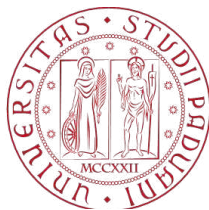


1222·2022
800
ANNI



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PADOVA

Università degli Studi di Padova

Dipartimento dei Beni Culturali

Archeologia, Storia dell'arte, del cinema e della musica

Corso di Laurea in Turismo, Cultura e Sostenibilità

Il fenomeno del cineturismo come opportunità di sviluppo territoriale: i casi del Friuli Venezia Giulia e della Catalogna

Relatrice:

Ch.ma Prof.ssa Giulia Lavarone

Laureando:

Emanuele Turchet

Matricola: 2093054

Anno Accademico 2023/2024

Indice

Introduzione	1
1. Il fenomeno del CINETURISMO: rapporto tra cinema e territorio: dall'attrazione delle produzioni alla gestione dei fenomeni turistici	6
1.1 Nascita del nome e descrizione del fenomeno	7
1.2 Chi attrae le produzioni: le Film Commission (storia in breve)	11
1.3 Film Commission in Italia	15
1.4 I Film Fund come motivo di attrazione	19
1.5 Dal location placement all'applicazione in ambito turistico del portale <i>Italy for movies</i>	22
1.6 Le Dmo e la gestione dei flussi turistici	26
2. Il Friuli Venezia Giulia, la Film Commission e i Film Fund: iniziative di marketing turistico e proposte cineturistiche	31
2.1 Il Friuli Venezia Giulia	31
2.2 Nascita della Film Commission Fvg	33
2.3 Organizzazione e strutturazione	34
2.4 Punti di forza ed attività	36
2.5 Il Film Fund regionale	39
2.6 Il cineturismo in Regione	47
2.7 Esterno/Giorno e le passeggiate cinematografiche	48
2.8 FVG Film Locations	50
2.9 Incidenza del cineturismo sul mercato turistico regionale	52

3. La Catalogna, la Film Commission e i Film Fund: iniziative di marketing turistico e proposte cineturistiche	54
3.1 Contesto regionale e localizzazione	54
3.2 Nascita della Film Commission catalana	59
3.3 Servizi offerti	63
3.4 Funzioni ed attività di promozione	65
3.5 Il Film Fund regionale	69
3.6 Il turismo in Catalogna oggi	71
3.7 Proposte cineturistiche (il caso virtuoso di Girona): Catalunya movie walks	73
3.7.1 Girona e il cineturismo	75
4. Confronto tra Catalogna e Friuli Venezia Giulia	83
4.1 Catalogna e le città promosse come mete turistiche	83
4.2 Friuli e le città promosse come mete turistiche	85
4.3 Differenze tra le due regioni	88
4.4 Proposte di miglioramento o soluzioni già adottate in una regione sì e nell'altra no	91
5. Bibliografia	94
6. Sitografia	97

Introduzione

La genesi di questa tesi deve essere ricondotta ad una serie di motivazioni, principalmente legate all'esperienza che ho potuto vivere con il programma Erasmus+ durante il primo semestre dell'anno accademico 2023/2024 a Girona, cittadina di 100.000 abitanti situata in Catalogna.

Durante questi sei mesi ho avuto modo di scoprire con particolare attenzione la città in cui ho vissuto ma anche di visitare innumerevoli volte la città di Barcellona dalle zone più turistiche e affollate a quelle più nascoste e conosciute solo a pochi visitatori. Ho avuto anche la possibilità di spostarmi per delle escursioni giornaliere in altre zone della Catalogna famose a livello culturale che mi hanno permesso di avere uno sguardo più generale e più completo sulla realtà catalana.

Sicuramente nell'individuazione dell'ambito di studio di questa tesi magistrale hanno concorso anche il profondo interesse per il cinema tout court e per il ruolo dei media nelle pratiche di promozione turistica contemporanea, che ho avuto modo di analizzare e studiare nella mia tesi di laurea triennale dal titolo "La promozione turistica su YouTube: il caso Human Safari".

Infine, avendo avuto modo di calarmi nella realtà catalana per alcuni mesi, il tempo a disposizione mi ha permesso di individuare tutte le somiglianze con la mia terra d'origine, il Friuli Venezia Giulia, una regione poco considerata sul piano turistico ma dall'enorme potenziale inespresso.

Se il potenziale turistico della regione friulana è enorme, addentrandoci e soffermandoci nei successivi capitoli sull'aspetto del film-induced tourism o cine turismo che dir si voglia, vedremo come, pur trattandosi di una Regione all'avanguardia rispetto ad altre realtà italiane¹, le possibilità di espansione del mercato cine turistico partendo da esempi virtuosi già presenti in Regione siano ampie.

Lo stesso discorso vale per Girona e la Catalogna più in generale: la cittadina spagnola vive una situazione turistica ben sviluppata ma risente della vicinanza di Barcellona, metropoli ormai invasa dai flussi turistici dopo l'esplosione del turismo crocieristico e la diffusione a macchia d'olio dei BnB a basso prezzo che hanno colonizzato di fatto il centro storico della città, sfrattando residenti e studenti spostatisi in quartieri più economici.

La regione catalana è stata scelta per un confronto con il Friuli Venezia Giulia per molteplici ragioni:

- Innanzitutto perchè, come la regione friul-giuliana, amministrativamente parlando gode dei benefici riservati alle Regioni a statuto autonomo (pur trattandosi di poteri diversi essendo situata in un altro Paese europeo), anche se il contesto catalano ha vissuto e continua ad avere

¹ Venne istituito nella regione friulana nel 2003 il primo Film Fund in Italia, facendo seguito alla costituzione nel 1997 nella regione Emilia-Romagna della prima Film Commission.

degli strascichi pesanti in materia di proteste sul tema secessionista che avremo modo di spiegare a dovere in seguito;

- la Regione ha un enorme potenziale sul piano della promozione turistica in ambito cineturistico, vista la presenza di Film Commission, di festival e di innumerevoli città che si sono trasformate in set per alcune delle produzioni cinematografiche e seriali più conosciute al mondo;
- infine, soffermarsi su questo caso studio in particolare, al netto di molti altri ben più noti in tutta Europa o nel mondo è utile per analizzare l'approccio che il governo catalano e specialmente della città di Barcellona (nota internazionalmente e senza particolari necessità di promozione ulteriore) sta adottando nei confronti della problematica dell'overtourism. Il cineturismo, oltre a promuovere ulteriormente il territorio come abbiamo visto nel caso del Friuli Venezia Giulia, può diventare un'importante leva di marketing turistico per agevolare il direzionamento dei flussi turistici verso località o zone della città meno frequentate ma altrettanto ricche di potenziale.² Così facendo si può alleggerire la pressione che, specialmente in alcuni luoghi iconici, la capitale catalana sta subendo in maniera sempre più ingestibile, sia per i residenti che si vedono obbligati a spostarsi, sia per la sostenibilità del turismo al netto della problematica di siccità perenne che la Catalogna sta vivendo negli ultimi anni.

Proprio per questo motivo nasce questa tesi: la somiglianza tra il contesto friulano, dal forte potenziale in ambito turistico spesso ignorato dai potenziali visitatori a causa della vicinanza con la città di Venezia, e quello catalano che, con la presenza della città di Barcellona al suo interno, vede diretta la maggior parte dell'affluenza turistica nella sua capitale.

Nello specifico l'elaborato si pone come obiettivo quello di individuare i possibili punti d'incontro tra le due Regioni, le quali pur appartenendo a due diversi Stati hanno dei tratti in comune che avremo modo di evidenziare nel corso della tesi.

Partendo dall'ambito turistico sono due Regioni in forte crescita che stanno acquistando sempre più credibilità all'interno del mercato stesso e che potrebbero trovare proprio nel cineturismo un'alternativa che consenta ai turisti la scoperta di alcune zone meno conosciute.

Tale pratica turistica può essere in grado di produrre così un vantaggio duplice che si traduce in beneficio economico per le comunità più nascoste e giovamento in termini di alleggerimento della pressione sulle comunità residenti nelle città soffocate dall'overtourism.

² Eva Martín-Fuentes, Jorge Nieto Ferrando, Estela Marine-Roig, Berta Ferrer-Rosell, *From Blockbuster to Neighbourhood Buster: The Effect of Films on Barcelona*, in "Sustainability", 15 marzo 2020, pagina 5

Il primo capitolo dal titolo “Il fenomeno del Cineturismo: rapporto tra cinema e territorio: dall’attrazione delle produzioni alla gestione dei fenomeni turistici” funge da introduzione alla tematica generale che la tesi andrà a trattare nei capitoli successivi. Si è ritenuto necessario dedicare un intero capitolo a tale tematica poiché è un argomento che viene sempre più trattato sui media italiani e stranieri senza però definire mai chiaramente di cosa si tratti e quali siano le sue origini.

Proprio per questo motivo siamo partiti dalle base del termine cineturismo definendone l’origine del suo nome e descrivendone la genesi del fenomeno. Il collegamento più immediato dopo aver spiegato che cosa si intenda quando si parla di cineturismo è definire come nasca una produzione audiovisiva in un determinato territorio e perché la medesima debba sceglierlo a favore di un altro.

Entrano dunque nella nostra trattazione le Film Commission delle quali abbiamo raccolto i principali cenni storici partendo dalla loro nascita negli Stati Uniti fino all’arrivo in Europa e in Italia.

Uno dei motivi che spinge una produzione cinematografica e seriale a scegliere una zona geografica per le riprese è rappresentato dall’istituzione da parte delle Regioni dei Film Fund. Nel paragrafo 1.4 avremo modo di spiegare perché siano importanti tali fondi sia nella valorizzazione di un territorio con le riprese ma prima di tutto nell’opera di attrazione delle produzioni audiovisive nella Regione di competenza del fondo.

Alla fine del capitolo abbiamo esplicitato l’importanza del location placement e quale sia il suo ruolo nei confronti del pubblico.

Concludendo abbiamo evidenziato come le Destination Management Organization svolgano un ruolo cardine nelle campagne di attrazione dei turisti che raramente si recano a visitare una location di un film se non promossa ad hoc e come sia importante gestire poi i flussi turistici quando si incorre in spiacevoli problematiche quali l’overtourism in determinati zone.

Il secondo capitolo è dedicato interamente alla prima Regione scelta come caso di studio dell’elaborato e si intitola “Il Friuli Venezia Giulia, la Film Commission e i Film Fund: iniziative di marketing turistico e proposte cineturistiche”. Emerge chiaramente dal titolo come l’obiettivo di questo capitolo sia, partendo dalla contestualizzazione del territorio che si intende analizzare, spiegare come grazie alla costituzione della Film Commission regionale (tra le prime in Italia) e del primo Film Fund del nostro Paese sia possibile promuovere il territorio grazie alle produzioni ivi realizzate e alle proposte create in ambito cineturistico.

Si parte dunque dalla storia della Film Commission del Friuli Venezia Giulia, come sia organizzata e strutturata, e quali siano i suoi principali punti di forza e le attività di cui si occupano i suoi rappresentanti.

Particolare rilevanza è stata conferita all'antesignano Film Fund essendo stato il primo fondo dedicato al sostegno delle produzioni audiovisive costituito in Italia, senza tralasciare anche i problemi che sono incorsi negli anni.

Si passa poi ad approfondire l'evoluzione del fenomeno cineturistico in Regione evidenziando le esperienze che hanno riscosso particolare successo come quella di "Esterno/Giorno" e il portale "FVG Film Locations".

A conclusione del secondo capitolo approfondiamo quali sia stato l'impatto che la pratica del cineturismo, pur essendo di recente fruizione da parte dei turisti in visita alla Regione, abbia apportato al mercato turistico della stessa.

Il terzo capitolo si occupa di presentare la seconda Regione scelta come caso studio per questa tesi ovvero la comunità autonoma della Catalogna che ci permetterà in seguito di svolgere un confronto tra le due realtà in ambito cineturistico e di valorizzazione territoriale.

Partendo, come nel primo caso, dalla definizione del contesto regionale e dalla sua localizzazione geografica ci si sposta poi a delineare il contesto di nascita della Film Commission catalana e quali siano i servizi offerti assieme alle sue funzioni principali e alle attività di promozione che mette in atto per attrarre all'interno della comunità nuove produzioni audiovisive con nuovi progetti per realizzarvi film o serie televisive.

Essendo nella realtà friul-giuliana un elemento di notevole importanza, sia perché come si è detto è stato il primo in Italia, sia per la sua capacità di attrazione in un territorio così poco conosciuto di produzioni così importanti, anche in Catalogna analizziamo la potenza che esercita il Film Fund all'interno della Regione.

Infine, cercheremo di capire quale sia il livello di attrazione esercitato dal cineturismo in un territorio come la Catalogna che continua a vivere un forte richiamo in ambito turistico per la presenza sul suo territorio della città di Barcellona e come possa essere una spinta da parte degli enti deputati alla gestione del turismo locale nell'indirizzare tali flussi che si concentrano nella sua capitale verso territori meno conosciuti.

In conclusione, vedremo quali sono state le proposte cineturistiche create in seguito a dei film che hanno fatto la storia della città di Barcellona e come la città di Girona tenti di sfruttare il recente successo mediatico piombato sulla città successivamente all'uscita della sesta stagione della serie tv *Game of Thrones* che l'ha vista partecipare della maggior parte degli episodi di tale stagione.

Il quarto ed ultimo capitolo è quello deputato al confronto finale tra i due casi studio.

I primi due paragrafi sono una sorta di riepilogo: il primo ricapitola le città promosse come mete turistiche attraverso il sito dell'ente di promozione turistica della Catalogna mentre il secondo le città promosse come mete turistiche dal sito dell'ente per il turismo friulano.

Ci serviremo inoltre, per svolgere questo confronto, non solo dei siti degli enti per il turismo regionali ma anche di tutti quei siti che si riferiscono ad associazioni che abbiano un contatto diretto con tali territori.

Alla luce del secondo e del terzo capitolo, ovvero quelli dedicati ai casi studio, nel terzo paragrafo evidenzieremo quali siano le principali differenze emerse nel confronto tra le due realtà analizzate.

Per concludere ci siamo permessi di fornire alcuni suggerimenti alla luce delle soluzioni adottate che si sono rivelate non sempre adatte all'ambito turistico di riferimento.

Abbiamo dunque proposto alcune possibili migliorie che potrebbero essere adottate con dei semplici accorgimenti prendendo spunto in alcuni casi dalle soluzioni che già sono state adottate da una Regione e dall'altra non sono state prese in considerazione.

Ci riserviamo di spiegare più nel dettaglio, nel corso della tesi, quale delle due regioni attui un approccio più moderno e al passo con i tempi puntando sulla scoperta del territorio per le produzioni audiovisive prima e per i turisti poi e quale realtà rimanga più ancorata alla promozione e allo sviluppo di progetti che supportino l'utilizzo della lingua locale e meno sulla scoperta di zone meno conosciute della regione.

1. Il fenomeno del Cineturismo: rapporto tra cinema e territorio: dall'attrazione delle produzioni alla gestione dei fenomeni turistici

Questo primo capitolo nasce dall'idea di dare una collocazione al recente fenomeno del cine turismo, spiegando al lettore dove nasca questa tipologia di turismo che si inserisce di diritto nel variegato mondo turistico odierno.³

Il legame esistente da sempre tra produzioni cinematografiche e territorio ha sempre avuto un ruolo nello stabilire un rapporto di causa-effetto tra la scelta di un determinata zona di ripresa da parte di una produzione per realizzare un prodotto audiovisivo, la diffusione di tale luogo sul grande schermo e di fronte al grande pubblico e la conseguente ricerca di quella Regione da parte del pubblico che si può trasformare, più o meno facilmente, in un vero e proprio cine turista.⁴

Dopo aver inizialmente definito il fenomeno su cui si basa la scrittura di questa tesi e la sua origine, analizzeremo l'intero processo organizzativo di una location cinematografica, come si attraggano le produzioni cinematografiche e come le Film Commission giochino un ruolo fondamentale in questo primissimo step che concorre alla costituzione di una destinazione che mira ad attrarre dei cine turisti. Vedremo in seguito quali servizi vengano offerti alle produzioni gratuitamente dalle Film Commission e come, all'interno del nostro Paese, si siano sviluppati tali enti. Si metterà perciò in risalto l'origine e la suddivisione su base regionale.

Infine, dopo aver evidenziato l'importanza della costituzione del portale "Italy for movies" ci soffermeremo su uno dei concetti più importanti ma che per impreparazione delle Destination Management Organization locali molto spesso viene sottovalutato o tralasciato poiché considerato di minore importanza: la gestione dei fenomeni e dei flussi turistici verso una destinazione interessata da un caso di cine turismo.

La problematica si spiega semplicemente: un determinato flusso turistico non può essere previsto e nella maggioranza dei casi in cui un territorio è oggetto di riprese audiovisive non viene praticamente mai intaccato da un turismo massificato.⁵

È altresì vero però che nei casi in cui una location cinematografica riesca a colpire nel segno un determinato pubblico audiovisivo, quali siano le caratteristiche del target di riferimento, le azioni intraprese dagli enti locali o dalla DMO devono essere il più tempestive possibili.

³Sue Beeton, *Film-induced Tourism*, Clevedon, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 2005, pagina 9

⁴ Joanne Connell, *Film Tourism-Evolution, progress and prospects*, in *Tourism Management* 33, Elsevier, University of Exeter Business School, 2012, pagina 1014-1015

⁵ Barbara Baldazzi, *L'analisi dei flussi turistici: strumenti, fonti e metodi*, Roma, Edizioni Nuova Cultura, 2014, pagina 200

Purtroppo, si verifica sempre più spesso il passaggio da caso virtuoso in cui la promozione di un territorio ha funzionato anche o solamente grazie a un prodotto filmico, a caso di studio per la presenza massiccia di turisti che minacciano l'ambiente o peggio ancora il tessuto sociale del luogo.⁶

1.1 Nascita del nome e descrizione del fenomeno

Il film-induced tourism è considerato secondo lo Scottish Tourist Board (1991) come “the business⁷ of attracting visitors through the portrayal of the place or a place's storylines in film, video and television”⁸; per Beeton invece il termine differisce un po' poiché viene considerato come il vero e proprio atto di recarsi a visitare siti dove sono stati girati film e programmi televisivi ma comprende anche i tour agli studi produzione e ai parchi a tema.⁹

Per affiancare alla letteratura internazionale anche quella italiana risulta utile la definizione di Provenzano riguardante il termine cineturismo ideato nel 2003 durante la prima edizione dell'Ischia Film Festival.¹⁰ Egli lo descrive come un “quel nuovo fenomeno socio-culturale di recente e spontanea costituzione, che si sprigiona dal desiderio degli spettatori di andare a visitare in prima persona i luoghi che ha visto “rappresentati” nei film o in fiction televisive, ovvero i luoghi in cui “sono vissuti” e/o “vivono” i personaggi di finzione da loro più amati. Nuova tendenza di turismo legato all'immaginario del cinema che si viene ad aggiungere al preesistente turismo verso città sedi

⁶ Gaia Curcio, Valentina Franceschini, *Cineturismo in Italia: l'influenza di film e serie tv nella scelta della destinazione turistica* in Turismo e Psicologia, Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione, Padova, 2022, pagina 58

⁷ (tuttora considerato di nicchia pur essendo un asset economico sempre più importante nel mercato turistico)

⁸ Scottish Tourism Board, *Film Tourism Guidelines For The Tourism Industry*, Edinburgh, Scottish Tourism Board, 1991 cit. in Enrico Nicosia, *Il Film-Induced Tourism Leva Di Sviluppo Territoriale?*, Roma, Bollettino Della Società Geografica Italiana, 2015, pagina 555

⁹ Sue Beeton *Film-induced Tourism*, cit., pagina 11

¹⁰ L'Ischia Film Festival nasce all'interno del progetto Cinema & territorio, il cui obiettivo principale è quello di far conoscere al grande pubblico opere audiovisive, spesso inedite. L'Ischia film festival è un concorso aperto a lungometraggi e documentari indipendentemente dal linguaggio: finzione, documentario, animazione. Il tema del festival è particolarmente focalizzato "sulla location e sulla valorizzazione dell'identità culturale e paesaggistica dei territori scelti per le riprese". Il festival premia ogni anno quelle opere cinematografiche che hanno apportato attraverso la narrazione filmica una promozione del territorio e della sua identità culturale. Diffonde e promuove il "Cineturismo" (neologismo ideato dall'ideatore del progetto Michelangelo Messina) in Italia e nel mondo e premia con il Foreign Award le produzioni cinematografiche Italiane e straniere che hanno contribuito a promuovere il territorio italiano attraverso l'audiovisivo. La sua particolarità è quella di aver evidenziato l'importanza della "location" nell'opera audiovisiva.

<https://www.ischiafilmfestival.it/index.php/it/storia/benvenuti>

di festival o “studios” e musei del cinema, e a quello, più feticistico, verso abitazioni (o tombe) di star ecc.”¹¹

Vedremo in seguito come il ruolo della Film Commission in stretta collaborazione con la DMO locale o regionale possa influire sulla spontanea costituzione del fenomeno.

Nel delineare i principali tratti originari del fenomeno è importante altresì identificare una data o quantomeno un periodo in cui si possano poggiare le radici del cineturismo.

La sua nascita come fenomeno turistico non è così facile da datare precisamente non essendovi un evento da cui far partire le varie analisi sul tema che si sono susseguite soprattutto dal 1986 in poi con gli studi pionieristici di Cohen.¹²

Sicuramente fin dalla nascita del cinema, la settima arte per eccellenza, vi fu una grande attenzione da parte del pubblico per i luoghi, all’epoca irraggiungibili per la maggioranza degli spettatori, che venivano mostrati nei primissimi spettacoli.¹³

Furono i fratelli Louis e Auguste Lumière nel lontano 1895 a Parigi a realizzare le prime proiezioni per il pubblico che ammirava, grazie all’invenzione del cinematografo, le cosiddette vedute delle città più famose dell’epoca come la capitale francese o Venezia.¹⁴¹⁵

In questo caso si trattava di un viaggio virtuale (pratica che è ritornata in auge nel mondo costellato dai social che stiamo vivendo) destinato dunque alle persone che non si potevano permettere di raggiungere fisicamente quelle città ed erano attratte dalle antichità e dalle modernità mostrate loro dai due cineasti francesi.

Se dunque una, seppur primitiva, forma di cine turismo la possiamo ritrovare nelle vedute dei fratelli Lumière, quando si può veramente parlare di pratica turistica consolidata nel mercato delle destinazioni, mettendo a registro dei numeri significativi?

¹¹ Roberto C. Provenzano (a cura di), *Al cinema con la valigia. I film di viaggio e il cineturismo*, Milano Franco Angeli, 2007, pagina 11

¹² J. Cohen, *Promotion on Overseas Tourism through Media Fiction*, in «Tourism Services and Marketing: Advances in Theory and Practice», Cleveland, Proceedings of the Special Conference on Tourism Services, TTRA, 1986, pagina 229

¹³ <https://distribuzione.ilcinemaritrovato.it/per-conoscere-i-film/lumiere-la-scoperta-del-cinema/linvenzione-del-cinematografo>

¹⁴ Cinematografo.it, *Venezia vista dai Lumière*, 2016 <https://www.cinematografo.it/news/festival/venezia-vista-dai-lumiere-xv58m3qp>

¹⁵ Mario Isnenghi, *Se Venezia vive*, Venezia, Marsilio Editore, 2021

In ambito italiano il fenomeno può essere datato attorno alla metà o alla fine degli anni '90 in seguito all'originarsi di importanti flussi turistici verso Procida o Ischia in seguito alle riprese del film *Il Postino* (Michael Radford, 1994) e *Il Talento di Mr Ripley* (Anthony Minghella, 1999).¹⁶

Entrando nel nuovo millennio e rimanendo sempre in Italia vi sono molteplici esempi di incremento turistico in specifiche location in seguito alla diffusione della prima stagione di una serie ma anche dopo eventuali repliche televisive: è il caso delle serie televisive *Elisa di Rivombrosa* (2003-2004 prima stagione), girata nel castello della cittadina piemontese di Agliè che dato il fortissimo interesse per il maniero ha visto ribattezzato il suo nome da parte dei turisti in Castello di Rivombrosa,¹⁷ e *Carabinieri* (2002-2008) che ha portato un aumento di cineturisti a Città della Pieve, cittadina già famosa per le opere del Perugino.¹⁸

Per quanto riguarda le opere per il grande schermo, la città e l'intera provincia di Matera in Basilicata hanno ricevuto un forte incremento degli arrivi, specialmente internazionali, a seguito della distribuzione del kolossal religioso diretto da Mel Gibson, *La Passione di Cristo* (2004). I turisti internazionali che hanno raggiunto la Provincia e la Città dei Sassi, Patrimonio Unesco dal 1993, sono aumentati del 143,8% nell'anno di distribuzione della pellicola.¹⁹

In ambito internazionale, uno dei primi esempi di cineturismo strettamente collegato all'uscita di un particolare prodotto audiovisivo e proposto da Lavarone nel suo *Cinema, media e turismo*, lo possiamo trovare negli Stati Uniti a seguito dell'uscita del film "Incontri ravvicinati del terzo tipo" girato da Steven Spielberg nel 1977.²⁰

Il set principale della pellicola statunitense ha visto come protagonista il "Devils Tower National Monument" nel Wyoming²¹ che, nel 1978 ha incrementato le sue visite di un 74% rispetto all'anno precedente.

Negli anni successivi la zona ha subito una progressiva riduzione nelle visite ma mai ai livelli precedenti l'uscita del film, fino a un nuovo incremento nel 1981 con il primo passaggio televisivo.²²

¹⁶ Giulia Lavarone, *Cinema, media e turismo*, Padova, University Press, 2016, pagina 30

¹⁷ Ivi, pagina 63

¹⁸ Ivi, pagina 15

¹⁹ Ibidem

²⁰ AA. VV., a cura di Emilio Becheri, Giulio Maggiore, *Rapporto sul turismo italiano 2012-2013*. Milano, XIX Edizione: XIX Edizione, Franco Angeli, 2015, pagina 462

²¹ <https://apps.bostonglobe.com/special-projects/2022/10/road-trip-america/a-close-encounter-with-the-mountain-from-close-encounters>

²² AA. VV., a cura di Emilio Becheri, Giulio Maggiore, *Rapporto sul turismo italiano 2012-2013*, cit., pagina 462

Questo fenomeno cineturistico evidenzia come un monumento nazionale accresca la sua popolarità grazie a un prodotto audiovisivo pur essendo in precedenza già conosciuto e interessato da flussi turistici.

In molti casi però (ne avremo la conferma in seguito soprattutto nei casi di overtourism, negativi e dannosi per la destinazione) il sito in questione era interessato da flussi turistici ristretti o inesistenti prima dell'uscita del film ed è proprio in seguito alla diffusione dello stesso sul piccolo o grande schermo che diviene noto al pubblico cinematografico che potrà trasformarsi in seguito anche in cine turista.

Sta proprio in questo semplice concetto la potenzialità del settore, riscoprire o far conoscere da zero una destinazione o una località turistica grazie a degli strumenti molto più potenti rispetto a quelli in dotazione alle regioni o alle DMO nella costruzione del cosiddetto destination branding ovvero “[the] process used to develop a unique identity and personality that is different from all competitive destinations”²³

Questa tecnica ha trovato spazio e rilevanza a cavallo del nuovo millennio favorita dall'avvento dei social che l'hanno promossa e sdoganata a livello mondiale come pratica imprescindibile per una destinazione.²⁴

Sono proprio le stesse destinazioni che hanno intravisto un possibile potenziale nell'associare un prodotto filmico (individuando al suo interno un tema o un protagonista/personaggio rilevante) a un territorio; in alcuni casi utilizzato come luogo di ambientazione, in altri come luogo di ripresa, in altri ancora individuando un punto in comune che potesse richiamare nello spettatore la tematica del film o della serie.

Se dunque in passato il fenomeno del film-induced tourism veniva considerato una sottocategoria di scarsa rilevanza oggi non è più così e ne è la dimostrazione la crescente discussione internazionale sul tema e la crescita attesa del mercato mondiale.

Un interessante report realizzato da KPMG dal titolo “Transforming location into vacation. A report on film tourism” presentato durante la sesta edizione del “Global Film Tourism Conclave” organizzato dalla Camera di Commercio e dell'Industria del Rajasthan e tenutosi a Mumbai il 1°

²³ A. Morrison, D. Anderson, *Destination branding. Paper presented at the Missouri Association of Convention and Visitor Bureau Annual Meeting*, Lake of the Ozarks, MO, 2002, pagina 17

²⁴ Marcello Risitano, *Il ruolo della marca nella gestione delle destinazioni turistiche*, Napoli, Liguori Editore, 2008, pagina 96

marzo 2024 raccoglie dei dati positivi evidenziando il progresso che sta avendo il settore a livello mondiale.²⁵

Il mercato del cine turismo si stima che crescerà con un tasso di crescita annuale composto (in inglese CAGR: Compound annual growth rate) del 7,2% nei prossimi anni. Si stima inoltre che l'industria valga 68.1 miliardi di dollari nel 2022 e ci si aspetta che raggiunga il valore di 110.79 miliardi di dollari entro il 2028²⁶ con il mercato americano sempre stabilmente al primo posto della classifica. Per l'Italia il discorso è ben diverso e ci viene in aiuto un altro report curato dalla JFC²⁷ dal titolo "Il Cineturismo in Italia – il valore economico del fenomeno".

In Italia il cineturismo – afferma Massimo Feruzzi, Amministratore Unico di JFC e responsabile della Ricerca – genera sui territori dove avvengono le riprese un beneficio economico pari a 597 Milioni 440mila euro.²⁸ Di questi, la maggior parte – 321 Milioni di euro circa – rappresentano il valore economico generato da coloro, italiani e stranieri, che scelgono di soggiornare e/o visitare in giornata i luoghi delle sceneggiature. Si tratta di complessive 1 Milione 344mila presenze turistiche (17,7% stranieri) e 11 Milioni 603mila day user (34,2% stranieri). Purtroppo, ancora oggi l'Italia riesce a raccogliere solo l'1,8% dei soggiorni di movie-tourists internazionali. L'altra quota è generata da quanto le case di produzione "lasciano" sul territorio durante le riprese, che è pari ad ulteriori 276 Milioni 272mila euro, la maggior parte dei quali (il 41,5%) è distribuito tra le maestranze/tecnici locali e le strutture alberghiere che ospitano le troupe".²⁹

Da questa panoramica sul turismo legato al cinema e alle produzioni cinematografiche emerge quello scarso 1,8% che si riferisce ai soggiorni di movie tourist internazionali nel nostro Paese, denotando come si possa lavorare meglio e in modo proattivo nella creazione di itinerari o strumenti in generale per i turisti.

1.2 Chi attrae le produzioni: le Film Commission (storia in breve)

Per addentrarci nel mare magnum delle location cinematografiche e della loro scelta da parte delle produzioni cinematografiche risulta opportuno descrivere brevemente quando nascono le film

²⁵ *Transforming location into vacation. A report on film tourism* presentato durante la sesta edizione del "Global Film Tourism Conclave" 2024

²⁶ Global Film Tourism Market, Credence Research, May 2023

²⁷ Società nata nel febbraio 2006 grazie ad esperienze professionali sviluppate in ambito turistico in oltre vent'anni di attività. JFC svolge attività di *consulenza turistica* e *marketing territoriale* offrendo il proprio sapere al servizio ed allo sviluppo di imprese, istituzioni ed autonomie funzionali. <https://www.jfc.it/chi-siamo/>

²⁸ Stima dei dati dell'anno 2023 analizzando il trend dei dati tra il 2016 anno del precedente report realizzato da JFC e il 2023 anno del nuovo report.

²⁹ JFC Tourism & Management, *Il Cineturismo in Italia: il valore economico del fenomeno*, giugno 2023, pagina 3

commission, quale ruolo svolgano e come rendano il loro lavoro più redditizio per l'area in cui operano grazie alla collaborazione con le DMO regionali o locali di un territorio.

Per circoscrivere il raggio d'azione delle Film Commission ci si riferisce solitamente alla definizione dell'AFCI³⁰ ovvero "A film commission is a non-profit that is formally endorsed by the government of the region it represents. It offers comprehensive support to the film, television and media industries. Activities of a film commission may include development, production funding, and location and infrastructure support."³¹

In sintesi, un'istituzione che funge da punto di raccordo tra le produzioni cinematografiche, specialmente quelle provenienti dall'esterno della regione, e il territorio regionale di riferimento facendo da punto di attrazione per lo stesso e le sue location filmiche al suo interno.

È con questo obiettivo che nasce grazie a George White, secondo AFCI³², la prima film commission mondiale negli Stati Uniti sotto il nome di Moab Movie Committee come succursale della Camera di Commercio di Moab nel 1949. La sua fondazione nacque dall'interesse di John Ford per l'area della cittadina di Moab e della Monument Valley a seguito delle riprese di "Ombre Rosse" film western con John Wayne del 1939.³³

Per quanto riguarda il Vecchio Continente bisognerà attendere fino alla fine degli anni Ottanta quando appaiono dapprima in Gran Bretagna e poi in Francia. L'imprescindibilità di una Film Commission anche per il territorio italiano viene compresa con colpevole ritardo solo nel 1997 con la costituzione della prima in Emilia-Romagna grazie all'impulso di istituzioni come "Italia Cinema" (Agenzia per la promozione del cinema italiano all'estero) che fecero da portavoce nel suggerire caldamente alle Regioni di aprire questo nuovo tipo di strutture.³⁴

Passiamo ora a definire quale ruolo svolgano le Film Commission all'interno di una regione e come siano strutturate.

Queste organizzazioni possono assumere diverse forme istituzionali, come fondazioni, uffici di enti pubblici o associazioni culturali, con varie modalità di collaborazione tra pubblico e privato. In passato operavano a differenti livelli territoriali, come città, province o regioni, con lo scopo di attrarre

³⁰ Association of Film Commissioners International: network mondiale che comprende più di 360 film commission da 40 stati

³¹ AFCI <https://afci.org/about-film-commissions/>

³² <https://afci.org/about-film-commissions/>

³³ <https://www.discovermoab.com/movie-sites/>

³⁴ Rosy Scarlata, *Il fenomeno del cineturismo e le opportunità per i territori in La città di celluloidi tra vocazione turistica ed esperienze creative. Atti della giornata di studio* (Macerata, 26 marzo 2015) a cura di Enrico Nicosia, pagina 243

produzioni cinematografiche e facilitare il loro lavoro³⁵ ma la legge cinema del 2016 ha riconosciuto solo le Film Commission regionali mettendo ordine in un panorama variegato e frastagliato.³⁶ È infatti importante sottolineare come i diversi compiti svolti da ciascuna Film Commission siano svolti in modo totalmente gratuito per incentivare ancora di più una produzione cinematografica a usufruire di una particolare location.

Partendo proprio dai compiti principali delle Film Commission³⁷ (che delegano tali mansioni di primo contatto all'ufficio denominato Sportello Cinema), in ordine di importanza troviamo il cosiddetto *location scouting* per una determinata produzione.

La Film Commission si rende utile nel fornire alle produzioni una lista di particolari location (corredate da informazioni tecniche riguardanti il sito, dall'accessibilità per la troupe fino alle più specifiche come la presenza di acqua o di allacci per la corrente elettrica).

L'insieme di queste informazioni viene inserito nella location guide, guida puntuale e precisa del territorio in questione, corredata da immagini del luogo con diversi parametri di ricerca.

Definito un territorio di interesse per la casa di produzione, risultano necessari permessi essenziali per riprendere le scene in luoghi pubblici del prodotto filmico che si intende realizzare. Le stesse film commission concorrono dunque nel rilascio di tali permessi che possono comportare il blocco di una strada, la presenza sul posto delle forze dell'ordine ecc...³⁸

Tali istituzioni sono altresì utili nell'invio di informazioni su eventuali finanziamenti pubblici o privati attivi sul territorio, fattore che solitamente è decisivo per la casa di distribuzione nel far propendere per un territorio in particolare piuttosto che un altro.

