



TURISMO e Psicologia
Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

CINETURISMO IN ITALIA: L'INFLUENZA DI FILM E SERIE TV NELLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE TURISTICA¹

Gaia Curcio

gaiacurcio@gmail.com

Valentina Franceschini

franceschini.vale8@gmail.com

Studentesse Magistrali di Psicologia sociale, del lavoro e della comunicazione
Università degli Studi di Padova

¹ Lavoro di gruppo svolto durante il corso magistrale di Psicologia del Turismo (a.a. 2021/2022); (FISSPA-Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata, Università degli Studi di Padova)
TURISMO E PSICOLOGIA, 15(1), 2022

CINETURISMO IN ITALIA: L'INFLUENZA DI FILM E SERIE TV NELLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE TURISTICA

RIASSUNTO:

In questo articolo si è voluta prendere in esame la crescente relazione tra produzioni cinematografiche e scelta della destinazione turistica. In particolare il focus è stato posto sulle località del territorio italiano messe in risalto da film e serie tv che ne hanno accresciuto la notorietà in tutto il mondo. Si è scelto di approfondire tre destinazioni: l'Alto Adige e il Cadore, la Romagna (Rimini e Riccione) e Ragusa e dintorni, rispettivamente con "Un passo dal cielo", i film di Fellini e "Sotto il sole di Riccione" e "Il commissario Montalbano". Lo scopo del presente articolo è di indagare il forte impatto del successo cinematografico sulla scelta della meta da parte dei consumatori attraverso la valorizzazione di questi luoghi, mettendo in luce le conseguenze positive e negative.

Parole chiave: Turismo, Cineturismo, Produzioni cinematografiche, Destinazione turistica, Alto Adige, Romagna, Ragusa.

CINETOURISM IN ITALY: THE INFLUENCE OF MOVIES AND TV SERIES IN THE CHOICE OF TOURIST DESTINATION

ABSTRACT:

This article examines the increasing relation between movie productions and choice of the touristic destination. In particular it is focused on the locations in the Italian territory highlighted by movies and TV series that emphasize their notoriety around the world. We chose to deepen three destinations: Alto Adige and Cadore, Romagna (Rimini and Riccione) and Ragusa and surroundings, respectively with "Un passo dal cielo", films by Fellini and "Sotto il sole di Riccione" and "Il commissario Montalbano". The aim of the article is to explore the strong impact of cinematographic success on the choice of the touristic destination by consumers through the enhancement of these places, bringing to light positive and negative consequences.

Keywords: Tourism, Cinetourism, Film production, Touristic destination, Alto Adige, Romagna, Ragusa.

CINETURISMO IN ITALIA: L'INFLUENZA DI FILM E SERIE TV NELLA SCELTA DELLA DESTINAZIONE TURISTICA

Introduzione al Cineturismo

Il Cineturismo è il fenomeno riguardante migliaia di turisti nazionali e internazionali che ogni anno ripercorrono le tracce dei protagonisti dei film e delle serie tv per scoprire i luoghi di alcune scene cinematografiche mozzafiato. Il termine è un neologismo coniato in Italia dal direttore artistico dell'Ischia Film Festival Michelangelo Messina (Festival cinematografico internazionale dedicato esclusivamente alle location del cinema), durante la prima edizione nel 2003.² Film e serie tv hanno portato all'aumento della domanda turistica in diverse città d'Italia, dove sono stati ospitati numerosi set, fungendo da driver in grado di attrarre sempre più visitatori: quattro individui su cinque desiderano visitare i luoghi rappresentati nei film e/o serie tv perché i turisti sono sempre più curiosi di trasformare un viaggio in avventura alla scoperta di luoghi visti sullo schermo.

