

UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI PADOVA

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA  
DIPARTIMENTO DEI BENI CULTURALI:  
Archeologia, Storia dell'arte, del cinema e della musica

Corso di Laurea Magistrale in Turismo, Cultura, Sostenibilità

I FILM FESTIVAL E LA PROMOZIONE DEL TERRITORIO:  
L'ESEMPIO DEL FILM FESTIVAL DELLA LESSINIA

Relatore:

Ch.ma Prof.ssa Giulia Lavarone

Laureando:

Giovanni Bissoli

Matricola: 2062184

*ANNO ACCADEMICO 2023/2024*

# INDICE

<b>Introduzione.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Il <i>film-induced tourism</i>.....</b>	<b>3</b>
1.1 Film festival: una panoramica sul tema.....	15
1.2 Il rapporto tra film festival e territorio: alcuni esempi.....	23
<b>2. La Lessinia: il contesto.....</b>	<b>31</b>
2.1 Il Parco Naturale Regionale della Lessinia.....	38
2.2 Breve storia del turismo in Lessinia.....	46
2.3 L'offerta turistica della Lessinia.....	53
<b>3. Il Film Festival della Lessinia.....</b>	<b>72</b>
3.1 FFDL: alcuni dati.....	81
3.2 Il Festival e la promozione territoriale.....	88
<b>Conclusioni.....</b>	<b>94</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>97</b>
Ringraziamenti.....	100

# INTRODUZIONE

L'obiettivo di questa tesi è quello di delineare il rapporto tra l'offerta turistica della Lessinia, la zona montana a nord della città di Verona, e il Film Festival della Lessinia, l'unico concorso cinematografico in Italia dedicato alla vita, alla storia e alle tradizioni di montagna<sup>1</sup>.

Al fine di comprendere la relazione che intercorre tra il mondo del cinema e quello del turismo, il Capitolo 1 illustra il concetto di *film-induced tourism* o cineturismo, servendosi dei testi di Lavarone e Connell; in particolare, si prenderanno in considerazione alcuni casi di iniziative turistiche legate al fenomeno, per poi proseguire con una breve disamina sulla terminologia del settore e sul panorama degli studi, prendendo in esame il saggio di Riley, Baker e Van Doren; saranno esposti, poi, alcuni dei temi principali della ricerca sul *film-induced tourism*, come la rappresentazione dell'*heritage*, gli impatti ambientali, economici e sociali sulla destinazione turistica, l'esperienza del turista. Successivamente, l'attenzione verrà posta sulla tematica dei film festival, considerando i lavori di Stringer, Iordanova, de Valck e Piredda, e indagando quelle che sono state le principali acquisizioni dei *festival studies*, il "circuito" dei festival e le caratteristiche che definiscono questo tipo di eventi. Infine, verranno esposti tre casi studio relativi al rapporto tra il festival e il territorio, analizzati in letteratura da Kalogirou e Kostopoulou, Frost e Cesaro; essi riguardano il Thessaloniki International Film Festival (TIFF) in Grecia, il Lone Pine e il Jamestown Film Festival negli Stati Uniti e l'Euganea Film Festival in Italia.

Il Capitolo 2 è incentrato sulla Lessinia, il cui contesto viene esaminato dal punto di vista geografico, economico, sociale e politico. Successivamente, l'attenzione si sposterà sul Parco Naturale Regionale della Lessinia, individuando le principali emergenze naturalistiche del territorio; al contempo, verranno prese in considerazione quelle che sono le finalità dell'Ente Parco, soprattutto in merito alle attività di protezione e valorizzazione delle risorse ambientali e culturali.

In seguito, considerando il testo di Sauro, verrà proposta una breve storia del turismo in Lessinia, passando dalla villeggiatura alto-borghese di fine Ottocento e inizio Novecento al boom del

---

<sup>1</sup> Il Film Festival della Lessinia si differenzia rispetto alla maggior parte degli eventi cinematografici italiani dedicati alla montagna (come il Trento Film Festival), in quanto il regolamento non ammette pellicole aventi come soggetto lo sport e l'alpinismo; questi due temi, infatti, spesso tendono a monopolizzare l'attenzione in manifestazioni simili.

turismo invernale negli anni '60 e '70 del Novecento. La parte finale del capitolo riguarda l'offerta turistica della Lessinia: verranno esaminate quelle che sono le principali risorse naturalistiche, culturali ed enogastronomiche del territorio, con un occhio di riguardo per il Sistema Museale della Lessinia, composto da una serie di sette musei sparsi uniformemente sul territorio; chiuderà il capitolo un'analisi sui punti di forza e di debolezza dell'offerta turistica.

Per la stesura di questo secondo capitolo è stata fondamentale l'esperienza di stage maturata presso la sede dell'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia a Bosco Chiesanuova, nel periodo dal 28 agosto al 25 settembre 2023; il tirocinio, grazie al supporto del Direttore del Parco Diego Lonardoni, mi ha permesso di ottenere diverse informazioni, documenti e tesi relative all'Ente Parco, al contesto territoriale della Lessinia e alla sua valorizzazione.

Il Capitolo 3 riguarda il Film Festival della Lessinia, l'evento culturale più importante del territorio, conosciuto sia a livello nazionale che internazionale; ne verrà fornito un inquadramento generale, per poi passare alla storia del Festival, alle sezioni e ai premi, alle modalità di proiezione e alle *partnership*. In seguito verrà presa in considerazione l'edizione 2023 del Festival, ricordandone il programma cinematografico e culturale; verranno poi analizzate le statistiche riguardanti il numero di spettatori e di proiezioni degli ultimi dieci anni e i dati relativi alla copertura mediatica del Festival. Successivamente si cercherà di inquadrare il rapporto tra il Festival e la promozione territoriale, facendo riferimento alle *partnership* con gli enti di promozione locale e ai progetti di *networking*; verrà poi esaminato l'impatto del Festival sulle strutture ricettive e quello "indotto" dalla reputazione internazionale dell'evento. Le ultime pagine dell'elaborato si soffermano ulteriormente sul rapporto tra il Festival e il territorio, arrivando a delle conclusioni e segnalando punti di forza e criticità.

Per la stesura di questo capitolo un'indispensabile fonte di informazioni è stata l'intervista effettuata dal sottoscritto al Direttore Artistico del Festival, Alessandro Anderloni, e al Presidente del Festival, Renato Cremonesi, in data 28 agosto 2023. In particolare, sono stati di grande aiuto i cataloghi e le relazioni conclusive delle varie edizioni della manifestazione che, sommati alla mia esperienza diretta come spettatore durante l'edizione 2023 (25 agosto – 3 settembre), mi hanno permesso di tratteggiare il profilo del Festival.

# 1. Il *film-induced tourism*

Non è facile parlare di un fenomeno complesso e articolato come quello del *film-induced tourism*. Innanzitutto, sarebbe utile fornirne una definizione; il termine «indica il fenomeno dei flussi turistici connessi ai film, alle serie televisive e ad altri prodotti mediali, indirizzati verso luoghi di ripresa, di ambientazione o in vario modo collegati all'universo cinematografico quali parchi a tema, case delle celebrità, sedi di festival»<sup>2</sup>.

Nonostante venga considerato come un elemento di nicchia nel campo del turismo internazionale, negli ultimi anni sono state adottate importanti iniziative di *film-induced tourism* da parte di DMO (Destination Marketing Organizations), a cui va a sommarsi il crescente interesse suscitato nella comunità accademica. Alcune destinazioni turistiche di alto profilo, infatti, utilizzano aspetti legati al cinema nelle campagne di inbound marketing, in particolare il Regno Unito, gli Stati Uniti, la Corea, l'Australia e la Nuova Zelanda<sup>3</sup>. L'ente per il turismo del Regno Unito, VisitBritain, già partire dagli anni Novanta si è distinto per la promozione del “brand UK” attraverso il cinema, avvalendosi di campagne di co-marketing in collaborazione con case di produzione e di distribuzione dei film: è questo il caso, per non fare che un esempio, di *Spectre*, capitolo della saga di James Bond uscito nel 2015 e diretto da Sam Mendes; VisitBritain, inoltre, ha puntato su strumenti di promozione come le *movie maps*, ossia mappe (cartacee o interattive) delle location cinematografiche in relazione, ad esempio, alla saga di *Harry Potter* (2001-2011), ottenendo grande riscontro da parte dei visitatori. Queste *movie maps* possono riguardare percorsi a tema (incentrati sulla magia, sullo spionaggio) o essere legate ad un autore, ad un genere o ad una nazionalità di produzione<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> G. Lavarone, *Cinema, media e turismo. Esperienze e prospettive teoriche del film-induced tourism*, Padova, Padova University Press, 2016, p. 13.

<sup>3</sup> J. Connell, *Film Tourism – Evolution, progress and prospects*, in «Tourism Management», n. 33, 2012, p. 1007.

<sup>4</sup> G. Lavarone, *Cinema, media e turismo. [...]*, cit., p. 47.

Un altro ente per il turismo particolarmente attento a questa tematica è Tourism New Zealand, che ha costruito campagne di promozione sfruttando immagini positive della nazione come nel caso di *Lezioni di piano* (*The Piano*, J. Campion, 1993) e della saga *Il signore degli anelli* (*The Lord of the Rings*, P. Jackson, 2001-2003).

Oltre agli enti per il turismo, è evidente come le grandi compagnie di intrattenimento abbiano puntato sul *film-induced tourism* già da molti anni<sup>5</sup>: gli Universal Studios e Disneyworld hanno incrementato le vaste attrazioni di Orlando, in Florida, collocando i visitatori all'interno di luoghi di film come *ET (E.T. the Extra-Terrestrial)*, S. Spielberg, 1982), *Lo squalo* (*Jaws*, S. Spielberg, 1975), *Guerre stellari* (*Star Wars*, G. Lucas, 1977); inoltre, sono stati in grado di fornire visite a luoghi fantasy come quelli ritratti ne *La bella e la bestia* (*Beauty and the Beast*, G. Trousdale, K. Wise, 1991), *Il re leone* (*The Lion King*, R. Allers, R. Minkoff, 1994) e *Il gobbo di Notre Dame* (*The Hunchback of Notre Dame*, G. Trousdale, K. Wise, 1996).

La crescita del turismo in particolari luoghi, stimolato da film o serie televisive, è quantomai evidente ed è oggetto di studio, ormai da alcuni anni, da parte della comunità accademica; ciò è dimostrato dall'espansione della letteratura sull'argomento e dalla quantità di nuove ricerche, nonché dal numero di riviste che presentano numeri speciali sul *film-induced tourism*, tra le quali: *Tourism Planning and Development*, *Tourism Review International*, *Tourism Analysis*, *Journal of Travel and Tourism Marketing* e *Tourist Studies*<sup>6</sup>. Per capire l'importanza del fenomeno, basti pensare che uno studio condotto da *Oxford Economics* nel 2010 ha stimato che il *film-induced tourism* abbia rappresentato circa il 10% dei viaggi turistici nel Regno Unito, nell'arco dell'intero 2009, con un introito di 1,9 miliardi di sterline; un altro dato interessante emerge dall'analisi della copertura mediatica per la Svezia grazie ai film della trilogia *Millennium* (2009), che è stata calcolata in 960 milioni di corone svedesi (106 milioni di euro)<sup>7</sup>: queste cifre rendono l'idea del potenziale valore del fenomeno in questione, che può essere sfruttato dalle destinazioni turistiche alla ricerca di una proposta di marketing unica.

I casi in cui sono stati osservati effetti legati al *film-induced tourism* sono numerosi: un blockbuster come *Braveheart* (M. Gibson, 1995) ha contribuito all'aumento del numero di visitatori presso il Monumento di William Wallace (Stirling, Scozia), passando dai 40.000 all'anno ai 200.000 dopo l'uscita del film; il primo capitolo della saga di *Harry Potter* (*Harry Potter and the Philosopher's Stone*, C. Columbus, 2001) ha portato un'enorme notorietà ai giardini di Alnwick

---

<sup>5</sup> R. Riley, D. Baker, C.S. Van Doren, *Movie induced tourism*, in «Annals of Tourism Research», vol. 25, n. 4, 1998, pp. 920 – 922.

<sup>6</sup> J. Connell, *Film Tourism [...]*, cit., p. 1008.

<sup>7</sup> *Ibidem*.

Castle (Northumberland, Regno Unito), dove i turisti sono passati dai 13.000 del 2001 ai quasi 360.000 del 2002; il film *Twilight* (C. Hardwicke, 2008) ha consentito alla cittadina di Forks, nello stato di Washington, di diventare una destinazione turistica a tutti gli effetti, in quanto le presenze sono quasi quadruplicate nel giro di un anno, passando da 18.000 a circa 70.000; inoltre, anche serie televisive di successo come *Downtown Abbey* (ITV, 2010 – 2015) e *Il commissario Wallander* (*Wallander*, BBC, 2008 – 2016), entrambe produzioni inglesi, hanno contribuito ad aumentare i flussi turistici nei luoghi di ambientazione: ad Ystad, in Svezia, dove si svolgono le indagini di Wallander, si è riscontrato un incremento del 18% dei turisti provenienti dal Regno Unito nel 2009, l'anno successivo alla trasmissione.

Non mancano anche casi italiani, come quello clamoroso de *La passione di Cristo* (*The Passion of the Christ*, M. Gibson, 2004) girato a Matera, dove gli arrivi internazionali aumentarono del 143,8% nell'anno di distribuzione, oppure di alcune serie televisive come *Il commissario Montalbano* (Palomar, 1999 – in produzione), *Elisa di Rivombrosa* (Canale 5, 2003 – 2005) e *Carabinieri* (Canale 5, 2002 – 2008); quest'ultima, ambientata a Città della Pieve, in Umbria, ha contribuito ad aumentare il flusso turistico nella località, passando dalle 53.000 presenze del 2001 alle 63.000 del 2002, anno della messa in onda<sup>8</sup>.

Prima di procedere con una breve disamina sul panorama degli studi, sarebbe utile soffermarsi su una delle prime ricerche riguardanti il *film-induced tourism*, cioè quella di Roger Riley, Dwayne Baker e Carlton S. Van Doren i quali, nel 1998, esaminando alcuni casi significativi negli Stati Uniti, hanno contribuito a mettere in risalto diversi temi fondamentali che verranno ripresi anche negli anni successivi.

Innanzitutto, lo studio si basa sul concetto di eventi *hallmark*, ossia grandi eventi unici o ricorrenti, di durata limitata, sviluppati per migliorare l'attrattiva e la redditività di una destinazione a breve o lungo termine; per il loro successo, questi eventi si basano sull'unicità, sullo status o sull'importanza del momento per creare interesse e attirare l'attenzione<sup>9</sup>.

In quest'ottica, i film di successo rientrano nella categoria di eventi *hallmark* in relazione al turismo: i film, infatti, non sono prodotti con l'intento primario di indurre le persone a visitare le località; tuttavia, si ritiene che essi aumentino la conoscenza, l'attrattiva e la redditività delle location. Inoltre, i film sono assimilati a eventi ricorrenti attraverso la loro riedizione su supporti come cinema, video e reti televisive; a questo proposito si può affermare che, se da un lato le

---

<sup>8</sup> Per i dati precedenti relativi all'aumento delle presenze nei luoghi di ambientazione di film e serie televisive rimando a G. Lavarone, *Cinema, media e turismo*. [...], cit., pp. 15 – 16.

<sup>9</sup> R. Riley, D. Baker, C.S. Van Doren, *Movie induced tourism* [...], cit., p. 922.

modalità di fruizione delle pellicole sono cambiate rispetto al 1998, anno dello studio, ancora oggi, nonostante la possibilità di avere a disposizione contenuti in ogni momento, permane una dimensione di “evento” per l’uscita di un film in sala, nel palinsesto televisivo o sulle varie piattaforme di streaming.

Secondo Riley e Van Doren, le pellicole cinematografiche hanno diversi vantaggi rispetto ad altri tipi di eventi: periodi più lunghi di esposizione dei luoghi rispetto alla pubblicità e alla promozione degli eventi e dei luoghi di riferimento; l’identificazione delle location attraverso le trame dei film, che conferiscono un maggiore significato personale per chi osserva; il miglioramento delle immagini delle località attraverso l’uso di effetti speciali, stelle del cinema e angolazioni perfette; una maggiore consapevolezza dei luoghi da parte di un pubblico più ampio<sup>10</sup>.

Un altro tema importante che emerge dallo studio è quello dell’icona, ossia il contenuto simbolico di un film, che può essere un singolo evento, un interprete preferito, alcune caratteristiche fisiche di un luogo o un tema; «le icone, astratte o tangibili, diventano il punto focale per la visita di una location e il luogo associato è la prova tangibile dell’icona»<sup>11</sup>. Alcune di esse possono essere immagini ricorrenti o continue all’interno di un film, mentre altre riguardano singoli eventi emozionanti con cui gli spettatori si identificano. Esempi di icone visive possono essere i paesaggi del Montana de *In mezzo scorre il fiume* (*A River Runs Through It*, R. Redford, 1992) e *The River Wild* (C. Hanson, 1994) o le formazioni rocciose del Chimney Rock Park, nella Carolina del Nord in *L’ultimo dei Mohicani* (*The Last of the Mohicans*, M. Mann, 1992).

I film di successo possono anche avere più di un’icona: ne *Il fuggitivo* (*The Fugitive*, A. Davis, 1993), l’incidente ferroviario e il salto dalla diga sono icone associate a luoghi della Carolina del Nord, e allo stesso modo la scena finale mostra una vista panoramica di una Chicago notturna.

Successivamente, l’analisi di Riley, Baker e van Doren si sofferma su dodici casi studio relativi al fenomeno del *film-induced tourism* (Tab. 1.1). La selezione dei film e dei luoghi ad essi associati si è basata essenzialmente su quattro criteri: il primo riguarda il successo al botteghino, considerando quindi pellicole che hanno ottenuto il plauso del pubblico attraverso l’affluenza; il secondo prende in considerazione un’icona chiaramente associata ad una destinazione accessibile; il terzo criterio riguarda esclusivamente le location che hanno raccolto dati sulle visite; l’ultimo, infine, ha preso in considerazione i luoghi in possesso dei dati sul numero di visitatori

---

<sup>10</sup> *Ibidem*.

<sup>11</sup> *Ivi*, pp. 924 – 925.



prima dell'uscita del film, in modo da poter confrontare le presenze prima e dopo la distribuzione della pellicola<sup>12</sup>.

Tab. 1.1 – I dodici casi studio presi in considerazione da Riley, Baker e van Doren.

Data Site	Data Type	Location	Movie
Gettysburg Nat'l Battlefield	NPS Visitor Count	Pennsylvania	<i>Gettysburg</i>
Badlands Nat'l Park	NPS Visitor Count	South Dakota	<i>Dances with Wolves</i>
Historic Fort Hays	Admissions	Fort Hays KS	<i>Dances with Wolves</i>
Canyonlands Nat'l Park	NPS Visitor Count	Utah	<i>Thelma and Louise</i>
Arches Nat'l Park	NPS Visitor Count	Utah	<i>Thelma and Louise</i>
Devils Tower Nat'l Monumt	NPS Visitor Count	Wyoming	<i>Close Encounters</i>
Baseball Field	Visitors Book	Dyersville IA	<i>Field of Dreams</i>
Natchitoches	Visitors Book	Natchitoches LA	<i>Steel Magnolias</i>
Book Depository	Admissions	Dallas TX	<i>JFK</i>
Chimney Rock Park	Admissions	Chimney Rock NC	<i>Last of the Mohicans</i>
Great Smoky Mt Railroad	Train Passengers	Dillsboro NC	<i>Fugitive</i>
Orchard House (Home of the Alcotts)	Admissions	Concord MA	<i>Little Women</i>

Fonte: R. Riley, D. Baker, C.S. Van Doren, *Movie induced tourism*, in «Annals of Tourism Research», vol. 25, n. 4, 1998, p. 925.

In seguito, l'analisi si è concentrata sui dati relativi agli effetti del *film-induced tourism* sulle varie location. Tra queste, il Parco Nazionale delle Badlands, dove è stato girato il film *Balla coi lupi* (*Dances with Wolves*, K. Costner, 1990), ha visto un incremento delle visite del 14,5% nell'anno di distribuzione; *Thelma e Louise* (R. Scott, 1991) ha contribuito all'aumento del 22% di visitatori nel Parco Nazionale delle Canyonlands, nello Utah; dopo la distribuzione di *Incontri ravvicinati del terzo tipo* (*Close Encounters of the Third Kind*, S. Spielberg, 1977), il Monumento Nazionale della Torre del Diavolo, nel Wyoming, ha visto un incremento delle visite del 74% rispetto all'anno precedente. Degno di menzione è *L'uomo dei sogni* (*Field of Dreams*, P.A. Robinson, 1989), film sul baseball con Kevin Costner girato tra i campi di grano dell'Iowa, nella Contea di Dubuque: con zero visitatori prima dell'uscita del film a 65.000 visite nei due

<sup>12</sup> R. Riley, D. Baker, C.S. Van Doren, *Movie induced tourism* [...], cit., pp. 925 – 926.

anni successivi, il campo da baseball è diventato un luogo molto popolare in Iowa<sup>13</sup>. Perfino una varietà di siti apparentemente poco attraenti hanno attirato visitatori dopo l'uscita dei film ad essi connessi, come ad esempio la stanza del motel in *Rain Man* (B. Levinson, 1988).

Per alcune località, le visite successive al film si sono tradotte in un guadagno economico notevole. Infatti, molti siti hanno organizzato tour, gestiti soprattutto da privati e autorità locali, per consentire ai turisti di vedere le location: le visite si basavano prevalentemente sul supporto di mappe ed opuscoli, mentre per altre destinazioni sono state ingaggiate guide esperte per i tour in autobus; per fare un esempio, il Festival dei ponti coperti in Iowa, in seguito all'uscita de *I ponti di Madison County* (*The Bridges of Madison County*, C. Eastwood, 1995), è stato ampliato per attirare un maggior numero di visitatori, mentre la fama acquisita dal campo di baseball de *L'uomo dei sogni* ha fatto sì che il sito venisse utilizzato da gruppi di team building aziendali. In questi casi, la vendita di *souvenir* è stata fiorente per gli imprenditori locali: i responsabili delle location, dunque, hanno “confezionato” le loro attrazioni in modo da poter prolungare il soggiorno e il potenziale di spesa dei visitatori<sup>14</sup>.

Un altro tema fondamentale trattato in questo studio, ripreso anche negli anni successivi, è quello dei possibili effetti negativi che possono subire le location successivamente all'uscita dei film. Infatti, per quanto possa essere redditizio il turismo indotto dal cinema, possono sorgere diversi problemi che accompagnano questo improvviso riconoscimento; essi riguardano soprattutto i contrasti tra la popolazione locale e i visitatori, ma anche la mancanza di preparazione da parte dei locali per quanto riguarda l'accoglienza turistica. Ad esempio, in seguito all'uscita del film *Forrest Gump* (R. Zemeckis, 1994), i turisti hanno assediato la Camera di Commercio di Savannah dopo aver scoperto che la panchina dove era solito sedersi il protagonista della pellicola era stata rimossa; nel caso della Contea di Madison, in Iowa, le poche strutture ricettive e commerciali sono risultate insufficienti ad ospitare e soddisfare i bisogni dei turisti successivamente all'uscita del film di Clint Eastwood. Anche le attività a scopo di lucro possono causare una serie di problemi: i negozi di souvenir e gadget rischiano di “inondare” ed alterare la fisionomia del luogo; il risultato di questo stravolgimento, quindi, può provocare un senso di delusione nel turista, che si aspetta di trovare una location tale e quale a come viene rappresentata sullo schermo<sup>15</sup>.

---

<sup>13</sup> Ivi, pp. 926 – 928.

<sup>14</sup>Ivi, pp. 930 – 931.

<sup>15</sup>Ivi, p. 931.

In conclusione, Riley, Baker e van Doren affermano che, nonostante i possibili impatti negativi provocati dal turismo, esiste un potenziale per le numerose località e popolazioni di capitalizzare la loro unicità e che la propensione delle case cinematografiche a utilizzare luoghi remoti come soggetti può essere positiva solo se le iniziative di gestione vengono pianificate correttamente.

Uno dei primi lavori ad esplorare gli effetti potenzialmente lucrativi del *film-induced tourism* per una destinazione è stato quello di Cohen, che nel 1986 ha riconosciuto il potere del cinema nel motivare la domanda turistica; nel 1990 John Urry ha suggerito che lo sguardo del turista (*the tourist gaze*) poteva essere influenzato da attività non turistiche, mentre, nello stesso anno, Butler ha sostenuto che l'influenza della settima arte sulle destinazioni turistiche sarebbe aumentata<sup>16</sup>. In particolare, una delle argomentazioni di Urry si basa sull'idea che i luoghi vengano scelti per essere guardati poichè vi è un'"anticipazione", soprattutto attraverso il "sogno ad occhi aperti" e la fantasia. Tale anticipazione viene costruita e sostenuta attraverso una serie di pratiche come il cinema, la TV, la letteratura, le riviste e i video, che sostengono il piacere e rafforzano lo sguardo: di conseguenza, attraverso i film, le persone sono talvolta indotte a visitare ciò che hanno visto sul grande schermo<sup>17</sup>.

Alla fine degli anni Novanta, alcuni studi esplorativi hanno iniziato a tracciare gli interessi, le domande e le opportunità della ricerca: tra questi spicca quello di Tooke e Baker, nel 1996, e quello, già citato, di Riley, Baker e van Doren. Gran parte delle ricerche all'inizio degli anni Duemila si sono concentrate sugli impatti del *film-induced tourism* nella destinazione turistica, talvolta muovendo critiche nei confronti dei flussi imponenti di visitatori e sulla capacità di carico delle località interessate. Il punto di svolta degli studi è arrivato nel 2005, con la pubblicazione del primo libro sul tema da parte di Sue Beeton, che ha fornito una panoramica degli impatti e delle problematiche, con alcune utili indicazioni sul campo di ricerca emergente; dalla fine degli anni Duemila si è assistito ad un notevole incremento del numero di articoli dedicati alla tematica, rendendo in tal modo il *film-induced tourism* oggetto di un'analisi multidisciplinare<sup>18</sup>.

Volendo ripercorrere gli stadi della ricerca in ordine cronologico, si può affermare che i primi studi, di rilevanza soprattutto per il settore industriale, si limitarono a definire e giustificare

---

<sup>16</sup> J. Connell, *Film Tourism [...]*, cit., p. 1012.

<sup>17</sup> R. Riley, D. Baker, C.S. Van Doren, *Movie induced tourism [...]*, cit., pp. 919 – 920.

<sup>18</sup> Per maggiori dettagli sugli studi e le ricerche in questione rimando a J. Connell, *Film Tourism [...]*, cit., p. 1012.

l'esistenza del fenomeno; in seguito, la ricerca si spostò sul campo economico, dove si diede maggiormente spazio alle strategie di marketing, alle motivazioni del turista e all'immagine della destinazione; infine, ad oggi, si può parlare di un'analisi multidisciplinare che coinvolge *media studies*, *cultural studies*, sociologia e antropologia<sup>19</sup>. Solo negli ultimi anni, dunque, si è instaurato un dialogo tra le diverse discipline alle quali Connell fa riferimento nella sua *literature review*, oltre a quelle sopracitate: economia e marketing del turismo, economia dei media, sociologia urbana, sociologia dei media, geografia culturale e *film studies*<sup>20</sup>.

La mancanza di un rapporto stretto tra i vari ambiti disciplinari nei primi anni Duemila aveva generato una proliferazione terminologica che andava ad indicare sostanzialmente lo stesso fenomeno, il *film-induced tourism*, ma con sfumature differenti a seconda della specificità della materia. Il termine *movie-induced tourism* è stato utilizzato a partire dagli anni Novanta, mentre *film tourism* si riferisce ad un'esperienza incidentale di turismo indotto dal cinema; *tv tourism* riguarda i media televisivi, considerando il fatto che «l'influenza "turistica" della televisione è maggiore rispetto al cinema, grazie ai benefici garantiti dalla ripetizione e dal lungo periodo di visibilità mediatica della destinazione»<sup>21</sup>; il termine *screen tourism* individua una pluralità di media, spaziando dai videogiochi, ai trailer, agli spot; *mediatized tourism* si riferisce alla produzione di media da parte del turista; *cinema sightseeing* e *set-jetting* enfatizzano rispettivamente il consumo del prodotto turistico e la ricerca dei set da parte dei fan. L'espressione *cinematic tourism* viene spesso collegata a quella di *cinematic tourist* e alle quattro tipologie di turista tra loro interconnesse, ossia:

il modello di turista "ideale" tratteggiato dai film hollywoodiani; lo spettatore che guardando un film compie un viaggio virtuale; il turista creato dalle industrie turistiche attraverso il marketing e i prodotti connessi al film, sui cui siti web il turista viaggia, ancora, virtualmente; infine, il turista in carne e ossa, che dopo aver visto il film ne visita le location e la cui esperienza è influenzata dai prodotti creati dalle industrie turistiche<sup>22</sup>.

---

<sup>19</sup> G. Lavarone, *Cinema, media e turismo. [...]*, cit., pp. 18 – 19.

<sup>20</sup> Per maggiori informazioni sulle discipline oggetto di ricerca multidisciplinare sul *film-induced tourism* si veda J. Connell, *Film Tourism [...]*, cit., pp. 1012-1015.

<sup>21</sup> G. Lavarone, *Cinema, media e turismo. [...]*, cit., p. 25.

<sup>22</sup> *Ivi*, p. 26.

Nel panorama italiano degli studi sul *film-induced tourism*, il termine inglese viene frequentemente tradotto come *cineturismo*, alludendo alla motivazione che spinge il turista a visitare il luogo di ambientazione o di ripresa<sup>23</sup>.

La *literature review* di Connell fornisce una visione d'insieme dei principali temi della ricerca sul *film-induced tourism*, riunendoli all'interno di macro-aree. Queste riguardano gli impatti economici, ambientali e sociali sulla destinazione turistica; la costruzione culturale del *film-induced tourism* (la rappresentazione dell'*heritage*, la delicata questione dell' "autenticità"); l'esperienza del turista (partecipazione a tour, *re-enactements*,...); l'immagine della destinazione (e il concetto di *national branding*); il marketing della destinazione, tema molto vasto che coinvolge anche il ruolo delle DMO e delle *film commission*; *Tourism, place and media*: «sotto questa egida Connell riunisce le riflessioni sui rapporti fra turismo e immagine in movimento, sullo sguardo del turista, sulla rappresentazione cinematografica dei luoghi, sul paesaggio letto nella prospettiva della geografia culturale»<sup>24</sup>; infine, le domande, le tipologie di turista e le sue motivazioni: in questo ambito viene spesso citata la teoria di Macionis (2004), la quale presuppone tre tipologie di turista affiancate da altrettante motivazioni<sup>25</sup>.

Macionis, infatti, afferma l'esistenza di diversi gradi di interesse nei confronti di un film da parte del turista, che si può identificare in *specific film induced-tourist*, *general film-induced tourist* e *serendipitous film induced-tourist*: il primo tipo ricerca e visita intenzionalmente le location in seguito alla visione della pellicola; il secondo, inizialmente non motivato a visitare la location dalla conoscenza del film, successivamente decide di partecipare alle attività relative; il turista *serendipitous*, invece, si trova puramente per caso presso la determinata località e può scegliere se partecipare o meno alle iniziative cineturistiche .

