

STRATEGIE DI PROMOZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO TRAMITE INTERNET

Katarína Klimová
Università Matej Bel di Banská Bystrica
Repubblica Slovacca

katarina.klimova@umb.sk

Riassunto. Il turismo è diventato negli ultimi decenni un fenomeno di particolare rilevanza sociale e economica e rappresenta un interessante campo di studio in vari settori, compresi gli studi linguistici e traduttologici. Uno degli argomenti a cui viene dedicata molta attenzione è la promozione turistica tramite internet. La rete si è rivelata uno strumento importantissimo per la diffusione delle informazioni e determinante per l'acquisizione di potenziali clienti. Nella marea di testi turistici consultabili sui siti spiccano le pagine web istituzionali che combinano la funzione promozionale dei dépliant con quella informativa, tipica delle guide turistiche, approfittando delle specificità del medium. L'intervento si propone di analizzare le strategie messe in atto per attrarre i visitatori e creare l'identità dei luoghi presenti sui siti web istituzionali di nove regioni italiane.

Parole chiave. Testi digitali. Siti turistici istituzionali. *Genre analysis*. Analisi multimodale. Strategie retoriche. Promozione.

Abstract. Digital Destinations: Promoting Tourism on Official Regional Websites. Tourism is an important industry with a significant social and cultural dimension. It is also an area providing many interesting stimuli for the study of linguistics and communication, particularly in the research of adequate tools for informing and persuading potential clients. Since the internet is an essential tool for self-promotion nowadays, many specialists focus on how tourist destinations are presented in different types of digital texts. These include official tourism websites, which combine

the informative function of guidebooks with the promotional function of brochures and leaflets. The purpose of this study is to analyse the rhetorical strategies used on the official homepages of nine Italian regions to catch the attention of potential clients and to create an identity for the particular region as a tourist destination.

Keywords. Digital texts. Official tourism websites. Genre analysis. Multimodal analysis. Rhetorical strategies. Promotion.