

# Territorio Aaa scoperta del Ticino attraverso film e fumetti

Il nostro cantone ha da sempre fatto da sfondo a tavole, corti e lungometraggi  
Ora si vuole consolidare una tendenza grazie a eventi mirati e alla Film Commission

Il genere umano si è sempre trovato confrontato con luoghi inesistenti, irraggiungibili eppure così vicini a noi: il paese di Bengodi, la città della Cuccagna, Atlantide... Mità propugnati dalla letteratura su cui anche Umberto Eco ha scritto di recente un bel saggio («Storia delle terre e dei luoghi leggendari», Bompiani). Il fenomeno è presente anche nei fumetti, nelle serie televisive e al cinema. Chi sa indicare su una mappa la Metro-polis di Superman? Dove si trova «Twin Peaks», dell'omonimo telefilm? E la californiana Hill Valley di «Ritorno al futuro»? In altri casi si attinge dal reale, trasformando una città come New York nella residenza di personaggi fittizi come «Il Gattopardo», Rachel e Ross di «Friends», Vito Corleone. Una commistione tra realtà e fantasia che accende il fascino della metropolitica e permette anche al turista di sentirsi in casa sua.

FOTO DI  
MARTHA BERTOLINI

Il collegamento tra il mondo dei comici e località realmente esistenti è presente anche in Ticino, seppur in misura minore. Le città del nostro cantone erano ospitate diversi eroi dei fumetti, negli scorsi anni: da Nathan Never a Dylan Dog passando per Martin Mystère, Diabolik e Dago. Buona parte di questi nomi sono legati a doppio filo con la Uchronia Comics Convention, che quest'anno al Castelgrande di Bellinzona festeggia la sua quinta edizione (leggì box) e inaugura allo stesso tempo una mostra del fumetto nelle sale espositive di Sasso Corbaro, aperta sino al 22 giugno. Tra le tavole esposte, molte hanno come protagonisti i merli e le mura dei tre castelli bellinzonesi, patrimonio dell'Unesco. Il fumetto Fabio Romiti, ideatore e organizzatore dell'evento, ha così dato modo al Ticino di diventare protagonista di tavole che so-

Il Locarnese ospiterà una produzione svizzero-tedesca già alla ricerca di compratore

litamente rappresentano luoghi immaginari, o comunque lontani dalla nostra realtà. Basta dare una rapida occhiata al sito [www.uchronia.ch](http://www.uchronia.ch) per apprezzare i disegni in cui Dago cavalca lungo le acque del Ceresio e sui territori di Locarno, oppure il bacio tra Diabolik e Eva Kant in «C'è un Bellinzona» e l'orda di morti viventi all'inseguimento di Dylan Dog, rifugiato a Castelgrande. Fumetti che portano i lettori a conoscere il Ticino, ad abbracciare visivamente un territorio che anche in questo settore può attrarre e affascinare. Fumetti che portano a nuovi fumetti, come il personaggio del volpino Melandrin protagonista di un'avventura inedita nella «Turlita» presentata proprio quest'weekend.

## Attirare registi di metà mondo

Il medesimo concetto è applicabile anche in campo cinematografico. Da un punto di vista geografico, l'arrivo degli artisti di casa nostra che hanno scelto il cantone per ospitare le gesta dei loro personaggi, dai romanzi del filosofo svedese Andrea Franzoni (alcuni tradotti anche in tedesco e in russo) al primo lungometraggio di Niccolò Castellì, «Tutti giù dal fronte», ospitare le troupe straniere e fornire loro location suggestive,



Il viaggio. Sopra, Dago si affaccia sul Luganese del XVI secolo. A destra, il volpino Melandrin riflette sul suo prossimo colpo a Bellinzona, un fumetto inedito per la quinta edizione dell'Uchronia Comics Convention. (Foto Uchronia.ch)

assistenza e supporto permette al Ticino di promuovere i canali differenti da quelli tradizionali. Anziché pianificare campagne promozionali o strategie pubblicitarie all'estero, entrare a far parte di un grosso film - anche se solo a livello di scenario - apre nuove strade alla promozione del territorio, spesso anche verso mercati emergenti come Bollywood e (di conseguenza) l'India. Solo negli ultimi anni il nostro cantone ha ospitato due importanti produzioni cinematografiche. La prima è stata il lungometraggio etnico-tedesco «I fratelli neri», diretto dal premio Oscar Xavier Koller. Basato sul romanzo di Lisa Tetzner, il film presenta diverse scene am-