Le motivazioni, invece, che animano queste tre tipologie di turisti sono: le caratteristiche della location, intesa come destinazione turistica (*place*); gli aspetti tematici e la trama del film (*performance*); le motivazioni che riguardano un determinato attore o il culto di un personaggio (*personality*)<sup>26</sup>.

Come anticipato, uno dei principali temi di ricerca riguarda gli impatti economici, ambientali e sociali sulla destinazione turistica, che sono stati oggetto di studio già a partire dalla fine degli

---

<sup>23</sup> Si veda G. Lavarone, *Cinema, media e turismo*. [...], cit., pp. 22-28; per informazioni dettagliate sui vari termini utilizzati.

<sup>24</sup> *Ivi*, p. 19.

<sup>25</sup> Per un'analisi esaustiva dei temi che sono oggetto di ricerca degli studi sul *film-induced tourism* rimando a J. Connell, *Film Tourism* [...], cit., pp. 1016-1023.

<sup>26</sup> G. Lavarone, *Cinema, media e turismo*. [...], cit., p. 25.

anni Novanta. I problemi che sono emersi da una serie di ricerche includono: l'aumento della congestione del traffico e l'insufficienza di parcheggi per accogliere auto e pullman; la mancanza di capacità per soddisfare la domanda di visite; il fatto che le destinazioni non siano consapevoli o preparate per un improvviso afflusso di turisti interessati ad un elemento specifico della località; gli impatti sui residenti locali, compresi i problemi di privacy; la risposta insufficiente da parte delle imprese per massimizzare i benefici economici e far fronte alla domanda dei turisti in arrivo; l'eccessiva commercializzazione di un luogo attraverso le sue immagini cinematografiche, come nell'ormai celebre caso del film *The Beach* (D. Boyle, 2000); il discostamento dal mercato turistico esistente e la successiva sostituzione con un mercato diverso che si rivela meno redditizio o desiderabile; il furto di materiali dai siti cinematografici e l'aumento dei problemi di sicurezza; l'appropriazione culturale e spaziale, con conseguente conflitto tra ospite e visitatore; l'amplificazione della stagionalità; la concentrazione dell'attività turistica in una zona specifica della destinazione; l'eccessiva dipendenza dal cineturismo e i problemi relativi al mantenimento della domanda turistica a lungo termine<sup>27</sup>.

Al centro di questo filone di ricerca, dunque, vi è il principio della gestione degli impatti della destinazione per ottenere il massimo beneficio economico minimizzando i danni culturali e ambientali, il disturbo della comunità, e favorendo al contempo il benessere dei residenti.

La rappresentazione dell'*heritage*, secondo vari studi, è strettamente collegata al *film-induced tourism*: esso, infatti, rientra pienamente in una prospettiva di valorizzazione del patrimonio di una nazione, grazie a film o serie televisive che concorrono a promuovere l'*heritage* dal punto di vista turistico. In particolare, con *heritage tourism* si designano nello specifico «quelle espressioni del turismo culturale che consistono nella visita di siti e monumenti del passato e in cui particolare rilevanza assume la componente emotiva della “nostalgia”»<sup>28</sup>. Anche il *film-induced tourism* può contribuire alla creazione di nuovi prodotti collegati a questa dimensione della memoria emozionale<sup>29</sup>.

Il concetto dell'immagine della destinazione è fondamentale nel panorama degli studi, così come quello di *nation branding*: le ricerche indicano che il volto di una destinazione può essere significativamente plasmato dal cinema e dalla televisione, e allo stesso modo i protagonisti del grande schermo hanno il potere di creare immagini di identità nazionale; ad esempio, l'immagine del Regno Unito viene spesso accostata ai personaggi educati e riservati interpretati da

---

<sup>27</sup> J. Connell, *Film Tourism [...]*, cit., p. 1020.

<sup>28</sup> G. Lavarone, *Cinema, media e turismo. [...]*, cit., p. 57.

<sup>29</sup> *Ibidem*.

Hugh Grant in diversi film, ma anche alle pellicole di James Bond e dell'eccentrico Mr. Bean portato sullo schermo da Rowan Atkinson. L'immaginario mediatico può, quindi, influenzare le percezioni e le immagini di luoghi e persone e costruire un artificiale senso di "familiarità", anche se una proiezione di questo tipo è solitamente costituita da imprecisioni e stereotipi<sup>30</sup>. Infine, è doveroso menzionare la delicata questione dell'autenticità di un territorio. Molti turisti, infatti, si aspettano di trovare una replica esatta delle location e delle esperienze mostrate nei film, ma la realtà potrebbe essere diversa; talvolta i luoghi vengono modificati o creati appositamente per il film e, di conseguenza, le aspettative dei visitatori potrebbero non essere completamente soddisfatte. Questo problema sorge soprattutto nei casi in cui il luogo di ripresa non coincide con quello di ambientazione: nella letteratura di ambito turistico questo fenomeno viene comunemente definito *displacement*<sup>31</sup>.

Per quanto riguarda il contesto italiano, l'interesse iniziale per gli studi sul cineturismo è nato in seno agli operatori del settore e agli studiosi di economia, analogamente al panorama internazionale, per poi espandersi fino ad un incremento delle prospettive disciplinari coinvolte; oltre ad una particolare attenzione per il ruolo delle film commission e per i meccanismi di finanziamento regionali, l'ambito disciplinare più prolifico dal punto di vista degli studi sembra essere quello geografico, che mira ad indagare la costruzione di immaginari turistici attraverso i media<sup>32</sup>. Non mancano, però, ricerche collegate alla sociologia urbana e dei media, alla relazione antropologica tra cinema e viaggio, nonché al ruolo del *location placement*, tema dibattuto soprattutto negli anni Duemila; quello delle location, infatti, può essere descritto come un vero e proprio mercato che contribuisce ad aumentare il grado di competitività fra territori a livello internazionale per attrarre produzioni cinematografiche e televisive<sup>33</sup>.

In Italia, inoltre, un importante veicolo di conoscenza sul mondo del *film-induced tourism* consiste nell'Ischia Film Festival (IFF), una manifestazione cinematografica attiva dal 2003 e che ospita, durante l'evento, il Convegno Nazionale sul Cineturismo, al quale partecipano e si confrontano operatori del settore ed esponenti del mondo accademico; esiste anche un Centro Studi che raccoglie su una propria piattaforma gli atti dei convegni, le notizie sul cineturismo e sui *movie tours*, oltre ad una mappa di location cinematografiche a livello internazionale<sup>34</sup>.

---

<sup>30</sup> J. Connell, *Film Tourism [...]*, cit., p. 1022.

<sup>31</sup> Cfr. G. Lavarone, *Cinema, media e turismo. [...]*, cit., p. 69.

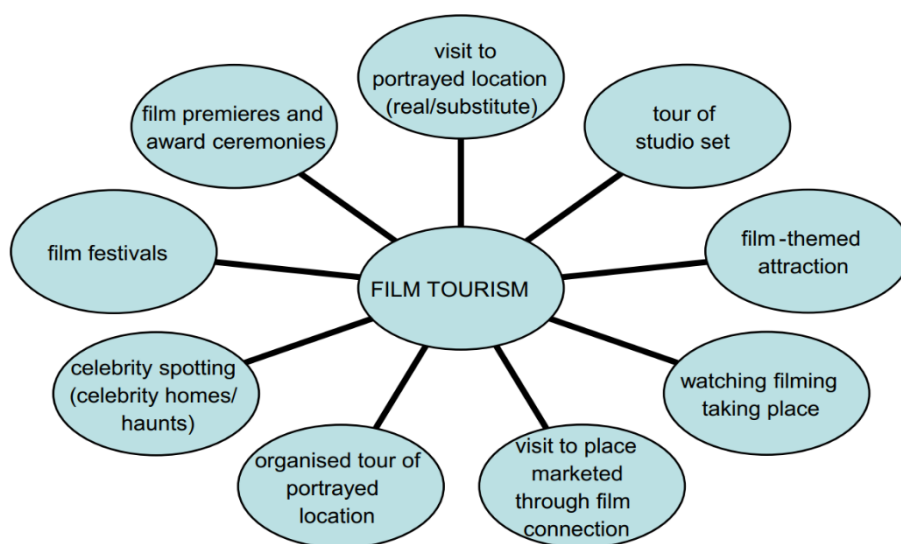
<sup>32</sup> *Ivi*, p. 34.

<sup>33</sup> *Ivi*, p. 33.

<sup>34</sup> *Ivi*, pp. 29 – 30.

Connell, come si è visto, identifica l'esperienza del turista come uno dei macro-temi di ricerca sul *film-induced tourism*: il visitatore, infatti, è portato a compiere alcune attività che gli permettono di entrare in contatto con un determinato luogo o destinazione (cine)turistica (Fig.1.1). Queste esperienze comprendono: visite a luoghi "reali" o pre-esistenti (città, villaggi, località di campagna); visite a set appositamente costruiti; tour a piedi o in bus degli studi di produzione (es. Paramount) o di parchi a tema (Disneyworld Orlando); visite alle dimore delle celebrità, Walks of Fame o Musei del Cinema; visite ai luoghi di ambientazione o alle location nel momento stesso in cui si stanno svolgendo le riprese; infine, la partecipazione ad eventi che abbiano una durata limitata, come festival, premiere, convention e mostre cinematografiche<sup>35</sup>.

Fig. 1.1 – Le esperienze e le attività che il turista può compiere, nell'ambito del film-induced tourism.



Fonte:

J.Connell, *Film Tourism – Evolution, progress and prospects*, in «Tourism Management», n. 33, 2012, p. 1010.

In ognuno dei casi appena citati, ciò che viene offerto al turista è un'esperienza immersiva a tutti gli effetti.

Considerando questa pluralità di attività, l'industria turistica ha riconosciuto i benefici del *film-induced tourism* ed è riuscita ad adattarsi e a soddisfare le richieste di visitatori in cerca di esperienze anche insolite: pacchetti alberghieri con tour cinematografici inclusi, produzione di souvenir, cibo e bevande a tema e opportunità di fotografare i luoghi chiave dei film. Sono molti gli esempi di queste iniziative, tra le quali i soggiorni a tema nell'Hotel Plaza Athénée a Parigi, utilizzato per le riprese della serie *Sex and the City* (HBO, 1998 – 2004) e i tour autoguidati di

<sup>35</sup> Cfr. J. Connell, *Film Tourism [...]*, cit., pp. 1009-1010.



*Wallander* a Ystad, dove i partecipanti possono sedersi nel caffè preferito dall'omonimo personaggio<sup>36</sup>.

In particolare, nelle pagine successive l'attenzione verrà posta sull'evento del festival e su come esso possa essere utilizzato, in determinati contesti, per contribuire alle strategie di marketing della destinazione e al “ringiovanimento” degli spazi cittadini, facendo leva sui concetti di dimensione, immagine e target al fine di generare un impatto economico significativo.

## 1.1 Film Festival: una panoramica sul tema

Nelle pagine precedenti si è potuto constatare che la tematica del film festival è strettamente collegata al mondo degli studi sul *film-induced tourism*. L'interesse per l'argomento nasce intorno alla metà del secolo scorso, quando vennero pubblicati alcuni saggi come quello di André Bazin, nel 1955, riguardante il festival di Cannes o quello, meno conosciuto, di Tommaso Chiarini e Mino Argentieri, i quali sostennero nel 1966 l'importanza del valore pubblico dei film festival; da allora l'attenzione per questa tematica non si è mai spenta e, negli ultimi vent'anni, è diventata centrale nella discussione sulle implicazioni sociali, culturali, politiche ed economiche dei film e, in generale, del cinema nazionale ed internazionale<sup>37</sup>.

Il termine “film festival”, nell'immaginario comune, può rimandare a diversi elementi: red carpet, proiezioni all'aperto, paparazzi, una grande folla che riempie gli spazi usati per ospitare l'evento. Tutto ciò conferisce una sensazione di celebrazione, di glamour, di senso di comunità e, allo stesso tempo, rende il festival un luogo di potere capace di attribuire prestigio ai film e ai registi selezionati per l'evento; inoltre, può essere considerato come “luogo di piacere” dove il pubblico e i professionisti del settore si incontrano, creando un contesto in cui il singolo si può sentire parte di una comunità<sup>38</sup>. Dina Iordanova, a tal proposito, sostiene che un film festival non debba essere

---

<sup>36</sup> J. Connell, *Film Tourism [...]*, cit., p. 1021.

<sup>37</sup> M. Dalla Gassa, A. Gelardi, F. Zecca, *Reframing Film Festivals: Politics, Histories and Agencies*, in «Cinergie – Il cinema e le arti», n. 22, dicembre 2022, p. 1.

<sup>38</sup> M. de Valck, *What is a film festival? How to study festivals and why you should*, in M. de Valck, B. Kredell, S. Loist (a cura di), *Film Festivals: History, Theory, Method, Practice*, New York, Routledge, 2016, p. 1.

costituito e ricevere attenzioni solamente per i film che vengono proiettati, ma anche per una serie di altri elementi: la presenza di celebrità, il gossip, gli sponsor, il pubblico, i giornalisti, il programma degli eventi, il *dress code*, il marketing, la copertura mediatica; tutto ciò va a definire quella che viene chiamata “narrazione” del festival<sup>39</sup>. Da questo punto di vista, le manifestazioni cinematografiche possono essere considerate come istituzioni, ossia spazi sociali all’interno dei quali vengono determinate regole di comportamento che impongono certe procedure e costruiscono significati da attribuire alle opere, agli autori e alle reti di discorsi che nascono intorno ai film<sup>40</sup>.

Portando il discorso ad una visione d’insieme più ampia, si può affermare che questi eventi funzionino come uno spazio di mediazione, una sorta di “matrice culturale” all’interno della quale vengono negoziati gli obiettivi e le attività di gruppi di interesse specifici, nonché un luogo in cui si stabiliscono e si mantengono relazioni interculturali<sup>41</sup>. Inoltre, i festival possono essere rilevanti a livello regionale, nazionale ed internazionale, portando visitatori nelle città, introiti alle industrie cinematografiche nazionali e visibilità alle varie culture del sistema cinematografico mondiale<sup>42</sup>: i festival, dunque, possono essere considerati come esempi di industrie culturali e creative, ossia imprese che sono in grado di generare occupazione e profitto attraverso la creazione, lo sviluppo e la valorizzazione di prodotti culturali.

Alla luce delle precedenti considerazioni, è possibile identificare quelli che sono gli elementi costitutivi dei festival cinematografici: la dimensione spazio-temporale, poiché questo tipo di eventi influisce sul profilo di un ambiente o di un territorio in un arco temporale specifico e limitato; l’unicità e la prevedibilità, dal momento che la ritualità che contraddistingue l’evento lo rende prevedibile, ma allo stesso tempo viene vissuto come un’eccezione non ripetibile, soggetto all’improvvisazione e all’imprevisto; l’ultimo imprescindibile elemento di ogni festival è il pubblico, poiché nessuna manifestazione viene creata o programmata senza che gli organizzatori abbiano pensato a chi rivolgersi<sup>43</sup>.

I temi indagati dai *festival studies* sono diversi: le configurazioni dei festival e il modo in cui si relazionano tra loro (“rete”, “circuito”, “arcipelago”); le procedure che questo tipo di eventi

---

<sup>39</sup> D. Iordanova, *The film festival and film culture's transnational essence*, in M. de Valck, B. Kredell, S. Loist (a cura di), *Film Festivals: History, Theory, Method, Practice*, New York, Routledge, 2016, p. 14.

<sup>40</sup> M. F. Piredda, *I festival del cinema in Italia. Forme e pratiche dalle origini al Covid-19*, Roma, Carocci Editore, 2022, p. 8.

<sup>41</sup> J. Stringer, *Global Cities and the International Film Festival Economy*, in M. Shiel, T. Fitzmaurice (a cura di), *Cinema and the city: Film and urban societies in an urban context*, Oxford, Blackwell, 2001, p. 134.

<sup>42</sup> *Ibidem*.

<sup>43</sup> M. F. Piredda, *I festival del cinema in Italia [...]*, cit., pp. 26-27.

utilizzano per far fronte a fattori di trasformazione interni ed esterni; la capacità dei festival di conferire prestigio culturale ai film; il ruolo “sacro” attribuito all’evento, che può essere definito come una sorta di “rituale” annuale che si propone di glorificare la settima arte insieme ai suoi creatori<sup>44</sup>. Altri temi riguardano l’influenza dei festival sulla distribuzione e promozione dei film, dal momento che molti registi e produttori vedono questi eventi come un trampolino di lancio per la visibilità delle loro opere e per attirare l’attenzione degli acquirenti e dei distributori; sono stati poi analizzati gli impatti dei festival sull’economia e sull’industria turistica delle città in cui si svolgono; anche gli aspetti culturali e sociali di questi eventi sono oggetto di studio, poiché i festival cinematografici offrono un’ampia gamma di film provenienti da diversi paesi, consentendo agli spettatori di sperimentare nuove prospettive e promuovendo il dialogo interculturale tra le nazioni attraverso il linguaggio universale del cinema; negli ultimi anni, in seguito all’avvento delle piattaforme di streaming e alla “democratizzazione” dell’accesso ai film, le ricerche stanno esplorando anche nuovi modelli di festival online<sup>45</sup>.

Inoltre, alcuni studi si soffermano sul ruolo dei festival cinematografici come punti di convergenza di questioni che riguardano la relazione tra produzione culturale e politica culturale, in quanto questi eventi possono essere strettamente collegati al tema dell’identità nazionale; Marla Susan Stone, ad esempio, ha dimostrato come la prima edizione della Mostra Internazionale d’Arte Cinematografica di Venezia del 1932 fosse stata organizzata al fine della propaganda fascista, mentre Heidi Fehrenbach ha discusso l’ascesa del Festival del Cinema di Berlino negli anni Cinquanta, sostenendo che l’evento fosse legato alla spettacolarizzazione della ricostruzione della Germania dopo la caduta del regime nazista: è indubbio che i principali festival istituiti nell’immediato dopoguerra (Berlino, Cannes, Edimburgo, Mosca, Londra, Venezia) fossero allineati con le attività e gli obiettivi di particolari governi nazionali, promuovendo le narrazioni ufficiali dello Stato<sup>46</sup>.

Ovviamente, oltre ai grandi festival internazionali che generano un’alta risonanza mediatica, esiste una moltitudine di eventi di medie e piccole dimensioni che si ripropongono ogni anno; infatti, se nell’immediato dopoguerra il numero dei festival a livello globale contava meno di una dozzina di eventi, ai quali poteva partecipare un’élite composta da cineasti, intellettuali e giornalisti, a partire dagli anni Ottanta e Novanta si è assistito ad una vera e propria proliferazione di festival cinematografici: ad oggi, un gran numero di eventi vengono organizzati in ogni parte del mondo,

---

<sup>44</sup>M. Dalla Gassa, A. Gelardi, F. Zecca, *Reframing Film Festivals [...]*, cit., p. 2.

<sup>45</sup>D. Iordanova, *The film festival and film culture’s transnational essence*, cit., p. 14.

<sup>46</sup>J. Stringer, *Global Cities and the International Film Festival Economy*, cit., p. 135.

conferendo al fenomeno un carattere decisamente più popolare<sup>47</sup>. Basti pensare che nel 2003 la FIAPF, la Federazione Internazionale delle Associazioni dei Produttori Cinematografici, ha stimato tra 700 e 800 il numero complessivo dei festival cinematografici; al 2010 il dato è stato ulteriormente aggiornato, calcolando una presenza di circa 3.500 eventi all'anno<sup>48</sup>, mentre il censimento realizzato dalla piattaforma web FilmFreeway nel 2021 ha menzionato circa 9.000 film festival a livello globale<sup>49</sup>. Per quanto riguarda il contesto italiano, nel 2021 FilmFreeway ha calcolato la presenza di circa 550 festival, dei quali poco più di 80 aderiscono all'AFIC (Associazione Festival Italiani di Cinema); l'Associazione, nata nel 2003, mira a sostenere le manifestazioni aderenti, migliorandone la qualità artistica e l'azione di promozione, e a rappresentarle nell'interlocuzione con i soggetti pubblici (soprattutto il ministero della Cultura), i privati e le associazioni di categoria. Tra i film festival che fanno parte di AFIC si ricordano, oltre al Film Festival della Lessinia, il Bergamo Film Meeting, la Mostra internazionale del Nuovo Cinema di Pesaro, il Torino Film Festival, il Far East Film Festival (Udine), il Trieste Science+Fiction Festival, il FESCAAAL (Festival del Cinema Africano, d'Asia e America Latina a Milano)<sup>50</sup>.

Al fine di identificare e catalogare il gran numero di festival esistenti, è necessario servirsi di alcuni parametri chiave che li definiscono: il primo di questi è indubbiamente la dimensione dell'evento, correlata al numero di film proiettati e di visitatori, nonché al budget per l'organizzazione<sup>51</sup>. Considerando il parametro della dimensione, viene confermata l'esistenza di una relazione gerarchica, per la quale i film festival più importanti sono quelli più grandi: in questo modo si può affermare la presenza di uno sviluppo disomogeneo che caratterizza il mondo della cultura cinematografica, che si imposta su una relazione tra un centro dominante (grandi festival) e le sue periferie subordinate o dipendenti (piccoli festival). La disuguaglianza, quindi, è incorporata nella struttura stessa del *festival circuit*, ossia uno spazio socialmente prodotto a sé stante dove intercorrono rapporti di potere non omogenei tra sfere pubbliche diverse, a volte in competizione, a volte in cooperazione tra loro: il circuito, in sostanza, esiste come «allegorizzazione dello spazio e delle sue relazioni di potere e opera attraverso il trasferimento di valore tra località geografiche distinte»<sup>52</sup>.

---

<sup>47</sup> Ivi, p. 137.

<sup>48</sup> C.C. Røling, J.S. Pedersen, *Film festival research from an organizational studies perspective*, in «Scandinavian Journal of Management», vol. 26, n. 3, settembre 2010, p. 318.

<sup>49</sup> M. F. Piredda, *I festival del cinema in Italia [...]*, cit., p. 29.

<sup>50</sup> Ivi, pp. 52-54.

<sup>51</sup> M. de Valck, *What is a film festival? [...]*, cit., p. 2.

<sup>52</sup> J. Stringer, *Global Cities and the International Film Festival Economy*, cit., p. 138.

A tal proposito, le classificazioni tradizionali dei festival cinematografici includono principalmente due categorie: gli eventi di tipo “audience”, ossia manifestazioni dirette soprattutto al pubblico (International Film Festival Rotterdam, Tribeca Film Festival), ed eventi di tipo “business”, ossia festival con un programma commerciale (*business agenda*); Cannes rientra in questa sezione, insieme ad altri eventi (Berlinale, Mostra del Cinema di Venezia, Toronto International Film Festival, Busan International Film Festival, Amsterdam International Film Festival) che si sono inseriti nel mercato dell’industria cinematografica. Al giorno d’oggi, molti di questi festival si impegnano anche nella produzione e distribuzione dei film, mentre altri collaborano con canali televisivi o con specifiche piattaforme di streaming: questi sviluppi hanno portato ad una situazione in cui l’evento non è più principalmente un’operazione espositiva ma diventa un attore chiave per molti altri aspetti del ciclo creativo, come il finanziamento della produzione e il *networking*. Di recente, infatti, un numero crescente di festival ha iniziato a sfruttare la presenza di registi, produttori e professionisti del settore per organizzare trattative, tavoli di lavoro e anche eventi speciali come *pitching sessions*<sup>53</sup>.

Bisogna sottolineare, tuttavia, che quando si parla di festival si fa riferimento anche alle città, grandi o piccole, che li ospitano: in quest’ottica, oggi le grandi città si trovano spesso in competizione tra loro per le risorse culturali dei finanziamenti, così come per gli introiti generati dal turismo<sup>54</sup>. Per i nuovi festival e le piccole città, allo stesso modo, è la crescita che garantisce l’accesso a maggiori risorse e favorisce una migliore sostenibilità organizzativa; la dimensione dell’evento, in altre parole, può essere vista come un’indicazione di maturità.

Un altro parametro chiave riguarda lo status e l’immagine del festival. Gli eventi più importanti si contraddistinguono per essere “internazionali” e dunque rivolti non solo ad un pubblico locale o nazionale, ma soprattutto a visitatori stranieri; l’organizzazione di questi festival comprende un maggior numero di servizi, quali uffici e proiezioni per la stampa, eventi sociali, opportunità di networking: tutto ciò richiede finanziamenti consistenti e, di conseguenza, produce una forte relazione con i soggetti interessati che sostengono economicamente l’evento<sup>55</sup>. Molti altri festival, specialmente di piccole dimensioni, si limitano a raggiungere un pubblico locale e mirano, talvolta, alla valorizzazione delle attrazioni del luogo dal punto di vista turistico; il Madeira Island Surf Film, ad esempio, tende a promuovere l’isola portoghese come paradiso del surf, mentre il Mountain Film Festival Aysen in Patagonia e il Napa Valley Film Festival valorizzano,

---

<sup>53</sup> D. Iordanova, *The film festival as an industry node*, in «Media Industries Journal», n. 3, 2015, p. 7.

<sup>54</sup> J. Stringer, *Global Cities and the International Film Festival Economy*, cit., p. 137.

<sup>55</sup> M. de Valck, *What is a film festival? [...]*, cit., pp. 2–3.

rispettivamente, le arrampicate organizzate nelle regioni montane e le tipicità enogastronomiche del luogo. Ovviamente, questi eventi possono essere intercettati anche da visitatori stranieri che si trovano nelle località a scopo turistico. A tal proposito, i festival locali mirano a creare un proprio senso di comunità e, conseguentemente, una *brand image*, al fine di ottenere finanziamenti economici<sup>56</sup>.

Un festival, inoltre, dovrebbe avere un'identità chiara e una *mission* ben definita, includendo la scelta di un tema specifico (come la promozione del cinema indipendente), di nuovi talenti o di tematiche sociali. La selezione dei film costituisce un altro aspetto cruciale per l'immagine di questi eventi, che possono optare per una programmazione "sperimentale" o per una selezione più mainstream e accessibile: Maria Francesca Piredda, a tal proposito, fa una distinzione tra festival "generalisti", ossia con un'offerta di opere eterogenea, e "tematici", dedicati ad un genere, un'epoca, un modo di produzione, un formato<sup>57</sup>. Anche l'esperienza complessiva del pubblico, inclusa l'accoglienza e l'ospitalità, produce un impatto significativo: un'organizzazione efficiente e una buona gestione degli aspetti logistici contribuiscono a creare una reputazione positiva per il festival. Oltre a ciò, una strategia di comunicazione efficace, che coinvolga media, social e pubblico, contribuisce a creare un'immagine riconoscibile e a far conoscere il festival; da questo punto di vista, i feedback e le recensioni dei partecipanti, inclusi registi e produttori, sono fondamentali per comprendere ed analizzare la reputazione dell'evento. Spesso gli indicatori più utilizzati per definire il grado di successo di una manifestazione riguardano l'andamento delle vendite (biglietti, accrediti, numero di spettatori, trend rispetto al passato), i risultati generali di tipo economico, anche con riferimento alle precedenti edizioni e all'entità del finanziamento ricevuto, e la copertura dei media (numero di articoli usciti sulla stampa e di servizi sulle televisioni, numero di visite sul sito ufficiale, quantità di *follower* sui social)<sup>58</sup>.

L'immagine che un festival vuole dare di sé è centrale per la competitività e sopravvivenza dello stesso; se, da un lato, un senso di stabilità è cruciale per la promozione di eventi sul circuito, dall'altro l'espansione è necessaria al fine della competizione con gli altri "rivali". Di conseguenza, l'ambizione di molti festival, a prescindere dalle loro effettive dimensioni, è quella di aspirare allo status di evento globale attraverso la creazione di una reputazione internazionale. Così facendo, è probabile che la pianificazione dello spettacolo intorno all'immagine distinta di una città "internazionale" aiuti a rigenerare il mercato immobiliare, contribuendo così a rilanciare

---

<sup>56</sup> *Ibidem*.

<sup>57</sup> M. F. Piredda, *I festival del cinema in Italia [...]*, cit., p. 29.

<sup>58</sup> *Ivi*, p. 117.

il valore dello spazio urbano; bisogna sottolineare, tuttavia, che la fama “internazionale” di un festival non corrisponde sempre alla crescita dell’industria cinematografica della rispettiva nazione<sup>59</sup>.

A proposito dell’immagine del festival, Stringer afferma l’esistenza di due differenti modelli: il primo riguarda gli eventi che suggeriscono pienamente le dimensioni internazionali delle culture cinematografiche locali e che producono un’identità comune basata su un senso condiviso di cinefilia, nonché sull’impegno nei processi dinamici di scambio culturale; il secondo si riferisce ad eventi che portano semplicemente alla creazione di un’estetica turistica e mercificata<sup>60</sup>. Stringer, inoltre, fa riferimento ad un’altra dicotomia, riguardante le dimensioni dei vari festival: quelli più piccoli sembrano gestire un pubblico specializzato e con “gusti” ben definiti, mentre quelli più grandi si rivolgono ad un mercato molto più ampio e variegato<sup>61</sup>.

Un altro elemento chiave da considerare è il *target* a cui si riferisce un festival. Alcuni eventi, infatti, possono rivolgersi a specifiche comunità o gruppi demografici: esistono film festival dedicati alla comunità LGBTQ (Frameline Film Festival a San Francisco, BFI Flare Film Festival a Londra, MiX Festival Internazionale di Cinema LGBTQ a Milano), alle donne, alle comunità ebraiche ed etniche (come l’Asian American International Film Festival di New York e il FESCAAAL a Milano); in questi casi si può parlare di “festival dell’identità”, poiché le selezioni tematiche dei film proiettati vengono fatte con l’intento di far riflettere gli spettatori sulle questioni dell’identità e della rappresentazione di un determinato gruppo o comunità<sup>62</sup>. Altri eventi, invece, si focalizzano solamente su un genere cinematografico (Sitges Film Festival in Spagna, Fantasia International Film Festival a Montreal), che può essere conosciuto (documentario, horror, fantasy, sci-fi) o decisamente di nicchia (film sperimentali o d’archivio). Esistono, poi, film festival dalla tematica “attivista”, incentrati sulle questioni dei diritti umani, della disabilità, dell’ambiente: questi eventi affrontano una vasta gamma di argomenti sociali (ingiustizie, disuguaglianze, discriminazioni, danni ambientali) nella speranza di diffondere la consapevolezza delle problematiche ed eliminare false credenze, contribuendo a migliorare la società<sup>63</sup>.

Un’ultima considerazione deve essere fatta in merito alle modalità di proiezione dei film ai festival, in relazione alle nuove tendenze. Se nella sua accezione “classica” il *dispositif* del festival si

---

<sup>59</sup> J. Stringer, *Global Cities and the International Film Festival Economy*, cit., p. 139.

<sup>60</sup> *Ivi*, pp. 140-141.

<sup>61</sup> *Ibidem*.

<sup>62</sup> M. de Valck, *What is a film festival? [...]*, cit., p. 3.

<sup>63</sup> *Ivi*, pp. 4-5.

avvale della proiezione in sala o all'aperto, ruotando intorno al concetto di accoglienza impostata sull'immersione dello spettatore e sull'esperienza condivisa, molti eventi, al giorno d'oggi, si discostano dalla tradizione e preferiscono avere luogo online, magari focalizzandosi su film realizzati con smartphone o tablet e puntando sulla realtà virtuale<sup>64</sup>; non si deve pensare, tuttavia, che questo cambiamento sia iniziato solamente negli ultimi tempi poiché, già negli anni Novanta, alcuni festival (come l'International Film Festival Rotterdam) avevano sperimentato nuove forme di visione dei film, utilizzando CD-ROM e DVD.

