



.DIEM

IL CINETURISMO:

UN “PASSPARTÙ” PER IL TERRITORIO CILENTANO.

REALTÀ IMMAGINARIA E NUOVE PROSPETTIVE

MONICA MAGLIO



Europa creativa: programma quadro della Commissione Europea per il sostegno ai settori della cultura e degli audiovisivi (2014-2020)



Il cinema in Campania è al centro di una visione strategica dedicata alla Cultura e al Turismo (2017)



VI Conferenza “I borghi più belli del Mediterraneo”:
“Abitare il paesaggio” (2018)

IL TERRITORIO CILENTANO CON LE SUE PECULIARITÀ



PUÒ RAPPRESENTARE UNA DESTINAZIONE CINETURISTICA



IL CONTRIBUTO SI FONDA SU



TENDENZA GLOBALE OSSERVATA....

Il fenomeno è l'insieme delle visite turistiche a un luogo o attrazione quale risultato della visione della destinazione in televisione, in video o sugli schermi cinematografici (Evans, 1997).

Qualsiasi attività turistica associata all'industria cinematografica (Beeton, 2005) .

I termini movie e film non sono interscambiabili perché il primo fa riferimento normalmente alle pellicole mostrate sugli schermi cinematografici, mentre il secondo comprende anche altri prodotti come video, DVD, Blue-ray ecc. (Hudson e Ritchie, 2006).

on-location, direttamente sul luogo

off-location, attrazioni costruite per fini turistici in studi cinematografici (ad esempio i movie tour) o in parchi di divertimento

2003 - DEFINIZIONE ITALIANA DI CINETURISMO.....in occasione dell'Ischia Film Festival

Fenomeno socio-culturale di spontanea costituzione, che nasce dal desiderio degli spettatori di andare a visitare in prima persona i luoghi che hanno visto rappresentati nei film o fiction televisive, ovvero gli elementi caratterizzanti di quei posti in cui sono vissuti e/o vivono i personaggi di finzione da loro più amati.



Il paesaggio “puro e semplice”
I «panorami scheletrici del mondo»
Il paesaggio cresce dentro l'inquadratura
«Sense of place»

IL FILM

da narratore geografico

ad agente geografico

*mettendo al centro il rapporto uomo-ambiente
modificando le concezioni e le configurazioni del
territorio”*



può dare visibilità al paesaggio

contribuire alla produzione della sua immagine

diventare vettore di un'identità differente
da quella radicata nel territorio

SPETTATORE



VISITATORE



**relazione poco compresa perché molto complessa:
approccio interdisciplinare**



SUD ITALIA.... Alcuni film presentati al cinema o trasmessi in TV e serie televisive

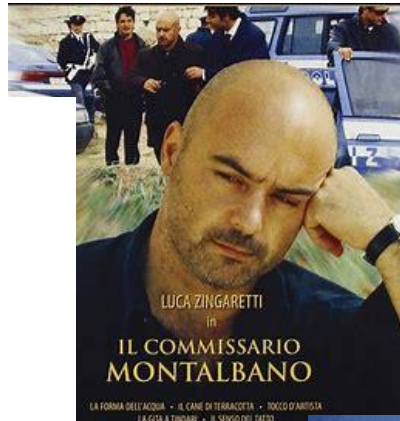
Individuazione di best practice

AL SACRÉE FILM presenta
CARO DIARIO

un film di
NANNI MORETTI

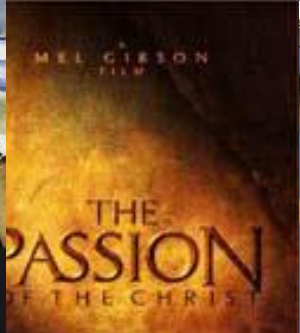


AL SACRÉE FILM, SPA • BIANCHI-NERI, L'ARNO
E LA COLLABORAZIONE DI
ANDREA SERRAVALLO • NANNI MORETTI
LECCY CUBO



LUCA ZINGARETTI
in
**IL COMMISSARIO
MONTALBANO**

LA FORMA DELL'ACQUA • IL CANE DI TERRACOTA • TOCCO D'ARTISTA
LA GITA A TORINO • IL SANGIO DEL LATTO



MEL GIBSON
FILM
**THE PASSION
OF THE CHRIST**



Rei Fiction presenta
CAPRI



CON UNO DEI PIÙ FAMOSI FILM PRODOTTI DA PRIMA CATEGORIA DI
passpartù
operazione doppiozero