## Set internazionali

Ospitare produzioni cinematografiche mondiali favorisce la promozione del territorio sui mercati emergenti, come quello di Bollywood e dell'India

bientate nelle valli del Locarnese per raccontare le storie di quei bambini che, poco più di un secolo fa, erano obbligati a emigrare in nord Italia per lavorare come spazzacamini. Il secondo set è stato quello di «Dhoom 3», atteso blockbuster indiano girato in parte sulla diga della valle Verzasca nell'aprile 2013. I lavori in Ticino sono durati due settimane e hanno portato dalle nostre parti 80 persone tra attori, professionisti e tecnici. Il lungometraggio ha sbancato i botteghini indiani nel dicembre dello stesso anno, portando la valle locarnese su migliaia di grandi schermi del Paese asiatico.

## Instaurare una tradizione

Forti di un evento di grande richiamo come il Festival del film di Locarno, le autorità politiche ticinesi sono chiamate quest'anno a sposare il progetto di un cantone sempre più a vocazione cinematografica: la Ticino Film Commission. All'origine ci sono quattro enti: il già citato Festival di Locarno, l'ente ticinese per il turismo, il Gruppo registi e sceneggiatori indipendenti della Svizzera italiana e l'Associazione film e audiovisivi Ticino (AFAT). Dopo l'avallo da parte del Consiglio di Stato per il versamento di un sussidio a fondo perso di poco meno di due milioni di franchi, questa settimana la Commissione della gestione e delle finanze ha approvato il rapporto sul messaggio, la palla passa quindi al Gran Consiglio, che dovrà decidere sul via libera al finanziamento. L'obiettivo è quello di fornire una serie di incentivi che spingano sempre più produttori a muoversi e lavorare nel nostro cantone. Già a partire dagli enti che ne fanno parte, è chiara l'ambizione della Ticino Film Commission sul medio-lungo termine: creare collaborazioni importanti con i

## OGGI E DOMANI

### A Bellinzona un programma ricco di eventi

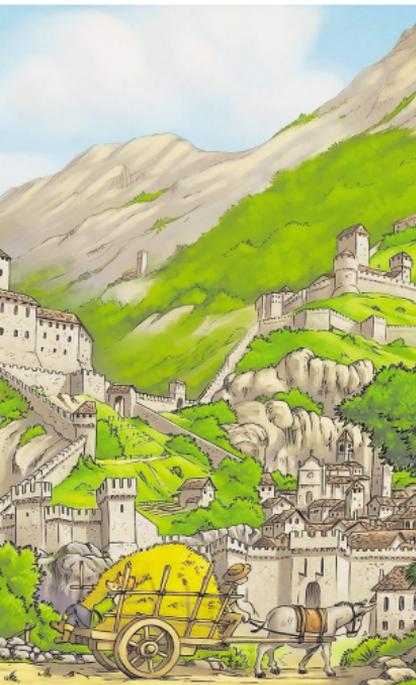
La quinta edizione della Uchronia Comics Convention si svolgerà oggi e domani all'interno di Castelgrande, a Bellinzona, dalle 10 alle 18. Il ricco programma di eventi si apre stamattina con... un regalo: ai primi 50 visitatori sarà regalato l'album a edizione limitata «Cronache di Uchronia», con un inedito capitolo di Dago a Bellinzona; segue alle 11 la conferenza su «Bibbia, hamburger e barboni» con protagonisti Marco Villa, Giovanni Ripano ed Ennio Buffi. Alle 14 si parlerà invece di «Vampiri e gatti» con Fabrizio Ambo, direttore di Bampyr per la Sergio Bonelli Editore. Alle 15 si indagherà su Diabolik e il suo colpo a Bellinzona in compagnia di Daniele Stettini, Beniamino Deleoceto e Danilo Antonioni. Melandrin, mentre alle 16 entreranno in scena il nuovo, la bella, il malandrin-presentato da Clot, Francesca Urbini e Alex Dante, mentre alle 18 entreranno in scena il nuovo, la bella, il malandrin-presentato da Clot, Francesca Urbini e Alex Dante, mentre alle 18 entreranno in scena il nuovo, la bella, il malandrin-presentato da Clot, Francesca Urbini e Alex Dante. La giornata di domenica è inaugurata alle 10.30 da una colazione in compagnia di Dylan Dog e degli autori che ne hanno disegnato le gesta: Giovanni Frehner e Alessandro Bigamini, assistiti da Alex Dante; nel pomeriggio si terrà il colloquio (alle 14) con Massimo Bonfatti, già editore (tra gli altri) di Catwib e Lupo Alberto. Chiude il programma la conferenza «Yes, Willer, dai canyon alle Alpi» (alle 15) in cui Alessandro Piccinelli parlerà della sua esperienza alla Sergio Bonelli Editore in compagnia di alcuni ospiti.