E' complesso quantificare il fenomeno del Cineturismo ma dai seguenti dati si può vedere che esso ha una profonda incidenza sul territorio: tra il 2003 e il 2004 a Matera grazie a *"The Passion"* vi è stato un incremento del 144% sul turismo; tra il 2014 e il 2016 Ragusa con *"Il commissario Montalbano"* + 48% del turismo; nel 2019 a Napoli (*"Gomorra"* e *"L'amica geniale"*) + 25% del turismo. Il successo de *"L'amica geniale"*, serie tv tratta dal libro best-seller di fama internazionale di Elena Ferrante, ha portato il New York Times a scrivere la rubrica "Cosa fare nella Napoli di Elena Ferrante", a dimostrazione dell'impatto che il fenomeno ha in tutto il mondo.

Anche Verona ha visto nel primo trimestre del 2019 un incremento di quasi il 20% rispetto allo stesso periodo del 2018, grazie alla fiction *"Mentre ero viva"*. La città veneta, con il suo centro storico e le colline dei dintorni, ha fatto da scenario a questa serie di grande successo.³

Non a caso si è scelto di approfondire il fenomeno del Cineturismo proprio in Italia: il nostro Paese vanta una bellezza in grado di lasciare senza fiato i visitatori di tutto il mondo. La meraviglia del nostro territorio è in grado di provocare la cosiddetta Sindrome di Stendhal, uno stato fisico e mentale particolare che sorge dopo aver visto un'opera d'arte; allucinazioni, perdita del senso di realtà e turbamento possono essere scatenati dal contatto con la bellezza, che fa emergere stati psichici più profondi a causa dell'opera o dell'atmosfera tipiche delle nostre città storiche. La sindrome colpisce per lo più visitatori stranieri in quanto gli italiani ne sono continuamente circondati. Questo approfondimento vuole pertanto promuovere maggiore consapevolezza della bellezza che contraddistingue il nostro Paese e fare in modo che si re-impari ad apprezzarla.

L'Alto Adige, la Romagna e la città di Ragusa possono essere considerate tre esempi che attraverso produzioni cinematografiche hanno saputo acquisire una posizione centrale nell'immaginario dei consumatori e influenzare così la scelta della destinazione turistica.

Cineturismo in Alto Adige

Un esempio di Cineturismo in Alto Adige è la serie televisiva *"Un passo dal cielo"*, ambientata nelle zone dell'Alta Pusteria e delle Dolomiti, in particolare il paese di San Candido, il lago di Braies e Braies, le Tre Cime di Lavaredo e San Vito di Cadore.⁴ San Candido è la principale scena del crimine della fiction e ospita la casa di alcuni personaggi; simbolo della serie è poi la casa in legno, icona del Lago di Braies. Sulla scena compaiono ricorrentemente le Tre Cime di Lavaredo, dal 2009 dichiarate Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO⁵; questi luoghi, definiti "assolutamente imperdibili", hanno avuto un impatto rilevante sulla suggestione dei telespettatori. *"Un passo dal cielo"* dalla sesta stagione è stata sottotitolata *"I guardiani"*, qualificandosi come custode dell'integrità ambientale, tema centrale

² https://www.cineturismo.it/index.php?option=com_content&view=article&id=1

³ <https://www.qualitytravel.it/come-il-cineturismo-influisce-sulla-domanda-turistica-in-italia/71222>

⁴ <https://www.vivosuedtirol.com/it/rivista-di-viaggio/un-passo-dal-cielo/>

⁵ <https://www.tre-cime.info/it/alta-pusteria/vacanze-in-alta-val-pusteria/tre-cime-unesco.html>

in tutta la serie tv. Questo aspetto è evidente dal focus degli episodi che, oltre alla risoluzione del crimine, è posto sugli scenari mozzafiato in grado di colpire la sfera emotiva dei telespettatori.

“Una location che consente di intrecciare trame blandamente noir a storie da fotoromanzo, che vorrebbero muoversi tra il divertente e il didascalico, ma non di rado cadono nell’improbabile”.

La sesta stagione della serie tv (andata in onda da aprile a maggio 2021) cambia location passando dall’Alto Adige al Cadore e dintorni.

