

Il *film-induced tourism*:  
un'introduzione

Giulia Lavarone

# *Il film-induced tourism*

- “visitation to **sites** where movies and TV programmes have been filmed as well as (...) tours to **production studios**, including film-related **theme parks**” (Beeton 2005, p.11)
- Visita alle case delle celebrità
- Festival e première
- Luoghi di ambientazione
- [luoghi dove stanno avendo luogo riprese]

# Un fenomeno dai molti nomi

- *Movie-induced tourism*
- *Film tourism*
- *TV tourism/teletourism*
- *Screen tourism* (videogiochi)
- *Mediatourism* (trailer, spot...)
- *Popular media-induced tourism* (letteratura)
- *Set jetting* (in relazione con celebrity culture)
- *Cinematic tourism* (non motivazione, ma esperienza in loco)
- *Symbolic pilgrimages*

# “Multidisciplinarietà inconscia”, o interdisciplinarietà consapevole?

- Economia e marketing del turismo
- Economia dei media
- Geografia
- Sociologia
- Antropologia
- Cultural studies
- Cinema

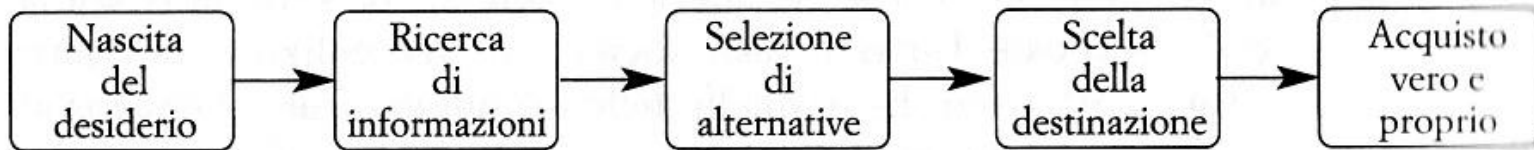
# I nomi, in Italia:

- *Cineturismo*
- *Film-induced tourism* (Di Cesare, Rech 2007: non necessariamente motivazione primaria)

Di Cesare, Rech (2007) propongono un'indagine sull'influenza dei film sui singoli stadi del processo decisionale:

FIGURA 5.1

Il processo decisionale di acquisto di un prodotto turistico



In Di Cesare, Rech (2007), p.130.

# 3 tipi di *film-induced tourist*

(Macionis 2004)

- **Specific** (“those who actively seek out places that they have seen in films”)
- **General** (“those who are not specifically drawn to a film location but who participate in film tourism activities while at a destination”)
- **Serendipitous** (“those who just happen to be in a destination portrayed in a film”)

# Da quando esiste?



## Impossibile stabilirlo...

- es. un caso in Svezia, nel primo decennio del Novecento?...
- 1955 Disneyland
- 1961 marketing: tour organizzato nelle location del film *Exodus* (1960)

# Un fenomeno di nicchia

- ...che però ha generato interesse enorme:
- 1) fra gli addetti ai lavori
- 2) nella comunità accademica



# Numeri... *impressive!* (da Di Cesare 2007)

TABELLA 5.1

Esempi di relazione tra turismo e visione di un film

Anno (uscita del film)	Film/serie TV	Luogo/località	Effetti sul turismo
1986	<i>Crocodile Dundee</i>	Australia	+ 25% di visitatori tra il 1981 e il 1988 (dopo l'uscita del film).
1990	<i>Balla coi lupi</i>	Fort Hays (KS)	+ 25% di visitatori nel 1990-91.
1999	<i>Notting Hill</i>	Badlands National Park Londra	+ 14,5% di visitatori nel 1991. + 10% di visitatori in un mese (subito dopo l'uscita del film). Indagine <i>ad hoc</i> : 5,3% dei turisti nell'area indotti dalla visione del film.
1981-91	<i>Bergerac</i> (serie TV)	NJ	Indagine <i>ad hoc</i> nel 1991-92 il 40% dei visitatori dichiara di essere stato influenzato in un certo qual modo dalla visione del film.
1991	<i>Thelma &amp; Louise</i>	Canyonlands (UT)	+ 22,6% di visitatori immediatamente dopo l'uscita del film e + 16,6% nell'anno successivo.
		Arches National Park (UT)	+ 13,7% di visitatori immediatamente dopo l'uscita del film e + 13,3% nell'anno successivo.
1977	<i>Incontri ravvicinati del terzo tipo</i>	Devils Tower National Monument (WY)	+ 74% di visitatori nell'anno successivo all'uscita del film. Studio condotto 12 anni dopo l'uscita del film: il 20% dei visitatori dichiara di conoscere il monumento grazie alla visione del film.
1989	<i>Field of Dreams</i>	Cornfield (IA)	Nessun visitatore prima dell'uscita del film; incrementi sequenziali di visitatori pari a 8.000, 26.000 e 65.000 unità.
1989	<i>Steel Magnolias</i>	Natchitoches Parish Tourist Commission (LA)	+ 48,1% firme nel libro dei visitatori nell'anno successivo all'uscita del film. Successivi incrementi del 13,1% e del 19,2%.
1991	<i>JFK</i>	Sixth Floor Book Depository Museum	+ 45% di visitatori nell'anno successivo all'uscita del film.
1992	<i>L'ultimo dei Mobicani</i>	Chimney Rock Park	+ 25% di visitatori nell'anno successivo all'uscita del film; + 3% nell'anno seguente.
1993	<i>Il fuggitivo</i>	Great Smoky Mountain Railroad (USA)	+ 11% di passeggeri a bordo dei convogli ferroviari.
1994	<i>Piccole donne</i>	Orchard House (MA)	+ 65% di visitatori nell'anno successivo all'uscita del film.
2001	<i>Il signore degli anelli</i>	Nuova Zelanda	Indagine <i>ad hoc</i> sulle motivazioni di visita in Nuova Zelanda legate alla visione del film: 0,0% unica motivazione; 0,3% motivazione principale; 8,3% una delle motivazioni; 80,1% non motivazione.
1995	<i>I ponti di Madison County</i>	Winterset (USA)	Aumento di 220 pullman/comitive in arrivo da 21 paesi nell'anno successivo all'uscita del film.
1994	<i>Quattro matrimoni e un funerale</i>	The Crown Hotel, Amersham, Inghilterra	Prenotazioni al completo per i 3 anni successivi all'uscita del film.
1997	<i>Mrs. Brown</i>	Osborne House, Isola di Wight	+ 25% di visitatori nell'anno successivo all'uscita del film.