Il nuovo orizzonte degli eventi online è basato sulle piattaforme digitali, che consentono al pubblico di guardare i film selezionati e partecipare alle attività del festival attraverso internet. Considerando questo punto di vista, esistono numerosi vantaggi: il pubblico può accedere ad una vasta selezione di pellicole senza dover viaggiare fisicamente; la modalità online, inoltre, offre maggiore flessibilità nel tempo e nello spazio, dal momento che i film possono essere resi disponibili per la visione in un periodo di tempo più esteso, consentendo al pubblico di organizzare le "proiezioni" in base alle proprie esigenze; la presenza di chat room e forum di discussione permettono agli spettatori di interagire tra loro e con gli artisti, creando un'esperienza coinvolgente<sup>65</sup>. Molte istituzioni cinematografiche hanno abbracciato le novità portate dalle tecnologie più recenti, creando dei veri e propri festival ibridi, grazie alla combinazione di proiezioni online ed eventi fisici, allo scopo di raggiungere un pubblico più ampio e diversificato.

La modalità online ha iniziato ad assumere una particolare rilevanza a partire dal 2020, quando la pandemia da COVID-19 ha messo a rischio l'esistenza stessa dei festival cinematografici, che si sono trovati di fronte a quattro scelte: annullare l'edizione, spostarla in un altro momento dell'anno, svolgerla solo in presenza (con i dovuti protocolli sanitari e le limitazioni di pubblico) o utilizzando la rete. A tal proposito, un'indagine condotta da AFIC a dicembre 2020 su un corpus di 142 festival sparsi sul territorio italiano ha rilevato che il 12% di essi non si è svolto, il 31% si è svolto solo in presenza, il 30% solo online e il 27% in modalità mista, ossia erogando contenuti in rete e prevedendo dei momenti in presenza<sup>66</sup>. La stessa indagine ha evidenziato come la maggior parte dei festival si sia rivolta a MYmovies, l'unica piattaforma in grado di rispondere alle loro esigenze in maniera adeguata e in tempi brevi; in particolare MYmovieslive, piattaforma VOD, ha permesso (e permette) all'utente di usufruire di titoli *free* o in abbonamento all'interno di una sala virtuale, offrendo la possibilità di connettersi e di chattare con altri spettatori.

---

<sup>64</sup> *Ibidem*.

<sup>65</sup> *Ibidem*.

<sup>66</sup> M. F. Piredda, *I festival del cinema in Italia [...]*, cit., p. 125.



L'adozione della modalità online ha comportato diversi risultati positivi, tra i quali il più evidente è stato l'allargamento del pubblico: i prezzi bassi e accessibili di biglietti e accrediti, nonché l'annullamento delle spese dovute alla permanenza nel luogo del festival, ha incoraggiato il pubblico, che è risultato essere distribuito su tutto il territorio nazionale (almeno per quanto riguarda i festival di grandi e medie dimensioni), a scegliere almeno un contenuto offerto online<sup>67</sup>.

L'essenza del film festival, però, non sembra essere legata ad un luogo virtuale e distaccato e, piuttosto, dovrebbe essere ricercata nell'esperienza diretta dell'evento; de Valck, a tal proposito, sostiene la “regola delle tre F: *film, festival and friends*”. In fondo, un festival è un luogo che offre continuamente nuovi stimoli, influenzando i gusti estetici degli spettatori e la loro visione della vita, e che favorisce la connessione tra le persone accomunate, in questo caso, dall'amore per il cinema. E, allo stesso modo del cinema, il festival può essere visto come «una finestra metaforica sul mondo»<sup>68</sup>.

## 1.3 Il rapporto tra film festival e territorio: alcuni esempi

Il rapporto tra film festival e territorio è uno dei vari temi indagati dai *festival studies*: essi cercano di dimostrare che, grazie ad un'accurata gestione del fenomeno, il rapporto tra l'evento e la località che lo ospita può trasformarsi in una relazione di reciproca valorizzazione.

Nelle seguenti pagine verranno presi in considerazione tre casi studio analizzati in letteratura che, anche se con diverse sfaccettature ed “esiti” differenti, si possono ricondurre a questa tematica, indagandone le dinamiche ambientali, economiche e sociali.

Gli eventi culturali, come i festival, stanno diventando sempre di più una delle principali motivazioni nella scelta delle destinazioni di turismo culturale. Essi sono considerati un fattore di sviluppo economico e svolgono un ruolo fondamentale per migliorare l'immagine della località

---

<sup>67</sup> Ivi, pp. 134-135.

<sup>68</sup> M. de Valck, *What is a film festival? [...]*, cit., p. 9.

ospitante: questi eventi generano reddito e occupazione, sostenendo le imprese esistenti e incoraggiando la creazione di nuove attività. Gli investimenti in eventi culturali come i festival cinematografici comportano evidenti benefici economici e politici, poiché un gran numero di visitatori si reca sul luogo del festival e sostiene l'economia locale attraverso la spesa per l'alloggio, i pasti, i prodotti locali ed altre attività ricreative.

Il numero crescente di eventi culturali ha motivato la nascita, negli ultimi anni, di una serie di ricerche riguardanti l'impatto economico, sociale, ambientale e culturale di un evento sulle comunità ospitanti, nonché le relazioni tra le comunità locali, gli organizzatori dell'evento e i vari gruppi di interesse<sup>69</sup>.

Uno degli studi in questione ha esaminato il contributo che il 49° Festival Internazionale del Cinema di Salonicco (Thessaloniki International Film Festival - TIFF), tenutosi nel 2008, ha apportato all'economia locale, analizzando le opinioni dei visitatori, dei residenti, degli organizzatori del festival, delle imprese locali e delle autorità coinvolte; in particolare, l'obiettivo è stato quello di esplorare la distribuzione dei benefici economici generati dall'evento all'interno dell'area urbana della città e di esaminare le percezioni sulla distribuzione spaziale dell'impatto del festival da parte di un gruppo di attori chiave<sup>70</sup>.

Per quanto riguarda la metodologia dell'indagine, l'impatto economico degli eventi sull'economia di una regione è comunemente misurato in termini di reddito aggiuntivo o di occupazione aggiuntiva e viene suddiviso in impatto primario e secondario; l'impatto economico primario o diretto si riferisce al flusso di denaro generato dall'evento e, in questo caso, vengono prese in considerazione le spese direttamente collegate ad esso, cioè quelle del comitato organizzatore del festival e dei visitatori (biglietti, trasporti, alloggi, ristorazione, attività di intrattenimento), tramite l'ausilio di questionari o interviste; gli impatti secondari, ovvero quelli indiretti e indotti, derivano dall'introduzione di nuove risorse finanziarie nell'economia locale<sup>71</sup>.

Il TIFF è un evento annuale che si svolge a novembre e che dura solitamente dieci giorni, presso Salonicco, la seconda città più grande della Grecia, con più di un milione di abitanti, ricca di musei, gallerie d'arte, università e importanti siti storici. L'evento, nato nel 1960 come una modesta "settimana del cinema greco", ha assunto il suo carattere internazionale nel 1992 ed è diventato in breve tempo un importante festival cinematografico a livello mondiale, tanto che è

---

<sup>69</sup> S. Kalogirou, S. Kostopoulou, *The spatial-economic impact of cultural events*, in «International Journal of Sustainable Development», nn. 3-4, 2011, p. 310.

<sup>70</sup> *Ivi*, p. 311.

<sup>71</sup> *Ivi*, p. 313.

stato perfino riconosciuto dalla prestigiosa rivista *Screen International* come uno dei sedici premi cinematografici più famosi a livello internazionale. Durante il TIFF gli abitanti del luogo e i turisti possono assistere alla proiezione di oltre 150 film, mentre altri eventi culturali come dibattiti, concerti di musica e mostre d'arte si svolgono in contemporanea<sup>72</sup>.

Nel 1998, il festival ha acquisito una propria sede permanente presso una sala cinematografica storica nel cuore della città, denominato “Olympion”, mentre a partire dal 2005 è stato lanciato un nuovo evento, “Agorà”, ossia uno spazio di incontro internazionale che riunisce leader del settore, produttori, distributori, rappresentanti delle istituzioni, esperti e giornalisti provenienti da tutto il mondo<sup>73</sup>.

Nel 2008, anno dello studio, il festival ha contato più di 1.800 visitatori (dei quali il 25% stranieri) ed un totale di oltre 150.000 spettatori/presenze; con un budget annuale di sei milioni di euro, l'evento è finanziato da istituzioni pubbliche come il Ministero della Cultura e la municipalità di Salonicco, nonché dall'Unione Europea.

L'indagine condotta su questo evento è stata basata su un questionario, somministrato a 217 attività locali, principalmente piccole-medie imprese, direttamente collegate al settore turistico (strutture ricettive, ristoranti, caffè, bar, agenzie di viaggio, tour operator) e ad imprese indirettamente legate ad esso (fornitori e subappaltatori).

Dai risultati è emersa l'esistenza di una stretta relazione tra l'ubicazione delle attività e i benefici derivanti dall'evento: le piccole e medie imprese collocate vicino ai luoghi del festival hanno beneficiato dell'evento in misura sproporzionatamente maggiore rispetto a quelle situate nei centri di intrattenimento periferici. Si può affermare che, dunque, se il turismo dei festival genera chiaramente benefici economici per le aree centrali e per quelle che circondano la sede dell'evento, la stessa cosa non si può dire per i poli più periferici. Secondo Kalogirou e Kostopoulou, per migliorare la distribuzione spaziale dei benefici economici è necessario il coinvolgimento di tutti i settori interessati nel processo di pianificazione dell'evento: gli organizzatori del festival, le autorità locali e le attività turistico-ricreative. In conclusione, i risultati di questa ricerca suggeriscono che, sebbene il turismo legato ai festival possa avere il potenziale per donare un contributo prezioso all'economia locale, in questo caso esso non è equamente distribuito sul territorio urbano della comunità ospitante<sup>74</sup>.

---

<sup>72</sup> Ivi, pp. 315 – 317.

<sup>73</sup> *Ibidem*.

<sup>74</sup> Ivi, pp. 326-327.

Il secondo caso preso in considerazione rimanda alle conseguenze positive o negative che possono venirsi a creare quando l'immagine di una destinazione entra in conflitto con il suo patrimonio e con il concetto di identità culturale.

Jamestown e Lone Pine, entrambe situate nella Sierra Nevada, in California, sono due cittadine con un passato minerario, ma è la loro storia come location per film western ad averle rese celebri. A partire dal 1919, circa 150 film vennero girati a Jamestown, che attirava i registi per via del suo paesaggio attraversato dalla Sierra Railroad, mentre Lone Pine, sempre a partire dai primi anni del Novecento, fu usata come location per oltre 350 film (quasi tutti western di serie B), grazie alla presenza delle suggestive Alabama Hills<sup>75</sup>.

Nel corso degli anni Ottanta, nasce presso la stazione ferroviaria di Jamestown *The Movie Railroad Days*, un festival western che ha luogo il fine settimana e che comprende tour della ferrovia, escursioni con i vecchi treni a vapore, rievocazioni di famose sparatorie e rapine ai treni, dibattiti e sessioni di autografi con ex attori e stuntmen; il *Lone Pine Film Festival*, invece, nasce nel 1990 e si basa principalmente sulle proiezioni dei vecchi western girati presso la località, ma anche su concerti, barbecue e visite guidate delle varie location. In entrambi i casi, dunque, si può constatare come sia stato messo in risalto il passato cinematografico delle due cittadine, anziché omaggiare la produzione filmica contemporanea, scelta che invece accomuna molti film festival.

Sia a Jamestown che a Lone Pine, il tessuto fisico della città è stato alterato per adattarsi all'immagine western: alcune strade assomigliano a set di film, con marciapiedi in legno, abbeveratoi per cavalli e verande. Questi escamotage hanno conferito ad entrambe le città importanti vantaggi competitivi rispetto alle località vicine, accomunate dalla produzione agricola, dall'eredità della corsa all'oro e dalla vicinanza alle montagne della Sierra Nevada.

Queste due cittadine, dunque, hanno scelto di puntare su un'immagine ben definita, quella raccontata dai vecchi film western, facendo passare in secondo piano alcuni aspetti della loro identità culturale e nascondendo, in un certo senso, il loro passato storico<sup>76</sup>.

I due festival, nel corso degli anni, si sono sviluppati ottenendo diversi finanziamenti da parte di *stakeholders* locali, ma anche grazie all'interessamento di istituzioni pubbliche. Nel 2001, tuttavia, l'ente California State Parks, uno dei patrocinatori dell'evento, decise di sospendere i finanziamenti nei confronti del festival di Jamestown, in quanto giudicato inappropriato e troppo "mercificato" per figurare nella lista degli *State Historic Park* della California: da quel momento il

---

<sup>75</sup> W. Frost, *Projecting an image: film-induced festivals in the American west*, in «Event Management», n. 12, 2009, p. 4.

<sup>76</sup> Ivi, pp. 6-7.

festival è rimasto in una fase di *stand-by* per alcuni anni, ritornando a pieno regime solamente nei primi anni Duemiladieci<sup>77</sup>. Il *Lone Pine Film Festival*, al contrario, ha mantenuto il suo status ed appeal nel corso degli anni, soprattutto grazie all'apertura di un museo del cinema locale che è diventato la sede principale dell'evento, assicurandosi un flusso turistico costante.

Si può affermare, dunque, che i festival di Jamestown e Lone Pine, nonostante esiti differenti, siano riusciti a raggiungere la notorietà servendosi di una narrativa "western" che, sviluppata nel corso del tempo, è riuscita ad entrare a far parte della loro identità locale.

L'ultimo caso studio riguarda la tematica dell'ecocinema e dei festival dedicati all'ambiente (*environmental film festivals*).

Negli ultimi due decenni il crescente numero di film e di festival (come il Sundance Film Festival) che affrontano tematiche ambientali dimostra che il cinema attento all'ambiente è «un potente strumento di diffusione delle conoscenze, di sensibilizzazione, di stimolo del dibattito pubblico e, auspicabilmente, di iniziativa educativa»<sup>78</sup>. Questi festival incoraggiano gli spettatori a diventare più consapevoli dal punto di vista ecologico, influenzando i loro valori e comportamenti ambientali, e quindi ispirandoli anche grazie a dibattiti, workshop e attività ludiche a partire da una visione ecocritica.

L'Ekofilm Festival, ad esempio, è il più longevo festival europeo dedicato alle tematiche ambientali. Fondato a Praga nel 1974, si tiene a Brno a partire dal 2015: ogni ottobre il festival si apre con un tema ambientale di attualità e presenta decine di film, in concorso e fuori concorso, provenienti dalla Repubblica Ceca e dall'estero; inoltre, l'evento ospita conferenze, workshop con gli esperti del settore, dibattiti con ospiti e registi, concerti e altri programmi culturali. Per comprendere l'importanza dell'Ekofilm Festival, basti pensare che negli ultimi cinque anni le pellicole presentate per la selezione sono state più di 5.000<sup>79</sup>.

Cesaro afferma che, dal momento che non esiste ancora una definizione univoca di festival cinematografico "ambientale", per studiare il fenomeno sia necessario chiarire le tendenze rilevate da una prima mappatura storica. In questo senso, fa riferimento a tre tipologie di *environmental festival*: festival con spirito imprenditoriale, festival della sfera pubblica ed eventi sociali performativi<sup>80</sup>. Il primo tipo riguarda veri e propri luoghi per "fare affari", come il Jackson Wild Film Festival nel Wyoming e il Wildscreen Festival di Bristol, che fungono da importante piattaforma

---

<sup>77</sup> Ivi, p. 8.

<sup>78</sup> L. Cesaro, *Film Festivals and Ecological Sustainability in the Age of the Anthropocene*, in «Cinergie – Il cinema e le altre arti», n. 22, dicembre 2022, p. 85, traduzione mia.

<sup>79</sup> Ivi, p. 84.

<sup>80</sup> Ivi, p. 86.

attraverso la quale i film vengono acquistati e venduti. Lungi dall'essere eventi economici e alla portata di tutti, il loro pubblico principale è costituito prevalentemente da delegati che possono permettersi quote d'ingresso relativamente alte (fino a 450\$).

I festival della sfera pubblica, a differenza di quelli con spirito imprenditoriale, promuovono la partecipazione pubblica attraverso cerimonie di premiazione e tavole rotonde e tendono a commercializzarsi come eventi prestigiosi caratterizzati da sponsorizzazioni statali. Due tipi di festival rientrano in questa categoria: il primo si riferisce ad eventi cinematografici che si autodefiniscono "ambientali", anche se ad un esame più attento risulta evidente come il loro impegno in materia resti discutibile; il secondo si riferisce ai circuiti che includono spazi nel loro programma dedicati a mettere in risalto i film in concorso che sono stati realizzati secondo le migliori pratiche e certificazioni "verdi"<sup>81</sup>.

Tra queste certificazioni, una delle più significative è quella del Green Drop Award, assegnato a partire dal 2012 da Green Cross Italia al film che meglio interpreta i valori dell'ecologia e dello sviluppo sostenibile nella sezione ufficiale della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia.

La terza categoria di festival, quella degli eventi sociali performativi, si riferisce a festival con spazi strutturati e caratterizzati da momenti di discussione tra il pubblico e gli autori, da proiezioni, workshop e tavole rotonde; i temi trattati spaziano dal consumo energetico alla mobilità sostenibile, dal riciclaggio dei materiali alla sostenibilità alimentare<sup>82</sup>. Questo è il caso, ad esempio, del Finger Lakes Environmental Film Festival, un evento annuale interdisciplinare e cross-mediale che si svolge a Ithaca (New York), dedicato alla presentazione di progetti mediatici globali legati ai temi della sostenibilità.

Parallelamente al contesto degli *environmental film festival*, già da alcuni anni sono presenti, anche nel panorama italiano, diverse piattaforme, network e protocolli volti a valorizzare e promuovere comportamenti ecocritici.

Probabilmente la piattaforma più diffusa è il Green Film Network, un'iniziativa recente che vanta una portata globale: nel 2012, a Torino, 39 direttori (di festival annuali incentrati su tematiche ambientali) hanno sottoscritto una collaborazione per formare un'organizzazione internazionale al fine di promuovere lo scambio, la comunicazione e la cooperazione sui temi ambientali attraverso il cinema. L'adesione al Green Film Network è aperta a qualsiasi festival cinematografico

---

<sup>81</sup> Ivi, p. 87.

<sup>82</sup> Ivi, p. 88.

ambientale che aderisca ai principi e alle pratiche riconosciute dalla rete, di seguito riassunte in tre punti: promuovere prodotti audiovisivi con tematiche ecologiche e ambientali e incoraggiare iniziative per la salvaguardia dell'ambiente naturale, sociale e culturale; diffondere e promuovere la produzione artistica e culturale internazionale, in particolare cinematografica, attraverso eventi, dibattiti, pubblicazioni, apparizioni televisive; realizzare eventi e attività audiovisive che contribuiscano alla crescita di una cultura consapevole del rapporto tra uomo e natura<sup>83</sup>.

Rimanendo nel contesto italiano, uno dei protocolli *green* più riconosciuti nel panorama cinematografico del Paese consiste nella “Guida Festival Green”, promossa da AFIC (Associazione Festival Italiani di Cinema), che, attraverso una serie di parametri, si propone di limitare l'impatto materiale dei festival durante le fasi di organizzazione, promozione e comunicazione; ad oggi, aderiscono al protocollo circa una decina di eventi, tra i quali anche il Lessinia Film Festival<sup>84</sup>.

Nell'ambito degli *environmental festivals*, il rapporto con il territorio viene ben delineato nel caso dell'Euganea Film Festival che, dal 2002, promuove la cultura locale patavina attraverso i mezzi audiovisivi.

Il festival è il fiore all'occhiello delle attività svolte da Euganea Movie Movement, associazione nata nel 2005 e che opera in Veneto per promuovere la cultura cinematografica italiana e straniera attraverso l'organizzazione di eventi, corsi, rassegne e spettacoli, con particolare attenzione alle produzioni regionali<sup>85</sup>.

L'evento, che si svolge nella zona dei Colli Euganei durante l'estate, ha offerto una selezione di oltre cinquanta contributi ogni anno (una variegata line-up di documentari e cortometraggi di finzione e animazione) in ambienti suggestivi come parchi, ville e castelli, accompagnati da eventi speciali quali concerti, laboratori, incontri con autori e spettacoli teatrali; la promozione del territorio, inoltre, è assicurata dalla collaborazione con vari esponenti della scena cinematografica internazionale e da una fitta rete di organizzazioni, istituzioni e associazioni in provincia di Padova e all'interno della regione Veneto<sup>86</sup>. Il festival patavino si è fatto promotore anche di iniziative ecosostenibili: nel 2021 ha sostenuto l'area di Bosco Fontaniva, nei pressi del fiume Brenta, aumentandone la biodiversità grazie alla piantumazione di 130 nuovi alberi e migliorando la fornitura di servizi ecosistemici legati agli habitat fluviali, alle zone umide e alle aree agricole

---

<sup>83</sup> *Ivi*, p. 89.

<sup>84</sup> *Ivi*, p. 90.

<sup>85</sup> *Ivi*, p. 91.

<sup>86</sup> *Ibidem*.

del sito Natura 2000<sup>87</sup>. Il festival prevede, inoltre, di piantare nuovi alberi nell'area del Parco Fluviale del Brenta (un tratto di circa 50 km) che va da Bassano del Grappa a Padova; proteggendo i boschi esistenti, infatti, gli organizzatori mirano a compensare le emissioni di CO2 del festival. Un'altra iniziativa ha riguardato l'apertura di un bike point, nato per permettere ai visitatori di raggiungere i luoghi suggestivi dove si svolgono le proiezioni durante il festival.

La valorizzazione del territorio è stata promossa anche dal progetto Euganea Film Tour, una web app per il ciclo-cineturismo, realizzata con l'intenzione di far scoprire e visitare in autonomia le location di film e produzioni televisive. L'utente che utilizza l'applicazione può esplorare il territorio in due modi: il primo comporta la scoperta di un singolo luogo attraverso un punto di vista storico, turistico e cinematografico; la seconda modalità di accesso al territorio è correlata alla proposta di quattro tour legati al cinema: in tal modo, il dialogo tra le immagini visibili nei film e nelle serie televisive, da un lato, e i panorami naturalistici del Parco Regionale dei Colli Euganei, dall'altro, permette peraltro al visitatore di riflettere sulle trasformazioni che l'area ha subito nel corso degli ultimi anni, a causa della progressiva urbanizzazione del Parco<sup>88</sup>.

A fronte di queste considerazioni, l'Euganea Film Festival costituisce indubbiamente un esempio virtuoso di valorizzazione del patrimonio locale attraverso l'attuazione di iniziative ecosostenibili.

---

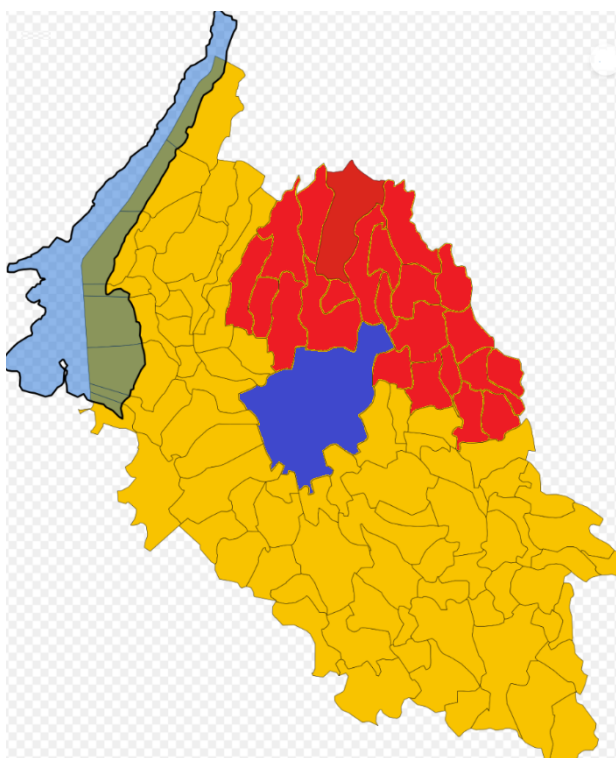
<sup>87</sup> La Rete Natura 2000 è il principale strumento della politica dell'Unione Europea per la conservazione della biodiversità, istituita ai sensi delle Direttive 92/43/CEE "Habitat" e 2009/147/CE "Uccelli" per garantire il mantenimento a lungo termine degli habitat naturali e delle specie di flora e fauna minacciati o rari a livello comunitario. Si basa sull'individuazione di aree di particolare pregio ambientale denominate Siti di Importanza Comunitaria (SIC-ZSC), che vanno ad affiancare le Zone di Protezione Speciale (ZPS) per l'avifauna.

<sup>88</sup> L. Cesaro, *Film Festivals and Ecological Sustainability in the Age of the Anthropocene*, [...], cit., p. 92.



## 2. La Lessinia: il contesto

Fig. 2.1 - Mappa della provincia di Verona: in rosso i comuni appartenenti al contesto territoriale della Lessinia che, come si può notare, è situata a nord rispetto al comune di Verona, contrassegnato in blu, e ad est rispetto al Lago di Garda.



Fonte: Wikipedia; elaborazione grafica di G. Bissoli.

Lessinia è il nome che comunemente si attribuisce ai Monti Lessini Veronesi, il vasto altopiano ondulato delle Prealpi venete che si innalza a nord della città di Verona (Fig. 2.1) e che si estende per oltre 820 km<sup>2</sup>. Il suo territorio è compreso principalmente nella provincia di Verona, ma si espande fino al Trentino e alle Prealpi vicentine. I confini geografici sono delimitati ad ovest dalla Val d'Adige, a est dalla Valle del Chiampo, a nord dalla Valle dei Ronchi e dal massiccio del Carega, mentre a sud la Lessinia si allarga a ventaglio verso la pianura Veronese, solcata da

diverse incisioni longitudinali: la Valpolicella, la Valpantena, la Val Squaranto, la Val di Mezzane, la Val d'Illasi, la Val Tramigna, la Val d'Alpone e altre vallate minori comunemente chiamate “progni” o “vaj”. Le cime più alte, localizzate nel settore settentrionale, sono il Monte Castelberto (1765 m.), il Monte Tomba (1766 m.), il Monte Sparvieri (1796 m.), il Castel Gaibana (1806 m.) e la Cima Trappola (1862 m.)<sup>89</sup>.

La Lessinia viene tradizionalmente suddivisa in tre varietà paesaggistiche, che ne denotano le differenze di flora, fauna e tipologie abitative: la zona pedemontana e collinare, che si estende dai fondovalle fino ai 600/800 metri delle dorsali, ideali per la coltivazione di vite, ulivo e ciliegio (Valpolicella, Valpantena, Val Squaranto, Valle di Mezzane, Val d'Illasi, Val Tramigna, i colli di Soave); la zona di media montagna tra gli 800 e i 1200 metri, denominata “media Lessinia”, in cui si dislocano i principali centri abitati e le contrade e dove i boschi di faggi e conifere si alternano ad ampi prati; infine l’ “alta Lessinia”, la zona degli alti pascoli tra i 1200 metri e le vette orientali che superano i 1800 metri, dove si trovano le malghe e i rifugi d'alpeggio<sup>90</sup>.

I Monti Lessini costituiscono una sorta di “cerniera ambientale” tra la Pianura Padana e le Alpi: la graduale pendenza delle dorsali, l'elevata piovosità autunnale e primaverile, le profonde incisioni torrentizie, l'aridità carsica delle rocce calcaree e i cambiamenti dovuti a millenni di antropizzazione hanno plasmato la varietà unica dei suoi ambienti. La presenza dell'uomo in Lessinia, infatti, viene fatta risalire alla Preistoria, come testimoniano diversi rinvenimenti archeologici datati al Paleolitico; l'altopiano, però, iniziò ad essere sfruttato solamente nel Neolitico, quando ebbe inizio il disboscamento dell'immensa faggeta che ricopriva la Lessinia fino ai 1500 metri di quota: le conseguenze di questa massiccia attività selvicolturale, protrattasi fino al Medioevo, ha indelebilmente segnato e modificato il territorio<sup>91</sup>.

A caratterizzare maggiormente la Lessinia da un punto di vista antropico fu l'arrivo, tra il XIII e il XIV secolo, di gruppi di coloni di origine bavaro-tedesca: i Cimbri; il loro nome, secondo la tesi più accreditata, deriverebbe da “zimbar”, che significa “boscaiolo” o “lavoratore del legno”. Essi si dedicarono alla pastorizia, alla coltivazione di alberi da frutto, alla foraggicoltura e all'apicoltura, alla produzione del carbone di legna e del ghiaccio. Nel corso del tempo, costituirono delle comunità sempre più ampie che diedero poi luogo alla formazione di tredici comuni sparsi sul territorio, conosciuti come i “XIII Comuni Cimbri Veronesi”, corrispondenti alle odierne

---

<sup>89</sup> E. Valbusa, *Progetto di un percorso turistico-ricreativo per la promozione della storia, dell'ambiente, delle tradizioni, dell'economia e dell'arte della Lessinia*, tesi di laurea, Università degli Studi di Padova, Facoltà di Agraria, a.a. 2010-2011, relatore G. Marchiori, p. 16.

<sup>90</sup> *Ivi*, p. 18.

<sup>91</sup> *Ivi*, p. 15.

municipalità di Velo Veronese, Roverè, Erbezzo, Selva di Progno, Bosco Chiesanuova, Badia Calavena, Cerro Veronese, San Mauro di Saline e a cinque località successivamente accorpate nei comuni limitrofi, ossia Azzarino, San Bortolo, Valdiporro, Tavernole e Camposilvano.

I XIII Comuni, quasi fin dalla loro fondazione, fecero parte del territorio controllato dalla repubblica marinara di Venezia, dalla quale ottennero un'ampia autonomia, mantenuta nel corso dei secoli, con proprie leggi e statuti. La capitolazione di Venezia nel 1797 per opera di Napoleone e l'attribuzione del territorio veneziano alla corona austriaca durante il Congresso di Vienna, nel 1815, decretarono la fine dell'autonomia amministrativa dei XIII Comuni<sup>92</sup>.

Il peculiare paesaggio lessinico (Fig. 2.2) trova nell'uso della pietra la sua principale caratteristica, evidente testimonianza dell'intervento antropico e, in particolare, dell'antica presenza della comunità cimbra: questo elemento, che si ritrova nelle caratteristiche contrade, nelle malghe, nelle ghiacciaie (*giassare* in dialetto veronese) e nell'arte scultorea (steli, colonnette, edicole, croci) sembra fondersi armonicamente con l'ambiente circostante<sup>93</sup>.

Fig. 2.2 – Il paesaggio tipico della “media Lessinia”: aree boschive che si alternano ad ampi spazi destinati prevalentemente al pascolo.



Fonte: <https://www.garda-outdoors.com/>

A tal proposito, l'architetto veronese Vincenzo Pavan ha suggerito l'attributo “vernacolare” come il più idoneo a individuare le singolarità delle strutture architettoniche cimbre (Fig. 2.3): il termine

---

<sup>92</sup> P. Tezza, *L'attività museale nella valorizzazione delle aree protette: il caso del Parco Naturale Regionale della Lessinia*, tesi di laurea, Università degli Studi di Verona, Facoltà di Economia, a.a. 2000-2001, relatore E. Montessor, p. 12.

