Levanzo è la meta italiana con maggiore impatto social nel 2016

PaesiOnLine ha delineato il quadro delle destinazioni con il maggior "impatto social" del 2016. La "guida social" per le vacanze degli italiani ha analizzato il comportamento dei suoi utenti nel corso del 2016, e nonostante i dati raccolti non siano relativi a effettive prenotazioni, emerge un quadro preciso di quali sono state le località che hanno ottenuto il maggiore successo nel corso dell'anno appena finito. La destinazione top risulta essere stata l'**isola di Levanzo, nell'arcipelago siciliano delle Egadi, che ha ottenuto oltre 140.357 reazioni totali su Facebook, tra "mi piace", commenti e condivisioni**. Il podio delle località con il maggiore engagement è completato da **Gubbio (Umbria, 97.335) e Bagnone, in Toscana, con 97.139 reazioni**.

Appena sotto al podio la classifica prosegue fuori dai confini nazionali: al 4°posto si piazzano infatti i Monasteri di Meteora (Grecia, 94.865) e al 5° Hallstatt (Austria, 80.764), mentre al 6° Sacro Speco di Subiaco (Lazio, 77.044), al 7° Malcesine (Veneto, 70.455), all'8° Tarvisio (Friuli Venezia, 55.300), al 9° Vernazza (Liguria, 55.136), e al 10° Tropea (Calabria, 48.593).

Se invece si considerano le prime 15 località italiane più social dopo Tropea, ultima nella Top 10 generale, entrano in classifica anche l'Abbazia di San Galgano (Toscana), Torre dell'Orso (Puglia), Orta San Giulio (Piemonte), Trieste, il Castello di Sammezzano (Toscana), Scarzuola (Umbria), e la Spiaggia Rosa di Budelli (Sardegna).

Le destinazioni estere che hanno ottenuto il maggior riscontro su PaesiOnLine vedono al 1° posto della Top 10 ancora i Monasteri di Meteora e al 2° Hallstatt, al 3° Esslingen (Germania), al 4° Tibidabo, a Barcellona, al 5° la spiaggia Dona Ana a Lagos (Portogallo), al 6° Goreme (Turchia), al 7° Segovia (Spagna), all'8° Great Ocean Road (Australia), al 9° Istanbul e al 10° le isole Lofoten, in Norvegia