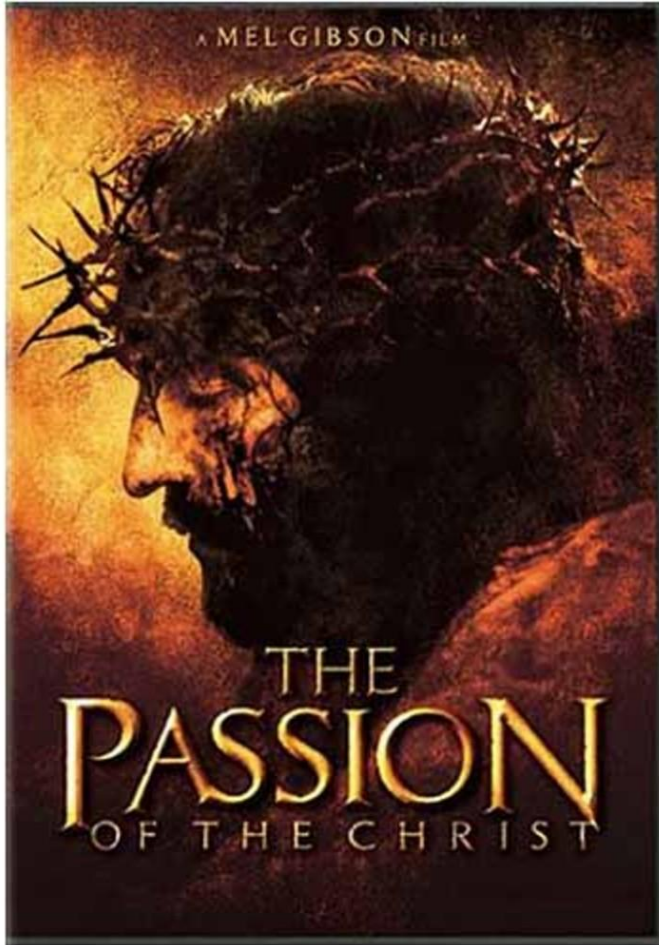
TABELLA 5.1 (seguito)

Anno (uscita del film)	Film/serietv	Luogo/località	Effetti sul turismo
1995	<i>Sense and Sensibility</i>	Saltram House, Inghilterra	+ 39% di visitatori nell'anno successivo all'uscita del film.
1993	<i>Quel che resta del giorno</i>	Durham Park, Inghilterra	+ 9% di visitatori nell'anno successivo all'uscita del film.
1998	<i>Salvate il soldato Ryan</i>	Normandia	+ 40% di arrivi di turisti americani nell'anno successivo all'uscita del film.
2003	<i>Elisa di Rivombrosa</i>	Castello di Agliè, Torino	+ 21% di arrivi e + 12,6% di presenze nell'area del Canadese nell'anno successivo all'uscita del film.
2000	<i>Don Matteo</i>	Gubbio	+ 22% di flussi turistici dal 1999 al 2000. Stima approssimativa dei turisti motivati alla visita esclusivamente o prevalentemente dalla visione di <i>Don Matteo</i> : 1500-2500 unità.
1999-2006	<i>Il commissario Montalbano</i>	Ragusa	Agosto 2005: stanza del questore visitata da 8.000 persone. + 20% arrivi nella provincia di Ragusa nel 2005 rispetto all'anno precedente.
2002-2006	<i>Carabinieri</i>	Città della Pieve (PG)	+ 34% di arrivi e + 19% di presenze nell'anno di prima messa in onda della fiction.
1995	<i>Braveheart</i> <i>Loch Ness</i> <i>Rob Roy</i>	Scozia	Indagine <i>ad hoc</i> : il 26% dei turisti rivela di essere stato influenzato in un certo qual modo dalla visione di uno dei tre film nella scelta di visitare la Scozia.
		Italia	Indagine <i>ad hoc</i> sui turisti stranieri in Italia: il 72% afferma che la voglia di visitare l'Italia è aumentata molto o abbastanza in seguito alla visione di un film legato all'Italia; per il 54% degli intervistati la visione di film ambientati in Italia ha influito tra il 10 e il 50% nella decisione di recarsi nel nostro paese; il 67% dichiara che i film sono poco importanti nell'influenzare generalmente le scelte d'acquisto legate alla vacanza.
		Isola di Ischia	Indagine <i>ad hoc</i> su 250 turisti: il 61% si dichiara "interessato" a scoprire l'isola attraverso le produzioni cinematografiche ivi realizzate; il 34% ritiene che uno o più film abbiano aumentato la voglia di visitare l'isola o di ritornarvi.
		Regione Marche	Indagine <i>ad hoc</i> su un campione di turisti: il 68% si dichiara "interessato" a scoprire l'isola attraverso le produzioni cinematografiche ivi realizzate.

Fonte: Riley Baker, Van Doren (1998); Croy, Walker (2003); Luoghi & Locations (2007); Croy (2004); Rocco (2001).

zato dieci anni fa da Hydra Associates per conto della British Film Commission, Scottish Screen Location e lo Scottish Tourist Board. L'approccio utilizzato per questa analisi (inserita in un lavoro di ricerca più ampio, volto a studiare anche l'impatto economico delle produzioni sul territorio) mirava - attraverso un'in-

# Numeri... *impressive!*



Arrivi internazionali a Matera nel 2003:  
16.000

Arrivi internazionali a Matera nel 2004:  
39.000

...ossia un aumento del 144%!

(dati in Provenzano 2007)

*La Passione di Cristo* (2004)

# Numeri... *impressive!*

Table 3 - *Andamento delle visite al Castello di Agliè negli anni 2000-2006*

Mesi anni	Magg.	Giu.	Lugl.	Ago.	Sett.	Ott.
2000	4.235	1.570	1.823	1.317	1.423	1.300
2001	3.400	1.997	3.382	3.744	3.489	1.827
2002	1.302	1.469	640	1.005	1.801	1.999
2003	3.537	1.163	969	970	1.441	469
2004	10.877	12.214	7.525	15.455	11.669	9.079
2005	11.441	4.211	2.673	4.640	3.416	10.409
2006	11.533	8.790	4.274	11.664		

