Il turismo invernale su Twitter

L’analisi “#italianelmondo”, realizzata da Almawave (gruppo Almaviva) con il monitoraggio continuo di milioni di tweet, si è focalizzata in queste ultime settimane sul turismo invernale. Sono state prese in considerazione le interazioni nel periodo dal 27 novembre al 22 gennaio, per un totale di oltre 8,8 milioni di tweet. Le conversazioni sul meteo la fanno da padrone (68,4%), seguite a distanza da quelle che riguardano gli sport da praticare (12,1%) e le singole località mete di vacanza (11,5%). La località turistica più tweettata (6,2% dei tweet) è risultata essere Madonna di Campiglio, seguita da Cortina e da Misurina. A livello di regioni il primato è del Trentino Alto Adige(30,9% dei tweet), che arriva a una popolarità più che doppia rispetto agli inseguitori: Veneto (12,3%), Lombardia (11,6%), Valle d’Aosta (11,4) e Piemonte (10,6%). Prima regione dell’Appennino è invece l’Abruzzo, con il 9,5% delle conversazioni. Tra gli sport, a sorpresa, l’hockey su ghiaccio (34,7%) catalizza più conversazioni rispetto allo sci (30%), e le ciaspole entrano in classifica. L’analisi ha considerato anche la tipologia di strutture ricettive: la più popolare è risultato il rifugio (41,9%), seguito dallo chalet (25,3%) e dalla baita (12,1%). Quanto al tipo di infrastrutture e servizi, le piste di sci (25,6%) hanno avuto la meglio sulla seggiovia (10,1%) e sugli impianti sciistici in generale (9,0%). La curiosità è che il classico skilift (7,2%) gode di maggiori attenzioni su Twitter rispetto a funivie (4,9%) e ovovie (4,2%).