inLombardia, continua il successo sui canali social

Continua il successo sui **canali social** di **inLombardia**, il brand di **Explora**, **Camera di Commercio di Milano** e **Unioncamere Lombardia** per la promozione turistica della regione. Dopo il boom registrato nel panorama nazionale tra dicembre e maggio, il ritmo dei “Mi piace” della pagina Facebook continua a crescere dell’1,54%, al livello delle performance delle regioni più virtuose. inLOMBARDIA è la 4° regione in classifica per numero di post giornalieri pari a 4,7. Ad oggi, grazie anche all’ultima tappa di #inLombardia365, la pagina Facebook di inLOMBARDIA conta oltre 127.900 follower.

Per quanto riguarda Twitter, a giugno l’aumento più rilevante nel numero di follower tra gli account delle regioni italiane appartiene a @inLombardia, con una crescita del +3,51% sul mese precedente. Sul fronte hashtag, il primo posto è detenuto da #inLombardia con il 22,62%, mentre al 4° c’è quello dedicato a #TheFloatingPiers, e al 10° posto #inLombardia365, il progetto che fa conoscere la Lombardia come destinazione turistica con il coinvolgimento di influencer e instagramers nazionali e internazionali accolti dal sistema territoriale. In questo ambito sono state previste 14 incursioni, raccontate attraverso lo storytelling digitale creato dai travel blogger nei loro canali social e su quelli di inLOMBARDIA.

“La promozione turistica della Lombardia sui canali digitali ha fatto in pochi mesi un grande salto di qualità – commenta **Mauro Parolini,** assessore allo Sviluppo economico di Regione Lombardia -. Grazie alle iniziative sulla rete della Regione con Explora abbiamo impresso un’accelerazione qualitativa, che ha permesso di qualificare la nostra comunicazione sui social e di ottenere risultati sorprendenti. I nostri profilisono tra i migliori in Italia, ora l’obiettivo è quello di consolidare questo successo coinvolgendo sempre di più i protagonisti della rete, dai turisti agli operatori della filiera e i loro profili social, passando per gli influencer e gli instagramer, attraverso un piano di comunicazione digital integrato che ci permetterà di aumentare ancora la nostra visibilità nel mercato globale. La Lombardia si rivela sempre più come una attraente e multiforme meta turistica”.