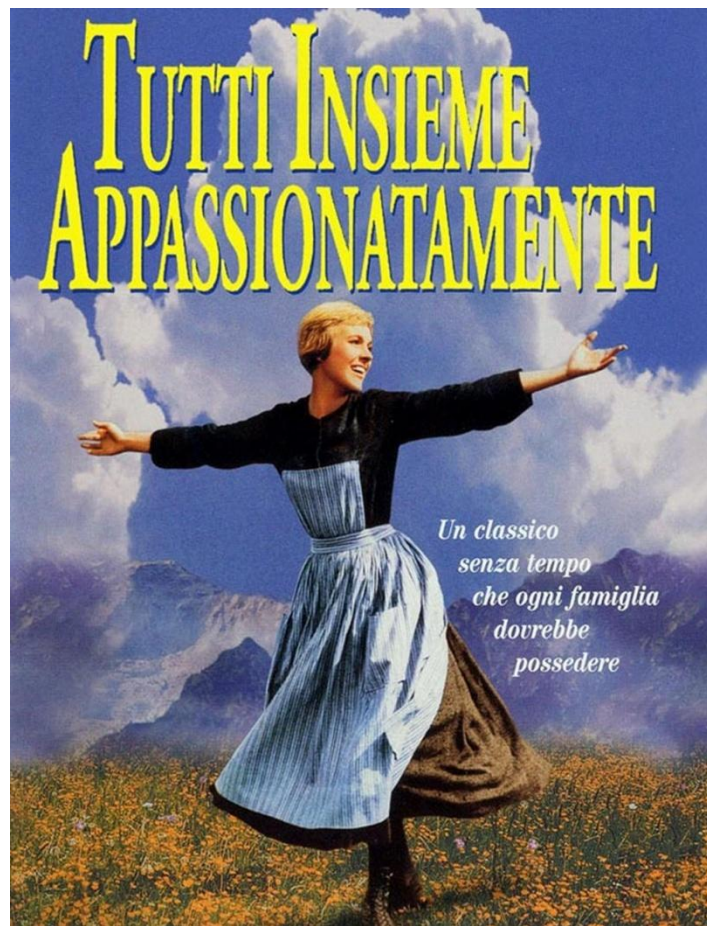
(in Provenzano 2007, p.274)

# Un problema annoso: la difficoltà di misurazione

- Segnalata da numerosi studiosi (almeno 2001-)
- Ricerche recenti (es. EuroScreen)
- Difficoltà per varie ragioni tra cui: ingressi (non tutte le location); location rappresentate spesso e/o con molto turismo in precedenza: non per tutte è facile come per il castello di Agliè!

# Una meteora, a film appena uscito?

Ma in alcuni casi (cult), effetti di lunga durata...



*Tutti insieme appassionatamente*  
(1965)



*The italian job* (1969)

# Brescello: *Don Camillo e Peppone*

- Racconti non specificavano ambientazione
- Primo film: 1952 (serie)
- Turismo nella località è integralmente legato al film
- Identificazione accettata: museo, statue...



# L'importanza di gestire il fenomeno

- Prima: generarlo, indirizzarlo
- Durante: gestirlo

Invece molto spesso, soprattutto in Italia, iniziative private e “fai-da-te” da parte dei residenti (es. gladiatori Colosseo): souvenirs, vendita foto scattate sul set, etc...

# Possibili ricadute positive

- De-stagionalizzazione
- Ritorno di turisti che hanno già visitato l'area
- Permanenze più lunghe
- Valorizzazione aree meno conosciute
- Nuovi mercati
- Nuovi temi (o vecchi riproposti in forma nuova)



# Una nuova immagine: l'Irlanda del Nord e *Il trono di spade*

## GAME OF THRONES® FILMING LOCATIONS

DISCOVER THE REAL WORLD OF WESTEROS  
IN NORTHERN IRELAND

INTERESTED IN FINDING OUT MORE ABOUT THE EPIC GAME OF THRONES® FILMING LOCATIONS? HERE'S OUR QUICK GUIDE TO ALL THE SPECTACULAR LOCATIONS IN NORTHERN IRELAND...

**WARNING!** SOME LOCATION DETAILS MAY INCLUDE SPOILERS FOR THOSE THAT HAVE NOT WATCHED OR READ THE SERIES.

- 1 DRAGONSTONE
- 2 THE STORMLANDS
- 3 PYKE, THE IRON ISLANDS
- 4 STORM'S END
- 5 THE STORMLANDS
- 6 THE KING'S ROAD
- 7 WINTERFELL
- 8 ROBB STARK'S CAMP
- 9 RIVERRUN
- 10 THE HAUNTED FOREST
- 11 BERIC DONDARRION'S HIDEOUT



GAME OF THRONES EXPERIENCES »



# Possibili impatti negativi

- Turismo indesiderato (es. *Amish Witness*)
- Sovraccarico che la destinazione non è in grado di gestire
- Caso *Notting Hill*: *gentrification* di un quartiere!
- Identità culturale in cui non si riconosce (es. Agliè/Rivombrosa), target turistico indesiderato (es. Città della Pieve *Carabinieri*)

# Un caso discusso



**100% MIDDLE-EARTH**

**100% PURE NEW ZEALAND**

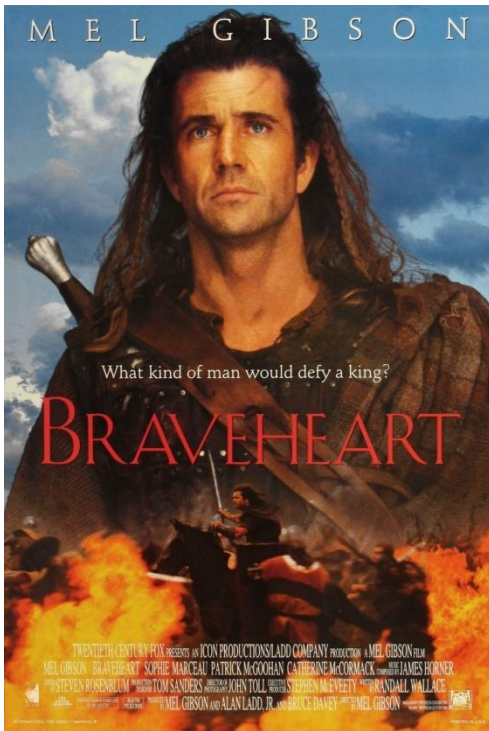
[newzealand.com](http://newzealand.com)

# *Il commissario Montalbano*



# ... ma dove è stato girato?

- Location compaiono solo raramente nei credits (es “si ringrazia Film Commission...”, ma non luoghi specifici)
- Differenze ripresa/ambientazione
- Lo spazio al cinema è sempre COSTRUITO (montaggio di luoghi diversi, es. Tour *Harry Potter*)



# Ripreso, o ambientato?

LOAD A LOCATION TRAIL:

GO TO THE START

MAP SATELLITE  
RESET MAP

CLEAR YOUR CHOICE & SHOW ALL LOCATIONS

YOU ARE CURRENTLY BROWSING

Braveheart (1995)  
4 LOCATIONS

< ALL FILMS

< SEARCH

Map data ©2015 Google | Termini e condizioni d'uso

Tweet Mi piace 27

## FEATURED FILMS



### Braveheart

Mel Gibson's epic follows the true story of William Wallace, who after the murder of his bride by English soldiers led the Scottish uprising against...

