

Fenomeni «Housefull», il secondo film del Subcontinente per incassi, è girato nel Gargano. Con gli effetti sorprendenti sull'industria delle vacanze

## Da Bollywood a Vieste: l'invasione dei turisti indiani

Nell'ultimo anno le presenze pugliesi dei viaggiatori arrivati da Mumbai sono cresciute del 60%

**I**ndiani, venite a visitare Vieste. Quel paese esotico, italiano, che avete visto sugli schermi casalinghi di Bollywood. I film sono uno strumento efficace per promuovere le bellezze della propria terra nel mondo.

Gli enti turistici lo hanno capito e cercano di integrare le produzioni cinematografiche e televisive nei piani di marketing. Così nel 2009, grazie all'intervento dell'Apulia Film Commission, sono state girate in Puglia, in alcune delle località più celebri del Gargano, nel tratto di costa che va da Vieste a Mattinata, alcune scene di «Housefull», ancora oggi il secondo film indiano per incassi. L'assessorato al turismo della Regione ha organizzato una serie di attività di comunicazione nelle sale dove è uscita la pellicola, oltre a invitare i media indiani a visitare le località più celebri.

Secondo le stime dovrebbero essere più di 50 milioni gli indiani che viaggeranno all'estero nel 2020. La Puglia, che nell'ultimo quindicennio

ha visto aumentare le presenze dai poco più di 7 milioni del 1998 a oltre 13,5 milioni del 2013, ha cercato di sfruttare questa onda e i risultati non si sono fatti attendere: solo nella prima parte del 2014, rileva Spot, Sistema Puglia per l'osservatorio turistico, gli indiani che hanno scelto la regione per trascorrere le vacanze sono aumentati del 60% rispetto all'anno precedente.

Il cinema come veicolo di promozione turistica è un fenomeno internazionale che ha un nome, cineturismo. I film, le serie tv sono in grado di imporre nella mente degli spettatori, in modo non passeggero, immagini di luoghi in tanti casi sino ad allora sconosciuti. La capacità di valorizzare e promuovere il patrimonio geografico, ambientale, culturale, storico e turistico del territorio è, non a caso, uno dei criteri attraverso cui Apulia Film Commission seleziona i progetti da finanziare.

Un colpo messo a segno dalla Fondazione ha riguardato una delle soap più longe-

ve della storia della televisione. «Beautiful», vista in 100 Paesi da 45 milioni di spettatori; dopo le trasferte sul lago di Como nel 1997, a Venezia nel 1999 e a Portofino nel 2002, ha deciso nel 2012 di girare in Puglia 12 episodi. «Il Forum di coproduzione euro-mediterraneo è una delle azioni che mettiamo in campo per incrementare l'ospitalità di produzioni internazionali. Giunto alla quinta edizione, intende supportare progetti filmici in fase di sviluppo che contengano un legame nella trama con l'Europa o con l'area del Mediterraneo. Ogni anno il Forum attira in Puglia decine di produttori da tutto il mondo», spiega Antonella Gaeta, presidente di Apulia Film Commission.

«Puglia Experience è invece un workshop che ha portato in Puglia 16 sceneggiatori professionisti provenienti da tutto il mondo. La prima fase si è focalizzata sulla scoperta di luoghi, storie e personaggi. La seconda fase del progetto, al via in febbraio, sarà dedicata alla creazione della puntata

pilota della serie tv da loro ideata e si concluderà con una sessione finale, durante la quale i partecipanti presenteranno le storie sviluppate a produttori internazionali televisivi».

Gli effetti del cineturismo sono positivi anche per il mercato immobiliare. Secondo una ricerca del portale Gate Away, specializzato nella ricerca di immobili sul territorio nazionale da proporre alla clientela estera, la Puglia è risultata nel primo semestre dell'anno, con l'11% dell'indice di gradimento, la terza regione preferita per trasferirsi in Italia dopo la Toscana e la Liguria. Gli stranieri vogliono soprattutto case indipendenti, situate al di fuori dalle grandi aree urbane, in centri piccoli. Non a caso in quei luoghi spesso scelti dai registi per ambientare i loro film, come il Salento al centro della sceneggiatura di «In grazia di Dio», l'ultima opera di Edoardo Winspeare capace di conquistare critica e pubblico internazionali.

A. SAL.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

