

Social Media Tourism a Gallipoli: la due giorni si chiude con più di 300 presenze

SOCIAL MEDIA TOURISM · VENERDÌ 30 NOVEMBRE 2018

La grande partecipazione alla prima edizione 2018 conferma la necessità di continuare a puntare sulla formazione come leva necessaria di competitività per il settore turistico, sottolineando l'importanza dei temi affrontati, dal marketing ai social al digitale.

Venerdì 23 e Sabato 24 Novembre, nella suggestiva location della Galleria Dei Due Mari di Gallipoli, si è tenuta la prima edizione del Social Media Tourism, con un sold-out registrato nei giorni precedenti l'evento. Oltre 300 presenze nella due giorni, 5.000 visualizzazioni su Twitter, 10.000 su Facebook, 18.000 su Instagram e, infine, oltre 800 connessioni internet effettuate sulla rete wifi predisposta dal partner tecnologico WiCity.

La realizzazione dell'evento - patrocinato dai Comuni di Gallipoli, Galatone, Morciano di Leuca e da Pugliapromozione - è stata possibile grazie al sostegno di realtà territoriali quali Caroli Hotels, SimplyRev, Vivosa Apulia Resort, I Borghi d'Italia, Bianca24; dai partner com Acqua Orsini, Bologna APTS, Frontiere21, Holding Tour, ITS Salento SRL, Salento Bici Tour, Pugliesi a Milano, TravelMinds, Brasserie, Parisi Design, Marea, Unipol Taviano, ITS del Turismo Avanzato, Spinelli Caffè, IM Evolution; da Media Partner come Pugliesi a Milano, Extra Magazine, Amazing Puglia, PugliaExpo e soprattutto InnovAttiva con tutto il team di Toni Augello.

Formazione, intrattenimento, turismo, professioni digitali, networking, startup, innovazione e business, tutto in un evento unico sul Turismo Digitale nella Regione Puglia e nel Sud Italia, e seguito online anche grazie al servizio in streaming.

Luca Caputo e Gianluca Monaco, organizzatori dell'evento, avevano ben chiaro l'obiettivo da raggiungere: *“Abbiamo pensato fosse possibile, per una volta, invertire la tendenza: in un contesto che vede sempre giovani, professionisti e imprese muoversi verso Nord per formarsi, volevamo far muovere professionisti e relatori di spessore verso Sud. I*

nomi individuati sono stati il fattore chiave del successo di quest'evento, per questo li ringraziamo d'aver accettato con molta semplicità di raggiungerci e dare il loro apporto significativo al valore di questo primo Social Media Tourism”.

Nella prima giornata, dopo i saluti di rito, **Michela Mazzotti** ha inaugurato i lavori sottolineando quanto il valore della vera ospitalità si rifletta nel mondo online, spiegando cosa occorra curare maggiormente per rendere veramente efficace la comunicazione sul web; **Lino Garbellini** (giornalista e Social media Specialist) ha poi introdotto il tema degli influencer nel turismo, suggerendo criteri che aiutano a scegliere, approcciarsi e lavorare con questi attori della filiera turistica in maniera efficace; **Francesco Biacca** ha chiuso la prima parte indicando le 7 fasi di una strategia digitale per aziende turistiche, soffermandosi su Google Analytics ed Email Marketing, strumenti vitali per fidelizzare gli ospiti.

Dopo la pausa pranzo, a riprendere la formazione è stato il turno di **Orazio Spoto** (founder di Igers Italia e Igers Milano), che ha dato utili informazioni su come concepire l'uso del nuovo Instagram nel turismo, tra consigli e nuovi trend. **Sabrina Merolla** ha poi raccontato come una passione possa diventare un lavoro, riportando la case history del suo blog “Buon Vento”. Bruno Bertero – Direttore di Promo Friuli Venezia Giulia – ha spiegato la strategia attuata da PromoFVG nel promuovere la destinazione attraverso la figura degli *ambassador*. **Miriam Torrente**, infine, ha chiuso la sezione degli speech del primo giorno col suo intervento sulla gestione della Crisis Management nel settore turistico.

All'interno dell'evento si è poi realizzata la premiazione della **Startup Competition**, il contest avviato ad aprile e che ha visto la partecipazione di più di 20 idee di business. Tra le **4 Startup finaliste** si è aggiudicata il primo premio **Hearth**, una piattaforma digitale, fruibile tramite app per smartphone iOS e Android, per mettere in rete il patrimonio dei territori italiani sia dal punto di vista dei beni architettonici, storici e culturali sia per quanto riguarda i servizi commerciali connessi alla fruizione del territorio. Per loro supporto nello sviluppo del business, mentoring da parte di manager esperti nel settore di riferimento e giornate di matching e pitch dinanzi a potenziali investitori.

