

I nuovi linguaggi del turismo: dagli articoli alle stories per veicolare contenuti

Pubblicato: Domenica 10 Novembre 2019



Come cambia la comunicazione in materia di turismo e come trovare il modo migliore per raccontare territori ed esperienze?

L'ottava edizione di Glocal si è confrontata con le **moderne soluzioni per comunicare luoghi e itinerari** con un panel dedicato al tema durante il quale sono intervenuti alcuni esperti in materia.

Quando si parla di comunicazione turistica **perseguire un solo canale non è più possibile**. Dagli articoli ai video passando per le stories sui social network, oggi più che mai è importante **integrare le diverse modalità di racconto**.

«I social hanno un **potenziale narrativo** mostruoso, inoltre ci forniscono **dati preziosi** per capire fino a che punto il nostro pubblico è interessato a ciò stiamo facendo» ha spiegato **Federico Blumer**, founder de **Il Viaggio di Scoperta**. «Inoltre consentono di **distribuire un contenuto**».

Il contenuto, in questo senso, è tutto.

«Venezia – continua Blumer – patisce un sovraffollamento turistico con un flusso di oltre 30 mila turisti l'anno. Io ho iniziato a raccontare la città dal punto di vista dei suoi abitanti per farla riscoprire agli stessi veneziani. Ho creato qualcosa che non c'era, facendomi ambasciatore di un territorio».



Federico Blumer

Un'intuizione giusta quella di Federico Blumer come quella avuta da **Lorenzo Franzetti**, giornalista varesino che si occupa di valorizzazione del territorio attraverso le rassegne [Mangia Bevi e Bici](#) e [Pedalarcultura](#), entrambe dedicate e al cicloturismo.



Lorenzo Franzetti

Dunque è l'idea l'elemento essenziale dal quale partire l'idea, così come confermato da **Cecilia Brenni**, responsabile della comunicazione istituzionale di **Ticino Turismo**, l'agenzia cantonale statale che ha l'obiettivo di promuovere il marchio Ticino all'estero. Dopodiché, d'accordo con Blumer, la Brenni ha affermato che i social network sono un **irrinunciabile luogo di esposizione per tutti**.

Non solo: cambiando i mezzi di diffusione di informazione, cambia anche il modo di comunicare.

«Il nostro ufficio stampa ha cambiato metodo di lavoro» ha continuato Brenni. «Non ci rivolgiamo più esclusivamente ai giornalisti, oggi parliamo anche con **influencer e blogger**. Per esempio, abbiamo organizzato un viaggio stampa rivolto solo a instagrammers, il più anziano di loro aveva 23 anni».



Cecilia Brenni

Anche la comunicazione promozionale destinata agli utenti finali, i turisti, è molto cambiata rispetto a vent'anni fa: la tendenza di oggi, per quanto riguarda Ticino Turismo, è quella di ricorrere a reportage giornalistici con taglio molto sobrio e oggettivo.

L'incontro si è concluso con l'intervento di **Alessandra Favaro**, giornalista, travel blogger, social media editor, Google local guide, Google Street View trusted photographer.

«Qualcuno dice che il mondo dei social resta legato alla sfera del digitale ma non è così. Abbiamo una responsabilità: dobbiamo essere onesti con i lettori e al tempo stesso renderli consapevoli delle bellezze del territorio **attraverso un racconto a 360 gradi**».

di **Federica Bonada**

