



Ticino Turismo – foto Andrea Padlina



I laghi della Val Piora



BELLINZONA

17.10.2019 - 06:04 | LETTO 10'151

AGGIORNAMENTO : 09:47

Ecco i luoghi nostrani più “instagrammabili”

Ticino Turismo si lancia a capofitto sui social. Il neo direttore Angelo Trotta: «Gli abitanti del posto sono i nostri migliori ambasciatori». Lo specialista: «Bene. Ma occhio ai pericoli»

✎ PATRICK MANCINI



BELLINZONA – I castelli di Bellinzona. Il Canello del Parco Ciani, a Lugano. Il Monte Brè. I portici di Morcote. Lavertezzo e il ponte romano. E poi ancora, la cascata della Piumogna, i laghi della val Piora, il Monte Generoso, la località di Foroglio (Bavona), la Madonna del Sasso... Sono i luoghi nostrani più “instagrammabili”. E Ticino Turismo si sta sempre più lanciando a capofitto nella sfida social. Lo conferma il neo direttore Angelo Trotta. «Negli ultimi anni, si è creata una vera e propria comunità, di cui fanno parte turisti ma anche tanti ticinesi, che pubblicano i loro scatti con l’hashtag “ticinomoments”. Sono proprio gli “autoctoni” a conoscere meglio le perle nascoste. I ticinesi sono i nostri migliori ambasciatori».

Trecento milioni di immagini al giorno – Un processo inevitabile, secondo Claudio Visentin, docente di storia del turismo all’Università della Svizzera italiana. «Ticino Turismo deve presidiare il mondo dei social. In particolare quello di Instagram, media che continua a crescere soprattutto tra gli under 35. In pochi anni potrebbe raggiungere i due miliardi di utenti, poco meno di quelli attivi ora su Facebook. Il viaggio diventa sempre più visuale. Ogni giorno più di trecento milioni di immagini vengono caricate proprio su Instagram».

Il rischio di non godersi nulla – Visentin, tuttavia, invita chi viaggia alla prudenza. «Instagram comporta anche qualche rischio rispetto alla qualità dell’esperienza del viaggio. Fotografiamo troppo, invece di guardare. E consideriamo sempre più i luoghi come degli scenari per i nostri selfie. Spesso l’obiettivo della condivisione è attirare l’attenzione dei nostri follower, come se avessimo costantemente bisogno della loro approvazione».

Un’attività a 360 gradi – Ticino Turismo ha spostato da tempo l’attenzione sui social. Invitando, negli ultimi due anni, anche vari influencer. «L’attività sui social network – evidenzia Trotta – non rappresenta un ambito a sé stante. Ma fa parte di una strategia di marketing digitale più ampia. Si parla di “cross marketing”. Ci interessa molto anche Twitter. Pur essendo considerato “di nicchia” è quello che ci permette di interagire meglio con i giornalisti. Molti esponenti dei media lo utilizzano per trovare e raccontare storie».

Morti per un selfie – La febbre da post contagierà sempre più le vacanze dei millennials. In Ticino come all’estero. Con il surreale sempre in agguato. «Per scattare una foto vincente ed essere cool – fa notare Visentin – si può anche mettere a rischio la propria vita, sporgendosi troppo su un baratro o avvicinando animali pericolosi. Dal 2011 al 2017, secondo il “Journal of Family Medicine and Primary Care”, si contano oltre 250 morti per suicidio su scala internazionale, con una rapidissima progressione: 3 nel 2011, 93 nel 2017. Nello stesso periodo, per fare un confronto, nel mondo solo 36 persone sono state uccise dai temutissimi squali. Valutate voi...».

Inviatemi le foto del vostro luogo più “instagrammabile” del Ticino tramite Whatsapp allo 076 337 35 00.



Ticino Turismo – Foto Alexandre Zveiger

Guarda tutte le 10 immagini

#instagram #marketing #social #ticino #ticino turismo #angelo trotta