<sup>93</sup> V. Gecchele, *Il ruolo del turismo nello sviluppo della Lessinia orientale*, tesi di laurea, Università degli Studi Verona, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, a.a. 2004-2005, relatore F. Simeoni, p. 6.

rende l'idea di una forma espressiva nata per mano di una specifica cultura originaria, tra i membri di una comunità capace di autogovernarsi e di utilizzare al meglio tutto ciò che l'ambiente offre. Alla popolazione dell'altopiano, del resto, la pietra è stata sempre familiare, sia per il fatto che è molto diffusa in gran parte del territorio, sia perché fin dai tempi più antichi le grotte o i ripari sottoroccia venivano utilizzati come rifugi e abitazioni<sup>94</sup>.

Fig. 2.3 – Scorcio di una delle contrade della Lessinia; in questo caso si possono apprezzare le tipiche architetture cimbre, costruite in pietra locale.



Fonte: <https://www.visitlessinia.eu/it/>

L'importanza del paesaggio lessinico è stata ufficialmente riconosciuta nel 2020, quando la Commissione dell'Osservatorio Nazionale del paesaggio rurale del Ministero delle Politiche agricole e forestali ha inserito gli alti pascoli della Lessinia all'interno del "Registro Nazionale dei paesaggi rurali storici", per via dei loro «fattori di unicità e storicità, tra i quali meritano di essere sottolineate le tracce di frequentazione preistorica e storica e il particolare uso della pietra locale<sup>95</sup>». Il progetto di candidatura, finanziato dal GAL Baldo Lessinia, ha coinvolto i comuni veronesi di Erbezzo, Selva di Progno, Velo Veronese, Sant'Anna d'Alfaedo, Bosco Chiesanuova, Roverè Veronese, quelli trentini di Ala e Avio e il comune vicentino di Crespadoro, nonché due

<sup>94</sup> U. Sauro, *Lessinia*, Verona, Cierre edizioni, 2010, p. 164.

<sup>95</sup> <https://www.reterurale.it/>.

società agricole private, l'Associazione Proprietari Malghe e Terreni della Lessinia, il Consorzio Formaggio Monte Veronese DOP e il Consorzio Tutela Pietra della Lessinia.

Per quanto riguarda il sistema produttivo della Lessinia, il territorio non presenta una struttura economica e sociale omogenea: ciò è dovuto alle condizioni morfologiche e ambientali che, come in tutti gli ambienti montani, hanno condizionato pesantemente il processo di antropizzazione, influenzando lo sviluppo del sistema insediativo, relazionale e delle attività produttive.

A fronte di queste considerazioni, si possono distinguere tre aree differenti: l'area di fondovalle, dove il settore agricolo viene affiancato da quello artigianale ed industriale (comuni di Dolcè, S. Ambrogio di Valpolicella, Fumane, Negrar, Grezzana, Badia Calavena, Vestenanova e S. Giovanni Ilarione); l'area intermedia, che esprime un'economia essenzialmente agricola (comuni di Marano, Cerro Veronese, S. Mauro di Saline e Selva di Progno) basata sulla viticoltura e frutticoltura; l'area dell' "alta Lessinia" è prevalentemente caratterizzata da un indirizzo economico zootecnico-forestale, con presenza del settore turistico (comuni di S. Anna d'Alfaedo, Erbezzo, Bosco Chiesanuova, Roverè, Velo Veronese e Selva di Progno). Tutt'oggi, infatti, l'alpeggio dei Monti Lessini è legato ad una forte tradizione lattiero-casearia: il prodotto "di punta" di quest'attività è il formaggio Monte Veronese, che ha ottenuto la denominazione di origine protetta (D.O.P.) nel 1996<sup>96</sup>.

Relativamente al settore secondario, l'attività di escavazione e lavorazione della pietra è storicamente una delle principali fonti di reddito per l'economia della Lessinia, che ha assunto un ruolo fondamentale soprattutto nella zona centro-occidentale dell'altopiano. Insieme all'allevamento, all'agricoltura e al turismo, è uno dei comparti produttivi portanti non solo della Lessinia, ma di tutta la provincia veronese. L'estrazione della Scaglia Rossa Veneta, comunemente denominata "pietra di Prun", e del Rosso Ammonitico avviene nell'area della media-alta Lessinia, mentre le attività di lavorazione e trasformazione sono svolte in larga misura nei fondovalle<sup>97</sup>. Le operazioni di estrazione della pietra sono state stimolate dalla rete di industrie nate in Valpantena e in Valpolicella e dalle iniziative di promozione commerciale, come la Fiera del Marmo di S. Ambrogio di Valpolicella e la più recente Marmomacc (mostra internazionale di pietre, design e tecnologie), che è una delle principali esposizioni del settore e che assegna un prestigioso premio di architettura. Il tema delle attività di cava ha costituito negli ultimi decenni un terreno di scontri e dibattiti tra due esigenze, ossia quella produttiva e quella di salvaguardia

---

<sup>96</sup> [Home - Parco Naturale Regionale della Lessinia \(lesiniapark.it\)](http://www.lesiniapark.it).

<sup>97</sup> E. Valbusa, *Progetto di un percorso turistico-ricreativo per la promozione della storia [...]*, cit., pp. 18-19.

del territorio: l'estrazione della pietra, infatti, rappresenta una fonte di pressione importante per il suolo ed il sottosuolo, in quanto modifica profondamente gli aspetti geologici, morfologici ed idrogeologici del territorio<sup>98</sup>.

Dal punto di vista istituzionale esistono diversi enti che, attraverso varie azioni di programmazione, intervengono e collaborano per lo sviluppo della Lessinia. L'istituzione principale a cui fanno riferimento i comuni del territorio è l'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, la cui finalità è rappresentata dalla valorizzazione dell'altopiano, anche attraverso il sostegno alle iniziative economiche e produttive. All'Ente Parco si aggiunge il Gruppo di Azione Locale (G.A.L.) Baldo-Lessinia, che gestisce lo sviluppo locale di tipo partecipativo nelle zone rurali come stabilito dall'Unione Europea attraverso lo "Sviluppo locale LEADER". In particolare, il Programma di Sviluppo Locale (PSL) 2014-2020, denominato dal G.A.L. "INSIEM&", ha investito sui seguenti ambiti di interesse: il turismo sostenibile, lo sviluppo e l'innovazione delle filiere e dei sistemi produttivi locali, la valorizzazione del patrimonio naturale e culturale delle aree rurali; tra il 2014 e il 2020 il G.A.L. ha concesso fondi pubblici per oltre undici milioni di euro, finanziando 262 progetti sul territorio con un impatto totale di quasi 19 milioni di euro<sup>99</sup>. L'attuale PSL 2023-2027, denominato "F.U.T.U.R.A.", ha un budget complessivo di € 5.991.120. Gli ambiti di interesse identificati dalla Strategia 2023-2027 sono due ed entrambi rientrano tra quelli riportati nella lista definita dal Complemento Regionale per lo Sviluppo Rurale del Piano Strategico Nazionale della PAC (Politica Agricola Comune) 2023-2027 per il Veneto; essi riguardano la valorizzazione del patrimonio naturale, paesaggistico, storico-culturale e delle risorse ambientali e l'innovazione e il miglioramento dei servizi per la popolazione e degli spazi di vivibilità collettivi. Relativamente a questi due ambiti, il G.A.L. intende favorire gli investimenti per: la valorizzazione e il miglioramento delle imprese agricole montane veronesi; lo sviluppo di attività imprenditoriali che valorizzino il patrimonio locale; la realizzazione di attività informative per la conoscenza del territorio; la nascita di progetti di rete integrati, nonché la creazione di spazi e servizi aggregativi tra gli abitanti della montagna veronese<sup>100</sup>.

La Provincia di Verona e la Camera di Commercio Provinciale supportano iniziative legate all'arte, alla cultura e allo sport realizzate sul territorio, come anche la Regione Veneto. I programmi ed i piani regionali per il turismo risultano particolarmente interessati ed attenti alle risorse artigianali e culturali della Lessinia; i piani locali vengono redatti coerentemente con quanto

---

<sup>98</sup> U. Sauro, *Lessinia [...]*, cit., p. 236.

<sup>99</sup> [PSL 2014-2020 - GAL Baldo-Lessina \(baldolessinia.it\)](http://baldolessinia.it).

<sup>100</sup> [PSL 2023-2027 - GAL Baldo-Lessina \(baldolessinia.it\)](http://baldolessinia.it).

stabilito a livello nazionale e comunitario, al fine di considerare problemi e tematiche legate soprattutto allo sviluppo economico e alla sostenibilità ambientale<sup>101</sup>.

L'insieme delle normative e dei piani permette un ordinamento coordinato e forte per valorizzare e tutelare le caratteristiche culturali della Lessinia. Le principali disposizioni e direttive sovra comunali inerenti al territorio sono: il Piano Territoriale Regionale di Coordinamento (P.T.R.C.), il Piano Territoriale di Coordinamento Provinciale di Verona e il Piano di Assetto Territoriale Intercomunale (stipulato tra i comuni di Bosco Chiesanuova e Cerro Veronese).

È necessario ricordare, inoltre, la partecipazione dei comuni della Lessinia all'Organizzazione di Gestione della Destinazione (OGD) "Verona", in quanto soggetti aderenti. La Giunta Regionale del Veneto, con Deliberazione n. 2273 del 27 novembre 2014, ha riconosciuto l'OGD in questione, relativa al Sistema Turistico Tematico (STT) "Città d'arte, centri storici, città murate e sistemi fortificati e ville venete". Con l'obiettivo di condividere la *governance* del territorio integrando e valorizzando l'offerta turistica di Verona e della sua provincia, l'OGD ha allargato i propri confini sollecitando la partecipazione al Tavolo di Confronto di soggetti pubblici e privati. Ad oggi (marzo 2024) l'OGD, il cui soggetto referente è la "Fondazione Destination Verona & Garda", vede la partecipazione di 54 comuni veronesi e quella della Camera di Commercio e della Provincia di Verona; tra i soggetti privati figurano l'Aeroporto Valerio Catullo di Verona SpA, Fondazione Arena di Verona, Veronafiore SpA, Consorzio Verona Tuttintorno, Associazione Strada del Vino di Soave, Associazione per le Ville Venete, Associazione Strada del Vino Valpolicella e Azienda Mobilità e Trasporti di Verona<sup>102</sup>.

I comuni della Lessinia (17), insieme a quelli del territorio del Monte Baldo (12), aderiscono all'Intesa Programmatica d'Area (IPA)<sup>103</sup> "Montagna Veronese" istituita nel 2007, il cui soggetto referente è la Provincia di Verona; partecipano, inoltre, l'Associazione degli Industriali di Verona, l'Associazione Commercianti, l'Associazione Artigiani Riuniti di Verona, Confartigianato Verona, CGIL, CISL, UIL, l'Università degli Studi di Verona, la Federazione Provinciale Coltivatori Diretti e l'Unione Provinciale Agricoltori. Per quanto riguarda l'anno 2022, i contributi regionali erogati sono stati pari a € 8.680, così come per l'altra IPA del territorio scaligero del "Basso Veronese"<sup>104</sup>.

---

<sup>101</sup> V. Corradi, *Il marketing del territorio: un'analisi competitiva del Parco Naturale Regionale della Lessinia*, tesi di laurea, Università degli Studi Verona, Facoltà di Economia, a.a. 2019-2020, relatore B. Gaudenzi, pp. 20-21.

<sup>102</sup> [DMO - Destination Management Organization | Camera di Commercio di Verona \(camcom.it\)](#).

<sup>103</sup> Le Intese Programmatiche d'Area (IPA) sono uno strumento di programmazione decentrata e di sviluppo del territorio, attraverso il quale la Regione offre la possibilità agli Enti pubblici locali e alle Parti economiche e sociali di partecipare alla programmazione regionale.

<sup>104</sup> [IPA - Intese Programmatiche d'Area - Regione del Veneto](#).

## 2.1 Il Parco Naturale Regionale della Lessinia

L'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, come si è visto, rappresenta la principale istituzione del territorio, alla quale fanno riferimento diversi comuni dell'altopiano.

Il processo di creazione di questo ente inizia negli anni Ottanta quando, di fronte alle repentine trasformazioni dell'ambiente montano, capaci di metterne in pericolo gli equilibri ecologici e la dimensione estetica, gli abitanti, le autorità locali e le istituzioni cittadine hanno avvertito la necessità di una politica di salvaguardia e di valorizzazione del patrimonio locale, attraverso la realizzazione di una rete di musei, l'istituzione di un parco e altre iniziative culturali.

Lo stesso problema, in quegli anni, non si poneva solamente nell'area lessinica: pochi mesi prima della nascita del Parco Naturale Regionale, la Regione Veneto aveva già istituito quello dei Colli Euganei, nell'ambito di un processo di pianificazione territoriale a cui hanno preso parte, ciascuna per il territorio di propria competenza, anche altre regioni, e che ha portato alla nascita di numerosi parchi regionali in tutta Italia; questi, insieme a quelli nazionali, hanno contribuito al processo di individuazione, tutela e protezione delle aree più ricche di emergenze naturalistiche e antropiche del Paese.

In particolare, la Regione Veneto si è dotata del quadro normativo relativo all'istituzione dei parchi con la legge regionale n. 40 del 16 agosto 1984, dal titolo "Nuove norme per l'istituzione di parchi e riserve naturali regionali"<sup>105</sup>. Successivamente, la legge regionale n. 23 del 26 giugno 2018, "Norme per la riorganizzazione e la razionalizzazione dei parchi regionali", ha aggiunto nuove disposizioni per la gestione e il funzionamento dei parchi, perseguendo l'obiettivo della semplificazione, del miglioramento e dell'efficienza delle procedure programmatiche e gestionali, sempre al fine della conservazione e della tutela dell'ambiente naturale.

Il Parco Naturale Regionale della Lessinia è stato istituito ai sensi della Legge Regionale n. 12 del 30 gennaio 1990, con lo scopo di tutelare il ricco patrimonio naturalistico, storico e culturale

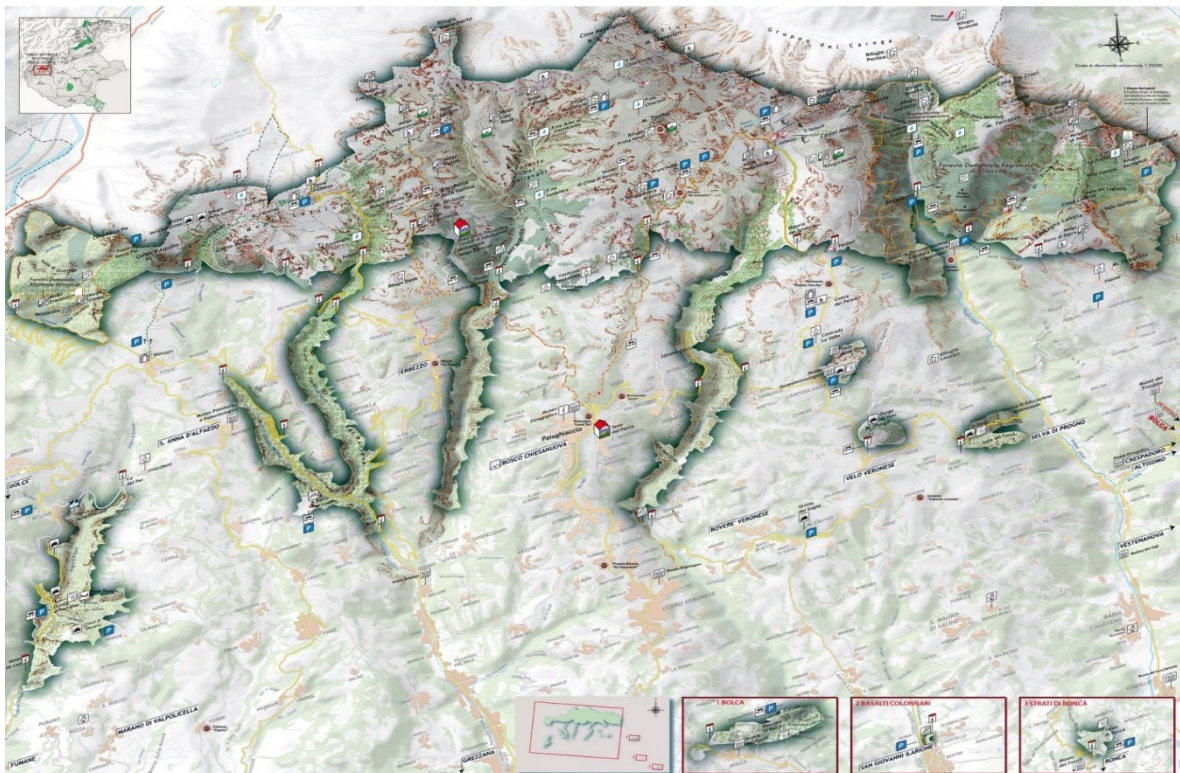
---

<sup>105</sup> U. Sauro, *Lessinia* [...], cit., p. 243.



dell'area. Il Parco ha una superficie complessiva di 102 km<sup>2</sup> (10.333 ettari) e si estende in un intervallo altimetrico che va dai 150 metri ai 1976 metri del Monte Zevola (Fig. 2.4).

Fig. 2.4 - Mappa del Parco Naturale Regionale della Lessinia; esso è esteso principalmente in senso ovest-est, nell'area degli alti pascoli, e si prolunga "a ventaglio" verso sud con appendici strette ed allungate in corrispondenza dei profondi vaj, caratterizzati dal bosco e da ambienti rupestri. Oltre a ciò, sono presenti dei geositi e biositi esterni al perimetro principale e isolati, ma di rilevante interesse storico e naturalistico.



Fonte: <https://www.visitlessinia.eu/it/>

Il Parco interessa, totalmente o parzialmente, il territorio di quindici comuni: tredici in provincia di Verona (S. Anna d'Alfaedo, Erbezzo, Bosco Chiesanuova, Velo Veronese, Roverè Veronese, Selva di Progno, Grezzana, S. Giovanni Ilarione, Roncà, Vestenanova, Dolcè, Fumane, Marano di Valpolicella) e due in provincia di Vicenza (Altissimo, Crespadoro).

Le finalità del Parco, individuate dall'art. 2 della legge istitutiva, sono:

- la protezione del suolo e del sottosuolo, della flora, della fauna, dell'acqua;
- la tutela, valorizzazione, mantenimento e restauro dell'ambiente naturale, storico ed architettonico considerato nella sua unitarietà;

- la cura e salvaguardia delle particolarità antropologiche, paleontologiche, geomorfologiche, floro-faunistiche e archeologiche delle zone;
- la fruizione a fini scientifici, culturali e didattici;
- la promozione, anche mediante la predisposizione di adeguati sostegni tecnici finanziari, delle attività di manutenzione degli elementi naturali e storici costituenti il Parco, nonché delle attività economiche tradizionali, turistiche e di servizio;
- lo sviluppo sociale, culturale ed economico delle popolazioni comprese nell'ambito del Parco;
- la promozione delle funzioni di servizio per il tempo libero e di organizzazione dei flussi turistici;
- la tutela e la valorizzazione del patrimonio etnico, storico, culturale e linguistico delle popolazioni "Cimbre"<sup>106</sup>.

La legge istitutiva, inoltre, individua quattro differenti tipologie di aree protette all'interno del Parco. Esse sono:

- zone di riserva naturale orientata, dove il Parco si propone di monitorare l'ambiente al fine di orientarne l'evoluzione. Queste aree sono costituite da un basso intervento antropico e comprendono vaste zone boscate come la foresta demaniale di Giazza e la foresta dei Folignani;
- zone di riserva naturale speciale, le quali hanno per fine la tutela di specie animali e vegetali e di paesaggi geomorfologici di particolare interesse;
- zone di riserva naturale a indirizzo didattico, individuate sulla base dei caratteri naturalistici tipici della Lessinia, tali da favorire attività didattiche integrative a quelle svolte nelle diverse strutture museali del Parco;
- zone agro-silvo-pastorali, le quali comprendono le aree utilizzate a fini agricoli con attività di pascolo, caratterizzate da un sistema insediativo formato da piccoli nuclei, contrade e rustici sparsi<sup>107</sup>.

La Legge Regionale n. 12/1990, inoltre, prevedeva la stesura di un Piano Ambientale, approvato poi con la Deliberazione del Consiglio Regionale del Veneto n. 42 del 4 giugno 1997. Esso è lo strumento operativo di gestione del Parco e può essere identificato come una sorta di piano regolatore del territorio, dal momento che ne prevede la tutela, la valorizzazione, lo sviluppo

---

<sup>106</sup> Piano Ambientale del Parco Naturale Regionale della Lessinia, giugno 1997, pp. 5-6.

<sup>107</sup> *Ivi*, p. 8.

sociale ed economico e, allo stesso tempo, fornisce prescrizioni riguardanti la pianificazione territoriale ed urbanistica. Il Piano Ambientale determina, in particolare:

- le eventuali modifiche al perimetro del Parco;
- l'articolazione del Parco in zone diverse;
- gli intervalli di conservazione, riqualificazione, restauro, recupero e l'individuazione dei soggetti abilitati ad effettuarli;
- i vincoli e le limitazioni riguardanti le diverse aree del Parco e la regolamentazione delle attività di trasformazione consentite<sup>108</sup>.

La legge istitutiva individua, negli articoli successivi, alcune emergenze naturalistiche che, per il loro straordinario valore paesaggistico-ambientale, vengono sottoposte dal Parco a regime di protezione speciale. Si tratta della Val Sorda-Progno di Breonio, del Ponte di Veja, del Covolo di Camposilvano-Valle delle Sfingi, dei Covoli e Purga di Velo Veronese, della "Pesciara" di Bolca-Monte Purga-Monte Postale, degli Strati fossiliferi del territorio di Roncà, dei Basalti colonnari di S. Giovanni Ilarione e della Grotta di Monte Capriolo a Roverè Veronese.

Il Parco, inoltre, vanta gioielli naturalistici come il Corno d'Aquilio e la Spluga della Preta, uno degli abissi più famosi in Italia. Data la natura carsica del terreno, infatti, in Lessinia sono presenti molte grotte e pozzi: ad oggi, sono state esplorate e censite circa 800 cavità carsiche sotterranee (di cui 253 all'interno del territorio del Parco Regionale)<sup>109</sup>.

Nell'arco degli ultimi vent'anni, oltre a quelle appena citate, sono state introdotte altre zone soggette a particolari forme di tutela e di controllo ambientale. Si tratta di tre aree indicate come S.I.C. (siti di importanza comunitaria)<sup>110</sup> e come Z.P.S. (zone di protezione speciale)<sup>111</sup> dalla rete ecologica europea Natura 2000. Le normative relative a queste aree presuppongono un costante monitoraggio della vegetazione e della fauna e possono comportare il contrasto attivo a specie che risultino dannose o il ripopolamento di specie caratteristiche ed essenziali per l'equilibrio degli ecosistemi.

Il S.I.C. "Monti Lessini: Cascate di Molina" riguarda un'oasi naturalistica che copre un'area di circa 80 mila m<sup>2</sup> nell'ultimo tratto della Valle di Molina, in cui sono racchiuse bellezze

---

<sup>108</sup> *Ivi*, p. 11.

<sup>109</sup> D. Lonardoni, *L'area protetta del Parco: un territorio da scoprire e conoscere*, in «La Lessinia – Ieri oggi domani», n. 46, giugno 2023, p. 182.

<sup>110</sup> I siti di importanza comunitaria, previsti dalla Direttiva Europea "HABITAT" 92/42/CEE, contribuiscono in modo significativo a mantenere o a ripristinare un tipo di habitat naturale o una specie in uno stato di conservazione soddisfacente.

<sup>111</sup> Le zone di protezione speciale, previste dalla Direttiva Europea "UCCELLI" 79/409/CEE, sono zone istituite allo scopo principale di tutelare in modo rigoroso i siti in cui vivono le specie ornitiche.

paesaggistiche di grande suggestione: cascate, laghetti, grotte e una vegetazione rigogliosa accompagnano il visitatore lungo tutto il percorso (Fig. 2.5).

Fig. 2.5 – Scorcio di una delle cascate presenti nel Parco delle Cascate di Molina.



Fonte: [Parco delle cascate di Molina - Natura a Verona](#)

Il S.I.C “Monti Lessini: Ponte di Veja, Vaio della Marciora” riguarda un eccezionale monumento naturalistico, nonché area archeologica di grande rilievo, che ha permesso il ritrovamento di diversi reperti riferiti alla più antica presenza dell’uomo in Lessinia. Si tratta di un massiccio ponte di roccia (Rosso Ammonitico) ad un’arcata, dello spessore di circa 9 metri e della lunghezza di 50 metri, al di sotto del quale scorre un piccolo ruscello. L’architrave è ciò che rimane di un’immensa grotta carsica, distrutta dopo il crollo progressivo della volta centrale, testimoniato dai numerosi massi ammassati nella zona sottostante al ponte (Fig. 2.6).

Per la sua peculiarità, il Ponte di Veja è stato visitato, nel corso della storia, anche da personaggi illustri. Nel 1474 il pittore Andrea Mantegna, in uno degli affreschi della Camera degli Sposi nel Palazzo Ducale di Mantova, dipinse un grande ponte in roccia che, per conformazione e colore,

richiama l'immagine del Ponte di Veja; è plausibile, secondo la letteratura, che Mantegna avesse visitato il luogo in occasione di una battuta di caccia insieme ai Gonzaga<sup>112</sup>.

In questo sito, inoltre, sono presenti anche alcune grotte minori, come quella dell'Orso e dell'Acqua, raggiungibili grazie ai numerosi itinerari escursionistici che attraversano il territorio.

Fig. 2.6 – Il Ponte di Veja, ubicato nel comune di S. Anna d'Alfaedo, ad un'altitudine di 602 metri s.l.m. Molti dei ritrovamenti archeologici in quest'area, costituiti da reperti che testimoniano la presenza di un'industria litica basata sulla lavorazione delle selci, sono esibiti nel Museo Paleontologico e Preistorico di S. Anna d'Alfaedo.



Fonte: <https://it.wikipedia.org/>

L'area Z.P.S. "Monti Lessini - Pasubio – Piccole Dolomiti Vicentine" si estende per quasi 14 mila ettari, soprattutto in provincia di Vicenza, e presenta solo una porzione interessata dalla gestione dell'Ente Parco (Fig. 2.7).

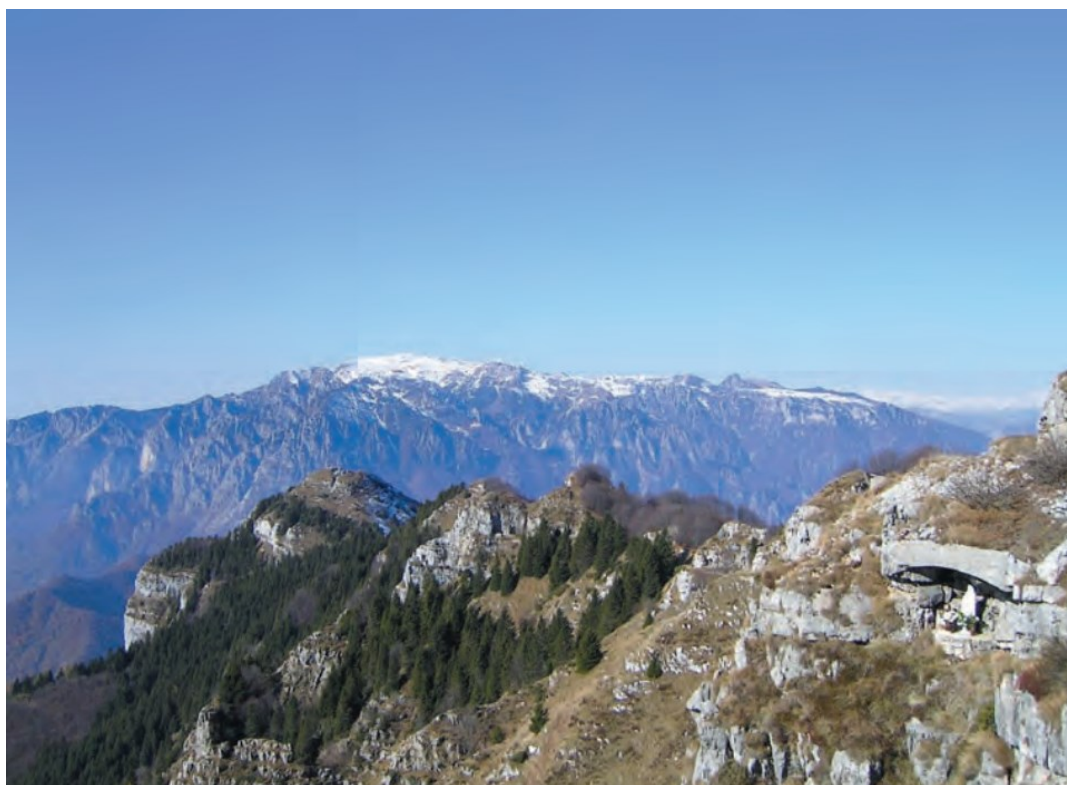
Si tratta di una breve catena dolomitica con creste, pareti rocciose, canali e con pascoli e faggete nelle parti più basse. Sotto il profilo forestale, l'ambiente è caratterizzato dalla presenza di

---

<sup>112</sup> U. Sauro, *Lessinia [...]*, cit., p. 196.

boschi di abete bianco e rosso, mentre nelle aree a pascolo sono presenti alcune specie erbacee alpine a carattere endemico<sup>113</sup>.

Fig. 2.7 – Veduta dall’alto di un’area del sito “Monti Lessini – Pasubio – Piccole Dolomiti Vicentine”: in primo piano uno scorcio del Monte Calliano; sullo sfondo si può notare il Gruppo del Novegno.



Fonte: <https://www.venetoagricoltura.org/>

Un'altra specificità dell'Ente Parco è la gestione di un “Sistema Museale di interesse locale”, costituito da sette musei tematici, riconosciuto dalla Regione Veneto. I musei e le correlate realtà naturalistiche sono affiancati da sezioni museografiche minori come “baiti”, edifici collettivi per la lavorazione del latte e la produzione del formaggio, “molini” per la macina dei cereali coltivati e ghiacciaie per la conservazione e il commercio del ghiaccio; in tal modo si mira ad incentivare uno stretto legame con il territorio, rendendo i musei parte integrante del paesaggio.

---

<sup>113</sup> E. Valbusa, *Progetto di un percorso turistico-ricreativo per la promozione della storia [...]*, cit., p. 34.

Le strutture museali legate al Parco, ma situate solo in parte all'interno di esso, sono riferibili a quattro aree tematiche differenti: etnografia e antropologia, geologia e paleontologia, preistoria e archeologia, flora e fauna<sup>114</sup>.

La sezione etnografica e antropologica ha per finalità la raccolta, la conservazione, la documentazione e la valorizzazione delle testimonianze della cultura materiale, delle tradizioni e dei costumi del territorio lessinico. Ne fanno parte le seguenti strutture:

- Museo Etnografico di Crespadoro;
- Mulino dei Gaji di Vestenanova;
- Museo dei Trombini di San Bartolomeo delle Montagne;
- Museo del Ferro Battuto e delle Antiche Arti di Cogollo di Tregnago;
- Centro di Cultura Cimbra-Museo dei Cimbri di Giazza;
- Museo Ergologico "La Giassara" di Cerro Veronese;
- Museo Civico Etnografico "La Lessinia: l'uomo e l'ambiente" di Bosco Chiesanuova, con le sezioni staccate del Baito della Coletta e della Giassara del Grietz;
- Mulino di Bellori presso Lugo di Grezzana.