La scelta di approfondire l’analisi di questa serie televisiva deriva dal successo riscontrato, significativo per la storia della televisione italiana grazie al grande successo raggiunto: dal 2011 va in onda su Rai 1 e ogni settimana raggiunge oltre 7,7 milioni di telespettatori. Una caratteristica sono i paesaggi stupefacenti dell’Alta Pusteria e delle Dolomiti: *“Se la fiction ha grande successo non è solo per la trama o per gli attori ma perchè le location scelte mirano al cuore dello spettatore, ammaliandolo”.*⁶

Il successo ha portato a riconoscere un “Effetto Un passo dal cielo”, come riportato dal Mattino di Padova, che ha visto coinvolta prima l’Alta Pusteria e in seguito il Cadore.

Questa serie tv ha portato, e tuttora porta, il turismo del selfie (appena il tempo di fare una foto e poi ripartire) anche tra i monti: “verso una Cadore *over-turisticizzata* come Venezia” (overtourism: sovraffollamento turistico che influenza negativamente la qualità della vita percepita dai cittadini e/o la qualità delle esperienze dei visitatori⁷). Il consorzio Cadore Dolomiti ha infatti esplicitato di voler incentivare le presenze turistiche estive puntando sul forte richiamo offerto dalla fiction. La 6° edizione ha pertanto spostato il suo set a Pieve di Cadore, contando una media di 5 milioni di telespettatori a puntata che il territorio cadorino mira ad invogliare e trasformare il telespettatore in un “nuovo turista del Cadore”. Questo ha sottolineato l’importanza di poter disporre di materiale ufficiale della fiction, come biglietto da visita per convogliare sul territorio cadorino visitatori da ogni angolo d’Italia. L’idea è quella di affiancare delle installazioni di pannelli promozionali (come quelli installati al Lago di Braies) in modo da creare visite guidate dei luoghi e in modo da poter ripercorrere le tracce dei protagonisti della fiction.

L’idea è dunque quella di attrarre i telespettatori di *“Un passo dal cielo”*, ma come dice il Sindaco di San Vito di Cadore: “Si al turismo ma senza esagerare!” in quanto ciò che sta succedendo a Braies, prima location della serie, ha allarmato gli abitanti della zona. I dati sono chiari: a fronte di 650 abitanti, a Braies ci sono giornate in cui arrivano 15.000 turisti; se in un anno sono 1,6 milioni le persone che trascorrono un paio d’ore in valle, i pernottamenti sono appena 140.000. Ecco allora che si è posta l’esigenza di dire “basta con il turismo mordi e fuggi” che punta solo al selfie sui set televisivi.

Per ovviare al problema, tre imprenditori di Braies hanno presentato un progetto che mira a dissipare queste ondate di turismo “mordi e fuggi” prevedendo la costruzione di diverse infrastrutture: un centro visite all’ingresso della valle dotato di parcheggio, una zona ricreativa sulle rive del rio di Braies e persino una stazione ferroviaria che permetterà di raggiungere la vallata con i treni della linea della Pusteria. Questo permetterà di muoversi in valle a bordo di bus a idrogeno (prodotto in loco grazie a una propria centrale elettrica), sottolineando ancora una volta l’importanza di tutelare l’ambiente naturale. Il centro visite proposto sarà allestito come una struttura museale, destinata a far conoscere il patrimonio naturale delle Dolomiti e della valle di Braies. Si può pensare che sia bene avere tanti turisti, sempre di più e subito, ma il rischio è che passi con la velocità di un selfie e se ne vada; si può puntare invece su un numero sufficiente e motivato di visitatori, il più possibile stanziali, che comunque vengono, si fermano (soggiornando per qualche giorno) e poi tornano.

Il suggerimento che viene dato a i sindaci di San Vito e del Cadore, a seguito di ciò che è successo a Braies, è dunque proprio quello di puntare su due risorse: la valorizzazione del paesaggio e della cultura, facendo sì che il turismo nel Cadore cresca in modo “sano”, basandosi su ciò che il territorio ha da offrire.⁸

Cineturismo in Romagna

⁶ <https://mattinopadova.gelocal.it/regione/2021/05/22/news/nuovo-effetto-un-passo-dal-cielo-la-fiction-lancia-il-turismo-dopo-l-alto-adige-ecco-l-effetto-cadore-1.40301683>

⁷ <https://it.wikipedia.org/wiki/Overtourism>

⁸ <https://ytali.com/2021/05/24/il-cadore-dalla-fiction-allovertourism-il-passo-e-breve/?pdf=120609>

“Cinema? Turismo? Ma sono le nostre due più grandi passioni!”

