

## Bellaria Igea Marina, boom di presenze a Capodanno e in tutto il mese natalizio

**Attualità** - 14 gennaio 2020 - 13:36



Durante le feste di Natale guardando il passeggio sull' isola pedonale, si prospettavano buoni risultati, poi la festa dell'ultima notte del 2019 ha confermato il buon andamento. I dati raccolti confermano le buone impressioni: nel mese Natalizio nella Snow Globe di piazza Matteotti, sono entrate 10.000 persone, mentre il contatore della Realtà Virtuale posizionato in viale Paolo Guidi ha segnato 5600 giocatori. Per quanto riguarda il Capodanno, durante la serata gli otto punti spettacolo hanno raccolto dalle 500 alle 1.000 presenze, considerando poi un ricambio di persone verso la prima ora del 2020, si può ipotizzare una rotazione di circa 10.000 persone.

Questi numeri sono importanti ma molto legati al territorio, come la comunicazione cartacea fatta con mille manifesti affissi nelle città dell'entroterra Romagnolo, la vetrofania al centro commerciale vista da duecentocinquantamila persone o le duemila brochure distribuite a Bellaria Igea Marina. I dati più importanti, non solo perché numericamente elevati ma in quanto riferiti alla promozione cittadina nel contesto nazionale, derivano dai Social: 650.000 le persone raggiunte su Facebook e 350.000 su Instagram, un milione suddiviso in maggior percentuale tra Emilia e Lombardia, ai quali vanno aggiunti i tre milioni di utenti raggiunti in tutta Italia promuovendo la loro presenza a Bellaria Igea Marina, dagli Influencer: Marta Losito, Matt&Bise, Gabriele Vagnato e i DinsiemE. Per quanti riguarda i numeri dei social vanno aggiunti anche i canali del Comune di Bellaria Igea Marina e dell'Isola dei Platani che portano altre cinquecentomila persone raggiunte, con una targetizzazione più local. Non vanno dimenticati i 108 spot tra Radio Bruno e Lattemiele, in una programmazione che andava da Bologna a Cattolica e ciliegina della promozione, gli spot su Radio M2o dedicati al capodanno Bellarieselgeano curati da Visit Romagna.

“Sicuramente la promozione nazionale è stata importante - spiega il Presidente di Fondazione Verdeblu Paolo Borghesi - sui social è stata mirata e geo targetizzata, dandoci prestazioni super non solo per i numeri di persone raggiunte ma anche per le interazioni e per i dati raccolti dalla Chat bot che potremo utilizzare in futuro per il remarketing. Poi la presenza dei Dj di Radio M2o che con le loro storie sui social, hanno contribuito a livello nazionale alla promozione di Bellaria Igea Marina. Non trascurerei anche se local, la promozione social dei vari attori del Capodanno: Andrea Prada, I Moka, Sergio Casabianca, Giorgio Vanni. Avere



messo al tavolo un mese prima gli attori della comunicazione ha dato i suoi frutti. Addetti stampa, agenzia social, direttore artistico e le nostre ragazze: a loro il ringraziamento".