

Se finisce in pellicola il Ticino gira il mondo

Da tempo si discute sulla creazione di un ente che attiri produzioni audiovisive sul nostro territorio - Parla Elia Frapolli

È possibile rilanciare il turismo ticinese anche attraverso la cinematografia e gli strumenti audiovisivi? A livello europeo sono molte le regioni che stanno mettendo alla prova questa strategia, e a volte i risultati sono stati positivi (vedi articolo nella pagina a fianco). Ma esistono in Ticino i presupposti per farlo? Ed è possibile sviluppare una strategia per far conoscere maggiormente il nostro cantone attraverso i filmati? Abbiamo rivolto queste domande a Elia Frapolli, direttore di Ticino Turismo. È da tempo che in Ticino si discute della creazione di una Film Commission, ossia un'entità atta a promuovere ed attirare sul territorio cantonale produzioni di contenuti audiovisivi di ogni genere e supporto, con l'obiettivo di generare ricadute economiche positive per il nostro cantone. Ora finalmente la Fondazione Ticino Film Commission esiste, anche se restano diversi dettagli da definire. Prossimamente sarà il Gran Consiglio a chinarsi sulla questione.

ROBERTO GIANNETTI

■ **Direttor Frapolli, a suo avviso la cinematografia può rappresentare veramente una leva per rilanciare il settore turistico, che come tutti sappiamo, nella nostra regione sta attraversando un momento molto delicato?**

«Non è la panacea che risolverà i problemi del turismo ticinese, ma certamente può contribuire a migliorare la situazione. La cinematografia, o più in generale le produzioni audiovisive, dato che parliamo di tutti quei prodotti che vanno dagli spot Tv ai lungometraggi, possono rappresentare un potente strumento di promozione turistica. Infatti quando mostriamo le immagini del nostro territorio automaticamente lo pubblicizziamo».

Come funziona la Ticino Film Commission e che ruolo gioca al suo interno Ticino Turismo?

«La Ticino Film Commission è appena stata costituita e raggruppa Associazione Film e Audiovisivi Ticino, l'Associazione Registi e Sceneggiatori Svizzeri, il Festival del film Locarno e Ticino Turismo. Noi vi prendiamo parte perché sappiamo che ogni produzione girata in Ticino genera un ritorno di immagine anche a livello turistico. Lo scopo della Ticino Film Commission è di attirare sul territorio cantonale produzioni audiovisive. L'obiettivo è di generare indotto economico, ossia lavoro per il settore audiovisivo nel nostro cantone, e di promuovere l'immagine turistica del Ticino».

Esistono degli esempi concreti di come una produzione cinematografica possa influire sul turismo ticinese? Quando si va nel weekend sulla diga della Verzasca, è pieno di giovani di tutta l'Europa che vanno a fare bungee jumping. A rendere famosa la diga ha contribuito anche il film di 007, dove c'è una scena girata in loco? Ci sono esempi studiati e quantificabili di questo impatto sul turismo?

«Fra i compiti della Ticino Film Commission ci sarà anche quello di misurare in modo dettagliato i ritorni economici delle produzioni girate da noi. In passato non sono infatti state effettuate valutazioni precise dell'impatto turistico in Ticino. Come diceva lei, il film di James Bond è forse il caso più celebre e conosciuto e ha creato sicuramente un importante ritorno di immagine. Negli ultimi anni vi sono state numerose produzioni girate in Ticino. Fra queste anche la soap opera tedesca "Therese geht fremd" (visibile su youtube, ndr). Oppure, più recentemente, il film indiano "Doom 3", forse il blockbuster per definizione del cinema bollywoodiano, che è stato girato anche sulla diga della Verzasca e che uscirà nelle sale in dicembre. Sottolineo che l'impatto positivo sull'immagine turistica generato da queste produzioni per noi è a costo praticamente zero. Per questo è molto interessante».

Il nostro cantone si presta alla produzione di film?

«Certo, perché ha la particolarità di disporre di paesaggi molto diversi concen-

trati in un piccolo territorio. E questo per una produzione audiovisiva significa poter trovare con spese di trasporto contenute gli scenari necessari, come borghi, laghi, montagne, e via dicendo. È una cosa che noi diamo per scontata, ma è decisamente interessante per chi fa produzioni audiovisive».

Quali sono gli indotti economici principali delle produzioni audiovisive?

«Possono essere diversi. Ci sono delle spese legate al soggiorno, come vitto e alloggio, e poi quelle legate alla produzione, che vedono l'impiego di personale locale specializzato, come falegnami, scenografi, e così via. Ricordo per esempio che per "Doom 3" sulla diga della Verzasca avevano bisogno di un certo numero di motociclette, di un elicottero, di qualcuno che organizzasse un'azione sulla diga, del catering e via dicendo. C'è poi tutto il discorso del ritorno di immagine, un aspetto che è più difficile quantificare».

A che stadio di preparazione è la Fondazione Ticino Film Commission?

«Per ora è stata creata, ma il budget verrà deciso dal Parlamento. Dovrebbe essere una Film Commission di base, ossia con l'obiettivo di rendere più semplice il lavoro degli operatori che arrivano in Ticino. Tra l'altro ricordiamo che già sono numerose le produzioni che vengono in Ticino spontaneamente e che si trovano un po' perse in termini di logistica».

Esistono esempi di successo a questo livello all'estero?

