svizzera) emerge che, nel mese di giugno l'account Facebook di inLOMBARDIA, il brand di Explora, DMO di Regione Lombardia, di Camera di Commercio di Milano e Unioncamere Lombardia, per la promozione turistica della regione Lombardia, dopo l'exploit registrato tra dicembre e maggio nel panorama nazionale, continua ad incrementare i "Mi piace", con una variazione più contenuta con un +1,54% allineandosi in questo modo alle regioni più brave.

**La pagina Facebook di inLOMBARDIA** ha generato un buon numero di interazioni: sono stati infatti 18 i post con l'hashtag #TheFloatingPiers che hanno inciso sul successo della campagna social attraverso il racconto dell'opera d'arte di Christo The Floating Piers. Il video che ha ottenuto più reazioni è quello che è stato girato a quattro giorni dall'apertura della passerella: 874 fra like, commenti e condivisioni ed è stato il 9° nella top ten video con più reactions in Italia. **inLOMBARDIA** è la 4° regione in classifica per numero di post giornalieri pari a 4,7. Ad oggi, grazie anche all'ultima tappa di #inLombardia365, la pagina Facebook di inLOMBARDIA conta oltre 127.900 follower.

**E su Twitter?** A giugno l'aumento più rilevante nel numero di follower tra gli account delle regioni italiane appartiene a @inLombardia, con una crescita del +3,51% sul mese precedente. Primo posto in classifica anche per il numero di interazioni con 784 tweet all'attivo.

Parliamo di hashtag: #inLombardia continua a mantenere il comando con il 22,62%. Tra gli hashtag più

utilizzati troviamo: al 1° posto, senza rivali, #inLombardia, al 4° quello dedicato a #TheFloatingPiers, e al 10° posto #inLombardia365, il progetto che fa conoscere la Lombardia come destinazione turistica con il coinvolgimento di influencer e instagramers nazionali e internazionali accolti dal sistema territoriale: 14 incursioni, raccontate attraverso lo storytelling digitale creato dai travel blogger nei loro canali social e su quelli di inLOMBARDIA. Da sottolineare il prossimo tour di #inLombardia365 dedicato al Lago d'Iseo che prenderà il via venerdì 29 luglio e terminerà domenica 31 luglio 2016.

**Tra i contenuti postati dalle 20 regioni che hanno suscitato il maggior numero di retweet e like,** #inLombardia occupa, per il secondo mese consecutivo, le prime due posizioni della classifica delle foto. L'evento clou è stato sicuramente The Floating Piers, l'opera di land art accessibile gratuitamente a tutti i visitatori progettata sul Lago d'Iseo, al centro delle cronache per tutto il mese di giugno. Due tweet, in rapida successione il 18 giugno, giorno di apertura, hanno totalizzato insieme 350 reazioni.

#inLombardia ha vinto la speciale classifica delle TOP FOTO per due mesi consecutivi grazie a due eventi particolari che hanno portato l'attenzione prima della comunità filippina con #ALDUBinItaly dedicato alle riprese del film filippino sul Lago di Como, e poi della comunità internazionale con #TheFloatingPiers.

“Questi dati – ha commentato l'assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia Mauro Parolini – documentano che la promozione turistica della Lombardia sui canali digitali ha fatto, in pochi mesi, un grande salto di qualità. Grazie alle iniziative sulla rete della Regione con Explora abbiamo impresso un'accelerazione qualitativa, che ha permesso di qualificare la nostra comunicazione sui social e di ottenere risultati sorprendenti. I nostri profili tra i migliori in Italia, ora l'obiettivo è quello di consolidare questo successo coinvolgendo sempre di più i protagonisti della rete, dai turisti agli operatori della filiera e i loro profili social, passando per gli influencer e gli instagramer, attraverso un piano di comunicazione digital integrato che ci permetterà di aumentare ancora la nostra visibilità nella vastità del mercato globale. La Lombardia si rivela sempre più come una attraente e multiforme meta turistica. Le iniziative dell'Anno del turismo inLOMBARDIA ne comunicano il fascino e la grande capacità di accoglienza”.

“Che i canali social di inLOMBARDIA siano tra i migliori in Italia lo si deve soprattutto alle iniziative di social e di digital marketing lanciate da Explora per la promozione turistica del territorio, attraverso il coinvolgimento di importanti influencer e instagramer nazionali e internazionali, che confermano l'efficacia della comunicazione e la capacità di sfruttare al meglio il grande potere dello storytelling online.” – Commenta il presidente di Explora, Renato Borghi. – “Il linguaggio delle immagini assume un ruolo importante, soprattutto sulla rete, dove proprio i post, i commenti, le foto e i video si stanno affermando come strumenti di promozione sempre più efficaci e in grado innescare meccanismi virali che lasciano l'utente a bocca aperta, generando il cosiddetto effetto “WOW!”.

Redazione VareseNews  
redazione@varesenews.it