Stipulare convenzioni è un altro dei compiti della Film Commission che prende contatti con hotel o simili per ospitare una produzione (solitamente molto numerosa, specie se straniera) ad un costo inferiore rispetto a una normale tariffa alberghiera.³⁹

Le Film Commission contribuiscono anche a mettere in contatto professionisti del settore audiovisivo locali (preferibili in ogni caso da una produzione essendo molto meno oneroso trovarli in loco rispetto

³⁵ Giulia Lavarone, *Cinema, media e turismo*, cit., pagina 17

³⁶ “Lo Stato riconosce il ruolo e l'attività delle Film Commission, previste dagli ordinamenti regionali e delle province autonome di Trento e di Bolzano nel rispetto dei requisiti stabiliti a livello nazionale, europeo ed internazionale, senza nuovi o maggiori oneri a carico della finanza pubblica.” Legge 14 novembre 2016, <https://www.astrid-online.it/static/upload/legg/legge-14-novembre-2016n220.pdf>

³⁷ Marco Cucco, Giuseppe Richeri, *Il mercato delle location cinematografiche*, Venezia, Marsilio Editore, 2013, pagina 69-81

³⁸ Ivi, pagina 70

³⁹ Ivi, pagina 71

al pagamento di una diaria in caso di trasferta) con le produzioni.⁴⁰ Tali professionisti vengono inseriti sul sito della Film Commission di pertinenza da parte delle case di produzione interessate a girare in quel determinato territorio.

Infine, una Film Commission si occupa anche di predisporre spazi adeguati e assistere una produzione durante le riprese vere e proprie. Può essere necessario dunque costituire degli spazi ad hoc ove ospitare uffici, sale casting e sale per conferenze stampa.⁴¹

Quelli appena menzionati qui sopra sono i servizi che una Film Commission offre direttamente e gratuitamente a una produzione cinematografica, prima e durante le riprese di un prodotto audiovisivo sul suo territorio. Abbiamo però citato in precedenza come sia necessario promuoversi all'interno del "mercato delle location", per far sì che una produzione sia al corrente dell'esistenza di quel determinato territorio adatto ad ospitare delle riprese⁴². È importante per far conoscere i propri servizi e il patrimonio (culturale, artistico, architettonico e paesaggistico) di cui si dispone promuovendoli su scala nazionale e internazionale, solitamente attraverso tre strumenti principali ovvero il sito web della Film Commission, le brochure e le production guide da distribuire in occasione degli eventi di settore ed infine una mailing list che comprenda operatori economici e artistici del settore audiovisivo per diffondere iniziative future, servizi offerti e risultati ottenuti.⁴³

La *location guide*, pubblicata sul sito della Film Commission e dal 2016, grazie alla promulgazione della legge cinema, raggruppata all'interno del portale Italy for movies, per le motivazioni sopra menzionate, non è sufficiente. Non bisogna prescindere dalla partecipazione a fiere, festival o congressi del settore (l'Ischia Film Festival rappresenta un unicum nel nostro paese) per poter mettersi in contatto con addetti ai lavori ed esperti del settore.

Di capitale importanza è altresì creare delle campagne di marketing ad hoc che richiamino l'universo regionale collegato a una produzione audiovisiva sul territorio. Facendo leva su un caso dirompente nel mondo cinematografico si potrà rivalutare e far conoscere zone altrettanto ricche di potenziale e intessere una promozione più variegata e a tutto tondo della regione in questione.

In sintesi, una Film Commission dovrebbe tenere sempre bene a mente lo scopo per cui è stata creata. Essa continua a svolgere il suo ruolo prezioso con due obiettivi chiari: ovvero fornire "aiuto logistico

⁴⁰ Davide Bracco (2013), *Le film commission*, in Emiliana De Blasio, Dario Edoardo Viganò (a cura di), *I film studies*, Carocci, Roma pagina 262

⁴¹ Marco Cucco, Giuseppe Richeri, *Il mercato delle location cinematografiche*, cit., pagina 80

⁴² Marco Cucco, *Il mercato delle location cinematografiche. Un modello interpretativo*, in «Comunicazioni sociali» n. 1, 2013, pagina 136.

⁴³ Marco Cucco, Giuseppe Richeri, *Il mercato delle location cinematografiche*, cit., pagina 75-76

alle produzioni affinché queste possano risparmiare tempo e denaro, nonché innescare movimenti economici positivi per il territorio”.⁴⁴ Il tempo risparmiato da una produzione cinematografica potrà essere un ulteriore elemento nella scelta futura e motivo valido per alzare la branding reputation di un territorio che potrà conquistare mercati di altri paesi ancora “inesplorati”.

L’indotto regionale che si viene a creare a seguito della realizzazione di un prodotto audiovisivo può essere considerato una delle forme di investimento per il Governo Regionale, che tramite il Film Fund dedicato finanzia le produzioni che rispettino determinati standard presenti nel bando di riferimento e di cui avremo modo di fare menzione più avanti.

1.3 Film commission in Italia

Nel nostro paese, come già evidenziato nel paragrafo precedente, il mercato si muove in ritardo rispetto ad altri paesi europei più sviluppati sul tema. Dobbiamo attendere il 1997 per avere la prima Film Commission italiana, fondata dalla regione Emilia Romagna, la quale darà un forte impulso alle altre regioni che la seguiranno a ruota negli anni successivi.⁴⁵

Nel tentativo di colmare velocemente il gap maturato nei confronti degli altri Paesi, le vie percorse nelle diverse realtà territoriali sono risultate molto diverse e, in alcuni casi, un po’ “tortuose”.

Le Film Commission oggi attive in Italia sono una ventina, riunite dall’associazione Italian Film Commission⁴⁶ e dal punto di vista della natura giuridica, esse possono essere suddivise in quattro differenti tipologie:

- uffici interni agli enti pubblici (50% del totale);
- fondazioni a partecipazione regionale (15% circa);
- associazioni culturali che operano in convenzione con enti locali (20% circa);
- strutture miste pubblico-privato (15% circa).⁴⁷

La suddivisione in percentuale delle differenti tipologie di Film Commission presenti nel nostro paese rispecchia il risultato ottenuto da un’indagine sulla relazione fra le Film Commission ed i governi locali, realizzata a livello mondiale dalla già citata AFCl.⁴⁸

⁴⁴ Ivi, pagina 63 in Francesca De Liberato, *Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia*, Università Cattolica del Sacro Cuore, 2020, pagina 15

⁴⁵ Tra fine anni ’90 e primo decennio degli anni 2000 si costituiscono molte delle Film Commission italiane tra le più attive

⁴⁶ <https://www.italianfilmcommissions.it/>

⁴⁷ Orsola Patrizia Ghedini, *Le Film Commission: esperienze e prospettive*, https://www.regione.emilia-romagna.it/affari_ist/supplemento_4_06/ghedini.pdf

⁴⁸ <https://afci.org/>

Nel 2001 è stato creato il Coordinamento delle Film Commission italiane nel quale sono confluite gran parte delle realtà esistenti sul territorio nazionale. Il percorso che ha portato alla costituzione di questa forma associativa è stato di difficile attuazione ed è stato portato a termine dopo un lungo periodo. Nel 2002, ha beneficiato anche del supporto del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, che nel documento di indirizzo per le attività di Cinecittà Holding ha previsto il sostegno alle Film Commission, istituendo un fondo dedicato per incrementare gli aiuti nella fase di coordinamento.

Gli obiettivi principali del Coordinamento sono la progettazione e l'implementazione di strumenti di marketing comuni o coordinati, soprattutto rivolti ai partner esteri, per informare sulle opportunità di assistenza gratuita in Italia, rispettando le peculiarità dei singoli territori.⁴⁹

Dobbiamo però attendere fino al 2004 quando nasce l'associazione Italian Film Commissions, la quale riunisce tutte le Film Commission presenti sul territorio nazionale e si dedica al consolidamento dei rapporti con enti ed istituzioni nazionali e internazionali, sviluppa iniziative di sistema per la crescita e la promozione dell'Italia audiovisiva.⁵⁰

Infine nel 2018, a seguito della legge cinema n.220 del 2016, viene promulgato un decreto nazionale che definisce finalmente e riconosce ufficialmente anche da parte dello Stato Italiano l'operatività e la vera e propria mission di una film commission.⁵¹

Qui di seguito il testo originale pubblicato in Gazzetta Ufficiale dal titolo "Disposizioni applicative in materia di Film Commission e indirizzi e parametri generali per la gestione di fondi di sostegno economico al settore audiovisivo, stanziati tramite le regioni o province autonome" con data 25 gennaio 2018:

1. Ai sensi dell'art. 2, comma 1, lettera v), della legge n. 220 del 2016, la «Film Commission» è l'istituzione, riconosciuta da ciascuna Regione o Provincia autonoma, che persegue finalità di pubblico interesse nel comparto dell'industria del cinema e dell'audiovisivo e fornisce supporto e assistenza alle produzioni cinematografiche e audiovisive nazionali e internazionali e, a titolo gratuito, alle amministrazioni competenti nel settore del cinema e dell'audiovisivo nel territorio di riferimento.

2. Costituiscono attività aventi finalità di pubblico interesse nel settore cinematografico e audiovisivo, a titolo esemplificativo e non esaustivo, le seguenti attività:

- a) sostegno allo sviluppo dell'industria cinematografica e audiovisiva nel territorio di competenza;
- b) assistenza amministrativa e logistica alle imprese audiovisive che intendono operare sul territorio regionale;

⁴⁹ Ibidem

⁵⁰ <https://www.italianfilmcommissions.it/chi-siamo/>

⁵¹ https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/dossier/file_internets/000/001/547/Italian_film_commissions.pdf

- c) sostegno alla realizzazione sul territorio regionale di iniziative cinematografiche e audiovisive;
- d) sostegno alla formazione artistica, tecnica e organizzativa di operatori residenti sul territorio;
- e) sostegno alle iniziative di potenziamento delle competenze nel cinema, nelle tecniche e nei media di produzione e di diffusione delle immagini e dei suoni, nonché di alfabetizzazione all'arte, alle tecniche e ai media di produzione e di diffusione delle immagini, in raccordo con il Ministero e con il Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca, ai sensi dell'art. 27, comma 1, lettera i), della legge n. 220 del 2016;
- f) promozione di attività dirette a rafforzare l'attrattività territoriale per lo sviluppo di iniziative e attività nel campo del cinema e dell'audiovisivo;
- g) collaborazione con le Regioni e le Province autonome di Trento e Bolzano, nell'ambito delle iniziative promosse al fine di concorrere alla promozione e alla valorizzazione delle attività cinematografiche e audiovisive;
- h) collaborazione con le Regioni e con le Province autonome di Trento e Bolzano nell'ambito di iniziative di valorizzazione e promozione del patrimonio artistico cinematografico e audiovisivo, attraverso progetti di catalogazione, digitalizzazione e conservazione, anche a fini educativi e culturali, del patrimonio filmico e audiovisivo, anche tramite mediateche e cineteche;
- i) assistenza alle Regioni e alle Province autonome di Trento e Bolzano, nell'ambito delle iniziative promosse da tali enti al fine di sostenere l'imprenditoria cinematografica e audiovisiva, anche attraverso convenzioni con il sistema bancario, per favorire l'accesso al credito a tasso agevolato;
- j) promozione del territorio regionale e valorizzazione dell'identità culturale e linguistica attraverso il cinema e l'audiovisivo.⁵²

Importante sottolineare al netto dell'elenco di mansioni fornitoci dal decreto che vengano considerate, cito testualmente, "attività aventi finalità di pubblico interesse nel settore cinematografico e audiovisivo, a titolo esemplificativo e non esaustivo".

Si delinea dunque un'inquadratura generale delle mansioni senza delimitare però il raggio d'azione regionale ovvero ciascuna con la propria Film Commission è libera di operare e dare impulso al mercato audiovisivo nella maniera che ritiene più opportuna.

Per concludere per quanto riguarda l'ambito italiano è opportuno menzionare di seguito la corretta dicitura delle venti Film Commission presenti nel nostro paese e il rispettivo anno di istituzione riportato nei siti ufficiali di ciascuna:

52

https://media.beniculturali.it/mibac/files/boards/be78e33bc8ca0c99bff70aa174035096/DECRETI/1519130314007_D.M . 25 GENNAIO 2018 REP. 63 REGISTRATO.pdf

- Apulia Film Commission (Regione Puglia, istituita con legge regionale 6/2004, la Fondazione Apulia Film Commission nasce nel 2007)⁵³
- Emilia-Romagna Film Commission (Regione Emilia-Romagna, istituita nel 1997)⁵⁴
- Abruzzo Film Commission (Regione Abruzzo, istituita con la legge regionale n.53 il 20 novembre 2017)⁵⁵
- Film Commission Regione Campania (Regione Campania, ente costituito Campania nel 2004, operativo dalla primavera del 2005, è stato trasformato in Fondazione a gennaio 2014.)⁵⁶
- Film Commission Torino Piemonte (Regione Piemonte, operativa da settembre 2000)⁵⁷
- Film Commission Vallée d'Aoste (Regione Valle d'Aosta, costituita nel marzo del 2011)⁵⁸
- Fondazione Calabria Film Commission (Regione Calabria, istituita con legge regionale n.1 dell'11 gennaio 2006)⁵⁹
- Fondazione Sardegna Film Commission (Regione Sardegna, istituita con la legge regionale n. 15 del 20 settembre 2006)⁶⁰
- Veneto Film Commission (Regione Veneto, istituita nel 2019)⁶²
- Friuli Venezia Giulia Film Commission (Regione Friuli Venezia Giulia, istituita nel 2000)⁶³
- Genova Liguria Film Commission (Regione Liguria, dal 1998 al 2006 ha operato limitatamente alla sola città di Genova)⁶⁴
- IDM Film Commission Sudtirolo (provincia autonoma di Bolzano, costituita nel 2011)⁶⁵
- Lombardia Film Commission (Regione Lombardia, istituita nel febbraio del 2000)⁶⁶
- Lucana Film Commission (Regione Basilicata, istituita nel 2012)⁶⁷

⁵³ <https://www.apuliafilmcommission.it/>

⁵⁴ <https://cinema.emiliaromagnacultura.it/it/er-film-commission/chi-siamo/>

⁵⁵ <https://filmcommission.regione.abruzzo.it/>

⁵⁶ <https://fcrc.it/>

⁵⁷ <https://www.fctp.it/>

⁵⁸ <https://www.filmcommission.vda.it/>

⁵⁹ <http://www.calabriafilmcommission.it/it/>

⁶⁰ <https://www.sardegnafilmcommission.it/>

⁶¹ <https://www.regione.sardegna.it/fondazione-sardegna-film-commission-939>

⁶² <https://venetofilmcommission.com/it/>

⁶³ <https://fvgfilmcommission.com/>

⁶⁴ <https://www.glfcc.it/>

⁶⁵ <https://www.film.idm-suedtirolo.com/it>

⁶⁶ <https://www.filmcomlombardia.it/>

⁶⁷ <https://www.lucanafilmcommission.it/>

- Marche Film Commission (Regione Marche, nasce nel 2009)⁶⁸
- Roma Lazio Film Commission (Regione Lazio, istituita nel febbraio 2007)⁶⁹
- Toscana Film Commission (Regione Toscana, operativa dal 2006)⁷⁰
- Sicilia Film Commission (Regione Sicilia, costituita nel 2007)⁷¹
- Trentino Film Commission (Provincia autonoma di Trento, aperta nel 2011)⁷²
- Umbria Film Commission (Regione Umbria, costituita nel marzo del 2021)⁷³

Da questa lista risaltano alcune cose che meritano una menzione:

- in primis l'assenza della Regione Molise, unica realtà italiana senza una Film Commission
- in secundis la scelta di associare, in alcuni casi regionali, al nome della Regione il capoluogo regionale per connettere un territorio a una città con rilevanza internazionale
- infine, essendo entrambi i territori bilingue la scelta di nominare la propria Film Commission in tedesco per la Provincia Autonoma di Bolzano e in francese per la Valle d'Aosta.

1.4 I Film Fund come motivo di attrazione

Se la presenza delle Film Commission in un determinato territorio può rappresentare uno dei motivi nella fase di attrazione di una produzione cinematografica nel nostro paese, un'altra motivazione, escludendo quella di carattere estetico o per necessità di trama, potrebbe essere la sovvenzione da parte della regione di appartenenza attraverso il cosiddetto Film Fund, un fondo, ovvero un ammontare di denaro stanziato affinché si sostenga uno o più stadi di un prodotto audiovisivo.⁷⁴

Tale strumento di finanziamento nasce, solitamente, per due motivi:

- La volontà da parte del governo regionale di stanziare dei fondi con il fine di sostenere la produzione culturale locale e i talenti creativi presenti nel territorio
- La crescente attrattività che acquisisce una determinata regione, agli occhi delle produzioni, straniere e no.⁷⁵

⁶⁸ <https://www.filmcommissionmarche.it/>

⁶⁹ <http://www.romalaziofilmcommission.it/>

⁷⁰ <http://www.toscanafilmcommission.it/>

⁷¹ <http://www.siciliafilmcommission.org/it/>

⁷² <https://www.trentinofilmcommission.it/it/>

⁷³ <https://www.umbriafilmcommission.com/>

⁷⁴ Marco Cucco, Giuseppe Richeri, *Il mercato delle location cinematografiche*, cit., pagina 95

⁷⁵ Ibidem

Nel primo caso gioca un ruolo fondamentale la valorizzazione territoriale e umana della regione: si punta dunque sulla promozione delle risorse umane locali nel tentativo di capitalizzare la formazione ricevuta dalle stesse a seguito dell'investimento delle istituzioni locali.

Nel secondo caso le finalità economiche comandano: i finanziamenti ingenti o di limitata entità concorrono in ogni caso nel rendere più appetibile una regione nei confronti dei produttori attirandoli sul territorio con uno sforzo minore.

L'ammontare della sovvenzione non è di fondamentale importanza poiché anche una somma minima, purché contribuisca a finanziare il prodotto audiovisivo e a ridurre il rischio di un flop in seguito all'uscita è sempre motivo di interesse da parte dei produttori.⁷⁶

Spostandoci nell'ambito di gestione del Film Fund, va sottolineato come non sia solo la regione ad occuparsi dei fondi concessi alle produzioni ma anche le stesse Film Commission come accade per il caso virtuoso del Friuli-Venezia Giulia che avremo modo di analizzare più nel dettaglio all'interno del secondo capitolo di questa tesi.

Innanzitutto, vi è una regolamentazione a livello europeo, approvata all'interno del trattato di Maastricht da parte di tutti i paesi della Comunità Europea nel 1996. Tale norma vieta gli aiuti di stato in quanto potrebbero "distorcere la concorrenza all'interno del mercato unico europeo".⁷⁷

Nel campo della produzione audiovisiva rientra però la deroga denominata *eccezione culturale*, offrendo la possibilità a ciascuno stato membro di adottare forme di aiuto economico per "difendere le specificità culturali".⁷⁸

Se dunque le Film Commission offrono servizi gratuiti per le produzioni cinematografiche intenzionate a girare un prodotto audiovisivo sul territorio in questione, le amministrazioni locali si occupano di mettere a disposizione delle produzioni dei fondi pubblici. Per risultare idonei e accedere a tali finanziamenti è importante che vi sia almeno una parte delle riprese svolte all'interno della regione, compresa la pre o post produzione.⁷⁹

Esistono due tipi di criteri diversi che concorrono alla valutazione del prodotto cinematografico, automatici e selettivi:

⁷⁶ Ivi, pagina 96

⁷⁷ Ivi, pagina 87

⁷⁸ Ivi, pagina 88

⁷⁹ Marco Cucco, Giuseppe Richeri, *Film Commission e sviluppo territoriale: esperienze a confronto e bilanci*, in «Economia della Cultura» n. 2, giugno 2011, pagina 171

- Criteri automatici: erogazione delle risorse sulla base di criteri oggettivi e inoppugnabili come il numero di giorni di permanenza sul territorio, il numero di scene girate in esterno, la percentuale di maestranze locali
- Criteri selettivi: valutazione attenta della qualità artistica per stabilire se meriti il sostegno da parte delle risorse pubbliche essendo portatore di valori culturali o artistici di rilevanza per la zona in questione⁸⁰

Vi sono altresì degli obblighi che la produzione si impegna a rispettare qualora venisse ritenuta meritevole di accedere a tale finanziamento come l'impegno a sostenere una spesa minima sul territorio regionale in questione, solitamente pari al 120%, in alcuni casi anche al 150%, del finanziamento ricevuto.

La regione stessa si garantisce pertanto un investimento da parte della produzione cinematografica sul proprio territorio generando un effetto a cascata sui vari settori che gravitano attorno al progetto stesso.⁸¹

Sicuramente la componente economica è fortemente presa in considerazione da parte del governo regionale nella stipulazione di un bando ma dobbiamo in ogni caso evidenziare come tali criteri automatici di finanziamento presentino delle criticità.

La produzione, infatti, redige un documento ufficiale seguendo la check list fornita dalla Film Commission di interesse, allegando i documenti che attestino i molteplici criteri richiesti.

Solitamente i bandi delle varie regioni si assomigliano anche se nei casi di regioni più gettonate dove si raggiungono anche numeri importanti di richieste ad accedere a tale incentivo (nel caso della Puglia o della Sicilia si arriva anche a più di cento progetti che si candidano per lo stesso bando)⁸² sono inseriti dei criteri più stringenti nella tipologia di film ammessa o sul numero di scene in esterno per promuovere maggiormente il patrimonio culturale regionale.

Tali criteri sono pertanto fortemente vincolanti, ed è corretto che sia così, ma sono altresì limitanti per quanto riguarda le produzioni che propongono dei progetti dal pregevole carattere estetico rispetto a progetti che in alcuni casi si focalizzano solo e soltanto sulla scelta di alcune location arcinote in una determinata regione, trasformandosi in un veicolo pubblicitario di basso livello al servizio dell'amministrazione locale.

⁸⁰ Marco Cucco, Giuseppe Richeri, *Il mercato delle location cinematografiche*, cit., pagina 99

⁸¹ Marco Cucco, *Economia del film. Industria, politiche, mercati*, Carocci Editore, Roma, 2020, pagina 208

⁸² <https://www.apuliafilmcommission.it/una-partecipazione-da-record-per-lapulia-film-fund/>

Non sempre infine viene tutelata la sostenibilità ambientale dei territori utilizzati dalle produzioni.⁸³ In alcuni casi i contributi vengono incrementati se si sottoscrivono dei disciplinari come quello sviluppato dalla Trentino Film Commission nel 2016 denominato Green Film nato con lo scopo di incentivare le produzioni cinematografiche ecosostenibili. Prima ancora la casa di produzione Tempesta Film aveva creato nel 2013 il disciplinare EcoMuvi.⁸⁴

Tale standard di certificazione internazionale attestava lo sviluppo sostenibile di qualsiasi produzione con la possibilità di adattarlo a seconda del progetto filmico.

Se il protocollo Green Film dava diritto a un incremento dei finanziamenti regionali da parte del Film Fund per le produzioni o permetteva, in alcuni casi, di ottenere dei punti bonus nella graduatoria stilata dalla Film Commission per eleggere il progetto a cui spettassero i finanziamenti, per EcoMuvi tutto ciò non valeva.

Il disciplinare creato dalla casa capitanata e fondata da Carlo Cresto-Dina era, seppur utile e antesignano per quanto riguarda la crescente importanza mondiale data alle tematiche green, di difficile applicazione su larga scala. Purtroppo le produzioni, non ricevendo finanziamenti aggiuntivi, lo adottavano in rare occasioni e solo per un attestato di eticità riconosciuto al progetto in fase di realizzazione.

Ignoravano però, come ribadito più volte dalla stessa Tempesta Film, come EcoMuvi permettesse alle produzioni, oltre al nobile scopo di contribuire a ridurre l'impatto ambientale di una macchina organizzativa sempre molto ampia e complessa, anche ridurre la spesa necessaria per le attività collaterali alla realizzazione di un film.⁸⁵ Inoltre è stata la stessa Tempesta Film a creare una figura professionale, il Green Manager, che segue di pari passo la produzione per accertarsi che vengano rispettati i requisiti di tale disciplinare.⁸⁶

Tale aspetto non è da sottovalutare perché denota come questa certificazione si basi su dei controlli cadenzati nel tempo e non sia un semplice bollino di qualità da mostrare in sala durante i titoli di testa e di coda del film.⁸⁷

1.5 Dal location placement all'applicazione in ambito turistico del portale *Italy for movies*

⁸³ <https://www.anica.it/news/news-anica/cinema-con-disciplinare-green-film-giu-emissioni-e-meno-costi-in-anica-la-presentazione-della-ricerca>

⁸⁴ <https://www.ecomuvi.eu/>

⁸⁵ <https://next.wired.it/wired-next-fest-2020/cresto-dina-protocollo-cinema/>

⁸⁶ <https://cattolicanews.it/cinema-il-set-e-green-grazie-a-ludovica>

⁸⁷ <https://www.istitutoantonioni.it/convegno-ecomuvi-primodisciplinare-certificato-sostenibilita-ambientale-cinema-ideato-sviluppato-tempesta-carlo-cresto-dina/>

Prima di avviarcì alla conclusione di questo primo capitolo, credo sia d'uopo soffermarsi sulla componente piú strettamente legata alla promozione turistica di un territorio, collegata a un prodotto filmico di rilevanza e come si sfruttino le location utilizzate da una produzione.

Se in passato (in Italia attorno agli anni '50 del secolo scorso) era la mano di un singolo imprenditore come Angelo Rizzoli a influenzare le scelte di una determinata location e il suo utilizzo all'interno del film stesso,⁸⁸ ora il discorso è leggermente diverso.

Pur non essendo identificabile con precisione una data che dia il via a tale fenomeno, all'interno del film di cui parleremo di seguito e prodotto dallo stesso Rizzoli possiamo osservare l'utilizzo, forse per la prima volta, della pratica detta del "*location placement*"; tecnica promozionale per alcuni versi equiparabile alla piú nota e utilizzata del "*product placement*".

Si definisce "*product placement*" la "strategia promozionale di un prodotto pubblicizzato indirettamente da produzioni televisive o cinematografiche, dietro compenso finanziario"⁸⁹. Pratica la cui origine viene associata all'utilizzo da parte dei fratelli Lumière in un breve filmato delle confezioni di sapone della Lever Brothers (primo caso allo stesso tempo di *product e naming placement*). Sarà poi Thomas Edison ad intuire la potenzialità di promozione all'interno del cinema mostrando il nome del whisky Ballantine's su un cartellone.

Il primo lungometraggio che ne fa utilizzo è invece un western del 1926 di Lynn Reynolds con un altro cartello promozionale questa volta della marca Coca Cola, brand capostipite in questa pratica commerciale.⁹⁰

Tale strategia di promozione si diffonde nel nostro Paese fin dal periodo del fascismo e si consolida nel passaggio tra neorealismo e commedia all'italiana nel pieno boom economico tra anni '50 e '60. È il caso del già citato *Vacanze ad Ischia* di Mario Camerini del 1957: se già dal titolo notiamo un *naming placement* marcato addentrandoci nel film vediamo come le scene, sfruttando la tecnica del *location placement*, vengano create ad hoc per incentivare uno sguardo turistico sull'isola e mettere in rilevanza l'offerta turistica e le attività presenti sull'isola, famosa soprattutto per il turismo termale.

⁸⁸ Con la nascita dei film definiti con il termine delle commedie italiane degli anni '50 e della sotto branca dei film turistico/balneari spicca tra questi *Vacanze a Ischia*, prodotto da Angelo Rizzoli, imprenditore con forti velleità promozionali sull'isola essendo proprietario di strutture ricettive e bagni crea all'interno del film delle situazioni studiate ad hoc per (auto)promuovere le attività turistiche di sua proprietà.

⁸⁹ [https://www.treccani.it/vocabolario/product-placement_\(Neologismi\)/](https://www.treccani.it/vocabolario/product-placement_(Neologismi)/)

⁹⁰ Daniele Dalli, Giacomo Bistri, Dino Borello, *Marche alla ribalta. Il product placement cinematografico in Italia e la sua gestione manageriale*, Milano, Egea Edizioni, 2008, pagina 10

Si diffonde sempre di più questa pratica nei decenni successivi fino a diventare sempre più invasiva e presente in qualsiasi genere cinematografico.⁹¹ Non cambia nulla fino all'inizio degli anni '90 quando viene pubblicato il decreto legislativo 74/92 sulla pubblicità ingannevole che dichiara illecita la pratica del *product placement* mettendolo sullo stesso piano della pubblicità occulta per mancanza di trasparenza.⁹²

Solo nel 2004 con il decreto legislativo n.28 del 22 gennaio abrogato poi dalla legge cinema del 2016 (Disciplina del cinema e dell'audiovisivo) si introduce la disciplina che norma l'attività del *product placement*. Si attesta dunque nell'articolo 1 l'ammissibilità del cosiddetto *product placement* e il "collocamento pianificato di marchi e prodotti nelle scene di un'opera cinematografica".⁹³ Tra i requisiti presenti all'articolo 2 si indica che la presenza di marchi e prodotti debba essere palese, veritiera e corretta, integrata nella narrazione e per essere riconosciuta dal pubblico l'opera cinematografica deve contenere un avviso nei titoli di coda per informarlo circa la presenza di marchi e prodotti.⁹⁴

Se la promozione all'interno di un film spesso viene associata alla pratica del *product placement* ancora troppa poca importanza viene data, da parte delle Film Commission, alla scelta delle produzioni di inserire immagini di località a fini promozionali all'interno di un film o una serie (*location placement o product placement territoriale*)⁹⁵

In questo mondo sempre più immerso nell'utilizzo dei media non si può dunque prescindere dal collegare un determinato territorio (il caso di "Basilicata coast to coast" è emblematico nel fare ciò) con la trama del film creando anche delle situazioni appositamente studiate per far risaltare la collocazione spaziale della scena. Lo schema nella pagina successiva è esemplificativo di come la programmazione e ancora prima la decisione di un viaggio avvenga anche grazie alla costruzione e alla realizzazione di prodotti audiovisivi che concorrono nel creare la cosiddetta *destination awareness*:

La *destination awareness*, infatti, è la notorietà della destinazione. Funziona secondo il principio "AIDA" proposto da Lavidge e Steiner nel 1961, che mira ad attirare l'attenzione (attention), a stimolare l'interesse (interest), a creare il desiderio (desire) e vuole, infine, ottenere un'azione da parte del consumatore (action). La awareness rappresenta quindi l'intensità della presenza della destinazione

⁹¹ <https://tesi.univpm.it/retrieve/e96f3cd9-91b2-4420-aa5f-10f7b879f7a8/Tesi%20Laurea%20magistrale%20Giulia%20Amadio.pdf>

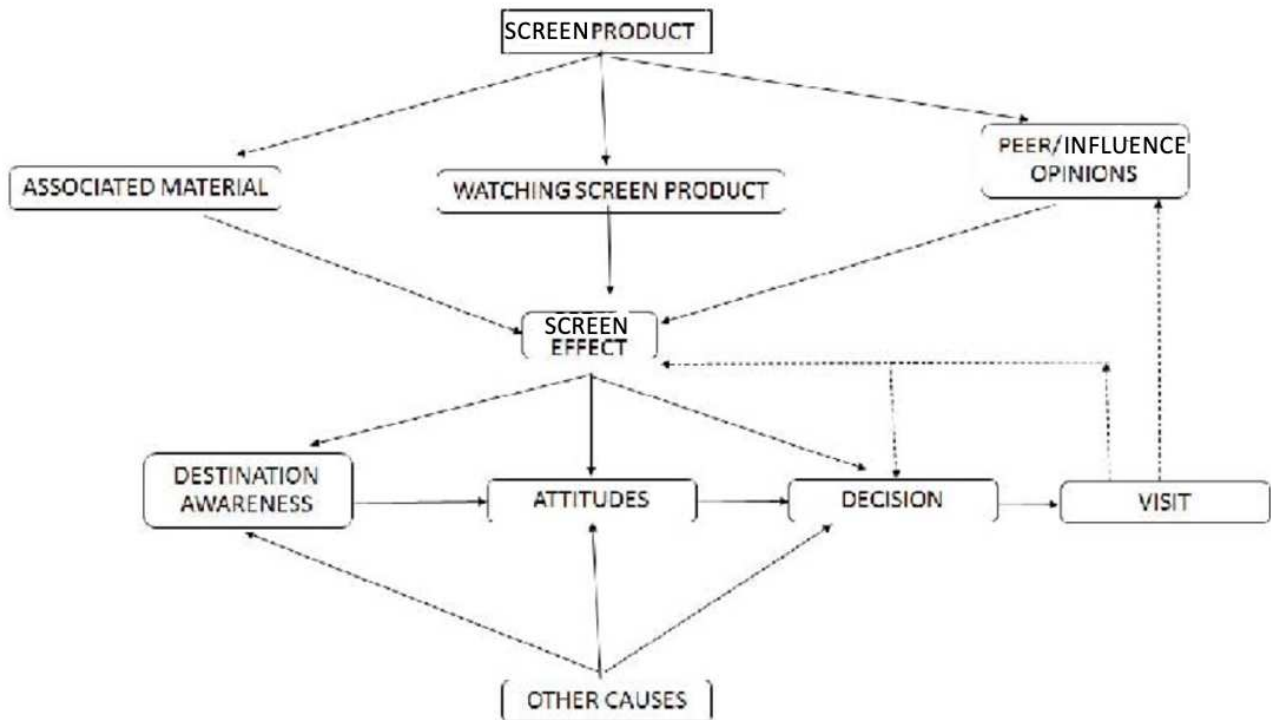
⁹² <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1992/02/13/092G0101/sg>

⁹³ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2004/02/05/004G0051/sg>

⁹⁴ <https://www.chiarini.com/product-placement-cose-e-come-funziona/#PARAGRAFO3>

⁹⁵ <https://www.cineturismo.it/index.php/cinemap/2-uncategorised/1753-il-product-placement-territoriale>

nella mente del mercato target. Una migliore visibilità e riconoscibilità della destinazione le permettono di entrare nell'awareness set del consumatore, quando questo sceglie la destinazione da visitare e il turista scopre così territori nuovi e pianifica itinerari sulla base degli impulsi che lo hanno raggiunto in seguito alla visione di un film.⁹⁶



97

Nel binomio attrazione di una produzione e promozione di un territorio è di fondamentale importanza la creazione a fine 2016 di “Italy for movies”. Piattaforma web creata da istituto Luce-Cinecittà, in collaborazione con Italian Film Commissions e coordinata dalla Direzione Generale Cinema e Turismo del Mibact. Il progetto venne presentato durante la 74’ Mostra del Cinema di Venezia e nasce con lo scopo di “fornire ai produttori e registi italiani ed stranieri interessati a girare le proprie opere nel nostro Paese, un ampio database geo-localizzato di luoghi completo di ogni informazione (mappe delle location, photogallery e informazioni sugli incentivi previsti), con un ulteriore dettaglio di informazioni reperibili sui siti delle singole film commission”⁹⁸ ma si rivolge anche ai cineturisti

⁹⁶ Fabrizio Goldhorn, *Il processo decisionale nella scelta della destinazione turistica e il marketing della destinazione*, Manno, Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana Dipartimento Economia Aziendale, Sanità e Sociale, 2015

⁹⁷ Influenza dell'immagine cinematografica sulla decisione di viaggio, in *Measuring the Effects of Film and Television on Tourism to Screen Locations: A Theoretical and Empirical Perspective* Anita Fernandez Young, Robert Young 2008, pagina 202

⁹⁸ <https://www.un-industria.it/canale/audiovisivo-multimediale/notizia/38804/nasce-italy-for-movies/>

offrendo informazioni su itinerari nei luoghi dei film o delle serie televisive, un database delle schede dei film con le descrizioni delle location e aggiornamenti sul mondo cinematografico (per esempio l'apertura al pubblico di set).⁹⁹

Il portale "Italy for movies" è stato e continua ad essere estremamente utile essendo un database completo delle location filmiche a livello italiano e potenzialmente utilizzabili sia dagli enti per il turismo regionali per creare prodotti ad hoc per i cineturisti, sia dai cineturisti stessi che possono scoprire un territorio in seguito alla visione di un film.

