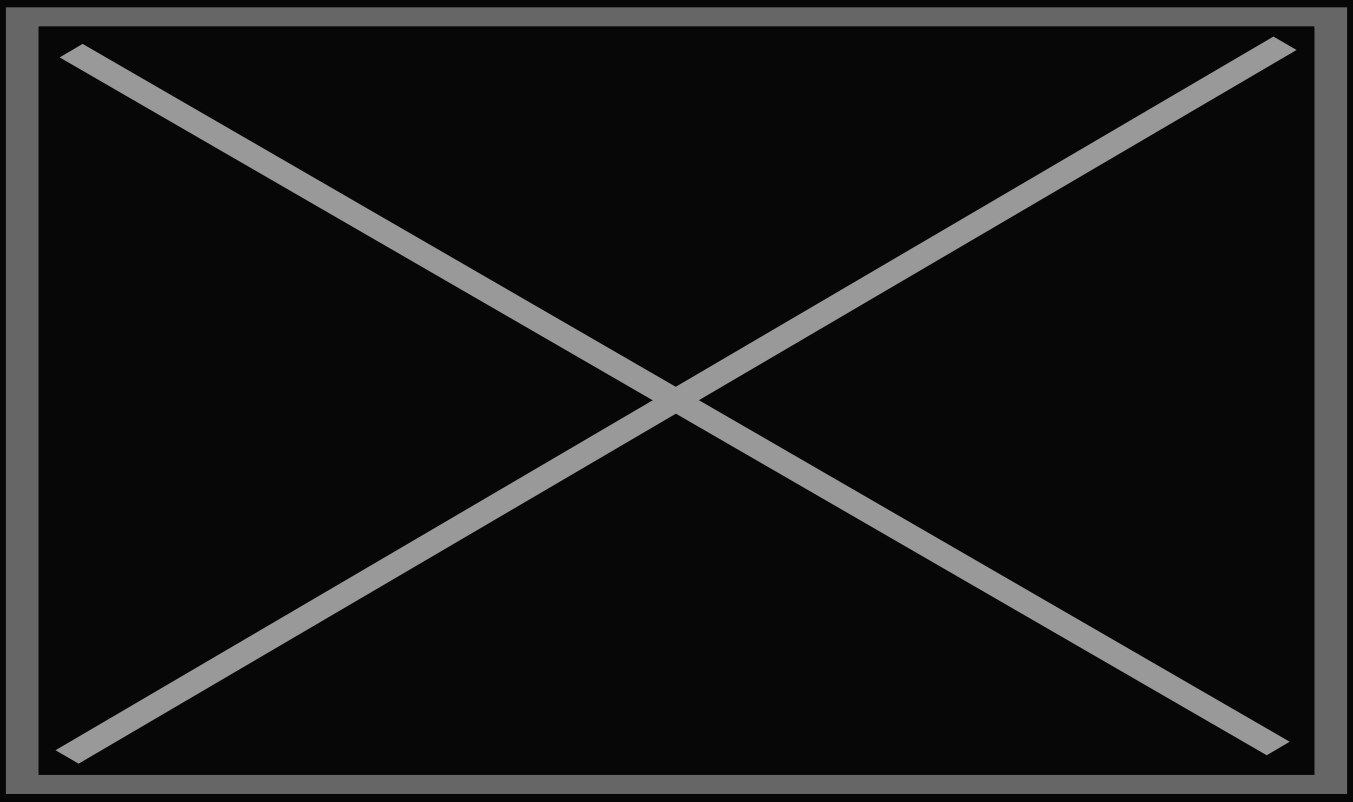
# Turismo e ristorazione investono su Facebook e Instagram

instagram-social-media-e2d14008

Gli investimenti in social marketing del settore Horeca, in Italia, sono in deciso aumento nel primo quadrimestre 2020. Secondo l'**osservatorio AddLance**, il marketplace di servizi professionali da remoto più diffuso tra le Pmi italiane, i **progetti di social media management di alberghi, strutture turistiche e ricettive, ristoranti e servizi di catering** hanno superato le voci di spesa per i soli progetti web.

AddLance è in grado di ripercorrere l'andamento storico delle richieste delle imprese a professionisti, chiamati a realizzare siti internet. Nel 2017 e nel 2018, le aziende del settore Horeca erano concentrate, per lo più, sullo sviluppo di siti web e solo alcune pensavano di aumentarne la visibilità con azioni di social marketing. Nel 2019 e nella prima parte del 2020, il trend è cambiato: obiettivo delle Pmi non è solo avere o rinnovare il sito internet, ma soprattutto **investire in social media management**.



Spiega **Andrea Cossovel**, direttore marketing di AddLance: “Fino al 2017 i servizi di Horeca richiedevano solo lo sviluppo del sito web. Dal 2018 la richiesta di gestione di pagine Facebook o campagne pubblicitarie è cresciuta gradualmente, mentre dal 2019 la richiesta di social media manager ha superato di gran lunga la richiesta di servizi web. Fra i social, **ora Instagram è predominante**”.

Fra il 2019 e il 2017 la richiesta di nuovi siti è quasi raddoppiata. La richiesta di progetti di social marketing è, nello stesso periodo, triplicata. L’osservatorio AddLance prevede, per la fine dell’anno, una conferma del trend con i progetti sui social media che arriveranno ad essere quasi cinque volte quelli del 2017.

L’osservatorio AddLance spiega questo andamento ipotizzando un’evoluzione del settore alberghiero e turistico, più consapevole delle ultime tendenze del web marketing, ma emerge anche un “**effetto Coronavirus**” nelle scelte delle imprese. L’emergenza sanitaria ha imposto alle Pmi una riflessione su un utilizzo più raffinato dei canali on line: nel complesso, **la richiesta di servizi per il web ha avuto, tra febbraio e maggio 2020, un'impennata del 600%**.