La sezione di geologia e di paleontologia ha per finalità la conservazione, lo studio del materiale fossile della Lessinia, la sua valorizzazione e la promozione di itinerari geo-paleontologici in un'ottica di educazione ambientale. Ne fanno parte:

- il Museo Paleontologico di Roncà;
- il Museo dei Fossili di Bolca con l'annessa "Pesciara";
- il Museo Geopaleontologico di Camposilvano e il Covolo;
- la sezione di Paleontologia del Museo di Sant'Anna d'Alfaedo;
- la Grotta di Monte Capriolo di Roverè Veronese.

La sezione di preistoria e archeologia ha per fini la conservazione e la valorizzazione dei siti e dei materiali relativi al Paleolitico e al Neolitico. Le strutture riguardano:

- la sezione di Preistoria del Museo di Sant'Anna d'Alfaedo;
- la Grotta di Fumane<sup>115</sup>.

Infine, la sezione floro-faunistica ha come obiettivo la ricerca, la documentazione e la valorizzazione delle piante e degli animali presenti in Lessinia. L'intera area del Parco, infatti, è popolata da una ricca fauna superiore (caprioli, camosci, scoiattoli, marmotte, volpi, lupi, cinghiali) e da

---

<sup>114</sup>D. Lonardoni, *L'area protetta del Parco: un territorio da scoprire e conoscere [...]*, cit., p. 183.

<sup>115</sup> U. Sauro, *Lessinia [...]*, cit., p. 246.

varie specie di uccelli (gallo cedrone, falco pellegrino, gufo reale, aquila reale, civetta nana, picchio nero). La vegetazione, come si è visto in precedenza, varia a seconda dell'altitudine e comprende prati da sfalcio, aree a pascolo e boschive, con presenza di faggi, aceri, abeti bianchi e rossi, larici e arbusteti a pino mugo e ginepro.

Fanno parte di quest'ultima sezione:

- il Museo Botanico di Molina, con il vicino Parco delle Cascate;
- l'area floro-faunistica di Malga Derocon presso Erbezzo<sup>116</sup>.

La valorizzazione del territorio e la promozione turistica, fin dall'istituzione del Parco Regionale, costituiscono dei punti chiave nelle politiche e nei piani di sviluppo dell'altopiano.

Già negli anni Novanta, infatti, il Piano Ambientale del Parco prevedeva l'attuazione di alcune misure facenti parte del cosiddetto "Progetto Turismo", che possono essere riassunte nei seguenti punti:

- la realizzazione di sentieri ambientalistici e di un'apposita segnaletica;
- l'incentivazione del comparto agriturismo;
- lo sviluppo del sistema museale già esistente;
- la creazione di centri d'accoglienza;
- il recupero e il restauro delle opere di difesa della Prima guerra mondiale<sup>117</sup>.

Negli ultimi anni, il Parco ha dimostrato, grazie anche alla collaborazione di alcune associazioni, di essere attivo nel campo del marketing territoriale; questo impegno si è tradotto nella promozione dei prodotti locali con apposito marchio (a partire dal 2006), nell'organizzazione di manifestazioni musicali e teatrali nel territorio e nella partecipazione all'organizzazione del Film Festival della Lessinia.

## 2.2 Breve storia del turismo in Lessinia

Nel Medioevo gli abitanti della città e della pianura percepivano la montagna come uno spazio poco accessibile e pieno di pericoli; solo una ristretta élite, composta principalmente da nobili ed ecclesiastici, guardava ai luoghi di montagna con interesse, per via degli interessi economici

---

<sup>116</sup> *Ibidem*.

<sup>117</sup> Piano Ambientale del Parco Naturale Regionale della Lessinia [...], cit., p. 20.



relativi allo sfruttamento dei terreni di proprietà. Con il Rinascimento, invece, i membri di quelle stesse famiglie cominciarono a manifestare una maggiore curiosità per i fenomeni naturali e per la montagna in particolare, che divenne un luogo di esplorazione e scoperta.

I primi turisti in senso moderno dei Monti Lessini furono personaggi dell'aristocrazia mitteleuropea, che trovarono appoggio in monsignor Crosatti, parroco di Bosco Chiesanuova tra il 1831 e il 1864, il quale strinse un forte legame con diverse personalità dell'amministrazione austriaca del tempo; evidentemente, gli esponenti dell'alta borghesia d'oltralpe apprezzavano la montagna perché offriva l'opportunità di un periodo di riposo al fresco, in un ambiente dove era piacevole fare passeggiate in compagnia, contemplando i bei panorami<sup>118</sup>.

Crosatti si adoperò anche presso le autorità di Verona, al fine di ottenere la realizzazione di una nuova strada carrozzabile tra la Valpantena e Bosco Chiesanuova, destinata a favorire il commercio di formaggio, ghiaccio, legname, carbone e marmo. La strada, completata nel 1860, venne a costituire un'infrastruttura fondamentale per il miglioramento delle comunicazioni tra la città e la montagna e risultò vitale anche per lo sviluppo del turismo, facilitando i trasferimenti di famiglie ricche e agiate di Verona che, a imitazione della borghesia austriaca, cominciarono ad apprezzare le vacanze in zone montane; l'attenzione dei cittadini colti verso i Monti Lessini fu favorita anche dalle notizie della stampa riguardanti le prime imprese alpinistiche<sup>119</sup>. La Succursale di Verona del CAI venne fondata nel 1875 e, nei suoi primi anni di attività, organizzò per i soci alcune escursioni a piedi sul Monte Baldo, sui Lessini e sul Gruppo del Carega, favorendo così la conoscenza di queste montagne.

È soprattutto dopo l'Unità d'Italia che Bosco Chiesanuova divenne la principale stazione turistica montana del Veronese, nonché una delle più importanti del Veneto. La crescente importanza di questo territorio viene testimoniata da un articolo apparso sul giornale "L'Arena" il 29 agosto 1881:

Scrivono di Verona sulla Gazzetta Piemontese: in questa provincia fra l'altre belle cose abbiamo anche una piccola Svizzera, che offre un pronto e sicurissimo rifugio a coloro che vogliono fuggire il caldo senza allontanarsi troppo dalla città.

Fino a due anni fa non esisteva a Chiesanuova se non un piccolo albergo e in poche case si poteva trovare un alloggio tollerabile. Ora gli alberghi sono due e c'è posto per un numero ben maggiore di persone<sup>120</sup>.

---

<sup>118</sup> U. Sauro, *Lessinia [...]*, cit., p. 216.

<sup>119</sup> *Ivi*, p. 217.

<sup>120</sup> *Ivi*, p. 218.

Questa notizia attesta che nella seconda metà dell'Ottocento il paese di Bosco Chiesanuova era già una località turistica affermata, la cui notorietà si espandeva oltre i confini della provincia, e lascia intendere che di conseguenza anche i prezzi avevano cominciato a salire.

A quei tempi i benefici della villeggiatura in montagna erano propagandati anche dai medici, che elogiavano la qualità dell'aria dei monti. Uno di questi, il dottor Giovanni Barbarani, nel 1879 affermava che:

La posizione di Chiesanuova è incomparabilmente la più dilettevole delle montagne veronesi; la rigogliosa vegetazione dei pini e dei faggi, la purezza del cielo, la natura quieta e gaia in questi mesi estivi arrecano il vantaggio di temperare l'animo a dolci pensieri; bellissimo sito come luogo di fermata e come punto di partenza per piacevoli gite<sup>121</sup>.

Tra i clienti affezionati di fine secolo si annoverava un gruppo di letterati molto legati al territorio, come emerge dal loro carteggio epistolare e dalle poesie dedicate alla montagna. Questa fascia colta di veronesi promosse negli anni Novanta dell'Ottocento l'istituzione delle colonie alpine "per la cura climatica dei fanciulli poveri"; nel 1893, infatti, con la costruzione delle Colonie Alpine Umberto I, molti bambini ebbero la possibilità di trascorrere la villeggiatura in montagna.

Verso la fine del secolo la presenza di militari in Lessinia aumentò, dal momento che il confine con l'Impero austro-ungarico correva nella zona degli alti Lessini, in corrispondenza dell'attuale confine con il Trentino. Inoltre, a partire dal 1879, gli Alpini iniziarono ad esercitarsi su alcune zone dell'altopiano: essi non potevano essere considerati villeggianti, ma la loro presenza segnò un passo importante per lo sviluppo del turismo, grazie alla costruzione di nuove strade carrozzabili, attività che si intensificò a ridosso della prima guerra mondiale<sup>122</sup>.

La presenza della caserma degli Alpini favorì un turismo d'élite, in quanto portò alla frequentazione della montagna veronese da parte di ufficiali appartenenti all'aristocrazia milanese.

Alcuni di questi decisero di costruirsi una villa a Bosco Chiesanuova per le ferie estive o per avere la famiglia vicina durante le esercitazioni in montagna. Negli anni seguenti, altre ville furono edificate da nobili e notabili veronesi, come quella dell'ingegner Camuzzoni, sindaco di Verona nei primi del Novecento, e la villa Sanbonifacio, costruita negli anni Venti (Fig. 2.8); le più famose e apprezzate furono quelle progettate dall'architetto veronese Ettore Fagioli, che per primo seppe valorizzare l'architettura in pietra locale.

---

<sup>121</sup> *Ivi*, p. 219.

<sup>122</sup> *Ivi*, p. 220.

Molte autorità, artisti e letterati furono ospiti delle famiglie nobili: tra questi, la marchesa Di Rudinì, amante di D'Annunzio, e Antonio Fogazzaro, che soggiornò a Bosco Chiesanuova nella stagione estiva per tre anni di seguito, durante i quali scrisse l'ultima parte del suo celebre romanzo "Piccolo mondo antico". I paesani più intraprendenti cercarono di trarre vantaggio economico dalla nuova situazione, che vedeva un grande affollamento del centro abitato nei mesi estivi: si sistemarono camere da affittare e molta manodopera venne impiegata nella costruzione delle ville, che furono edificate in gran numero anche dopo il primo conflitto mondiale. Oggi la vista di questi edifici, costruiti in posizione dominante, con tanto di torretta e scuderie per cavalli e carrozze, è quasi mimetizzata da ampi boschi di abeti e faggi che le circondano<sup>123</sup>.

Fig. 2.8 – Cartolina d'epoca (anni Trenta del Novecento) raffigurante Villa Sanbonifacio (o Castellarin).



Fonte:

<https://it.wikipedia.org/>

Per quanto riguarda le infrastrutture e i servizi, nei primi anni del Novecento la scarsa disponibilità di acqua potabile rappresentava uno dei maggiori problemi per una stazione turistica affermata; nel 1913, l'ingegner Melotti costruì un acquedotto collegato ad una sorgente presente nel vicino vajo dell'Anguilla, portando l'acqua corrente a Bosco Chiesanuova per la prima volta. Uno dei servizi più richiesti dai villeggianti era il trasporto con carrozze e cavalli; nel 1912, per non fare che un esempio, la ditta Girelli inaugurò un servizio giornaliero di trasporto che collegava Verona a Bosco Chiesanuova, percorrendo il tratto in discesa in un'ora e venti minuti. Questo dato, confrontato con gli attuali tempi di percorrenza, stimati in circa mezz'ora, non può

<sup>123</sup> U. Sauro, *Lessinia [...]*, cit., p. 221.

che far pensare alla grande evoluzione della viabilità nella zona, avvenuta a partire soprattutto dagli anni Sessanta del Novecento<sup>124</sup>.

Poco più di un secolo fa, all'arrivo dell'autunno, la presenza dei villeggianti sui Monti Lessini tendeva a diminuire progressivamente fino al periodo invernale: la neve, infatti, non era considerata fonte di divertimento o di attività sportiva. La situazione iniziò a cambiare nel 1915, quando furono istituiti i primi corsi per giovani sciatori da parte del Reggimento degli Alpini. Ben presto la passione per lo sci contagiò sia i residenti che i cittadini, e portò alla frequentazione della montagna anche d'inverno, tanto che la neve divenne una risorsa per le attività turistiche. Un'importante giornata per lo sviluppo del turismo invernale fu il 1° febbraio 1929, data in cui furono inaugurati il rifugio "Generale Cantore" e il trampolino presso la località Tracchi; all'evento fu data grande pubblicità con manifesti affissi non solo a Verona, ma anche a Milano, Bologna, Roma e Napoli: la manifestazione, che includeva anche una gara di sci, ebbe un ottimo successo, con quasi 500 automobili arrivate presso la località turistica. Negli anni successivi iniziarono ad aprire anche i primi *baiti* annessi alle malghe, per ospitare gli sciatori che arrivavano numerosi<sup>125</sup>.

Nel periodo tra le due guerre mondiali lo sviluppo del turismo a Bosco Chiesanuova, che venne ribattezzata la "Perla dei Lessini", crebbe considerevolmente: il paese, dichiarato Stazione di Cura e Soggiorno nel 1926, era ritenuto la seconda località montana del Veneto per presenze turistiche dopo Cortina, nonché la decima in Italia.

Negli anni Trenta, sull'esempio di Bosco Chiesanuova, altri paesi dei Lessini iniziarono a dotarsi di strutture atte a favorire il turismo estivo. Sorsero così alberghi a Sant'Anna d'Alfaedo, Erbezzo, Velo Veronese e Roverè (Fig. 2.9); molte case di contrada e appartamenti vennero offerti in affitto durante la stagione estiva.

---

<sup>124</sup> *Ivi*, p. 222.

<sup>125</sup> *Ivi*, p. 223.

Fig. 2.9 – L'albergo Sega, nel comune di Sant'Anna d'Alfaedo, in una foto degli anni Trenta.



Fonte: <https://www.veronasera.it/>

Nel 1955 ci fu l'inaugurazione della nuova arteria stradale che collegava Verona a Bosco Chiesanuova: questa strada, oltre a rendere più veloci le comunicazioni tra la città e la stazione di villeggiatura, attraversava il paese di Cerro, che per la sua posizione e per la sua vicinanza con la città fu presto interessato da una notevole espansione edilizia per la costruzione di seconde case.

Fin dai primi anni Cinquanta, l'Azienda di Soggiorno si attivò per promuovere varie iniziative. La più rilevante fu la realizzazione, nel 1952, in collaborazione con l'Ente Turismo, la Camera di Commercio, la Provincia e il Comune di Verona, della prima seggiovia dell'alta Lessinia.

Il decollo delle attività sciistiche risultò tuttavia difficoltoso fino alla metà degli anni Sessanta, quando si verificò una grande richiesta, dovuta anche al fatto che molte famiglie iniziarono a dotarsi di auto proprie, le quali permettevano di raggiungere facilmente le località sciistiche nei fine settimana.

Per rispondere alla crescente richiesta, nell'alta Lessinia vennero realizzati nel giro di pochi anni una ventina di impianti di risalita, tra cui una seggiovia lunga oltre due chilometri tra la località Branchetto e il Monte Tomba (Fig. 2.10). Nella conca di San Giorgio sorse un villaggio residenziale con grandi condomini e alcuni alberghi, che fu molto contestato a causa del considerevole impatto ambientale e paesaggistico.

Fig. 2.10 – La seggiovia presso San Giorgio, ormai dismessa, in una foto di fine anni Sessanta.



Fonte: <https://www.larena.it/>

Dopo il boom, lo sci alpino conobbe una stasi negli anni Ottanta, per arrivare ad un tracollo negli anni Novanta, connesso a diversi motivi: una serie di inverni con precipitazioni nevose tardive, con manti sottili e di breve durata; gli elevati costi di manutenzione e di rinnovo degli impianti di risalita, che non hanno goduto del sostegno finanziario da parte delle pubbliche amministrazioni; la concorrenza del vicino Trentino, in grado di offrire servizi migliori.

Ad oggi, gli impianti di risalita dell'alta Lessinia non sono più funzionanti, e stanno venendo smantellati uno dopo l'altro. Sembra resistere, invece, lo sci di fondo, favorito da un sistema di piste battute, per uno sviluppo complessivo di qualche decina di chilometri.

L'istituzione del Parco Regionale nel 1990 ha valorizzato altri motivi di richiamo, connessi principalmente con il patrimonio paleontologico, archeologico ed etnografico, e ha promosso un tipo di turismo culturale aperto a tutti i principali elementi costituenti il territorio, tra cui spiccano l'architettura vernacolare ed il paesaggio. Obiettivo dell'Ente Parco è anche quello di diversificare l'offerta, rafforzando e consolidando nel tempo la tendenza allo sviluppo di un turismo più maturo e consapevole<sup>126</sup>.

---

<sup>126</sup> U. Sauro, *Lessinia [...]*, cit., p. 224.

## 2.3 L'offerta turistica della Lessinia

Come si è potuto constatare nelle pagine precedenti, la zona montana veronese è caratterizzata da una ricchezza di risorse ambientali, naturalistiche e culturali che costituiscono importanti elementi di pregio e di attrattiva turistica.

Da oltre sessant'anni la Lessinia ha sviluppato un turismo estivo ed invernale diventando, grazie alla sua varietà ambientale, la “prima montagna” per molti abitanti della pianura veneta e lombarda. Alle strutture ricettive (alberghi e campeggi) si assommano migliaia di case e appartamenti per vacanze ed insediamenti turistici, particolarmente legati agli sport invernali e all'escursionismo.

Nonostante in passato alcune situazioni siano state paesaggisticamente compromesse, in seguito a scelte urbanistiche ed edificatorie non particolarmente felici, non si può non evidenziare come buona parte delle risorse naturalistiche siano state preservate e, nel corso degli anni, anche rivalutate e protette. In questo senso la costituzione del Parco Naturale Regionale della Lessinia ha avuto un ruolo fondamentale per la tutela degli elementi caratteristici del territorio, da quelli ambientali a quelli socioculturali.

Il diffondersi di forme di turismo più orientate alla scoperta e alla valorizzazione della natura, della storia e della cultura locale, ha contribuito a prestare una maggiore attenzione alle modalità e alle forme con cui favorire lo sviluppo turistico: oggi, infatti, il visitatore richiede sempre di più un'offerta qualificata e diversificata. L'importanza del turismo nei Parchi, d'altronde, risulta evidente se si considera l'incremento costante delle presenze nelle strutture ricettive all'interno delle aree protette, a partire dalla metà degli anni Duemila<sup>127</sup>.

Il turismo naturalistico, dunque, rappresenta un grande punto di forza per la Lessinia, che propone, oltre alla varietà dei paesaggi, dei veri e propri monumenti naturali che spesso costituiscono l'attrattiva principale per i visitatori. Tra i più conosciuti rientrano: il Corno d'Aquilio, un rilievo situato nella porzione più occidentale del Parco, caratterizzato da ripide scarpate, aree fittamente boscate e versanti occupati dagli alti pascoli; il già citato Ponte di Veja; i Basalti

---

<sup>127</sup> Piano di sviluppo socio-economico del Parco Regionale della Lessinia, 2019, p. 55.

Colonnari di San Giovanni Ilarione, ossia colonne di origine lavica che si stagliano nere lucenti nel circostante paesaggio; i Covoli di Velo, un sistema di grotte orizzontali, per uno sviluppo complessivo di oltre mille metri, scavate dall'acqua e costituite da ampi vani e numerosi cunicoli; la Foresta dei Folignani e di Giazza; la Valle delle Sfingi (Fig. 2.11) (spesso presentata come fiore all'occhiello del Parco), una suggestiva conca incorniciata da pascoli e faggete, caratterizzata dalla presenza di numerose rocce calcaree che, per effetto dell'erosione, hanno assunto delle tipiche forme a fungo o a parallelepipedo<sup>128</sup>.

Fig. 2.11 – La Valle delle Sfingi, in località Camposilvano, con le caratteristiche “sculture” di roccia.



Fonte: <https://www.visitlessinia.eu/>

Un altro monumento naturale di eccezionale rilevanza è il Covolo di Camposilvano, una spettacolare dolina a pozzo di crollo con caverna annessa che scende per oltre ottanta metri, aperta alle visite turistiche (Fig. 2.12). Secondo la tradizione orale degli abitanti di Camposilvano e delle contrade vicine, a visitare il Covolo sarebbe stato Dante Alighieri, che dalla visione e forse dall'esplorazione del grande baratro potrebbe avere derivato alcuni aspetti della struttura del suo Inferno. In passato molti abitanti dell'area avevano una vera passione per la Commedia dantesca, la quale veniva recitata a memoria durante i filò, ricordando la discesa di Dante nel Covolo<sup>129</sup>.

---

<sup>128</sup> V. Corradi, *Il marketing del territorio: un'analisi competitiva del Parco Naturale Regionale della Lessinia [...]*, cit., p. 31.

<sup>129</sup> U. Sauro, *Lessinia [...]*, cit., p. 197.



Fig. 2.12 – L'area esterna del Covolo di Camposilvano.



Fonte: <https://it.m.wikipedia.org/>

Degna di menzione, poi, è la Pesciara di Bolca, una cava in galleria dotata di un percorso attrezzato a partire dal 1998, dalla quale ancora oggi si estraggono strati rocciosi che contengono fossili di numerose specie di pesci e piante, risalenti a circa 50 milioni d'anni fa (Eocene) (Fig. 2.13); i reperti estratti, oltre centomila, sono rinomati per il loro straordinario stato di conservazione.

Infine, è doveroso ricordare la Spluga della Preta, un abisso di origine carsica che si trova nel comune di Sant'Anna d'Alfaedo, poco a nord rispetto alla sommità del Corno d'Aquilio (Fig. 2.14). L'abisso, conosciuto per molti anni come la grotta più profonda al mondo, raggiunge una profondità massima di circa 900 metri ed è meta da più di un secolo di innumerevoli operazioni speleologiche. L'aura di mistero generatasi intorno alla Spluga della Preta nel corso del tempo ha creato diverse leggende e credenze popolari relative ad essa; per non fare che un esempio, Ugo Sauro, profondo conoscitore ed esperto della Lessinia, avrebbe perfino sentito dei malgari affermare che una mucca, caduta nella Spluga, sarebbe emersa addirittura nel lago di Garda o nella laguna di Venezia<sup>130</sup>.

---

<sup>130</sup> U. Sauro, *Lessinia [...]*, cit., p. 206.

Fig. 2.13 – Una sezione della Pesciara di Bolca, vista dall'interno, dove si può notare la presenza di un percorso attrezzato per le visite.



Fonte: [Il Portale del Museo dei fossili di Bolca e della Cava della Pesciara \(museofossilbolca.eu\)](http://museofossilbolca.eu)

Fig. 2.14 – Veduta dall'alto dell'area di accesso alla Spluga della Preta.



Fonte: <https://www.vejadventure.it/>

La vasta rete sentieristica (tra cui un tratto del sentiero europeo E5) che si snoda a partire dai 700 fino ai 1400 metri è adatta a diversi profili di turisti (famiglie con bambini, esperti, appassionati, pensionati); l'ampio numero di sentieri “completa” queste attrazioni naturali, che costituiscono oggi delle risorse spesso in grado di attirare autonomamente i visitatori, nonostante in alcuni casi si rivelino necessari interventi ed iniziative per una loro miglior valorizzazione.

Da segnalare, inoltre, è la presenza del Sentiero delle Gosse (“capre” in lingua cimbra), da poco entrato a far parte delle Vie del Pascolo del Veneto, uno dei percorsi più antichi del territorio lessinico che collega Giazza con la zona dei Parpari nel Comune di Roverè Veronese: da secoli è stato utilizzato come via della transumanza del bestiame e ancora oggi è attraversato dai pastori del territorio e dagli appassionati di trekking.

Va considerata, poi, la ricchezza di flora e fauna di cui godono boschi e prati della Lessinia: a tal proposito, nel 2002 è stata inaugurata l’area floro-faunistica di Malga Derocon presso Erbezzo, allo scopo di offrire visite guidate in un vero e proprio centro ambientale per ammirare alcune delle emergenze naturalistiche più significative del territorio. L’attività di Malga Derocon, che nel corso degli anni ha attirato un numero sempre più elevato di turisti, ha fatto registrare nel triennio 2020/2022 una quantità di presenze annuali che va dalle 2.000 alle 3.000 visite<sup>131</sup>.

Un’indagine presente nel piano di sviluppo socio-economico del Parco Regionale, datato al 2019, consente di ottenere informazioni sulle caratteristiche della domanda turistico-ricreativa. Nel piano si afferma che il Parco è frequentato prevalentemente da soggetti con un’età compresa tra i trenta e i sessant’anni, lavoratori e non attivi, residenti in zone vicine, principalmente nella provincia di Verona (85%), e che presentano un buon livello d’istruzione ed un discreto interesse naturalistico. Per quanto riguarda la provenienza dei turisti, essi sono per il 74% italiani, in prevalenza veneti e, in misura minore, lombardi, trentini, friulani ed emiliani; la presenza straniera, al 26%, è aumentata significativamente nel corso degli ultimi anni: sono soprattutto tedeschi, ma anche austriaci, slovacchi, olandesi, belgi e inglesi<sup>132</sup>.

Dalle indagini, poi, si è potuto constatare chiaramente che sul Parco gravitano sostanzialmente due tipologie di visitatori distinte, soprattutto per la motivazione di base della gita. I primi raggiungono il Parco per effettuare un’escursione, richiamati soprattutto dagli aspetti paesaggistici del luogo. Sono per lo più coppie o gruppi con un’età superiore ai cinquant’anni, ma si riscontrano anche comitive di giovani con meno di trent’anni: questi possiedono un alto livello culturale e una particolare sensibilità per l’ambiente ed il paesaggio. Sono per la maggior parte non attivi (pensionati e studenti), lavoratori autonomi e liberi professionisti che gravitano nei settori del commercio e dell’artigianato. La loro permanenza all’interno del Parco dipende dall’entità e dalla durata dell’escursione, ma generalmente non scende sotto le sei ore.

---

<sup>131</sup> Dato fornito dal Direttore dell’Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, Diego Lonardoni.

<sup>132</sup> Piano di sviluppo socio-economico del Parco Regionale della Lessinia, 2019, p. 80.

La seconda tipologia raggiunge il Parco essenzialmente per soddisfare una generica esigenza di spazi verdi dove svolgere attività di svago o per rilassarsi, senza manifestare un particolare interesse per il quadro ambientale. A questa tipologia appartengono i visitatori con un'età compresa tra i trenta e i quarant'anni, che risultano preferire un turismo di tipo stanziale in strutture quali seconde case o appartamenti in affitto, accumulando così un alto numero di visite durante l'anno; sono coppie giovani con figli che scelgono il Parco come luogo di vacanza dove rilassarsi e passare il tempo libero con i bambini, fare pic-nic o pranzare in malga, oppure gruppi di amici che giungono in giornata principalmente per pranzare fuori casa.

Allargando l'intervallo d'età fino ai cinquant'anni si riscontra una maggiore propensione per le escursioni in bici o a cavallo. Alle famiglie appena descritte si aggiungono, dunque, coppie e single accomunati da un livello di istruzione elevato e da un reddito medio-alto; non trascurabile, inoltre, è la presenza di persone con più di sessant'anni che dispongono di maggiore tempo libero<sup>133</sup>.

Oltre al turismo naturalistico, negli ultimi anni si sta affermando in Lessinia un'offerta basata sullo sport ed indirizzata ad un target dinamico. Tra gli esempi più significativi vi sono le attività di parapendio e deltaplano presso Sant'Anna d'Alfaedo, i percorsi adatti al trekking, al *nordic walking*<sup>134</sup> e alla mountain-bike, l'arrampicata sportiva, anche su pareti naturali di roccia, e due tracciati di *downhill*<sup>135</sup>, i quali offrono la possibilità di utilizzare le piste da sci anche d'estate, permettendo di destagionalizzare l'offerta e di tenere viva la presenza di turisti anche nel periodo non innevato.

Come anticipato in precedenza, il turismo invernale negli ultimi anni attira in Lessinia dei flussi notevolmente inferiori rispetto al passato e anche relativamente ai livelli registrati nei mesi estivi. La chiusura degli impianti di risalita della principale località sciistica del territorio, l'area di San Giorgio, ha avuto delle ripercussioni sulle scelte dei turisti invernali; questi, infatti, preferiscono spostarsi in località montane come il Trentino-Alto-Adige o il comprensorio delle Dolomiti d'Ampezzo, dove la presenza di neve è assicurata e la qualità dell'offerta è più ampia e variegata. Per dare un'idea di quella che era la vivacità del turismo dello sci da discesa in Lessinia, prima della definitiva chiusura degli impianti di risalita avvenuta nel 2016, basti pensare che nel 2006 il numero di skipass venduti era risultato superiore a 51.000, con picchi di anche 1.300 auto presso

---

<sup>133</sup> Ivi, pp. 60-61.

<sup>134</sup> Il nordic walking è una tipologia di camminata che coinvolge anche la porzione superiore del corpo. Viene infatti praticato con appositi bastoni, progettati in maniera simile alle racchette impiegate nel trekking.

<sup>135</sup> Si tratta di un tipo di sport in mountain-bike in cui si scende lungo sentieri battuti in montagna, con curve, salti e vari ostacoli per rendere sfidante la discesa.

l'impianto di San Giorgio durante i fine settimana. Lo sci di fondo, invece, grazie all'attività del Centro Fondo Alta Lessinia resta praticato da un buon numero di appassionati, che ogni anno hanno la possibilità di percorrere circa 50 chilometri di piste battute, tra le quali il gettonato percorso ad anello della "Translessinia"<sup>136</sup>.

Alla valorizzazione e alla promozione del territorio Lessinia concorre anche il ricco settore enogastronomico, che contribuisce a rafforzare la riconoscibilità di questa destinazione. Questa tipologia di turismo viene organizzata in modo tale da sfruttare la grande potenzialità di destagionalizzare i flussi turistici, integrandosi anche con la componente naturalistica. È proprio questo che ha permesso la diffusione nell'altopiano di itinerari ed iniziative che offrono opportunità di degustazione di ricette tipiche della cucina locale direttamente presso rifugi o malghe; tra queste, è doveroso menzionare la "Magnalopet", un itinerario enogastronomico-culturale tra le malghe e le contrade di Bosco Chiesanuova, e la "Lessinia in tavola", una rassegna enogastronomica di piatti tipici della zona<sup>137</sup>.

Tra i prodotti tipici dell'altopiano si possono ricordare le castagne (o marroni) di San Mauro di Saline, le ciliegie, l'olio extravergine d'oliva, il miele, le erbe officinali ed aromatiche, le noci, le fragole e i frutti di bosco; un'attenzione particolare viene riservata alle carni, come quella della vacca frisona, della pecora brogna e della gallina grisa, oltre che alla rinomata produzione vitivinicola della Valpolicella (Amarone, Recioto, Soave, Lessini Durello). La Lessinia vanta, tra le altre, delle antiche tradizioni casearie che permettono oggi di offrire un prodotto a marchio D.O.P. quale il Monte Veronese, nonché il piatto tipico per eccellenza, presente nei menù di ogni malga e rifugio, ossia gli "gnocchi sbatù".