4 LOCATIONS

Including: Bective Abbey and Dunsoghly Castle



### Ryan's Daughter

## POPULAR LOCATIONS



Inishowen, Co. Donegal  
In the beautifully-filmed A Shine of Rainbows,...

READ MORE



Charleville Castle, Co. Offaly  
In this loose biopic of famous author Jane Aus...

READ MORE



Trim Castle, Co. Meath  
After defeating a huge English army in Stirling...

READ MORE



Carr Co. Mayo

## LOCATION TRAILS

» Braveheart Trail (car)

» Coastal Film Trail (car)

» Dublin City Film Trail (walking)

» Love Stories Trail (car)

» Period Location Trail (car)

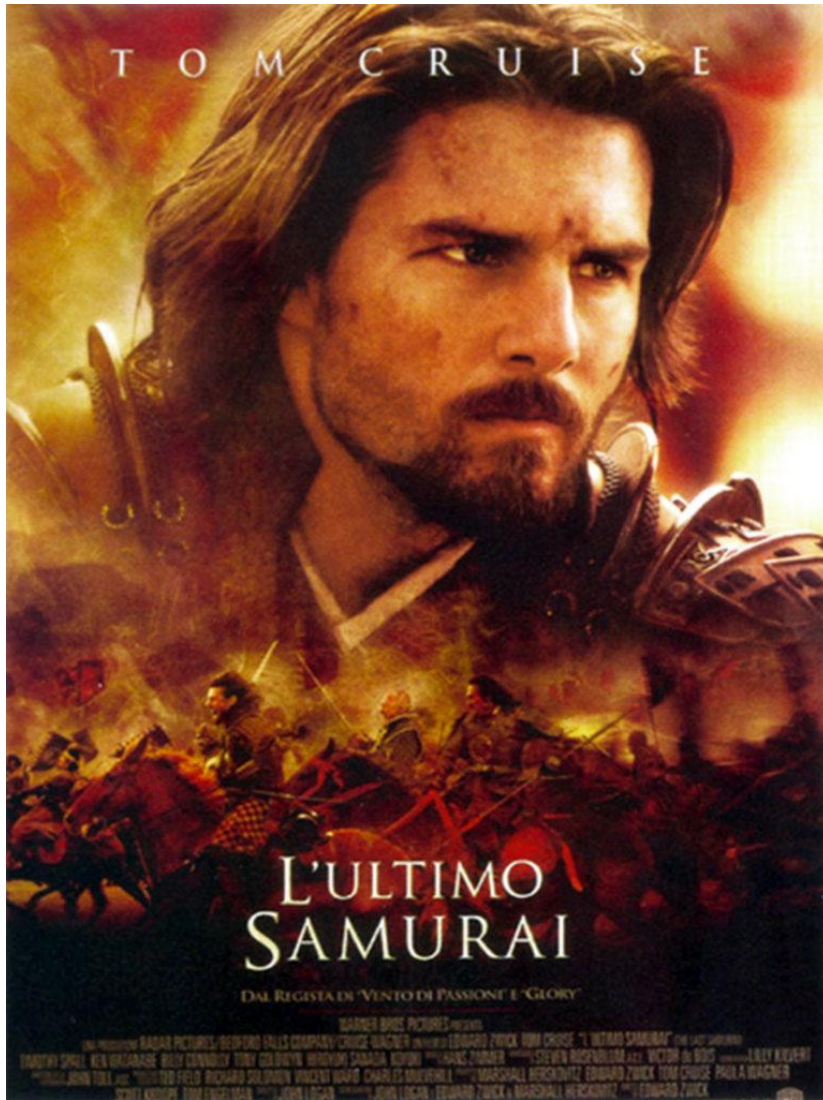
» War Movies Trail (car)

## DID YOU KNOW?



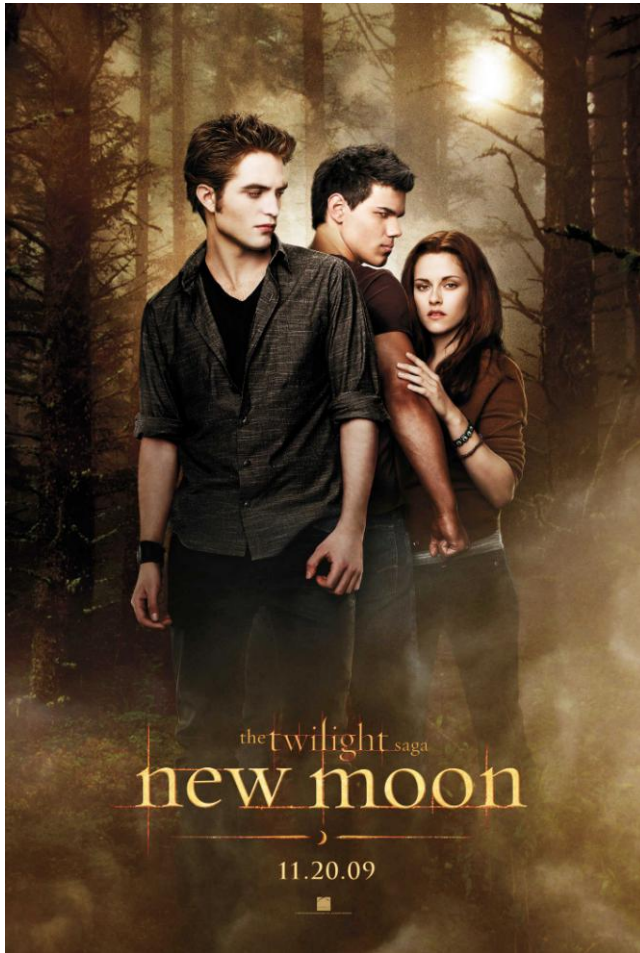
William Wallace Monument  
(Stirling, in Scozia)

...dove è stato girato?



Monte Taranaki (Nuova Zelanda)





# ...dove è stato girato?

**new moon  
Volterra**  
map

**1** Arrivo a Volterra  
Arrival in Volterra

**2** Porta San Francesco  
San Francesco gate

**3** via Franceschini  
Franceschini street

**4** Piazza dei Priori  
Piazza dei Priori  
Piazza in square

**5** Palazzo dei Priori  
The Clock Tower

**6** vicolo Mazzoni  
Mazzoni alley

**7** Palazzo Viti  
The Viti Mansion

**8** Porta all'Arco  
Porta all'Arco gate

info: +39 0588 87257  
[www.volterratour.it](http://www.volterratour.it)  
[www.newmoonvolterra.com](http://www.newmoonvolterra.com)

**2** "Alice entro' in città"  
"Alice drove into the city"

**4** "Hai due minuti, corri, Bella, corri!"  
"You have two minutes. Go, Bella, go!"

**6** Bella ritrova Edward nel vicolo  
Bella finds Edward in the alleyway

**7** L'uscita tra le vie  
The way out

**8** "Sotto l'arco di pietra scura"  
"Through the dark stone archway"

➤ percorso con la Porsche gialla  
run in the yellow Porsche

➤ percorso a piedi  
run on foot

  ingresso/uscita sotterranei Volturi  
way in/way out of the Volturi's lair

©2010 Twentieth Century Fox Film Corporation. All Rights Reserved.