La Romagna si contraddistingue da sempre per la sua presenza nell’ambito del turismo nazionale e internazionale e il territorio vanta diverse produzioni cinematografiche importanti, che fanno leva sul romanticismo dei luoghi, sulle emozioni e i sentimenti che il luogo riesce ad evocare. Migliaia di persone vengono attratte ogni anno da questa forma di turismo, che permette di rivivere la classica vacanza italiana; sebbene essa non sia del tutto passata di moda, oggi Rimini e Riccione sono totalmente rinnovate grazie all’impronta della modernizzazione. In questo articolo si vuole realizzare una panoramica del Cineturismo del luogo dal passato, con Fellini, al presente, con le recenti produzioni Netflix.⁹

Fellini (Rimini, 1920) ha saputo trasportare la visione privata della città in una dimensione universale e collettiva, definendo Rimini “*un pastrocchio confuso, pauroso, tenero, con questo grande respiro, questo vuoto aperto del mare*”. Nel film *Amarcord* (1973 - Premio Oscar 1975) presenta immagini della città diverse da quelle consuete, come fossero la rielaborazione intima di luoghi dell’anima.

A 100 anni dalla nascita del regista, nel 2020 la città di Rimini ha realizzato un progetto intitolato “*La Rimini di Fellini*” per ripercorrere le tappe più significative della vita personale e cinematografica dell’artista lungo tre direttrici: la città della memoria, del sogno e del cinema.¹⁰ Alcuni luoghi emblematici del percorso sono le piazze del Centro Storico che fanno da sfondo ai film, come Piazza Cavour, Piazza Tre Martiri e Piazza Ferrari, il molo di Rimini, emblema de *I Vitelloni* (1953), il Grand Hotel e la sua suite 316, in cui soggiornava il regista ogni volta che tornava a Rimini, il cinema Fulgor, dove Fellini vide il suo primo film. Il cinema di Fellini è una totale rievocazione della città di Rimini e tutto a Rimini è un’evocazione del cinema di Fellini, come è evidente nel Borgo San Giuliano, in cui passeggiando per le sue piazzette e i suoi vicoli si possono ammirare murales che riproducono scene e personaggi dei suoi film più celebri.¹¹

La proposta offre pacchetti turistici con proposte culturali ed enogastronomiche ed è stata presentata alla Fiera del Cineturismo, tenutasi quell’anno proprio nella provincia romagnola.

Questo progetto di Cineturismo fa parte di un’iniziativa di 11 percorsi che si estendono in tutta l’Emilia-Romagna per celebrare i luoghi di grandi protagonisti della storia culturale, come Pasolini, Guareschi, Don Camillo e Peppone; ciò rappresenta un ulteriore tassello della promozione culturale e turistica del territorio. L’Emilia-Romagna è infatti terra del cinema che ha dato vita a importanti artisti e sceneggiatori nazionali e internazionali e oggi promuovere i luoghi in cui hanno vissuto è un’occasione per visitare queste terre e coniugare ciò con la già ampia offerta gastronomica di cui è capace la regione. Oggi 4 turisti su 10 scelgono l’Emilia-Romagna per un dichiarato motivo di ricerca culturale e riuscire a complementare questa offerta con quella dedicata al turismo tradizionale e di divertimento può dare vita a un mix esclusivo straordinario che può rendere ulteriormente competitiva l’offerta del territorio.¹²

