

Le migliori campagne hashtag: #LaMiaLiguria tra le grandi sfiora il primato “social”

di **Tamara Turatti**

27 Dicembre 2016 - 11:47



Liguria. Fa una certa impressione (positiva) vedere #LaMiaLiguria, la campagna avviata dalla Regione quest'estate per rilanciare la bellezza del territorio, campeggiare nella nuova Top Social Campaigns stilata da Blogmeter, in mezzo a due colossi del brand e del marketing, come Morellato e Ikea.

Un risultato sorprendente se si pensa che **#LamiaLiguria ha battuto campagne targate Ikea, Huawei, Pandora, Parmigiano Reggiano spinte dalla pubblicità “forte” (anche mainstream), oltre che dalla forza del marchio e spesso dai testimonial, e soprattutto in un periodo, quello tra il 1 novembre e il 15 dicembre, turisticamente “freddo”.**

Un risultato più che lusinghiero, oltre che importante, segno che la campagna mirata inizialmente all'estate (#LamiaLiguria era già nella [top five estiva di Blogmeter](#)), continua a funzionare.

Merito di una Liguria che oltre a valorizzare la sua naturale bellezza ha saputo stare al passo con i tempi (social). Anche la novità “invernale” lanciata da Blogmeter ha in parte contribuito: la classifica delle campagne hashtag più coinvolgenti è stata infatti stilata non più solo su Twitter ma anche su Instagram, dove i numeri di interazioni superano di netto quelli del social dei 140 caratteri, e dove a primeggiare sono proprio le foto. E **la bellezza della Liguria, immortalata nei click e rilanciata, ne ha sicuramente giovato: gli scatti autunnali della Liguria hanno infatti appassionato gli utenti di Instagram con 61,8 k di Posts.**

Così, se in vetta alla top ten campeggia Morellato, trainato dal Natale e dalla super testimonial Michelle Hunziker che ha contribuito non poco al successo della campagna, a sorpresa arriva **sul podio, al secondo posto, #LaMiaLiguria, l'hashtag di promozione turistica di @turismoinliguria, che ha generato nel mese e mezzo di analisi 246,5K interazioni.**

“In particolare - si legge su Blogmeter.it - il picco di engagement si è generato nella prima settimana di novembre, grazie soprattutto alla grande attività del profilo Instagram della community @yallersliguria”.

Da segnalare anche il **grande successo del 15 dicembre con la prima della “Traviata” al Teatro dell’Opera Carlo Felice, che ha suggellato #lamialiguriainverno**, la nuova campagna di promozione voluta dal Presidente della Regione Liguria, Giovanni Toti per il Natale e la stagione fredda, per accrescere ancora di più l’attrattività della Liguria durante i mesi invernali.

Una bella medaglia d’argento per la Liguria che supera così sia le campagne di prodotto, sia quelle turistiche (sorpresa di questa classifica invernale), arrivando anche prima dei cugini lombardi. #InLombardia365, infatti resta fuori podio al quarto posto. Per una volta, la torta di riso non è finita.