Soprattutto a seguito del covid questo mercato potrebbe essere sfruttato in maniera decisamente maggiore poiché permette di scoprire territori meno frequentati e vivere una sorta di turismo *off the beaten path* alleggerendo così la pressione sulle città più assillate dai fenomeni di overtourism. Viene per questo considerato "a valuable marketing tool, especially crucial for the recovery of post-pandemic tourism"¹⁰⁰ avendo cercato di dare impulso al turismo durante la pandemia con tour virtuali¹⁰¹ e nel periodo di ripresa post covid guadagnando sempre più importanza all'interno mercato turistico mondiale.

1.6 Le Dmo e la gestione dei flussi turistici

Dopo aver visto come si raccolgano le location di un determinato territorio, per creare una rete regionale all'interno delle Film Commission di appartenenza, consideriamo anche la diretta collaboratrice nella creazione strategica di prodotti turistici.

La Destination Management Organization o DMO che dir si voglia, è definita dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (World Tourism Organization, 2004) come:

l'organizzazione responsabile per il management ed il marketing della destinazione, il cui compito è quello di promuovere e organizzare l'integrazione dell'aggregato di elementi di un territorio che convergono nel dar corpo ad un'offerta turistica, in modo che essa aumenti le sue performance e la sua capacità di competere.¹⁰²

⁹⁹ <https://cinecitta.com/promozione/italy-for-movies/>

¹⁰⁰ Rui Yao, Jian Yang, *Exploring the appeal of villainous characters in film-induced tourism: perceived charismatic leadership and justice sensitivity*. Humanities and Social Sciences Communications 11, Article number: 267, 2024, pagina 1, <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02747-6>

¹⁰¹ Giulia Lavarone, *Tornare a viaggiare con il cinema. Cinema e turismo ai tempi del virus*. Fata Morgana Web, 9 luglio 2020 <https://www.fatamorganaweb.it/cinema-turismo-coronavirus/>

¹⁰² Stefan Marchioro, *Destination Management E Destination Marketing Per Una Gestione Efficiente Delle Destinazioni Turistiche In Veneto*, Turismo e Psicologia, Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione, 2014, Tradotto Da <https://www.unwto.org/policy-destination-management>

Nel nostro caso si occupa quindi di gestire e promuovere le location cinematografiche per poterle trasformare in vere e proprie *destination* atte ad attrarre turisti. Si punta tutto sull'immagine vissuta virtualmente davanti allo schermo che può fungere da catalizzatore dell'attenzione turistica per una determinata area e si tenta di replicare tali emozioni in loco. Imprescindibile a monte, la pianificazione e la gestione da parte della DMO, per far sì che non si tratti di un semplice fenomeno passeggero ma di una destinazione consolidata all'interno del mercato cine turistico.¹⁰³

Si parla di pianificazione perché la letteratura critica in merito è concorde sul fatto che la visione del film non necessariamente si traduce nell'acquisto di un pacchetto turistico nel territorio in questione. Risulta pertanto di fondamentale importanza pubblicizzarlo all'interno delle campagne di marketing regionali o statali, connettendolo con le altre attrazioni circostanti nell'area di competenza.

Se un turista sceglie quel territorio anche per il film che ha visto al cinema si aspetta, ed è ciò che concorre ad elevare la qualità della destinazione, di poter usufruire di determinati prodotti creati ad hoc per lui.

Sulla scia di questo concetto si inserisce la best practice inglese di Visit Britain, ispirazione per le altre Dmo europee e mondiali nella creazione di campagne di marketing territoriale e prodotti per i cine turisti come movie map dedicate ai prodotti cinematografici attinenti al territorio inglese. Il caso britannico fu una vera e propria rivoluzione per il resto d'Europa per l'intuizione nella realizzazione della prima movie map a metà anni '90 dalla BTA (British Tourism Authority, vecchio nome mutato nel 2003 in Visit Britain). La mappa includeva 200 tra location cinematografiche e televisive degli ultimi 60 anni. Si trattava all'epoca del primo grande sforzo per un ente turistico dedicato a sfruttare l'attrazione generata dal grande schermo negli occhi dello spettatore.

Nei primi anni duemila con i primi due capitoli della saga di Harry Potter (Harry Potter e la pietra filosofale e Harry Potter e la camera dei segreti, rispettivamente usciti nel 2001 e nel 2002) Visit Britain crea la prima movie map dedicata a un singolo film segnando una vera e propria svolta nelle campagne di marketing cine turistico.¹⁰⁴

Altro prodotto turistico, creato ad hoc per cineturisti e fan di una specifica pellicola o serie tv è rappresentato dai movie tours. In questo caso si tratta di itinerari guidati disegnati da tour operator privati (solitamente piccoli e locali anche se vi sono delle eccezioni come Brit Movie Tours che copre

¹⁰³ Raffaele Cercola, Enrico Bonetti, Michele Simoni, *Marketing e strategie territoriali*, Milano, Egea Editore, 2009, pagina 184

¹⁰⁴ Stefan Roesch, *The Experiences Of Film Location Tourists*, Channel view publications, Bristol, Buffalo, Toronto, 2009, pagina 34

la principali città del Regno Unito)¹⁰⁵ che possono seguire un tipico aspetto di un film o di una serie televisiva e avere una durata variabile partendo da alcune ore fino a durare anche una decina di giorni.¹⁰⁶

Le visite guidate possono essere realizzate sia a piedi, sia con diversi mezzi di spostamento come la bicicletta, il van o addirittura l'elicottero e devono soddisfare diversi standard qualitativi come: in fase di costruzione del tour si deve svolgere una ricerca più dettagliata possibile sulla location filmica, una selezione delle location qualitativamente alta e infine puntare sulla fornitura agli ospiti di materiale fotografico delle riprese o dei copioni per rendere il tour più autentico e per ricevere un feedback positivo da parte dei cineturisti.¹⁰⁷

In campo italiano è imprescindibile citare l'esperienza della città di Volterra che ha saputo sfruttare, seppur non trattandosi del luogo di ripresa ma quello di ambientazione, il successo avuto dal film *New Moon* della saga *Twilight*. Differentemente rispetto a casi ben più noti e facilmente associabili a un territorio (per esempio il film *Basilicata coast to coast*, complice la costituzione tardiva della Film Commission lucana non ha creato molti prodotti per i cineturisti pur essendoci stata una forte ricaduta d'immagine e attrazione di pubblico per gli operatori turistici locali)¹⁰⁸ l'ufficio turistico della cittadina (situata a un centinaio di chilometri da Montepulciano, set per le riprese di *New Moon*) ha capitalizzato l'enorme interesse dei fan della serie.

Nel secondo libro della serie scritta da Stephenie Meyer viene ambientata una scena cruciale tra protagonisti Bella ed Edward proprio a Volterra. Si è sfruttato dunque questa importante menzione per creare una mappa con i luoghi simbolo della città, dei pacchetti turisti a tema *New Moon* con dei tour a piedi, il merchandising di *Twilight* e anche la rievocazione di una scena presente all'interno del libro.¹⁰⁹

Se Volterra possiamo considerarla come un ottimo caso in cui le strategie turistiche della Dmo locale hanno funzionato e hanno sfruttato un prodotto cinematografico per attrarre flussi turistici anche sul territorio di ambientazione dobbiamo altresì soffermarci su quanto sia importante la tecnica del *demarketing* nei casi in cui una destinazione inizi ad essere sovraffollata rispetto alla sua capacità

¹⁰⁵ <https://britmovietours.com/about-us/>

¹⁰⁶ Stefan Roesch, *The Experiences Of Film Location Tourists*, Channel view publications, Bristol, Buffalo, Toronto, 2009, pagina 46

¹⁰⁷ Ivi, pagina 47

¹⁰⁸ Monica Maglio, *Il Cineturismo: Un "Passpartù" Per Il Territorio Cilentano Tra Realtà Immaginaria E Nuove Prospettive*, Torino, Annali del turismo, VIII, Edizioni Geopress, 2019, pagina 69

¹⁰⁹ Katherine Krohn, *Stephenie Mewyer: Dreaming Of Twilight*, Minneapolis, Usa Today Lifeline Biographies, 2010, pagina 84

massima. Diventa dunque di fondamentale importanza la gestione dall'amministrazione locale per evitare che la destinazione si trovi ad affrontare delle problematiche di overtourism massiccio.¹¹⁰

Partendo dalle soluzioni più drastiche, in Thailandia, in seguito all'uscita del film *The Beach* con Leonardo di Caprio, si è dovuti arrivare alla chiusura della spiaggia di Maya Bay. Il litorale paradisiaco era stato letteralmente preso d'assalto dai turisti, i quali, a migliaia abbandonavano quotidianamente rifiuti sulla sabbia e avevano contribuito a distruggere l'80% della barriera corallina dell'isola.¹¹¹

La spiaggia, dopo oltre tre anni di chiusura, è stata recentemente riaperta (aprile 2024) con delle restrizioni ben precise ovvero l'accesso consentito a meno di 400 persone contemporaneamente sull'isola e divieto di balneazione.¹¹²

In Italia un caso assai noto ha portato a delle conseguenze simili, fortunatamente senza rendere necessaria la chiusura totale del sito.¹¹³ La serie tv "Un passo dal cielo" prodotta dalla Rai e girata per la maggior parte in Alto Adige ha ricevuto ingenti finanziamenti dalla regione stessa per promuoversi a livello nazionale. La strategia promozionale può considerarsi vincente solo in parte poiché la serie ha suscitato sicuramente interesse per la provincia autonoma di Bolzano ma i flussi si sono concentrati nel sito del Lago di Braies, situato all'interno dell'omonimo comune e del parco naturale Fanes-Sennes e Braies.¹¹⁴

Le sponde del lago, soprattutto durante l'alta stagione estiva ovvero nei mesi di luglio e specialmente agosto, venivano letteralmente prese d'assalto dai turisti. La problematica principale era la congestione dell'unica arteria disponibile per raggiungerlo, causando così enormi disagi agli abitanti della valle nei loro normali spostamenti giornalieri.

Uno studio condotto dall'Università Ca' Foscari di Venezia sui dati dell'estate del 2018 ha evidenziato come anche nelle giornate in cui la media dell'affluenza nel sito era più bassa, si superava

¹¹⁰ Stefan Roesch, *The Experiences Of Film Location Tourists*, cit., pagina 39

¹¹¹ Giulia Lavarone, *Un selfie a 'un passo dal cielo'. La sostenibilità del turismo cinematografico e televisivo*, in *Green Italy. Esperienze, media e culture per un turismo sostenibile*, a cura di Paolo Carelli, Maria Paola Pasini, Vita e Pensiero, 2023, pagina 32

¹¹² <https://www.tgitalia.com/notizie-estere/173541-thailandia-riapre-maya-bay-la-spiaggia-di-the-beach-con-di-caprio-fttg331105>

¹¹³ Giulia Lavarone, *Un selfie a 'un passo dal cielo'. La sostenibilità del turismo cinematografico e televisivo*, in *Green Italy. Esperienze, media e culture per un turismo sostenibile*, cit., pagina 38

¹¹⁴ Kurt Luger, Matthias Ripp, *World Heritage, Place Making and Sustainable Tourism. Towards Integrative Approaches in Heritage Management*, StudienVerlag, Innsbruck, 2020

di parecchie unità il numero consigliato da parte di UNWTO riguardo alla *carrying capacity*¹¹⁵ di tale sito. L'Organizzazione Mondiale del Turismo consiglierebbe per i km² interessati dall'area del lago di Braies un range di persone che varia tra le 1.500 e le 2.500 se considerato come parco naturale e 4.500-6.000 se considerata come area escursionistica. Il numero monstre di quell'estate si attestava su una media giornaliera di quasi 10 mila turisti con dei picchi ad agosto di 17.000.¹¹⁶

Fortunatamente la provincia assieme ai suoi partner strategici è riuscita a mettere a punto un piano sostenibile per il lago di Braies prima di raggiungere il punto di non ritorno e dover chiudere a tutti i turisti l'accesso.¹¹⁷ Nel 2019, nei mesi estivi, si è introdotta una limitazione al traffico veicolare favorendo i turisti che raggiungono il lago in bicicletta o a piedi. I veicoli a motore vengono vietati, tranne per residenti e ospiti di strutture ricettive e l'unico mezzo alternativo a quelli sostenibili già menzionati è un bus su prenotazione che permette a un numero controllato di persone di raggiungere le sponde del lago.¹¹⁸

Possiamo dunque affermare, alla luce dei casi proposti nelle ultime righe, come il fenomeno cine turistico sia imprevedibile e di difficile lettura per tutti, amministrazioni locali comprese. È altresì vero che ad indicare la via nella gestione di una destinazione, dall'attrazione dei turisti fino alla gestione oculata dei flussi, concorrano molteplici *player*, i quali solo attraverso una partecipazione concertata possono raggiungere gli obiettivi prefissati in modo che le ricadute per il territorio siano un vantaggio per tutti (dagli abitanti al governo regionale) senza creare scompensi ragguardevoli per la vita quotidiana dei cittadini.¹¹⁹

¹¹⁵ The maximum number of people that may visit a destination at the same time, without causing destruction of the physical, economic, sociocultural environment and an unacceptable decrease in the quality of visitors' satisfaction, definizione in UNWTO. (1981). *Saturation of tourist destinations: Report of the Secretary General*. World Tourism Organization Madrid, Spain.

¹¹⁶ Giulia Lavarone, *Un selfie a 'un passo dal cielo'. La sostenibilità del turismo cinematografico e televisivo*, in *Green Italy. Esperienze, media e culture per un turismo sostenibile*, cit., pagina 36-37

¹¹⁷ Al Piano per Braies 2019 descritto qui sopra ha fatto seguito il piano "Braies 2020" (<https://www.dolomitiunesco.info/attivita/braies-accessi-sostenibilita?lang=en>) che ha portato alla riduzione più cospicua attestata nel 2022, con il 24% di traffico in meno

¹¹⁸ <https://news.provincia.bz.it/it/news-archive/628342>

¹¹⁹ Associazione Beni Italiani Patrimonio Mondiale Unesco in collaborazione con Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica, *Lo sviluppo turistico nei siti del patrimonio Unesco: principali caratteristiche e trasformazioni indotte*, Edisai Edizioni, Ferrara, 2013, pagina 98

2. Il Friuli Venezia Giulia, la Film Commission e i film fund: iniziative di marketing turistico e proposte cineturistiche

Se nel primo capitolo di questo elaborato abbiamo proposto un inquadramento generale dei rapporti tra cinema e turismo, nel secondo capitolo ci dedicheremo all'analisi del primo dei due territori eletti a caso studio di questa tesi ovvero la regione Friuli Venezia Giulia.

Partendo dall'inquadramento puramente geografico della zona in questione, senza tralasciare la sua natura amministrativa, andremo poi ad analizzare come funzioni la Film Commission regionale e quali siano gli incentivi concessi alle produzioni.

Circostanziato il campo d'azione della Film Commission ci soffermeremo sulla creazione di prodotti cineturistici e su come funzioni il territorio del Friuli Venezia Giulia come destinazione turistica nazionale e internazionale.

Vedremo come, pur essendo stata in passato una regione scarsamente considerata dal pubblico turistico, sia ricca in realtà di patrimonio culturale e di proposte innovative nel mercato cineturistico, in Italia sempre troppo poco considerato.

Infine, per concludere il capitolo, avizzeremo dei suggerimenti che possano stimolare i gestori del territorio nel migliorare ulteriormente l'offerta turistica esistente o nel creare da zero nuove pratiche che hanno avuto successo in altre realtà e che possano dunque essere replicabili all'interno della regione friulana.

2.1 Il Friuli Venezia Giulia

Il Friuli Venezia Giulia è una Regione a statuto speciale situata nel nord-est Italia che confina con Slovenia, Austria e Veneto. Si compone dell'unione di due territori, il Friuli e la Venezia Giulia, aggregati dopo l'approvazione della Costituzione italiana nel 1947. Tale scelta fu molto osteggiata dalla rappresentanza friulana dell'epoca che trovava militanti di spicco all'interno dell'associazione per l'Autonomia Friulana come Tiziano Tessitori, Gianfranco D'Aronco e Pier Paolo Pasolini che reclamavano l'autonomia per la propria terra.¹²⁰

Bisogna attendere però fino al 1963 per decretare conclusa, almeno in parte, la questione: proprio in quell'anno venne costituita la regione autonoma Friuli Venezia Giulia con capoluogo Trieste attraverso la legge costituzionale n°1 del 31 gennaio 1963.¹²¹

¹²⁰ Davide Rossi, *L'invenzione di una Regione. Le radici storiche dell'autonomia in Friuli, Venezia Giulia, Fiume e Dalmazia nel lungo Novecento*, in "Historia et Ius", rivista di storia giuridica dell'età medievale e moderna, 2020, pagina 14

¹²¹ <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1963/02/01/063C0001/sg>

Importante è dunque definire la differenza tra regioni a statuto speciale e regioni a statuto ordinario. Le prime sono solo cinque in Italia (Sicilia, Sardegna, Trentino-Alto Adige, Friuli Venezia Giulia e Valle d'Aosta) e vennero introdotte nell'immediato dopoguerra per molteplici motivazioni come il rispetto dei trattati internazionali, la protezione di minoranze linguistiche, la risposta a minacce secessionistiche e l'insularità.¹²²

La formazione di tali regioni è prevista “dalla Carta costituzionale, in considerazione di specifiche ragioni storiche e geografiche, garantisce a ciascuna di esse particolari forme di autonomia”.¹²³

Vi sono numerose differenze tra le regioni ordinarie e le regioni autonome anche se queste si sono attenuate dopo la riforma del titolo V del 2001.¹²⁴

Volendo semplificare e senza entrare troppo nel campo del diritto più tecnico, essere una regione autonoma permette di avere particolare autonomia, legislativa, amministrativa e finanziaria rispetto a una regione ordinaria.

Facendo un esempio più concreto, le regioni a statuto ordinario avendo minore autonomia finanziaria non possono introdurre tributi, non hanno potestà legislativa esclusiva e l'organizzazione è direttamente conferita ai comuni.¹²⁵

¹²² Massimo Bordignon, Federico Neri, Leonzio Rizzo, Riccardo Secomandi, *Le attuali Regioni a statuto speciale: un modo per l'autonomia differenziata?*, in “Osservatorio sui Conti Pubblici Italiani”, 14 marzo 2023, pagina 2 <https://osservatoriocpi.unicatt.it/ocpi-Le%20attuali%20Regioni%20a%20statuto%20speciale%20un%20modello%20per%20autonomia%20differenziata%20OK.pdf>

¹²³ https://temi.camera.it/leg18/temi/tl18_le_regioni_a_statuto_speciale.html

¹²⁴ “Il Titolo V è quella parte della Costituzione italiana in cui vengono “disegnate” le autonomie locali: comuni, province e regioni. L'attuale struttura delle regioni deriva da una serie di riforme del Titolo V cominciate negli anni Settanta e terminata con la riforma del 2001 (approvata con una maggioranza di centrosinistra e poi confermata da un referendum). Lo scopo di tutte queste riforme, compresa quella del 2001, era dare allo Stato italiano una fisionomia più “federalista”, nella quale i centri di spesa e di decisione si sarebbero spostati dai livelli più alti, lo Stato centrale, a quelli più locali, “avvicinandosi” così ai cittadini.

Nel corso degli anni le regioni hanno ricevuto sempre più competenze (la più importante è la gestione della sanità) e una sempre maggiore autonomia. Con la riforma del 2001, in particolare, alle regioni fu garantita autonomia in campo finanziario (con cui poter decidere liberamente come spendere i loro soldi) e organizzativo (con cui poter decidere quanti consiglieri e quanti assessori avere e quanto pagarli). La riforma inoltre specificò quali erano le competenze esclusive dello Stato, lasciando alle regioni il compito di occuparsi di tutte quelle non nominate esplicitamente.” Tratto da ilPost, “Che cos'è il Titolo V della Costituzione” <https://www.ilpost.it/2014/01/19/titolo-quinto/>, 19 gennaio 2014

¹²⁵ Clelia Tesone, “Quante e quali sono le Regioni a Statuto Speciale: cosa significa, vantaggi e caratteristiche”, in deQuo, 6 aprile 2023, <https://www.dequo.it/articoli/regioni-statuto-speciale>

2.2 Nascita della Film Commission Fvg

Il Friuli Venezia Giulia nel panorama delle Film Commission rappresenta un caso piuttosto virtuoso. Se l'Emilia-Romagna è stata la prima regione italiana a dotarsi di una Film Commission nel 1997 il Friuli ha atteso solo qualche anno per farlo.

La paternità si deve a Gianluca Novel, Guido Cassano e Federico Poillucci che alla fine del 1999 presentarono all'allora assessore al turismo regionale, Sergio Dressi, il progetto, puntando sulla varietà di paesaggi (la regione potenzialmente può spaziare nei suoi 150 chilometri di estensione dal mare alla pianura, dalla collina all'alta montagna) e su "luoghi che potevano definirsi vergini, mai visti prima sugli schermi" afferma lo stesso Poillucci.¹²⁶

L'intuizione è doppia: se da un lato i registi scoprono dei nuovi territori, dal fascino inesplorato, dall'altro le produzioni sono molto più propense nello spostarsi in regione ottenendo un forte risparmio nei costi da sostenere per ogni progetto audiovisivo. Poillucci dichiara che, se durante i primi anni di attività della Film Commission friulana per le produzioni i costi si abbatterono anche di un quinto rispetto a territori come Roma, Venezia e Milano, ora che la regione è più conosciuta a livello nazionale e internazionale il risparmio resta comunque non indifferente e si attesta su un terzo in meno rispetto al budget della produzione.¹²⁷

Nel 2000 venne dunque istituita la FVGFC (Friuli Venezia Giulia Film Commission) sotto forma di associazione, tra le prime realtà in Italia.¹²⁸ Bisogna attendere novembre 2006 affinché venga istituzionalizzata ufficialmente dal governo regionale con promulgazione della Legge Regionale sul Cinema (n.21 6 novembre 2006) dal titolo "Provvedimenti regionali per la promozione, la valorizzazione del patrimonio e della cultura cinematografica, per lo sviluppo delle produzioni audiovisive e per la localizzazione delle sale cinematografiche nel Friuli Venezia Giulia".¹²⁹

La stessa legge definisce anche le norme nella gestione del Film Fund regionale (prima regione italiana ad istituirlo nel 2003) del quale avremo modo di parlare meglio nei prossimi paragrafi.

Dal 2022, con la modifica della legge regionale del 2006 (legge regionale n°16 del 2021) sono state trasferite tutte le competenze e le attività gestite dall'Associazione FVG Film Commission all'interno di PromoTurismo FVG, l'ente di promozione turistica regionale. L'intento di questa decisione è chiaro fin da subito, ovvero come annunciato dall'Assessore alle attività produttive e turismo

¹²⁶ Margherita Reguitti, *Il manager del cinema* in "imagine.it", 23 marzo 2022, https://imagine.it/home_desk/il-manager-del-cinema/

¹²⁷ Ibidem

¹²⁸ <https://fvgfilmcommission.com/chi-siamo/>

¹²⁹ <https://lexview-int.regione.fvg.it/fontinormative/xml/xmllex.aspx?anno=2006&legge=21>

regionale “valorizzare ulteriormente il nostro territorio, le nostre maestranze e i nostri artigiani che concorrono anch’essi alla realizzazione delle produzioni”¹³⁰.

La Film Commission assume dunque una veste più istituzionale, associando in modo più diretto la promozione del territorio regionale anche attraverso l’attrazione di produzioni e la diffusione sia sul territorio nazionale che internazionale di prodotti audiovisivi che mettano in luce le peculiarità della regione friulana.¹³¹ Questo è un altro dei vantaggi del posizionamento della regione nel panorama italiano: la nuova direttrice di Fvg Film Commission Chiara Valenti Omero, che ha sostituito Poillucci dimessosi a fine 2021 dal suo incarico, sottolinea come il Friuli Venezia Giulia non venga più considerata come una realtà marginale dell’Italia nord orientale ma un territorio che attrae soprattutto coproduzioni delle aree circostanti come le zone dei Balcani, dell’Austria e della Germania.¹³²

Si evince in maniera molto pragmatica come dalle sue parole si sia passati ai fatti nello sfruttare quello che una volta (non solo in ambito cinematografico, ma anche in ambito turistico per esempio) veniva considerato come uno svantaggio in termini di posizionamento geografico rispetto a delle realtà più centrali. Va altresì sottolineato come il governo regionale negli anni passati sia stato previdente nella costituzione di servizi accessori che hanno contribuito a creare e diffondere un’immagine della regione all’avanguardia in ambito audiovisivo.

2.3 Organizzazione e strutturazione

La Friuli Venezia Giulia Film Commission ha sede a Trieste e, come già spiegato in precedenza, fa parte, dal gennaio 2022, dell’ente regionale PromoTurismo Fvg. La guida della Film Commission è passata nelle mani di Chiara Valenti Omero, succeduta a Federico Poillucci, la quale ha assunto il ruolo di coordinatrice mentre due dei soci fondatori sono rimasti con dei ruoli di prestigio.

Gianluca Novel svolge attualmente il ruolo di *location manager*, quindi si prodiga nell’aiutare le produzioni per quanto riguarda la componente organizzativa e di location scouting all’interno della regione friulana con un’esperienza più che ventennale.¹³³

Guido Cassano invece si occupa della cosiddetta *production guide* ovvero raccoglie e raggruppa i dati dei professionisti presenti in regione per fornire un database che comprenda le diverse mansioni

¹³⁰ Euroregione News, *Film Commission entra in PromoturismoFvg*, 30/01/2023, <https://euroregionenews.eu/film-commission-entra-in-promoturismofvg/>

¹³¹ <https://www.promoturismo.fvg.it/it/295715/film-commission>

¹³² Italy for movies, *Intervista a Chiara Valenti Omero, direttore di Fvg Film Commission*, 07/12/2023, <https://www.italyformovies.it/news/detail/1922/intervista-a-chiara-valenti-omero-direttore-di-fvg-film-commission>

¹³³ <https://www.visionimovimento.com/fullscreen-page/comp-jsvoqs1b/76153937-b522-42c8-a519-360957e078d4/6/%3Fi%3D6%26p%3Dridgu%26s%3Dstyle-jsvoqs9h>

richieste dalle produzioni. Da un lato sono le stesse case di produzione a richiedere tale servizio (che, come tutti quelli offerti dalla Film Commission, è completamente gratuito) in modo tale da abbattere i costi di produzione che dovrebbero sostenere nel pagamento di una diaria per la trasferta delle maestranze che seguono e aiutano nella creazione di un set cinematografico. D'altro canto, anche per la regione offrire tale servizio comporta un vantaggio strategico poiché si promuove la professionalità dei tecnici presenti sul territorio.¹³⁴

Proprio Gianluca Novel intervistato da «inTrieste» al Festival di Cannes del 2023 sostiene che oltre alla distanza limitata tra i diversi territori presenti in regione, i quali permettono di mettere a disposizione molteplici location alle produzioni limitando gli spostamenti per raggiungerle, l'altro punto di forza della Film Commission sia proprio la preparazione degli specialisti coinvolti all'interno delle maestranze di un film e l'alta qualità di servizi che il Friuli Venezia Giulia è in grado di offrire.¹³⁵

Si evince dagli innumerevoli feedback da parte di attori, registi e produttori ma anche dalle primissime impressioni avute dalla stessa Valenti Omero, come la sinergia creata negli oltre vent'anni da parte dai fondatori della FVGFC sia la vera arma vincente ed imprescindibile di questa Film Commission. Per una cerchia di professionisti del settore audiovisivo ormai affidarsi a un team di esperti consolidato negli anni è sinonimo di affidabilità e consapevolezza di non incorrere in spiacevoli sorprese prima dopo e durante il processo creativo.

Il capitale umano, dunque, raggiunge qui l'apice della sua importanza e rappresenta quel valore aggiunto e troppe volte sottostimato che fa sì che ad un lavoro ben svolto venga riconosciuto un quid in più da alcuni dei registi più famosi del panorama internazionale. È anche grazie a questo fattore quindi se si possono considerare degli habitués della nostra regione registi pluripremiati del calibro di Gabriele Salvatores che ha girato sei film in regione (*Come Dio comanda*, 2008; *Il ragazzo invisibile*, 2014; *Il ragazzo invisibile – Seconda generazione*, 2018; *Se ti abbraccio non aver paura*, 2020; *Comedians*, 2021 e *Napoli-New York* in uscita nelle sale a novembre 2024) e Giuseppe Tornatore (*La sconosciuta*, 2006 e *La migliore offerta*, 2013).

¹³⁴ Francesca De Liberato, *Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia*, Università Cattolica del Sacro Cuore, pagina 126

¹³⁵ InTrieste, *Cannes 2023: Interview with Gianluca Novel from the Friuli Venezia Giulia Film Commission*, 25 maggio 2023, <https://www.intrieste.com/2023/05/25/cannes-2023-interview-with-gianluca-novel-from-the-friuli-venezia-giulia-film-commission/>

2.4 Punti di forza ed attività

Dopo aver evidenziato come l'esperienza ventennale della Film Commission friul-giuliana sia motivo di orgoglio per il territorio e l'abbia fatta riconoscere come una realtà affidabile e su cui poter contare da parte degli addetti ai lavori, ci soffermiamo in questo paragrafo su quali siano le attività svolte a titolo gratuito dai film commissioner e quali vengano ritenuti i punti di forza.

Facendo fede al nuovo sito di Promoturismo FVG analizziamo le principali funzioni elencate e descritte dal sito dell'ente, fresco di restyling grafico e dove campeggia lo slogan "Io sono Friuli Venezia Giulia" che la regione utilizza per promuoversi in qualsiasi evento che patrocina.¹³⁶

Si comincia dai servizi di accoglienza e assistenza alle produzioni: come ribadito nel paragrafo precedente, la limitata estensione regionale e l'esperienza maturata sul campo da parte dei collaboratori attivi all'interno della Film Commission permette una cura del cliente con cui si dialoga, nell'ottica di attrarlo in regione o che l'ha già scelta in seguito a esperienze positive in passato. La produzione ha la possibilità di valutare attentamente se tale area sia adatta alle sue necessità, compatibilmente con il prodotto audiovisivo che intende realizzare, ricevendo tutte le informazioni necessarie a partire dai criteri che concorrono nell'ottenimento del Film Fund regionale¹³⁷.

Se il territorio friulano risulta di particolare interesse per una produzione cinematografica, uno dei motivi principali è rappresentato dal funzionamento del binomio di servizi denominato Location Guide e Production Guide. La Film Commission si occupa a monte di location scouting ovvero analizzare il territorio regionale, cercando di proporre quanta più varietà di location possibile in modo da avere un database in costante aumento e sempre più ampio. Ciò permette altresì di svolgere in sordina quell'attività di promozione regionale, riducendo ampiamente i costi che si dovrebbero sostenere per una campagna di promozione turistica (in questo caso con un bacino di utenza potenzialmente molto più esteso e destinato a raggiungere un pubblico ben oltre i confini nazionali) e ottenendo un prodotto qualitativamente più di alto livello. Una particolare location inserita all'interno di un prodotto filmico è destinata a rimanere nella mente dello spettatore in sala in maniera molto più persistente poiché facilmente associabile a un particolare personaggio o scena di rilievo per la trama e dunque in grado di suscitare la curiosità per una ricerca di informazioni futura.

¹³⁶ Amministrazione trasparente, *Sezione della Friuli Venezia Giulia Film Commission* in <https://www.promoturismo.fvg.it/it/295715/film-commission>

¹³⁷ La regione Friuli Venezia Giulia spesso viene scelta come set cinematografico anche in seguito all'ottenimento del finanziamento di una parte del film o della fiction in progetto tramite la sottoscrizione del bando Film Fund FVG che descriveremo puntualmente nel prossimo paragrafo

Le attività di scouting di una location o di rilevamento dei professionisti del settore, confluite nella location e nella production guide, concorrono a formare un importante database presente all'interno del sito della Film Commission. Per le location si utilizzano fotografie e video del sito in questione per dare un'idea di massima alla produzione, la quale poi se interessata provvederà a un sopralluogo fisico della zona. Non sempre però una produzione si basa su questo elenco di location: può accadere che per motivi estetici o di trama vi sia una particolare richiesta e si cerchi da zero una nuova location che sia appropriata alle volontà del direttore della fotografia o del produttore.

Per le maestranze locali, sempre più utilizzate dalle case di produzione in un'ottica di abbattimento dei costi fissi di produzione, si provvede a realizzare un database con i riferimenti telefonici delle rispettive aziende in base al settore.

La stessa Film Commission in collaborazione con il governo regionale organizza dei corsi di formazione ed aggiornamento per rendere edotti i professionisti del settore sulle novità normative e sulle pratiche da adottare in ambito lavorativo all'interno di un set cinematografico ma anche per creare un legame tra mondo scolastico e cinematografico come nel caso del corso di formazione "A scuola con le Film Commission: cinema a km zero".¹³⁸

Infine, tra le azioni di sostegno alle produzioni, l'organizzazione friulana si dedica alla mediazione con la regione per discutere delle pratiche di ottenimento delle varie convenzioni e di rilascio di permessi per l'utilizzo delle location, le quali possono essere di proprietà pubblica o in alcuni casi di privati cittadini. Si stipulano altresì convenzioni con delle strutture alberghiere in grado di ospitare un'intera troupe e che garantiscano dei costi contenuti per le settimane individuate per le riprese del film o della serie tv in questione.

Le stesse strutture ricettive avranno una ricaduta in termini di immagine: da un lato potrebbero attrarre fan della serie o del film in questione alla ricerca di un contatto con il cast, durante le riprese, dall'altro gli stessi fan o curiosi potrebbero essere desiderosi di rivivere le scene viste in televisione o sul grande schermo. La stessa produzione solitamente, durante i titoli di coda inserisce dei ringraziamenti citando il nome della struttura e la localizzazione della stessa.

Se le principali attività della FVG Film Commission rappresentano certamente una best practice nazionale per la preparazione dell'organico e per la cura che dedicano alle produzioni, pur adeguandosi agli standard di servizi forniti dalla maggioranza delle Film Commission, è parlando dei punti di forza che realmente possiamo carpire il segreto del successo di tale commissione in un territorio così ristretto.

¹³⁸ <https://fvfilmcommission.com/news/a-scuola-con-le-film-commission-cinema-a-km-0/>

Sicuramente aver avuto un continuum nella gestione della Film Commission è imprescindibile per sfruttare l'expertise maturata sul campo dai fondatori. Negli ultimi vent'anni, dalla creazione a cavallo tra vecchio e nuovo millennio, quando in campo italiano il mercato delle film commission stava lentamente partendo, facendo seguito alla prima esperienza romagnola nel 1997, fino ad arrivare ai giorni d'oggi possiamo notare un'evoluzione rapidissima. Tutti i contatti intrapresi con le produzioni o con esperti del settore sono un patrimonio che non può essere quantificato ma che permette di avere un vantaggio competitivo nei confronti delle realtà, non per forza più piccole ma nate più di recente, e che di conseguenza partono svantaggiate.

