

03/07/2012 11.00.33

IL CINETURISMO COME VOLANO DI PROMOZIONE DEL TERRITORIO



Questo il motivo principale della partecipazione attiva della Lombardia Film Commission anche alla X edizione dell'Ischia Film Festival, in programma fino al 7 luglio nell'isola partenopea. Una riflessione di Alberto Contri, Direttore Generale LFC

02/07/2012 - In occasione del decennale dell'Ischia Film Festival / Borsa del Cineturismo la Fondazione Lombardia Film Commission conferma la propria partecipazione attiva ad una serie di iniziative in programma fino al 7 luglio presso il Castello Aragonese dell'isola partenopea. In primis, il Decimo Convegno Nazionale sul Cineturismo dal titolo "Cineturismo in Italia: il neologismo compie 10 anni -

Problematiche e prospettive del location placement", in programma con diverse sessioni il 3 luglio.

La partecipazione attiva di Lombardia Film Commission alla decima edizione arriva dopo anni di proficua presenza alla kermesse ischitana, che comprende il più importante momento di confronto operativo sul tema del cineturismo. "Partecipiamo da anni perché è l'unico festival italiano dedicato al cineturismo, in cui si trattano in maniera concreta argomenti riguardanti questo tema", dichiara Alberto Contri, Direttore Generale della Fondazione Lombardia Film Commission. "Inoltre - aggiunge Contri - è la prima volta che le film commission italiane attraverso il loro coordinamento dedicano un proprio premio ad un film, cosa che accadrà il 6 luglio in compagnia di Marco Bellocchio".

La Lombardia e il cineturismo. Una riflessione di Alberto Contri

"Il cineturismo si è ormai imposto all'attenzione degli operatori come una delle tendenze più forti negli ultimi anni e la Lombardia Film Commission ha fra i suoi obiettivi anche quello di promuovere il territorio di riferimento all'attenzione dell'industria dell'audiovisivo, affinché attraverso cinema e televisione vi sia un ritorno di visibilità del territorio. Secondo uno studio elaborato dall'Università di Milano-Bicocca nel 2010, parlando del Castello di Aglié in Piemonte, il semplice effetto "Elisa di Rivombrosa" ha fatto salire le visite da 8549 nel 2003 a 92091 nel 2004. Prendendo il caso del Val di Noto, in Sicilia, con Montalbano c'è stato un aumento turistico del 50% (con flussi anche dalla Scandinavia). Parlando di cineturismo in Italia, secondo dati del 2005 parliamo di 1700 percorsi, 10 milioni di visitatori l'anno, 41.622.000 di presenze straniere in Italia sui luoghi del cinema. Studi di mercato sul cineturismo dimostrano che per ogni euro investito nella promozione il territorio ne ottiene 32 e che ogni settimana di lavoro ha una ricaduta pari a 300.000 euro. L'Italia ha una buona base di partenza anche agli occhi dei turisti stranieri, basti pensare al fatto che un'alta percentuale ha una conoscenza del cinema italiano o girato in Italia (esempi possono essere Il Padrino III, Ocean's Twelve, senza contare La Dolce Vita ancora fortemente radicata dopo anni nell'immaginario collettivo) [Fonte: ricerca commissionata dalla BIT, 2006]. Possiamo ormai affermare con assoluta certezza che l'audiovisivo abbia ingenti ricadute sull'indotto diretto, ma anche su attività produttive nel loro complesso come il turismo e l'immagine del territorio in quanto tale. È importante per questo settore in continua crescita non solo fornire delle location ad hoc per un set cinematografico, ma saperle valorizzare al meglio, scoprire nuovi luoghi e nuove storie da raccontare e che si raccontino attraverso le immagini. Cerchiamo sempre più di formare una conoscenza e un'esperienza virtuale nello spettatore per far sì che si possa sviluppare una sorta di familiarità con i luoghi stessi che vengono rappresentati. Questo in termini di ritorno turistico in Lombardia (così come nelle altre regioni), risulta essere un passo fondamentale, perché se è vero che si possono citare casi famosi come Il Commissario Montalbano, La Passione di Mel Gibson, Elisa di Rivombrosa, il recente Benvenuti al sud, non bisogna mai dimenticare che a supporto di tutto questo lavoro devono esserci dei progetti concreti e coerenti di promozione turistica e territoriale per dare maggiore forza a questa forma di comunicazione. Il che comporta un operare con una logica di sistema studiando progetti coordinati con il coinvolgimento di tour operator, compagnie aeree e alberghiere, assessorati di competenza. Visti i considerevoli ritorni, sarebbe davvero opportuno che le strutture istituzionali dedicate si rendessero conto che dedicare risorse al cineturismo risulta di gran lunga più efficace di tradizionali forme di promozione".

Info

Lombardia Film Commission
 Corso San Gottardo 5 - 20136 Milano
 T +39 02 894 100 90 - F +39 02 894 227 66
 Via Copernico 42 - 20125 Milano
 T +39 02 674 813 23 - F +39 02 667 167 81
 Michaela Guenzi
 film.com@film.com.lombardia.it
 www.film.com.lombardia.it

Ufficio stampa
 Della Silva Communication Consulting

Alessandro Pavanati
T+39 347 12 65 589
pavanati@dellasilva.com
F+39 02 36632479
www.dellasilva.com
Piazza Gian Lorenzo Bernini 6 - 20133 Milano

Copyright © 2007-2008 GIST
Gruppo Italiano Stampa Turistica Viale Montesanto 7 - 20124 Milano
tel. 334 8752991 email segreteria.gist@libero.it