# Mappe: motivazione al viaggio, strumento per i turisti



- Dal 1996
- Leitmotive (magia/mistero, navigazione/ scoperta etc.)
- Segmenti specifici (Bollywood)

# Movie maps

## Match Point

**Match Point** is a drama about a young man's rise in society and the terrible consequences of his ambition. **Chris** (Jonathan Rhys Meyers) is torn between two women, and finding no way out, resorts to extreme action. Set amongst the English upper class **Nola** (Scarlett Johansson) is a beautiful American girl who comes between Chris and his wife **Cliona** (Emily Mortimer). **Tom** (Matthew Goode) is Emily's wealthy brother who initiates the tragic events.

Woody Allen came to London in the summer of 2004 to film *Match Point*, his first production to be made entirely outside of his native New York. London provided something for Allen that New York does not, the famous British weather which had some great advantages. Allen said "London has beautiful grey skies when they are narrowest, it was cool and the flat light gives a colour saturation to everything that's very rich and very beautiful for photography". Filming took place for seven weeks in and around London and locations included some of the city's most famous landmarks as well as lesser-known sites in Belgravia, Marylebone, Notting Hill, Chelsea and Covent Garden.



At UK cinemas from 06 January 2006 (certificate 12A)  
www.matchpointthemovie.co.uk

BBC Films and Thema Production SA presents a Julia Production Match Point, written and directed by Woody Allen and produced by Lesly Annovers, Claudi Wilby and Lucy Daniels. Executive Producers: Ina Schabert, Tommaso Ciardiello, Cornelia Funke, and Charles H. Joffe. Co-producers are Helen Rubin and Nobby Karimzadeh. The creative team included: Director of Photography Rami Adelman B.S.C., Production Designer Jim Clay, Editor Alisa Lepushar, Costume Designer Jill Taylor and Casting Directors Juliet Taylor and Chris Baker. A walk. Nola and Chris take a walk.

© Icon Film Distribution Limited, 2006. All Rights Reserved

### Match Point Locations

<p><b>1</b> New Strand Street New Bond Street, W1 Chris goes shopping and bumps into his old friend Henry.</p>	<p><b>3</b> Grosvenor Playfair 38 Grosvenor Street, W1 Chris meets Cliona and Cliona is with a film.</p>	<p><b>5</b> 28 St Mary's Ave 28 St Mary's Place, EC3 Bank, Aldermanbury Chris's office.</p>	<p><b>7</b> Paul &amp; Jim Ladbroke Road, W11 Wickhampton Park The location used at the beginning when Chris meets Nola.</p>
<p><b>2</b> Grosvenor Gardens Grosvenor Gardens, W11 Henry and Cliona meet for a drink.</p>	<p><b>4</b> Mount St Gardens Mount St, Marylebone, W1 Henry and Cliona are shown for a drink.</p>	<p><b>6</b> Palace Theatre Whitechapel Road, W1 Chris and Cliona meet to watch The Woman in White.</p>	<p><b>8</b> Locanda Locatelli 17 Newman Street, W1 Martha Ash Chris celebrates her birthday with friends.</p>
<p><b>9</b> Grosvenor Gardens Grosvenor Gardens, W11 Henry and Cliona meet for a drink.</p>	<p><b>10</b> Grosvenor Gardens Grosvenor Gardens, W11 Henry and Cliona meet for a drink.</p>	<p><b>11</b> Locanda Locatelli 17 Newman Street, W1 Martha Ash Chris celebrates her birthday with friends.</p>	<p><b>12</b> Royal Opera House Bow Street, WC2 Christine Collins Chris and Nola join the Harcourt family for a night at the opera.</p>
<p><b>13</b> Grosvenor Gardens Grosvenor Gardens, W11 Henry and Cliona meet for a drink.</p>	<p><b>14</b> Grosvenor Gardens Grosvenor Gardens, W11 Henry and Cliona meet for a drink.</p>	<p><b>15</b> The Queen's Walk Heron Street, Belgravia, SW1 Chris and Nola meet for a drink.</p>	<p><b>16</b> Grosvenor Gardens Grosvenor Gardens, W11 Henry and Cliona meet for a drink.</p>

## Match Point



## London on Film

You love the film, so now why not visit some of the London locations in the movie?

FILM LONDON and VISIT LONDON have joined forces to create a special *Match Point* Movie Map. We've highlighted the key central London spots featured in the movie.

### YOU ♥ LONDON

With most Tubes running every 5-10 minutes all week, there's no better way than the Underground to discover *Match Point* movie locations. Please visit [www.tfl.gov.uk/tube](http://www.tfl.gov.uk/tube) for more information.

Alternatively you can pick out individual locations you particularly want to see and head straight for them. We've suggested the nearest Tube station to each destination so simply refer to the map and listings.

### WB LONDON

**CURZON MAYFAIR** offers you the chance to see any feature film for just £5.50 (Mon-Thu)

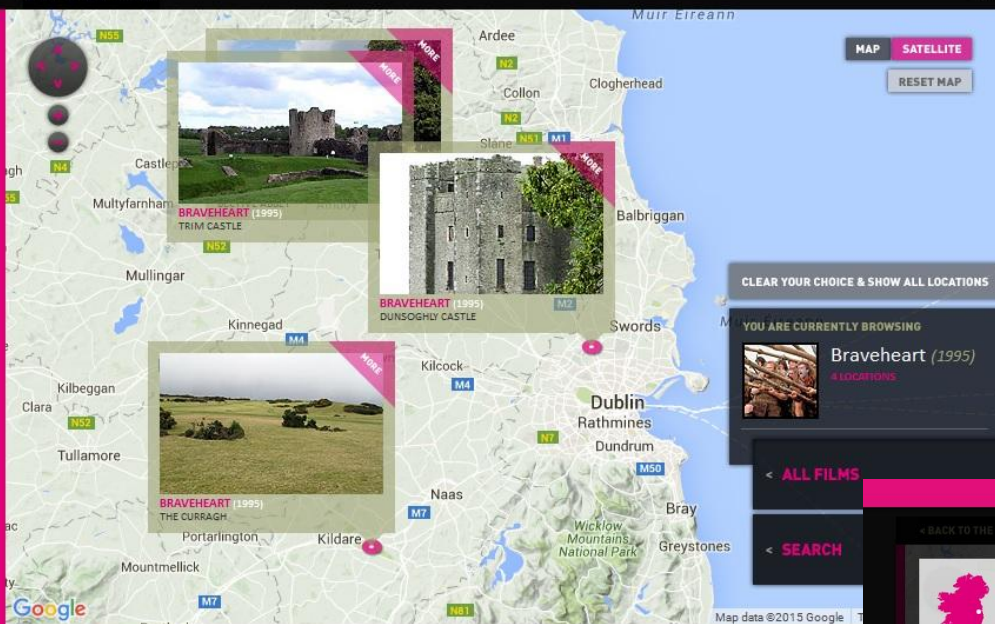


£5.50  
OFF

LOAD A LOCATION TRAIL:

Choose one..