Abbiamo già ribadito in precedenza come il Friuli Venezia Giulia sia un territorio dalle dimensioni ridotte ma non per questo con delle mancanze per quanto riguarda le possibilità per una produzione nella scelta delle location. Viene sottolineato spesso questo aspetto poiché sono gli stessi registi o direttori della fotografia a scegliere la regione proprio per questo motivo: la film commission stessa ospita un elenco di location da cui poter attingere ma è sempre alla ricerca di nuovi potenziali set tanto da mettere a disposizione un form sul suo sito dove privati o aziende possono segnalare degli spazi che se rispettano determinate caratteristiche (in primis lo spazio, oltre che per gli attori anche per la troupe e per il set quindi per le macchine da presa e per le luci) verranno aggiunti al database. La grandezza limitata della regione, che però come detto dispone di molteplici setting, quindi, con la possibilità potenzialmente di ospitare produzioni, con richieste diverse in ambito paesaggistico, concorre anche nel creare una certa concorrenza ai poli produttivi tradizionali presenti nel nostro Paese. Rispetto a Roma, Milano e Torino per le produzioni cinematografiche e non solo, il Friuli Venezia Giulia rappresenta un'occasione non indifferente per alleggerire i costi fissi di un progetto. Banalmente solo considerando la voce di costo legata all'ospitalità del cast, all'interno della regione Friuli Venezia si può trovare un albergo di buona qualità ad un prezzo sicuramente inferiore rispetto a quello della capitale o del centro di Milano.¹³⁹

Chiaramente la scelta di una città ricca di storia e di fascino, con dei monumenti o degli scorci inconfondibili come le tre menzionate qui sopra rappresenta un valore aggiunto per il prodotto che si intende realizzare. È però altresì vero come non per forza la riuscita di una produzione filmica dipenda direttamente dalla presenza di tali elementi o meno ma che, anzi, a volte il pubblico provi più interesse per una location più autentica e insolita, vergine per quanto riguarda qualsiasi flusso turistico. Tali scenari, luoghi isolati o città già conosciute ma mai veramente entrate nei canonici flussi turistici fino agli ultimi anni, beneficiano di importanti ricadute in ambito turistico ed economico, grazie in primis

¹³⁹ Francesca De Liberato, *Intervista a Gianluca Novel*, 16 febbraio 2021, in "Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia", pagina 187

agli acquisti e alle spese direttamente o indirettamente collegate alla produzione, in secundis alla spesa sostenuta da parte dei turisti che vengono attratti sul territorio presente all'interno di un prodotto audiovisivo.¹⁴⁰

Alle caratteristiche della FVGFC fin qui descritte come punti di forza, si somma l'enorme sforzo nella formazione di tecnici e maestranze ad alta specializzazione, in grado di offrire servizi accessori non comuni a tutte le Film Commission italiane.¹⁴¹ Questo fattore non deve essere sottovalutato poiché ha concorso negli anni nella formazione di una *reputation* regionale consolidata all'interno del settore cinematografico.

Infine, vengono considerati dei punti di forza non indifferenti la forte tradizione cinematografica regionale, che seppur recente ha avuto modo di ospitare e continua a farlo ogni anno, innumerevoli produzioni (documentari, film e serie tv) ed è sede di vari festival che sostengono il territorio locale e contribuiscono alla diffusione della cultura cinematografica, e la sua collocazione geografica all'interno dell'Italia ma anche dell'Unione Europea. Essendo il Friuli terra di confine vi sono per questo innumerevoli opportunità di coproduzioni (esistono numerosi esempi come *TIR*, *Zoran il mio nipote scemo* o *Dancing with Maria*)¹⁴² con gli stati immediatamente limitrofi come Slovenia, Croazia e Austria.¹⁴³

2.5 Il Film Fund regionale

Se in Italia parliamo di Film Fund facciamo riferimento al sistema dei finanziamenti diretti erogati tramite la regione di appartenenza della Film Commission o dalla stessa commissione per la promozione, la valorizzazione del patrimonio e della cultura cinematografica e per lo sviluppo delle produzioni audiovisive del territorio. Tali finanziamenti sono stati deliberati attraverso l'articolo 13

¹⁴⁰ Tratteremo nel paragrafo dedicato al Film Fund regionale il rapporto tra risorse investite e ricadute economiche sul territorio

¹⁴¹ Il campo di ricerca presenta all'interno del sito del FVG FILM Commission permette di ricercare in base alla categoria di appartenenza una lista molto lunga che i professionisti presenti nel database della commissione sono in grado di offrire alla produzione <https://fvgfilmcommission.com/production-guide/ricerca/>

¹⁴² <https://www.audiovisivofvg.it/re-act/>

¹⁴³ In occasione dell'istituzione per il 2025 a capitale europea della cultura di Nova Gorica e Gorizia, città confinanti e di confine, verrà realizzato un progetto sostenuto dalla regione in collaborazione con la Rai per la creazione di spettacoli teatrali e radiodrammi oltre ad un documentario realizzato in una prospettiva transfrontaliera prevedendo la collaborazione tra le due città. GO! 2025 Nova Gorica Gorizia, *Da Milano a Lubiana: la coproduzione sloveno-italiana "inabili alla morte"*, 25/01/2024, <https://www.go2025.eu/it/whats-up/news/da-milano-a-lubiana-la-coproduzione-sloveno-italiana-inabili-alla-morte>

“Fondo per lo sviluppo degli investimenti nel cinema e nell’audiovisivo” all’interno della Legge Cinema del 14 novembre 2016.¹⁴⁴ Si tratta dunque di incentivi atti a favorire le imprese del settore cinematografico per la realizzazione sul territorio regionale di produzioni cinematografiche e audiovisive.¹⁴⁵

Il primo caso studio di questo elaborato rappresenta un duplice esempio rilevante: da un lato stiamo analizzando la regione antesignana per eccellenza in materia essendo stata la prima a dotare la propria Film Commission di un fondo nel lontano 2003 in tutto il territorio italiano, dall’altro il caso del Friuli è estremamente peculiare essendo l’unico ad avere una doppia dotazione di fondi di finanziamento, separati e gestiti in modo indipendente.

Distinguiamo pertanto il fondo principale, l’FVG Film Fund, creato appunto nel 2003 e dedicato a sostenere la fase meramente produttiva di un prodotto audiovisivo. Si rivolge a tutte le imprese sia nazionali che estere le quali manifestino la volontà di scegliere il Friuli come territorio di lavoro. Viene gestito direttamente dalla Film Commission e si basa su criteri puramente economici (spesso criticati poiché in alcuni casi a svantaggio di opere filmiche dal carattere estetico più elevato) che avremo modo di analizzare più in profondità a breve.¹⁴⁶

Vi è presente anche un fondo secondario e come detto indipendente, nato nel 2007 col nome di Fondo Audiovisivo FVG. In questo caso, rispetto al principale, mira al sostenimento delle diverse fasi di sviluppo, distribuzione e formazione, solamente per le case di produzione che abbiano sede legale o operativa in Friuli come per i professionisti del settore con residenza in regione.¹⁴⁷ Il fondo, inizialmente gestito dal 2007 (anno di istituzione) fino al 2010 dalla stessa Film Commission, si stacca passando nelle mani dell’Associazione Fondo per l’Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia per sottolineare la differenza tra i due e per poter sfruttare di più un potenziale pubblico finanziatore anche in campo privato e non rimanere strettamente legati ai finanziamenti regionali come accade per il Film Fund.

Nel 2022 infine è stato istituito dalla Camera di Commercio Venezia Giulia Trieste Gorizia un fondo speciale concesso all’interno del GO FILM OFFICE. Il fondo GO FILM FUND prevede l’erogazione

¹⁴⁴ <https://www.astrid-online.it/static/upload/legg/legge-14-novembre-2016n220.pdf>

¹⁴⁵ <https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/fvg-film-commission-bando-incentivi-film-fund-2024>

¹⁴⁶ Gelato C., *Anatomia delle Film Commission. 5 domande per capire come e perché si scelgono i progetti da sostenere, quanto è importante la politica, quanto pesa la burocrazia*, in «Otto e mezzo» n. 5, maggio 2013, pagina 21

¹⁴⁷ Francesca De Liberato, *Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia*, Università Cattolica del Sacro Cuore, pagina 144

di contributi a favore di produzioni cinematografiche e/o dell'audiovisivo che siano in grado di valorizzare la provincia di Gorizia e aiutino nello sviluppo del settore.¹⁴⁸ La gestione amministrativa del contributo viene svolta dalla Film Commission friulana e i contributi verranno aggiunti a quelli del Film Fund principale attivo in regione. La commissione concederà dunque dei contributi aggiuntivi ma saranno accettati solo i progetti con al loro interno almeno il 70% delle riprese nella provincia goriziana.¹⁴⁹ Tale fondo è nato in seguito alla nomina come capitale europea della cultura per il 2025 di Gorizia e Nova Gorica avvenuta a fine 2020 come segno di unione tra due città e due popoli in passato divisi in due blocchi contrapposti.¹⁵⁰

Il Film Fund del Friuli Venezia Giulia è stato istituito a seguito della Legge Finanziaria regionale del 29 gennaio 2003, n.1. Con l'articolo 10 della legge regionale n.21 del 2006 si disciplina il fondo col fine ultimo della valorizzazione del patrimonio concernente le risorse naturali e ambientali della regione e di attrazione di produzioni audiovisive atte a favorire l'occupazione e il turismo.

La regione stanziava dunque dei contributi a favore delle produzioni che ne facciano richiesta sulla piattaforma regionale. Vi possono accedere imprese di produzione cinematografica e audiovisiva, con progetto di opera seriale di finzione o documentaria, opera di finzione con una durata minima di 52 min., documentario o cortometraggio.¹⁵¹ Ogni anno la regione mette a disposizione tre periodi in cui presentare la domanda, opportunamente valutata nei 30 giorni successivi dal Comitato tecnico che provvede poi alla redazione della graduatoria. Il comitato tecnico si occupa della valutazione delle opere è composto dal direttore del Servizio sviluppo sistema turistico regionale con funzione di Presidente, dal direttore dell'Ufficio stampa della Regione, da un funzionario del Servizio sviluppo sistema turistico regionale che svolge le funzioni di segretario e vi può partecipare anche il presidente dell'associazione FVG Film Commission quale componente esterno con funzioni consultive.¹⁵²

La graduatoria viene stilata in base a dei criteri di valutazione definiti sul sito della FVG Film Commission a cui corrispondono dei punti massimi ottenibili per ciascuno. La commissione ha realizzato due tabelle, una per le opere seriali di finzione o documentaria e opere di finzione e una

¹⁴⁸ <https://www.gofilmoffice.it/go-film-fund/>

¹⁴⁹ <https://fvgfilmcommission.com/wp-content/uploads/2024/05/AVVISO-GO-FILM-2024-.pdf>

¹⁵⁰ Antonio Carioti, *Capitali europee della Cultura 2025: nominate Gorizia e Nova Gorica*, Corriere della Sera, 19 dicembre 2020, https://www.corriere.it/cultura/20_dicembre_19/capitali-europee-cultura-2025-gorizia-nova-gorica-5d916930-41da-11eb-a986-08f3985f4b5a.shtml

¹⁵¹ <https://fvgfilmcommission.com/film-fund/>

¹⁵² <https://www.gazzettaufficiale.it/atto/regioni/caricaArticolo?art.versione=1&art.idGruppo=0&art.codiceRedazionale=011R0568&art.idArticolo=9998&art.idSottoArticolo=1&art.dataPubblicazioneGazzetta=2011-12-03&art.progressivo=0>

solamente per le opere di documentario e cortometraggio. In entrambi i casi il punteggio massimo ottenibile è 100 punti ma i punteggi e i criteri differiscono tra le due tabelle.

PER LE OPERE SERIALI DI FINZIONE O DOCUMENTARIA E OPERE DI FINZIONE:

a) pertinenza in relazione alla promozione del territorio regionale	max. 8 punti
b) originalità e carattere innovativo	max. 10 punti
c) utilizzo di tecnici, maestranze e servizi locali	max. 15 punti
d) efficacia, intesa come potenzialità dell'opera di raggiungere il target di pubblico a cui è rivolta (prospettive di distribuzione)	max. 10 punti
e) credenziali di produzione, autore, regista, interpreti	max. 10 punti
f) ricaduta economica diretta dell'iniziativa sul territorio (promozione territoriale finanziaria)	max. 18 punti
g) "effetto FVG", inteso come durata delle riprese sul territorio del Friuli – Venezia Giulia in proporzione al numero di giorni di ripresa complessivi	max. 5 punti
h) impianto produttivo del progetto	max. 15 punti
i) ogni caratteristica diversa da quelle di cui alle lettere da a) a g), volta a promuovere l'immagine della regione Friuli-Venezia Giulia in Italia e all'estero	max. 5 punti
l) applicazione di un protocollo Green	max. 2 punti
m) ottenimento del contributo del Fondo per l'Audiovisivo del Friuli-Venezia Giulia	2 punti
TOTALE	100 punti

153

Per quanto riguarda le serie e i film di finzione vediamo come le voci che influiscono maggiormente nell'ottenere il massimo del punteggio previsto sono quelle di carattere economico ed occupazionale. Molta importanza viene data all'utilizzo di professionisti del settore all'interno delle maestranze provenienti dalla regione FVG, alla ricaduta economica diretta sul territorio, ovvero alle spese direttamente collegate al film o alla serie sostenute dalla produzione stessa, e anche all'impianto

¹⁵³ <https://fvgfilmcommission.com/film-fund/>

produttivo del progetto, ovvero la valutazione della fattibilità dell'opera in base a vari criteri di tipo economico, produttivo e occupazionale.

PER LE OPERE DI DOCUMENTARIO E CORTOMETRAGGIO

a) pertinenza in relazione alla promozione del territorio regionale	max. 15 punti
b) utilizzo di tecnici, maestranze e servizi locali	max. 5 punti
c) originalità e carattere innovativo	max. 15 punti
d) efficacia, intesa come potenzialità dell'opera di raggiungere il target di pubblico a cui è rivolta (prospettive di distribuzione), presenza di accordi di coproduzione come previsto dall'art. 6 della Legge 220/2016	max. 18 punti
e) credenziali di produzione, autore, regista, interpreti	max. 15 punti
f) "effetto FVG", inteso come durata delle riprese sul territorio del Friuli – Venezia Giulia in proporzione al numero di giorni di ripresa complessivi	max. 10 punti
g) impianto produttivo del progetto	max. 18 punti
h) applicazione di un protocollo Green	max. 2 punti
i) ottenimento del contributo del Fondo per l'Audiovisivo del Friuli – Venezia Giulia	2 punti
TOTALE	100 punti

154

Spostandoci invece alle opere di documentario e cortometraggio, maggiore importanza per quanto riguarda la corrispondenza tra criterio utilizzato e massimo di punti ottenibili viene data alla pertinenza in relazione alla promozione del territorio regionale, originalità del progetto, potenzialità dell'opera di raggiungere il suo obiettivo in termini di pubblico, attestazione dell'esperienza del produttore, regista, autore e interpreti e infine all'impianto produttivo del progetto. Limitatamente considerato invece dal bando l'ambito green all'interno di una produzione di qualsiasi tipo: i protocolli Green sono di recente invenzione e vengono adottati con una certa fatica dalle produzioni, non portando grossi benefici nel punteggio ottenibile all'interno del bando e nessun aumento in

¹⁵⁴ <https://fvgfilmcommission.com/film-fund/>

termini di finanziamento. La produzione li adotta principalmente per un marchio di eticità del prodotto che sta realizzando o per avere dei risparmi durante la realizzazione del prodotto audiovisivo seguendo le disposizioni green all'interno di disciplinari quali Green Film o Ecomuvi.¹⁵⁵

Dopo aver definito i criteri e i punteggi a seconda dell'opera presentata alla valutazione della Film Commission intendiamo ora trattare l'aspetto meramente economico concernente il Film Fund friulgiuliano.

Basandoci sulla "Mappatura e Monitoraggio di Normative e Fondi Regionali di Sostegno al Cinema" dell'Ufficio Studi ANICA¹⁵⁶ possiamo vedere come lo stanziamento di risorse a favore delle società di produzione cinematografica o televisiva da parte della regione abbia subito degli oscillamenti non indifferenti nel corso degli anni a partire dal 2003.¹⁵⁷

Il primo anno furono concessi 350.000 euro, stesso importo anche nel 2004 e nel 2005 sempre suddiviso in tre sessioni durante l'anno. Nel triennio 2006-2008 i fondi sono stati alzati a 420.000 euro l'anno e continuano a crescere nel 2009 con ben 500.000 euro, nel 2010 con 640.000 e nel 2011 con 691.000. Il 2012 segna un po' una svolta in negativo per i finanziamenti che calano drasticamente fino a venire dimezzati a 330.000 euro¹⁵⁸ in seguito all' "affaire Bellocchio".¹⁵⁹

La Giunta regionale con una norma inserita nella legge di assestamento di bilancio decise infatti di togliere, su proposta dell'assessore Seganti, i finanziamenti per la Film Commission la quale si era già impegnata nel sostenere il film del regista piacentino sul caso di Eluana Englaro e sulla tematica dell'eutanasia e anche ad altre opere destinate a ricevere il finanziamento regionale. Il finanziamento, dunque, nel 2012 venne ristabilito ma con un consistente ridimensionamento da parte della regione e il conseguente danno indiretto subito sia dal mercato cinematografico regionale che ha visto ridotta

¹⁵⁵ Green Film, disciplinare creato dalla Trentino Film Commission e adottato molto lentamente anche da altre commissioni in Italia. Ecomuvi è stato invece il primo protocollo green in Italia creato dalla casa di produzione Tempesta Film nel 2013

¹⁵⁶ Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Digitali

¹⁵⁷ Mappatura e Monitoraggio di normative e fondi regionali di sostegno al cinema dell'Ufficio Studi ANICA, 2012, http://www.anica.it/online/allegati/fondi_regionali/friuli/fvg%20Film%20Fund_181012.pdf

¹⁵⁹ Franco Belci, *Sconcertante la decisione della Giunta sul film di Bellocchio*, Confederazione Generale Italiana del Lavoro Friuli Venezia Giulia, 21 maggio 2012 <https://www.cgil-fvg.it/Sconcertante-la-decisione-della-Giunta-sul-film-di-Bellocchio/>

la sua attività produttiva sia dall'indotto che si genera prima, durante e dopo una produzione cinematografica su tutto il territorio friulano.¹⁶⁰

Proprio la ricaduta sul territorio è uno dei dati che rende la regione friulana e la sua Film Commission nota in ambito italiano. Se la dotazione ha subito delle oscillazioni nel tempo e rispetto ad altre regioni italiane non è mai stata particolarmente cospicua, la regione ha potuto contare su interpreti e registi illustri che hanno scelto questo territorio per realizzare le loro opere. In seguito all'”affaire Bellocchio”, escludendo l'anno del 2013 quando il fondo ritorna al valore iniziale dell'anno in cui venne istituito (300.000 euro come nel 2003), fortunatamente la crisi vera che porta a una riduzione drastica delle produzioni si interrompe già nell'anno successivo poiché la dotazione sfiora gli 800.000 euro nel 2014 continuando a crescere negli anni successivi fino ad un picco pari a 1.400.000 euro nel 2018.¹⁶¹

Già nel primo anno di attuazione del Film Fund si potevano osservare le potenzialità di tale finanziamento: se l'investimento regionale come abbiamo visto nella pagina precedente è stato pari a 300 mila euro, la spesa diretta sul territorio si è attestata attorno ai 4 milioni e mezzo di euro e un indice di moltiplicatore che si stima attorno ad un valore di 1,8, portando il dato della ricaduta totale sull'indotto di circa 8 milioni.¹⁶²

Vi sono poi dei casi eccezionali che negli anni hanno suscitato l'attenzione mediatica sulla regione e sull'operato della Film Commission. Gabriele Salvatores ha realizzato in regione molteplici pellicole; con il film *Il ragazzo invisibile*, 2014 (primo capitolo) è stato sostenuto tramite Film Fund con 150.000 euro di finanziamento. Si è analizzato tale caso durante l'incontro organizzato dalla FVG Film Commission dal titolo “Sulle tracce del ragazzo invisibile” per sottolineare come alle volte basti un solo film di spessore e dal budget multi milionario (9 i milioni di euro spesi per realizzarlo) per coprire l'intera dotazione del fondo comprendendo le spese per le attività della Film Commission.¹⁶³ Rispetto ai 150.000 euro finanziati dalla regione la produzione ha speso sul territorio quasi 1 milione e mezzo di euro con un rapporto tra contributo pubblico e spesa di 1:10. Non ci si limita però ad

¹⁶⁰ Francesca De Liberato, *Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia*, Università Cattolica del Sacro Cuore, pagina 132-133

¹⁶¹ Francesca De Liberato, *Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia*, Università Cattolica del Sacro Cuore, pagina 166

¹⁶² Dati forniti da Gianluca Novel in De Liberato Francesca, “Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia” pagina 133

¹⁶³ Roberto Toffolutti, *Il ragazzo invisibile, un grande affare per Trieste: il film di Salvatores ha già portato alla città 1 milione 400 mila euro*, Trieste news, 18 novembre 2014, <https://www.triesteallnews.it/2014/11/il-ragazzo-invisibile-un-grande-affare-per-trieste-il-film-di-salvatores-ha-gia-portato-alla-citta-1-milione-400-mila-euro/>

evidenziare tale rapporto ma si sottolinea altresì come l'indotto ne benefici in maniera addirittura maggiore. Stabilendo il valore del moltiplicatore a 1.8 l'impatto economico indotto sull'economia regionale supera nettamente i 2 milioni e mezzo di euro.¹⁶⁴

Pur avendo subito pesanti tagli dall'amministrazione regionale la Film Commission è stata in grado di dimostrare al mondo politico e non come il mercato cinematografico non possa prescindere dal sostegno alle produzioni da parte della Film Commission regionale.

Questo discorso non dipende solo dalle grandi produzioni menzionate pocanzi ma anche per dei progetti dal budget più ridotto che hanno ricevuto riconoscimenti nei festival internazionali più famosi al mondo.¹⁶⁵

Per quanto riguarda l'entità dei contributi la cifra varia in base al punteggio ottenuto con un ordine di grandezza del 20, 25 e 30% del preventivo di spesa in regione fino ad un massimo rispettivamente di 100.000, 200.000 e 300.000 euro.

I documentari e i cortometraggi ricevono invece il 30 o il 35% del preventivo di spesa fino ad un massimo nel primo caso di 10.000 euro e nel secondo di 30.000 euro.

Infine, l'ammontare delle spese rendicontate deve essere pari almeno al 150% del contributo per le iniziative quali lungometraggi, film di animazione, film tv, serie tv e opere per il web e pari al 100% del contributo per le opere quali documentari, cortometraggi e video musicali.¹⁶⁶

Il Fondo Regionale per l'Audiovisivo FVG costituito nel 2006 è nato grazie all'impulso della regione per dare un ulteriore impulso al settore cinematografico, focalizzandosi in questo caso sulle realtà locali sostenendole nelle loro attività. Si tratta del primissimo esempio, come per il Film Fund, in tutto il nostro Paese e la sua gestione dopo qualche anno passa dalla Film Commission nelle mani dell'omonima associazione creata ad hoc per tale nuovo fondo di sostegno (Associazione Fondo per l'Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia). Tale associazione gestisce quindi il Fondo che viene suddiviso in più bandi durante l'anno i quali variano tra uno e tre a seconda dell'annata e si dirigono rispettivamente a formazione, sviluppo e distribuzione.

Il bando per la formazione concede dei fondi alle imprese o a professionisti del settore per aiutarli nella partecipazione a corsi, workshop o percorsi professionalizzanti in regione tramite partnership

¹⁶⁴ Freezine, *Il Friuli punta su Il ragazzo invisibile*, 10 novembre 2014, <https://freezine.it/2014/11/il-friuli-punta-su-il-ragazzo-invisibile/>

¹⁶⁵ Il Piccolo, *Film, spot e serie tv: business da 10 milioni. Anno da ricordare per l'attività cinematografica. Accolte 26 produzioni. Coinvolti 88 attori, 231 tecnici e 3.228 comparse. Undicimila le notti in hotel*, 16 febbraio 2017, https://ilpiccolo.gelocal.it/trieste/cronaca/2017/02/16/news/film_spot_e_serie_tv_business_da_10_milioni-3823465/

¹⁶⁶ Regolamento concernente la disciplina delle modalità e dei criteri per la concessione e per l'erogazione dei finanziamenti regionali http://decreti.regione.fvg.it/Storage/2015_86/Allegato1%20al%20DPRreg%20086-2015.pdf

dedicate alla partecipazione di workshop con alcune delle organizzazioni più prestigiose d'Europa nella formazione audiovisiva.

Il bando dedicato allo sviluppo finanzia le imprese durante le attività che intercorrono tra l'ideazione di un progetto audiovisivo e l'avvio della sua produzione come la redazione del progetto, la ricerca di documenti, i casting e i sopralluoghi.

Infine, i fondi per la distribuzione tentano di aumentare le possibilità che un prodotto audiovisivo venga distribuito aiutando nella copertura di costi legati alla produzione, alla promozione e a festival di settore.¹⁶⁷

I finanziamenti dal 2007 al 2019 sono aumentati gradualmente subendo delle fluttuazioni non indifferenti in alcuni anni, passando da poco più di 400.000 euro stanziati nel 2007 a più di 1 milione di euro nel 2019. Ciò ha fatto sì che aumentassero anche i progetti finanziati che sono passati da 30 a 60 mantenendo così uno stanziamento medio per progetto praticamente fisso attorno ai 15.000 euro e potendo dunque ripartirlo su più richiedenti.¹⁶⁸

2.6 Il cineturismo in Regione

Come ribadito più volte all'interno dell'elaborato tutte le attività e gli strumenti creati dalla Film Commission regionale, specialmente i finanziamenti diretti, nascono con l'ottica di sovvenzionare una produzione audiovisiva anche affinché all'interno della propria opera diffonda un'immagine positiva della Regione promuovendone e valorizzandone il patrimonio culturale.

La Regione Friuli Venezia Giulia si avvede con relativo anticipo rispetto al resto d'Italia di quanto questo fenomeno possa avere enormi ricadute economiche ed occupazionali se sfruttato a dovere come accade in molti Paesi esteri. Il territorio friul-giuliano non deve perciò considerarsi in un'ottica riduttiva come un territorio di serie B come è spesso accaduto ma sfruttare la tecnologia e dedicarsi alla promozione delle sue location facendo leva anche sui nomi illustri che hanno scelto la regione e continuano a farlo quando devono progettare una nuova opera filmica.

In ambito cineturistico regionale possiamo soffermarci su due proposte particolarmente originali, che hanno funzionato e continuano a riscuotere particolare successo nei turisti che raggiungono la regione.

¹⁶⁷ Associazione Fondo per l'Audiovisivo del Friuli Venezia Giulia, *Dietro lo schermo. Un'analisi della produzione audiovisiva in Friuli Venezia Giulia: sfide, sviluppi e traguardi*, pagina 23, https://www.audiovisivofvg.it/wp-content/uploads/2020/12/Dietro-lo-schermo_versione-web.pdf

¹⁶⁸ Ivi, pagina 24-25

La prima iniziativa promossa all'interno del progetto Esterno/Giorno dall'Associazione Casa del Cinema di Trieste nel 2012 è quella delle passeggiate cinematografiche ovvero la creazione di itinerari a tema nelle location cinematografiche del triestino per conoscere curiosità e retroscena che solitamente rimangono celati all'interno del set.¹⁶⁹

Il secondo progetto intitolato "FVG Film Locations" nato nel 2013 si prefissa lo scopo di riunire all'interno di una applicazione per mobile una mappa con la localizzazione e una descrizione corredata da fotografie delle location scelte dai registi all'interno della regione. Si tratta della prima iniziativa del genere in Italia e permette al cineturista di creare un vero e proprio itinerario basato sui luoghi simbolo del suo film preferito avendo la possibilità di vedere con i propri occhi le differenze tra location filmica e luogo reale.¹⁷⁰

2.7 Esterno/Giorno e le passeggiate cinematografiche

Se il Friuli Venezia Giulia è così attrattivo in ambito nazionale ed internazionale nel mercato cineturistico una delle motivazioni principali la troviamo nell'impulso dato al settore dall'Associazione Casa del Cinema di Trieste.¹⁷¹ L'organismo nasce nel 2009 nel capoluogo triestino e riunisce tutte le associazioni di cultura cinematografica della zona come Alpe Adria Cinema, Anno Uno, La Cappella Underground e Maremetraggio che si occupano di organizzare alcuni festival in città. Fanno parte dell'associazione anche la Cooperativa Bonaventura e ovviamente la Film Commission regionale.

La stessa Casa del Cinema ha dato vita nel 2012 ad un progetto innovativo all'epoca e tuttora molto importante in Italia dal nome Esterno/Giorno che propone delle passeggiate cinematografiche guidate da degli esperti del cinema o dalle voci degli stessi attori che hanno calcato il set nella città di Trieste (e non solo) rivelando curiosità sul dietro le quinte dei progetti conclusi. Non finisce qui perché per un pubblico ancora più ristretto, dietro approvazione del cast (in questo caso la mediazione da parte della Film Commission è fondamentale), è stata data la possibilità di visitare alcuni set durante le riprese. Il tour è stato denominato Film in Progress e di recente ha concesso, ad esempio, a pochi

¹⁶⁹ <https://www.casadelcinematrieste.it/passeggiate-cinematografiche-esterno-giorno/>

¹⁷⁰ Notizie dalla giunta, Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia, *Turismo: Seganti, una app promuoverà il FVG scelto dai registi*, 05/03/2013, <https://www.regione.fvg.it/rafvfg/comunicati/comunicato.act?dir=/rafvfg/cms/RAFVG/notiziedallagiunta&nm=20130305151904006>

¹⁷¹ <https://www.casadelcinematrieste.it/>

fortunati di visitare il set di “Paradise” di Davide Del Degan a Sauris e il set di “Diabolik” dei Manetti Bros all’interno della città di Trieste.¹⁷²

Attualmente il sito della Casa del cinema di Trieste, oltre alle passeggiate in calendario, offre l’opportunità di organizzare dei tour per gruppi scegliendo tra uno dei 20 itinerari proposti dando anche la possibilità di realizzarli in lingua inglese o in lingua tedesca.¹⁷³

Inizialmente, infatti, le passeggiate tematiche non riguardavano i singoli titoli di film o serie tv ma si incentravano maggiormente sulla storia del cinema della città di Trieste legandole agli eventi festivalieri presenti in regione. Con la distribuzione della serie tv *La Porta Rossa* nel 2017, interamente realizzata e ambientata a Trieste, è stato modificato il progetto Esterno/Giorno aggiungendo alle passeggiate generiche sulla storia cinematografica della città delle passeggiate dedicate ai prodotti audiovisivi rilevanti per il territorio.

Si sposta così in maniera molto decisa il target di tale progetto, il quale se per i primi 5 anni si è principalmente focalizzato su un pubblico presente in città per i festival cinematografici, ora diventa un motivo aggiuntivo per visitare la città più ad est d’Italia, avendo la possibilità di apprendere delle curiosità sui luoghi utilizzati per la fiction. Elisa Grando, una delle accompagnatrici delle passeggiate del progetto che stiamo analizzando sottolinea come tale iniziativa abbia riscosso un forte riscontro anche negli abitanti stessi della regione e persino della città vogliosi di ri-vedere e capire come siano stati modificati i luoghi più conosciuti di Trieste.¹⁷⁴

Ulteriore punto di forza riscontrabile all’interno del progetto grazie a un’intuizione degli organizzatori è rappresentato dall’introduzione, sempre nel 2017, dei visori che in realtà virtuale ricreano la scena del film generando un’immersione a 360°.¹⁷⁵ Sono altresì utili per apprezzare i luoghi non accessibili per motivi di sicurezza come il bacino di carenaggio nel Porto Nuovo o la Rotonda Pancera.

¹⁷² Casa del cinema di Trieste, “Esterno/Giorno: film in progress, con Casa del cinema sul set di Diabolik”, 27/11/2019, <https://www.casadelcinematrieste.it/2019/11/27/esterno-giorno-film-in-progress-con-casa-del-cinema-sul-set-di-diabolik/>

¹⁷³ <https://www.casadelcinematrieste.it/passeggiate-cinematografiche-esterno-giorno/>

¹⁷⁴ Francesca De Liberato, *Intervista a Elisa Grando* in “Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia”, pagina 192

¹⁷⁵ Zeno Saracino, “Tornano le passeggiate cinematografiche Esterno/Giorno con la Casa del Cinema, Trieste All News, 4 aprile 2018, <https://www.triesteallnews.it/2018/04/tornano-le-passeggiate-cinematografiche-esternogiorno-con-la-casa-del-cinema/>

Recentemente, nel 2023, è stata presentata la nuova applicazione SET DISCOVER XR, creata dall'Associazione Casa del Cinema assieme alla IKON Digital Farm di Ronchi dei Legionari.¹⁷⁶

L'app intende innovare ed estendere la proposta delle passeggiate cinematografiche grazie a:

- un innovativo digital storytelling che propone narrazioni per raccontare la regione con percorsi georeferenziati che permettono di esplorare dei contenuti di approfondimento (in stile podcast);
- una modalità esplorazione con informazioni e contenuti di approfondimento;
- delle mappe interattive con navigazione e guida ai percorsi con cartografie, video e foto immersivi a 360'.¹⁷⁷

Infine, come ribadito da Elisa Grando con le passeggiate a tema si cerca di dare più enfasi alla dimensione fandom della serie inserendo come guida almeno una persona che abbia lavorato sul set del progetto in questione per permettere allo spettatore di avere un contatto più diretto con la serie.¹⁷⁸

2.8 FVG Film Locations

Sono anni di fermento per il settore cineturistico regionale quelli a cavallo tra 2012 e 2013 poiché viene creato un secondo progetto, direttamente collegato a quello di Esterno/Giorno, con la funzione di ampliare più possibile l'offerta cineturistica non solamente legata alla città di Trieste ma a tutta la regione.

Successe già con il progetto analizzato nel paragrafo precedente che ha provato a lavorare in questa ottica organizzando dei tour anche in altre location al di fuori del capoluogo triestino o in alcuni casi cercando di connettere diversi settori come quello enogastronomico.¹⁷⁹

Nel 2013 quindi viene sviluppata un'applicazione chiamata FVG Film Locations grazie al prezioso lavoro dello Studio Sandrinelli assieme a Divulgando e con la collaborazione della Cineteca del Friuli, della Film Commission e del critico ed esperto di cinema Carlo Gaberscek.

