Regioni italiane: la comunicazione social? La ricetta della semplicità

Instagram, youtube, Twitter, Facebook e gli altri **social** catturano sempre più gli sforzi di **comunicazione** e viralizzazione delle **regioni italiane**. Come è emerso durante un convegno NF, che ha messo a confronto le iniziative di Sicilia, Lombardia, Marche, Lazio e Basilicata, l'importanza della comunicazione sui social è un dato ormai acquisito da tutte le realtà. Ascoltare il racconto delle destinazioni fatto dagli utenti, postare, condividere e aumentare l'engagement sono attività quotidiane nella promozione delle regioni italiani. Ma che risultati danno? Anche qui, il responso è unico e concorde: funziona, eccome se funziona. "Da quando siamo attivi sui canali social – sottolinea Roberta Iannì di Visitsicily.info – la visibilità della destinazione è molto, molto aumentata". Ancora più notevole il successo in Lombardia, dove "la nuova piattaforma in Lombardia permette un unico accesso a tutti i social utilizzati – dice Francesca Vittori -. I risultati sono molto buoni, anche grazie alla coda di Expo, che continua a fare sentire i suoi benefici effetti".
E poi, a funzionare sopra ogni cosa, pare, è la semplicità, ovvero quel "parlare come se fossimo anche noi dei turisti – dice ancora Iannì – dando però informazioni e aggiornamenti in più". È d'accordo **Roberta Milano**, docente all'Università Cattolica di Milano e consulente del Mibact nel Laboratorio per il Turismo Digitale che conferma la validità del binomio semplicità e stupore e la necessità, sempre, di "essere vicini alla gente". Essendo, insomma, social.