Dopo il
LUCCIO BASTOLLA
con la partecipazione straordinaria di
**GIACOMO RIZZO
MAURIZIO MATTIOLI
GIANNI PARISI**
e per la prima volta il cinema
VERONICA MAYA

AL CINEMA



PHILIPPE NOIRET
**Cinema
PARADISO**
JACQUES PERKIN



Amis
GIOFFREDO LOMBARDO

IL GATTOPARDO
BURT LANCASTER
DIA CARONALE • ALAIN DELON • PAOLO STOPPA • PINA MORELLI • ROMOLO VALLI
E ALTRI • LUCIA MORGANTI • PIERRE CLAUDI • JOE SAMM • LESLIE FRENCH • SERGIO FREDDIANI
LUCIANO VISCONTI



MICHAEL RADFORD • MASSIMO TROISI
ASSIMO TROISI PHILIPPE NOIRET

L'POSTINO
con MARIO e VITTORIO CECCHI GORI



BASILICATA
coast to coast



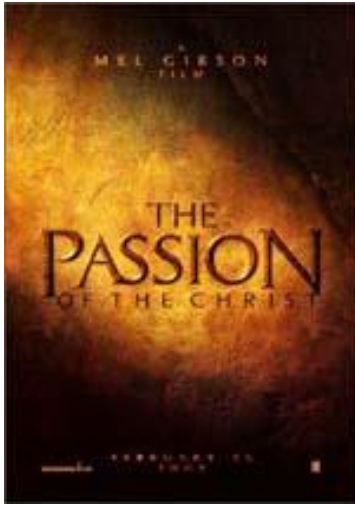
minevaganti Il nuovo film di Ferzan Ozpetek
sica cosa più complicata dell'amore è la famiglia

niccardo Scamarcio Nicole Grimaudo Alessandro Preziosi



**Benvenuti
al Sud**
in Film di Luca Miniero

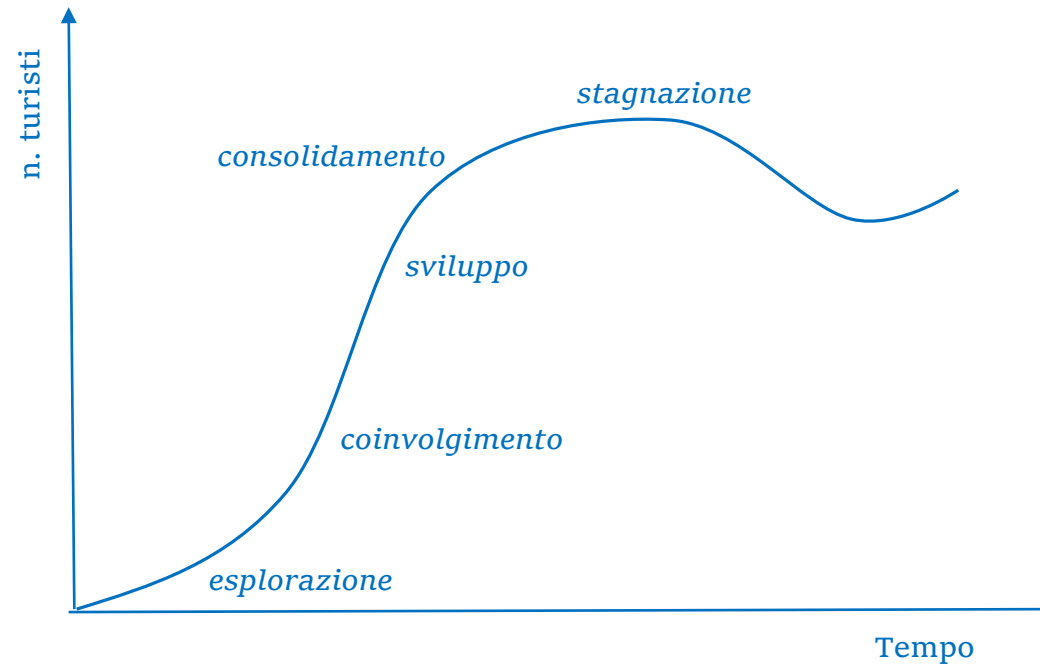
Stefano Dionisi Alessandra Stasi
Giulia Francobaldi Valantino Lodovico Nicola Pizzi
con la partecipazione di Giacobbe Neri



2004

MATERA E LA BASILICATA con circa 50 produzioni dal 1950

esempio di eccellenza
che ha creato nuove tendenze
e modelli di fruizione del prodotto turistico.



