

COMUNICATO STAMPA

LOMBARDIA. TURISMO, EXPLORA: SUCCESSO PER I CANALI SOCIAL DI inLOMBARDIA

L'assessore allo Sviluppo economico Mauro Parolini: "Nostri profili tra i migliori in Italia".

Milano, 26 luglio 2016 – 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!”**”

I dati presentati in questo comunicato sono stati forniti 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).

EXPLORA

*Explora è la **Destination Management Organization (DMO)** di Regione Lombardia, di Camera di Commercio di Milano e, attraverso **Unioncamere Lombardia**, di tutte le Camere di Commercio lombarde, al servizio delle imprese e del territorio. Attraverso il brand **inLOMBARDIA**, format innovativo, flessibile e dalla forte caratterizzazione digitale, **Explora** supporta lo sviluppo delle strategie di promozione turistica verso i mercati nazionali ed internazionali in completa armonia e sinergia con le realtà locali di promozione già esistenti sotto un piano comune e integrato e di stretta intesa con le strategie e politiche regionali.*

Sito Corporate: explora.in-lombardia.it

Sito di promozione di destinazione: in-lombardia.it

Hashtag di destinazione: **#inLombardia**

Ufficio Stampa: Federica Basso – email: federica.basso@exploratourism.it – press@exploratourism.it –
Mobile: +39 338 7875404