L'applicazione è ancora scaricabile però purtroppo non viene più aggiornata. Il sito realizzato in contemporanea con l'applicazione col nome di www.filmlocations.it invece continua ad essere al

¹⁷⁶ Casa del cinema di Trieste, "L'associazione Casa del cinema di Trieste presenta Set Discover XR, 26 settembre 2023, <https://www.casadelcinematrieste.it/2023/09/26/lassociazione-casa-del-cinema-di-trieste-presenta-set-discover-xr/>

¹⁷⁷ <https://www.setdiscover.it/>

¹⁷⁸ Francesca De Liberato, *Intervista a Elisa Grando* in "Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia", pagina 196

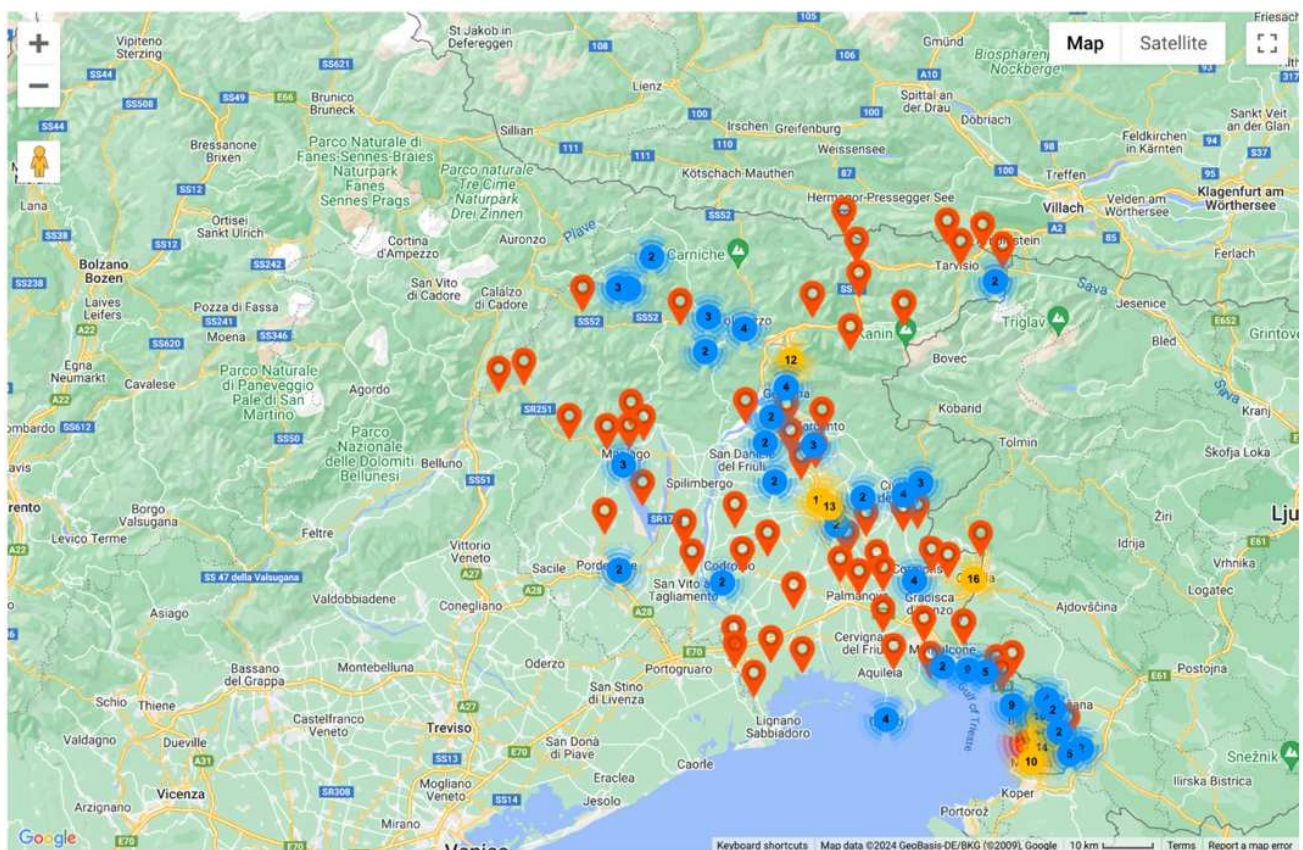
¹⁷⁹ Ivi, pagina 193-194

passo con i tempi; ha mutato il proprio dominio in www.cineturismofvg.com ed è diventato un portale in costante aggiornamento con tutte le location utilizzate nei film made in FVG.

All'interno del sito si promuove una dimensione turistica a tutto tondo legata al mondo cinematografico. Si offrono preziose informazioni per soggiornare nelle strutture ricettive che hanno ospitato i set dei più celebri film per “provare l'emozione di dormire nei luoghi del Cinema!”¹⁸⁰

Si promuove poi la visita della regione grazie agli innumerevoli servizi di noleggio biciclette presenti nelle quattro province. Non manca la dimensione enogastronomica con un elenco dei ristoranti più tipici della Regione con riferimenti alle scene girate proprio nelle stesse sale dove si può mangiare.

Infine, si cerca di creare un contatto diretto con la Casa del Cinema di Trieste e le sue passeggiate dedicate ai progetti audiovisivi realizzati in Friuli Venezia Giulia in questo caso puntando anche su location sparse sul territorio e non limitate solo alla città di Trieste anche se come abbiamo visto e come si può facilmente intuire dalla mappa, è quella che offre maggiori possibilità.



181

¹⁸⁰ <https://www.cineturismofvg.com/>

¹⁸¹ <https://www.cineturismofvg.com/mappa-localita/>

2.9 Incidenza del cineturismo sul mercato turistico regionale

La realtà cineturistica in Regione è in costante sviluppo e destinata a crescere visto il potenziale ancora inespresso di tale pratica e l'offerta territoriale potenzialmente espandibile all'infinito viste le nuove produzioni che ogni anno scelgono la regione e ne valorizzano ogni volta un nuovo pezzetto permettendone la promozione in ambito turistico nazionale e internazionale.¹⁸²

Lo sa bene il Friuli Venezia Giulia che, affidandosi all'ente per la promozione turistica Promoturismo FVG, amplia costantemente il portale menzionato nel paragrafo precedente, dando la possibilità a fan e turisti comuni di scoprire location e in alcuni casi anche di soggiornarvi.

Il turismo in regione è in costante crescita come sottolineato dal Governatore Massimiliano Fedriga durante la conferenza stampa di presentazione della stagione estiva 2024 da parte di Promoturismo FVG. Oltre alle attese per i mesi caldi dell'anno (6,8 milioni di visitatori da giugno a settembre) si è evidenziato come gli interventi apportati per garantire un'offerta variegata a 360 gradi abbiano portato risultati molto positivi evidenziando un aumento di 300 mila arrivi e 700 mila presenze annuali nell'ultimo quinquennio.¹⁸³

Alla base di questo risultato incoraggiante, nonostante la pandemia abbia ridotto notevolmente i flussi mondiali, troviamo un forte impegno nella promozione regionale sia in Europa che negli Stati Uniti grazie a delle recenti campagne di marketing che hanno portato il nome della regione v¹⁸⁴

A tutto ciò si aggiunge un potenziamento dei collegamenti aerei con la chiusura dell'accordo che ha portato di recente Ryanair a posizionare una nuova base all'aeroporto di Trieste attivando così sette nuove rotte.¹⁸⁵

Infine, si sottolinea l'importanza di corredare l'offerta turistica regionale con appuntamenti di qualità, senza prescindere dall'organizzazione di eventi e concerti durante tutto l'anno e non solo d'estate,

¹⁸² Il Piccolo, *Sulle tracce delle star in 500 luoghi dei ciak: decolla il cineturismo in Friuli Venezia Giulia*, Elisa Coloni, 18 maggio 2023, https://ilpiccolo.gelocal.it/trieste/cronaca/2023/05/18/news/cinema_cineturismo_friuli_venezia_giulia-12811027/

¹⁸³ Regione autonoma Friuli Venezia Giulia, *Turismo: regione, da giugno a settembre attesi 6,8 mln di visitatori*, 07/05/2024, <https://www.regione.fvg.it/rafvfg/comunicati/comunicato.act;jsessionid=F62FCCE413A403395F0648FDB868CC59?dir=&nm=20240507141423006>

¹⁸⁴ Tgr Friuli Venezia Giulia, *New York, Il Friuli Venezia Giulia si promuove a Times Squar*”, 17/04/2024, <https://www.rainews.it/tgr/fvg/articoli/2024/04/new-york-il-friuli-venezia-giulia-si-promuove-a-times-square-promoturismo-fvg--08f700e2-6b99-41c0-b364-89ea2c33cbc7.html>

¹⁸⁵ Il Sole 24 ore, *Investimento da 100 milioni di Ryanair: nuova base a Trieste e 600 posti di lavoro*, Mara Monti, 25 gennaio 2024, <https://www.ilsole24ore.com/art/ryanair-investe-100-milioni-dollari-nuova-base-trieste-AF4iRzSC>

periodo in cui il turismo è ai massimi principalmente grazie al litorale udinese e triestino che attrae moltissimi turisti. Gli stessi dati dei primi mesi del 2024 sono molto incoraggianti evidenziando una crescita complessiva del 16,3% con più di 1 milione di presenze, con i turisti stranieri che crescono del 24% mentre quelli italiani dell'11%.

Come abbiamo già spiegato in precedenza per quanto riguarda il cineturismo, in tutta Italia come all'interno della regione friul-giuliana, non è sempre facile estrapolare un dato preciso e coerente dal totale del numero di turisti. Solitamente i cineturisti inseriscono all'interno di un viaggio una tappa in qualche location cinematografica però è raro che raggiungano la meta solo con lo scopo di visitare un luogo che in passato ha ospitato un set. Se dunque è raro che un film o una serie tv rappresenti l'obiettivo del viaggio, questo fattore non va considerato in secondo piano nell'opera di fidelizzazione del turista.

L'esempio delle passeggiate cinematografiche o il soggiorno nelle dimore che hanno ospitato un set in FVG e che il turista può autonomamente ricercare nel portale FVG Film Locations rappresentano un'occasione da sfruttare.¹⁸⁶ Se il turista programma un viaggio deve perciò essere conscio, grazie alla promozione turistica regionale integrata, delle innumerevoli potenzialità offerte dalla regione: così facendo gli viene data la possibilità di scoprire e dunque esplorare maggiormente il territorio, magari dedicandogli del tempo in più rispetto a quello che aveva in mente e portando ricadute ancora maggiori sull'economia turistica.

Escludendo dunque i casi più (tristemente) noti come il già menzionato Lago di Braies di “Un passo dal cielo” dove i dati sul cineturismo sono oggi più facilmente monitorabili essendo necessaria la prenotazione, per quanto riguarda la regione FVG non è ottenibile un dato preciso a riguardo.

Basta però sottolineare ancora una volta come il lavoro concertato messo in piedi in primis dalla FVG Film Commission, da Promoturismo Fvg, dalla regione Friuli Venezia Giulia, dalla Casa del Cinema di Trieste, senza dimenticare le organizzazioni che allestiscono gli innumerevoli festival¹⁸⁷ in tutta la regione concorre senza ombra di dubbio ad innalzare il livello qualitativo dell'offerta turistica regionale e a diffondere il nome del Friuli Venezia Giulia nei ranghi più rilevanti del mercato turistico nazionale ed internazionale.

¹⁸⁶ https://www.youtube.com/watch?v=WRjI5y1Svso&t=84s&ab_channel=Telequattro

¹⁸⁷ In provincia di Trieste troviamo il Trieste Film Festival, lo Shorts International Film Festival, il Festival del Cinema Ibero-Latino Americano e il Trieste Science+Fiction. In provincia di Pordenone troviamo Pordenone Docs Fest-Le voci del documentario, Le Giornate del Cinema Muto e il Piccolo Festival dell'Animazione. In provincia di Udine si organizza il Far East Film Festival. In provincia di Gorizia infine è stato istituito il Premio Amidei. <https://www.aficfestival.it/calendario-festival-afic/>

3. La Catalogna, la Film Commission e i Film Fund: iniziative di marketing turistico e proposte cineturistiche

Se nel secondo capitolo abbiamo dedicato lo spazio a nostra disposizione trattando e analizzando il primo caso studio di questo elaborato ovvero la regione autonoma Friuli Venezia Giulia e le attività a cui si dedica nell'ottica di promozione territoriale attraverso l'attrazione di produzioni cinematografiche e seriali, nel terzo capitolo cambieremo Paese per affrontare il caso della Catalogna.

3.1 Contesto regionale e localizzazione

La Catalogna è una delle 17 Comunità autonome della Spagna, costituite a fine anni '70 grazie al Titolo VIII della Costituzione con lo scopo di distaccarsi dalla politica centralista instaurata nei trent'anni di dittatura da parte del Caudillo de Espana Francisco Franco (morto il 20 novembre 1975). È situata a nord est della Spagna, confina con la Francia, Andorra, e le regioni spagnole di Aragona e della Comunità Valenciana; è la seconda comunità per popolazione dopo l'Andalusia con più di 7 milioni e settecento mila abitanti¹⁸⁸ e il suo capoluogo è la città di Barcellona.¹⁸⁹ Di fondamentale importanza è dunque, trattandosi di un contesto particolare come per la regione autonoma Friuli Venezia Giulia, definire quali siano gli avvenimenti più recenti all'interno della Catalogna a seguito del referendum del 2006¹⁹⁰ che aveva portato alla promulgazione del nuovo statuto della comunità, annullato da parte del Tribunale costituzionale iberico nel 2010¹⁹¹ scatenando le proteste di milioni di catalani.¹⁹²

Qual è lo stato attuale dell'autonomia catalana? Da simbolo dell'indipendentismo globale a tema quasi dimenticato nella politica spagnola, la Catalogna è tornata al centro dell'attenzione per due motivi principali.¹⁹³

Il primo è che, a seguito delle recenti elezioni spagnole, i partiti indipendentisti, inclusi quelli catalani, potrebbero giocare un ruolo chiave nella formazione del nuovo governo. Il secondo motivo, strettamente legato al primo, è che proprio in questi giorni i leader storici dell'indipendentismo

¹⁸⁸ Dati al 2021 <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2915>

¹⁸⁹ <https://www.treccani.it/enciclopedia/catalogna/>

¹⁹⁰ <https://www.repubblica.it/2006/06/sezioni/esteri/autonomia-catalana/autonomia-catalana/autonomia-catalana.html>

¹⁹¹ <https://web.archive.org/web/20110902092523/http://www.tribunalconstitucional.es/es/jurisprudencia/Paginas/Sentencia.aspx?cod=9873>

¹⁹² https://www.repubblica.it/esteri/2010/07/11/foto/1_milioni_di_catalani_in_piazza_per_l_autonomia-5519042/1/

¹⁹³ <https://www.focus.it/cultura/storia/spagna-la-crisi-catalana>

catalano hanno perso l'immunità parlamentare che dal 2017 a oggi ha permesso loro di evitare l'arresto ordinato dalla Corte suprema spagnola.

La questione dell'autonomia catalana è emersa con forza nel 2017, quando la regione ha indetto un referendum sull'indipendenza, in aperto contrasto con il governo centrale e la Costituzione spagnola.¹⁹⁴

L'organizzazione e il risultato del referendum (con il 90% dei voti a favore dell'indipendenza) sono stati dichiarati nulli sia dal governo di Mariano Rajoy (Partito Popolare) sia dal Tribunale costituzionale spagnolo. La giornata del 1° ottobre 2017 è stata caratterizzata da forti tensioni politiche e di ordine pubblico, con scontri tra il governo centrale e quello locale e l'intervento delle forze dell'ordine.¹⁹⁵ Dopo ulteriori passi avanti del Parlamento catalano, inclusa la dichiarazione simbolica d'indipendenza (la definiamo simbolica poiché non riconosciuta), il governo centrale ha applicato l'articolo 155 della Costituzione, una sorta di "clausola di salvaguardia" che permette a Madrid di obbligare le Comunità autonome a rispettare le disposizioni costituzionali o legislative qualora queste siano state violate o abbiano minacciato gravemente l'interesse nazionale.¹⁹⁶ Di conseguenza, il governo locale è stato destituito e sono state indette nuove elezioni. I leader catalani, tra cui l'allora presidente Carles Puigdemont, sono fuggiti in Belgio e poi si sono candidati alle elezioni europee del 2019, ottenendo un seggio che ha garantito loro l'immunità parlamentare fino a poco tempo fa. Vale la pena ricordare che lo stesso Puigdemont è stato arrestato in Sardegna (regione da sempre vicina agli ideali secessionisti anche per la presenza della comunità catalana di Alghero) nel 2021 per poco più di 24 ore.

¹⁹⁴ BBC News Mundo, Stefania Gozzer, "Lo que pierden España y Cataluña si se separan", 7 ottobre 2017, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-41513571>

¹⁹⁵ La Repubblica, Omero Ciai, Ilaria Carra e Concita De Gregorio, "Referendum Catalogna, scontri e violenze ai seggi. Rajoy: Messinscena. Puigdemont: Ora indipendenza", 1 ottobre 2017, https://www.repubblica.it/esteri/2017/10/01/news/ore_di_attesa_e_tensione_a_barcellona_i_poliziotti_lasciano_il_porto_verso_i_seggi-177000380/

La Repubblica, "Referendum Catalogna, il sì stravince. Ora lo sciopero generale", 2 ottobre 2017, https://www.repubblica.it/esteri/2017/10/02/news/referendum_catalogna_hanno_votato_in_2_2_milioni_90_dice_si_a_indipendenza-177111545/

¹⁹⁶ Il sole 24 ore, Luca Veronese, "Catalogna, le ragioni e le colpe di un conflitto senza via d'uscita", 18 ottobre 2019, <https://www.ilsole24ore.com/art/catalogna-ragioni-e-colpe-un-conflitto-senza-via-d-uscita-ACJx1Ft>

Ma qual è il reale valore dell'autonomia catalana? In Italia, il cosiddetto "federalismo differenziato" procede lentamente¹⁹⁷ (nei giorni in cui viene redatto il presente elaborato l'autonomia differenziata è diventata legge in Italia pur venendo criticata e osteggiata da molti partiti di centro-sinistra)¹⁹⁸ e senza risultati concreti proprio per la contestazione posta in essere dai governatori del Sud che sostengono il rischio di un aggravamento delle differenze nel Paese e su questioni fondamentali quali l'istruzione e la salute.¹⁹⁹

La situazione in Spagna è ben diversa poiché ogni Comunità autonoma ha negoziato il proprio statuto con il governo centrale dopo l'entrata in vigore della nuova Costituzione del 1978. Il federalismo asimmetrico spagnolo si basa sul "principio dispositivo", che consente a ciascuna regione di scegliere quali funzioni legislative assumere, entro i limiti costituzionali. Nonostante le discrepanze territoriali si siano attenuate nel tempo, ogni Comunità autonoma resta di fatto distinta dalle altre, caratteristica peculiare del sistema di governance spagnolo. Tra le 17 Comunità autonome (più due città), i casi più noti sono quelli dei Paesi Baschi e della Catalogna. Tuttavia molte delle richieste avanzate sono rimaste solo sulla carta.²⁰⁰

Un valido strumento per misurare il potere delle regioni e degli enti locali nei principali Paesi del mondo è il Regional Authority Index (Rai)²⁰¹, un indicatore riconosciuto anche dall'Ocse²⁰². Questo indice, che va da 0 a 30, valuta non solo gli indicatori fiscali, ma anche dieci dimensioni complessive del potere locale. Esso analizza sia l'autorità che un governo regionale esercita sui residenti della regione (detta "self-rule", valutata da 0 a 18 punti), sia l'autorità che un governo regionale o i suoi rappresentanti esercitano sull'intero Paese (detta "shared rule", valutata da 0 a 12 punti).

Secondo i dati del Rai, la Catalogna, con un punteggio di 23,5 su 30, gode di una significativa autonomia, ma si colloca a un livello medio se confrontata con altre regioni. Anche a livello europeo, l'autonomia catalana risulta nella media. Per fare un confronto, le regioni a statuto speciale italiane

¹⁹⁷ Annalisa Girardi, *L'Autonomia differenziata spiegata semplice, i pro e i contro e le incognite sui costi* in "Fanpage.it", 21 giugno 2024, <https://www.fanpage.it/politica/lautonomia-differenziata-spiegata-semplice-i-pro-e-i-contro-e-le-incognite-sui-costi/>

¹⁹⁸ Andrea Gagliardi, *Autonomia differenziata, ecco cosa potrebbe cambiare in Veneto e Lombardia* in "Il sole 24 ore", 23 giugno 2024, <https://www.ilsole24ore.com/art/autonomia-differenziata-ecco-cosa-potrebbe-cambiare-veneto-e-lombardia-AGUhMGj>

¹⁹⁹ <https://www.diritto.it/autonomia-differenziata-una-riforma-contrastata/>

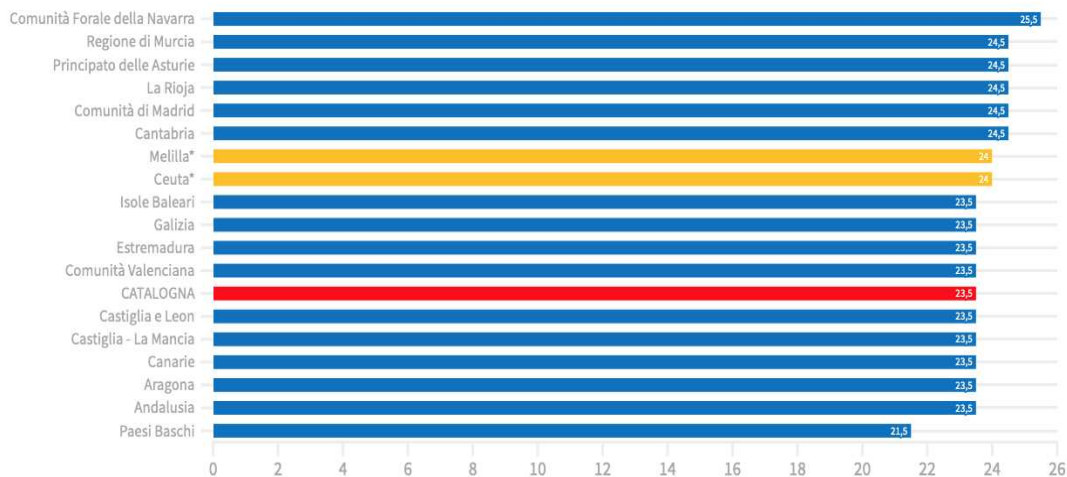
²⁰⁰ Paolo Balduzzi e Andrea Ballabio, *Tutti gli occhi sulla Catalogna*, in "La voce.info", 4 agosto 2023, <https://lavoce.info/archives/101848/tutti-gli-occhi-sulla-catalogna/>

²⁰¹ <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/70298>

²⁰² Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico

hanno un punteggio di 19 su 30, mentre quelle a statuto ordinario si fermano a 18, indicando una bassa differenziazione interna in Italia. I Cantoni svizzeri ottengono 26,5 su 30 e i Länder tedeschi arrivano addirittura a 27 su 30. Pertanto, le richieste catalane di maggiore autonomia non sembrano del tutto infondate.

Punteggi del Rai per le regioni spagnole, anno 2018



Fonte: Dataset RAI-MLG (2021)

*Città autonoma

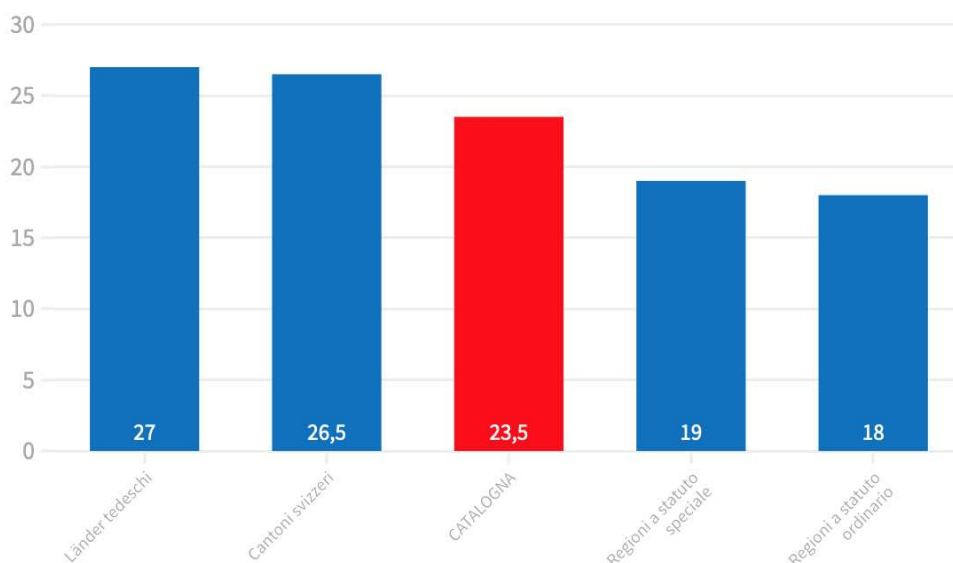
 lavoce.info

 A Flourish chart

203

²⁰³ <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/70298>

Punteggi del Rai per alcune regioni, anno 2018



Fonte: Dataset RAI-MLG (2021)

 lavoce.info

 A Flourish chart

204

La situazione si è però complicata ulteriormente con le ultime elezioni per rinnovare il parlamento catalano tenutesi a maggio 2024. Il partito socialista del premier Pedro Sanchez, fresco di riconferma a fine 2023 alla guida della Spagna, ha ottenuto il 28% dei voti, un dato in forte crescita rispetto al 2021 ma ancora non sufficiente per ottenere la maggioranza del parlamento catalano mentre il principale partito separatista Junts con a capo l'ex presidente catalano Puidgemont per la prima volta dopo 13 anni non ha ottenuto la maggioranza.²⁰⁵ L'euforia di Sanchez a seguito del sorpasso in campo elettorale potrebbe però subire paradossalmente un contraccolpo anche per il governo centrale di Madrid. Essendo, il premier, dovuto scendere a dei compromessi proprio col partito separatista Junts, guidato dall'ex presidente catalano che vive all'estero dopo essere stato incriminato per aver proclamato la separazione dalla Catalogna nel 2017.

²⁰⁴ <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/70298>

²⁰⁵ [s.a.], *Alle elezioni in Catalogna ha vinto il Partito Socialista*, in "Il Post", 12 maggio 2024, <https://www.ilpost.it/2024/05/12/catalogna-spagna-elezioni-parlamentari/>

Ora lo stesso Puidgemont conta su questi patti che prevedono per lui l'amnistia e la richiesta di tornare alla guida del governo di Barcellona in cambio del sostegno del governo centrale che senza di lui perderebbe la maggioranza necessaria.²⁰⁶

3.2 Nascita della Film Commission catalana

Prima di trattare il caso studio di nostro interesse, ovvero la regione autonoma della Catalogna e le Film Commission presenti su tale territorio, è importante delineare quando datiamo la nascita della prima Film Commission in Spagna. La Regione pioniera è stata quella delle Canarie che a metà degli anni '90 intuì prima di tutti la potenzialità di tale strumento come attrattore di produzioni sul territorio.²⁰⁷ In Spagna le Film Commission si organizzano a seconda del livello territoriale di competenza e possono esistere dunque di provinciali, comarcali (regionali)²⁰⁸ e anche locali.

Sul territorio spagnolo dal 26 marzo 2001 è presente l'associazione "Spain Film Commission" che funge da coordinatrice degli sforzi della rete di 45 Film Commission e Film Office distribuiti in tutta la Spagna; si tratta di un'associazione senza scopo di lucro nata con l'obiettivo di promuovere la Spagna come destinazione adatta alle riprese di prodotti audiovisivi (dai film, ai prodotti televisivi fino a quelli pubblicitari).²⁰⁹ È una delle fondatrici del network europeo delle Film Commission (EUFCN) e fa parte della AFCI²¹⁰, collaborando attivamente con il governo spagnolo, con le istituzioni locali e le produzioni cinematografiche per consolidare l'attività audiovisiva nazionale.²¹¹ Il suo nome completo è "Asociación Española de Comisionados de filmaciones, cine y televisión-Spain Film Commission" e ha sede a Valladolid nella comunità autonoma di Castilla y León.

La stessa associazione definisce diversi obiettivi che persegue con le sue attività più che ventennali sul territorio peninsulare spagnolo:

- Coordinare la rete delle film commission e dei film office;
- promuovere a livello internazionale la Spagna come destinazione per le riprese di prodotti audiovisivi;

²⁰⁶ Dario Prestigiaco, *Sanchez conquista anche la Catalogna, ma ora gli indipendentisti minacciano il governo*, in "Europa Today", 13 maggio 2024, <https://europa.today.it/attualita/elezioni-catalogna-vince-sanchez-puidgemont.html>

²⁰⁷ Carlos Rosado, Piluca Querol. *Cine y turismo. Una nueva estrategia de promoción*, 2006, Madrid, Ocho y Medio, pagina 84

²⁰⁸ Suddivisione storica delle province che comprendono vari municipi

²⁰⁹ Enrico Nicosia, *Cineturismo e territorio*, Pàtron Editore, Bologna, 2012, pagina 111

²¹⁰ Association of Film Commissioners International

²¹¹ <https://www.shootinginspain.info/en/spain-film-commission-network>

- interloquire con l'amministrazione centrale, territoriale e municipale per potenziare l'industria cinematografica
- collaborare con l'amministrazione centrale per la creazione di un sistema di incentivi fiscali efficiente;
- apertura di nuovi mercati internazionali;
- dare impulso al turismo cinematografico.

La rete delle Film Commission spagnole può contare attualmente su 45 membri che comprendono sia Film Office sia Film Commission coprendo così in maniera più capillare possibile l'intero territorio statale.²¹² Come nella realtà italiana, che abbiamo analizzato nel capitolo precedente, anche nel caso spagnolo è necessario sottoscrivere una quota associativa per entrare a far parte della Spain Film Commission. La quota varia in funzione dello spazio giuridico dell'entità interessata: si passa dunque da poco più di 4000 euro per una film commission regionale, ai 2500 euro per una provinciale, fino ai 1200 euro per un film office che rappresenti una comarca (provincia) di meno di 150.000 abitanti.²¹³ La realtà nazionale della Spain Film Commission a 23 anni dalla sua nascita è stata sottoposta a un'importante campagna di rebranding con lo scopo di rinnovare la sua immagine nel mercato di promozione territoriale spagnolo associato alle produzioni audiovisuali.

Si tratta di una vera e propria ristrutturazione completa della sua identità, non solamente di un ridisegno visuale per quanto riguarda sito, flyer e logo. In questa nuova fase ci si basa molto di più sul rinforzare i concetti di rete alla base della commissione e dell'impatto sullo sviluppo economico dell'industria cinematografica che è in forte crescita.²¹⁴

Questo adattamento a un aspetto grafico più moderno arriva direttamente da due dei massimi rappresentanti dell'associazione ovvero Paulino Cuevas, coordinatore generale della Spain Film Commission dall'inizio del 2024 e da Juanma Guimeràns, segretario generale oltre che coordinatore della Valladolid Film Commission.²¹⁵

Restringendo la lente della nostra ricerca e soffermandoci sulla realtà di nostro interesse evidenziamo come la Catalogna sia una tra le regioni spagnole più attive nell'ambito del sostegno regionale

²¹² Spain Film Commission <https://www.shootinginspain.info/es/quienes-somos>

²¹³ <https://www.shootinginspain.info/imagenes/documentos/cuotas-anuales-socios-2022-71-es.pdf?t=20240718095625>

²¹⁴ [s.a.], *Spain Film Commission renueva su imagen corporativa*, in "Rubik Audiovisual", 4 luglio 2024, <https://rubik-audiovisual.com/spain-film-commission-renueva-su-imagen-corporativa/>

²¹⁵ [s.a.], *Juanma Guimeràns: "Creemos que debe haber un Hub Audiovisual 2 si Espana realmente se toma en serio su apuesta por el sector"*, in "Rubik Audiovisual", 8 aprile 2024, <https://rubik-audiovisual.com/juanma-guimerans-creemos-que-debe-haber-un-hub-audiovisual-2-si-espana-realmente-se-toma-en-serio-su-apuesta-por-el-sector/>

all'audiovisivo.²¹⁶ Sono presenti varie Film Commission ma le due principali, Catalunya Film Commission e Barcelona Film Commission, che condividono la pagina web²¹⁷, sono le uniche ad avere una sede fisica e la prima rappresenta la maggior parte dei comuni della regione autonoma.²¹⁸

La prima, nonché la più grande, è un organo pubblico che rappresenta tutta la regione autonoma e si chiama Catalunya Film Commission. La CFC è diretta dal Dipartimento di Cultura del governo catalano e i suoi obiettivi sono rappresentati dalla promozione del territorio agevolando le riprese cinematografiche all'interno della Catalogna.

La commissione stimola altresì la crescita e il consolidamento dell'industria cinematografica catalana e i servizi associati presenti sul territorio. All'interno dell'Institut Català de les Empreses Culturals (il dipartimento della cultura menzionato poc'anzi) troviamo Carlota Guerrero come responsabile della Film Commission e Laia Boixader come manager tecnico.²¹⁹

La Catalunya Film Commission riunisce al suo interno una rete di quasi 200 tra città e villaggi in tutta la regione, definibili con l'appellativo di film friendly, ovvero destinazioni che mettono a disposizione delle produzioni le loro location più peculiari per le riprese.²²⁰ Negli ultimi anni a seguito di una domanda sempre più elevata si sono costituiti nuovi uffici cinema e film commission in zone maggiormente frequentate dalle produzioni. Fra queste, la Node Film Cluster Costa Barcelona²²¹ che si occupa della zona del Garraf, la Terrassa Film Office del Parc Audiovisual de Catalunya²²², la Tarragona Film Office²²³, la Maresme Film Commission²²⁴, la Girona Film Office²²⁵ ed El Prat Film Office²²⁶.

²¹⁶ Enrico Nicosia, *Cineturismo e territorio*, cit., p.112

²¹⁷ <https://www.bcncatfilmcommission.com/en>

²¹⁸ Isabel Sarabia Andúgar, Josefina Sanchez Martinez, *Film Commission y Film Office como agentes consolidados de la industria en el marco del desarrollo del Hub Audiovisual en España* (2022), in ZER (revista de estudios de comunicaciòn), pagina 319, <https://doi.org/10.1387/zer.23532>

²¹⁹ <https://www.bcncatfilmcommission.com/es/el-audiovisual-en-catalu%C3%B1a>

²²⁰ Madrona Otero Jorba, *Localitzacion cinematografiques i el proces de scouting: estudi de la seva situaciò en el context audiovisual actual*, Universitata Autònoma de Barcelona, 2021, pagina 34

²²¹ <https://filmcluster.cat/>

²²² <https://www.parcudiovisual.cat/filmoffice/es/>

²²³ <https://www.tarragona.cat/film-office>

²²⁴ <https://maresmefilmcommission.cat/en/>

²²⁵ <https://web.girona.cat/filmoffice>

²²⁶ <https://www.elprat.cat/el-prat-film-office>

Lo scopo principale dell'organo pubblico catalano è quello di aiutare i professionisti che si recano nei loro territori a preparare le riprese offrendo assistenza per la ricerca delle location, dando informazioni sulle condizioni necessarie per le riprese, sui permessi da ottenere ed elargendo consigli generali sul futuro girato. Si punta molto sulla varietà del territorio, sulla professionalità dell'industria locale e sul clima che vanta molte ore di sole anche d'inverno e temperature miti.

Sembra scontato sottolinearlo ma è meglio non tralasciare il dettaglio che la Catalunya Film Commission, essendo un ente pubblico, offre i suoi servizi in maniera totalmente gratuita attraverso un'assistenza costante, personale, sia telefonica sia online.

Nella capitale Barcellona troviamo invece una Film Commission dedicata che sotto l'egida del comune della città offre un servizio pubblico e specifico di promozione e supporto al settore audiovisivo. Pur denominandosi Film Commission il suo compito è quello di un film office poiché si occupa esplicitamente della componente più logistica delle riprese all'interno della città.²²⁷

La Barcelona Film Commission è un ente pubblico senza scopo di lucro di promozione del territorio e con una chiara vocazione al servizio pubblico e all'attenzione per il settore audiovisivo. Si tratta di un servizio del comune di Barcellona messo a disposizione del settore audiovisivo per aiutarlo a filmare all'interno della città. Adempie a questi compiti grazie al supporto del ICUB, l'Institut del Cultura de Barcelona (l'ente deputato a promuovere la cultura della città).²²⁸

L'ufficio si occupa di fornire informazioni alle produzioni, portare a termine tutte le azioni necessarie per ottenere permessi per realizzare un film, coordinare i vari servizi comunali coinvolti e pubblicizzare l'ufficio stesso nei circuiti audiovisivi nazionali e internazionali senza prescindere da fiere di settore e festival del cinema.

Basandoci sulle informazioni presenti sul sito ufficiale della Barcelona Film Commission vengono esplicitate due semplici condizioni richieste alle produzioni come contropartita per i servizi e per l'immagine della città di Barcellona utilizzata come set. Innanzitutto, viene richiesto alle case di produzione di includere nei credits alla fine del film il nome e il logo della film commission. Inoltre, si richiede che tale nome e logo vengano utilizzati anche per tutti i materiali utilizzati in fase di promozione del prodotto audiovisivo in questione. Infine, si pretende che vengano inclusi nei titoli di coda anche i nomi delle istituzioni pubbliche e private che abbiano preso parte alle riprese.²²⁹

²²⁷ Madrona Otero Jorba, *Localitzacion cinematogràfiques i el proces de scouting: estudi de la seva situació en el context audiovisual actual*, Universitat Autònoma de Barcelona, 2021, pagina 35

²²⁸ <https://www.bcncatfilmcommission.com/es/faqs>

²²⁹ <https://www.bcncatfilmcommission.com/en/about-us>

3.3 Servizi offerti

Dopo essere entrati nel mondo spagnolo, o più precisamente catalano, delle Film Commission e degli uffici cinema, ci soffermiamo ora sulla gamma di servizi che la Catalunya Film Commission è in grado di offrire alle produzioni audiovisive.