2010



DA LOCATIONA DESTINATION



Esplorazione	Coinvolgimento	Sviluppo	Consolidamento
Numero esiguo di visitatori	Da visitatore a turista	Incremento n. turisti	Incremento n. turisti
Mancanza di qualsiasi forma di organizzazione dell'offerta	Prime forme di strutturazione dell'offerta	Stagionalità	Destagionalizzazione
Malcontento della popolazione	Popolazione intravede la potenzialità economica	Entrata di organizzazioni esterne	Diversificazione del prodotto
		Intensificazione di attività di promozione	Moltiplicazione dei redditi
		Ricadute occupazionali	Interazione ospite-comunità
		Film Commission e DMO	Creazione di icona
		Piano strategico e Sistema integrato di offerta	Governance

LE RECENTI ESPERIENZE CINEMATOGRAFICHE NEL CILENTO TRA IMMAGINAZIONE E REALTÀ

Caso di studio

Anno	Titolo	Regia di
1960	Il Segreto di Montecristo	Robert S. Baker e Monty Berman
1963	Gli Argonauti	Don Chaffey
1966	Il Marinaio del "Gibilterra"	Tony Richardson
1967	C'era una volta	Francesco Rosi
1970	Scipione detto anche l'Africano	Luigi Magni
1975	Quant'è bello lu murire acciso	Ennio Lorenzini
1976	Gli Esecutori	Maurizio Lucidi
1980	Cafè Express	Nanni Moretti
1985	Vacanze d'estate	Ninì Grassia
1988	Cavalli si nasce	Sergio Staino
2007	Il sorriso dell'ultima notte	Ruggero Cappuccio
2007	Password, l'ultimo codice	Gianni Petrizzo
2009	Rien Va	Ruggero Cappuccio
2010	Noi credevamo	Mario Martone
2010	Benvenuti al Sud	Luca Miniero
2017	Veleni	Nadia Baldi
2018	Capri Revolution	Mario Martone
2019	Passpartù - Operazione doppiozero	Lucio Bastolla