professionisti del settore audiovisivo locale, generare un indotto degno di nota per le regioni coinvolte e valorizzare la cultura e l'immagine turistica del territorio. Il tutto a beneficio del tessuto socio-economico ticinese.

## In preparazione a Locarno

Intanto, il Ticino si prepara ad accogliere un'altra produzione della Svizzera tedesca. Prodotto dalla zurighese Vega Film AG (Rudolf Waldhuter) e coprodotto dalla Radiotelevisione svizzera (RSR), «Vecchi pazzi». Si vive una volta sola - narnerà le gesta di Viki, una diva milanese costretta dalla figlia a ricoverarsi in Ticino a causa della sclerosi multipla. Qui incontrerà Aldo, vicino di stanza e proprietario di un locale da ballo scalatinato che le darà la possibilità di tornare a calcare le scene. Le riprese si terranno nelle prossime settimane nel Locarnese e la produzione è già alla ricerca di compratore (vd. pagina 13 di questa edizione del CdT). Oltre all'immagine del territorio, insomma, anche gli attori ticinesi possono superare i confini cantonali e dare la loro su altri mercati cinematografici.



**IN VISITA** Diffondere i panorami ticinesi nel mondo artistico può portare più turisti a conoscere i luoghi di casa nostra, come il lago di Lugano. (Foto Cdf)



**DA ORIENTE** «Solo grazie alla capacità di ascolto sarà possibile adattarsi ai nuovi flussi del turismo». (Foto Cdf)

## L'esperto «Le immagini sono il mezzo più potente»

Claudio Visentin studia il modo in cui siamo visti dall'estero

«Il Canton Ticino visto dagli altri. L'immagine del territorio nelle guide turistiche internazionali. È questo il titolo della pubblicazione che il professor **Claudio Visentin** (che insegna Storia del turismo all'Università della Svizzera italiana) diede alle stampe sette anni fa, per i tipi di Giampiero Casanandrea editore. Una panoramica che, unita al lavoro con gli studenti di master in International tourism, gli ha permesso di farsi un'idea più precisa del nostro territorio sul mercato internazionale. «In quell'occasione arrivai a una conclusione di fondo: il Ticino è il più diverso tra i cantoni svizzeri. Questo è un punto di forza, se si considera che è scelto come destinazione da chi ritorna, da chi la Svizzera l'ha già conosciuta. Però è anche un punto di debolezza, perché non rappresenta la Confederazione nella sua essenza».

Eppure in questi anni alcune cose sono cambiate. Prima tra tutte, la decisione di istituire una Film Commission in grado di portare il Ticino sui grandi schermi di Paesi anche molto lontani. Una scelta giusta?

«Una scelta molto giusta, perché rispecchia l'evoluzione di come si forma l'immaginario collettivo. Un tempo erano sufficienti la letteratura e l'opera di Hermann Hesse per instillare nel lettore un'idea del nostro territorio; oggi viviamo in un mondo più tecnologico e visuale in cui sono fondamentali le immagini».

**Qual è il medium di riferimento?**

«Sicuramente i film, sono loro i grandi motori dell'immaginario collettivo della società moderna. Pensiamo al mito del viaggio on the road da parte di una donna, alimentato dal film *Margie*, pregio, ama interpretato da Julia Roberts, oppure all'aura acquisita dalla Toscana nella mente degli anglosassoni dopo l'uscita di *Il paziente inglese*. Sono stati tutti importanti veicoli di un messaggio che è presente ancora oggi, nelle nostre teste».

**E per quanto riguarda i fumetti?**

«È un medium che sta rivivendo sotto nuove forme, come quella della *graphic novel*. Il formato di nuova generazione si rivolge soprattutto a un pubblico di età compresa tra i 20 e i 30 anni e può giocare un ruolo importante nel coinvolgere i più giovani».