A **CyranoProject** il secondo posto e l'iscrizione gratuita per un anno alle attività di Associazione Startup Turismo, mentre **A Proposito di Viaggi** si aggiudica il terzo premio, un corso di Web Marketing Turistico offerto da luccaputo.it e da 3MLab.

“Il turismo è oggi un settore in cui nascono le maggiori idee di business perché è un mercato in continua crescita e perché riguarda tanti settori trasversali ad esso collegato, dal food, al sociale al design. Spesso, quando ci si avvicina al settore turistico, c'è molta difficoltà a pensare nuove categorie professionali e nuovi luoghi dove sperimentare innovazione. Crediamo occorrano sempre più occasioni a giovani e meno giovani per reinventarsi anche in territori come questi, far capire che bisogna passare dal cercarsi un lavoro al crearsi un lavoro”.

Nella prima parte del secondo giorno, invece, si sono avvicinati speaker che hanno centrato i loro interventi sull'importanza dei dati per indirizzare le scelte strategiche all'interno di un'organizzazione turistica. **Tommaso Peduzzi** – Country Manager di Trekksoft Italia – ha focalizzato l'attenzione sulle strategie e sugli strumenti per il settore delle in-destination activities. **Bianca Bronzino** – Funzionario Innovazione presso ARET Pugliapromozione – e **Pasquale Stroia** - Travel Industry Analyst in TravelAppeal – hanno sottolineato quanto siano fondamentali i dati al servizio della filiera turistica, spiegando il progetto in essere tra Pugliapromozione e Travel Appeal *#bettertogether*. **Flavio Tagliabue** – Founder di WeAGoo e Associazione Startup Turismo – ha descritto i pilastri della progettualità in una smart city dell'ecosistema del *proximity engagement* rivolto a cittadini e turisti. **Armando Travaglini** – consulente e formatore Web Marketing Turistico, ideatore del Digital Marketing Turistico System – ha poi spostato l'attenzione su strategie, strumenti e innovazioni digitali nell'hospitality. **Toni Augello** – food blogger e creatore del format Colto e Mangiato – ha spiegato come digital e food diventano strumento chiave per raccontare il territorio. **Marco Bove** – consulente web marketing e founder di Im Evolution – ha chiuso la prima sezione di interventi raccontando come il digital marketing possa far aumentare le prenotazioni dirette, soffermandosi sull'analisi di una case history di una struttura ricettiva.

Nel pomeriggio i lavori sono ripresi con lo speech di **Alessandro Toma** su skills, strategie e tecniche per crescere su Instagram. **Barbara Perrone** di Simply Rev, invece, ci ha trasportato nel complicato mondo del revenue, cercando in pochi passi di spiegare come renderlo una disciplina semplice per tutti. Con **Pierluigi Polignano** l'attenzione si è spostata sulla Brand Destination Awareness e su come la destinazione abbia un ruolo primario nella scelta del soggiorno di un turista. A chiudere il panel di relatori **Pierpaolo Attanasio** e **Marco Briganti** di TravelMinds, che hanno chiarito quanto sia importante la formazione nel turismo e che la digital transformation debba andare di pari passo con la human transformation.

Durante la chiusura di evento, dopo la premiazione delle Startup, Gianluca Monaco e Luca Caputo hanno dato appuntamento al prossimo anno con SMT2019, senza prima annunciare le novità che accompagneranno le prossime fasi del format: dalla volontà di accogliere

contributi editoriali per tenersi sempre aggiornati sulle tematiche del turismo e del digitale, fino all'annuncio di una serie di giornate formative su tematiche trasversali (web marketing per strutture ricettive, social, esperienze) a partire già dal mese di gennaio.

“La risposta che abbiamo avuto dal territorio e da parte dei relatori che sono venuti fin qui – concludono i founder di Social Media Tourism – ci dà la ferma consapevolezza che è necessario continuare sulla strada della formazione per sostenere nuove idee di business e rafforzare la competitività di chi già opera sul territorio. Il turismo può e deve diventare un motore di accelerazione per tutta l'economia e per tutto lo sviluppo locale, ci auguriamo di poter collaborare con tutti gli attori del territorio per aumentare le potenzialità di queste destinazioni di attrarre non solo turisti ma anche i nuovi talenti che qui vogliono investire la loro vita umana e professionale”