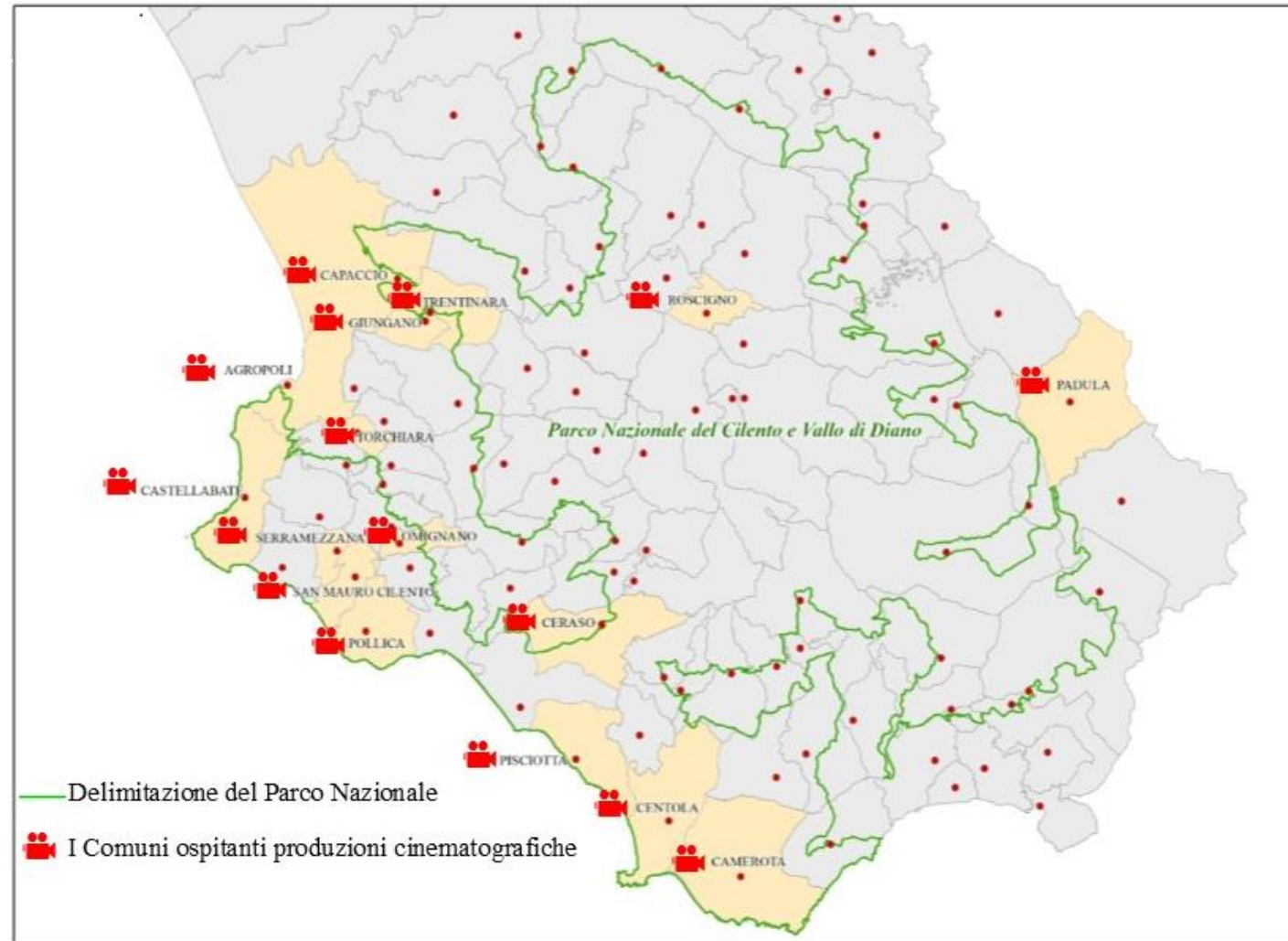


Fig. 1: Inquadramento dell'area geografica.



2010
produzione
Medusa Film
Cattleya
Insassi
€ 19.961.008

CULTURA IMMATERIALE

- ✓ incontro/scontro tra gli stereotipi del Nord e del Sud
- ✓ rivincita di un “senso di Meridione”
- ✓ esaltazione dei luoghi “slow”
- ✓ generosità della gente
- ✓ spiccata socialità intorno a riti comuni
- ✓ cultura gastronomica con i piatti tipici

CULTURA MATERIALE



Torre Perrotti



Piazza 10 Ottobre 1123



Palazzo Perrotti



Torretta di San Marco



Approdo storico



Belvedere di San Costabile Gentilcore



CULTURA IMMATERIALE

- ✓ I giovani e i loro sogni nello scontro generazionale
- ✓ la genuinità e la spontaneità della gente del posto
- ✓ Dieta Mediterranea
- ✓ Cilento il «passpartù» per aprire la porta del futuro

CULTURA MATERIALE

2019
produzione
Prism Consulting S.r.l.
Conform S.c.a.r.l.

