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 Verbano 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. You can leave a response, or trackback from your own site.