< BACK TO THE START



# Mappe digitali

Tweet MI piace <27

### FEATURED FILMS



**Braveheart**  
 Mel Gibson's epic follows the true story of William Wallace, who after the murder of his bride by English soldiers led the Scottish uprising against...

**4 LOCATIONS**  
 Including: Bective Abbey and Dunsoghly Castle



Ryan's Daughter

### POPULAR LOCATIONS

- Inishowen, Co. Donegal**  
In the beautifully-filmed A Shine of Rainbows,...  
[READ MORE](#)
- Charleville Castle, Co. Offaly**  
In this loose biopic of famous author Jane Aus...  
[READ MORE](#)
- Trim Castle, Co. Meath**  
After defeating a huge English army in Stirlin...  
[READ MORE](#)

### LOCATION TRAILS

- » Braveheart Trail
- » Coastal Film Trail
- » Dublin City Film Trail
- » Love Stories Trail
- » Period Location Trail
- » War Movies Trail

### DID YOU KNOW?

LOAD A LOCATION TRAIL: Choose one..

< BACK TO THE START

PREVIOUS LOCATION NEXT LOCATION > MAP CLOSE X

## Braveheart (1995)

LOCATION: **Dunsoghly Castle, Co. Dublin** DOUBLING AS: 13th Century Britain

OTHER LOCATIONS FOR THIS FILM (3) LOCATIONS CLOSEST TO HERE

After William Wallace establishes notoriety by defeating the English army at Stirling, he is met by Robert the Bruce, a candidate for the throne of Scotland. Robert the Bruce grants Wallace the title of Guardian of Scotland in Edinburgh Castle, but also ultimately betrays Wallace near the film's end.

Dublin's Dunsoghly Castle was used to recreate Edinburgh Castle and its grounds. Located in the north of the county, off the N2 National Road, Dunsoghly Castle dates back to the 15th Century, and is the only castle in Ireland that still retains its original arch-braced timber roof. Standing 80 feet tall, the castle is a 4-storey tower with square turrets on each corner. Situated in private farmland, the Castle is not open to members of the public.

**FILM SYNOPSIS**  
 Mel Gibson's epic follows the true story of William Wallace, who after the murder of his bride by English soldiers led the Scottish uprising against England's occupation under "Longshanks" King Edward. The film won several Oscars, including Best Film and Best Director.

**DIRECTOR:** Mel Gibson  
**CAST:** Mel Gibson, Brendan Gleeson, Patrick McGoohan  
**GENRE:** Action, Period Film, War

**MOVIE CLIP** **GOOGLE STREET VIEW** **LOCATION TRAIL**

This location is included in the [Braveheart Trail](#)

**TOURIST INFO**  
[discoverireland.com](#)

**IMAGES - CLICK TO ENLARGE**

Braveheart Trail (100)

Coastal Film Trail (100)

Dublin City Film Trail (100)

Love Stories Trail (100)

Period Location Trail (100)

War Movies Trail (100)

**DID YOU KNOW?**

Ryan's Daughter

# App per smartphone & tablet



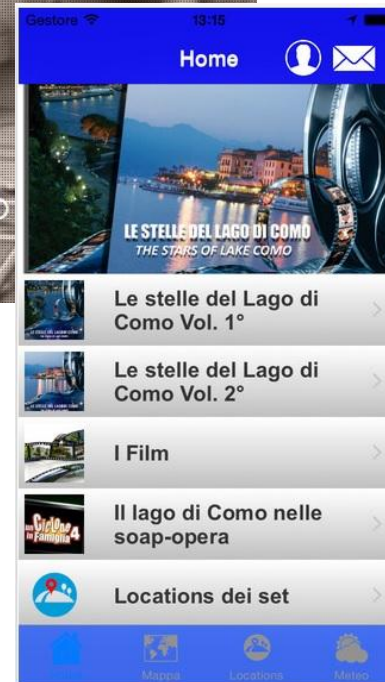
**FVG FILM LOCATIONS**  
Itinerari cineturistici in Friuli Venezia Giulia

Un viaggio curioso e innovativo alla scoperta dei set cinematografici in Friuli Venezia Giulia. Un invito alla conoscenza di un territorio e dei suoi luoghi. Un modo nuovo per vivere questa regione e per fare turismo. Con la App "FVG Film Locations" potrete scoprire oltre 50 tra film, fiction e videoclip girati in Friuli Venezia Giulia e accedere a oltre 300 location diffuse tra le province di Trieste, Udine, Gorizia e Pordenone, organizzate in itinerari a portata di touch.

Scarica su  
**App Store**

**GRATIS** su App Store

\* disponibile per iPhone, iPad e iPod touch



Gestore 13:15

Home

LE STELLE DEL LAGO DI COMO  
THE STARS OF LAKE COMO

Le stelle del Lago di Como Vol. 1°

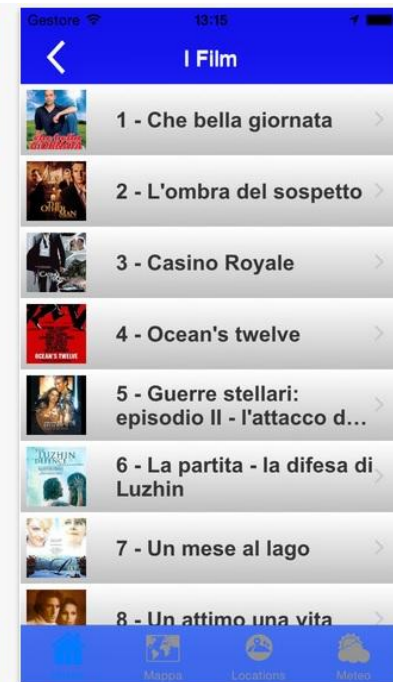
Le stelle del Lago di Como Vol. 2°

I Film

Il lago di Como nelle soap-opera

Locations dei set

Mappa Locations Mappa



Gestore 13:15

I Film

1 - Che bella giornata

2 - L'ombra del sospetto

3 - Casino Royale

4 - Ocean's twelve

5 - Guerre stellari: episodio II - l'attacco d...