Da segnalare, poi, è il costante aumento delle attività agrituristiche grazie alla volontà delle nuove generazioni che, in questo modo, stanno dimostrando un attaccamento alla terra d'origine che nel corso degli ultimi anni si stava lentamente perdendo. Lo sviluppo e le potenzialità del settore agrituristico, tra l'altro, erano già stati presi in considerazione all'inizio degli anni Novanta, come dimostra il Progetto Turismo all'interno del Piano Ambientale del Parco, che attribuiva a questo tipo di attività una grande valenza socio-economica<sup>138</sup>.

---

<sup>136</sup> Piano di sviluppo socio-economico del Parco Regionale della Lessinia, 2019, p. 68.

<sup>137</sup> V. Corradi, *Il marketing del territorio: un'analisi competitiva del Parco Naturale Regionale della Lessinia* [...], cit., p. 36.

<sup>138</sup> Piano Ambientale del Parco Naturale Regionale della Lessinia [...], cit., p. 111.

Oltre al turismo naturalistico, sportivo, invernale ed enogastronomico, un punto di forza del territorio è costituito dal turismo di tipo culturale. I Monti Lessini, infatti, presentano una caratteristica unica nel loro genere: vantano l'esistenza di una serie di musei, il Sistema Museale della Lessinia, disposti in modo regolare sul territorio in modo da formare un complesso per la diffusione della cultura montana.

I sette musei tematici che illustrano gli aspetti naturalistici, etnografici, paesaggistici e storici della Lessinia si sono sviluppati in tempi diversi a partire dagli anni Sessanta per volontà di alcuni studiosi e appassionati, ai quali si è aggiunta la collaborazione delle amministrazioni comunali e dell'Ente Parco. Nei pressi di ciascun museo esistono località di grande interesse: una delle caratteristiche del Sistema Museale, infatti, è proprio quella di sviluppare ed incentivare uno stretto legame con il territorio in modo che il messaggio didattico trasmesso si completi attraverso la scoperta del territorio. I musei diventano, quindi, parte integrante del paesaggio attraverso dei percorsi naturalistici che completano l'esperienza di visita<sup>139</sup>.

Il Museo Geopaleontologico di Camposilvano si trova nella zona centrale del Parco; è nato nel 1975 per iniziativa di Attilio Benetti, al quale è stato conferito il titolo di Cavaliere della Repubblica per via dei suoi preziosi contributi alla paleontologia, e del dottor Lorenzo Sorbini, direttore del Museo Civico di Storia Naturale di Verona. Attualmente il museo, gestito dall'Associazione Museo dei Fossili della Lessinia, conserva non solo gli esemplari più significativi delle testimonianze fossili dell'altopiano, ma anche quelli provenienti da altre parti d'Europa; nel prezzo del biglietto è compresa la visita al vicino Covolo, del quale si è parlato in precedenza.

Per quanto riguarda il triennio 2020/2022, il numero di persone che hanno visitato il Museo si aggira tra le 5.500 e le 6.800 presenze annuali<sup>140</sup>.

Nell'area occidentale del Parco si trova il Museo Paleontologico e Preistorico di Sant'Anna d'Alfaedo, istituito nel 1961 (Fig. 2.15); esso conserva un'interessante collezione di selci e altri reperti preistorici ritrovati soprattutto nella zona del Ponte di Veja, nonché una serie di fossili estratti dalle cave di pietra della zona, tra i quali un eccezionale esemplare di squalo fossile lungo oltre sei metri. Obiettivo del percorso museale, che raggruppa quasi trecento reperti, è quello di raccontare il popolamento dei Monti Lessini dal Paleolitico fino all'Età del Ferro.

---

<sup>139</sup> V. Molaro, *Musei e sviluppo turistico delle aree montane. Uno studio sul sistema museale della Lessinia*, tesi di laurea, Università degli Studi Padova, Facoltà di Agraria, a.a. 1998-1999, relatore D. Agostini, p. 35.

<sup>140</sup> Dato fornito dal Direttore dell'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, Diego Lonardoni.

Al piano superiore è stata recentemente adibita una sala dedicata alla didattica dove è stata riprodotta una capanna del Neolitico: in questo ambiente si svolgono laboratori di lavorazione dell'argilla, di tiro con l'arco e di scheggiatura della selce<sup>141</sup>.

Nel triennio 2020/2022 il numero di persone che hanno visitato il museo si aggira tra le 4.200 e le 5.600 presenze annuali<sup>142</sup>.

Fig. 2.15 – L' allestimento della sala preistorica del Museo di Sant'Anna d'Alfaedo.



Fonte: <https://www.culturaveneto.it/it/>

Il Museo Etnografico dei Cimbri, situato nel piccolo centro di Giazza, è stato tenacemente voluto da tutte quelle persone che già dai primi anni Settanta mostrarono grande interesse per la storia dell'insediamento dei coloni bavaro-tirolesi in Lessinia e soprattutto a Giazza, dove a causa dell'isolamento geografico la lingua e le tradizioni si conservarono più a lungo che in altri luoghi. Nel 1972 l'associazione "Curatorium Cimbricum Veronense" fissò la sua sede sociale presso il Museo dei Cimbri e da quell'anno ne prese anche la custodia, attivandosi per la promozione della cultura cimbra attraverso mostre, pubblicazioni di riviste, conferenze e corsi culturali cercando così di mantenere vivo l'interesse per questo antico popolo. Il museo, strutturato

<sup>141</sup> L. Carra, *Preistoria e protostoria in Lessinia: alcune proposte di valorizzazione*, tesi di laurea, Università degli Studi di Verona, C.d.L. in Beni Culturali, a.a. 2018-2019, relatore M. G. Migliavacca, p. 34.

<sup>142</sup> Dato fornito dal Direttore dell'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, Diego Lonardoni.

su tre piani, presenta un percorso espositivo che tratta ventuno argomenti riguardanti la storia, la vita, il lavoro, la lingua e le tradizioni, i costumi e la religiosità dei Cimbri<sup>143</sup>. Nella sala al piano terra sono conservati i reperti dell'arte scultorea popolare (le cosiddette “colonnine”), le cui origini risalgono alla fine del Trecento; nel museo è custodita anche la “Madonna Lauretana”, un affresco che testimonia la presenza di una forma artistica religiosa sviluppatasi nel Settecento, la quale consisteva nel dipingere le facciate delle case all'interno delle contrade. Al primo piano sono esposti arnesi ed attrezzi che testimoniano le attività su cui era imperniata la vita e l'economia dei Cimbri, come la pastorizia e la lavorazione del legname; all'ultimo piano, invece, è stata realizzata una sala video e multimediale per l'accoglienza delle comitive. Nel periodo compreso tra il 2020 e il 2022 il museo ha fatto registrare circa 2.000 presenze all'anno<sup>144</sup>.

Il Museo Botanico di Molina, istituito nel 1979, è strettamente collegato al vicino Parco delle Cascate, la principale attrattiva del luogo. Nel museo è esposta e descritta una collezione di 300 specie vegetali: molte sono essiccate e vengono presentate in particolari “fogli di erbario”, altre, dal momento che costituiscono esemplari rari e protetti, sono proposte attraverso fotografie.

Il materiale esposto rappresenta gran parte delle specie erbacee, arbustive e arboree tipiche della flora del Parco della Lessinia, che possono essere confrontate e riconosciute dal vivo percorrendo i sentieri del vicino Parco delle Cascate. Una delle cinque sale della struttura museale è adibita alla proiezione di filmati e diapositive sulla flora e fauna della zona, a complemento del materiale esposto.

Sia nel 2021 che nel 2022 il Museo Botanico è stato visitato da circa 2.000 persone<sup>145</sup>.

Il Museo Civico Etnografico “La Lessinia, l'uomo e l'ambiente”, istituito nel 1981, è collocato vicino alla Piazza della Chiesa di Bosco Chiesanuova in un edificio di proprietà comunale appositamente ristrutturato. Il museo, dislocato su due piani, propone un percorso espositivo che parte dall'illustrazione degli antichi paesaggi preistorici e giunge alla descrizione delle attività tradizionali: il filo conduttore riguarda il rapporto tra uomo e ambiente in Lessinia. Al secondo piano sono state allestite diverse sezioni che descrivono le attività economiche di un tempo legate all'utilizzo dell'acqua, alla cerealicoltura, all'alpeggio, alla fienagione, alla pastorizia, al “baito” e alla lavorazione del latte, alla produzione del carbone vegetale, del ghiaccio e della calce, alla

---

<sup>143</sup> L. Carra, *Preistoria e protostoria in Lessinia: alcune proposte di valorizzazione [...]*, cit., p. 42.

<sup>144</sup> Dato fornito dal Direttore dell'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, Diego Lonardoni.

<sup>145</sup> *Ibidem*.



falegnameria, alla filatura e alla tessitura. Passando invece al primo piano, la visita continua con la descrizione di altri mestieri, con uno spaccato sulla vita quotidiana grazie alla ricostruzione di una camera da letto e con una sala dedicata ai segni della religiosità popolare.

Il messaggio didattico continua e si completa grazie a due sezioni staccate a carattere tematico, in due strutture architettoniche e funzionali appositamente recuperate e restaurate: la “Giassara del Grietz” e il “Baito della Coletta”. La Giassara (Fig. 2.16) costituisce una delle tradizionali ghiacciaie con annessa pozza per la conservazione del ghiaccio, che veniva successivamente commerciato in pianura; il Baito, invece, permette di osservare gli strumenti per la lavorazione del latte all’interno del contesto architettonico originale.

Nel triennio 2020/2022 il museo è stato visitato da circa 3.000 persone all'anno<sup>146</sup>.

Fig. 2.16 – La “Giassara del Grietz” vista dall’esterno, con la pozza annessa.



Fonte: <https://www.culturaveneto.it/>

Il Museo dei Trombini si trova presso San Bortolo delle Montagne, un piccolo centro abitato che non è mai stato segnato da un massiccio sviluppo turistico, ma è famoso perché da moltissimi anni si perpetua una tra le più interessanti e caratteristiche tradizioni popolari delle antiche comunità cembre: lo sparo dei “trombini” (Fig. 2.17).

I trombini sarebbero derivati da armi da guerra utilizzate tra il Seicento e il Settecento per abbattere palizzate, per farsi largo tra la folla, per difendersi durante i lunghi viaggi: questo arnese era

---

<sup>146</sup> Dato fornito dal Direttore dell’Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, Diego Lonardoni.

probabilmente usato dai Cimbri dell'altopiano per le operazioni di guardia ai confini del Tirolo che, allora, si spingeva fino alle vette settentrionali dei Monti Lessini<sup>147</sup>. Oggi i trombini sparano ancora a salve per accogliere un nuovo parroco, per solennizzare un evento, per celebrare degnamente le più importanti ricorrenze religiose: il trombino, quindi, non è un oggetto conservato solamente come un reperto museale, ma rappresenta un testimone vivo di una cultura che non è ancora dimenticata. Tutti gli anni a giugno, in occasione della ricorrenza della festività della Santissima Trinità, i “trombonieri” di San Bortolo accompagnano i momenti di festa, dando prova della loro abilità.

Per quanto riguarda il museo, nella sala interna sono esposti gli utensili per la costruzione e l'assemblaggio dei trombini, foto d'epoca e documenti sia visivi che sonori. Tra il 2020 e il 2022 il numero di persone che hanno visitato il museo si aggira tra le 1.000 e le 1.500 presenze all'anno<sup>148</sup>.

Il Museo dei Fossili si trova presso Bolca, una piccola località che sorge in prossimità di noti giacimenti fossiliferi da tempo studiati dai paleontologi per via dell'abbondanza e varietà dei reperti rinvenuti. Da circa due secoli, di generazione in generazione, la famiglia Cerato si è dedicata al duro lavoro di cavaatori di fossili: la moltitudine di esemplari estratti, che ammonta a poco più di 100.000 unità, ha permesso di identificare 162 specie di pesci e oltre 250 di vegetali (Fig. 2.18).

Il museo fu aperto nel 1971 in un edificio di piccole dimensioni; vista però l'elevata importanza scientifica e la grande quantità di reperti, nel 1996 è stato inaugurato un nuovo edificio di cui è proprietario l'Ente Parco, mentre la gestione è affidata alla famiglia Cerato, che rimane comunque proprietaria delle cave<sup>149</sup>. La sede attuale, costituita da un edificio di due piani, comprende tre ampie sale di esposizione e una sala conferenze che ospita oltre cento posti.

La visita al museo può proseguire con la “passeggiata paleontologica”, un itinerario che, partendo dall'abitato di Bolca, consente un'ampia visita generale della zona e soprattutto della vicina Pesciara dove, seguendo un percorso sotterraneo, è possibile avere una chiara visione del tipo di lavoro necessario per la ricerca dei fossili.

Il Museo dei Fossili, da sempre il più gettonato all'interno del Sistema Museale della Lessinia, ha registrato un numero di presenze nel triennio 2020/2022 che va dalle 18.000 alle 22.000 visite annuali<sup>150</sup>.

---

<sup>147</sup> P. Tezza, *L'attività museale nella valorizzazione delle aree protette [...]*, cit., p. 49.

<sup>148</sup> Dato fornito dal Direttore dell'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, Diego Lonardoni.

<sup>149</sup> L. Carra, *Preistoria e protostoria in Lessinia: alcune proposte di valorizzazione [...]*, cit., p. 52.

<sup>150</sup> Dato fornito dal Direttore dell'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, Diego Lonardoni.

Fig. 2.17. – Un tromboniere in azione, vestito con abiti tradizionali, durante la festa della Santissima Trinità.



Fonte: <https://www.culturaveneto.it/>

Fig. 2.18 – Scorcio di una delle sale espositive del Museo dei Fossili di Bolca.



Fonte: <https://www.beniculturali.it/>

Per quanto riguarda il Sistema Museale della Lessinia, un'indagine condotta all'interno del Piano di sviluppo socio-economico (2019) ha rivelato che senza dubbio il Museo dei Fossili di Bolca è la struttura che attira il maggior numero di turisti, convogliando circa il 60% dei visitatori totali. Relativamente ai picchi di afflusso, essi coincidono normalmente con il periodo tardo primaverile

(aprile-maggio), per via delle visite delle scolaresche, e con il periodo estivo (agosto), le domeniche o altre particolari festività (Pasqua, 1° maggio, Ferragosto).

La provenienza dei visitatori è prevalentemente italiana e coincide spesso con la provincia di Verona, ma anche di Vicenza, Padova, Brescia, Mantova e Ferrara; le presenze straniere (tedeschi, austriaci, olandesi) sono collegate soprattutto al Museo di Bolca, il più rinomato a livello internazionale. Nonostante tutti i musei siano frequentati da un pubblico eterogeneo, la fascia d'età più rappresentata è quella che va dai 35 ai 55 anni, caratterizzata da un livello di istruzione medio-alto; le gite delle scolaresche costituiscono un numero importante delle visite per determinati musei, soprattutto quelli di Bolca, Camposilvano e Bosco Chiesanuova, dal momento che si attestano sul 40% rispetto al totale delle presenze. Il Museo dei Cimbri a Giazza, invece, viene visitato soprattutto da turisti che raggiungono il Parco per effettuare escursioni nella natura: il piccolo centro, infatti, risente favorevolmente della vicinanza con la foresta demaniale; il Museo Etnografico di Bosco Chiesanuova richiama un numero elevato di turisti pendolari, ma anche vacanzieri e proprietari di seconde case<sup>151</sup>.

Oltre al Sistema Museale, attivo ormai da diversi decenni, a partire dagli anni Duemila in Lessinia era nata l'idea di istituire un ecomuseo. Il concetto di ecomuseo o museo diffuso, nato in Francia all'inizio degli anni Settanta, presuppone la valorizzazione del legame tra il territorio e il suo passato, promuovendo il patrimonio locale tipico del luogo; la funzione principale di un ecomuseo è quella di far sì che la comunità si prenda cura del proprio territorio: esso, dunque, può essere definito come un "patto" attraverso il quale l'uomo si impegna a rispettare e a far conoscere la propria terra e, quindi, la propria storia<sup>152</sup>.

È in quest'ottica che nel 2014 è stato inaugurato l'Ecomuseo delle Trincee di Malga Pidocchio, promosso dall'Ente Parco; questo progetto è nato all'interno di una serie di iniziative volte a favorire la creazione di una sorta di Ecomuseo della Grande Guerra nel Veneto, che dal Garda attraversi le Prealpi vicentine fino a giungere alle Dolomiti bellunesi.

Pur non essendo stata direttamente coinvolta nelle azioni belliche della Grande Guerra, l'area della Lessinia ha rivestito un ruolo molto importante come linea difensiva, disseminata di forti e postazioni realizzati tra il 1881 e il 1911. Sul confine con l'Impero Austro Ungarico, per più di 15 chilometri, furono realizzati circa 8.000 metri di trincee, che seguivano il naturale andamento del

---

<sup>151</sup> Piano di sviluppo socio-economico del Parco Regionale della Lessinia, 2019, pp. 71-72.

<sup>152</sup> V. Corradi, *Il marketing del territorio: un'analisi competitiva del Parco Naturale Regionale della Lessinia [...]*, cit., p. 39.

terreno, oltre a reticolati, postazioni per mitragliatrici e ricoveri in caverna per uomini e provviste (Fig. 2.19).

Vicino a Malga Pidocchio, nel Comune di Erbezzo, sono presenti alcuni ammassi rocciosi naturali rimodellati, al tempo, dai soldati: un vero e proprio fortino (ridotto difensivo) caratterizzato da oltre 400 metri di corridoi, gallerie, caverne, stanze, cucine, dormitori, scale e trincee in parte sormontate da lastre in pietra<sup>153</sup>. Il sito, essendo un eccezionale monumento storico a cielo aperto, è pertanto sempre visitabile senza limiti di orari.

Fig. 2.19 – Una delle trincee che si collega all'ex ridotto difensivo presso Malga Pidocchio.



Fonte: <https://www.visitlessinia.eu/it/>

L'offerta turistica della Lessinia, infine, viene completata dal vasto panorama di eventi che si tengono con cadenza annuale nel territorio del Parco.

Tra questi, la rassegna di escursioni guidate “CamminaParco” è un'iniziativa ormai consolidata e da quasi vent'anni coinvolge turisti ed appassionati alla scoperta delle peculiarità naturali e storico-culturali dell'area protetta. La rassegna, organizzata dall'Ente Parco, ha ampliato il numero di escursioni nel corso degli anni, anche durante i mesi che tradizionalmente vedono una

---

<sup>153</sup> Progetto sull'Ecomuseo delle Trincee della Lessinia, studio redatto dall'arch. F. Meneghelli, 2013, p. 4.

diminuzione delle presenze sul territorio: questa iniziativa, dunque, ha tra i suoi obiettivi quello di contribuire a destagionalizzare l'offerta turistica della Lessinia. Per l'edizione 2022 sono state programmate diciotto escursioni, calendarizzate da agosto a dicembre, inerenti il territorio di ben sedici comuni: posto a venti persone il limite di iscrizione per ogni data, la quasi totalità delle escursioni è andata esaurita, con oltre 330 partecipanti totali<sup>154</sup>.

La Lessinia Legend, competizione giunta ormai alla venticinquesima edizione, si svolge in maggio ed è un appuntamento immancabile per gli appassionati di mountain bike che possono scegliere tra due percorsi: "extreme" (87 chilometri) e "classic" (40 chilometri); la Lessinia Legend Run, invece, è una gara di *trail running* diventata punto di riferimento per gli appassionati della corsa in montagna della provincia di Verona, e non solo.

Tra le manifestazioni degli ultimi anni, il più importante evento culturale dell'altopiano nel periodo estivo è senza dubbio il Film Festival della Lessinia, che promuove la montagna e trasforma il territorio in un luogo di incontro tra genti e culture differenti. Di questo evento, però, si parlerà più approfonditamente nel prossimo capitolo.

Per fare una panoramica sullo *status* dell'offerta turistica della Lessinia è necessario prendere in considerazione il Piano di sviluppo socio-economico del Parco Regionale (2019), che offre una chiara disamina dei punti di forza e di debolezza del territorio, considerando eventuali opportunità e potenziali minacce.

Tra i punti di forza dell'offerta rientrano:

- la presenza di numerose risorse con connotazione paesaggistica e ambientale, anche di eccezionale valore;
- la presenza di numerose risorse di carattere storico-culturale;
- la possibilità di praticare sport invernali;
- una vasta gamma di offerta di prodotti tipici (artigianato ed enogastronomia);
- la diffusione dell'ecoturismo;
- una localizzazione geografica che permette una buona accessibilità territoriale.

I punti di debolezza considerati riguardano:

- la mancanza di uno sviluppo turistico diffuso;
- la mancanza di percezione da parte dei turisti dell'insieme delle offerte;
- una forte stagionalizzazione dell'offerta turistica;

---

<sup>154</sup> Dato fornito dal Direttore dell'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, Diego Lonardoni.

- una mancanza di pubblicità degli itinerari;
- una scarsa valorizzazione dei prodotti locali.

Le opportunità che il comparto turistico può cogliere sono:

- sfruttare il coordinamento tra soggetti pubblici e privati riguardo la gestione delle risorse da dedicare allo sviluppo locale;
- ampliare il coordinamento delle strutture e dei servizi di supporto al turismo;
- accrescere ulteriormente l'integrazione tra differenti forme di turismo;
- ampliare la proposta di percorsi escursionistici;
- perseguire l'obiettivo di un turismo di qualità, sostenibile, attento e responsabile.

Le possibili minacce riguardano:

- un'ulteriore diminuzione della permanenza media sui territori, dal momento che la Lessinia è caratterizzata prevalentemente dal turismo “mordi e fuggi” del week-end;
- una perdita di competitività del settore per variazione della domanda;
- una crescente competizione turistica di altre aree straniere e limitrofe<sup>155</sup>.

Ciò che emerge da questa analisi, dunque, è un ritratto “agrodolce” del sistema turistico dei Monti Lessini: se da un lato le risorse attrattive sono numerose e le opportunità di miglioramento e sviluppo richiedono un coordinamento più forte tra i vari *stakeholders*<sup>156</sup> del territorio, dall'altro la mancanza di un'offerta turistica diffusa e, anzi, fortemente stagionalizzata, potrebbe portare ad una perdita di competitività del settore, favorendo destinazioni turistiche rivali.

Ovviamente la Lessinia non possiede una tradizione turistica tale da potersi paragonare alle rinomate località montane del Trentino-Alto-Adige o del Parco Regionale delle Dolomiti d'Ampezzo, ma non per questo deve essere considerata come una destinazione di serie B o presentata come un territorio povero, perché escluso dai principali circuiti della “vacanza in montagna”.

L'offerta turistica dei Monti Lessini ha un grandissimo potenziale: puntare sul rafforzamento della rete di *governance* locale sembrerebbe essere la scelta migliore per controllare al meglio lo sviluppo del settore e migliorare la qualità dell'offerta già esistente. In questa direzione si muovono le iniziative del G.A.L. Baldo Lessinia all'interno del PSL 2023-2027 che, come si è visto nelle pagine precedenti, tendono a promuovere lo sviluppo di attività imprenditoriali che valorizzino il patrimonio locale e a favorire la nascita di progetti di rete integrati.

---

<sup>155</sup> Piano di sviluppo socio-economico del Parco Regionale della Lessinia, 2019, p. 80.

<sup>156</sup> Per *stakeholders*, come è noto, si intendono i soggetti che sono detentori di un determinato interesse per quanto riguarda un'attività o progetto e che sono in grado di condizionare una scelta operativa, in modo positivo o negativo.

In merito al *networking* della montagna veronese è doveroso segnalare la presenza del progetto di marketing territoriale “Destinazione Lessinia”, riconosciuto dalla Regione Veneto e finalizzato alla promozione e valorizzazione del turismo sostenibile nell’altopiano. Il progetto coinvolge oltre 130 imprese ed associazioni locali tra albergatori, ristoratori, imprese agricole, B&B, agriturismo e campeggi che garantiscono un’offerta turistica completa attraverso il portale [www.visit-lessinia.eu](http://www.visit-lessinia.eu), realizzato in collaborazione con il Consorzio pro-loco della Lessinia e grazie al contributo del GAL Baldo-Lessinia; nove sono i comuni aderenti (Bosco Chiesanuova, Cerro Veronese, Erbezzo, Grezzana, Roverè Veronese, San Mauro di Saline, Sant’Anna D’Alfaedo, Selva di Progno e Velo Veronese), mentre tra le collaborazioni si ricordano quelle di Azienda Trasporti Verona (ATV), Aeroporto di Verona, Comune di Verona, Confcommercio, Cassa Rurale Vallagarina e Camera di Commercio<sup>157</sup>. L’ufficio “IAT Lessinia” presso Bosco Chiesanuova svolge un ruolo importante all’interno del progetto: organizza incontri con operatori e associazioni per tenerli informati sulle attività, aggiorna i sistemi informatici e i portali regionali (sito web, DMS<sup>158</sup>, social media, newsletter) e coordina 35 infopoint diffusi sul territorio, ospitati in altrettante strutture, tra le quali hotel, negozi, biblioteche e punti vendita.

Per Claudio Melotti, sindaco di Bosco Chiesanuova, il progetto “Destinazione Lessinia” rappresenta una valida iniziativa per contrastare il turismo “mordi e fuggi” a cui è soggetto l’altopiano, favorendo la destagionalizzazione e promuovendo un’offerta sostenibile e di qualità<sup>159</sup>.

La Lessinia, come si è potuto constatare, possiede delle risorse naturalistiche di eccezionale valore, e l’inserimento della zona degli alti pascoli all’interno del Registro Nazionale dei Paesaggi Rurali Storici nel 2020 non può che certificare l’importanza di questo territorio: sarebbe perciò opportuno sfruttare la vicinanza geografica con la città di Verona, ricca di storia e di eventi, nonché patrimonio Unesco, e la partecipazione all’OGD “Verona” al fine di trarre vantaggi in termini di sviluppo economico e turistico.

Un’importante occasione di visibilità per il comparto turistico e per l’immagine della Lessinia a livello nazionale ed internazionale è rappresentata dalla candidatura della Val d’Alpone come sito Patrimonio mondiale dell’Umanità UNESCO. “I fossili di Bolca nell’eco-sistema marino della

---

<sup>157</sup> [Progetto Destinazione Lessinia - Visit Lessinia - Official tourist information website.](http://www.visit-lessinia.eu)

<sup>158</sup> La piattaforma DMS (Destination Management System) messa a disposizione dalla Regione Veneto agli attori del sistema turistico regionale rappresenta un database unico che gestisce in modo integrato le informazioni, le risorse e i servizi della destinazione turistica e che permette la diffusione dei contenuti relativamente a servizi turistici ricettivi, complementari, punti di interesse, eventi e materiali informativi, IAT, portali territoriali e tematici, applicazioni web e canali commerciali di tutti gli attori del sistema turistico.

<sup>159</sup> [Progetto Destinazione Lessinia - Visit Lessinia - Official tourist information website.](http://www.visit-lessinia.eu)



Val D'Alpone (Bolca, San Giovanni Ilarione e Roncà)" è il titolo del dossier, attualmente inserito nella Tentative List Italiana, che sarà oggetto di valutazione da parte del Comitato del Patrimonio mondiale dell'UNESCO. La candidatura è stata promossa dall'Associazione Temporanea di Scopo "Val d'Alpone – faune, flore e rocce del Cenozoico", nata nel 2017, alla quale hanno aderito i comuni di Vestenanova, San Giovanni Ilarione, Roncà, Montecchia di Crosara, Monteforte, Soave, Gambellara, Altissimo, Crespadoro, Verona, nonché il Parco della Lessinia, l'Università di Verona e i Consorzi Tutela Vini del Soave e del Lessini Durello; inoltre, sono stati coinvolti il Ministero per i beni e le Attività Culturali, la Regione Veneto, il Museo di Storia Naturale di Verona e il G.A.L. Baldo Lessinia<sup>160</sup>.

La Val d'Alpone viene riconosciuta come un sito di rilevanza mondiale per quanto concerne la paleontologia: l'intera area, infatti, è rinomata per la grande biodiversità di fauna e flora, e soprattutto per l'eccezionale conservazione dei pesci fossili, rinvenuti nelle due località più rappresentative di Bolca: la Pesciara e il Monte Postale; la candidatura, perciò, rappresenta un'iniziativa volta alla gestione e valorizzazione degli elementi paleontologici presenti sul territorio e alla promozione dei paesaggi culturali da essi derivati nelle epoche successive. Con questa candidatura, dunque, la Val d'Alpone pone le basi per un rilancio del turismo che in futuro potrebbe interessare l'intera montagna veronese.

---

<sup>160</sup> <https://www.valdalponeheritage.it/>.

### 3. Il Film Festival della Lessinia

L'obiettivo di questo capitolo è quello di delineare il profilo di uno degli eventi culturali più importanti della Lessinia, conosciuto sia a livello nazionale che internazionale: il Film Festival della Lessinia. Successivamente, si porrà l'attenzione sul rapporto tra il festival e la promozione del territorio; in particolare, si cercherà di capire in che modo l'evento si integri nell'offerta turistica dei Monti Lessini, analizzandone le iniziative e le *partnership* con gli altri enti del territorio.

Il Film Festival della Lessinia (spesso indicato come FFDL) è, in Italia, l'unico concorso cinematografico internazionale esclusivamente dedicato a cortometraggi, documentari, lungometraggi e film d'animazione sulla vita, la storia e le tradizioni di montagna. Le proiezioni si svolgono nel corso di dieci giornate, solitamente l'ultima settimana di agosto presso il Teatro Vittoria di Bosco Chiesanuova; al programma cinematografico fanno da contorno eventi speciali, retrospettive, ospiti internazionali, mostre, incontri, dibattiti, concerti e altre iniziative sul tema della montagna.

Il regolamento del Festival, consultabile sul sito ufficiale dell'evento<sup>161</sup>, permette di fornire i parametri principali sui quali esso si basa; in particolare:

- secondo l'articolo 2, il tema del Film Festival riguarda la vita, la storia e le tradizioni di montagna;
- secondo l'articolo 3, possono essere ammessi al Festival film e video (lungometraggi, cortometraggi, documentari, film di animazione) che rappresentino, valorizzino e favoriscano la conoscenza delle realtà sociali, linguistiche, umane, economiche, ambientali, naturalistiche, storiche e artistiche della montagna, nonché delle tradizioni, delle usanze e delle consuetudini delle genti che la abitano. Sono escluse le opere aventi come soggetto lo sport e l'alpinismo.

Ciò che contraddistingue il Festival, infatti, è la volontà di escludere questi due ultimi aspetti che caratterizzano e spesso monopolizzano l'attenzione in manifestazioni simili,

---

<sup>161</sup> <https://www.ffdl.it/>.

come nel caso del Trento Film Festival. La coerenza con il tema trattato ha permesso al Festival di conquistarsi la fiducia e la stima di molti registi in tutto il mondo, che lo considerano come un punto di riferimento per quanto riguarda la produzione di quelli che vengono chiamati “film di montagna”<sup>162</sup>;

- secondo l’articolo 5, l’ammissione al Festival viene deliberata da una commissione di selezione che tiene conto del valore contenutistico e artistico delle opere e del numero massimo di ore di proiezione nel programma del Festival. Possono essere escluse dal concorso le opere prive di sufficienti qualità tecniche, quelle a carattere prevalentemente pubblicitario o promozionale e quelle non corrispondenti al tema del Festival<sup>163</sup>.