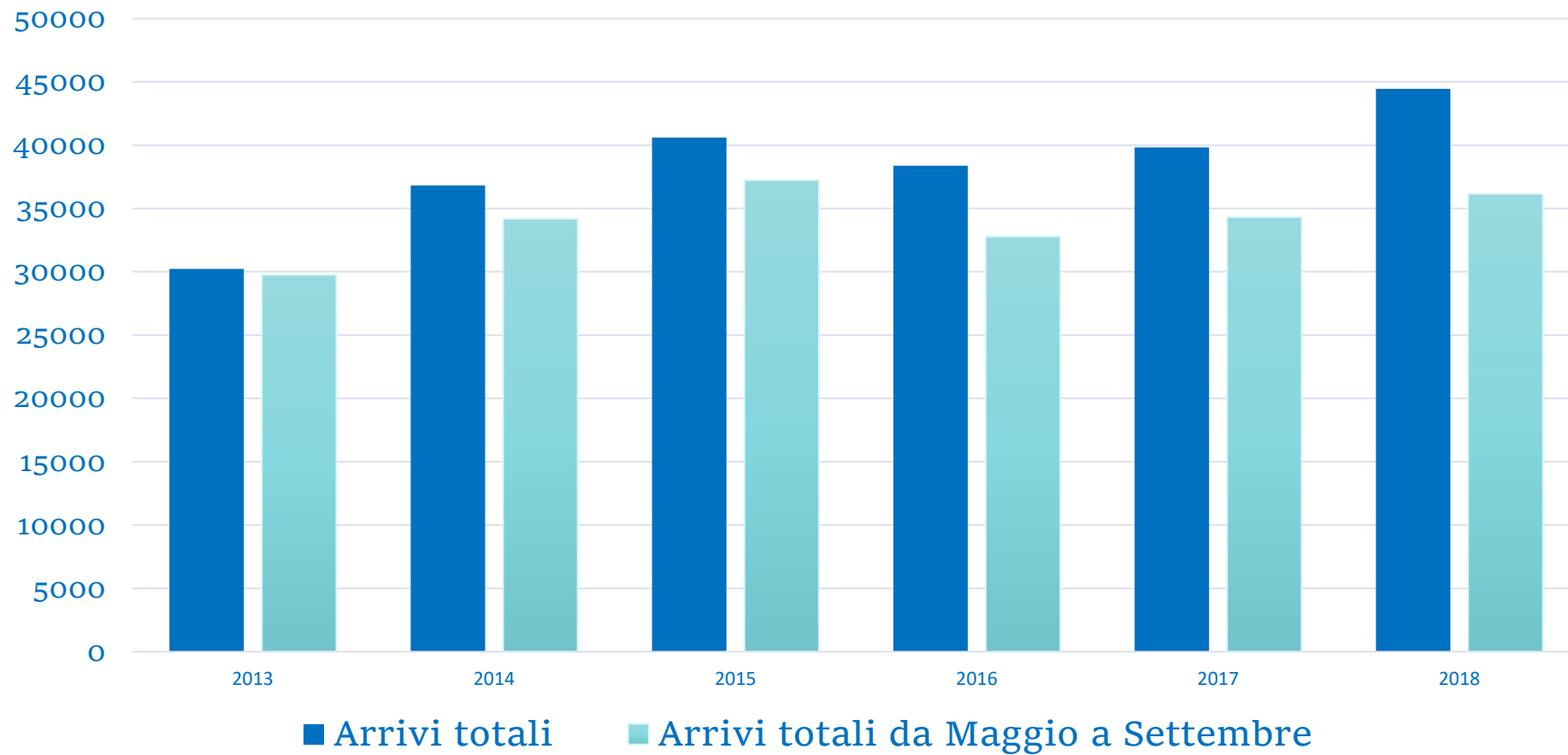
Insassi
€ 5.000



Palazzo Di Lorenzo

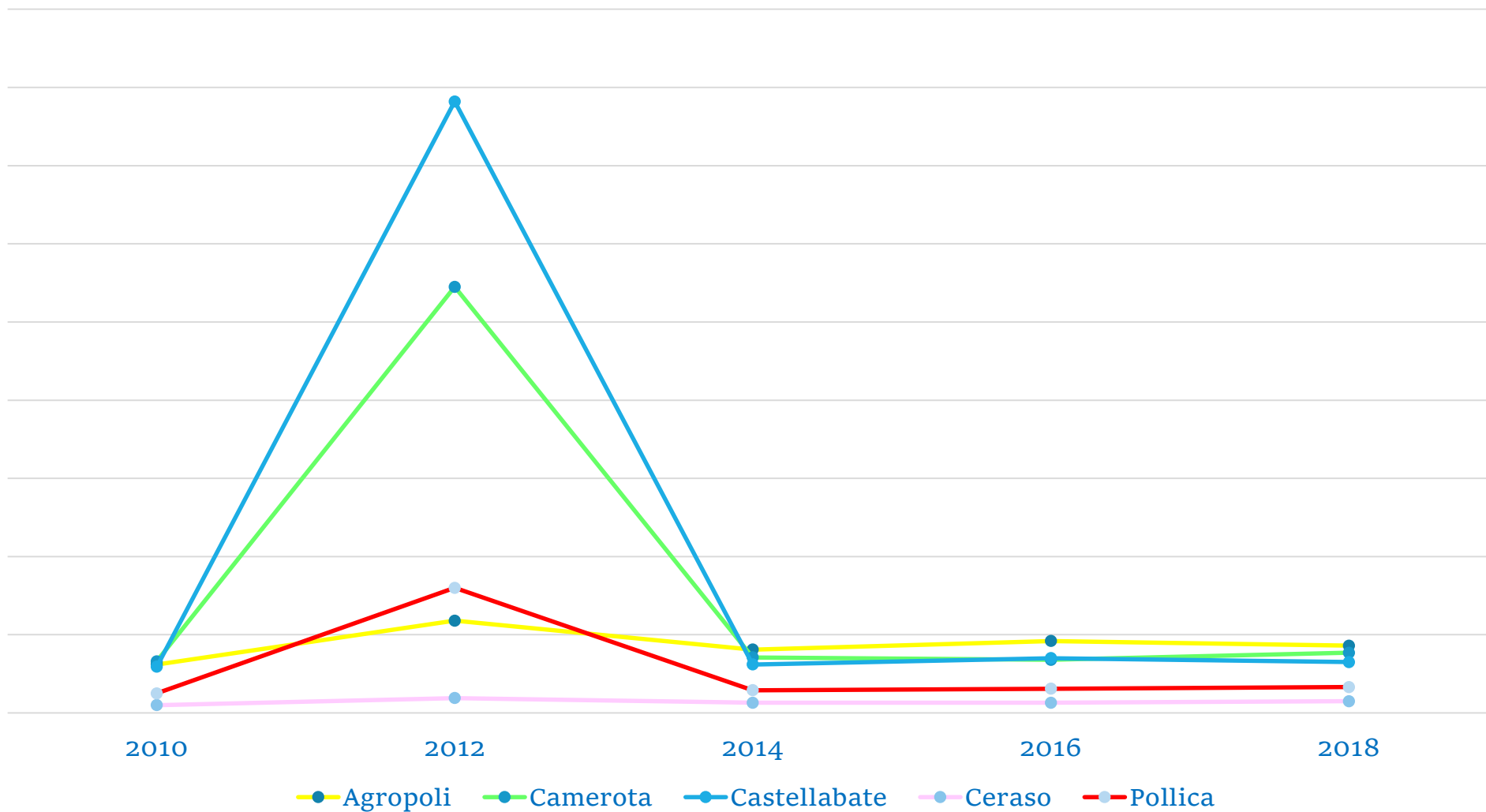