Le recenti produzioni Netflix mostrano invece l’altra “faccia della medaglia”, mettendo in primo piano l’atmosfera di divertimento, relax e svago caratteristica del territorio e più spesso conosciuta. Netflix ha assunto un ruolo fondamentale nella promozione del turismo, in quanto sottolinea l’importanza di investire nelle comunità locali per attrezzarle con competenze e strumenti turistici in modo da avere il necessario per ospitare i cast e le produzioni cinematografiche. Il film “*Sotto il sole di Riccione*” (2020), ispirato alla hit dei “The Giornalisti”, ha visto nella città romagnola 4 settimane di riprese, 25 location coinvolte, 800 comparse impiegate, oltre 2500 pasti; come ha riferito l’Assessore al Turismo della città di allora, Stefano Caldari, il film ha portato “*un ritorno mediatico incalcolabile, una promozione eccezionale in Italia e nel mondo. Inoltre, aver ospitato per un mese intero le riprese ha significato per il territorio un plus significativo, non solo di comunicazione ma anche economico*”. Le case history provano quindi che il cinema è uno dei migliori veicoli di promozione del territorio, capace di generare tramite

⁹ <http://www.mostrabellini.it/il-cineturismo-in-romagna-alla-scoperta-della-riviera-tra-film-e-arte/>

¹⁰ <http://movietravel.org/blog/2019/4/3/rimini-e-fellini>

¹¹ <https://d2fg1aan4gy9m1.cloudfront.net/ert/images/1291/Cineturismo-La-Rimini-di-Fellini-IT.pdf>

¹² <https://www.riminiturismo.it/eventi-notizie/emilia-romagna-nasce-il-cineturismo-scopri-il-cine-itinerario-rimini-dedicato-fellini>

l'indotto una sua crescita complessiva.¹³ L'impatto sul turismo della città è stato immediato: dopo il debutto del film nella primavera 2020, all'inizio dell'estate dello stesso anno sono stati intervistati alcuni albergatori:

"Mi hanno chiamato dal Belgio per prenotare perché avevano visto la versione in inglese del film, noi come Atlantic siamo ripresi nelle prime scene. E' un traino importantissimo". (I. Neri, Hotel Atlantic).

"Occupazione camere che oscilla tra il 70 e l'85% con punte nel weekend che possono anche raggiungere il 90%. Siamo soddisfatti, lavoriamo soprattutto con italiani, anche se in questo momento in hotel abbiamo famiglie dalla Svizzera. Le provenienze restano in percentuale maggiore dall'Emilia, Lombardia, Piemonte e Veneto" (C. Righetti, Hotel Fedora).

"C'è ancora molta concentrazione nel weekend dal 26 giugno, da quando abbiamo aperto, abbiamo comunque recuperato il 70% della clientela. Quest'anno noi vendiamo felicità, le persone vogliono ritornare a vivere dopo quello che hanno passato, c'è fermento e tutto è in ripresa. I miei clienti mi dicono che Riccione così bella come quest'anno non l'avevano mai vista, bello il mare, l'aria, la città. Adesso non dobbiamo mollare, noi romagnoli sappiamo come riprenderci" (M. Pasquini, Hotel Belvedere).¹⁴

E' significativo tenere in considerazione che queste interviste risalgono all'inizio dell'estate 2020, appena terminato il lockdown; questo rende ancora più evidente il forte impatto del film poiché, nonostante le presenze fossero ancora inferiori a quelle cui la città è abituata, in quel periodo questi dati hanno rappresentato un forte segnale di ripartenza.

Cineturismo a Ragusa

A Ragusa il fenomeno del Cineturismo si è affermato grazie alla serie televisiva *"Il commissario Montalbano"*, andata in onda in più di 20 Paesi tra il 1999 e il 2021 sulla Rai e ispirata agli omonimi romanzi di Andrea Camilleri. L'ambientazione è la Sicilia, in particolare la città di Ragusa e i suoi dintorni; i luoghi della serie tuttavia non sempre corrispondono a quelli reali. Il protagonista è Salvo Montalbano, commissario di polizia che in ogni puntata svolge indagini riguardanti un diverso omicidio e il conseguente arresto, crimini mafiosi e rapimenti.¹⁵ Da scenario, le bellezze paesaggistiche, l'architettura delle antiche città della zona, borghi, palazzi d'epoca e svolgono un ruolo da protagonista anche le tradizioni enogastronomiche locali.