Il Film Festival della Lessinia nacque nel 1995 (nel 2024 festeggerà la trentesima edizione) quando il Curatorium Cimbricum Veronense ONLUS, associazione culturale che opera per la salvaguardia della lingua e della cultura dei Cimbri Veronesi, organizzò presso Bosco Chiesa-nuova la prima edizione di una manifestazione, allora chiamata “Premio Lessinia”, riservata a video amatoriali aventi come soggetto i Monti Lessini. Fin dalla sua fondazione, il Curatorium Cimbricum Veronense volle dare un’impronta ben precisa al Festival, ponendo l’attenzione sugli aspetti della vita in montagna in tutte le sue sfaccettature: la storia, l’insediamento umano, il lavoro, gli usi e i costumi, la religiosità, l’artigianato, le manifestazioni artistiche e musicali, le ricchezze naturalistiche, le lingue minoritarie, le problematiche e le prospettive della vita sulle “terre alte”; l’elemento ricorrente in tutte queste tematiche, dunque, è l’uomo indagato nel suo rapporto con la montagna<sup>164</sup>.

Nel 1996 il Festival, che nelle idee dei promotori aspirava ad essere una manifestazione itinerante nei diversi comuni della Lessinia, si tenne ad Erbezzo. Questa seconda edizione fu dedicata ai Parchi Naturali di montagna, con un ambizioso programma di opere che però ebbe scarso riscontro in termini di spettatori e di interesse.

A partire dal 1997, e da allora fino al 2006, il Film Festival si è tenuto nel Teatro Parrocchiale di Cerro Veronese. Abbandonata l’idea della manifestazione itinerante, si trovò nel paese di Cerro una sede idonea, con un teatro grande ed attrezzato e con la volontà dell’amministrazione comunale di portare avanti l’evento. Proprio in quell’anno si assunse l’onere di seguire l’organizzazione, e in seguito ne divenne vero e proprio direttore artistico, il regista e scrittore di Velo

---

<sup>162</sup> Catalogo del Film Festival della Lessinia 2017, Vago di Lavagno (Vr), La Grafica Editrice, agosto 2017.

<sup>163</sup> [Regolamento | FFDL](#).

<sup>164</sup> Cronistoria del Festival, 1995-2021, p.3.

Veronese Alessandro Anderloni, che già aveva collaborato alle prime due edizioni. Anderloni, nel corso della carriera, ha dedicato documentari, cortometraggi e lungometraggi ai Monti Lessini, con particolare attenzione alle problematiche di salvaguardia e di valorizzazione ambientale e culturale del territorio; premiato in varie circostanze in numerosi concorsi internazionali, è socio accademico del Gruppo Italiano Scrittori di Montagna e autore di libri, di testi teatrali e di svariate collaborazioni giornalistiche riguardanti la montagna.

Durante i dieci anni a Cerro Veronese, il Festival ha allargato il tema del concorso prima alle minoranze etnico-linguistiche presenti in montagna e poi a quello che è diventato il *fil rouge* dell'evento: vita, storia e tradizioni di montagna. Con l'edizione del 2005, il Festival amplia la sua ricerca internazionale, ammettendo al concorso film che raccontano la vita sulle montagne di tutto il mondo<sup>165</sup>.

Nel 2007, a seguito del restauro del Teatro Vittoria, il Curatorium Cimbricum Veronese decise lo spostamento della manifestazione presso Bosco Chiesanuova, paese che tutt'oggi ospita il Festival. Al nuovo teatro (Fig. 3.1), con due sale di proiezione e una capienza di circa 500 posti, si affianca (oltre alla vicina Sala Olimpica dedicata ad ospitare forum e mostre) la piazza antistante, che per l'occasione diventa la "Piazza del Festival" (Fig. 3.2); questo spazio, il vero "cuore" dell'evento, è animato dalla presenza dell'Osteria e della Trattoria del Festival, che offrono servizi di ristorazione e caffetteria (completamente *plastic-free*), permettendo di gustare i prodotti tipici della Lessinia. Oltre a ciò, nella Piazza sono presenti un Info e Gadget Point, dove è possibile prenotarsi alle escursioni guidate (di cui poi si parlerà), ai vari laboratori e acquistare i gadget del Festival, e la Libreria della Montagna, uno spazio organizzato grazie alla collaborazione con la casa editrice Gianni Bussinelli Editore, che ospita una selezione di libri dedicati alle "terre alte" e ai temi del Festival, con tutti i titoli presentati durante gli incontri letterari e le tavole rotonde. Nel 2012 il FFDL inaugura il programma "Parole Alte" che, in collaborazione con l'Università degli Studi di Verona, ospita gli incontri e le presentazioni letterarie del Festival (Fig. 3.3); questo spazio, inoltre, è dedicato all'appuntamento "Aperitivo con il regista", che si svolge ogni giorno alle ore 12.00 e che viene accompagnato da una degustazione, organizzata dal Gas (Gruppo Acquisto Solidale), dei prodotti dei piccoli produttori della Lessinia.

Nel 2015 il FFDL entra a far parte dei festival italiani sostenuti dal MIBACT; al contempo, la programmazione assume una fisionomia sempre più internazionale e abbraccia tutte le tecniche cinematografiche con una crescente attenzione alle animazioni per bambini e ragazzi<sup>166</sup>.

---

<sup>165</sup> *Ibidem*.

<sup>166</sup> V. Zambaldo, *Il Film Festival della Lessinia festeggia un'edizione da record*, in «L'Arena», 30 agosto 2016.

Nel 2019 l'alto patrocinio del Parlamento Europeo concesso al Festival per saper «illustrare la diversità delle tradizioni europee e accendere i riflettori sul processo di integrazione europea»<sup>167</sup> ha consacrato i venticinque anni della manifestazione. Nel 2020, anno segnato dalla pandemia da COVID-19, il FFDL è tra i pochi eventi cinematografici italiani ed europei ad andare in scena dal vivo e online, grazie all'istituzione di una sala virtuale che ha consentito l'accesso gratuito per un massimo di 300 posti per proiezione, previa prenotazione tramite registrazione all'evento.

Fig. 3.1 – Una delle due sale di proiezione all'interno del Teatro Vittoria, durante l'edizione del FFDL 2023.



Fonte: <https://www.ffdl.it/>

---

<sup>167</sup> Cronistoria del Festival, 1995-2021, cit., p. 8.

Fig. 3.2 – La “Piazza del Festival” vista dal Teatro Vittoria durante l’edizione 2023 del FFDL; si possono notare gli stand dell’Osteria e Trattoria del Festival e quello della Libreria della Montagna, dove si svolgono anche gli incontri del programma “Parole Alte”.



Fonte: <https://www.ffdl.it/it/>

Fig. 3.3 – Uno degli incontri letterari presentati nel corso del programma “Parole Alte”, durante l’edizione 2023.



Fonte: <https://www.ffdl.it/it/>

Il programma del Film Festival della Lessinia, secondo l'articolo 4 del regolamento, si divide nelle seguenti sezioni:

- il concorso internazionale, ossia la principale categoria che comprende il meglio di una selezione internazionale di opere;
- la sezione FFDLgreen, introdotta nel 2020, dedicata alle tematiche ambientali, alle pratiche sostenibili e alle trasformazioni climatiche del pianeta Terra;
- la sezione Montagne Italiane, dedicata alle zone montuose d'Italia;
- la sezione FFDL+, introdotta nel 2013, dedicata ai bambini e ai ragazzi.

Ogni anno, inoltre, sono presenti degli eventi speciali che accompagnano le proiezioni dei film in concorso, quali retrospettive, presentazioni di opere di grandi registi internazionali (come Werner Herzog e Jean-Jacques Annaud) e proiezioni di filmati amatoriali sul tema della montagna.

Secondo l'articolo 7 del regolamento, una giuria internazionale, i cui componenti sono resi noti all'inizio del Festival, assegna i seguenti premi ufficiali:

- Lessinia d'Oro per il miglior film in assoluto per contenuto e valore artistico - € 5.000 concessi dal Comune di Bosco Chiesanuova;
- Lessinia d'Argento per il miglior lungometraggio - € 3.000 concessi dalla Provincia di Verona;
- Lessinia d'Argento per il miglior cortometraggio - € 1.500 concessi dal FFDL;
- Premio della Giuria.

A tutte le opere ammesse alla selezione ufficiale, giurie indipendenti assegnano i seguenti premi speciali:

- Premio Montagne Italiane al miglior film della sezione omonima – € 1.500 concessi dalla Cassa Rurale Vallagarina;
- Premio del Curatorium Cimbricum Veronense al miglior film di un regista giovane - € 1.000 concessi dal Curatorium alla memoria di Piero Piazzola e Mario Pigozzi (gli ideatori del Festival);
- Green Planet Movie Award per il miglior film della sezione FFDLgreen- € 1.000 concessi dall'associazione MyPlanet 2050;
- Premio Microcosmo della giuria di detenuti della Casa Circondariale di Verona;
- Premio Giudecca della giuria di detenute dell'Istituto Penitenziario di Venezia;
- Premio dei bambini assegnato attraverso la votazione in sala;

- Premio del pubblico assegnato attraverso la votazione in sala.

Una particolare attenzione va riservata alla sezione FFDLgreen e, nello specifico, al tema della sostenibilità ambientale<sup>168</sup>: il Festival, infatti, è stata la prima manifestazione cinematografica in Italia a dotarsi di un protocollo, certificato secondo la norma ISO 20121<sup>169</sup>, per l'organizzazione di eventi sostenibili (2013). È doveroso ricordare, inoltre, che il FFDL ha aderito ad uno dei protocolli *green* più riconosciuti nel panorama cinematografico del Paese, ossia la “Guida Festival Green”, promossa da AFIC (Associazione Festival Italiani di Cinema), che, attraverso una serie di parametri, si propone di limitare l'impatto materiale dei festival durante le fasi di organizzazione, promozione e comunicazione<sup>170</sup>.

Il Presidente del FFDL, Renato Cremonesi, è al contempo Presidente dell'associazione di promozione sociale MyPlanet 2050, che si pone come obiettivo quello di organizzare e promuovere eventi e progetti che vadano a sensibilizzare la società verso la visione strategica della Commissione Europea di realizzare un'economia climaticamente neutra (e quindi un'Europa a impatto climatico zero) entro il 2050.

Il progetto principale dell'associazione è Verona Green Movie Land (VGML), ossia una rete di otto festival cinematografici della provincia di Verona (Soave Film Festival, Bardolino Film Festival, Teodorico Summer Fest, Film Festival della Lessinia, Valpolicella Film Festival, Legnago Film Festival, Cinelà – Festival di Cinema Africano e Oltre, Believe Film Festival) organizzati secondo i principi della sostenibilità e responsabilità sociale: lo scopo di Verona Green Movie Land, dunque, è quello di promuovere la provincia veronese come terra di cinema sostenibile. Secondo Cremonesi il cinema, che muove ingenti capitali e ha un grande potere di coinvolgimento, può contribuire in modo significativo, attraverso una forte azione di sensibilizzazione del pubblico, a trasmettere messaggi di buone pratiche; il Film Festival della Lessinia, infatti, pone particolare cura nella selezione delle proposte cinematografiche, al fine di portare al pubblico idee, esempi e stili di vita in armonia con l'ambiente. Oggi il Festival è diventato un punto di riferimento cinematografico internazionale per le tematiche *green* ed è aperto a collaborazioni con tutti quegli enti, pubblici e privati, interessati ad una vera transizione ecologica, per uno sviluppo economico e sociale sostenibile.

---

<sup>168</sup> Le seguenti informazioni rappresentano un estratto dell'intervista ad Alessandro Anderloni e Renato Cremonesi, effettuata dal sottoscritto, in data 28 agosto 2023 presso la sede del FFDL a Bosco Chiesanuova.

<sup>169</sup> La ISO 20121 è una norma internazionale che definisce i requisiti necessari all'implementazione di un sistema di gestione sostenibile degli eventi e che mira a ridurre al minimo l'impatto di un determinato evento sulla comunità e sull'ambiente nel quale è inserito.

<sup>170</sup> L. Cesaro, *Film Festivals and Ecological Sustainability in the Age of the Anthropocene*, [...], cit., p. 90.



Il FFDL, nel corso degli anni, ha creato una vasta rete di *partnership* con enti pubblici e privati, ottenendo importanti sponsorizzazioni grazie alla valenza culturale dell'evento e delle iniziative promosse. Il Festival, la cui organizzazione è affidata all'associazione Film Festival della Lessinia a partire dal 2010, può contare sull'alto patrocinio del Parlamento Europeo e sul patrocinio del Ministero dell'Ambiente, del Ministero degli Affari Esteri, dell'Università di Verona, di AFIC – Associazione Festival Italiani di Cinema, della Veneto Film Commission, della Camera di Commercio di Verona, di Unicef e di Rai per la Sostenibilità.

L'edizione 2023 è stata organizzata con il sostegno di:

- Comune di Bosco Chiesanuova;
- Regione del Veneto;
- Fondazione Cariverona;
- MyPlanet 2050;
- Curatorium Cimbricum Veronense;
- Fondazione Banca Popolare di Verona.
- Ministero della Cultura;
- Provincia di Verona;
- Fondazione Cattolica;
- Acque Veronesi;
- Goethe-Zentrum Verona;

I *main sponsor* sono:

- Cassa Rurale Vallagarina;
- Fimauto.
- Novatek;

Tra i *partner* si ricordano:

- CAI Veneto;
- G.A.S. Lessinia;
- Nobile Compagnia della Buona Tavola;
- Club per l'Unesco di Verona;
- BoscoPark – Parco Avventura;
- SlowVerona.

I *festival partners* sono:

- Cineteca di Bologna;
- Vertical Movie Festival;
- Verona Green Movie Land;
- Bardolino Film Festival;
- Soave Film Festival;
- Circolo del Cinema di Verona.
- Museo del Cinema di Torino;
- Trento Film Festival;
- Bridge Film Festival;
- Legnago Film Festival;
- Valpolicella Film Festival;

Tra i *media partners* si ricordano:

- Pantheon;
- Verona Network;
- Salmon Magazine;
- The River News.

Tra i *partner* organizzativi, inoltre, compaiono la casa di produzione cinematografica "Aïssa Maïssa", fondata da Alessandro Anderloni nel 2012, e la compagnia teatrale "Le Falie" di Velo

Veronese, nata nel 1990 sempre su iniziativa di Anderloni. Da segnalare è la presenza come partner tecnico di “Mymovies.it”, la piattaforma streaming con cui il Festival ha stretto una collaborazione a partire dal 2021, permettendo in tal modo una maggiore accessibilità alle proiezioni, includendo anche il pubblico da casa<sup>171</sup>.

Per quanto riguarda le modalità di partecipazione alle proiezioni e agli eventi speciali, è possibile acquistare biglietti e abbonamenti per la “Sala Virtuale” tramite il sito <https://www.mymovies.it/ondemand/ffdl/>, a partire dalla prima settimana di agosto e per tutta la durata del Festival: la tariffa per il biglietto singolo è di € 5, quella per l’abbonamento (per 37 film) è di € 20 e quella per l’abbonamento sostenitore è di € 50. I biglietti e gli abbonamenti per le proiezioni in sala al Teatro Vittoria possono essere acquistati sia on-line, tramite il sito ufficiale del Festival, sia fisicamente presso l’Ufficio Turistico di Bosco Chiesanuova (a partire dalla prima settimana di agosto) o alla biglietteria del Teatro Vittoria durante lo svolgimento della manifestazione: la tariffa per l’ingresso alle singole proiezioni è di € 5, quella per l’ingresso ridotto (fino ai 14 anni) è di € 4 e quella per l’abbonamento è di € 70.

Volendo delineare una sorta di profilo del FFDL, basandosi sui parametri che caratterizzano i Film Festival in letteratura<sup>172</sup>, si possono trarre le seguenti conclusioni:

- il Festival è un evento di piccole dimensioni, considerando i dati relativi al numero di spettatori e di proiezioni, che verranno esaminati nelle pagine successive;
- il Festival non è rivolto solamente ad un pubblico locale o specializzato, ma è aperto a chiunque: appassionati di cinema, professionisti del settore, frequentatori della montagna, turisti, residenti o semplicemente curiosi che decidono di partecipare all’evento. La manifestazione ha guadagnato una reputazione internazionale negli ultimi anni, come dimostra la grande partecipazione di registi stranieri al concorso ufficiale; al contempo, il Festival mira a creare un senso di comunità condiviso e, di conseguenza, una *brand image* che rappresenti la Lessinia in Italia e all’estero;
- per quanto riguarda il *target*, una particolare attenzione viene riservata al pubblico dei bambini/ragazzi, grazie alla presenza della sezione FFDL+ e degli appositi laboratori;
- la programmazione non punta sul cinema *mainstream*, ma favorisce specialmente le piccole case di produzione e le pellicole indipendenti, con una particolare attenzione ai

---

<sup>171</sup> Catalogo del Film Festival della Lessinia 2023, Vago di Lavagno (Vr), La Grafica Editrice, agosto 2023, pp. 2-3.

<sup>172</sup> Rimando a: M. de Valck, *What is a film festival? How to study festivals and why you should [...]*, cit., pp. 2-7; M. F. Piredda, *I festival del cinema in Italia [...]*, cit., pp. 25-31.

giovani registi. Il tema che accomuna la manifestazione, riguardante la vita e le tradizioni di montagna, si può collocare all'interno di quel gruppo di Festival che opta per una tematica "attivista": ciò viene confermato dalla volontà di organizzare un evento, dotato di un protocollo di sostenibilità, che mira a sensibilizzare il pubblico attraverso i messaggi di buone pratiche presenti nei film;

- il FFDL può essere definito come un "audience festival", ossia un evento pensato per il pubblico. La manifestazione non prevede un programma commerciale ("business agenda") ma, nonostante ciò, l'Associazione Film Festival della Lessinia mira a consolidare i rapporti con altri film festival europei incentrati sul tema della montagna;
- le proiezioni si svolgono sia in sala che in modalità online attraverso la collaborazione con la piattaforma MYmovies, destinata a durare anche nelle prossime edizioni della manifestazione: adottando questo approccio *blended*, il Festival dimostra di essere cosciente delle potenzialità che la tecnologia può portare nel mondo degli eventi cinematografici, riducendo la distanza tra il pubblico e la sala.

### 3.1 FFDL: alcuni dati

La ventinovesima edizione del Film Festival della Lessinia si è svolta da venerdì 25 agosto a domenica 3 settembre 2023, per un totale di dieci giornate. La programmazione è stata la più ricca della storia del Festival, con ben 122 eventi divisi tra proiezioni, presentazioni letterarie e tavole rotonde, laboratori ed escursioni, mostre e concerti.

La manifestazione si è aperta con un'anteprima, il 24 agosto, che ha proposto una selezione di cortometraggi girati in formato verticale in collaborazione con il Vertical Movie Festival di Roma; l'ospite speciale di questa edizione e protagonista della serata di apertura è stato l'attore Fabio Testi, che per l'occasione ha interpretato i monologhi che hanno accompagnato la proiezione di tredici cortometraggi di inizio Novecento, riguardanti il Grand Tour sulle montagne italiane.

Il Festival ha presentato 90 film provenienti da 40 Paesi con 27 anteprime italiane, di cui 4 anteprime mondiali: è la programmazione cinematografica più ampia della sua storia, selezionata da

1004 opere giunte da 107 Paesi<sup>173</sup>. Come da tradizione, il Festival ha valorizzato le cinematografie emergenti presentando, in una rosa di Paesi di tutti e cinque i continenti, opere provenienti in special modo dall'Africa e da Nepal, Palestina, Armenia, Kazakistan, Marocco e Colombia; durante l'evento hanno partecipato come ospiti oltre 20 registi e registe, assieme ad alcuni protagonisti dei film. La Giuria internazionale è stata composta dall'autrice e regista Micol Cossali (Italia), dalla documentarista Irene Gutiérrez Torres (Spagna), dal regista Stefan Pavlović (Paesi Bassi), dall'antropologo e regista Pedro Figueiredo Neto (Portogallo) e dalla regista, produttrice e sceneggiatrice Fanny Rösch (Germania).

Due sono stati gli ospiti speciali per altrettanti eventi dedicati a registi italiani emergenti: il veronese Antonio Bigini con *Le proprietà dei metalli* (2023), presentato alla Berlinale 2023, e il siciliano Giuseppe Petruzzellis con il film *La ricerca* (2023); la retrospettiva della ventinovesima edizione si è soffermata sul cinema che ha raccontato la villeggiatura in montagna, proponendo pellicole come *Five Days One Summer* (*Cinque giorni una estate*) di Fred Zinnemann (1982) e *Turist* (*Forza maggiore*) di Ruben Östlund (2014), passando per un omaggio a Stanley Kubrick e al suo *The Shining* (1980)<sup>174</sup>.

A conquistare il Premio Lessinia d'Oro per il miglior film in assoluto è stato Adnane Baraka, regista indipendente nato a Marrakech, con il documentario *Fragments from heaven* (2022); il Premio Lessinia d'Argento per il miglior lungometraggio è stato assegnato a *Mamà* (2022), film d'esordio del messicano Juan A. M. Rodríguez; il Lessinia d'Argento per il miglior cortometraggio è stato consegnato a *Xiaohui e le sue mucche* (*Xiaohui he ta de niu*, 2023), opera della giovane regista e sceneggiatrice cinese Xinying Lao; il Premio della Giuria è andato a *Landshaft* (2023), del regista teatrale e cinematografico tedesco Daniel Kötter.

Tra i riconoscimenti speciali, il Premio del Curatorium Cimbricum Veronese al miglior film di un regista giovane è andato a *Or de vie* (2023) di Boubacar Sangaré; il Premio della Cassa Rurale Vallagarina è stato consegnato al corto *Ice merchants* (2022), del regista e disegnatore portoghese João Gonzalez; il Green Planet Movie Award al miglior film della sezione FFDLgreen è stato attribuito al documentario *Matter out of place* (2022), dell'austriaco Nikolaus Geyrhalter<sup>175</sup>.

Per quanto riguarda gli incontri e le presentazioni letterarie all'interno del programma Parole Alte, è doveroso ricordare “Assalto alle Alpi” di Marco Albino Ferrari, il quale ha ragionato sul pericolo dell'*overtourism* nelle zone montane; tematiche simili sono state affrontate dall'albergatore

---

<sup>173</sup>Catalogo del Film Festival della Lessinia 2023, cit., pp. 9-10.

<sup>174</sup> *Ivi*, pp. 15-17.

<sup>175</sup> [Comunicati Stampa | FFDL](#).

ecologista Michil Costa in “FuTurismo” e da Telmo Pievani e Mauro Varotto in “Viaggio nell’Italia dell’Antropocene” e “Il giro del mondo dell’Antropocene”. Tra le altre iniziative, il CAI Veneto ha proposto una tavola rotonda sull’impatto dei cambiamenti climatici sulle Alpi; il Curatorium Cimbricum Veronense si è soffermato sui cento anni dalla nascita del paleontologo Attilio Benetti; l’Ordine degli Architetti di Verona si è concentrato sull’architettura di vacanza in montagna, tra storia e possibili evoluzioni nel segno dell’ecosostenibilità.

Il Festival, inoltre, ha presentato quattro mostre all’interno di un focus tematico sulla Lessinia: al Centro Socio Culturale i fotografi Alberto Saggi, Maurizio Marcato, Flavio Pèttene e il videomaker Giovanni Montagnana hanno esposto un percorso multimediale, intitolato “Radici”, frutto di una serie di incontri ed escursioni (i “filò multimediali” e le “escursioni audiovisive”) in Lessinia; la rassegna “La Perla della Lessinia: Bosco Chiesanuova e la villeggiatura”, allestita nella Sala Olimpica, ha indagato la storia del turismo a Bosco Chiesanuova, dalle ville di fine Ottocento e inizio Novecento al boom dello sport invernale, fino alle colonie, gli alberghi e i visitatori illustri come Tazio Nuvolari e Antonio Fogazzaro; a cura dello speleologo Francesco Sauro è stata l’esposizione “Le tute stracciate della Preta”, sul raggiungimento nel 1963 del fondo della Spluga della Preta, a quasi 900 metri di profondità; infine, il singolare progetto grafico di Andrea Rubele, “Francobolli per la Lessinia”, esposto presso la Libreria della Montagna<sup>176</sup>.

Al fine di valorizzare la dimensione socio-culturale della comunità, il Festival mira a sviluppare partnership intercomunali e interregionali per la creazione di percorsi di formazione per le nuove generazioni, con progetti dedicati all’audiovisivo. In questo ambito la manifestazione ha avviato nel 2021 il “Progetto Con-sequenze” con l’Istituto Comprensivo della Lessinia, coinvolgendo circa ottanta studenti e studentesse delle scuole medie in un laboratorio interattivo per favorire l’utilizzo consapevole degli strumenti fotografici e videografici, nell’ambito del progetto “Clorofilla – Narrazioni ecologiche per una nuova generazione”<sup>177</sup>.

Per quanto riguarda il programma delle escursioni organizzate, se ne parlerà nel dettaglio nelle pagine successive.

Al fine di comprendere quelli che sono i “numeri” del FFDL è necessario prendere in considerazione le relazioni conclusive delle varie edizioni, elaborate dall’Ufficio Stampa del Festival; l’analisi, in particolare, si concentrerà sull’edizione 2022, dal momento che i dati riferibili al 2023 non sono ancora disponibili.

---

<sup>176</sup> Catalogo del Film Festival della Lessinia 2023, cit., pp. 25-30.

<sup>177</sup> *Ivi*, p. 70.

Innanzitutto, è possibile confrontare il numero delle presenze al Festival negli ultimi anni<sup>178</sup>:














- 2013: 15.600 spettatori e visitatori totali, dei quali 6.450 alle proiezioni;
- 2014: 16.050 spettatori e visitatori totali, dei quali 6.750 alle proiezioni;
- 2015: 18.625 spettatori e visitatori totali, dei quali 6.510 alle proiezioni;
- 2016: 23.540 spettatori e visitatori totali, dei quali 8.016 alle proiezioni;
- 2017: 24.811 spettatori e visitatori totali, dei quali 8.678 alle proiezioni;
- 2018: 25.125 spettatori e visitatori totali, dei quali 8.956 alle proiezioni;
- 2019: 25.033 spettatori e visitatori totali, dei quali 10.068 alle proiezioni;
- 2020: nel primo anno della pandemia da COVID-19 è stato possibile realizzare solo il programma cinematografico dal vivo e on-line, senza la presenza degli eventi culturali collaterali. Per questa edizione non sono presenti dati sugli spettatori;
- 2021: 13.878 spettatori e visitatori totali, dei quali 3.698 alle proiezioni presso il Teatro Vittoria e 3.717 sulla piattaforma Mymovies.it;
- 2022: 29.213 spettatori e visitatori totali, dei quali 12.430 alle proiezioni dal vivo e 2.946 alle proiezioni on-line.

Confrontando i dati si può notare un costante aumento delle presenze di spettatori e visitatori negli ultimi dieci anni, nonostante un'importante flessione avvenuta nelle edizioni del 2020 e 2021, poiché interessate dalla pandemia. L'edizione 2022, in particolare, ha segnato il record assoluto di spettatori e visitatori nella storia del Film Festival della Lessinia (Tab. 3.1).

---

<sup>178</sup> I dati seguenti provengono dalle relazioni conclusive delle edizioni 2013-2022 del FFDL, gentilmente concessi da Alessandro Anderloni.

Tab. 3.1 - Gli eventi e i relativi spettatori e visitatori dell'edizione 2022, visti nel dettaglio.

<b>Eventi</b>	<b>Nr. Eventi</b>	<b>Nr. Partecipanti</b>	
Sessioni di proiezioni dal vivo	61	6.727	
Presentazioni letterarie "Parole Alte"	10	2.196	
Incontri "Aperitivo con il regista"	7	321	
Incontri culturali	6	299	
Tavole rotonde	2	306	
Escursioni	9	231	
Concerti	6	1.410	
Laboratori	12	484	
Cerimonie	2	456	
Mostre	4	1.930	
Libreria della Montagna	1 x 10 gg	3.400	
Trattoria del Festival	1 x 10 gg	4.506	
Osteria del Festival	1 x 10 gg	6.947	
<b>Totale partecipanti</b>		<b>29.213</b>	

Fonte: Relazione conclusiva del FFDL 2022, p. 5.

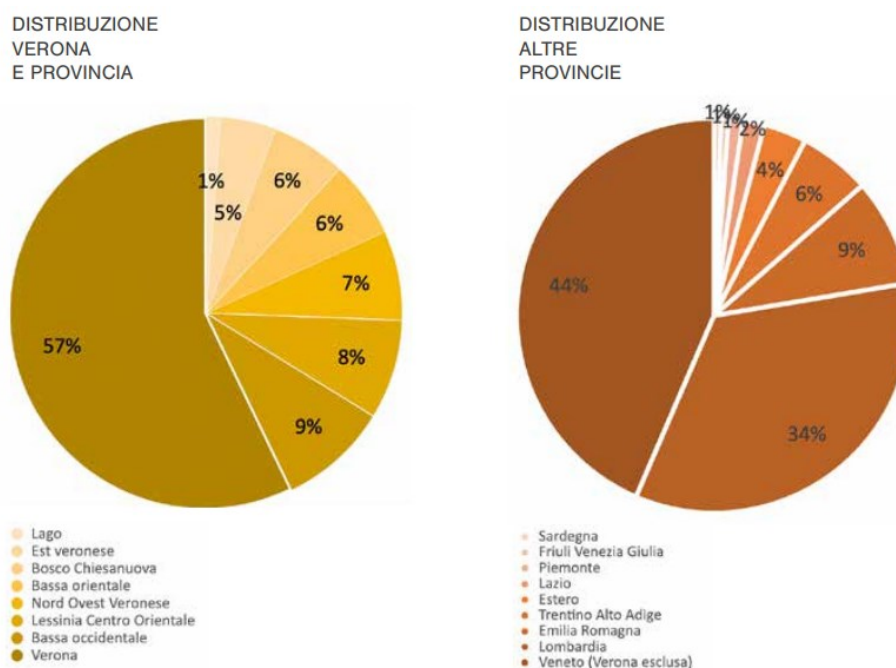
Due sono i grandi *database* che forniscono i dettagli per l'analisi del pubblico e della fruizione della proposta del Festival: il sistema di valutazione attraverso il questionario "Scheda di votazione del Premio del Pubblico" e i dati insight dei canali online del Film Festival della Lessinia (sito web, social media e newsletter). Dall'analisi del voto del pubblico, con 3.485 schede compilate, si evince che l'età media degli spettatori in sala è di 48,3 anni, con una riduzione di 3 anni rispetto all'età media del 2021, che era di 51,2 (Tab. 3.2). Relativamente alla provenienza degli spettatori, si conferma un'alta percentuale da Verona e provincia (86%) e minore da altre province (14%), con un trend di ampliamento del bacino d'utenza (+ 2% rispetto al 2019, ossia l'ultimo anno pre-pandemia) (Tab. 3.3).

Tab. 3.2 – Distribuzione dell'età media per fasce, relativa al FFDL 2022.

0-18	13,3%
19-34	11,4%
35-49	18,2%
50-64	30,4%
65+	26,7%

Fonte: Relazione conclusiva del FFDL 2022, p. 21.

Tab. 3.3 – La provenienza degli spettatori, vista nel dettaglio.



Fonte: Relazione conclusiva del FFDL 2022, p. 22.

