

L'Adige Dicono di Noi

TREMBO Il presidente Walter Ferrazza traccia il bilancio del primo anno di attività

Parco Adamello Brenta sempre più "social"

Contatti e utenti: aumenta l'interesse per l'ente



GIULIAMO BELTRAMI STREMO - La gestione del presidente **Walter Ferrazza** ha compiuto un anno da poche settimane e al **Parco naturale Adamello Brenta**, fra i vari bilanci da tirare, c'è quello relativo alla comunicazione. Se c'è un deciso cambio di rotta rispetto al passato è proprio in questo settore delicato, cui **Ferrazza** tiene moltissimo. E i dati gli danno ragione.

Salvaguardia dell'ambiente ed educazione ambientale, un binomio che si sposa per definizione con un **Parco**. «Vediamo crescere l'utenza sui social network (Facebook, Instagram e Youtube) e sul sito web», osserva **Ferrazza**, che parla di «un aumento del pubblico giovanile nella fascia d'età 18-24 anni, che si affianca a quello più numeroso, compreso fra i 25 e i 44 anni». Un pubblico desideroso sì di belle fotografie e di video suggestivi di montagna e di animali, «ma in cerca anche di informazioni sui nostri servizi, sulla manutenzione del territorio, sulla ricerca scientifica, sulle attività formative».

E il **Parco** c'è. Il presidente lo fa capire attraverso i numeri: nel 2021 **Parco** menzionato in 600 articoli di testate locali e non.

Poi c'è il rapporto instaurato con Radio Dolomiti, «che si intensificherà nel 2022», e c'è stata la partecipazione al ciclo di trasmissioni estive «Benvenuti al **Parco**» su Rai Radio 3. Ma il punto forte è l'utilizzo di un mix di strumenti, come i comunicati e le conferenze stampa, la rivista semestrale, ma anche iniziative ad hoc, sui social network e sugli altri media, locali e non (dai bollettini comunali a Condè Nast), «cercando di raggiungere il maggior numero possibile di interlocutori».

Il sovrano assoluto resta il web, con quasi il 50% delle menzioni totali: «Il traffico generato dai social - commenta **Ferrazza** - è praticamente tutto "organico", cioè non generato da post sponsorizzati (sono state fatte solo 5-6 piccole sponsorizzazioni, soprattutto per rilanciare le attività estive)».

Altri numeri: 59 comunicati stampa; 11 conferenze stampa (su temi che hanno spaziato dalle attività estive rivolte a turisti e residenti, come Superpark, alla gestione della mobilità collettiva, fino agli eventi più istituzionali come la firma dell'accordo con il **Parco** fluviale della Sarca o la consegna del Marchio del **Parco** Cets-**Qualità Parco**); 97.230 followers su Instagram e 45.331 su Facebook. «Numeri in crescita - rivendica il presidente - rispetto agli anni precedenti, molto buoni se confrontati con la media degli Enti locali con finalità



L'Adige

Dicono di Noi

simili; interessanti anche a livello nazionale». E cita il **Parco** del Gran Paradiso, il decano dei Parchi italiani, per dire che l' **Adamello Brenta** supera realtà molto note e apprezzate.

A testimoniare la crescita di interessati al **Parco**, due dati: circa 406.000 utenti del portale web nel 2021 (201.806, praticamente metà, i nuovi utenti). E poi, 715.000 le visualizzazioni di pagina sul sito web (più 21,6% rispetto al 2020). «Si è riscontrato un aumento costante in particolare da aprile a ottobre, in corrispondenza con i picchi di attività». Come dire? Se lavori ottieni risultati.