«Certo. Forse una delle principali vicina

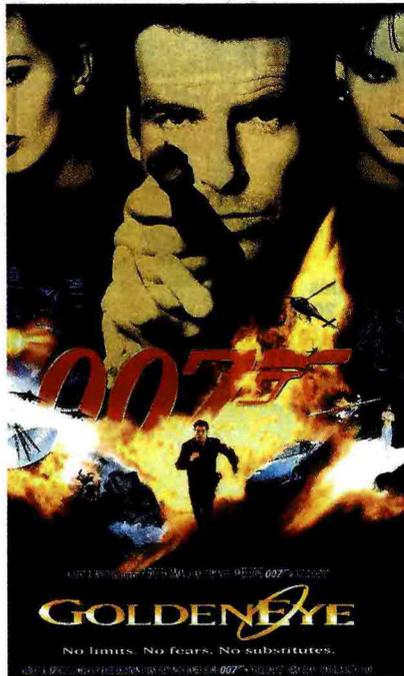
a noi è l'Apulia Film Commission. Ma ce ne sono molteplici in tutto il mondo».

Ma Ticino Turismo finanzia già delle trasmissioni sul Ticino?

«No, in genere non finanziamo direttamente le produzioni audiovisive. Quello che però facciamo è fornire assistenza ai giornalisti - print, radio, online e Tv - in arrivo alle nostre latitudini. Li accogliamo, sosteniamo la loro permanenza e trasmettiamo loro informazioni relative alla nostra destinazione. L'obiettivo è che poi realizzino dei servizi di qualità che facciano da "ambasciatori" del Ticino».

Quali sono i mercati più interessanti sui quali puntare? Quali Paesi e quali prodotti?

«In linea di massima se una troupe arriva in Ticino per produrre del materiale audiovisivo è sempre interessante, qualunque sia la sua provenienza. È chiaro poi che se arrivano dai nostri mercati prioritari, come Germania e Italia, ancora meglio. E non dimentichiamo che molti giungono anche dalla Svizzera, il che è molto positivo per il Ticino».



COME 007 Bungee jumping dalla diga della Verzasca dove è stata girata la prima scena di GoldenEye. (Foto CdT)



Appena nata

La Ticino Film Commission è stata appena costituita - spiega Frapolli (sopra) - ma restano diversi dettagli da stabilire e toccherà al Gran Consiglio pronunciarsi



I vantaggi

Gli indotti economici possono andare dalle spese legate al soggiorno a quelle della produzione. Per «Doom 3» avevano bisogno di molte motociclette



SUL SET Una scena ticinese tratta dalla soap opera tedesca «Therese geht fremd».

UN TOUR IN ITALIA NEI LUOGHI CULT

LA FORZA DELLA FICTION

Propaganda più efficace di uno spot pubblicitario

In un Paese come l'Italia, poco capace di valorizzare il suo immenso patrimonio architettonico, culturale e naturale, le serie televisive si sono rivelate uno straordinario veicolo per promuovere territori sconosciuti del Belpaese e spesso snobbati dai turisti, con ricadute sull'economia locale straordinarie.

SICILIA

Porto Empedocle ringrazia Montalbano

Il personaggio del commissario Montalbano, prima ancora di diventare un successo televisivo, è stato un best seller editoriale, grazie alla fervida fantasia di Andrea Camilleri. Dal 1999 il personaggio è sbarcato in Tv e - con qualche interruzione - la programmazione è durata fino ad oggi. Negli ultimi dieci anni le zone di Porto Empedocle, Scicli, nella zona di Ragusa, in Sicilia, sono diventate meta di pellegrinaggio di tanti fedeli telespettatori della serie televisiva. Tanto che il Comune di Porto Empedocle ha adottato come secondo nome Vigata (la denominazione usata nei romanzi) e la villa di Montalbano ora si può affittare a 3 mila euro a settimana.

CAMPANIA

Benvenuti al Sud, a Castellabate

Il film del 2010 diretto da Luca Miniero, remake del film francese del 2008 «Giù al Nord» è stato un imprevisto blockbuster nel cinema. Il successo ha fatto registrare immediatamente un incremento del 75% di turisti nella zona di Castellabate, in provincia di Salerno, dove è stato girato il film. File di torpedoni arrivano a visitare il piccolo paesino e a cercare l'ufficio postale dove sono girate molte scene: purtroppo per i visitatori quell'ufficio postale non è mai esistito.

PIEMONTE

Le atmosfere nobili di Elisa di Rivombrosa

Elisa di Rivombrosa è stata una fiction televisiva andata in due stagioni dal 2003 al 2005. Il successo è stato immediato, tanto che il Castello di Agliè, che ospitava un museo, ha visto le visite passare da 20 mila nel 2003 ad oltre 90 mila nel 2004. Sono nati i piatti tipici di Elisa, serviti con successo nei ristoranti locali, il vino di Elisa, commercializzato in tutti i Paesi dove è stata venduta la fiction e persino i cioccolatini di Elisa. C'è stata quindi una ricaduta per l'economia locale notevole, essendo il paese di Agliè fuori dalle rotte del turismo della regione.

QUANDO IL FILM FINISCE

Il triste risveglio dopo gli anni del boom

Ma non è tutto oro quello che luccica. Il successo dato dalla Tv e dal cinema può essere enorme, quanto effimero. Lo sanno bene nel Comune di Agliè che, già solo cinque anni dopo il boom ha visto sparire i turisti, facendo riplombare la zona in una grave crisi, tanto che molti locali e ristoranti hanno dovuto chiudere bottega. Se l'inattesa promozione non è quindi sostenuta con un vero piano di valorizzazione turistica, l'effetto televisivo può durare poco e provocare quindi anche alla lunga problemi economici.