La serie ha portato un incremento dei flussi turistici nel sud-est della Sicilia (Noto, Ibla, Scicli, Modica, arte tardo-barocca della Val di Noto, patrimonio UNESCO)¹⁶. L'aumento annuo del flusso turistico è del 12-14%. Il numero di agriturismi nella zona è aumentato notevolmente: nel 2001 erano 65, nel 2021 2900.¹⁷ I dati IDT (Indice di Densità Turistica), ISPT (Indice di Specializzazione Turistica) e IST (Indice di Sviluppo Turistico) dimostrano il forte impatto della serie sulla scelta turistica, tanto che si parla in questo caso di "Effetto Montalbano".

¹³ <https://www.comune.riccione.rn.it/Terminate-le-riprese-del-film-Sotto-il-sole-di-Riccione-Numeri-e-curiosita>

¹⁴ <https://www.altarimini.it/News136803-sotto-il-sole-di-riccione-grazie-al-film-grande-ricaduta-turistica-e-hotel-a-luglio-pieni-al-70o.php>

¹⁵ <https://www.repubblica.it/serietv/schede/il-commissario-montalbano/5479/>

¹⁶ <https://www.siciliapreziosa.it/cinema-e-tv/posti-luoghi-dove-girato-commissario-montalbano/>

¹⁷ <http://www.televideo.rai.it/televideo/pub/articolo.jsp?id=13441>

Tab. 2
Indici turistici per la provincia di Ragusa, la Sicilia e l'Italia.

LUOGO	ANNO	IDT	ISPT	INDICE A	INDICE B	IST
Ragusa	1990	71.69	1.57	0.67	0.84	0.76
	1995	74.21	1.45	0.65	0.77	0.71
	2000	106.75	2.30	0.69	0.86	0.77
	2005	128.05	2.49	0.77	0.91	0.84
	2008	124.66	2.45	0.76	0.89	0.82
Sicilia	1990	106.29	1.86	0.54	0.42	0.48
	1995	113.45	1.87	0.51	0.37	0.44
	2000	153.95	2.69	0.58	0.45	0.52
	2005	167.39	2.74	0.57	0.45	0.51
	2008	163.54	2.77	0.52	0.44	0.48

Tabella 1: Indici turistici per la provincia di Ragusa e Sicilia¹⁸

La città è diventata quasi un set cinematografico e il suo fascino permette di essere catapultati nell'atmosfera della serie. Tra gli obiettivi vi è anche il desiderio di far scoprire una zona meno nota della Sicilia, infatti nel 2002 l'arte tardo-barocca della Val di Noto è stata riconosciuta Sito UNESCO. La serie è diventata ambasciatore del turismo in Sicilia, in 20 anni le presenze sono infatti aumentate del 35% circa; nel ragusano il fenomeno è ancora più evidente, con un aumento dell'85% delle presenze. Rosario Dibennardo, presidente della Federalberghi Ragusa, ha dichiarato che *“La televisione è stato il traino che ci ha consentito di arrivare oggi a 12mila posti letto alberghieri”*.¹⁹

SICILIA	Presenze	Arrivi
1998	Circa 11 milioni	Quasi 3,5 milioni
2018	Circa 15 milioni	Quasi 5 milioni
Crescita	35%	45%
Ragusano	Presenze	Arrivi
1998	612 mila	129 mila
2018	1 Milione 137 mila	312 mila
Crescita	85%	141%

Tabella 2: Presenze e arrivi in Sicilia e nel Ragusano²⁰

¹⁸ <https://www.ledonline.it/Rivista-Scienze-Turismo/Allegati/RST-III-1-Magazzino.pdf>

¹⁹ <https://www.wired.it/economia/business/2019/07/20/montalbano-camilleri/>

²⁰ <https://focusicilia.it/turismo-ragusa-20-anni-effetto-montalbano-camilleri-sicilia/>

