

# Policoro Da "Basilicata coast to coast" alle sinergie dell'Apulia film commission Le immagini aiutano il turismo

Alla Summer School di Marinagri il legame tra audiovisivi e promozione

POLICORO - Alle "battute" finali la Summer school su "Il cineturismo come opportunità di Marketing Territoriale per lo sviluppo locale", organizzata dalla Fondazione Eni Enrico Mattei in partnership con il Gruppo 24 ore.

Ieri mattina, la quarta giornata su: "L'importanza del cinema per la comunicazione del territorio"; questa mattina, invece, la fase conclusiva, su: "Il Cinema, i media e il rapporto con il territorio". Lo svolgimento, come le altre due giornate, nella location del complesso turistico di "Marinagri". Impronta della giornata, guidata dalla coordinatrice, delegata Ferpi cultura, Elisa Greco, l'influenza del cinema nella scelta di una destinazione di viaggio».

A parlarne Alessandro Biasi, direttore marketing "Hotelplan" Italia, ad oggi tra i più importanti tour operator a livello internazionale. Proprietario di quattro famosi marchi dell'industria turistica, oltre al brand "Hotelplant, Turisanda, Tclub e Scretsline". «Tra le forme promozionali - ha spiegato Biasi - sicuramente il cinema ha delle ricadute effettive sulla destinazione, anche se il ritorno sugli investimenti non è di facile determinazione». Un esempio di mezzo audiovisivo utilizzato da Hotelplan è sicuramente il format televisivo "Donna Avventura", mandato in onda su Rete4, di cui Hotelplan è sponsor e partner logistico. Il pro-



La Summer School a Policoro

gramma televisivo è nato proprio per dare visibilità a delle destinazioni turistiche. «Infatti - ha rimarcato Biasi - il cinema è un mezzo per arrivare a spingere un brand e una destinazione turistica. Si parla di "turismo indotto dall'audiovisivo" - ha spiegato, invece, il docente a contratto dell'Università degli Studi della Basilicata, Roberto Carella - Per descrivere influenza che i prodotti audiovisivi esercitano sui comportamenti di scelta, acquisto e consumo di prodotti turistici. Le immagini dei luoghi che raggiungono lo spettatore durante la visione di un audiovisivo possono catturarlo, incuriosirlo, spingerlo al desiderio di conoscere

o visitare quei luoghi». Un breve inquadramento turistico della regione Puglia e una presentazione della strategia di governance della nuova agenzia regionale del turismo "Pugliapromozione" finalizzata a strutturare un'offerta integrata e più in linea con le nuove tendenze del mercato turistico", è stato fatto dal funzionario direttivo dell'Osservatorio e destination audit Pugliapromozione, Livio Chiarullo: «Tra gli strumenti funzionali alla promozione turistica, anche la Puglia - ha affermato Chiarullo - riconosce al cinema e agli eventi in generale una notevole potenzialità in termini di visibilità, soprattutto rispetto ai merca-

ti internazionali. Ciò è alla base della sinergia che si è venuta a creare tra Regione Puglia, che definisce gli indirizzi di policy, Pugliapromozione, che attua strategie di promozione e Apulia Film Commission che sostiene e incentiva l'audiovisivo come strumento di marketing territoriale. L'Apulia Film Commission - ha aggiunto e l'offerta di servizi gratuiti indispensabili alle produzioni cinematografiche e audiovisive, a oggi ha sostenuto più di 160 produzioni, anche internazionali».

A testimoniare l'importanza che ha avuto l'effetto trainante di "Basilicata Coast Coast" sul turismo, il ristoratore Franco Lupoli di Scanzano Jonico, titolare della "Tavernetta del Barone", situata nella piazza dove sono state girate le ultime scene del film di Rocco Papaleo. Un esempio virtuoso di come utilizzare la visibilità del cinema per la promozione territoriale. Lupoli, nell'ottobre del 2011, grazie sempre all'onda del film, ha organizzato l'itinerario di Basilicata coast to coast in Fiat 500 auto d'epoca, riscuotendo un notevole successo di partecipazione. A chiudere l'intenso workshop, la giornalista Luigia Ierace, sull'interessante "Rapporto dei Media con il territorio". Diversi gli input lanciati dalla cronista ai giovani corsisti, iniziando dal rapporto tra "Energia e Ambiente".

Angela Pepe

