

VerbanoNews

Le news del Lago Maggiore

Varese e il Lago Maggiore sempre “più vip”? Una tesi analizza l’indotto delle star

Maria Carla Cebrelli · Tuesday, August 16th, 2022

Dal matrimonio alle Ville Ponti di **Filippa Lagerback e Daniele Bossari** alle stories su Instagram di **Chiara Ferragni** a Ranco, sul Lago Maggiore. Qual è l’impatto, dal punto di vista turistico, del rapporto tra territorio e personaggi famosi? E qual è l’effetto sul grande pubblico?

L’indotto generato **dalla visibilità data dal mondo dello spettacolo**, nel senso più ampio del termine, e i possibili risvolti per lo sviluppo del settore turistico sono il tema al centro **di una recente tesi di laurea in scienze del turismo presso l’Università dell’Insubria**, presentata dallo studente Francesco Gemmo con relatore il professor Francesco Buscemi.

Un elaborato dal taglio sperimentale che è stato costruito analizzando in particolare due aree territoriali: **il Lago Maggiore e la città di Varese**. Quali strategie si stanno mettendo in atto per ottimizzare la visibilità del territorio e a che obiettivi si può puntare? Il termine più alto di paragone è il territorio italiano che più di ogni altro ha costruito la sua reputazione internazionale proprio dall’aver ospitato star e personaggi famosi, **il vicino Lago di Como**.

L’immaginario del Lario fa immediatamente pensare all’attore **George Clooney** e ai ricevimenti nella sua Villa Oleandra a Laglio dove negli anni **ha ospitato, istituzioni, colleghi e divi internazionali amplificando l’attrattività del luogo**. Sono diverse le celebrities transitate da Como negli ultimi anni: da Meghan e Harry a Cristiano Ronaldo, da Paris Hilton alle stelle di Bollywood.

Alcune delle località più caratteristiche del Lago di Como sono state scelte inoltre **come location di lungometraggi italiani e stranieri** che spaziano dal ciclo di Star Wars (tra i set di uno degli episodi la splendida Villa Balbianello) alle commedie americane come la recente **Murder Mystery** con Jennifer Aniston e Adam Sandler.



La principessa Diana e il principe Carlo sul Lago Maggiore

La tesi di Francesco Gemmo, **con le dovute proporzioni, prova ad analizzare quelli che potrebbero essere i punti di forza della provincia di Varese** partendo dalla vocazione turistica del Verbano e anche dal passato. Tra le visite illustri citate nell’elaborato non poteva mancare quella sul Lago Maggiore di **Lady Diana e il principe Carlo** nel 1985 che fu senza dubbio un momento di grande attenzione mediatica. Un notevole contributo è stato offerto poi dal grande

schermo, con i film ispirati ai romanzi di Piero Chiara e la commedia italiana che in particolare negli anni Settanta scelsero proprio il Verbanò e i dintorni come location. Basti pensare ad alcune pellicole di **Renato Pozzetto** ambientate tra i comuni della sponda lombarda e diventate dei veri e propri “cult”.

L’era dei social network ha poi ulteriormente allargato le potenzialità di “essere messi in vetrina” anche se soltanto per una parentesi di 24 ore. La tesi colloca gli influencer tra i “personaggi famosi” della contemporaneità, in grado di dare enorme visibilità ai territori e ricostruisce il riscontro mediatico del passaggio di alcuni di loro. Tra tutti non poteva mancare la famiglia più celebre dei social, i **Ferragnez** (*Chiara Ferragni, nella foto in alto e il cantante Fedez*), che saltuariamente trascorrono del tempo libero in provincia e in particolare in alcune località del Lago Maggiore.

“L’elaborato – osserva lo studente nelle conclusioni – ha il fine di mettere in luce, con relativi esempi, **una diversa opportunità di sviluppo turistico** di una determinata area attraverso l’intermediazione di figure famose che coesistono in qualche modo nel nostro quotidiano e che hanno la capacità di influenzare le scelte di un vasto pubblico”. L’analisi presentata potrebbe essere utile a supporto di una strategia che tenga sempre maggior conto di questo volto della comunicazione. Resta tuttavia ancora difficile rispondere alla domanda di fondo: **possono davvero (e soprattutto quanto) un post o una storia di Instagram pubblicata, seppur su profili da centinaia di migliaia di follower, per una durata effimera incidere sulle scelte di vacanza del grande pubblico?**

This entry was posted on Tuesday, August 16th, 2022 at 11:03 am and is filed under [Turismo](#), [Università](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Responses are currently closed, but you can [trackback](#) from your own site.