Il fatto che la Catalogna sia un territorio ricco e variegato dal punto di vista morfologico, avendo la possibilità di offrire diverse location che spaziano dal mare della Costa Brava alle montagne dei Pirenei al confine con la Francia è cosa nota.

Lo stesso portale “The location guide”, attivo nel segnalare e raccogliere le migliori location alle produzioni cinematografiche sottolinea come la Catalogna abbia molto da offrire in termini di gastronomia, ospitalità e supporto locale.²³⁰

Innanzitutto si sottolinea come le dimensioni della regione unite a una gestione dei trasporti integrata e alla presenza della linea del treno di alta velocità concorrano nella connessione in modo più agevole delle destinazioni principali della Catalogna.

Ampia rilevanza viene data alla zona di Barcellona, considerata un hub di produzione all’interno di una moderna metropoli capace di ospitare i migliori specialisti del paese. Nell’articolo pubblicato sul portale si esplora un po’ tutta la regione anche nelle sue aree più nascoste ma che hanno avuto una rilevanza nella produzione audiovisiva fin dai primi anni 2000.

Per esempio, il castello di Sant Ferran di Figueres costruito nel XVIII secolo ha ospitato le riprese del film “Perfume: The Story of a Murderer” di Tom Tykwer (2006), adattamento cinematografico del romanzo di Patrick Süskind “Il profumo”.²³¹

Ci si sposta poi a Girona. Sia la cittadina sia la sua provincia fino a poco tempo fa era molto conosciuta e utilizzata dai produttori locali anche se poco conosciuta a livello internazionale e con molto potenziale inespresso.

Vedremo negli ultimi paragrafi del capitolo come si sia evoluta la fama della città catalana a seguito di importanti produzioni internazionali che l’hanno scelta negli ultimi anni proprio per la sua anima “autentica” dovuta soprattutto al suo centro storico medievale molto peculiare per un set che normalmente verrebbe ricreato in studio.

²³⁰ The Location Guide, “Spanish heritage: Scouting filming locations in historical Catalonia”, 5 maggio 2015, <https://www.thelocationguide.com/2015/05/ng-location-report-spanish-heritage-scouting-filming-locations-in-historical-catalonia/>

²³¹ <https://www.bncatfilmcommission.com/en/news/barcelona-and-catalonia-shooting-areas-location-guide>

Per quanto riguarda l'offerta totale delle location nella regione catalana le produzioni cinematografiche e seriali si possono affidare a un database molto vasto presente sul sito della Catalunya Film Commission (sito condiviso con la Barcelona Film Commission).

Le location presenti attualmente sono più di 3000²³² e vengono raggruppate dalla film commission sia location pubbliche sia location private in tutta la regione. Per ognuna viene fornita almeno una fotografia, la relativa ubicazione, i contatti utili (per le location pubbliche di solito la gestione viene affidata alle varie film commission ubicate sul territorio catalano) e una descrizione più dettagliata possibile in modo da poter rendere più veloce il lavoro di scrematura da parte della produzione.

Altro servizio offerto dalla Catalunya Film Commission, in questo caso come entità autonoma rispetto alla Barcelona Film Commission con cui condivide la maggior parte delle attività che svolge, è la possibilità di fare parte della rete "Città catalane Film Friendly".

Tale rete è fondamentale soprattutto per i piccoli comuni che, semplicemente incaricando un responsabile e fornendo una lista di location alla Film Commission regionale, possono avere un canale diretto con le produzioni.²³³ Si delinea nella pratica una ulteriore suddivisione del territorio dalla dimensione regionale della Catalunya Film Commission alle realtà più piccole suddivise in tutta la Comunità Autonoma, con del potenziale per ospitare una produzione cinematografica permettendo così una migliore capillarità di offerta anche nelle zone meno conosciute. La stessa Film Commission catalana con questo servizio aggiuntivo oltre ad aumentare la sua copertura nella regione accresce la sua pluralità di location che offrono servizi e la sua competitività nei confronti di altre regioni spagnole.²³⁴

La stessa coordinatrice della rete Carlota Guerrero spiega come i comuni si possano iscrivere autonomamente o delegare tale servizio a un ente turistico. La soluzione migliore sarebbe destinare una figura che si occupi solamente di questo aspetto, destinando tutta la sua attenzione alle produzioni. Così facendo la Guerrero sottolinea come sia certo che il numero di produzioni cresca

²³² Dato al 18 luglio 2024, <https://www.bcnatfilmcommission.com/en/locations?page=125>

²³³ Isabel Sarabia Andùgar, Josefina Sanchez Martinez, *Film Commission y Film Office como agentes consolidados de la industria en el marco del desarrollo del Hub Audiovisual en España* (2022), in ZER (revista de estudios de comunicaciòn), pagina 319, <https://doi.org/10.1387/zer.23532>

²³⁴ Ibidem

poiché si fornisce un servizio che rende l'inizio delle riprese possibile in breve tempo riducendo così attese inutili e garantendo delle tempistiche chiare fin da subito.²³⁵

3.4 Funzioni ed attività di promozione

La Catalunya Film Commission data la grandezza di territorio che rappresenta e l'importanza nel mercato cinematografico e seriale spagnolo deve adempiere a molteplici attività.

Innanzitutto, assieme alla Barcelona Film Commission, deve focalizzarsi sul coordinamento dei vari set attivi in tutta la regione. Si intende dunque un contatto costante con i responsabili dei diversi Film Office locali inseriti all'interno della rete regionale in modo tale avere dei professionisti che conoscono il territorio e che permettono di mantenere uno standard elevato per quanto riguarda i rapporti professionali.²³⁶

La Film Commission catalana deve inoltre coordinare la distribuzione della rete territoriale di Film Office. Si punta dunque sulla costruzione di una rete di uffici che siano in grado di aiutare e agevolare il lavoro delle produzioni intenzionate a girare sul territorio catalano. La film Commission si mette in contatto con i vari comuni nei quali sono presenti i Film Office locali per quanto riguarda la creazione di linee guida comuni nella gestione delle produzioni, dalla gestione dei permessi alla tassazione in vigore.²³⁷

Offre inoltre preziose informazioni e fornisce consigli ai produttori per quanto riguarda le location, i servizi, le imprese e i professionisti del settore disponibili e le normative necessarie ad iniziare le riprese in qualsiasi luogo catalano. Per esempio, offre preziosi suggerimenti ai produttori internazionali in merito ai vantaggi nel realizzare i propri progetti con l'aiuto di imprese locali permettendo alle produzioni di beneficiare di sovvenzioni da parte dell'Istituto Catalano delle Imprese Culturali, di cui parleremo nel prossimo paragrafo.

²³⁵ Meritxell M. Paunè, *Los municipios catalanes interesados en acoger rodajes se doblan en un ano* in "La Vanguardia", 11/01/2011, <https://www.lavanguardia.com/cultura/20110111/54097541276/los-municipios-catalanes-interesados-en-acoger-rodajes-se-doblan-en-un-ano.html>

²³⁶ Monica Prieto Turrò, *La xarxa de municipis de la Barcelona-Catalunya Film Commission: contribuidora en la consolidació de la indústria cinematogràfica i audiovisual a Catalunya*, 2012, Universitat de Girona, pagina 37

²³⁷ Monica Prieto Turrò, *La xarxa de municipis de la Barcelona-Catalunya Film Commission: contribuidora en la consolidació de la indústria cinematogràfica i audiovisual a Catalunya*, 2012, Universitat de Girona, pagina 38

Tra le attività di coordinamento durante una produzione è rilevante interloquire con l'Oficina d'Informació i Tràmits de la Guàrdia Urbana ovvero l'ufficio del corpo di polizia amministrativa che si occupa dei relativi permessi.²³⁸

Essendo la Catalogna un territorio variegato (dalla spiaggia alla montagna), a maggior ragione ogni zona ha una sua peculiarità per quanto riguarda le diverse autorizzazioni. In questo ambito, uno degli strumenti a cui si ricorre, sono le riunioni di pre produzione con i responsabili delle case di produzione per facilitare l'ottenimento dei permessi prima dell'inizio delle riprese: in alcuni casi risulta necessario contattare anche i proprietari degli spazi privati presenti.

Questo rapporto costante permette un importante interscambio di esperienze all'interno della rete che è di forte aiuto a tutti i livelli delle commissioni della regione Catalogna, come sottolineato dall'ex direttrice della Catalunya Film Commission Julia Goytisoló. Si organizzano infatti delle giornate di formazione durante le quali le problematiche che i diversi uffici si trovano ad affrontare vengono discusse in comunità per non commettere i medesimi errori nel futuro e per dare dei consigli sulla scorta delle esperienze già vissute in passato.²³⁹

Tra le funzioni imprescindibili della Catalunya Film Commission troviamo la promozione internazionale dell'industria audiovisiva catalana e soprattutto degli spazi adatti alle riprese per le produzioni che si cercano di attirare sul territorio.

Tale promozione si attua attraverso diverse azioni: la pubblicazione di articoli in riviste specializzate, la presenza ai più importanti festival del cinema nazionali e internazionali come alle fiere di settore dove si organizzano riunioni con produttori e altre organizzazioni, in modo tale da ampliare la rete di contatti e far conoscere la Catalogna anche al di fuori dei poli turistici.

La presenza "ingombrante" della città di Barcellona, che funge da polo attrattore della maggioranza dei turisti in regione andrebbe addirittura limitata come si sta cercando di fare²⁴⁰, diversificando e puntando anche sul settore cine turistico.

Infine, dobbiamo sottolineare come uno dei servizi più apprezzati dalle produzioni in Italia e nel caso studio del Friuli Venezia Giulia analizzato nel capitolo precedente, ovvero quello del location scouting nel contesto catalano non funzioni assolutamente come in quello italiano o friul-giuliano.

²³⁸ <https://www.bncatfilmcommission.com/ca/rodar-barcelona>

²³⁹ Intervista a Julia Goytisoló del 26 gennaio 2012 in *Ibidem*

²⁴⁰ Ugo Milano, *Barcellona e la guerra all'«overtourism»*: dopo lo stop agli affitti brevi (dal 2028) arriva la maxi-tassa sulle crociere mordi e fuggi, in "Open", 21 luglio 2024, <https://www.open.online/2024/07/21/barcellona-vs-overtourism-stop-affitti-brevi-tassa-crociere/>

Se, come abbiamo visto, la pagina web della Film Commission catalana mette a disposizione dei produttori una vasta data room con location che vengono aggiornate e aggiunte costantemente e offre informazioni sui permessi per le riprese in base alla tipologia di luogo scelto o segnala alternative in base alle richieste dei produttori, per quanto riguarda il location scouting la Film Commission delega questo servizio in toto.

La stessa Film Commission all'interno di una guida²⁴¹ che riassume sia l'attività svolta, sia le location offerte in ogni comune della Catalogna, specifica come “in nessun caso la Film Commission agisce come location scout, né negozia le condizioni di uso degli spazi privati con i suoi gestori per una specifica produzione: la produzione stessa assume professionisti specializzati in questa tipologia di servizio in base alle caratteristiche necessarie di ogni progetto”.²⁴²

Sono dunque le stesse produzioni che si appoggiano a dei professionisti del settore del location scouting; la Film Commission si occupa solamente di raggruppare tali location all'interno del suo portale web dedicato.

È anche per il motivo qui sopra menzionato e per una mancanza nell'uniformazione dell'importo dei contratti di location scout e location manager che nasce nel 2017 l'ALOCAT ovvero l'Associació de Localitzadors de Catalunya.²⁴³ L'associazione nasce come risultato della condivisione e unificazione dei criteri per i professionisti dedicati alla ricerca e alla gestione delle location per ogni tipologia di produzione audiovisiva che scelga la Catalogna per le sue riprese.

L'intenzione di ALOCAT è quella di generare un processo di lavoro con garanzie di trasparenza e buone pratiche dove istituzioni ufficiali, proprietari di location private e produttori possano apprezzare un servizio efficiente per quanto riguarda le tempistiche sempre molto ristrette e la qualità in sede di ripresa.

L'associazione catalana è diventata dunque un punto di incontro per i location scout e location manager, dove possono scambiarsi opinioni, dubbi e risolvere problematiche in termini di gestione di una location.²⁴⁴ ALOCAT riceve anche il supporto dei diversi film office e film commission e attualmente conta 44 membri che comprendono location scout e location manager del panorama

²⁴¹ Barcelona/Catalunya Film Commission, Guia de producció audiovisual, Ajuntament de Barcelona-ICUB, Generalitat de Catalunya-ICIC, Parallel 40, 2009

²⁴² Traduzione personale

²⁴³ <http://www.alocat.cat/en/services/>

²⁴⁴ Madrona Otero Jorba, *Localitzacion cinematografiques i el proces de scouting: estudi de la seva situació en el context audiovisual actual*, cit., pagina 38

catalano ma anche del panorama nazionale spagnolo che possono essere contattati direttamente dalla sezione “Scouts & Managers” del sito che li riunisce.²⁴⁵

Il 2015 segna un altro anno molto importante per la film commission catalana poiché viene costituito il progetto Scouting in Catalonia. Grazie all’intuizione della Catalunya Film Commission e del Departament de Cultura de la Generalitat si realizza un programma articolato in due punti che comprende un’esposizione e la pubblicazione di un libro dedicato ai location scout e manager catalani.

La mostra itinerante è stata allestita in diversi spazi sia del territorio catalano sia del territorio internazionale, dalla sede espositiva del Palau Robert a Barcellona a festival e fiere del cinema fino alla “Delegació de la Generalitat davant la UE” a Bruxelles ovvero l’ufficio permanente del governo catalano a livello istituzionale europeo.²⁴⁶

In parallelo a queste esposizioni il dipartimento di cultura ha pubblicato in inglese, a partire dal materiale raccolto, un libro sotto forma di catalogo dal titolo “Scouting in Catalonia”²⁴⁷. All’interno 21 professionisti di scouting e managing delle location catalane trattano la loro esperienza in relazione al territorio catalano e il processo lavorativo che hanno portato a termine così come un ampio catalogo fotografico affinché si possano conoscere e promuovere le location più nascoste e con un potenziale inespresso.

Fondamentale il coordinamento di Carlota Guerrero, responsabile della Catalunya Film Commission e della critica del cinema Nuria Vidal nel ruolo di commissaria all’interno del progetto che si poneva come obiettivo quello di mostrare la ricchezza paesaggistica e umana della Catalogna e far conoscere il collettivo di esperti scouts e manager del territorio. Il progetto nasce con l’idea di realizzare un prodotto generalizzato, pensato dunque per raggiungere i vari comuni e le istituzioni che ne fanno parte ma anche mostrare allo spettatore la ricchezza del territorio catalano.²⁴⁸

Sono proprio stati gli stessi location scout e location manager ad aver dato impulso alla Film Commission nella creazione di tale guida per dare visibilità al settore all’interno dell’industria cinematografica come ai comuni catalani, veri protagonisti sia della mostra sia del libro in questione.

²⁴⁵ <http://www.alocat.cat/en/scouts-managers-eng/>

²⁴⁶ Madrona Otero Jorba, *Localitzacion cinematografiques i el proces de scouting: estudi de la seva situació en el context audiovisual actual*, cit., pagina 38

²⁴⁷ <https://palaurobert.gencat.cat/ca/exposicions/jardi/2015/scouting-in-catalonia-00001/index.html>

²⁴⁸ Madrona Otero Jorba, Intervista a Carlota Guerrero e Laia Boixader in *Localitzacion cinematografiques i el proces de scouting: estudi de la seva situació en el context audiovisual actual*, cit., pagina 55

3.5 Il Film Fund regionale

Analizziamo ora, come per il caso del Friuli Venezia Giulia, come funzioni la concessione di sovvenzioni all'interno della Catalogna. Va innanzitutto considerato come, pur trattandosi di una Comunità Autonoma esista, sebbene a seguito di una tardiva promulgazione, una legge statale per il cinema, approvata solo nel 2007 e recentemente aggiornata nel 2022. Per analizzare l'aspetto delle sovvenzioni della regione autonoma dobbiamo invece fare riferimento alla Legge cinema regionale 20/2010, approvata appunto nel 2010 dal Parlamento e modificata nel 2014 per instaurare meccanismi di appoggio al doppiaggio e alla sottotitolazione in catalano.²⁴⁹

La legge sul cinema della Catalogna è composta da sei capitoli che comprendono le disposizioni generali di applicabilità della legge, i meccanismi di coordinazione e cooperazione degli organi e delle entità della Catalogna, le disposizioni relative al regime amministrativo dell'attività audiovisiva, le attività di promozione dell'industria cinematografica catalana, le disposizioni relative alla conservazione, promozione e diffusione del patrimonio filmico e infine il regime degli obblighi e delle relative sanzioni.

Il capitolo di nostro interesse è il quarto ovvero quello che regola le misure adottate in riferimento alla promozione dell'industria audiovisiva catalana. Si definisce il regime giuridico delle misure adottate e si determinano le competenze dell'Institut Català de las Indústries Culturales che si occupa della gestione dei fondi e degli aiuti destinati alla promozione dell'industria cinematografica. Viene esplicitato l'ambito di finanziamento che deve garantire lo sviluppo del cinema catalano attraverso strumenti finanziari di diversa natura facendo coesistere adeguatamente le sovvenzioni con meccanismi creditizi e di coproduzione.²⁵⁰

Si indicano inoltre i vari criteri che concorrono all'ottenimento degli aiuti ovvero il valore culturale e artistico del progetto, l'investimento di risorse e la spesa effettuata in Catalogna, il rendimento economico ottenuto con lo sfruttamento commerciale dell'opera cinematografica o audiovisiva e con la presenza dell'opera in altri canali di diffusione, la presenza di un versione originale in catalano, la collaborazione tra le imprese catalane del settore, la capacità di internazionalizzazione dell'opera cinematografica o audiovisiva.²⁵¹

²⁴⁹ <https://www.abc.es/catalunya/20140401/abci-cataluna-modifica-cine-tras-201404011839.html>

²⁵⁰ Ley 20/2010, de 7 de julio, del cine, Comunidad Autónoma de Cataluña, <https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-12709-consolidado.pdf>

²⁵¹ Ibidem

Riferendoci direttamente ai bandi denominati “Sovvenzioni per lo sviluppo di progetti audiovisivi” occorre esplicitare come tali finanziamenti vengano gestiti direttamente dal governo catalano e dal dipartimento della cultura.²⁵² Tale bando si riferisce ai progetti audiovisivi (lungometraggi e mai cortometraggi) sia destinati al cinema, sia destinati alla televisione, negli ambiti della finzione, del documentario o dell’animazione, purché tali progetti siano ancora in fase iniziale e non siano già iniziate le riprese.

Possono fare richiesta le case di produzione indipendenti iscritte al registro delle imprese audiovisive della Catalogna o al registro amministrativo delle imprese cinematografiche e audiovisive gestito dall’Istituto della cinematografia e delle arti audiovisive della Catalogna. In sintesi, vi deve essere una connessione diretta tra la casa di produzione e il territorio catalano in modo tale da incentivare le produzioni provenienti da questa zona.

Il dipartimento di cultura catalano, sottobranca del parlamento della Catalogna, negli ultimi anni ha sfruttato sempre di più il suo potere in quanto appartenente a una regione autonoma facendo enormi passi in avanti per quanto riguarda gli stanziamenti nei confronti dei prodotti audiovisivi. Dal 2020, annus horribilis per lo scoppio della pandemia, fino ai dati registrati nel 2023 il dipartimento ha più che triplicato i finanziamenti. Se nel 2020 si attestavano attorno ai 10 milioni di euro, nel 2023 la cifra ha superato nettamente i 32 milioni dando il via, secondo Pere Aragonès, presidente della Catalogna, a una vera e propria “nuova tappa nella politica linguistica del paese, più ambiziosa che mai, per avanzare nella piena normalizzazione del catalano”.²⁵³

Lo stesso presidente sottolinea come l’importanza del settore audiovisivo in lingua catalana dovrebbe essere necessaria per rivalutare il suo ruolo come motore nel progresso dell’uso sociale della lingua e come motore di divulgazione della cultura catalana.

Tali investimenti hanno avuto molteplici destinazioni all’interno del settore: in primis la trasformazione digitale ovvero il miglioramento dei mezzi propri di comunicazione visiva del governo della Catalogna, in secundis sotto forma di aiuti alle produzioni audiovisive in catalano ed infine il supporto delle alleanze con le grandi piattaforme mondiali di streaming.²⁵⁴

Apprendo un focus sui finanziamenti diretti alle produzioni l’aumento negli ultimi anni è ancora più impressionante poiché si è passati dai 2,9 milioni nel 2019 ai 18,3 milioni nel 2022 ovvero un

²⁵²<https://web.gencat.cat/es/tramits/tramits-temes/Subvencions-per-al-desenvolupament-de-projectes-audiovisuals?category=73da721c-a82c-11e3-a972-000c29052e2c&moda=1>

²⁵³ Astrid Meseguer Barcelona, *La Generalitat impulsa el audiovisual en català y triplica desde 2020 las ayudas hasta los 32,6 millones*, La Vanguardia, 27/10/2023, <https://www.lavanguardia.com/cultura/20231027/9334017/generalitat-impulsa-audiovisual-catalan-triplica-ayudas-32-6-millones.html>

²⁵⁴ Ibidem

moltiplicatore pari a 6 nel giro di tre anni. Gli stanziamenti per le serie, sia web che televisive, sono quelli con un incremento maggiore essendo passati dai 600.000 euro del 2019 ai 7,5 milioni raggiunti nel 2022.²⁵⁵

Se i fondi stanziati dal governo regionale sono sempre più cospicui, essendo aumentati negli ultimi anni, la suddivisione dei finanziamenti a ciascun progetto audiovisivo differisce in base alla tipologia del progetto per cui si fa domanda. La Generalitat de Catalunya ha fatto una scelta diversa rispetto al Film Fund del Friuli Venezia Giulia ovvero suddividere l'intera dotazione stanziata in quantità limitate per dare la possibilità a più film o serie di accedere ai finanziamenti.

I finanziamenti previsti dal governo catalano differiscono in base al progetto richiedente e vengono ripartiti nelle seguenti modalità:

- Per i lungometraggi cinematografici di finzione, documentari, documentari per la televisione, serie e documentari o serie per il web di finzione la quantità di sovvenzione sarà al massimo del 60% della spesa prevista in fase di sviluppo del progetto dalla casa di produzione, con un limite massimo di 25.000 euro
- Per le serie televisive di finzione il finanziamento sarà pari a un massimo del 60% della spesa prevista dalla casa di produzione prima dell'inizio delle riprese con un limite massimo di 36.000 euro
- Per i lungometraggi cinematografici di animazione e le serie di animazione la finanziabilità sarà al massimo del 60% delle spese previste fino ad un massimo di 50.000 euro
- Nel caso di una coproduzione con altre case di produzione indipendenti si distribuirà l'importo degli aiuti tra le case coprodottrici in base alle spese previste da ciascuna delle richiedenti²⁵⁶

3.6 Il turismo in Catalogna oggi

Il turismo in Catalogna, settore economico che traina l'intera regione e che la consacra tra i leader in ambito mondiale con i suoi 18 milioni di turisti nel 2023 non accenna a calare neppure nell'anno in corso (2024). I dati che ci pervengono arrivano fino a maggio 2024 e mostrano un numero che riguarda gli arrivi in decisa crescita, superando i 7 milioni di turisti.

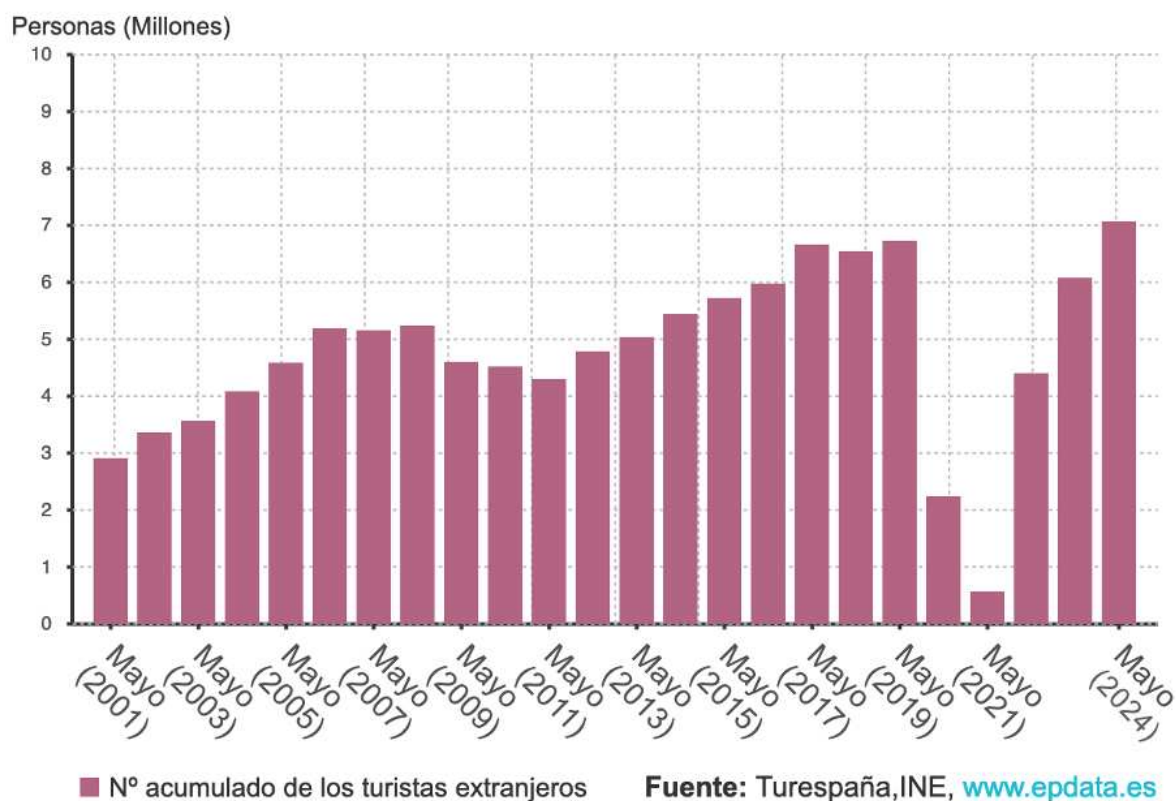
La regione catalana, osservando il grafico che riportiamo nella pagina successiva, ha quasi sempre mantenuto negli anni un trend positivo con una crescita costante di anno in anno. Ciò che però risalta maggiormente nel grafico è il vero e proprio boom avvenuto in seguito agli anni tragici per il settore turistico causati dalla pandemia. Si passa da maggio 2021 dove si superano di poco i 500.000 turisti,

²⁵⁵ Ibidem

²⁵⁶ <https://spainaudiovisualhub.mineco.gob.es/es/actualidad/subvenciones--proyectos-audiovisuales-de-cataluna>

a maggio 2022 con quasi 4 milioni e mezzo fino a maggio 2023 dove si superano i 6 milioni, una crescita esponenziale inarrestabile. Si stima dunque un 2024 da record per la regione autonoma che ha registrato solo nel mese di maggio arrivi per più di 2 milioni di persone e un'aspettativa ancora più florida di battere finalmente i dati pre pandemici entro la fine di quest'anno.²⁵⁷

Evolución del número de turistas extranjeros en Cataluña en lo que va de año



258

Questi dati molto positivi per l'economia della città di Barcellona in primis e per tutta la regione portano però con sé continue polemiche sulla sostenibilità del turismo a lungo termine e su quali decisioni intraprendere per limitarne gli effetti dannosi sugli abitanti e sull'ecosistema.

²⁵⁷ Albert Rigol, *Cataluña vive en mayo con más turistas y más gasto turístico de la historia*, ara, 03/07/2024, https://es.ara.cat/economia/cataluna-vive-mayo-turistas-gasto-turistico-historia_1_5078472.html

²⁵⁸ Evoluzione del numero di turisti stranieri in Catalogna <https://www.epdata.es/evolucion-numero-turistas-extranjeros-cada-comunidad-autonoma/f68217c9-62ab-4e1f-a48b-43b3996d85a9/cataluna/297>

Proprio nelle ultime settimane, in seguito alla scia di proteste registrate prima nelle Isole Canarie e poi diffuse nelle Isole Baleari, anche Barcellona è stata investita dai malumori degli abitanti che reclamano i propri spazi e una soluzione drastica al turismo di massa.²⁵⁹

Le principali problematiche messe in evidenza dai manifestanti riguardano proprio la massificazione del turismo, la sovrabbondanza di appartamenti in affitto ai turisti e l'inciviltà dilagante nelle zone più centrali della città di Barcellona.

Riguardo a tali problematiche alcune prime misure per limitare il turismo di massa e le conseguenze per la capitale catalana sono state annunciate dal Sindaco Jaume Collboni che ha comunicato l'aumento della tassa di soggiorno fino a 7,50 euro a persona, l'inizio di uno studio di fattibilità per ridurre il numero di crocieristi che ogni giorno sbarcano al porto di Barcellona e l'eliminazione di 10.000 appartamenti ad uso turistico.²⁶⁰ Tali misure vengono però interpretate dai manifestanti come scelte a lungo termine, dunque come dei semplici annunci politici che non portano a un risultato concreto visibile in poco tempo.

Il problema di Barcellona potrebbe essere sfruttato per promuovere altre città limitrofe, che grazie anche ai collegamenti che il trasporto pubblico catalano offre gioverebbero alla città alleggerendone così la pressione sui quartieri centrali.

3.7 Proposte cineturistiche in Catalogna

La Catalogna è sempre stata una terra che ha attratto grosse produzioni cinematografiche, e negli ultimi anni anche seriali, che l'hanno resa, di recente, un'importante meta cineturistica.²⁶¹

La prima esperienza in ambito cineturistico parte nel 2006 da un progetto universitario chiamato "Tourism Destination Placement" nato con l'obiettivo di fornire alle destinazioni degli strumenti adatti a sviluppare il loro marketing strategico e operativo in connessione con i film ivi realizzati.²⁶²

²⁵⁹ [s.a.], *Le proteste contro il turismo di massa a Barcellona*, in "Il Post", 8 luglio 2024, <https://www.ilpost.it/2024/07/08/proteste-turismo-massa-barcellona/>

²⁶⁰ Josep Catà Figuls, *Miles de personas se manifiestan en Barcelona contra el turismo masivo*, in "El País", 6 luglio 2024, <https://elpais.com/espana/catalunya/2024-07-06/miles-de-personas-se-manifiestan-en-barcelona-contra-el-turismo-masivo.html>

²⁶¹ Tra i film che spiccano per il successo avuto internazionalmente troviamo *Tutto su mia madre* (1999) di Pedro Almodòvar, *Profumo-Storia di un assassino* (2006) di Tom Tykwer, *Vicky Cristina Barcelona* (2008) di Woody Allen. Tra le serie tv *Il Trono di Spade* (2011-2019) di HBO Series e *Killing Eve* (2018-2022) di BBC America.

²⁶² Eugeni OsàCar, *Cineturismo2/Barcellona in 65 scene*, 30 giugno 2011, <https://www.cinemaevideo.it/cineturismo-2barcellona-in-65-scene>

Tale programma nacque con l'intento di elaborare nuove strategie di marketing per aiutare gli operatori turistici che sfruttando gli elementi peculiari delle proprie destinazioni avrebbero ora potuto associarli ai film e alle serie televisive per poterli utilizzare nei diversi prodotti turistico-culturali.

La collaborazione tra università CETT (centro universitario de referencia de Turismo, Hoteleria y Gastronomía) e l'ente di promozione di Barcellona "Turisme de Barcelona" ha reso possibile la creazione nel 2008 del sito Barcelona Movie Web. L'intento del portale è quello di riunire al suo interno delle proposte di percorsi tematici sui film girati a Barcellona chiamati "Barcelona Movie Walks".²⁶³

Gli itinerari offrono informazioni sul film in questione comprendendo una sinossi, una scheda tecnica, i principali premi vinti e una sezione intitolata "sapevi che" per arricchire il percorso con dettagli e aneddoti sulle riprese. Ogni percorso prevede una mappa con la localizzazione di alcune scene e gli attrattivi turistici connessi che si possono esplorare grazie alle informazioni che vengono fornite all'interno del portale.

All'interno del sito sono presenti sei itinerari, ognuno incentrato su un film o un regista diverso:

- La Barcellona di Woody Allen: percorso basato sul film *Vicky Cristina Barcelona* (Woody Allen) girato in città durante l'estate del 2007²⁶⁴
- La Barcellona di "Salvador": percorso basato sul film *Salvador-26 anni contro* (Manuel Hueriga) girato in città nel 2005;²⁶⁵
- La Barcellona di Pedro Almodòvar: basato sul film *Tutto su mia madre* (Pedro Almodòvar) girato a Barcellona nel 1998;²⁶⁶
- La Barcellona di "El Perfume": basato sul film *Profumo-Storia di un assassino* (Tom Tykwer) girato sia a Barcellona sia a Girona nel 2005;²⁶⁷
- La Barcellona degli Erasmus: basato sul film *L'appartamento spagnolo* (Cedric Klapisch) girato sia a Parigi sia a Barcellona nel 2001;²⁶⁸

²⁶³ Eva Martín-Fuentes, Jorge Nieto Ferrando, Estela Marine-Roig, Berta Ferrer-Rosell, *From Blockbuster to Neighbourhood Buster: The Effect of Films on Barcelona*, cit., pagina 6-7

²⁶⁴ <https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=6>

²⁶⁵ <https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=5>

²⁶⁶ <https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=1>

²⁶⁷ <https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=2>

²⁶⁸ <https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=4>

- La Barcellona di “Manuale d’Amore”: basato sul film *Manuale d’amore 2* (Giovanni Veronesi) girato a Roma e Barcellona nel 2006.²⁶⁹

Altro esempio dell’attaccamento della regione catalana al settore cineturistico è rappresentato dalla presentazione del libro “Catalonia Movie Walks” il 3 luglio 2014. Il libro è stato realizzato da Eugeni Osàcar, professore all’università catalana CETT-UB ovvero la scuola di Hotel Management e Turismo di Barcellona e pubblicato da Dieresis e dal Catalan Tourist Board.²⁷⁰

Si tratta di una vera e propria guida che descrive 300 location selezionate che permettono di creare dei percorsi tematici e delle escursioni per visitare diversi luoghi che hanno ospitato i set cinematografici e seriali in tutta la Catalogna. Il volume offre diversi tipi di contenuti tra cui 11 mappe che possono essere visualizzate anche tramite smartphone grazie ai codici qr scansionabili direttamente dalle pagine del libro, 150 fotografie con delle informazioni di carattere storico sui siti in questione e alcune sezioni sui film e le serie tv riprese in tali location.²⁷¹

L’obiettivo della Catalunya Film Commission e della Barcelona Film Commission, che hanno collaborato nella realizzazione della guida è quello di illustrare e descrivere, all’interno di un libro cineturistico, la relazione tra il territorio e il cinema, mettendo in evidenza la connessione tra la regione catalana e la settima arte.

Il libro è stato pubblicato in catalano con il titolo *Catalunya de pel·lícula* ma è stata voluta fortemente un’edizione in lingua inglese per raggiungere, quanto più possibile, un pubblico internazionale e promuovere e mostrare anche al pubblico oltreoceano come i monumenti da loro visitati o che visiteranno hanno avuto un ruolo importante all’interno di un film o una serie tv.

