Il Gist al BuyVeneto: il cineturismo come leva di promozione

Un costo contatto di valore infitesimale, come ha detto **Alessandro Martini della Film Commission di Treviso**, investimenti per 100mila euro con un ritorno da 1,4-1,5 milioni ogni anno di con ricadute sul territorio, come ricordato da **Alberto Capuzzo, di Unioncamere**, o di 37 milioni di euro per l' **Apulia film commission**, a fronte di investimenti per due milioni di euro, secondo quanto ricordato da **Daniele Basilio**. Questi gli incredibili numeri usciti dal convegno organizzato dal Gist *La Sfida del Cineturismo,* in occasione della 13°edizione del **BuyVeneto** che, come di consueto per le ultime edizioni, si tiene all'**Hilton Molino Stucky alla Giudecca di Venezia**.

"E' la nostra terza iniziativa per il Buyveneto - afferma il **presidente del Gist Sabrina Talarico** -. Un tema interessante, con le film commission che nascono negli anni '40 negli Stati Uniti, sbarcate in Europa negli anni '80 in Germania e poi lo sviluppo a Londra, in Italia arrivano negli anni ’90, un po’ lentamente, poi negli anni 2000 si crea una film commission nazionale, con 19 membri, insieme a quella europea, con 80 membri in 27 paesi". I dati sul Cineturismo sono un po' volatili per la ricaduta sul territorio, anche se il ritorno d’immagine si vede subito. "Il successo si misura sulla ricaduta economica ma anche sulla costruzione della filiera produttiva - dice **Mara Manente del Ciset** -. Noi ci siamo occupati di produzioni legate al territorio come *Game of Thrones*, in Croazia, *Il Signore degli anelli*, in Nuova Zelanda, o **Sherlock Holmes**, a Londra. Tra le cose principali che abbiamo riscontrato, la penetrazione in nuovi mercati: ad esempio abbiamo visto un più 15/20% di inglesi in Croazia, o un più 20% di turisti nel paesino di Wallander in Svezia. Ma oltre alla quantità, importante è anche la qualificazione della domanda. Chi va in quei territori narrati nei film, ci va preparato e attento. Infine abbiamo notato anche un impatto sui search online, sui film ma anche sui luoghi dove sono girati. Ad esempio ci fu un boom di ricerche su Vigata quando Montalbano è uscito in Regno Unito. Con un ulteriore aspetto; ovvero la viralità delle informazioni".

"Questo è un momento storico. Da dieci anni stiamo trattando il tema del cinema, che è capace di attirare turismo e flussi economici. Turismo e cultura sono un grande binomio - commenta **Maria Teresa Di Gregorio, direttore dipartimento cultura della Regione Veneto** - Dopo Marche e Lazio siamo la terza Regione per indotto proveniente dal turismo. Noi abbiamo fatto una legge regionale 25/2009 sul cinema, fatta con i player del settore, dove vogliamo fare sistema con le camere di

commercio".
"Un territorio, quello di Venezia, che è spesso un logo di **no film**, come è successo con il matrimonio di **Clooney (vedi la Fotogallery)** , che ha spostato circa 25 milioni di euro, dove si girano film, ma anche pubblicità e, appunto, eventi. Una città che non ne ha “così tanto bisogno" mentre bisognerebbe rilanciare altri set naturali in Veneto - afferma l'**organizzatore cinematografico Nicola Rosada**,- A volte basta un piccolo contributo per invogliare anche piccole produzioni. Abbiamo service tra i più grandi di Europa, due sono in Veneto, a Venezia. Dove abbiamo girato 120 film circa"
Daniele Basilio, che ha portato Beautiful in Puglia, sottolinea la forza di paesi come il Regno Unito che si presenta unito alle produzioni, anche se dice che il tax credit agevola l'arrivo di nuove produzioni, accanto alla capacità di "facilitare" il loro lavoro, come ha sottolineato il produttore **Francesco Bomsembiante**: "Alle 8 di mattina mandai una mail per una produzione con Paolini alle diverse film commission. In 24 ore quella della Puglia mi rispose. Con anche un appuntamento con il direttore del porto e le varie istituzioni. Questa è efficienza".
Cineturismo che la Regione Veneto vede come mezzo per promuoversi più facilmente e velocemente sui mercati emergenti: "Noi appoggiamo produzioni che vanno in particolare nei paesi più interessanti per noi, nei mercati emergenti. Come il film brasiliano su un emigrato italiano che si sta girando a Vicenza. Cina e Brasile, appunto, sono i mercati che ci stanno dando i riscontri migliori" chiude l **'assessore al turismo del Veneto Marino Finozzi**.