

# Tornare a viaggiare con il cinema

Cinema e turismo ai tempi del virus.

di [Giulia Lavarone](#) – 9 Luglio 2020



È ben noto come le situazioni di incertezza determinate dalla [pandemia](#) si siano propagate nell'industria audiovisiva a tutti i livelli. Dalla produzione di contenuti sui set alla loro circuitazione nelle sale e nei festival, tutte o quasi le fasi della filiera tradizionale si sono trovate ad affrontare prima il blocco del *lockdown*, con le sue devastanti conseguenze economiche, e ora il difficile rispetto dei protocolli a tutela della salute.

All'interno del ciclo di vita di un audiovisivo, qualcuno considera oggi anche la sua *ri-locazione* nel contesto turistico, ove – sempre più a livello italiano, da molto più tempo e in modo ben più strutturato nel contesto anglosassone –, la visita ai luoghi del cinema (location, musei, studios, ecc.) viene promossa e incentivata. Talvolta, in contesti di eccellenza come quello friulano, con i tour Esterno/Giorno proposti da Casa del Cinema di Trieste in collaborazione con FVG Film Commission, **l'esperienza può assumere forme che sfumano nella *film literacy*, divenendo un'occasione di apprendimento – in contesto informale – del linguaggio audiovisivo e delle sue peculiarità, oltre che dei meccanismi produttivi che caratterizzano l'industria del cinema e della televisione.** Si tratta di uno dei frequenti, ma non frequentissimi casi in cui la Film Commission

collabora direttamente alla costruzione di una proposta turistica, forte del proprio bagaglio di relazioni con i professionisti del settore, della presenza in prima linea sui set e dei margini di negoziazione sui diritti delle immagini.

L'operato delle film commission in contesto italiano e la loro influenza sulla costruzione degli immaginari geografici e turistici continua a essere oggetto di analisi stimolanti e aggiornate, come testimoniato dalla recente [pubblicazione](#) *Terre promosse. L'immagine delle regioni italiane nell'epoca delle Film Commission* della giornalista Paola Abenavoli, con contributi di Marcello Walter Bruno, Luca Bandirali, Gianluca Arnone, Steve Della Casa e Paride Leporace. Una ricca e affascinante carrellata sui contesti regionali di tutta Italia, volta a ricordare come, al di là delle vituperate "immagini-cartolina", nei casi migliori **"partire dal territorio" possa significare anche "innovare", "creare un linguaggio cinematografico nuovo", che da quel territorio tragga ispirazione.**

**Le film commission italiane ed europee sono messe oggi alla prova di nuove sfide per venire incontro alle esigenze delle produzioni**, costrette a fronteggiare la riduzione delle troupe, l'aumento dei costi, la necessità di adeguarsi ai nuovi protocolli di sicurezza per le riprese on-location. Un problema comune, come dimostrano le testimonianze delle realtà italiane, austriache, spagnole e britanniche che hanno partecipato al 18esimo Convegno Internazionale sul Cineturismo, dall'emblematico titolo *Gli scenari dell'audiovisivo e del cineturismo post coronavirus*, organizzato da Ischia Film Festival e svoltosi in forma virtuale il 3 luglio. A livello italiano, il riconoscimento del ruolo strategico di queste realtà è stato testimoniato dalla scelta da parte di un grosso player come Netflix di appoggiarsi a Italian Film Commissions per la gestione del fondo di 1 milione di euro stanziato in favore delle maestranze penalizzate dal blocco delle produzioni. La sempre maggiore richiesta di contenuti e la disponibilità economica delle piattaforme, in questa fase, potrebbe del resto rappresentare un elemento di spinta per la ripresa del settore produttivo.

La serie *Curon* è da poco sbarcata su Netflix, e già i telegiornali locali testimoniano l'arrivo di turisti nella località. Ma più che sul noto potenziale degli audiovisivi in termini di promozione territoriale, **lo scenario generato dal Covid-19 ci induce a riflettere sulla possibilità di costruire prodotti turistici incentrati sul cinema e sulla televisione** – del presente e del passato – **come opportunità di diversificazione e rinnovamento dell'offerta, mirando anche a un target di prossimità.** Un processo già in corso, che in seguito all'irrompere del virus potrebbe, oggi, rivelarsi ancor più strategico.