Flussi turistici 1998-2018 nel Ragusano

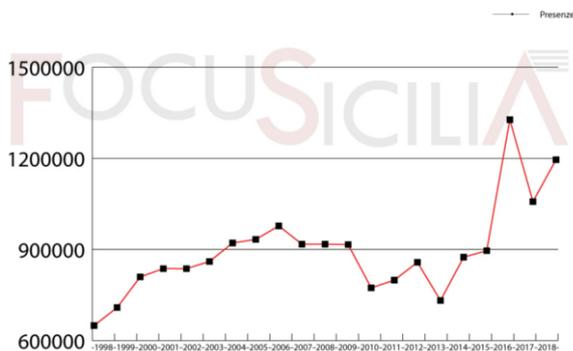


Grafico 1: flussi turistici nel Ragusano²¹

Lo sviluppo del fenomeno ha portato alla nascita di agenzie turistiche specializzate nel proporre tour guidati alle mete in cui sono state girate famose scene cinematografiche, ad esempio a Punta Secca è possibile alloggiare nella dimora fittizia del personaggio; questa tendenza, definita Film Induced Tourism, nasce dal desiderio dei visitatori di immedesimarsi nel personaggio, mangiare dove mangia lui e visitare i luoghi in cui è stato lui. Questo trend emergente condiziona profondamente il settore turistico, per quanto riguarda sia la destinazione sia le strutture ricettive. Questo ha portato però in Sicilia anche conseguenze negative, in quanto la discrepanza tra i luoghi dei romanzi e quelli reali (Camilleri scrive di Vigata, città immaginaria che dovrebbe corrispondere alla città natale dell'autore, Porto Empedocle) porta talvolta scontento nei visitatori, che una volta arrivati sul luogo sono impossibilitati a vedere ciò che si aspettavano. Con la morte di Camilleri nel 2019, a Ragusa è sorta grande preoccupazione perché ci si è interrogati sulle sorti del turismo sul luogo, visto che non vi saranno più nuovi episodi di “*Il commissario Montalbano*” ad appassionare il pubblico.

Conclusioni

Questo articolo ha voluto analizzare il forte impatto che le produzioni cinematografiche hanno sulla scelta della meta turistica, concentrandosi sul territorio italiano e, nello specifico, tre destinazioni in cui gli effetti del Cineturismo sono particolarmente evidenti. Quanto emerso è anche opportunità per riflettere sulla bellezza dei luoghi italiani, che attira turisti da tutto il mondo e che è importante saper valorizzare e riconoscere. Nonostante le evidenti conseguenze positive, il fenomeno non è esente da aspetti negativi.

i) Vantaggi

Tra gli effetti positivi, è possibile riscontrare la facilità e la rapidità nella scelta della destinazione turistica grazie all'empatia che si viene a creare con i personaggi delle serie TV e dei film. L'esposizione delle piccole città e borghi, che fino a quel momento erano sconosciuti, rende questi attraenti agli occhi dei consumatori, attivando in loro scelte che altrimenti, probabilmente, non sarebbero state prese. Il fenomeno spesso porta riscontro positivo non solo nella città coinvolta, ma anche nei luoghi limitrofi o addirittura nell'intera regione. Nonostante possa sorgere talvolta malcontento nei residenti a causa della forte presenza di turisti, anche gli abitanti giovano in molti casi dei miglioramenti delle infrastrutture della città e del potenziamento della viabilità, oltre che, come si evince dai dati sopra riportati, un notevole aumento di posti di lavoro.

ii) Svantaggi

Se da un lato il turismo porta numerosi benefici, dall'altro l'eccessiva presenza di visitatori può provocare overtourism, portando disequilibrio nella capacità di carico della località. Come accennato in precedenza, accade che i luoghi riportati nelle produzioni cinematografiche non corrispondono a quelli reali; talvolta gli scenari sono inventati e questo provoca delusione nei visitatori che si recano

²¹ <https://focusicilia.it/turismo-ragusa-20-anni-effetto-montalbano-camilleri-sicilia/>
TURISMO E PSICOLOGIA, 15(1), 2022

sul luogo, altre volte le location situate nella serie in una determinata città si trovano in realtà in un'altra e questo porta a una deviazione del flusso turistico presso un'altra località. In entrambi i casi nei turisti si genera un forte senso di insoddisfazione e delusione. Spesso i luoghi rappresentati non sono più opportunità per accrescere la propria cultura ma diventano esperienze prefabbricate al fine di gratificare le aspettative dei turisti; questo porta alla mancanza di autenticità, esasperando il tutto in corrispondenza del film.

