

Il territorio è un brand: i social aiutano a promuoverlo

Pubblicato: Venerdì 9 Novembre 2018



Qual è il modo migliore per comunicare un territorio attraverso i social? **La seconda giornata di Glocal si apre con una domanda schietta e diretta**, che coinvolge tutte quelle realtà, piccole e grandi, che lavorano in ambito di promozione turistica. Una comunicazione efficace, infatti, può portare a risultati incredibili e spesso inaspettati.

A parlarne in Sala Campiotti, **Filippa Lagerback**, conduttrice televisiva; **Fabio Lunghi**, Presidente della Camera di Commercio di Varese; **Luca Natale**, Responsabile comunicazione Parco Cinque Terre; **Antonio Franzì**, Responsabile Ufficio Stampa Camera di Commercio di Varese, moderati da **Guido Rubino**.

Nell'evoluzione della comunicazione il turista è diventato sempre più esigente: si documenta, studia, cerca le recensioni di altri turisti e si aspetta di trovare quello che ha letto. La sincerità prima tutto quindi «Sono venuta a vivere a Varese per amore verso questo territorio – spiega Filippa Lagerback – e non potrei promuoverlo se non fosse così. Quello che racconto sui social lo faccio con passione e cerco di trasmettere delle emozioni. **Un territorio è come un brand**, con delle caratteristiche uniche che vanno valorizzate. Il pubblico percepisce se il racconto è una finzione o frutto di una esperienza vera. I social sono importantissimi per comunicare un territorio ma è necessario avere chiaro a chi ci si vuole rivolgere».

L'uso e l'invenzione di hashtag sono fondamentali come l'ormai famoso **#vareseplacetobe** che ha inventato Missoni e che accompagna tutti i post dedicati alle loro esperienze personali e di lavoro sul territorio, che è stato adottato anche dai loro followers.

«Raccontare le bellezze, ma anche le criticità e quindi saper accettare anche le critiche costruttive permette di crescere – spiega Luca Natale – non bisogna dipingere un mondo che non esiste perché prima o poi si vien scoperti. **L'Agorà digitale deve corrispondere all'Agorà reale**. La nostra esperienza nel Parco delle Cinque terre ci ha permesso di accrescere i contatti stranieri ed oggi l'80% dei turisti non è italiano. La nostra esigenza oggi non è far venire più gente ma distribuirla sul territorio».

Quando la Camera di Commercio di Varese ha ereditato dalla Regione il compito di promuovere il territorio ha accolto una grande sfida che ha portato a rivedere il modo di comunicare e relazionarsi con il potenziale pubblico «**La Camera di Commercio di Varese** ha dimostrato di essere una realtà diversa – spiega Fabio Lunghi – **non era abituata a fare una comunicazione "emozionale"** ma ha capito che quella era la strada giusta. Ci siamo chiesti perché uno dovrebbe scegliere di trascorrere le vacanze a Varese e la risposta è arrivata dall'intuizione del segretario generale Mauro Temperelli che ha visto nel turismo sportivo un volano del territorio. Oggi la nostra esperienza di **Varese Sport Commission** è una case history che anche Regione Lombardia vuole estendere a livello regionale».

Lo sport quindi può essere , e già lo ha dimostrato, un attrattore di interesse «Il giusto equilibrio sta nel calibrare in modo corretto l'informazione più giornalistica e la comunicazione emozionale – afferma Antonio Franzì – La nostra pagina Facebook è in continua crescita e crescono continuamente i contatti internazionali».

L'auspicio è che il lavoro continui anche attraverso gli occhi dei turisti stessi e degli influencer che potranno venire a Varese e «che possono avere una visione più fresca del nostro territorio e aiutarci a promuoverci e raccontarci» conclude **Mauro Temperelli**.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it