6 - La partita - la difesa di Luzhin

7 - Un mese al lago

8 - Un attimo una vita

Mappa Locations Mappa

# App che usano la realtà aumentata



# Movie tours

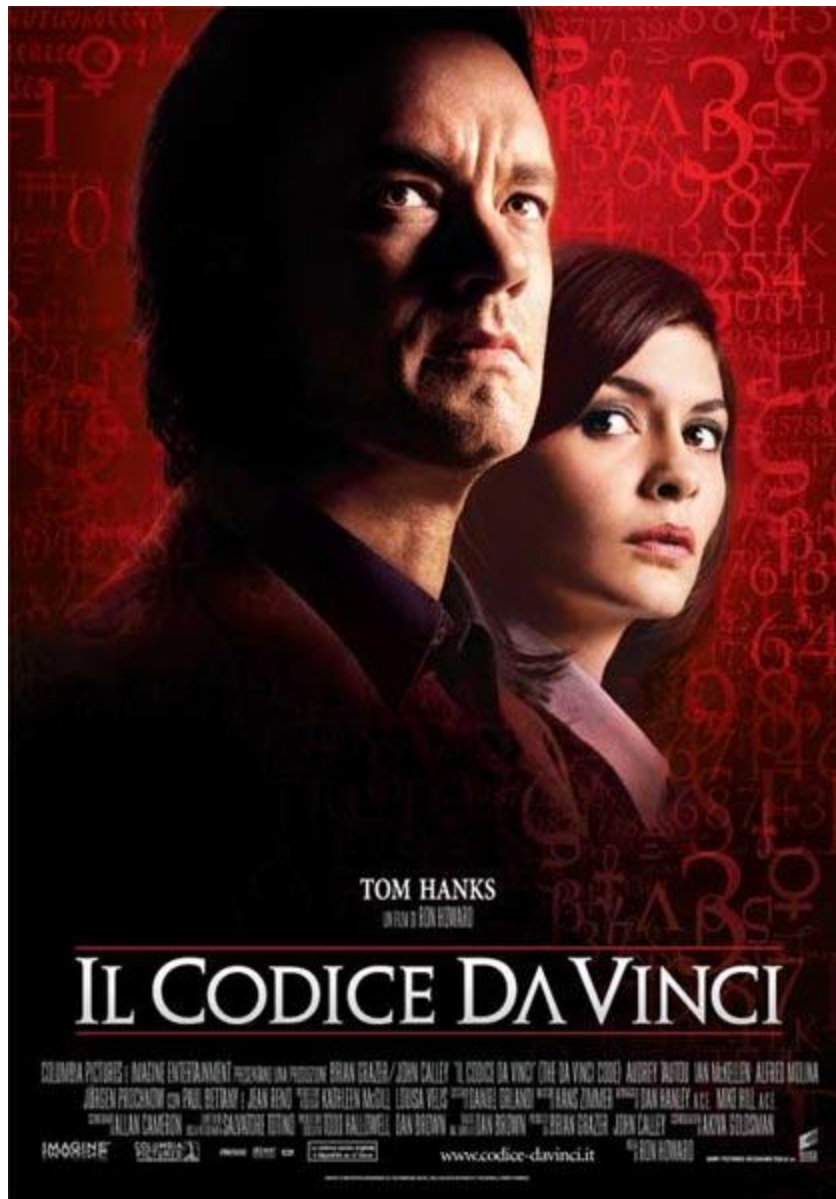
- Importante dimensione *fandom* (es. guide)
- Possibilità esperienze collegate (es. giro su MiniMinor in tour *The italian job*)
- Ri-mettere in scena sequenze del film
- Foto e video (app della slide precedente)
- Souvenir (auspicabile coinvolgimento PMI)

# Generare *film-induced tourism*



- Campagne di lancio congiunte (casa di produzione film, ente promozione turistica)





-collaborazioni fra  
diversi paesi  
(Francia/Gran  
Bretagna) e enti  
turismo (Maison de  
France/Visit  
Britain/Visit Scotland)  
- e con chi gestisce  
trasporti e hotel:  
Eurostar, Novotel...

- L' "industria dei segni globale" (cinema, turismo) (Tzanelli, 2004)

**BOND  
IS  
GREAT  
BRITAIN**



**SKYFALL**  
*007*  
**OCTOBER**  
IN CINEMAS

VISITBRITAIN.COM  
**LIVE LIKE BOND**

SKYFALL © 2012 DANJAG, UNITED ARTISTS, CPIL, 007 AND RELATED  
JAMES BOND TRADEMARKS. TM DANJAG

# Le FILM COMMISSION

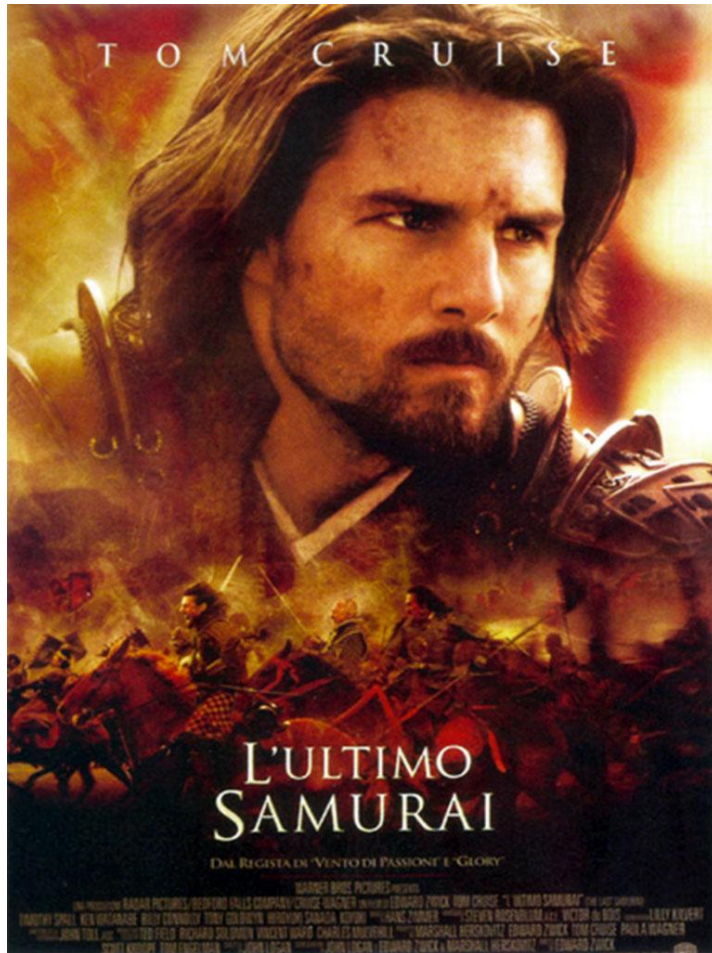
- Diversi assetti organizzativi (Regione: Cultura o Turismo?; Provincia; Comune; Consorzi turistici; Fondazioni; associazioni culturali...)
- Servizi offerti alle produzioni cinematografiche: location guide; production guide (professionisti del settore); richiesta permessi; ricerca beni e servizi; convenzioni...
- Cineporti
- ... e i FILM FUNDS! (condizioni: giorni permanenza, maestranze locali, etc.)