La gestione dei rapporti tra turisti e residenti non è poi sempre di facile gestione e talvolta genera conflitti: la relazione tra i due gruppi è spesso percepita in ottica strumentale da parte dei residenti, che percepiscono i turisti positivamente in quanto fonti di incremento dei redditi e di più opportunità lavorative, i rapporti sono quindi raramente marcati da colorazioni affettive, spesso vi è distanza sociale e stereotipizzazione. L'interazione è infatti transitoria e limitata nel tempo e nello spazio, non si svolge su un piano di uguaglianza e manca di spontaneità: la cultura ospitante attua meccanismi di auto-protezione per isolarsi rispetto all'invasione del turismo.²² Alla luce di ciò, è importante una corretta gestione dell'interazione tra la natura del cambiamento e la capacità, abilità, forza della cultura ospitante, poiché esse influenzano l'impatto del turismo, fonte preziosa di cambiamento.

BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

- Maeran, R. (2009). *Psicologia e turismo*. Roma-Bari: Laterza.
<https://www.altarimini.it/News136803-sotto-il-sole-di-riccione-grazie-al-film-grande-ricaduta-turistica-e-hotel-a-luglio-pieni-al-70o.php>
https://www.cineturismo.it/index.php?option=com_content&view=article&id=1
<https://www.comune.riccione.rn.it/Terminate-le-riprese-del-film-Sotto-il-sole-di-Riccione-Numeri-e-curiosita>
<https://d2fg1aan4gy9m1.cloudfront.net/ert/images/1291/Cineturismo-La-Rimini-di-Fellini-IT.pdf>
<https://focusicilia.it/turismo-ragusa-20-anni-effetto-montalbano-camilleri-sicilia/>
<https://www.ledonline.it/Rivista-Scienze-Turismo/Allegati/RST-III-1-Magazzino.pdf>
<https://mattinopadova.gelocal.it/regione/2021/05/22/news/nuovo-effetto-un-passo-dal-cielo-la-fiction-lancia-il-turismo-dopo-l-alto-adige-ecco-l-effetto-cadore-1.40301683>
<http://www.mostrabellini.it/il-cineturismo-in-romagna-alla-scoperta-della-riviera-tra-film-e-arte/>
<http://movietravel.org/blog/2019/4/3/rimini-e-fellini>
<https://www.qualitytravel.it/come-il-cineturismo-influisce-sulla-domanda-turistica-in-italia/71222>
<https://www.repubblica.it/serietv/schede/il-commissario-montalbano/5479/>
<https://www.riminiturismo.it/eventi-notizie/emilia-romagna-nasce-il-cineturismo-scopri-il-cine-itinerario-rimini-dedicato-fellini>
<https://www.siciliapreziosa.it/cinema-e-tv/posti-luoghi-dove-girato-commissario-montalbano/>
<http://www.televideo.rai.it/televideo/pub/articolo.jsp?id=13441>
<https://www.tre-cime.info/it/alta-pusteria/vacanze-in-alta-val-pusteria/tre-cime-unesco.html>
<https://www.vivosuedtirol.com/it/rivista-di-viaggio/un-passo-dal-cielo/>
<https://it.wikipedia.org/wiki/Overtourism>
<https://www.wired.it/economia/business/2019/07/20/montalbano-camilleri/>
<https://ytali.com/2021/05/24/il-cadore-dalla-fiction-allovertourism-il-passo-e-breve/?pdf=120609>

²² Maeran, R. (2009). *Psicologia e turismo*. Roma-Bari: Laterza.
TURISMO E PSICOLOGIA, 15(1), 2022