Per quanto riguarda, invece, il programma cinematografico, è possibile confrontare i dati relativi alle ultime edizioni del Festival<sup>179</sup>:

- 2013: 66 film da 28 Paesi, a partire da una selezione di 234 pellicole da 44 Paesi;
- 2014: 83 film da 34 Paesi, a partire da una selezione di 304 pellicole da 49 Paesi;
- 2015: 60 film da 26 Paesi, a partire da una selezione di 267 pellicole da 44 Paesi;
- 2016: 64 film da 25 Paesi, a partire da una selezione di 305 pellicole da 48 Paesi;
- 2017: 56 film da 31 Paesi, a partire da una selezione di 387 pellicole da 49 Paesi;

<sup>179</sup> Dati contenuti nelle relazioni conclusive per quanto riguarda le edizioni dal 2013 al 2022; per l'edizione 2023 si fa riferimento al Catalogo del Festival.



- 2018: 63 film da 37 Paesi, a partire da una selezione di 446 pellicole da 49 Paesi;
- 2019: 67 film da 32 Paesi, a partire da una selezione di 487 pellicole da 49 Paesi;
- 2020: 63 film da 40 Paesi, a partire da una selezione di 612 pellicole da 81 Paesi;
- 2021: 66 film da 36 Paesi, a partire da una selezione di 599 pellicole da 81 Paesi;
- 2022: 68 film da 44 Paesi, a partire da una selezione di 982 pellicole da 87 Paesi;
- 2023: 90 film da 40 Paesi, a partire da una selezione di 1004 pellicole da 107 Paesi.

Si può notare, dunque, come il numero di film presentati al Festival sia rimasto pressoché stabile per le ultime undici edizioni, ad eccezione del 2014 e del 2023 (anno con la programmazione più ampia); il numero delle opere presentate alla selezione è aumentato considerevolmente nel corso degli anni, soprattutto a partire dal 2020, così come i Paesi rappresentati (in fase di selezione): ciò è dovuto alla crescente reputazione internazionale che il Festival ha saputo costruirsi.

Lo staff del Festival, inoltre, monitora i dati relativi alle visite del sito web ufficiale: nel periodo giugno-agosto 2022 gli accessi sono stati 25.299, con un incremento del 55% rispetto al 2021, per un totale di 15.447 utenti. Le pagine social Facebook e Instagram del Festival (@filmfestivaldellalessinia) contano, alla data 28 febbraio 2024, rispettivamente 9.136 followers (Facebook) e 3.494 followers (Instagram); nel periodo giugno-agosto 2022 la copertura della pagina Facebook è stata di 72.322 interazioni, con un incremento di + 884 % rispetto allo stesso periodo del 2021, mentre quella della pagina Instagram è stata di 15.848 interazioni, con un incremento esponenziale di + 4717 % rispetto al 2021. Gli utenti che seguono i profili del FFDL appartengono a una fascia di età che va dai 24 ai 44 anni, di genere in maggioranza femminile, provenienti in prevalenza da Verona e da zone limitrofe alla location del Festival.

Altri strumenti promozionali e informativi sono il canale Youtube (@filmfestivallessinia – 2.570 iscritti) e la newsletter MailChimp, con 5.756 contatti nella categoria “pubblico” e 3.606 contatti nella categoria “professionisti”<sup>180</sup>.

Il Festival, come anticipato, dispone di un ufficio stampa rivolto a testate televisive e giornalistiche locali e nazionali, cartacee e web. Le uscite e le segnalazioni sulla stampa, per quanto riguarda l’edizione 2022, si possono così riassumere:

- TV: 19 servizi nei canali TV in chiaro: RAI (TGR Veneto e RaiNews), Telearena, Tele nuovo, Telepace;

---

<sup>180</sup> Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2022, p.36.

- radio: 132 segnalazioni (le principali su Radio 3 Hollywood Party, Radio 1, Radio 2 Box, Radio 2 Sere d’Estate, Radio Capital, Antenna 2000, Fuori Aula Network, Radio RCS);
- quotidiani nazionali: 2 segnalazioni su Avvenire, La Repubblica;
- quotidiani locali e regionali: 34 segnalazioni (le principali su L’Arena di Verona, Il Corriere di Verona e Il Corriere del Veneto, La Cronaca, Il Mattino di Padova);
- periodici culturali e di settore: 12 segnalazioni (le principali su Donna Moderna, Famiglia Cristiana, Montagne 360, Italo, Pantheon);
- testate online: 186 segnalazioni su siti internet e portali di settore, a livello locale (i principali su La Cronaca di Verona, Daily Verona Network, Verona Sera, Il Mattino di Verona, Herald, Popolis, UnivrMagazine, AdigeTV) e di settore (i principali su Cinema Italiano, MyMovies, Mountain Blog, Cinecircolo Romano, Spettacolo Musica Sport, Argav, Hermes Magazine).

Considerando i dati illustrati in queste ultime pagine, si può affermare che il Festival sia riuscito a costruire intorno a sé un rilevante *appeal* a livello locale, in termini di pubblico: ciò è dimostrato dal fatto che l’86% dei visitatori arriva dalla provincia di Verona e, in misura minore, dalla Lombardia, dall’Emilia-Romagna e dal Trentino-Alto-Adige; le presenze straniere, invece, si attestano solamente intorno al 4%<sup>181</sup>. Questo ultimo dato si scontra con la proposta internazionale del programma cinematografico, che accoglie opere provenienti da tutto il mondo (nel 2023 ben 40 Paesi). L’edizione del FFDL 2024, la trentesima, cercherà di replicare i numeri del 2023, aumentando la collaborazione con altri film festival europei dedicati alla montagna e potenziando le attività di comunicazione e di marketing<sup>182</sup>.

## 3.2 Il Festival e la promozione territoriale

Il rapporto tra il Festival e la promozione del territorio della Lessinia è presente fin dalla nascita della manifestazione; ciò è testimoniato dalla volontà di inserire all’interno del programma numerosi eventi collaterali di tipo culturale, nonché dalle collaborazioni con le principali

---

<sup>181</sup> *Ivi*, p. 22.

<sup>182</sup> Informazioni tratte dall’intervista ad Alessandro Anderloni e Renato Cremonesi, effettuata dal sottoscritto, in data 28 agosto 2023 presso la sede del FFDL a Bosco Chiesanuova.

associazioni culturali del territorio e con i più importanti network di promozione turistica locali, quali<sup>183</sup>:

- Associazione Culturale Altri Posti in Piedi, scuola di teatro e co-organizzatrice del FFDL;
- Visit Lessinia, portale web ufficiale della promozione turistica del territorio, realizzato all'interno del progetto “Destinazione Lessinia”;
- Associazione Culturale Benetticeras, associazione che si impegna nella conservazione e nella promozione dei musei e dei siti naturali di interesse geologico, paleontologico e preistorico della Lessinia;
- SÂM - esplorazione visiva della Lessinia, progetto annuale (a partire dal 2018) che prevede *workshop* con docenti di fotografia e cinema ed una serie di eventi culturali legati alle tematiche della montagna e della ricerca visiva;
- AssoBosco – Associazione Turistico Culturale degli operatori di Bosco Chiesanuova che si impegna nella realizzazione di eventi e manifestazioni, nonché nella promozione del territorio della Lessinia;
- Boscopark – Parco Avventura di Bosco Chiesanuova, nonché Info Point della Lessinia;
- Alta Lessinia, portale web per la promozione turistica del territorio;
- Magica Lessinia, associazione culturale che realizza escursioni sul territorio e che tiene corsi di fotografia e di cucina in collaborazione con altre associazioni senza scopo di lucro;
- Curatorium Cimbricum Veronense, associazione culturale, ideatrice nel 1995 del FFDL, che da 50 anni si dedica a tutelare e diffondere la lingua e la cultura cimbra;
- Le Falie, compagnia teatrale di Velo Veronese fondata da Alessandro Anderloni e partner organizzativo del Festival;
- Aïssa Maïssa, casa di produzione cinematografica fondata da Anderloni e partner organizzativo del Festival.

Queste collaborazioni vanno a sommarsi a quelle di livello provinciale, regionale e nazionale illustrate nelle pagine precedenti. Da segnalare, poi, è la cooperazione con il “Progetto Destinazione Lessinia”, a cui aderiscono tutti i comuni dell’alta Lessinia e 130 tra aziende ed enti dell’industria del turismo; l’obiettivo del progetto è quello di rafforzare il network e di attuare strategie condivise per la promozione e lo sviluppo turistico. Il Festival ha anche realizzato accordi con la

---

<sup>183</sup> Partnership riferite all’edizione 2023 del FFDL.

rete di enti commercianti e turistici locali riuniti nell'Associazione AssoBosco, con oltre trenta esercizi commerciali che praticano lo sconto del 10% sui servizi e i beni erogati alle persone che si presentano al pagamento con un titolo di ingresso del Festival. Al contempo, l'ufficio informazioni di "Visit Lessinia", con sede a Bosco Chiesanuova, ha implementato l'attività di front office con la vendita di biglietti e abbonamenti, diventando il principale punto di informazione della manifestazione.

Per quanto riguarda l'edizione 2023, sono state diverse le iniziative che hanno promosso l'enogastronomia dei Monti Lessini, a partire dai servizi di ristorazione e caffetteria offerti dall'Osteria e dalla Trattoria del Festival, che hanno registrato una grande affluenza: basti pensare che nel 2022 circa 11.500 visitatori hanno frequentato ed usufruito degli stand gastronomici; anche la tematica dei laboratori per bambini e ragazzi ha riguardato l'enogastronomia tradizionale: in collaborazione con la Cooperativa Panta Rei, alla Trattoria del Festival è stato possibile sperimentare la preparazione di antichi piatti montanari, mentre il laboratorio "Un'ora da casaro", organizzato con il Consorzio di Tutela del Formaggio Monte Veronese DOP, ha permesso ai bambini di dedicarsi alla trasformazione del latte in formaggio<sup>184</sup>.

La proposta "turistica" si è concentrata, come da tradizione, sulle escursioni organizzate che è possibile prenotare presso l'Info Point del Festival: esse permettono di far scoprire al visitatore le risorse naturalistiche della Lessinia e la ricca proposta museale, con visite organizzate da guide professioniste che collaborano con l'Ufficio IAT, con la sezione CAI della Lessinia e con le varie associazioni culturali del territorio. Le escursioni rappresentano una peculiarità del Festival, dal momento che non molti eventi cinematografici decidono di includerle all'interno del loro programma.

La tematica delle nove escursioni dell'edizione 2023 si è incentrata sulla villeggiatura in montagna, così come per la retrospettiva del programma cinematografico: per la prima volta sono state rese visitabili le storiche ville di Bosco Chiesanuova, tra cui quelle progettate dal veronese Ettore Fagioli; sul turismo invernale è stata organizzata un'escursione presso la località San Giorgio e un'altra nel Covolo di Camposilvano, incentrata sulla figura di Attilio Benetti; le rimanenti escursioni hanno permesso di scoprire alcune bellezze naturalistiche del territorio, anche in notturna. Nello specifico, i titoli delle escursioni (alle quali partecipano ogni anno mediamente 300 persone<sup>185</sup>) sono stati:

---

<sup>184</sup> Catalogo del Film Festival della Lessinia 2023, cit., pp. 42.

<sup>185</sup> Dato desunto dalle relazioni conclusive delle edizioni 2013-2022 del FFDL.

- Ville e villeggianti tra Ottocento e Novecento – 26 agosto;
- La villeggiatura alto-borghese del nuovo secolo – 27 agosto;
- I luoghi di Attilio Benetti – 27 agosto;
- Alla ricerca dell'acqua perduta: le sorgenti della Val Marisa – 28 agosto;
- Notte di luna e di stelle in alta Lessinia (in notturna) – 28 agosto;
- I visitatori illustri di Bosco Chiesanuova – 29 agosto;
- Sulle tracce del turismo invernale – 30 agosto;
- L'abisso della Spluga della Preta – 31 agosto;
- Per di qua: incontriamo la Lessinia (camminata promossa dal Centro Servizi per il Volontariato) – 2 settembre.

Ogni anno la proposta tematica delle escursioni organizzate cambia, cercando comunque di valorizzare le risorse naturalistiche e culturali dell'altopiano. Per non fare che un esempio, l'edizione 2021 è stata incentrata principalmente sul paesaggio boschivo, con cinque visite guidate dai seguenti titoli:

- Alla scoperta della Silva Frizolana – 21 agosto;
- Escursione musicale "Suoni nella faggeta" – 23 agosto;
- I ripidi versanti del Vajo dell'Anguilla – 24 agosto;
- Il lastame della Lessinia: dal viaggio nel tempo geologico all'uomo (visita guidata a cura dell'Associazione Benetticeras) – 25 agosto;
- Il cammino dell'uomo preistorico in Lessinia – 26 agosto<sup>186</sup>.

Tramite la relazione conclusiva dell'edizione 2022 è possibile quantificare l'impatto che il Festival ha avuto sulle strutture ricettive della Lessinia: a Bosco Chiesanuova e nelle frazioni di Valdiporro e Corbiolo, durante i dieci giorni del Festival sono stati occupati, per quanto concerne gli ospiti, 293 posti letto presso hotel e *bed & breakfast*. Quanto al dettaglio, si è passati dalle 18 camere occupate del primo giorno di Festival (32 persone), alle 29 camere del secondo (50 persone), fino alle 25 del terzo (43 persone); il trend è rimasto pressoché stabile durante gli ultimi sette giorni, con un'occupazione media di 15 camere. La media di permanenza nelle strutture è stata pari a 4,67 giorni, mentre la media di stanze occupate durante l'evento è stata di 17,4 stanze/giorno. Per quanto attiene il team del Festival, sono state ospitate presso gli ambienti dell'Asilo Comunale, adibiti a foresteria, e presso alcuni appartamenti di Bosco Chiesanuova 36

---

<sup>186</sup> Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2021.

persone per 12 giorni, per un totale di 432 posti letto occupati. Il totale complessivo, considerando ospiti e team, è di 755 posti letto occupati durante l'edizione 2022.

Dati alla mano, è possibile notare come i posti letto occupati dagli ospiti siano inferiori rispetto a quelli occupati dal team del Festival; ciò è dovuto al fatto che la maggior parte dei frequentatori dell'evento arriva dalla provincia di Verona e, per questo motivo, il numero dei pernottamenti durante il Festival è relativamente basso: molti visitatori/spettatori, infatti, partecipano alle proiezioni e agli eventi culturali solamente in giornata. Nonostante ciò, il Festival permette di allungare la stagione turistica in Lessinia anche durante l'ultima settimana di agosto che, tradizionalmente, vede già una diminuzione delle presenze sul territorio.

La capacità ricettiva della Lessinia è sempre riuscita, negli ultimi anni, a soddisfare la domanda di pernottamenti durante lo svolgimento del Festival. A partire dal 2022, in seguito al rilancio del "turismo di prossimità" determinato dalla pandemia da COVID-19, il turismo in Lessinia ha subito un forte impulso soprattutto grazie ai veronesi, che sembrano aver "riscoperto" la loro montagna: la rinnovata passione per i Monti Lessini ha coinvolto anche le ultime due edizioni del Festival, come dimostra l'alto numero di presenze; al fine di accogliere un maggior numero di visitatori durante le prossime edizioni, il comune di Bosco Chiesanuova si impegna ad aumentare il numero dei posti letto, favorendo in tal modo lo sviluppo di un turismo stanziale<sup>187</sup>.

Oltre all'impatto relativo alle strutture ricettive, che può essere quantificato, esiste una promozione territoriale "indotta" dal Festival. Grazie ad esso, infatti, il nome della Lessinia si è conquistato una riconoscibilità mondiale nell'ambito delle rassegne legate alla montagna, ottenendo visibilità mediatica e attenzione da parte della stampa e dei media specializzati e di settore; la numerosa presenza di registi stranieri al Festival non fa che confermare quanto già detto.

La Lessinia ha così beneficiato, sia a livello nazionale che internazionale, di una promozione delle sue specificità naturalistiche, storiche, tradizionali e di vita: temi che sono al centro della programmazione del Festival e che esso contribuisce a promuovere grazie ad una proposta di alta qualità. La manifestazione dimostra di essere fortemente radicata nella sua terra e di rappresentare il suo principale strumento di valorizzazione e di promozione, tanto da confermarsi come il principale evento cinematografico internazionale della provincia di Verona e tra i principali del Veneto<sup>188</sup>.

---

<sup>187</sup> Informazioni tratte dall'intervista ad Alessandro Anderloni e Renato Cremonesi, effettuata dal sottoscritto, in data 28 agosto 2023 presso la sede del FFDL a Bosco Chiesanuova.

<sup>188</sup> *Ibidem*.

Secondo Maria Francesca Piredda, uno dei cardini su cui si basa la relazione tra film festival e promozione del territorio riguarda il *place branding*, ossia la costruzione di un'immagine o di un'identità per un luogo specifico<sup>189</sup>. Una delle sfumature accostate a questo concetto fa riferimento ad un'idea di territorio come esperienza più ampia, che va oltre il festival stesso: in questo senso diventa essenziale il coinvolgimento della comunità del luogo, che può concretamente contribuire al valore esperienziale del festival.

Il Film Festival della Lessinia rientra pienamente all'interno di questa categoria, non solo per il fatto di promuovere il *brand* Lessinia in Italia e nel mondo, ma soprattutto perché ciò che esso mira a creare (secondo quanto affermato da Alessandro Anderloni) è un senso di condivisione e di comunità tra coloro che partecipano alla manifestazione e gli abitanti della Lessinia.

La dimensione sociale è fondamentale per il Direttore Artistico del Festival, che vede l'evento come un «grande filò», un luogo intergenerazionale e inclusivo che riesce a coinvolgere tutti: è la natura sociale della manifestazione che rende il Festival uno spazio di condivisione autentica<sup>190</sup>.

---

<sup>189</sup> M. F. Piredda, *I festival del cinema in Italia. Forme e pratiche dalle origini al Covid-19*, Roma, Carocci Editore, 2022, p.106.

<sup>190</sup> Informazioni tratte dall'intervista ad Alessandro Anderloni e Renato Cremonesi [...], cit.

# CONCLUSIONI

Gli ultimi due capitoli di questo elaborato hanno indagato l'offerta turistica della Lessinia, considerando le sue risorse naturalistiche e culturali e analizzando i suoi punti di forza e di debolezza, e il Film Festival della Lessinia, una manifestazione cinematografica che da ormai trent'anni resta un punto di riferimento per i film riguardanti la vita di montagna.

Questi due temi sono legati tra loro da una specifica questione, posta alla base di questa tesi: in che modo il Film Festival della Lessinia si integra all'interno dell'offerta turistica del territorio? Considerando i dati che sono stati esposti e avendo avuto la possibilità di assistere di persona, almeno in parte, all'edizione 2023 del Festival, è ora possibile trarre alcune conclusioni.

Innanzitutto, il FFDL si integra perfettamente all'interno dell'offerta turistica della Lessinia e, anzi, ne rappresenta il principale strumento di promozione e valorizzazione sia in Italia che all'estero. L'evento contribuisce a trasformare in modo creativo la vocazione al turismo delle comunità montane della Lessinia, incoraggiando la connessione tra le istituzioni e le attività locali. Il Festival, inoltre, può contare sull'alto patrocinio del Parlamento Europeo, sulle *partnership* sovralocali e sui canali mediatici e promozionali; in quest'ambito è doveroso ricordare il sostegno ricevuto dal MIBACT nel 2019, che ha permesso al Festival di passare da un budget di progetto di circa 125.000 € a un bilancio di circa 192.000 €<sup>191</sup>. L'evento è legato al tema della sostenibilità, grazie all'adozione di un protocollo certificato dalla norma ISO 20121, e mira a trasmettere messaggi di buone pratiche attraverso i film proposti.

Il Festival non presenta particolari criticità: la “limitata” rete di *networking* locale, così come era stata definita nella relazione conclusiva dell'edizione 2013, è stata ampliata nel corso degli ultimi anni, grazie anche alla cooperazione con il “Progetto Destinazione Lessinia” e con l'Associazione AssoBosco. Un altro aspetto che deve essere considerato è l'alto numero di presenze che il Festival ha registrato in questi ultimi due anni: al fine di gestire al meglio l'organizzazione dell'evento, l'Associazione Film Festival della Lessinia ha manifestato l'intenzione di aumentare i suoi spazi, istituendo la “Casa del Festival” nel comune di Bosco Chiesanuova, la

---

<sup>191</sup> Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2019.



quale diventerà il nuovo “ufficio” del team e ospiterà *workshop*, laboratori e altre iniziative collaterali; contestualmente all'aumento del numero di visitatori del Festival, va segnalato anche l'impegno del comune di Bosco Chiesanuova ad ampliare il numero dei posti letto, in seguito all'incremento delle presenze turistiche degli ultimi due anni.

Avendo avuto modo di partecipare alle proiezioni e agli incontri letterari dell'ultima edizione ho potuto constatare la grande affluenza di persone che ogni giorno frequentavano il Festival: le fasce d'età più rappresentate apparivano quella dei 50-60 anni e quella dei bambini, che hanno partecipato numerosi alle proiezioni della sezione FFDL+; le mie impressioni sono state confermate dai dati delle relazioni conclusive degli ultimi anni, che hanno sempre identificato le fasce d'età 50-64 e 65+ come quelle più rappresentate. La “mancanza” di giovani (19-35 anni) si deve principalmente al fatto che molti di questi lavorano durante il giorno e quindi, in genere, non assistono alle proiezioni mattutine e pomeridiane; differente è la situazione per le proiezioni serali e i concerti, che vedono decisamente aumentare il numero di partecipanti giovani. Per ampliare il bacino di utenza relativo alla fascia 19-35 anni, il Festival ha deciso di puntare sul miglioramento delle campagne di marketing attraverso i social e sull'implementazione del sito web<sup>192</sup>.

In riferimento alla provenienza dei visitatori del Festival, si è potuto notare come la maggior parte di essi (86%) arrivi dalla provincia di Verona, determinando una frequentazione principalmente locale dell'evento; le poche presenze straniere sono costituite prevalentemente da registi e membri dei cast di alcune pellicole che partecipano al concorso. Visto il cospicuo numero di opere internazionali presentate ogni anno, che denotano la buona visibilità della manifestazione, il FFDL potrebbe puntare sull'ampliamento del pubblico al di fuori della provincia di Verona, considerando una frequentazione (almeno) regionale o extra-regionale; in tal senso, è fondamentale la rete di *networking* che il Festival sta costruendo con altri eventi cinematografici italiani ed europei e con istituzioni a livello regionale e nazionale: il FFDL, dunque, potrebbe essere visto come un esempio da seguire, per quanto riguarda i festival cinematografici di dimensioni contenute.

Il problema più “grave” non riguarda direttamente il Festival, bensì l'offerta turistica della Lessinia: come si è visto nel secondo capitolo, la mancanza di uno sviluppo turistico diffuso e una percezione non chiara da parte dei turisti dell'insieme delle offerte è sintomo di una debole rete di *governance* del territorio lessinico. Questo aspetto mi è stato confermato sia dal Direttore del Parco Regionale della Lessinia, Diego Lonardoni, sia da Alessandro Anderloni: entrambi hanno

---

<sup>192</sup> Informazioni tratte dall'intervista ad Alessandro Anderloni e Renato Cremonesi [...], cit.

fatto riferimento ad una sorta di “campanilismo” tra i vari comuni della Lessinia, che impedisce una comunicazione efficace tra le varie realtà. Sfruttare il coordinamento tra soggetti pubblici e privati riguardo la gestione delle risorse da dedicare allo sviluppo locale, tramite il G.A.L. Baldo Lessinia e l’IPA “Montagna Veronese”, e ampliare il coordinamento delle strutture e dei servizi di supporto al turismo, tramite il Progetto “Destinazione Lessinia”, sembrano essere le soluzioni più idonee per migliorare la situazione. Inoltre, i comuni della montagna veronese possono sfruttare la partecipazione all’OGD “Verona” e la candidatura della Val d’Alpone come sito Patrimonio dell’UNESCO al fine di ottenere visibilità a livello nazionale ed internazionale.

Partecipare al Festival di persona mi ha permesso di capire quanto questa manifestazione sia radicata nel territorio: l’aumento del numero di spettatori degli ultimi anni, la grande qualità dei film presentati, la reputazione internazionale del programma cinematografico e la ricchezza degli eventi collaterali dimostrano quanta strada abbia fatto il Festival a partire da quel lontano 1995. Probabilmente, la grande forza di questa manifestazione è quella di essere riuscita a maturare la capacità di tenere insieme la visione internazionale e il radicamento nella terra che l’ha vista nascere e crescere. Una terra che, oggi, necessita di aprire i suoi orizzonti e di guardarsi intorno.

# BIBLIOGRAFIA

## Testi sul film-induced tourism e sui film festival

### Monografie

- G. Lavarone, *Cinema, media e turismo. Esperienze e prospettive teoriche del film-induced tourism*, Padova, Padova University Press, 2016.
- M. F. Piredda, *I festival del cinema in Italia. Forme e pratiche dalle origini al Covid-19*, Roma, Carocci Editore, 2022.

### Saggi in volume

- M. de Valck, *What is a film festival? How to study festivals and why you should*, in M. de Valck, B. Kredell, S. Loist (a cura di), *Film Festivals: History, Theory, Method, Practice*, New York, Routledge, 2016, pp. 2-11.
- D. Iordanova, *The film festival and film culture's transnational essence*, in M. de Valck, B. Kredell, S. Loist (a cura di), *Film Festivals: History, Theory, Method, Practice*, New York, Routledge, 2016, pp. 11-17.
- J. Stringer, *Global Cities and the International Film Festival Economy*, in M. Shiel, T. Fitzmaurice (a cura di), *Cinema and the city: Film and urban societies in an urban context*, Oxford, Blackwell, 2001, pp. 134-144.

### Saggi e articoli in rivista

- L. Cesaro, *Film Festivals and Ecological Sustainability in the Age of the Anthropocene*, in «Cinergie – Il cinema e le altre arti», n. 22, dicembre 2022, pp. 83-96.
- J. Connell, *Film Tourism – Evolution, progress and prospects*, in «Tourism Management», n. 33, 2012, pp. 1007-1029.
- M. Dalla Gassa, A. Gelardi, F. Zecca, *Reframing Film Festivals: Politics, Histories and Agencies*, in «Cinergie – Il cinema e le arti», n. 22, dicembre 2022, pp. 1-6.
- W. Frost, *Projecting an image: film-induced festivals in the American west*, in «Event Management», n. 12, 2009, pp. 1-11.
- D. Iordanova, *The film festival as an industry node*, in «Media Industries Journal», n. 3, 2015, pp. 7-11.
- S. Kalogirou, S. Kostopoulou, *The spatial-economic impact of cultural events*, in «International Journal of Sustainable Development», nn. 3-4, 2011, pp. 309-331.
- R. Riley, D. Baker, C.S. Van Doren, *Movie induced tourism*, in «Annals of Tourism Research», vol. 25, n. 4, 1998, pp. 919-935.
- C.C. Rüling, J.S. Pedersen, *Film festival research from an organizational studies perspective*, in «Scandinavian Journal of Management», vol. 26, n. 3, settembre 2010, p. 318-323.

## Testi sulla Lessinia e la sua offerta turistica

### Monografie

- U. Sauro, *Lessinia*, Verona, Cierre edizioni, 2010.

### Saggi e articoli in rivista

- D. Lonardoni, *L'area protetta del Parco: un territorio da scoprire e conoscere*, in «La Lessinia – Ieri oggi domani», n. 46, giugno 2023, pp. 181-184.

### Tesi di laurea

- L. Carra, *Preistoria e protostoria in Lessinia: alcune proposte di valorizzazione*, tesi di laurea, Università degli Studi di Verona, C.d.L. in Beni Culturali, a.a. 2018-2019, relatore M. G. Migliavacca.
- V. Corradi, *Il marketing del territorio: un'analisi competitiva del Parco Naturale Regionale della Lessinia*, tesi di laurea, Università degli Studi Verona, Facoltà di Economia, a.a. 2019-2020, relatore B. Gaudenzi.
- V. Gecchele, *Il ruolo del turismo nello sviluppo della Lessinia orientale*, tesi di laurea, Università degli Studi Verona, Facoltà di Lingue e Letterature Straniere, a.a. 2004-2005, relatore F. Simeoni.
- V. Molaro, *Musei e sviluppo turistico delle aree montane. Uno studio sul sistema museale della Lessinia*, tesi di laurea, Università degli Studi Padova, Facoltà di Agraria, a.a. 1998-1999, relatore D. Agostini.
- P. Tezza, *L'attività museale nella valorizzazione delle aree protette: il caso del Parco Naturale Regionale della Lessinia*, tesi di laurea, Università degli Studi di Verona, Facoltà di Economia, a.a. 2000-2001, relatore E. Montresor.
- E. Valbusa, *Progetto di un percorso turistico-ricreativo per la promozione della storia, dell'ambiente, delle tradizioni, dell'economia e dell'arte della Lessinia*, tesi di laurea, Università degli Studi di Padova, Facoltà di Agraria, a.a. 2010-2011, relatore G. Marchiori.

### Documenti (su gentile concessione dell'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia)

- Piano Ambientale del Parco Naturale Regionale della Lessinia, giugno 1997, pp. 1-119.
- Piano di sviluppo socio-economico del Parco Regionale della Lessinia, 2019, pp. 55-80.
- Progetto sull'Ecomuseo delle Trincee della Lessinia, studio redatto dall'arch. F. Meneghelli, 2013.

### Siti Internet

- [DMO - Destination Management Organization | Camera di Commercio di Verona \(camcom.it\)](http://www.camcom.it)
- [Home - GAL Baldo-Lessina \(baldolessinia.it\)](http://www.baldolessinia.it)
- <https://lessiniapark.it/>
- <https://www.regione.veneto.it/>

- <https://www.reterurale.it/>
- <https://www.valdalponeheritage.it/>
- <https://www.visitlessinia.eu/it/>

## Testi sul Lessinia Film Festival

### Articoli di giornale

- V. Zambaldo, *Il Film Festival della Lessinia festeggia un'edizione da record*, in «L'Arena», 30 agosto 2016.

### Documenti, relazioni, materiale informativo (su gentile concessione di Alessandro Anderloni, Direttore artistico del Film Festival della Lessinia)

- Catalogo del Film Festival della Lessinia 2017, Vago di Lavagno (Vr), La Grafica Editrice, agosto 2017.
- Catalogo del Film Festival della Lessinia 2023, Vago di Lavagno (Vr), La Grafica Editrice, agosto 2023.
- Cronistoria del Festival, 1995-2021.
- Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2013.
- Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2014.
- Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2015.
- Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2016.
- Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2017.
- Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2018.
- Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2019.
- Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2020.
- Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2021.
- Relazione conclusiva del Film Festival della Lessinia 2022.

### Siti Internet

- <https://www.ffdl.it/it/>  
(sito ufficiale del Festival, dal quale si può accedere all'archivio storico dei film, ai cataloghi delle varie edizioni e all'albo d'oro).

### Interviste

- Intervista personale ad Alessandro Anderloni, Direttore Artistico del Festival, e Renato Cremonesi, Presidente del Festival, in data 28 agosto 2023.

# Ringraziamenti

Ringrazio, innanzitutto, la mia famiglia.

Un doveroso ringraziamento alla mia relatrice, Prof.ssa Giulia Lavarone, per la disponibilità e la pazienza, e per le indicazioni bibliografiche fornitemi;

grazie a Diego Lonardoni, Direttore dell'Ente Parco Naturale Regionale della Lessinia, per l'esperienza di stage e il materiale fornitomi per l'elaborazione della tesi;

grazie ad Alessandro Anderloni, Direttore Artistico del Film Festival della Lessinia, che mi ha concesso un'intervista importante ai fini della tesi e mi ha procurato diverso materiale sulla manifestazione.