Sembra che il turismo internazionale si appresti ad affrontare una crisi senza precedenti, almeno secondo le previsioni dell'Organizzazione Mondiale del Turismo

(UNWTO) che ipotizzano per il 2020 – ma gli scenari sono in rapida, continua evoluzione – un calo degli arrivi internazionali su scala globale fra il 60 e l'80%, in un trend che fino ad ora era stato in crescita costante, con la sola interruzione del – 4% registrato nel 2009 a seguito della crisi economica. Al di là delle misure per la sicurezza e la salute personale, esigenza oggi prioritaria per i viaggiatori nel mondo, **le linee guida "per la ripartenza del turismo" da poco diffuse dall'UNWTO invitano ad agire a livello di destination planning & management, incentivando il turismo domestico e promuovendo nuovi prodotti ed esperienze targetizzate per singoli individui e piccoli gruppi**, lavorando ad esempio sugli *special interest tourisms* – ossia i turismi di nicchia personalizzati, basati su hobby e interessi, categoria in cui rientra a pieno titolo il turismo cinematografico.

L'invito è a continuare un lavoro, già avviato anche in Italia da molte destinazioni, che superi gli automatismi del turismo di massa in direzione di un rinnovamento dell'offerta, in forme sostenibili e sicure, mirando anche a un turista di prossimità invogliato a scoprire, o spesso riscoprire attraverso nuove chiavi di lettura, luoghi vicini e diversi dalle mete tradizionali (il cui congestionamento potrebbe peraltro comportare, in una congiuntura come quella attuale, il venir meno delle auspiccate condizioni di sicurezza).

**In questo processo, il ruolo del turismo culturale nelle sue innumerevoli forme può rivelarsi cruciale.** La Regione del Veneto, prima del sopraggiungere del Covid-19, aveva avviato in questa direzione il progetto europeo [Cult-CreaTE](#), finanziato nell'ambito del programma INTERREG e finalizzato a promuovere il potenziale delle industrie culturali e creative nell'implementazione di nuovi prodotti e servizi turistici, per favorire l'innovazione, lo sviluppo locale e l'occupazione anche nelle stesse filiere culturali e creative coinvolte. I filoni selezionati sono stati quelli del turismo letterario, musicale e cinematografico, anche in collaborazione con il gruppo di ricerca CineLands dell'Università di Padova, e i prodotti che si stanno andando a definire assumeranno verosimilmente la forma di itinerari tematici finalizzati a far riscoprire sotto una nuova luce la città di Padova e la zona adiacente delle Terme e dei Colli Euganei.

Va anche detto che, se le istituzioni museali al chiuso stanno conoscendo evidenti difficoltà (impossibile ignorare la richiesta di aiuto di piccole ma preziose istituzioni quali il Museo de *Il terzo uomo* a Vienna, messo a dura prova dal *lockdown* e oggi impegnato in una raccolta fondi), gli itinerari creativi e culturali, spesso all'aperto, talvolta anche in zone rurali o parchi naturali – si pensi solo al *bike tourism* nei luoghi di [Call me by your name](#) –, potrebbero venire incontro alle attuali esigenze di sicurezza.

In Friuli-Venezia Giulia, gli itinerari di Esterno/Giorno vedono un'affluenza annuale di

circa 900 persone, di cui circa la metà è, significativamente, di provenienza regionale, il resto nazionale. Per il momento si migra sul web, con le due passeggiate virtuali in forma ridotta dedicate a *La porta rossa* e *Il silenzio dell'acqua*, proposte in questi giorni su Mymovies.it. Ma, da settembre, si conta di ricominciare con le passeggiate in presenza. **E forse anche in una crisi dagli impatti devastanti, se è vero che la resilienza andrà di pari passo con la capacità di innovazione, i turismi culturali di nicchia – come quello cinematografico – potrebbero conoscere nuove opportunità.**

#### **Riferimenti bibliografici**

P. Abenavoli, *Terre promosse. L'immagine delle regioni italiane nell'epoca delle Film Commission*, Città del Sole Edizioni, Reggio Calabria 2020.

M. Cucco, G. Richeri, *Il mercato delle location cinematografiche*, Marsilio, Venezia 2013.

G. Lavarone, *Cinema, media e turismo. Esperienze e prospettive teoriche del film-induced tourism*, Padova University Press, Padova 2016.

UNWTO (United Nations World Tourism Organization), [\*Global Guidelines to Restart Tourism\*](#), 8 May 2020.