



VETRINA A NEW YORK

PESCARENICO SBARCA NELLA GRANDE MELA

SERVIZIO A PAGINA 34

LA CURIOSITÀ VIDEO PROMOZIONALE A NEW YORK

Times Square, Pescarenico per "catturare" gli americani

C'è sempre una prima volta. E il borgo di Pescarenico a Lecco, ma anche l'isola Comacina - con la sua storia millenaria ed intrigante (nel 2019 ricorrono gli 850 anni dalla fragorosa caduta ad opera del Barbarossa, alleato dei comaschi) - e la Lombardia sbarcano non in una location qualsiasi, bensì a Times Square, simbolo per antonomasia di New York e degli Stati Uniti.

Per una settimana, il video di promozione turistica 'Wow we are in Lombardy' scorre per circa 800 passaggi nella celebre piazza tra la quarantatreesima e la quarantaquattresima strada.

Un'iniziativa di forte impatto voluta da Regione Lom-

bardia e promossa attraverso **Explora, la società di promozione turistica regionale**.

Si rafforza così in maniera decisa il legame tra il lago di Como e gli States, che dal 2002 in poi anno di grazia in cui George Clooney ha acquistato Villa Oleandra a Laglio e Villa del Balbianello a Lenno ha ospitato una delle scene cult di "Star Wars II" - ha fatto registrare numeri importanti, toccando picchi inaspettati.

L'assessore regionale allo Sviluppo Economico Mauro Parolini spiega, soddisfatto, che «il video raccoglie in pochi secondi tutte le bellezze della nostra ricchissima offerta turistica, in vetrina in uno dei luoghi più conosciuti e visitati al mondo. E in un mercato, quello statunitense, molto interessante per la nostra

regione».

Mauro Parolini fa inoltre notare che «oggi la promozione del turismo gioca gran parte della propria partita sull'efficacia della comunicazione e sulla capacità di sfruttare al meglio il grande potere del racconto. In questo quadro molto dinamico, il linguaggio delle immagini assume un ruolo particolarmente importante, dove proprio il video s'interna affermando come strumenti di promozione sempre più efficaci».

E poi aggiunge: «In questo caso, in particolare, siamo riusciti a mettere in campo un'iniziativa di grande impatto, con costi molto bassi, che accende ancora una volta i riflettori sulla destinazione Lombardia e l'Italia».

Pescarenico di Lecco, reso ce-



L'immagine di Pescarenico sullo schermo di Times Square a New York

lebre dall'opera di Alessandro Manzoni, compare sui cartelloni con le caratteristiche case affacciate sull'Adda. L'isola Comacina è invece immortalata con il celebre campanile della chiesa di Santa Maria Maddalena (Ospe- daletto, Ossuccio) e il video, nella

versione by night, dà grande risalto al maxi spettacolo pirotecnico, evento clou della Sagra di San Giovanni. Insomma, non poteva esserci promozione migliore per questo angolo di territorio.

Spazio anche a Como, ripreso dall'alto nella doppia veste gior-

no-notte, con un bel colpo d'occhio sul tracciato della funicolare di Brunate e, per quanto riguarda la provincia di Sondrio, per gli impianti di risalita di Madesimo in primo piano su una montagna innevata. **M. Pal.**