Museo della Dieta Mediterranea



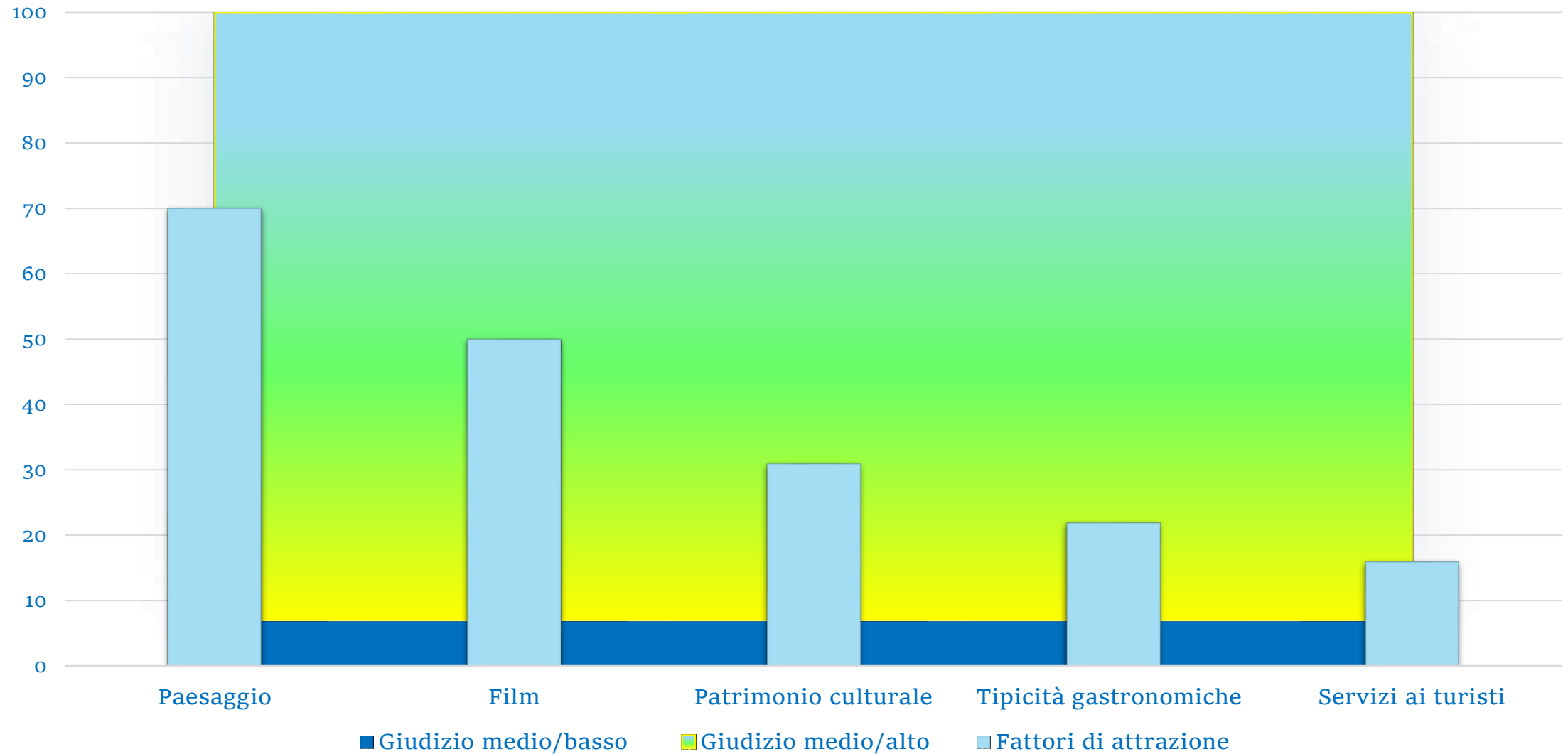
Arrivi turistici totali a Castellabate, annuali e stagionali, dal 2013 al 2018.

Fonte: elaborazione sui dati Ept di Salerno.

