

UNA CITTÀ, UN SET

BRINDISI DA PROMUOVERE

PIÙ TURISMO

Ogni anno, nel mondo, sono circa cento milioni i viaggiatori, soprattutto americani e inglesi, che visitano luoghi e città del cinema

DATI UFFICIALI

Città della Pieve nel 2001, primo anno della messa in onda di «Carabinieri», ha visto una crescita del 20% delle presenze

Idea! Via al cine-turismo

Sottoscritto un protocollo d'intesa fra Comune e Confindustria

FRANCO DE SIMONE

● La valorizzazione turistica del territorio, attraverso la promozione dell'industria cinematografica: ecco l'idea nata, proposta e sviluppata dalla dott.ssa **Natalia Cucci**, della direzione di Confindustria Brindisi, sposata subito dal presidente di Confindustria Brindisi, **Giuseppe Marinò**, divenuta un protocollo di intesa con il Comune capoluogo, non appena è stato messo al corrente il sindaco **Mimmo Consales**. L'atto è stato sottoscritto ieri a Palazzo Nervegna.

Nel corso dell'incontro è stato evidenziato come il cinema, oggi più che mai, rappresenti una vetrina importante per i luoghi che

ospitano i set cinematografici. Basti pensare che ogni anno, nel mondo, sono circa cento milioni i viaggiatori, soprattutto americani e inglesi, che visitano luoghi e città sul filo delle memorie e delle suggestioni del cinema. Dieci milioni di visitatori solo in Italia.

«Il binomio cinema - turismo può diventare un importante ed efficace mezzo di sviluppo economico - ha affermato il sindaco **Mimmo Consales** -. Da sempre, infatti, l'industria cinematografica rappresenta un notevole impulso per il territorio, tanto più perché i paesaggi che fanno da sfondo ai film affascinano a tal punto che molto spesso inducono i turisti a recarsi in visita alle location cinematografiche e televisive. Un fenomeno in grande

crescita che conferma la voglia di viaggi sui luoghi dei set cinematografici. La Puglia in generale - ed il territorio di Brindisi in particolare - è ancora più esposto ai riflettori di tutto il mondo, confermandosi "set privilegiato" delle produzioni cinematografiche. Negli ultimi anni, infatti, sono numerose le pellicole che sono state girate nei nostri luoghi più belli e suggestivi. Ed il cinema rappresenta senza dubbio un'importante vetrina per far conoscere i posti dove sono stati girati i film. Va da sé, tuttavia, che i turisti sarebbero ancora più motivati a scegliere la città di Brindisi se fossero offerte loro una serie di agevolazioni logistiche. Il fine del protocollo è quello di coordinare azioni comuni per incentivare le società di

produzione cinematografiche ad effettuare riprese da noi, offrendo loro una serie di servizi, al fine di promuovere l'immagine della città in Italia ed all'estero. Bisogna diversificare l'offerta turistica, puntando a catturare altre presenze oltre a quelle estive».

Le produzioni cinematografiche potrebbero essere più motivate a scegliere la città di Brindisi se solo fosse offerta loro una serie di agevolazioni logistiche. Per incentivare le riprese nel nostro territorio, di determinate location per spot pubblicitari, fiction e film, sarà a disposizione delle società di produzione cinematografiche un link sul sito del Comune sul quale poter visionare foto, planimetrie ed ubicazione dei luoghi già autorizzati per l'utilizzo.

L'INIZIATIVA CHE PIACE A MOLTI

L'ok di Apulia film commission

«L'Apulia Film Commission - ha affermato **Carmelo Grassi**, presidente del Teatro Pubblico Pugliese, nonché direttore artistico del Teatro Verdi di Brindisi, presente all'incontro di ieri -, si è detta disponibile all'iniziativa che Comune e Confindustria propongono. Non solo perché Brindisi ha dei bellissimi scorci da proporre, ma anche perché sono molto interessanti. Ma quest'idea si apre anche ai privati che potranno mettere a disposizione ville e giardini, come hanno fatto in altre realtà».





CONFERENZA STAMPA Presentata ieri l'idea progetto



CASTELLO ROSSO Ha meravigliosi interni per un set

**DUE
SPLENDI
SCORCI
DELLA
CITTÀ** Piazza
Duomo con
gli edifici
storici che si
affacciano
sull'area e
piazzetta San
Giovanni al
Sepolcro sono
splendidi set
[foto Gioia]



Confindustria Marinò: Quei dati che ci hanno convinto

■ «Apprendere da studi qualificati che ogni anno nel mondo ci sono oltre cento milioni di viaggiatori che visitano luoghi e città sul filo delle memorie e delle suggestioni del cinema, ci ha indotto a proporre al Comune la condivisione dell'idea del lancio del turismo cinematografico e, quindi, la sottoscrizione del protocollo. Basti pensare che nel primo anno di messa in onda della fiction «Elisa di Rivombrosa!», il piemontese castello di Agilè ha decuplicato il numero dei visitatori, così come Città della Pieve che nel 2001, primo anno della messa in onda di «Carabinieri», ha visto una crescita del 20% delle presenze.

Ma l'esempio più eclatante è quello della pellicola di Mel Gibson «La Passione» che ha rilanciato la Città dei Sassi, rendendo la location tappa di pacchetti turistici a tema. Un business che ha riversato nelle casse del territorio materano 32 milioni di euro. Ritengo sia utile evidenziare che studi di mercato sul cineturismo dimostrano che, per ogni euro investito nella produzione, il territorio ne ottiene 32, e che ogni settimana di lavoro sul set ha una ricaduta sul territorio pari a 300 mila euro. Gli effetti del cinema sul territorio, infatti, non producono solo indotto in termini di presenze turistiche.

Bisogna considerare anche il giro di affari prodotto dalle troupe, spesso costituite da centinaia di persone che si stabiliscono nel luogo del set cinematografico per periodi di tempo più o meno lunghi, aumentando l'occupazione alberghiera e le presenze nei ristoranti oltre a tutti i servizi collaterali».