

# «Lecco punti sui turisti dall'India»

**L'esperta.** Magda Antonioli non ha dubbi: va cavalcata l'occasione del videoclip visto da milioni di persone  
«Bisogna contattare l'agenzia regionale [Explora](#), poi albergatori e tour operator per promuovere i pacchetti»



**Magda Antonioli**  
Docente in Bocconi

## STEFANO SCACCABAROZZI

Trasformare i 235 milioni di visualizzazioni ottenuti dal videoclip "Made in India" della popstar indiana **Guru Randhawa** in un volano turistico per il territorio di Lecco.

È questa la sfida che istituzioni e operatori turistici della nostra provincia non si possono lasciare sfuggire dopo l'incredibile successo raggiunto dal videoclip musicale girato lo scorso maggio in città, con le immagini del nostro lago e dei nostri paesaggi che per quattro minuti scorrono ininterrottamente sugli schermi di milioni di indiani. Così la pensa la professoressa **Magda Antonioli**, esperta di economia del turismo con un importante curriculum universitario e di consulenze politico-istituzionali, nonché direttrice

del corso di alta formazione "General management nel settore turistico alberghiero", organizzato da Confcommercio con la Bocconi di Milano.

## Un'azione coordinata

«Quando succedono queste cose, che sono un po' come dei jolly, non bisogna lasciarsi scappare l'occasione, anzi va cavalcata immediatamente. In generale – spiega Antonioli – bisognerebbe muoversi con la promozione in anticipo rispetto all'uscita di queste produzioni cinematografiche. Ora, visto che è capitata quest'ottima occasione, non va lasciata cadere, bisogna affrettarsi e rispondere in modo idoneo». Fondamentale dunque dare avvio a un'azione di promozione coordinata e immediata: «Adesso l'India può essere

un buon mercato dove muoversi perché ci sono persone che hanno rendite e si può sfruttare la visibilità che il territorio ha ottenuto. Deve però essere Lecco, appoggiandosi al livello regionale, a portare avanti una propria promozione. Andrebbe immediatamente contattata l'agenzia regionale [Explora](#) come partner con cui collaborare e agire in maniera sinergica, magari allargando il discorso a tutto il bacino del lago

di Como».

## Soggetti pubblici e privati

Apprendere in mano la questione dovrebbe dunque essere quel network di soggetti pubblici e privati rappresentato dalla nascente agenzia del turismo del Lago di Como, oggi purtroppo ben lontana dall'essere una realtà operativa: «Sul livello locale questo genere di lavoro – continua Antonioli – spetterebbe all'ente del turismo. In assenza di un soggetto predefinito si devono dare da fare gli albergatori o la loro associazione. Va valutata la possibilità di creare dei prodotti turistici da andare a proporre ai turisti indiani, magari già con un programmino scritto nella loro lingua. Vanno mostrati gli alberghi che ci sono, le escursioni che si possono fare, i battelli, bisogna dare informazioni su cosa si può trovare. Bisogna mettersi in contatto con tour operator che si diano da fare per creare delle combinazioni di prezzi e di soluzioni in modo che il turista possa scegliere tra più opzioni. Infine bisogna restare in contatto con gli alberghi proposti per avere un ritorno immediato».

te del turismo. In assenza di un soggetto predefinito si devono dare da fare gli albergatori o la loro associazione. Va valutata la possibilità di creare dei prodotti turistici da andare a proporre ai turisti indiani, magari già con un programmino scritto nella loro lingua. Vanno mostrati gli alberghi che ci sono, le escursioni che si possono fare, i battelli, bisogna dare informazioni su cosa si può trovare. Bisogna mettersi in contatto con tour operator che si diano da fare per creare delle combinazioni di prezzi e di soluzioni in modo che il turista possa scegliere tra più opzioni. Infine bisogna restare in contatto con gli alberghi proposti per avere un ritorno immediato».



Un frame del videoclip di Guru Randhawa girato a Lecco che ha totalizzato 235 milioni di visualizzazioni

