

MALPENSA, PORTA D'ITALIA: COSÌ IL MONDO RACCONTA MILANO E LA LOMBARDIA

Ricerca SocialCom: tre assi del racconto internazionale del territorio. La Lombardia raccoglie 17 milioni di conversazioni e oltre 1 miliardo di interazioni nel mondo; Milano ne è il motore narrativo, con un interesse in crescita del +7% all'estero e un sentiment positivo all'82%. Malpensa completa il quadro come prima infrastruttura di accesso citata nel racconto globale della regione.

Tra settembre 2025 e agosto 2026, **SocialCom** ha analizzato le conversazioni online e social dedicate alla **Lombardia**, a **Milano** e a **Malpensa**, osservando volumi, interazioni, sentiment, temi più ricorrenti, geografie e principali driver di attenzione.

Dalla ricerca emerge una **lettura a tre livelli**. La **Regione** viene raccontata in Italia soprattutto attraverso **governo del territorio, economia, lavoro, sanità e turismo**. **Milano** rappresenta il principale **motore di visibilità internazionale**, grazie a eventi, moda, sport, turismo urbano e lifestyle. **Malpensa** completa il quadro come **infrastruttura strategica di accesso**, collegando il territorio ai flussi globali di turismo, business e mobilità.

Regione Lombardia: dal governo del territorio alla reputazione internazionale

Il primo asse riguarda la **Lombardia** come **soggetto territoriale e istituzionale**. Nel dibattito nazionale la regione raccoglie **1.4 milioni di conversazioni** e **42 milioni di interazioni social**, con un interesse in crescita del **+5% negli ultimi sei mesi**. La conversazione si sviluppa in modo continuo e ruota attorno ai temi più concreti dell'agenda pubblica: **economia, lavoro, sanità e turismo**.

All'estero la scala cambia. La Lombardia genera **17,3 milioni di conversazioni** e **1,1 miliardi di interazioni social**, con un interesse in crescita del **+8%** negli ultimi 6 mesi e un **sentiment positivo all'80%**. La regione non viene letta solo come perimetro amministrativo ma come **sistema di luoghi, eventi, brand e**

destinazioni riconoscibili. Milano resta il baricentro, ma **il racconto internazionale si allarga al territorio**, con Monza, Lago di Como, Bellagio, Livigno, Bormio e le destinazioni alpine.

Milano: il motore narrativo della Lombardia nel mondo

Il secondo asse è **Milano**, principale punto di accesso narrativo alla Lombardia. In Italia la città raccoglie **6,3 milioni di conversazioni** e **551 milioni di interazioni social**. Nel perimetro nazionale viene raccontata come **città-evento**, ma anche come **spazio di confronto pubblico**, dove alle **Olimpiadi Milano-Cortina** e ai grandi eventi della moda, si affiancano **dibattito urbano, cronaca e sicurezza**.

All'estero, invece, il racconto su **Milano** si concentra più sulla **capacità della città di richiamare attenzione**, flussi e immaginario globale. La città genera **15 milioni di conversazioni**, **1 miliardo di interazioni** e una crescita di interesse del **+7%** negli ultimi 6 mesi. Anche il tono cambia: il sentiment positivo passa dal **70% in Italia all'82% nel mondo**. Fuori dal Paese, Milano appare più come un **brand globale**, legato soprattutto a **moda, sport, lifestyle e grandi eventi**.

Questa doppia lettura è uno degli elementi centrali della ricerca: in **Italia**, Milano è una **città molto presente e discussa**; nel mondo, è una **piattaforma di attrazione più riconoscibile**, capace di **proiettare la Lombardia dentro un immaginario internazionale** fatto di eventi, creatività, turismo e lifestyle.

Malpensa: la porta di accesso a Milano e alla Lombardia

Il terzo asse è **Malpensa**, analizzata come **infrastruttura strategica** e come elemento concreto della connessione internazionale della regione. Nel racconto globale della Lombardia lo scalo è la **prima infrastruttura di trasporto nel panel analizzato**, davanti agli altri nodi aeroportuali regionali. Non viene letto soltanto come aeroporto, ma come **porta d'ingresso ai flussi globali di turismo, business ed eventi**.

Tra settembre 2025 e agosto 2026, Malpensa raccoglie **361 mila conversazioni internazionali** e **4,6 milioni di interazioni social**. Negli ultimi sei mesi l'interesse cresce del **+3%**, mentre il sentiment resta prevalentemente

positivo, all'**84%**. Gli **Stati Uniti** sono il primo paese per volume di conversazioni, con una presenza rilevante anche dei mercati asiatici, in particolare **Thailandia, Giappone e Corea del Sud**.

Nel confronto con i principali hub europei, **Malpensa è l'unico aeroporto del panel a registrare una crescita dell'interesse negli ultimi sei mesi**. Francoforte aumenta anch'essa, ma solo per l'impatto di notizie negative ad alta viralità. Sul piano delle interazioni, Malpensa si colloca inoltre al secondo posto, dietro Heathrow, confermando un ruolo di primo piano tra gli scali europei analizzati.

Olimpiadi ed economia completano il racconto

Dentro questi tre assi si inserisce il ruolo di **Milano-Cortina 2026**, che attraversa l'intera analisi come fattore di esposizione e amplificazione. Tra gennaio e agosto 2026, le Olimpiadi generano **46 milioni di conversazioni, 1,6 miliardi di interazioni social e 36 miliardi di visualizzazioni video** tra TikTok e YouTube.

L'evento consente di leggere la Lombardia non come un singolo luogo, ma come una rete di città, destinazioni alpine, infrastrutture e territori connessi. Da inizio anno, il **20% delle interazioni sulla Lombardia è legato alle Olimpiadi**: una interazione su cinque. **Milano arriva al 25%**: una interazione su quattro. Milano-Cortina diventa così un ponte tra racconto urbano, attrattività turistica e visibilità internazionale.

La parte finale sull'**economia lombarda** completa il percorso, spostando l'attenzione dalla visibilità alla dimensione produttiva. Nel confronto con i principali distretti industriali europei, **la Lombardia si posiziona tra i territori più presenti del panel**, dietro Baviera e Baden sia per mention sia per interazioni e davanti agli altri territori analizzati. Il dato più forte è reputazionale: **il sentiment positivo raggiunge il 91%, il valore più alto insieme al Rodano**.

*“La Lombardia viene raccontata su livelli diversi ma sempre più collegati: la Regione come sistema di governo e produzione, Milano come motore internazionale di eventi e lifestyle, Malpensa come porta di accesso ai flussi globali”, spiega **Luca Ferlaino**, Presidente di **SocialCom**. “Il dato più interessante è che la reputazione internazionale non si esaurisce nella città: Milano resta il centro del racconto, ma intorno a essa crescono territori, infrastrutture, mete turistiche e grandi eventi. È questa combinazione tra attrattività, accessibilità e forza produttiva a rendere la Lombardia riconoscibile nel mondo.”*

Per scaricare la ricerca completa visita il sito www.socialcomitalia.com.