# Effetti della presenza

## di produzioni cinematografiche

- EFFETTI DIRETTI=spesa servizi e prodotti direttamente richiesti per produzione (es costruzioni, alloggio, catering)
- EFFETTI INDIRETTI=aziende che non hanno contatto diretto con produzione>sub-fornitura beni e servizi (es materiale edilizio)
- EFFETTI INDOTTI=incremento di spesa connessa con aumento paghe e salari derivanti da vendita diretta e indiretta beni e servizi
- Di Cesare (2007) propone ricognizione degli studi sul moltiplicatore di spesa: calcolato tra 1,5 e 3,45 (media nordamericana 2,1 e europea 1,75). Per Italia, propone di utilizzare prudenzialmente 1,7

(Non così male *L'Ultimo Samurai*...)



Spesa lorda diretta della  
produzione:  
49,8 milioni di dollari  
neozelandesi

Compresi effetti indiretti e  
indotti:  
69,1 mln

# Ma anche: film come strumento di destination marketing

- Spese contenute
- Risultati esteticamente migliori dei video di promozione turistica
- Più efficaci (spettatore psicologicamente più disponibile; aspetti narrativi/emozionali)
- LOCATION PLACEMENT: si può negoziare

# ...Ma attenzione!

- Bisogna fare i conti con le esigenze di carattere artistico
- Attenzione alla “censura” dell’immagine negativa dei luoghi (che a volte fa gioco: *Wallander, Millennium...*)

# Film commission e enti di promozione turistica

- Obiettivi non esattamente identici
- Ma fondamentale lavoro coordinato (es cessione diritti immagini)
- A volte la Film Commission è una divisione della DMO (soluzione ideale?)



NOMINATED  
**5** ACADEMY  
AWARDS®  
— INCLUDING —  
BEST PICTURE  
BEST DIRECTOR

“THE BEST COMEDY  
OF THE YEAR.”

— ACCESS HOLLYWOOD

WINNER  
2 GOLDEN GLOBES®  
— INCLUDING —  
BEST PICTURE  
MUSICAL OR COMEDY



PAUL GIAMATTI THOMAS HADEN CHURCH VIRGINIA MADSEN SANDRA OH

# SIDEWAYS



FROM THE DIRECTOR OF **ELECTION** AND **ABOUT SCHMIDT**

- Film Commission è divisione del Convention Bureau
- Interagito con produzione film perché Santa Barbara e suo vino fossero veri protagonisti
- Combinazione tra diversi motivi di vacanza (enogastronomia, film)
- ... tutto ciò con un film indipendente!

# Il nostro sistema documentale

(FSE – Regione Veneto POR 2007-2013

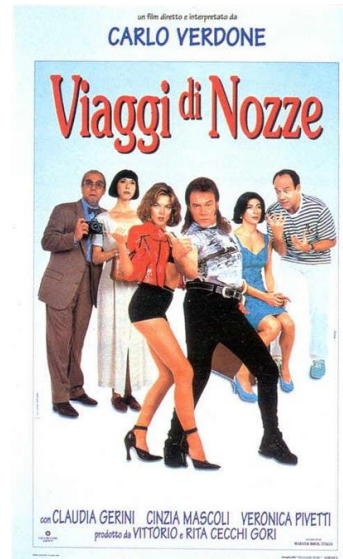
cod. 2105/201/28/1148/2013)

- TERRITORIO di RIFERIMENTO: Padova e provincia
- POLIVALENZA (utenti: enti promozione turistica, FC...): 1) unisce filiere cinema e turismo, potenzialmente agevolando gestione (sistema interoperabile con database enti turismo, location guide, production guide); 2) azienda o esercizio commerciale (coinvolgimento PMI);
- Difficile cineturismo spontaneo (blockbuster), ma tradizione cinematografica da valorizzare > AGEVOLA INTEGRAZIONE CON OFFERTA TURISTICA esistente o potenzialmente attivabile (*general tourist*): turismo letterario, enogastronomico, cicloturismo etc.;
- VALORIZZAZIONE CONTENUTI CINEMATOGRAFICI (schede su aspetti tecnico-stilistici singole scene): cinema come bene culturale, “tourism4film”;
- FILM GIRATI E AMBIENTATI: gli uni e gli altri formano identità territorio, e possono veicolare flussi turistici (soprattutto ambientati!); + funzione avvicinare al linguaggio cinematografico (far capire che spazio cinematografico è costruito)

# Esempi

- *Troppo caldo per giugno* (Ralph Thomas, 1964)
- *La bisbetica domata* (Franco Zeffirelli, 1967)

Molti altri film, tra cui ad es...



# Recapiti

- Facebook: [film4tourism](#)
- E-mail: [film4tourism.dbc@unipd.it](mailto:film4tourism.dbc@unipd.it)

# CONSIGLI DI LETTURA

- Sue Beeton, *Film-induced tourism*, Clevedon, Channel View, 2005
- Roberto Provenzano (a cura di), *Al cinema con la valigia. I film di viaggio e il cineturismo*, Milano, Franco Angeli, 2007
- Francesco Di Cesare, Gloria Rech, *Le produzioni cinematografiche, il turismo, il territorio*, Roma, Carocci, 2007
- Enrico Nicosia, *Cineturismo e territorio. Un percorso attraverso I luoghi cinematografici*, Bologna, Pàtron, 2012
- Marco Cucco, Giuseppe Richeri, *Il mercato delle location cinematografiche*, Venezia, Marsilio, 2013
- Marco Maria Gazzano, Stefania Parigi, Vito Zagarrìo (a cura di), *Territori del cinema italiano. Produzione, diffusione, alfabetizzazione*, Udine, Forum, 2013