3.7.1 Girona e il cineturismo

Se la città di Barcellona ha sempre avuto un forte collegamento con le grandi produzioni cinematografiche che l’hanno pubblicizzata fortemente grazie anche a delle pratiche di *naming placement* come nel caso del film di Woody Allen, la città di Girona, situata a circa un’ora a nord di Barcellona ha avuto negli ultimi anni un vero e proprio boom nell’ambito cineturistico, in rapporto soprattutto alle dimensioni ridotte della cittadina. Tale successo è dovuto principalmente alla visibilità che ha dato a Girona e al suo centro storico medievale la produzione della serie tv “Il Trono di Spade”

²⁶⁹ <https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=3>

²⁷⁰ <https://web.ub.edu/en/web/actualitat/w/catalonia-movie-walks-the-first-tourist-guide-of-catalonia-to-discover-locations-in-which-films-were-shot>

²⁷¹ <https://www.bcncatfilmcommission.com/en/news/catalonia-movie-walksa-guide-creentourism>

(in catalano Jocs de Tronos) che ha effettuato alcune riprese della sesta stagione in città.²⁷² Le puntate, partendo dalle riprese in alcuni dei luoghi più peculiari all'interno della cittadina catalana, vengono realizzate tramite la modifica in digitale delle immagini che crea una sovrapposizione dunque di paesaggi artificiali a partire da luoghi reali. Sono proprio questi spazi autentici che ispirano i paesaggi fantastici che attraggono turisti in seguito alla visione delle puntate della serie.²⁷³

Facendo un salto indietro per analizzare le prime iniziative cineturistiche presenti in città è necessario citare la creazione della pagina web Pedres de Girona. Nata nel 2006 e promossa anche dalla direzione generale del patrimonio culturale catalano nasce con l'intento di promuovere Girona all'interno di diverse tematiche culturali attraverso l'utilizzo di immagini.

Il sito è diviso in nove sezioni tra cui “Una ciutat de cine” (una città cinematografica); purtroppo la sezione non presenta aggiornamenti recenti e il suo database si ferma al 2014 però è importante per mostrare come già a inizio anni 2000 la città di Girona avesse colto le potenzialità del primo movie tour e della relativa movie map lanciata sul mercato nel 1996 dalla British Tourism Authority (BTA).²⁷⁴

Le sotto sezioni presenti all'interno di “Una ciutat de cine” riuniscono diversi argomenti come le location utilizzate, i paesi nei dintorni di Girona, i film ripresi in città, il museo del Cinema, gli eventi cinematografici e un focus sui cineasti di Girona.

Tale portale potrebbe essere sfruttato, aggiornato graficamente e implementato con le produzioni più recenti e le mostre in ambito cinematografico realizzate negli spazi espositivi cittadini anche alla luce del successo internazionale che avuto la serie Game of Thrones e la visibilità che ha avuto Girona per i fan della serie. Tra le mostre più riuscite spicca “Girona Platò” allestita nello spazio espositivo di Casa Pastors nel 2016, che ha offerto un esauriente percorso attraverso i diversi ruoli interpretati dalla città in produzioni nazionali, statali e internazionali. Vi sono raccolte centinaia di fotografie, manifesti, scenografie e costumi originali tra cui quelli della serie *Game of Thrones*, la quale ha avuto un ruolo importante all'interno della mostra alla luce del successo ottenuto internazionalmente.²⁷⁵

²⁷² Alvaro Onieva, *Girona aparece por primera vez en 'Juego de Tronos'*, Fotogramas, 09/03/2016, <https://www.fotogramas.es/series-tv-noticias/a14104029/girona-aparece-por-primera-vez-en-juego-de-tronos/>

²⁷³ Iliá Alvarado Sizzo, Everaldo Batista da Costa, Luis Alfonso Escudero Gòmes, *Cine, turismo y territorio. Aporte iberoamericanos*, Instituto de Geografía UNAM, Coyoacán, 2023, pagina 19

²⁷⁴ Valentina Della Corte, Giovanna del Gaudio, Alessandra Iavazzi, *Il cineturismo: da location virtuale a location reale*, Aracne editrice, 2012, pagina 151, https://www.researchgate.net/publication/259501531_Il_cineturismo_da_location_virtuale_a_location_reale

²⁷⁵ [s.a.], *'Girona platò', la ciutat com a escenari de rodages per a films i sèries*, in El Geriò digital, 16/06/2016,

La città ha infatti avuto ampio risalto all'interno della sesta stagione apparendo in quasi tutti gli episodi e presentando al pubblico uno degli edifici più iconici della serie ovvero il Grand Tempio di Baelor, luogo sacro della capitale di Ponente dove migliaia di fedeli professano la loro fede. Per la rappresentazione di tale edificio venne selezionata la Cattedrale di Girona che con la sua maestosa scalinata mette in risalto la facciata barocca. L'eco mediatico è stato avvertito anche oltreoceano tanto da portare il New York Post a dedicare un articolo alla città di Girona dal titolo "Game of Thrones puts this Spanish city on the map".²⁷⁶ A mettere però in guardia dalla potenziale arma a doppio taglio è il professore di Storia del Cinema e critico cinematografico Angel Quintana il quale sottolinea da un lato l'importanza delle riprese di una serie del calibro di *Game of Thrones* ma dall'altro sottolinea i rischi di affidarsi a una casa di produzione come HBO, la quale ha come obiettivo quello di utilizzare diversi luoghi per promuovere il prodotto seriale e venderlo. Approdo del Re, la capitale dei Sette Regni, ha avuto molteplici location di ripresa lungo tutta la serie e Girona lo è stato solo per una stagione non facendolo diventare un luogo di culto ma solo un luogo di promozione temporanea da parte di una casa di produzione.²⁷⁷

All'interno della città sono stato utilizzati altri luoghi simbolo come la calle Obispo Josep Cartana e la sua scalinata scenografica, la Plaza dels Jurats dove venne realizzato il teatro di Braavos e il Paseo del Rey Fernando el Catòlico nella città vecchia che ha dato vita al mercato di Braavos.²⁷⁸ Troviamo inoltre i Bagni di Braavos ricreati all'interno dei Bagni Arabi di Girona, bene culturale di interesse nazionale datato a fine XII secolo, il mercato replicato nuovamente sulla Pujada de Sant Domenec, iconica scalinata della città e infine la Biblioteca di Antigua ricreata all'interno del monastero di Sant Pere de Galligants.²⁷⁹

Oltre alla città di Girona altre location in tutto il territorio della penisola spagnola sono state interessate dalle riprese della serie.

<https://www.gerio.cat/noticia/237679/girona-plato-la-ciutat-com-a-escenari-de-rodages-per-a-films-i-series-des-de-joc-de-trons>

²⁷⁶ Jennifer Ceaser, 'Game of Thrones' puts this Spanish city on the map, in New York Post, 19/04/2016,

<https://nypost.com/2016/04/19/game-of-thrones-puts-this-spanish-city-on-the-map/>

²⁷⁷ Pere Parramon, Xavier Medina, *Son las grandes producciones televisivas un atractivo turístico de base cultural? Percepción en relación con el caso de Juego de Tronos en Girona*, International Journal of Scientific Management and Tourism, 2017, pagina 413

²⁷⁸

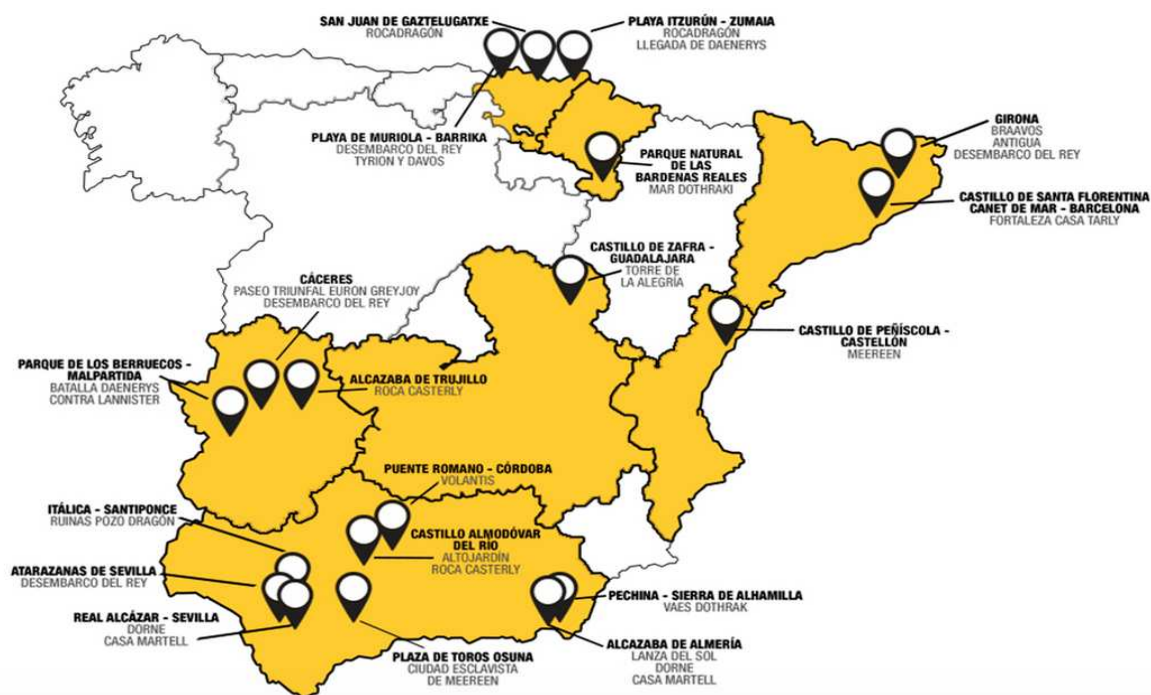
https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/194532/TFG_2020_Di%cc%81azRuiz_Adria%cc%81n.pdf?sequence=1&isAllowed=y

²⁷⁹ <https://hotelsultonigirona.com/es/ruta-localizaciones-juego-de-tronos-gerona/>

Di seguito possiamo vedere la distribuzione delle location sul territorio spagnolo attraverso una mappa realizzata dal portale spagnolo “Sensacine”²⁸⁰, strumento che purtroppo non è stato sfruttato dal governo locale della città di Girona come punto di partenza per valorizzare la città a seguito delle riprese della serie.



GAME OF THRONES



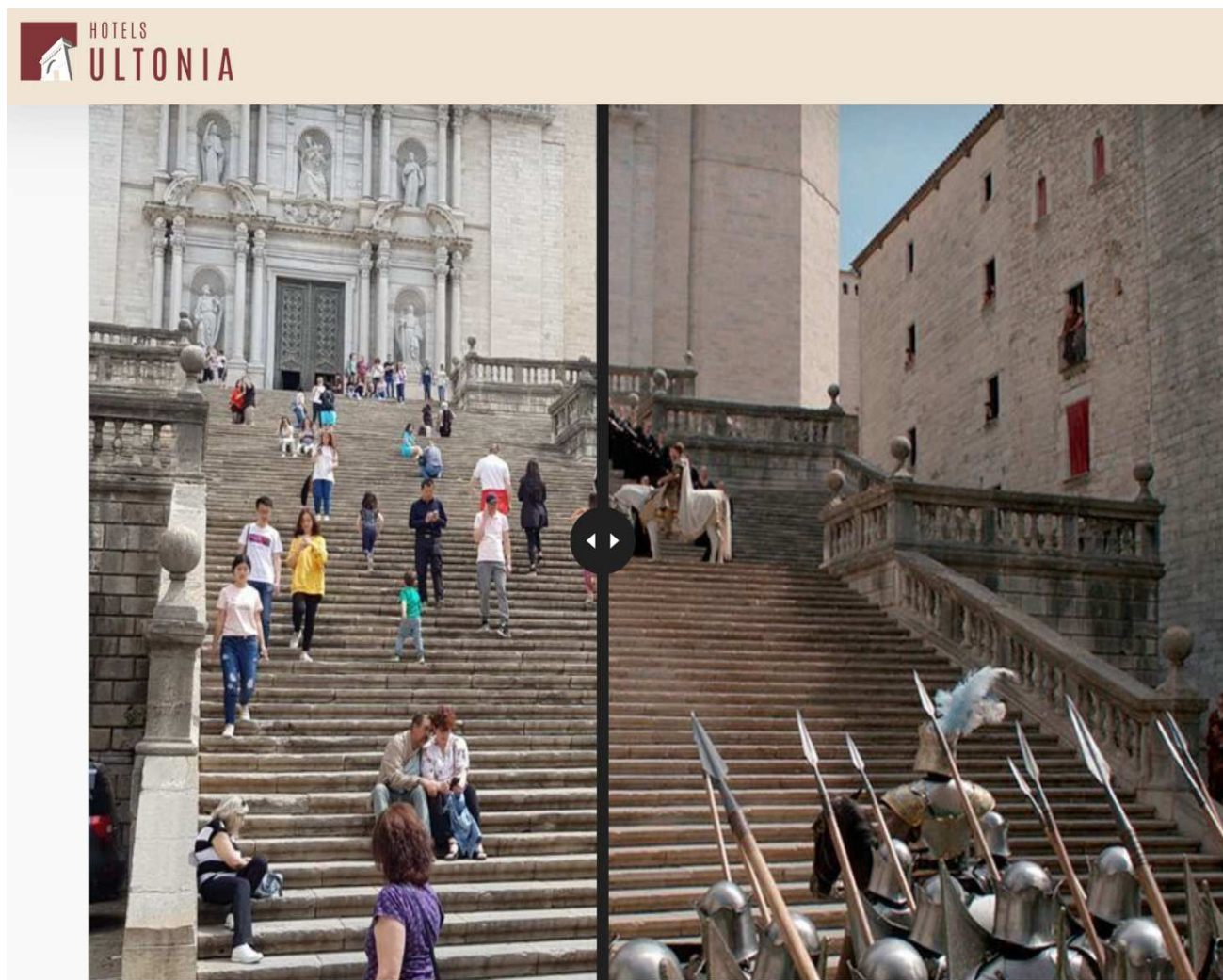
281

Un progetto molto interessante realizzato dall’Hotel Ultonia di Girona per tematizzare il soggiorno dei propri ospiti grazie all’uscita di Game of Thrones è la creazione di una sezione all’interno del

²⁸⁰ <https://www.sensacine.com/>, Portale cinematografico web in spagnolo più letto al mondo

²⁸¹ <https://www.sensacine.com/noticias/series/noticia-18576624/>

proprio sito ufficiale che funge da guida per i fan e i turisti in visita nella città. La sezione dal titolo “Ruta i localitzacions de Joc de Tronos a Girona” ovvero “Percorso e location del Trono di Spade a Girona” racconta le location principali all’interno della città con una breve descrizione dei fatti principali accaduti in quel luogo durante la serie e sotto le immagini reali e le immagini delle riprese posizionate sullo stesso e che possono essere trascinate escludendo o l’una o l’altra per mettere in luce eventuali effetti speciali e differenze con la realtà.



282

Alla fine delle 10 location scelte per questa guida, l’hotel catalano propone ai clienti un pacchetto tematico chiamato “Pack Joc de Trons” che include una notte per due persone, una visita guidata per scoprire tutte le location di Girona dove è stata girata la serie e il cocktail esclusivo Targaryen (nome

282 <https://hotelsultonagiirona.com/ca/ruta-localitzacions-game-of-thrones-girona/#pack>

di una casata nobiliare presente all'interno della serie) da gustare sulla terrazza dell'hotel con vista sulla celeberrima cattedrale, luogo simbolo delle puntate girate in città.²⁸³

Anche il sito ufficiale dell'Ente del Turismo della Catalogna, tradotto interamente anche in lingua italiana, ha riservato una sezione ai film e alle serie tv ambientate all'interno della regione soffermandosi in uno dei paragrafi sulla serie Game of Thrones.²⁸⁴

L'ente punta sulla promozione di una vacanza catalana "all'insegna della macchina da presa" elencando le varie location della città di Girona in cui vi sono state delle riprese della serie tv prodotta da HBO e rimanda a una sezione del sito con una guida più dettagliata di altri luoghi simbolo della cittadina catalana.²⁸⁵

Una delle principali attrazioni in ambito cineturistico all'interno della città di Girona è rappresentata dalla presenza di uno dei pochi musei con una sezione sul pre-cinema d'europa il Museu del Cinema-Collecció Tomàs Mallol. Il museo nasce nel 1994 a seguito dell'acquisizione della collezione Tomàs Mallol che comprende oggetti cinematografici e pre-cinematografici da parte del comune di Girona. Venne inaugurato nel 1998 diventando all'epoca il primo museo dell'intera penisola spagnola che si occupava di questa tematica. Si tratta di una istituzione permanente senza scopo di lucro aperta al pubblico con lo scopo di diventare uno spazio di partecipazione scientifica, culturale e ludica dei cittadini. La sua missione è quella di favorire la comprensione e la conoscenza della storia dell'immagine in movimento e del cinema attraverso la conservazione, l'investigazione e l'esposizione permanente della collezione originaria.

La direzione punta, inoltre, alla conversione dello spazio in un centro interattivo nell'ambito del mondo dei musei del cinema, attraverso una programmazione di attività e servizi diretti a un pubblico sempre più ampio.²⁸⁶

Infine, pur non essendo presenti nelle vie del centro cittadino di Girona delle mappe ad hoc per i cineturisti desiderosi di vedere con i propri occhi come sono state trasformate le location all'interno della serie Game of Thrones, esistono vari tour operator privati (come lo stesso a cui si appoggia l'Hotel Ultonia) che organizzano visite guidate nei punti iconici della città che ritroviamo nella sesta stagione di GOT.²⁸⁷

²⁸³ Ibidem

²⁸⁴ <https://www.catalunyaexperience.it/film-e-serie-tv-ambientate-a-barcellona-e-in-catalunya/>

²⁸⁵ <https://www.catalunyaexperience.it/girona/>

²⁸⁶ https://museudelcinema.girona.cat/esp/museu_missio.php

²⁸⁷ Abbreviazione di Game of Thrones

Il principale tour operator che organizza walking tour in varie città in cui si sono svolte le riprese della serie è “Game of Thrones Tours” che opera indipendentemente dalla casa di produzione HBO, anche se il suo nome potrebbe trarre in inganno, e ha sede a Belfast.²⁸⁸ Il suo sito propone un tour guidato a piedi attraverso la parte storica della città con una guida che attraverso un Ipad sarà in grado di mostrare come appariva nella serie il luogo in cui il turista si trova in quel preciso momento.²⁸⁹ Molto utile per i fan è la creazione da parte del sito Girona Free Tour²⁹⁰ di una mappa online liberamente scaricabile all’interno del sito. Questo strumento cineturistico permette da un lato di seguire un tour a pagamento dedicato alla serie con una guida privata, dall’altro di visitare la città e i suoi luoghi iconici in autonomia avendo la possibilità di capire lo stesso il significato di tali location e quale aspetto avessero all’interno della serie grazie alle fotografie inserite all’interno della guida.²⁹¹

²⁸⁸ <https://gameofthronestours.com/girona-walking-tour/>

²⁸⁹ <https://www.gironaexperience.com/en/girona-experience-tours/girona-game-of-thrones-walking-tour-afternoon-300pm>

²⁹⁰ Tour operator privato che beneficia del patrocinio del Ente per il turismo della Costa Brava-Girona e il sostegno dell’Unione Europea e della Generalitat de Catalunya, <https://gironafreetour.com/en/>

²⁹¹ <https://gironafreetour.com/en/game-of-thrones/>

GIRONA & GAME OF THRONES

Created by Girona Free Tour

SELF-GUIDED TOUR

together with Girona Explorers



1. Cathedral and around



The Cathedral was the **Great Sept of Baelor**, where **Margaery Tyrell's** walk of atonement was to take place before the Lannister Army, with **Jamie Lannister** leading it, tried to stop it.

2. Pujada de Sant Domènec



Young **Arya Stark** is chased by the **Waif** through several of the streets of the Barri Vell. Here, **Arya** jumps from a building into a market right on top of the stairs, and falls rolling down.

Arya Stark buys, here, a passage to sail out of **Braavos**. Also in the market, and inside the Baths, **Arya** runs from the **Waif** after falling into the river, hurt on the bridge while escaping from her.



5. Arab Baths

3. Claveria, Escola Pia and Sant Llorenç



Around these streets we see **Arya Stark** again escaping from the **Waif**, who found her in a house healing from the wounds of their last fight, and starts chasing her again.

6. Plaça dels Jurats and the Galligants

In the square, **Arya Stark** sees a theatre play of how **King Joffrey** dies, poisoned. On the bridge over the Galligants river the **Waif**, disguised as an old lady, stabs **Arya**, who falls into the river.



4. Behind the Cathedral



Arya Stark is blind and begging for money while she's training to become a faceless woman. The **Waif** pays several visits and fights her with a stick, just like **Jaqen H'ghar** does afterwards.

7. Monastery of Sant Pere de Galligants

Samwell Tarly arrives, after a trip to **Oldtown** with **Eli** and their son, to the **Citadel Grand Library**, in order to become the maester at **Castle Black**. The cloyster is shortly seen also in **King's Landing**.



King's Landing is 1 7
Braavos is 2 3 4 5 6
Oldtown is 7



Want more? Come join our **Legends and Game of Thrones Free Tour** and dive into the Seven Kingdoms, hear stories of the filming and legends of Girona, and walk through magic places. More info:

gironafreetour.com

gironaexplorers.com



4. Confronto tra Catalogna e Friuli Venezia Giulia

Nell'ultimo capitolo di questo elaborato, che funge da conclusione, andremo a ricapitolare il posizionamento all'interno del mercato cineturistico nazionale e internazionale delle due regioni che abbiamo analizzato nei capitoli precedenti, il Friuli Venezia Giulia e la Catalogna, per evidenziare le differenze che sussistono tra i due casi studio e quali potrebbero essere le migliorie da adottare alla luce del crescente problema dell'overtourism in varie realtà europee.

4.1 Catalogna e le città promosse come mete cineturistiche

Nel terzo capitolo abbiamo visto come la realtà catalana sia abbastanza frammentaria per quanto riguarda l'interesse cineturistico internazionale. Sicuramente la presenza ingombrante di Barcellona non è di aiuto, catalizzando, anche senza delle campagne di marketing turistico dedicate, l'attenzione della stragrande maggioranza dei turisti che desiderano visitare lo stato iberico (forse addirittura maggiore rispetto a Madrid).

La capitale catalana dispone sia di un aeroporto internazionale (il secondo più trafficato di Spagna dopo Madrid) sia di un porto turistico dove attraccano ogni giorno enormi navi da crociera dalle quali sbarcano migliaia di crocieristi che letteralmente invadono le viuzze della città vecchia.

Il crescente problema dell'*overtourism* all'interno di Barcellona è stato fortemente incrementato, oltre che dai turisti mordi e fuggi delle crociere, dalla diffusione a macchia d'olio di appartamenti adibiti a locazioni turistiche per affitti brevi in seguito alla comparsa di Airbnb.

Tale problematica dell'*overtourism* ha visto negli ultimi anni un aggravamento della situazione ma il fenomeno a livello globale non è così recente perché fin dagli anni '60 del Novecento diversi autori l'hanno definito come l'arrivo di turisti in una località superiore alle capacità effettive di tale destinazione.²⁹³

Tutti questi elementi evidenziano come Barcellona sia una città talmente tanto popolare nel mercato turistico mondiale che non abbia particolari necessità di promozione anche in ambito cine turistico e anzi, il governo catalano con il suo ente del turismo possa sfruttare la concentrazione turistica nella capitale per indirizzare tali flussi verso mete meno conosciute ma che hanno comunque avuto un ruolo all'interno di opere cinematografiche e seriali di stampo nazionale e internazionale. Sono gli stessi residenti che richiedono tali pratiche di separazione dei flussi turistici nelle zone più centrali

²⁹³ Eva Martín-Fuentes, Jorge Nieto Ferrando, Estela Marine-Roig, Berta Ferrer-Rosell, *From Blockbuster to Neighbourhood Buster: The Effect of Films on Barcelona*, in "Sustainability", 15 marzo 2020, pagina 1

essendo stata la città di Barcellona oggetto di recenti episodi di turismofobia o anti-turismo ovvero “il comportamento attivo di rifiuto dei turisti” portando a dei veri e propri scontri.²⁹⁴

D’altro canto, però, tale strategia di indirizzare i turisti verso zone meno frequentate può essere una tecnica vincente anche all’interno della stessa città di Barcellona che data la sua enorme estensione presenta ancora oggi zone molto affollate e zone con ampi margini di crescita in ambito turistico.

Una tipologia latente di *undertourism* interno, definito come una forma di turismo che comprenda la visita a destinazioni emergenti o meno frequentate come alternativa ai posti sovraffollati, può essere esplicitata anche grazie alle guide create dallo stesso sito della città catalana e dal suo ente per il turismo.²⁹⁵

Nel sito del comune di Barcellona è stata riservata una sezione dove è stata creata una guida dedicata ai luoghi simbolo che si possono ritrovare all’interno dei film che hanno visto la città come protagonista.

Si pubblicizzano diverse zone che concorrono a creare un itinerario in 5 tappe, ognuna fa riferimento ad un regista o ad un attore e vengono messe in connessione da una mappa interattiva all’interno del sito.²⁹⁶ Alcune delle tappe comprendono delle zone al di fuori dei canonici itinerari del turismo mordi e fuggi, dando il la ad una esplorazione della città anche nelle zone meno turistiche.

Il sito ufficiale dell’Ente del Turismo della Catalunya invece ha realizzato un articolo dal titolo “Film e serie tv ambientate a Barcellona e in Catalunya” dove si raccolgono alcune delle location che hanno visto in moltissimi film e serie tv il territorio della regione catalana quale protagonista.

In questa breve guida si cerca di incentivare i futuri turisti a realizzare una vacanza catalana “all’insegna della macchina da presa” mostrando come alcuni film sembrano ambientati in luoghi totalmente distanti dalla Catalogna ma in realtà i suoi territori durante le riprese hanno avuto un ruolo di fondamentale importanza.²⁹⁷

Si parte dalla città di Girona, protagonista, assieme ad altre località della Spagna, delle riprese della quinta stagione della serie della BBC *Game of Thrones* (HBO, 2011-2019) e si prosegue con un’altra serie tv che ha avuto un grande successo ovvero *Killing Eve* (BBC America, 2018-2022) che durante la terza stagione ha visto alcuni edifici modernisti di Barcellona come protagonisti.

²⁹⁴ Stéphane Bourliataux-Lajoinie, Frederic Dosquet, Josep Lluís del Olmo Arriaga, *The dark side of digital technology to overtourism: the case of Barcelona*. Worldwide Hospitality Tourism Themes, 2019, pagina 583

²⁹⁵ Giovanni Ruggieri, Patrizia Calò, Koulla Orthodoxou, *Overtourism and undertourism: ICT in Island development policy*, in *Island studies Journal*, pagina 91

²⁹⁶ <https://www.meet.barcelona/en/visit-and-love-it/film-sets>

²⁹⁷ <https://www.catalunyaexperience.it/film-e-serie-tv-ambientate-a-barcellona-e-in-catalunya/>

Ci si sposta poi più a nord poiché grazie alla serie tv fantascientifica *Westworld* (HBO, 2016-2022) durante la terza stagione è stata utilizzata per le riprese la cittadina medievale di Besalù che ha rappresentato un borgo italiano durante l'occupazione nazista nella Seconda Guerra Mondiale.

Non solo i territori oggetto di riprese hanno rilevanza all'interno di questa guida ma anche le aziende catalane che hanno contribuito a realizzare oggetti di scena per le serie tv più famose degli ultimi anni: è il caso della Rechapados Ferrer, ditta situata a La Garriga, un piccolo paese che dagli anni '60 produce scacchiere ed è stata incaricata di realizzarne la quasi totalità di quelle apparse durante la serie televisiva *La Regina degli Scacchi* (Netflix, 2020)".

Infine, una menzione speciale non poteva mancare ai due film più famosi girati in Catalogna ovvero *Vicky Cristina Barcelona* di Woody Allen (2008) e *Profumo: Storia di un assassino* di Tom Tywker (2006).

Il primo, lo capiamo dal titolo, mette in luce i luoghi più famosi della città seguendo le avventure di due turiste americane e suo malgrado ha contribuito anche in parte a rendere così affollate queste attrazioni ogni giorno.

Il secondo sceglie appositamente dei luoghi della Barcellona medievale come la Cattedrale e il Labirinto d'Horta e riprende alcune scene anche a Girona poiché l'intento del film è quello di rappresentare la Parigi del 18' secolo.

Per quanto riguarda il sito della Catalunya Film Commission, come abbiamo visto nel capitolo precedente, esiste una sezione che riassume tutte le principali location, fra le quali le produzioni audiovisive possono scegliere quella che più fa al caso loro.²⁹⁸

Non vengono però realizzate attività in collaborazione con associazioni o con l'Ente del Turismo Catalano per promuovere in maniera più consistente le destinazioni più o meno nascoste che hanno ospitato le produzioni del settore audiovisivo negli ultimi anni. Questa scarsa collaborazione rappresenta un fenomeno sempre più diffuso non solo in Catalogna, e che vede nel Friuli Venezia Giulia un raro esempio di cooperazione realmente funzionante.

Emerge da questo breve riassunto, che evidenzia come venga promosso il cine turismo da parte della regione catalana, come vi siano ampi margini di crescita in questa branca del settore turistico soprattutto alla luce delle importanti produzioni che hanno scelto il territorio catalano per realizzare opere di fama internazionale che potrebbero attrarre e interessare molti turisti da tutto il mondo.

4.2 Friuli Venezia Giulia e le città promosse come mete cineturistiche

²⁹⁸ <https://www.bcncatfilmcommission.com/en/locations>

Realtà totalmente diversa quella del Friuli Venezia Giulia che abbiamo avuto modo di esplorare all'interno del secondo capitolo di questa tesi.

La regione nordorientale italiana, pur disponendo di un territorio di limitata estensione e non avendo la stessa notorietà nazionale e internazionale rispetto ad altre zone del nostro Paese, può vantare però una proficua collaborazione tra Film Commission ed ente di promozione turistica.

Cooperare tra diverse associazioni è importante poiché si riesce, nell'ambito cineturistico, a sfruttare il lavoro di equipe per attrarre sul territorio le produzioni (grazie anche a strumenti quali il Film Fund e i servizi gratuiti che la Film Commission friulana offre) e utilizzare, come mezzo di promozione turistica e culturale, i prodotti audiovisivi creati dalle stesse produzioni.

All'interno della regione la città che è stata più interessata da produzioni cinematografiche e seriali e di conseguenza è stata utilizzata per creare itinerari cineturistici valorizzandone le location è il capoluogo Trieste.

L'esempio più lampante proviene dalle passeggiate cinematografiche, organizzate per la prima volta nel 2012 dall'Associazione Casa del Cinema di Trieste all'interno del progetto Esterno/Giorno, che offrono degli itinerari tematici che permettono, grazie ad una guida, di esplorare i luoghi triestini e dei dintorni, resi famosi da film e serie televisive come *La Porta Rossa*, che dopo la sua uscita nel 2017 e il boom di pubblico, ha portato cineturisti da tutta Italia a raggiungere Trieste.²⁹⁹

I turisti hanno la possibilità così di scegliere l'itinerario dedicato alla serie o al film che più li ha appassionati, sfruttare la presenza di guide turistiche, giornalisti e aiuto registi che hanno avuto un contatto con le produzioni friul-giuliane ed esplorare non solo la città di Trieste ma anche altri luoghi della regione come l'hinterland triestino, i piccoli borghi in provincia di Udine e anche luoghi periferici tutti da scoprire.

Durante le visite attraverso le passeggiate cinematografiche si associa anche la componente tecnologica con l'inserimento di visori per la realtà aumentata che ricreano delle sequenze dei film e delle serie tv, permettono l'accesso a zone normalmente off-limits ma che hanno ospitato parte delle riprese e vedere clip inedite degli attori che raccontano delle curiosità sulla serie o sul film.

²⁹⁹ Francesca De Liberato, *Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia*, cit., pagina 162



300

Infine, è stato creato un sito dedicato che raccoglie oltre 500 location in tutto il Friuli Venezia Giulia permettendo così ai cineturisti di poter decidere quale zona visitare in base ai territori presenti in tutte e quattro le province che hanno avuto un ruolo rilevante e hanno reso famosa la regione all'interno di film e serie tv.

Sono proposti anche degli itinerari già “pronti all'uso” (come il già citato “Esterno/Giorno” e le sue passeggiate ma anche dedicati ai “Luoghi del cinema in bicicletta” o a “La Grande Guerra”).

Il portale affrontando diverse tematiche, alcune delle quali citate qui sopra, permette di visitare diverse zone della regione associate a produzioni audiovisive più o meno recenti che possono essere così esse stesse scoperte o riscoperte in seguito alla visita delle sue location.³⁰¹

³⁰⁰ <https://www.triesteallnews.it/2018/04/tornano-le-passeggiate-cinematografiche-esternogiorno-con-la-casa-del-cinema/>

³⁰¹ <https://www.cineturismofvg.com/elenco-itinerari-speciali-2/>

4.3 Alcune differenze tra le due Regioni

In seguito all'analisi dei due casi studio in questo elaborato, che hanno concorso nel delineare il loro collocamento all'interno del mercato delle location audiovisive e definire a che stadio di sviluppo sia il cineturismo in ogni singola Regione, provvediamo ora, arrivati quasi alla conclusione, ad evidenziare le principali differenze emerse nel confronto fra Friuli Venezia Giulia e Catalogna.

Innanzitutto la lingua rappresenta un elemento di discrepanza tra le due realtà analizzate: il Friulano, lingua parlata principalmente nella parte più settentrionale della Regione e di recente ritornata ad essere lingua opzionale per gli studenti della Scuola Primaria di tutta la Regione è stata inserita dall'Italia tra le 12 lingue minoritarie tutelate dallo Stato ma, salvo alcuni esempi minori, non ha mai avuto particolare rilevanza all'interno della cinematografia friulana.

D'altro canto, invece il Catalano è lingua ufficiale in Andorra, in Catalogna (assieme a spagnolo e occitano), in Comunità Valenciana e alle Isole Baleari, e ha ampio risalto sia nelle produzioni cinematografiche sia grazie alla costituzione di premi cinematografici ad hoc (come il premio Gaudi) volti a mettere in luce i film più importanti dell'anno prodotti in lingua catalana. Lo stesso governo Sanchez ha sottoscritto un accordo con le piattaforme di streaming Netflix e Hbo affinché offrano almeno il 6% dei loro contenuti in catalano, basco e galiziano ovvero le tre lingue co-ufficiali dello Stato.³⁰²

Spostandoci sul lato dei finanziamenti le differenze che emergono sono molto importanti poiché vi è una concezione completamente diversa tra il Friuli Venezia Giulia e la Comunità di Catalogna.

Va considerata, inoltre, la differenza di contesto in cui si trovano le due Regioni, che seppur essendo sulla carta entrambe "autonome" godono di benefici diversi e hanno un'origine altrettanto diversa. In Italia le Regioni a Statuto Speciale sono 5 mentre in Spagna, dove le regioni assumono il nome di Comunidades, tutte e 17 sono autonome.

Le differenze però tra le due tipologie di autonomie sono da ricercarsi all'interno dello Stato di appartenenza:

- nel caso italiano, è stato il primo governo democratico che, successivamente alla Seconda Guerra Mondiale, con la firma della Costituzione, ha stabilito quali potessero essere le regioni autonome in Italia (per motivazioni quali il rispetto dei trattati internazionali, la protezione di minoranze linguistiche, la risposta a minacce secessionistiche e l'insularità)

³⁰² [s.a.], *Film Netflix in Spagna anche in catalano: la mossa di Sanchez per il sì degli indipendentisti alla Manovra*, il Messaggero, 25 novembre 2021, https://www.ilmessaggero.it/mondo/netflix_film_catalano_sanchez_premier_accordo_manovra_oggi_25_novembre_2021-6345073.html

- nel caso spagnolo invece, dopo la morte di Franco, la fine della dittatura e le prime elezioni democratiche nel 1977, non è lo Stato ad indicare quali siano le regioni in cui esso si deve suddividere, ma si limita a contemplare tale procedimento di accesso, volontario, all'autonomia politica, previa organizzazione in Comunità autonome e a definire le competenze che in seguito alla costituzione le stesse potranno esercitare.