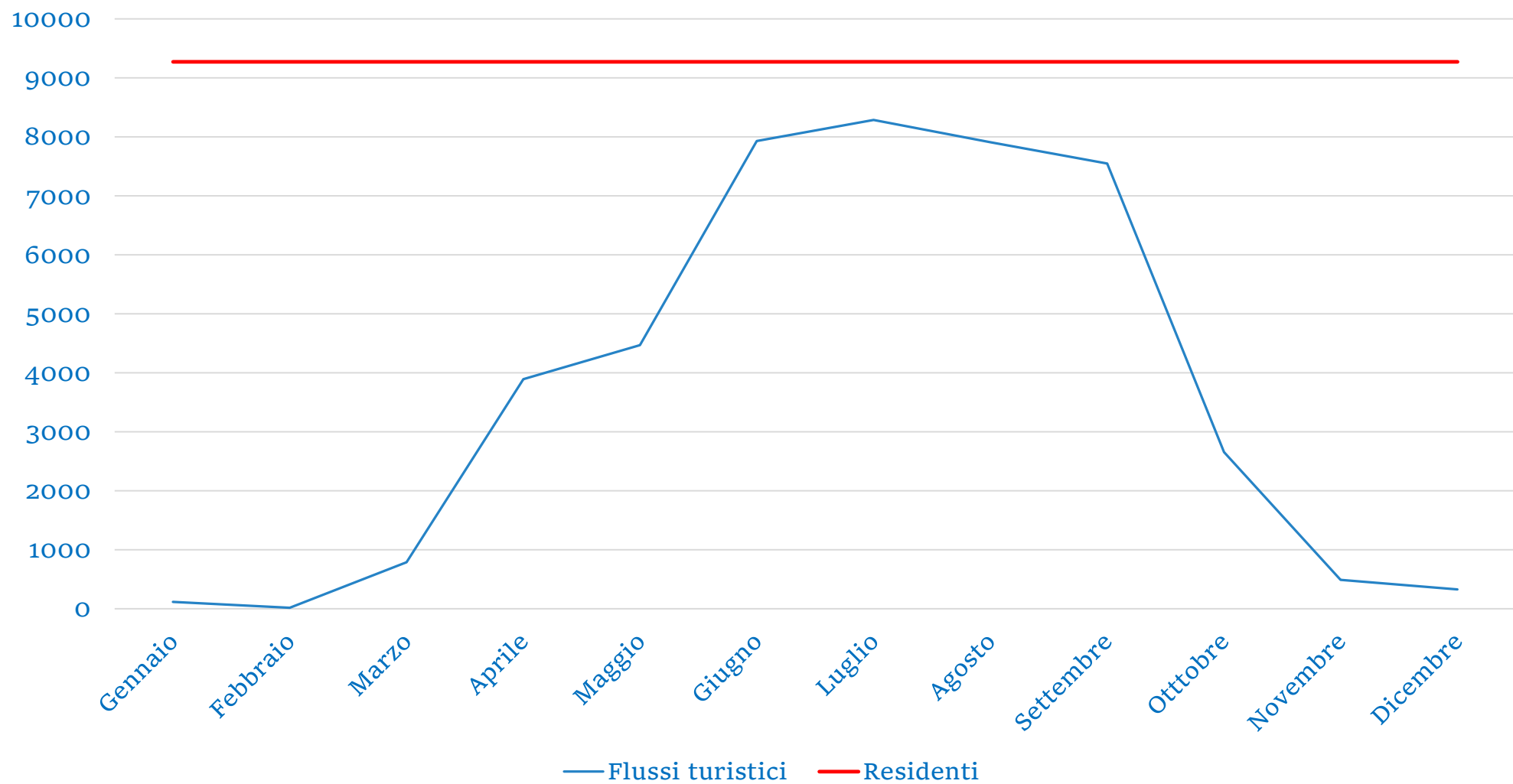


Totale esercizi ricettivi.

Fonte: elaborazione sui dati Istat.



Fattori di attrazione nei giudizi globali sulla località di Castellabate



*Numero di arrivi e residenti nel Comune di Castellabate (2018).
Fonte: elaborazione su dati EPT di Salerno e Istat.*


Luca Miniero a suo tempo criticato per aver generato turismo di massa «.....*Se poi non amano la promozione del territorio basta che non la facciano....credo che l'effetto del film finirà presto se non si continua a ricordarlo con altri eventi*»

Lucio Bastolla, con un passato di documentarista «.....*Ho voluto offrire Passpartù*»

ALCUNE INIZIATIVE

- L.R. n. 30 del 17 ottobre 2016 «Cinema Campania. Norme per il sostegno, la produzione, la valorizzazione e la fruizione della cultura cinematografica ed audiovisiva»
- progetto Nuove Strategie per il Cinema in Campania
- la *movie map*, il classico strumento della promozione turistica attraverso il cinema
- l'iniziativa «Benvenuti a Castellabate... Benvenuti al Sud»



Esplorazione	 Coinvolgimento	Sviluppo	Consolidamento
Numero esiguo di visitatori	Da visitatore a turista		
Mancanza di qualsiasi forma di organizzazione dell'offerta	Prime forme di strutturazione dell'offerta		
Malcontento della popolazione	Popolazione intravede la potenzialità economica		
	Stagionalità dei flussi		
	Varie iniziative		

Una pagina ancora da scrivere.....

IL TERRITORIO CILENTANO CON LE SUE PECULIARITÀ



PUÒ RAPPRESENTARE UNA DESTINAZIONE CINETURISTICA



IL CINETURISMO:

UN “PASSPARTÙ” PER IL TERRITORIO CILENTANO.

TRA REALTÀ IMMAGINARIA E.....

Trasformazione da *location* cinematografica a *destination* turistica

Creazione di *movie map*

Inserimento dei luoghi in itinerari cineturistici

Interazione con i *players* attivi nel settore audiovisivo e turistico

Creazione di reti stabili tra gli operatori

Individuazione di linee di indirizzo strategico

Attivare *Governance* multilivello

N
U
O
V
E

P
R
O
S
P
E
T
T
I
V
E

