Strategia digitale, l'Emilia Romagna è un esempio eccellente

L'**Emilia Romagna** come New York, la Gran Bretagna e CapeTown. **Secondo la piattaforma di marketing digitale del turismo Skift.com, la strategia di promozione digitale della regione italiana è un esempio eccellente**, da studiare. Perché, come dimostrano i dati di web analytics, funziona e **riesce a coinvolgere attivamente l'audience on line**, valorizzando l'enogastronomia locale e le eccellenze presenti sul territorio, come Motorvalley, Wellness Valley, città d'arte e siti Unesco.

La strategia di Turismo Emilia Romagna, divisione web di APT Servizi,si compone di **due blog** (in italiano e in inglese) **e presidi su Facebook** (in italiano, inglese, spagnolo, portoghese, russo, tedesco), **Twitter** (in italiano, inglese e tedesco) e inoltre su **Instagram**, **Pinterest**, **Flickr, Google+**, **YouTube**. L'attività quotidiana di digital marketing comprende anche **il coinvolgimento tramite il web delle community locali attive**: dai concorsi fotografici, agli account condivisi con la community, twitteratura, fino a progetti ed **iniziative offline come le uscite fotografiche, gli appuntamenti di valorizzazione del patrimonio gastronomico tradizionale e le collaborazioni con i travel bloggers internazionali**. "Il nostro focus sulle piattaforme digitali – dice **Emanuele Burioni**, direttore generale di APT Servizi – è quello di **comunicare e promuovere una cultura dell'accoglienza autentica**, specchio dei tratti della nostra identità che rendono unico il territorio".