La differenza principale, che distingue la regione catalana da quella friul-giuliana, sul piano dei finanziamenti, è che la Catalogna si basa principalmente sul promuovere l'industria audiovisiva interna per la sua fase di sviluppo (principalmente le produzioni catalane) più che l'indotto economico strettamente legato all'arrivo di truppe esterne o la promozione turistica in ambito cineturistico. La situazione nella regione italiana è all'opposto in quanto il Friuli Venezia Giulia prevede lo stanziamento sia di fondi dedicati alle produzioni locali, sia di fondi per la fase di produzione aperti anche alle produzioni esterne.

Altra differenza importante da sottolineare è il numero di Film Commission e Film Office presenti all'interno di ciascuna regione.

In Friuli Venezia Giulia troviamo una sola Film Commission che rappresenta e promuove tutto il territorio regionale. In Catalogna oltre alla Catalunya Film Commission che rappresenta ben 230 comuni esistono altre film commission a livello comarcale come la Maresme Film Commission (che copre 25 comuni), la Film Clúster Costa Barcelona-Film commission Gran Penedés (che rappresenta 19 comuni) e la Cerdanya Film Commission (17 comuni sotto il suo controllo).

A livello locale invece troviamo sia delle Film Commission come la Barcelona Film Commission e la Torroella de Montgrí i l'Estartit Film Commission e molti sportelli cinema: Girona Film Office, Lérida Film Office, Tarragona Film Office, Terrassa Film Office, El Prat de Llobregat Film Office, Calella Film Office, Lloret Film Office e Sort Film Office.³⁰³

Appare molto chiaro come la diffusione di vari enti in modo così capillare permetta una divisione dei compiti più equa ma crei anche una sorta di spaesamento nelle produzioni intenzionate a scegliere la Catalogna per le riprese per la mancanza di un controllo centrale unico e univoco. Va altresì evidenziata la notevole differenza in termini di estensione delle due regioni: la Catalogna con i suoi 32.000 chilometri quadrati è quattro volte più grande del Friuli Venezia Giulia. Risulta evidente come, pur avendo al loro interno una compresenza molto variegata di mare, pianura, collina e montagna, la gestione e la suddivisione del territorio tra le Film Commission debba essere affrontata in modo

³⁰³ Isabel Sarabia Andúgar, Josefina Sánchez Martínez, *Film Commission y Film Office como agentes consolidados de la industria en el marco del desarrollo del Hub Audiovisual en España*, cit., pagina 320, <https://doi.org/10.1387/zer.23532>

totalmente diverso e la capillarità presente in Catalogna, alla luce delle sue dimensioni, possa essere necessaria per una suddivisione equa del lavoro da svolgere.

Per quanto riguarda le iniziative cineturistiche, pur essendo la Catalogna un territorio che ha ospitato e continua ad ospitare moltissime produzioni di caratura internazionale, e beneficiando dell'attrazione che esercita la città di Barcellona a livello turistico, rispetto al Friuli Venezia Giulia è un po' arretrata in merito alla creazione di progetti volti a promuovere le location utilizzate durante le produzioni audiovisive.³⁰⁴ Questo potrebbe essere il sintomo di una scelta consapevole da parte dell'ente del turismo catalano di non gravare ulteriormente sulla pressione turistica a tratti asfissiante sulla città di Barcellona ma dall'altro lato potrebbe essere utile per agevolare il dirottamento dei flussi turistici verso città meno conosciute grazie a dei progetti che sfruttino il cineturismo. Sotto l'aspetto della sostenibilità in ambito turistico la realtà triestina può rappresentare un esempio poiché promuove, tramite le passeggiate cinematografiche di Esterno/Giorno, la scoperta e la fruizione di zone poco conosciute data la difficoltà di accesso come la zona storica del Porto Vecchio del capoluogo regionale.

Soffermandoci invece sui tour guidati emerge come la Catalogna si diriga più ad una promozione di pubblicazioni e siti legati al cineturismo rispetto a ciò che accade in Friuli Venezia Giulia. Nella realtà spagnola i tours che abbiamo analizzato (quelli legati a *Game of Thrones*) sono gestiti da privati mostrando uno scarso interesse della comunità catalana nella promozione territoriale attraverso film e serie tv quanto piuttosto alla diffusione della produzione audiovisiva di stampo locale (catalano).

Nel 2015 è stato creato un portale da parte del team diretto dal professore Eugeni Osàcar del CETT di Barcellona dove vengono raccolte 20 passeggiate che includono più di 90 film e 200 location all'interno della capitale catalana.³⁰⁵

Il progetto dal titolo "Barcelona, a city of film" veniva considerato all'epoca molto innovativo poiché il sito era collegato direttamente con l'app di navigazione Google Maps permettendo all'utente di raggiungere i diversi siti in modo smart.

Il principale problema di tale lavoro è però la mancanza di aggiornamento nel corso degli anni della pagina utilizzata per il caricamento dei tour sul web. In prima battuta l'utente nota subito che si tratta di un design obsoleto che ha bisogno di un restyling grafico; in secondo luogo l'idea iniziale, interessante e vincente per far conoscere la città, si potrebbe sicuramente ampliare con altri itinerari basati sulle nuove uscite degli ultimi anni o estendendoli addirittura ad altre città che hanno ospitato

³⁰⁴ <https://www.bcncatfilmcommission.com/en/news/about-movie-tours>

³⁰⁵ <https://www.barcelonamovie.com/rutes.aspx>

produzioni importanti, soprattutto in seguito alla diffusione delle produzioni proprie realizzate dalle piattaforme di streaming.

D'altro canto, il Friuli Venezia Giulia, pur essendo, come sottolineato in precedenza, una regione dalla limitata estensione e decisamente meno attrattiva dal punto di vista turistico rispetto alla Catalogna ha mostrato come grazie alla preparazione, competenza e lungimiranza riguardo alle nuove forme di turismo che stanno prendendo sempre più piede sia riuscita a creare dei prodotti turistici che promuovano non solo il capoluogo triestino ma anche le altre location sparse per il territorio.

È un ulteriore segno di una grande abilità la creazione di itinerari che comprendano diversi aspetti del turismo regionale mettendo assieme diversi componenti come il cineturismo, il turismo enogastronomico, il turismo slow e il turismo culturale.

Infine, per creare un prodotto turistico al passo con i tempi e in continuo miglioramento è fondamentale innovarsi, soprattutto per quanto riguarda l'aspetto tecnologico che può essere un motivo di attrazione aggiuntivo, e lavorare in maniera simbiotica facendo della collaborazione inter-associativa il marchio di fabbrica del cineturismo made in FVG.

4.4 Proposte di miglioramento o soluzioni già adottate in una Regione sì e nell'altra no

Consideriamo ora, alla luce delle differenze emerse tra le due regioni, quali miglorie in ambito di promozione territoriale e sfruttando la pratica cineturistica possano venire adottate in Catalogna o in Friuli Venezia Giulia e quali soluzioni già fatte proprie in una o nell'altra regione possano essere replicate.

Per quanto riguarda l'ambito catalano uno dei punti su cui ci siamo soffermati di più proprio per l'importanza che riveste in ambito friul-giuliano tale aspetto è la potenzialità inespressa del cineturismo all'interno della regione spagnola.

Abbiamo visto come il contesto spagnolo e catalano sia sempre stato molto fertile per le produzioni cinematografiche e nell'ultimo ventennio anche di tipo seriale, producendo un enorme bacino di materiale potenzialmente riutilizzabile in ambito promozionale sia per il territorio sia per le location di cui le Film Commission sono le promotrici all'interno del mercato delle location.³⁰⁶

Risulta dunque negativo per l'immagine turistica regionale come gli unici esempi di creazione di attività in ambito cineturistico siano limitati a dei progetti che ormai quasi dieci anni fa venivano considerati molto all'avanguardia ma che da allora non sono mai stati adeguati al progresso tecnologico che stiamo vivendo oggi giorno.

³⁰⁶ Camila Beraldi, *Barcelona acoge más de 2.800 producciones audiovisuales en 2023*, La Vanguardia, 02/04/2024, <https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20240402/9585102/barcelona-producciones-audiovisuales-2023.html>

Questo discorso vale sia per la città di Barcellona che, come abbiamo visto in precedenza, è stata attiva nella creazione di contenuti per i cineturisti ma anche per la città di Girona che ha sfruttato la visibilità ricevuta in seguito all'uscita della sesta stagione di *Game of Thrones* che l'ha vista protagonista in innumerevoli scene.

L'Amministrazione comunale in collaborazione con "The Girona Guides Association" ha creato due tour uno dedicato alle location della serie in città e uno dedicato a come sia arrivata a Girona la produzione e alle feature speciali della serie.³⁰⁷

Il problema principale di questi tour è che dopo essere stati annunciati ad agosto del 2016, anno di uscita della sesta stagione della serie, come viene riportato sul sito della città, non sono più attivi e lo stesso sito che dovrebbe fornire ulteriori informazioni non è più funzionante.³⁰⁸

Avendo la città di Girona un'importante museo del cinema le informazioni che venivano utilizzate per i tour nel 2016 potrebbero essere recuperate per dedicare una sezione del museo a tema *Game of Thrones* e organizzare, in base ai numeri di turisti che lo richiedono, dei tour ad hoc che si soffermino su un particolare aspetto della serie.

In ambito italiano le passeggiate cinematografiche organizzate con il progetto "Esterno/Giorno" in Friuli Venezia Giulia ricalcano in parte le movie walks di Barcellona anche se rappresentano una sorta di evoluzione del concetto puramente limitante dell'itinerario fruibile dai cineturisti in qualsiasi momento della giornata e dell'anno.

L'esperienza delle passeggiate cinematografiche in Friuli non si limita ad essere solo un itinerario che il turista può percorrere in libertà ma ha nella presenza di guide turistiche, giornalisti, critici cinematografici, aiuto registi e in casi eccezionali anche degli attori stessi la sua peculiarità che, ad esempio, ha attirato turisti da tutta Italia specialmente in seguito al successo televisivo della serie *La Porta Rossa*.³⁰⁹

La realtà norditaliana è molto attiva in ambito cineturistico e per quanto riguarda la promozione culturale del territorio può rappresentare un punto di riferimento per la Catalogna territorio che, tralasciando la sua capitale Barcellona presenta molte analogie con il Friuli Venezia Giulia soprattutto per quanto riguarda la suddivisione in diverse aree dal mare, alla pianura, passando dalla collina alla montagna e la presenza di molte zone scarsamente abitate dove la popolazione si riunisce in piccoli

³⁰⁷ https://www.girona.cat/turisme/eng/index_noticia.php?idReg=8659

³⁰⁸ <https://premsa.costabrava.org/en/press-release/two-game-of-thrones-themed-tours-and-one-about-gironas-film-career-become-the-new-tourism-products-for-rediscovering-the-city/>

³⁰⁹ Francesca De Liberato, *Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia*, cit., pagina 162

paesini e borghi. Per questo motivo le carenze in ambito cineturistico che si evidenziano in Catalogna non rappresentano un vincolo così insormontabile. Va altresì evidenziato come tali differenze emergano alla luce di scelte diverse fatte dalle amministrazioni catalane che consapevolmente hanno deciso di non sfruttare ulteriormente un attrattivo turistico quale quello cineturistico.

Infine, non va assolutamente tralasciato l'impegno profuso dalla Comunità Autonoma della Catalogna e dalle diverse Film Commission al suo interno, le quali, attraverso politiche di settore, stanno tentando di difendere l'identità della propria regione realizzando prodotti audiovisivi in lingua catalana per promuoverne il mercato audiovisivo interno.

Bibliografia

Film Commission

- Davide Bracco (2013), *Le film commission*, in Emiliana De Blasio, Dario Edoardo Viganò (a cura di), *I film studies*, Carocci, Roma
- Marco Cucco, *Il mercato delle location cinematografiche. Un modello interpretativo*, in «Comunicazioni sociali» n. 1, 2013
- Marco Cucco, *Economia del film. Industria, politiche, mercati*, Carocci Editore, Roma, 2020
- Marco Cucco, Giuseppe Richeri, *Film Commission e sviluppo territoriale: esperienze a confronto e bilanci*, in «Economia della Cultura» n. 2, giugno 2011
- Marco Cucco, Giuseppe Richeri, *Il mercato delle location cinematografiche*, Marsilio Editore, Venezia, 2013
- Davide Rossi, *L'invenzione di una Regione. Le radici storiche dell'autonomia in Friuli, Venezia Giulia, Fiume e Dalmazia nel lungo Novecento*, in "Historia et Ius", rivista di storia giuridica dell'età medievale e moderna, Roma, 2020

Cineturismo

- AA. VV., a cura di Emilio Becheri, Giulio Maggiore, *Rapporto sul turismo italiano 2012-2013*. XIX Edizione: XIX Edizione, Franco Angeli, Milano, 2015
- Associazione Beni Italiani Patrimonio Mondiale Unesco in collaborazione con Centro Italiano di Studi Superiori sul Turismo e sulla Promozione Turistica, *Lo sviluppo turistico nei siti del patrimonio Unesco: principali caratteristiche e trasformazioni indotte*, Edisai Edizioni, Ferrara, 2013
- Barbara Baldazzi, *L'analisi dei flussi turistici: strumenti, fonti e metodi*, Roma, Edizioni Nuova Cultura, 2014
- Sue Beeton, *Film-induced Tourism*, Clevedon, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 2005
- Raffaele Cercola, Enrico Bonetti, Michele Simoni, *Marketing e strategie territoriali*, Egea Editore, Milano, 2009
- J. Cohen, *Promotion on Overseas Tourism through Media Fiction*, in «Tourism Services and Marketing: Advances in Theory and Practice», Proceedings of the Special Conference on Tourism Services, Cleveland, TTRA, 1986
- Joanne Connell, *Film Tourism-Evolution, progress and prospects*, in Tourism Management 33, Elsevier, University of Exeter Business School, 2012

- Gaia Curcio, Valentina Franceschini, *Cineturismo in Italia: l'influenza di film e serie tv nella scelta della destinazione turistica*, Università di Padova, in *Turismo e Psicologia, Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione*, 2022
- Daniele Dalli, Giacomo Bistri, Dino Borello, *Marche alla ribalta. Il product placement cinematografico in Italia e la sua gestione manageriale*, Egea Edizioni, Milano, 2008
- Francesca De Liberato, *Le politiche film-friendly come strumento di crescita per il territorio: analisi empirica del caso Friuli-Venezia Giulia*, Università Cattolica del Sacro Cuore, 2020
- Fabrizio Goldhorn, *Il processo decisionale nella scelta della destinazione turistica e il marketing della destinazione*, Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana Dipartimento Economia Aziendale, Sanità e Sociale, Manno, 2015
- Mario Isnenghi, *Se Venezia vive*, Marsilio Editore, Venezia, 2021
- Katherine Krohn, Stephenie Mewyer, *Dreaming Of Twilight*, Usa Today Lifeline Biographies, Minneapolis, 2010
- Giulia Lavarone, *Cinema, media e turismo*, University Press, Padova, 2016
- Giulia Lavarone, *Un selfie a 'un passo dal cielo'. La sostenibilità del turismo cinematografico e televisivo*, in *Green Italy. Esperienze, media e culture per un turismo sostenibile*, a cura di Paolo Carelli, Maria Paola Pasini, Vita e Pensiero, 2023
- Kurt Luger, Matthias Ripp, *World Heritage, Place Making and Sustainable Tourism. Towards Integrative Approaches in Heritage Management*, StudienVerlag, Innsbruck, 2020
- Monica Maglio, *Il Cineturismo: Un "Passpartù" Per Il Territorio Cilentano Tra Realtà Immaginarie E Nuove Prospettive*, Annali del turismo, VIII, Edizioni Geopress, Torino, 2019
- Stefan Marchioro, *Destination Management E Destination Marketing Per Una Gestione Efficiente Delle Destinazioni Turistiche In Veneto*, *Turismo e Psicologia, Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione*, 2014
- A. Morrison, D. Anderson, *Destination branding. Paper presented at the Missouri Association of Convention and Visitor Bureau Annual Meeting*, Lake of the Ozarks, MO, 2002
- Roberto C. Provenzano (a cura di), *Al cinema con la valigia. I film di viaggio e il cineturismo*, Franco Angeli, Milano, 2007
- Marcello Risitano, *Il ruolo della marca nella gestione delle destinazioni turistiche*, Napoli Liguori Editore, 2008
- Stefan Roesch, *The Experiences Of Film Location Tourists*, Channel view publications, 2009

- Rosy Scarlata, *Il fenomeno del cineturismo e le opportunità per i territori in La città di celluloidi tra vocazione turistica ed esperienze creative. Atti della giornata di studio* (Macerata, 26 marzo 2015) a cura di Enrico Nicosia
- Scottish Tourism Board, *Film Tourism Guidelines For The Tourism Industry*, Edimburgo, Scottish Tourism Board, 1991 cit. in Enrico Nicosia, *Il Film-Induced Tourism Leva Di Sviluppo Territoriale?*, Bollettino Della Società Geografica Italiana, Roma, 2015
- *Transforming location into vacation. A report on film tourism* presentato durante la sesta edizione del “Global Film Tourism Conclave” 2024
- JFC Tourism & Management, *Il Cineturismo in Italia: il valore economico del fenomeno*, giugno 2023
- Rui Yao, Jian Yang, *Exploring the appeal of villainous characters in film-induced tourism: perceived charismatic leadership and justice sensitivity*. Humanities and Social Sciences Communications 11, Article number: 267, 2024

Film Commission in Spagna

- Isabel Sarabia Andùgar, Josefina Sanchez Martinez, *Film Commission y Film Office como agentes consolidados de la industria en el marco del desarrollo del Hub Audiovisual en España* (2022), in ZER (revista de estudios de comunicaciòn)
- Barcelona/Catalunya Film Commission, *Guia de producciòn audiovisual*, Ajuntament de Barcelona-ICUB, Generalitat de Catalunya-ICIC, Parallel 40, 2009
- Madrona Otero Jorba, *Localitzacion cinematografiques i el proces de scouting: estudi de la seva situaciò en el context audiovisual actual*, Universitat Autònoma de Barcelona, 2021
- Monica Prieto Turrò, *La xarxa de municipis de la Barcelona-Catalunya Film Commission: contribuidora en la consolidaciò de la industria cinematografica i audiovisual a Catalunya*, Universitat de Girona, 2012
- Enrico Nicosia, *Cineturismo e territorio*, Pàtron Editore, Bologna, 2012

Cineturismo in Spagna

- Stéphane Bourliataux-Lajoinie, Frederic Dosquet, Josep Lluís del Olmo Arriaga, *The dark side of digital technology to overtourism: the case of Barcelona*. Worldwide Hospitality Tourism Themes, 2019

- Pere Parramon, Xavier Medina, *Son las grandes producciones televisivas un atractivo turístico de base cultural? Percepcione en relacion con el caso de Juego de Tronos en Girona*, International Journal of Scientific Management and Tourism, 2017
- Antonia del Rey-Reguillo, *Cine, imaginario y turismo. Estrategias de seducción*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2007
- Carlos Rosado, Piluca Querol. “Cine y turismo. Una nueva estrategia de promoción.”, Madrid, Ocho y Medio, 2006
- Giovanni Ruggieri, Patrizia Calò, Koulla Orthodoxou, *Overtourism and undertourism: ICT in Island development policy*, in Island studies Journal, 2020
- Ilia Alvarado Sizzo, Everaldo Batista da Costa, Luis Alfonso Escudero Gòmes, *Cine, turismo y territorio. Aporte iberoamericanos*, Instituto de Geografia UNAM, Coyoacán, 2023
- UNWTO. (1981). *Saturation of tourist destinations: Report of the Secretary General*. World Tourism Organization Madrid, Spain
- Eva Martín-Fuentes, Jorge Nieto Ferrando, Estela Marine-Roig, Berta Ferrer-Rosell, *From Blockbuster to Neighbourhood Buster: The Effect of Films on Barcelona*, in “Sustainability”, 15 marzo 2020

Sitografia

<https://www.ischiafilmfestival.it/index.php/it/storia/benvenuti>

<https://distribuzione.ilcinemaritrovato.it/per-conoscere-i-film/lumiere-la-scoperta-del-cinema/linvenzione-del-cinematografo>

<https://www.cinematografo.it/news/festival/venezia-vista-dai-lumiere-xv58m3qp>

<https://www.jfc.it/chi-siamo/>

<https://afci.org/about-film-commissions/>

<https://www.discovermoab.com/movie-sites/>

<https://www.astrid-online.it/static/upload/legg/legge-14-novembre-2016n220.pdf>

<https://www.italianfilmcommissions.it/>

https://www.regione.emilia-romagna.it/affari_ist/supplemento_4_06/ghedini.pdf

<https://afci.org/>

<https://www.italianfilmcommissions.it/chi-siamo/>

https://www.senato.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/dossier/file_internets/000/001/547/Italian_film_commissions.pdf

https://media.beniculturali.it/mibac/files/boards/be78e33bc8ca0c99bff70aa174035096/DECRETI/1519130314007_D.M._25_GENNAIO_2018_REP._63_REGISTRATO.pdf

<https://www.apuliafilmcommission.it/>

<https://cinema.emiliaromagnacultura.it/it/er-film-commission/chi-siamo/>

<https://filmcommission.regione.abruzzo.it/>

<https://fcrc.it/>

<https://www.fctp.it/>

<https://www.filmcommission.vda.it/>

<http://www.calabriafilmcommission.it/it/>

<https://www.sardegnafilmcommission.it/>

<https://www.regione.sardegna.it/fondazione-sardegna-film-commission-939>

<https://venetofilmcommission.com/it/>

<https://fvgfilmcommission.com/>

<https://www.glfc.it/>

<https://www.film.idm-suedtirol.com/it>

<https://www.filmcomlombardia.it/>

<https://www.lucanafilmcommission.it/>

<https://www.filmcommissionmarche.it/>

<http://www.romalaziofilmcommission.it/>

<http://www.toscanafilmcommission.it/>

<http://www.siciliafilmcommission.org/it/>

<https://www.trentinofilmcommission.it/it/>

<https://www.umbriafilmcommission.com/>

<https://www.apuliafilmcommission.it/una-partecipazione-da-record-per-lapulia-film-fund/>

<https://www.anica.it/news/news-anica/cinema-con-disciplinare-green-film-giu-emissioni-e-meno-costi-in-anica-la-presentazione-della-ricerca>

<https://www.ecomuvi.eu/>

<https://next.wired.it/wired-next-fest-2020/cresto-dina-protocollo-cinema/>

<https://cattolicanews.it/cinema-il-set-e-green-grazie-a-ludovica>

<https://www.istitutoantonioni.it/convegno-ecomuvi-primo-disciplinare-certificato-sostenibilita-ambientale-cinema-ideato-sviluppato-tempesta-carlo-cresto-dina/>

[https://www.treccani.it/vocabolario/product-placement_\(Neologismi\)/](https://www.treccani.it/vocabolario/product-placement_(Neologismi)/)

<https://tesi.univpm.it/retrieve/e96f3cd9-91b2-4420-aa5f-10f7b879f7a8/Tesi%20Laurea%20magistrale%20Giulia%20Amadio.pdf>

<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1992/02/13/092G0101/sg>

<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2004/02/05/004G0051/sg>

<https://www.chiarini.com/product-placement-cose-e-come-funziona/#PARAGRAFO3>

<https://www.cineturismo.it/index.php/cinemap/2-uncategorised/1753-il-product-placement-territoriale>

<https://www.un-industria.it/canale/audiovisivo-multimediale/notizia/38804/nasce-italy-for-movies/>

<https://cinecitta.com/promozione/italy-for-movies/>

<https://www.fatamorganaweb.it/cinema-turismo-coronavirus/>

<https://www.ttgitalia.com/Notizie-Estere/173541-Thailandia-Riapre-Maya-Bay-La-Spiaggia-Di-The-Beach-Con-Di-Caprio-Fttg331105>

<https://www.dolomitiunesco.info/attivita/braies-accessi-sostenibilita?lang=en>

<https://news.provincia.bz.it/it/news-archive/628342>

<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1963/02/01/063C0001/sg>

<https://osservatoriocpi.unicatt.it/ocpi-Le%20attuali%20Regioni%20a%20statuto%20speciale%20un%20modello%20per%20autonomia%20differenziata%20OK.pdf>

https://temi.camera.it/leg18/temi/tl18_le_regioni_a_statuto_speciale.html

<https://www.ilpost.it/2014/01/19/titolo-quinto/>

<https://www.dequo.it/articoli/regioni-statuto-speciale>

https://imagazine.it/home_desk/il-manager-del-cinema/

<https://fvgfilmcommission.com/chi-siamo/>

<https://lexview-int.regione.fvg.it/fontinormative/xml/xmllex.aspx?anno=2006&legge=21>

<https://euroregionenews.eu/film-commission-entra-in-promoturismofvg/>

<https://www.promoturismo.fvg.it/it/295715/film-commission>

<https://www.italyformovies.it/news/detail/1922/intervista-a-chiara-valenti-omero-direttore-di-fvg-film-commission>

<https://www.visionimovimento.com/fullscreen-page/comp-jsvoqs1b/76153937-b522-42c8-a519-360957e078d4/6/%3Fi%3D6%26p%3Dridgu%26s%3Dstyle-jsvoqs9h>

<https://www.inrieste.com/2023/05/25/cannes-2023-interview-with-gianluca-novel-from-the-friuli-venezia-giulia-film-commission/>

<https://www.promoturismo.fvg.it/it/295715/film-commission>

<https://fvgfilmcommission.com/production-guide/ricerca/>
<https://www.go2025.eu/it/whats-up/news/da-milano-a-lubiana-la-coproduzione-sloveno-italiana-inabili-alla-morte>
<https://www.incentivi.gov.it/it/catalogo/fvg-film-commission-bando-incentivi-film-fund-2024>
<https://fvgfilmcommission.com/film-fund/>
http://www.anica.it/online/allegati/fondi_regionali/friuli/fvg%20Film%20Fund_181012.pdf
<https://www.cgil-fvg.it/Sconcertante-la-decisione-della-Giunta-sul-film-di-Bellocchio/>
<https://www.triesteallnews.it/2014/11/il-ragazzo-invisibile-un-grande-affare-per-trieste-il-film-di-salvatores-ha-gia-portato-alla-citta-1-milione-400-mila-euro/>
<https://freezine.it/2014/11/il-friuli-punta-su-il-ragazzo-invisibile/>
https://ilpiccolo.gelocal.it/trieste/cronaca/2017/02/16/news/film_spot_e_serie_tv_business_da_10_milioni-3823465/
http://decreti.regione.fvg.it/Storage/2015_86/Allegato1%20al%20DPReg%20086-2015.pdf
https://www.audiovisivofvg.it/wp-content/uploads/2020/12/Dietro-lo-schermo_versione-web.pdf
<https://www.casadelcinematrieste.it/passeggiate-cinematografiche-esterno-giorno/>
<https://www.regione.fvg.it/rafvfg/comunicati/comunicato.act?dir=/rafvfg/cms/RAFVG/notiziedallagiunta&nm=20130305151904006>
<https://www.casadelcinematrieste.it/>
<https://www.casadelcinematrieste.it/2019/11/27/esterno-giorno-film-in-progress-con-casa-del-cinema-sul-set-di-diabolik/>
<https://www.triesteallnews.it/2018/04/tornano-le-passeggiate-cinematografiche-esternogiorno-con-la-casa-del-cinema/>
<https://www.casadelcinematrieste.it/2023/09/26/lassociazione-casa-del-cinema-di-trieste-presenta-set-discover-xr/>
<https://www.setdiscover.it/>
<https://www.cineturismofvg.com/>
<https://www.cineturismofvg.com/mappa-localita/>
https://ilpiccolo.gelocal.it/trieste/cronaca/2023/05/18/news/cinema_cineturismo_friuli_venezia_giulia-12811027/
<https://www.regione.fvg.it/rafvfg/comunicati/comunicato.act;jsessionid=F62FCCE413A403395F0648FDB868CC59?dir=&nm=20240507141423006>
<https://www.rainews.it/tgr/fvg/articoli/2024/04/new-york-il-friuli-venezia-giulia-si-promuove-a-times-square-promoturismo-fvg--08f700e2-6b99-41c0-b364-89ea2c33cbc7.html>

<https://www.ilsole24ore.com/art/ryanair-investe-100-milioni-dollari-nuova-base-trieste-AF4iRzSC>
https://www.youtube.com/watch?v=WRjI5y1Svso&t=84s&ab_channel=Telequattro
<https://www.aficfestival.it/calendario-festival-afic/>
<https://www.treccani.it/enciclopedia/catalogna/>
<https://www.repubblica.it/2006/06/sezioni/esteri/autonomia-catalana/autonomia-catalana/autonomia-catalana.html>
<https://web.archive.org/web/20110902092523/http://www.tribunalconstitucional.es/es/jurisprudencia/Paginas/Sentencia.aspx?cod=9873>
https://www.repubblica.it/esteri/2010/07/11/foto/1_milioni_di_catalani_in_piazza_per_l_autonomia-5519042/1/
<https://www.focus.it/cultura/storia/spagna-la-crisi-catalana>
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-41513571>
https://www.repubblica.it/esteri/2017/10/01/news/ore_di_attesa_e_tensione_a_barcellona_i_polizioti_lasciano_il_porto_verso_i_seggi-177000380/
https://www.repubblica.it/esteri/2017/10/02/news/referendum_catalogna_hanno_votato_in_2_2_milioni_90_dice_si_a_indipendenza-177111545/
<https://www.ilsole24ore.com/art/catalogna-ragioni-e-colpe-un-conflitto-senza-via-d-uscita-ACJx1Ft>
<https://www.fanpage.it/politica/lautonomia-differenziata-spiegata-semplice-i-pro-e-i-contro-e-le-incognite-sui-costi/>
<https://www.ilsole24ore.com/art/autonomia-differenziata-ecco-cosa-potrebbe-cambiare-veneto-e-lombardia-AGUhMGj>
<https://lavoce.info/archives/101848/tutti-gli-occhi-sulla-catalogna/>
<https://cadmus.eui.eu/handle/1814/70298>
<https://www.ilpost.it/2024/05/12/catalogna-spagna-elezioni-parlamentari/>
<https://europa.today.it/attualita/elezioni-catalogna-vince-sanchez-puigdemont.html>
<https://www.shootinginspain.info/en/spain-film-commission-network>
<https://www.shootinginspain.info/es/quienes-somos>
<https://www.shootinginspain.info/imagenes/documentos/cuotas-anuales-socios-2022-71-es.pdf?t=20240718095625>
<https://rubik-audiovisual.com/spain-film-commission-renueva-su-imagen-corporativa/>
<https://rubik-audiovisual.com/juanma-guimerans-creemos-que-debe-haber-un-hub-audiovisual-2-si-espana-realmente-se-toma-en-serio-su-apuesta-por-el-sector/>
<https://www.bcnatfilmcommission.com/es/el-audiovisual-en-catalu%C3%B1a>

<https://filmcluster.cat/>
<https://www.parcudiovisual.cat/filmoffice/es/>
<https://www.tarragona.cat/film-office>
<https://maresmefilmcommission.cat/en/>
<https://web.girona.cat/filmoffice>
<https://www.elprat.cat/el-prat-film-office>
<https://www.thelocationguide.com/2015/05/ng-location-report-spanish-heritage-scouting-filming-locations-in-historical-catalonia/>
<https://www.bcncatfilmcommission.com/en/news/barcelona-and-catalonia-shooting-areas-location-guide>
<https://www.lavanguardia.com/cultura/20110111/54097541276/los-municipios-catalanes-interesados-en-acoger-rodajes-se-doblan-en-un-ano.html>
<https://www.open.online/2024/07/21/barcellona-vs-overtourism-stop-affitti-brevi-tassa-crociere/>
<http://www.alocat.cat/en/services/>
<https://palaurobert.gencat.cat/ca/exposicions/jardi/2015/scouting-in-catalonia-00001/index.html>
<https://www.abc.es/catalunya/20140401/abci-cataluna-modifica-cine-tras-201404011839.html>
<https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-12709-consolidado.pdf>
<https://web.gencat.cat/es/tramits/tramits-temes/Subvencions-per-al-desenvolupament-de-projectes-audiovisuals?category=73da721c-a82c-11e3-a972-000c29052e2c&moda=1>
<https://www.lavanguardia.com/cultura/20231027/9334017/generalitat-impulsa-audiovisual-catalan-triplica-ayudas-32-6-millones.html>
<https://spainaudiovisualhub.mineco.gob.es/es/actualidad/subvenciones--proyectos-audiovisuales-de-cataluna>
https://es.ara.cat/economia/cataluna-vive-mayo-turistas-gasto-turistico-historia_1_5078472.html
<https://www.epdata.es/evolucion-numero-turistas-extranjeros-cada-comunidad-autonoma/f68217c9-62ab-4e1f-a48b-43b3996d85a9/cataluna/297>
<https://www.ilpost.it/2024/07/08/proteste-turismo-massa-barcellona/>
<https://elpais.com/espana/catalunya/2024-07-06/miles-de-personas-se-manifiestan-en-barcelona-contra-el-turismo-masivo.html>
<https://www.cinemaevideo.it/cineturismo-2barcellona-in-65-scene>
<https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=6>
<https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=5>
<https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=1>

<https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=2>
<https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=4>
<https://www.barcelonamovie.com/ruta.aspx?IdRuta=3>
<https://web.ub.edu/en/web/actualitat/w/catalonia-movie-walks-the-first-tourist-guide-of-catalonia-to-discover-locations-in-which-films-were-shot>
<https://www.fotogramas.es/series-tv-noticias/a14104029/girona-aparece-por-primera-vez-en-juego-de-tronos/>
<https://www.bcncatfilmcommission.com/en/news/catalonia-movie-walksa-guide-creentourism>
https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/194532/TFG_2020_Di%cc%81azRuiz_Adria%cc%81n.pdf?sequence=1&isAllowed=y
<https://hotelsultoniagirona.com/es/ruta-localizaciones-juego-de-tronos-gerona/>
<https://www.sensacine.com/noticias/series/noticia-18576624/>
<https://hotelsultoniagirona.com/ca/ruta-localitzacions-game-of-thrones-girona/#pack>
<https://www.catalunyaexperience.it/film-e-serie-tv-ambientate-a-barcellona-e-in-catalunya/>
<https://www.catalunyaexperience.it/girona/>
https://museudelcinema.girona.cat/esp/museu_missio.php
<https://gameofthronestours.com/girona-walking-tour/>
<https://www.gironaexperience.com/en/girona-experience-tours/girona-game-of-thrones-walking-tour-afternoon-300pm>
<https://gironafreetour.com/en/game-of-thrones/>
<https://gironafreetour.com/wp-content/uploads/girona-game-of-thrones-self-guided-tour.pdf>
<https://www.meet.barcelona/en/visit-and-love-it/film-sets>
<https://www.catalunyaexperience.it/film-e-serie-tv-ambientate-a-barcellona-e-in-catalunya/>
<https://www.bcncatfilmcommission.com/en/locations>
<https://www.cineturismofvg.com/elenco-itinerari-speciali-2/>
<https://www.lavanguardia.com/local/barcelona/20240402/9585102/barcelona-producciones-audiovisuales-2023.html>
https://www.girona.cat/turisme/eng/index_noticia.php?idReg=8659
<https://premsa.costabrava.org/en/press-release/two-game-of-thrones-themed-tours-and-one-about-gironas-film-career-become-the-new-tourism-products-for-rediscovering-the-city/>
<https://www.videomante.it/eventi/>
<https://www.udinetoday.it/eventi/cinema/cinemambulante-programma-2024.html>
https://www.facebook.com/cinemambulante/?locale=it_IT