

## Ascona-Locarno, una regione amatissima dagli influencer

**In questi giorni potreste imbattervi nel cantante romando Bastian Baker mentre passeggia in Piazza Grande... O forse vi è capitato nelle scorse settimane di vedere l'ex Miss Svizzera e cantante Linda Föh prendersi una pausa alle terme? Niente di più probabile: Ascona-Locarno è una destinazione così amata dagli influencer che il bacino d'utenza raggiunto sui social media dall'Organizzazione Turistica Lago Maggiore e Valli negli ultimi dodici mesi sfiora i 3,5 milioni. Merito dell'influencer marketing.**

Sembrano cifre incredibili, eppure grazie alla sua strategia di influencer marketing la regione Ascona-Locarno è riuscita ad arrivare a più di 3 milioni di persone. 3 milioni di persone che seguono attivamente influencer e micro-influencer che sono stati ospiti della regione nell'ultimo anno. Anche se non è pensabile una conversione nello stesso numero di pernottamenti nella regione, di certo tutto quanto si muove attorno al marchio Ascona-Locarno crea un avvicinamento dei potenziali turisti alla destinazione. Grazie a queste azioni il numero di followers sul profilo instagram **@ascona\_locarno** è pressoché raddoppiato: da 13'000 a 25'000 negli ultimi 12 mesi. Una cifra ancora più notevole se si pensa che la community di Ascona-Locarno è composta da utenti attivi e affezionati, che amano la nostra regione e generano interazione al di sopra della media del settore. La crescita del numero di persone che conoscono e apprezzano la nostra destinazione deve molto anche al lavoro degli influencer sia svizzeri che internazionali, con cui abbiamo intessuto ottimi rapporti.

Da ormai alcuni anni Ascona-Locarno collabora con ottimi risultati con influencer di successo nel suo mercato di riferimento, la Svizzera. Da tre anni a questa parte la principale testimonial della regione è Christa Rigozzi. Oltre ad essere la persona attorno alla quale orbitano le campagne annuali e la protagonista della campagna 2019 "La Dolce Vita", è anche stata la prima vera influencer per la destinazione, con oltre 42'000 followers su Instagram e l'arma vincente del suo sempre genuino amore per la regione del Lago Maggiore. La sua spontaneità nella vita quotidiana sui social d'altronde l'ha fatta classificare nel 2018 nella Top 20 degli influencer svizzeri nel portale Deep Social. *«Questa tendenza collaborativa sull'onda di nuovi modi di vedere il marketing attraverso i social media si è potuta concretizzare anche attraverso la cooperazione con Kingfluencer e la sua rete di oltre 1500 influencer che nell'ultimo anno ha permesso di portare nella regione personaggi come Steffi Büchi, Linda Föh, Bastian Baker. – spiega Natalie Lupatini, Responsabile Marketing dell'Organizzazione Turistica Lago Maggiore e Valli - Partendo da questa importante base ci è stato possibile sviluppare una nostra rete di influencer, soprattutto fotografi, che raggiungono volentieri la nostra destinazione per farla conoscere al loro seguito».* A questo

scopo Ascona-Locarno organizza periodicamente degli Instameet, l'ultimo dei quali si è tenuto questo marzo con 6 influencer da Svizzera e Germania per un totale di 700'000 followers.

Come meta turistica ricca di attrazioni paesaggistiche, diamo un grande valore alla qualità delle immagini e al loro potenziale virale, per questo motivo tra gli influencer con cui collaboriamo e che apprezzano la nostra regione per i suoi panorami e le sue attività ci sono numerosi fotografi di fama internazionale, come Chris Burkard e Grant Gunderson – entrambi tra i fotografi ufficiali di National Geographic – e la fotografa svizzera Sylvia Michel.

Gli ottimi risultati ottenuti nell'ultimo anno non sarebbero stati possibili senza il contributo dei nostri partner. La sinergia tra destinazione ed eventi come Moon&Stars; la stretta collaborazione con il Locarno Film Festival durante il quale l'anno scorso abbiamo accolto come influencer l'attrice americana Arden Cho e grazie a cui quest'anno avremo a Locarno la conduttrice televisiva Kelly Rizzo; la collaborazione con Ticino Turismo e Svizzera Turismo – in primis con l'hashtag per l'estate 2019 #myasconalocarnoACTIVE che abbraccia la tematica dell'anno di Svizzera Turismo, l'escursionismo - sono tutti elementi imprescindibili: grazie a loro si hanno continuamente spunti per promuovere il territorio, attirando nuovo pubblico anche sui mercati esteri come Italia, Francia, Germania, Olanda, Inghilterra e Stati Uniti d'America. *«Dall'inizio dell'anno la nostra crescita su Instagram è stata del 30% - sottolinea Nicolas Cerclé, Social Media Manager dell'Organizzazione Turistica Lago Maggiore e Valli – e su Facebook, dove comunque si sfrutta molto meno l'influencer marketing, il nostro numero di like è aumentato del 12%, un incremento molto più importante rispetto al passato. Questa crescita, misurata con l'impatto del nostro hashtag ufficiale di regione #myasconalocarno è il frutto di post e concorsi finalizzati a coinvolgere la community, ma anche della partecipazione degli influencer, poiché ogni volta che sono presenti sul territorio si attesta un aumento di follower sopra la media».* Ascona-Locarno ha seguito con entusiasmo il modello di Svizzera Turismo e del suo hashtag #inlovewithswitzerland apparso in concomitanza della campagna "Back to nature" e diventato ormai virale per tutte le destinazioni turistiche in Svizzera, proprio con lo sviluppo dell'hashtag di regione. Un discorso e una strategia che verranno costantemente ampliati per essere sempre al passo coi tempi.

Per maggiori informazioni:

**Natalie Lupatini**, Responsabile Marketing OTLMV

Tel. 091 759 76 43