**Se si parla dell'immagine che il Ticino trasmette all'estero, non si può non parlare di turismo. A quali conclusioni era giunto nella sua ricerca, sette anni o so no?**

«La prima cosa da dire è che non esiste più un turismo complessivo, cioè com-

posto da turisti che visitano il nostro cantone per viverlo in ogni sua sfaccettatura. Spesso si orientano in base a questo o quell'evento e raramente hanno il tempo o la voglia di vedere qualcosa d'altro. Per fare un esempio: chi viene al Festival del film di Locarno difficilmente si sposterà nel Mendrisiotto per scalare il Monte San Giorgio».

**Bisognerebbe quindi puntare su una decina di attrazioni e focalizzarsi su quelle?**

«Non direi, perché ho sempre più dubbi sulla possibilità da parte degli operatori di influenzare le masse e le loro destinazioni. E poi oggi tutto cambia così rapidamente che è difficile capire quale sarà il mercato di riferimento per il prossimo anno o quello dopo ancora. Una situazione positiva, dopo tutto, perché permette al Ticino di confrontarsi sempre con nuovi mercati e nuove potenzialità».

**Come è cambiato il modo di porsi di fronte al turista straniero? Come si può fare per attrarlo a trascorrere le proprie vacanze in Ticino?**

«Anche da questo punto di vista ci sono stati importanti cambiamenti. In passato venivano intavolate poderose campagne di marketing, è vero, ma oggi difficilmente questa strategia porterebbe ai risultati. La spiegazione è semplice: la comunicazione non è più unilaterale come un tempo in cui noi parla-

vamo agli operatori turistici (o ai turisti stessi) e cercavamo di convincerli a stare da noi. Oggi è subentrato un dialogo, una partecipazione attiva da parte dei turisti sul Web che richiede tutta una serie di capacità nuove».

**Per esempio?**

«La capacità di ascolto è fondamentale. Bisogna sempre prestare ascolto alle opinioni degli ospiti, anche quando queste vengono diffuse via Internet. Inoltre è necessario mostrare flessibilità, elasticità ed efficienza nel reagire a questi commenti. Un buon rapporto coi clienti è fondamentale per adattarsi all'evoluzione del mercato ed essere pronti ai suoi conseguenti cambiamenti».

**Lei ha citato Internet, uno strumento che negli ultimi anni ha rivoluzionato la nostra società e il settore turistico ticinese. Tuttavia, a livello locale, il «divario digitale» che separa alberghi, ristoranti e musei attivi sul Web da chi non ha nemmeno un sito online è ancora grande.**

«La rivoluzione digitale è così ampia ed epocale che faticiamo a vederne anche solo i contorni. Le nuove tecnologie rappresentano una frontiera straordinaria, paragonabile all'invenzione della stampa da parte di Gutenberg. Detto questo, è chiaro che il cosiddetto digital divide dovrà restringersi sempre di più, affinché il Ticino possa diventare ancor più competitivo sul mercato internazionale».

**A livello logistico, quali sono a suo parere i margini di miglioramento per il turismo ticinese?**

«Io ho la netta impressione che la visione del Ticino da parte del turista è più unitaria di quel che pensiamo: veniamo insomma visti come una piccola regione che non si divide in distretti, bensì in città e in località di montagna. Per lui non c'è quindi molta differenza se alloggia a Locarno o a Lugano, però è chiaro che ricerca un contesto urbano, seppur affacciato sul lago. Per questo trovo che l'organizzazione dell'apparato turistico debba essere modellata su questo concetto, senza eccessive divisioni territoriali. Inoltre bisogna essere pronti a captare l'evoluzione della mobilità, uno dei più importanti tratti del nostro tempo: è qualche tempo fa si muoveva solo per lavoro o nel tempo libero, oggi le ragioni per cui si viaggia sono molte di più. L'evento delle compagnie aeree a basso costo, per esempio, ha portato alla nascita di coppie in cui i partner vivono in Paesi diversi. Una cosa impensabile, solo qualche anno fa».



**Non solo letteratura**  
**«Un tempo bastava Hermann Hesse per diffondere la fama del nostro paesaggio all'estero. Oggi viviamo invece in un mondo molto più visuale e tecnologico»**