

Ciak sulle Destinazioni: il potere dell'audiovisivo per trasformare territori in luoghi del desiderio

📺 Panel

Destination



LA CENTRALITA' DEL TURISMO ESPERIENZIALE E IL RUOLO DEI TERRITORI MEDIALI

anna.sfardini@unicatt.it

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

CeRTA
| Centro di Ricerca
sulla Televisione e gli Audiovisivi

Cattolica per il ***Turismo***

COMUNICAZIONE MEDIA E TURISMO

UN PROGETTO DI RICERCA CONTINUATIVO NEL TEMPO



2025

Cattolica *per il Turismo*



comunicazionemediaeturismo.it



IL TURISMO ESPERIENZIALE GENERA FLUSSI DI PRESENZE E SPESA È UNA RISORSA STRATEGICA PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE DEL SETTORE

Turismo
Culturale/Artistico



Turismo
Sportivo



Turismo
Slow/Green/Wellness



Turismo
Enogastronomico



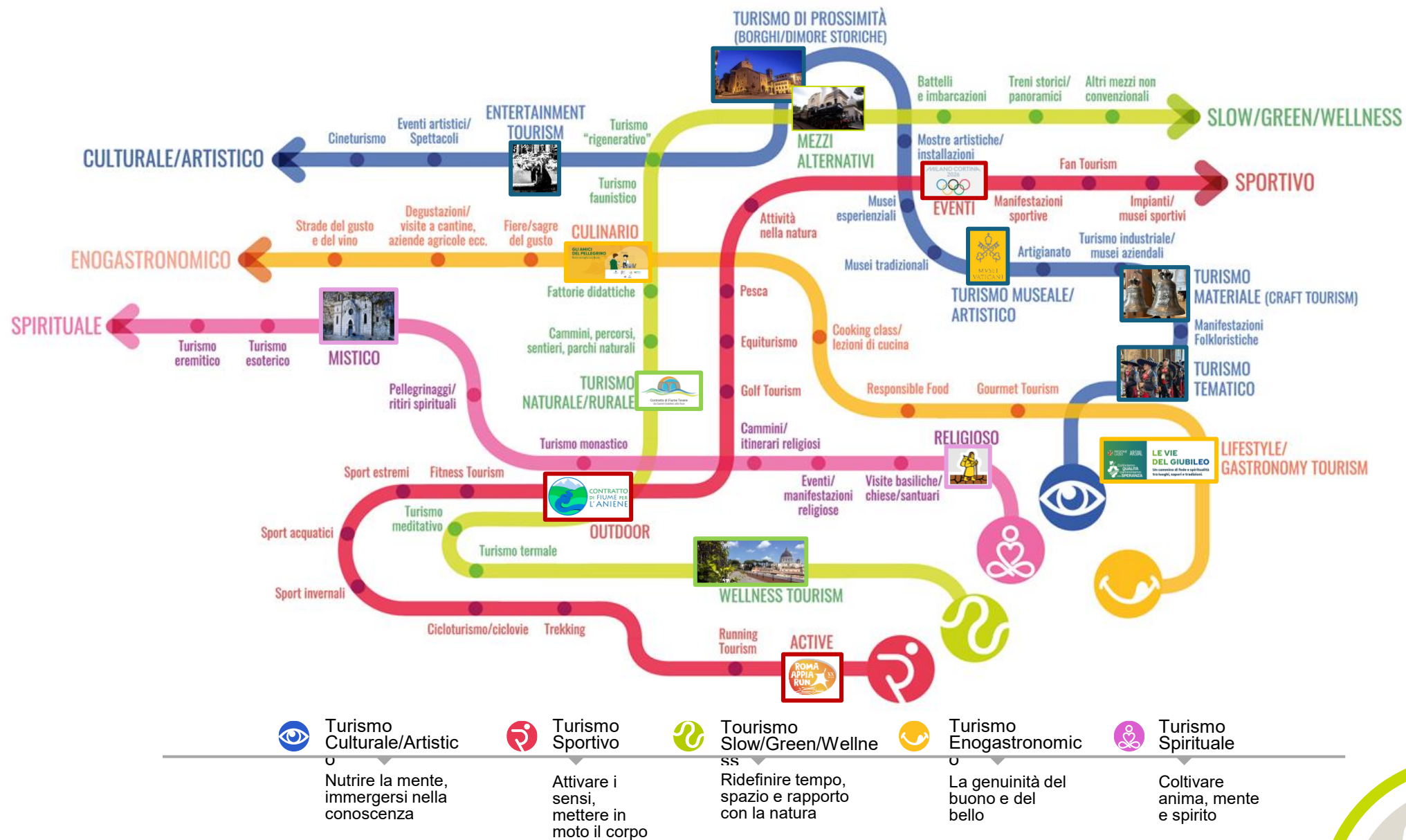
Turismo
Spirituale



LUOGHI, DESTINAZIONI, ITINERARI... LE 100 ITALIE DEL TURISMO ESPERIENZIALE



MAPPE E PERCORSI DEL TURISMO NON CONVENZIONALE FONDATA SU INTRECCI ESPERIENZIALI



Turismo Culturale/Artistic

Nutrire la mente, immergersi nella conoscenza



Turismo Sportivo

Attivare i sensi, mettere in moto il corpo



Tourismo Slow/Green/Wellne

Ridefinire tempo, spazio e rapporto con la natura



Turismo Enogastronomic

La genuinità del buono e del bello



Turismo Spirituale

Coltivare anima, mente e spirito

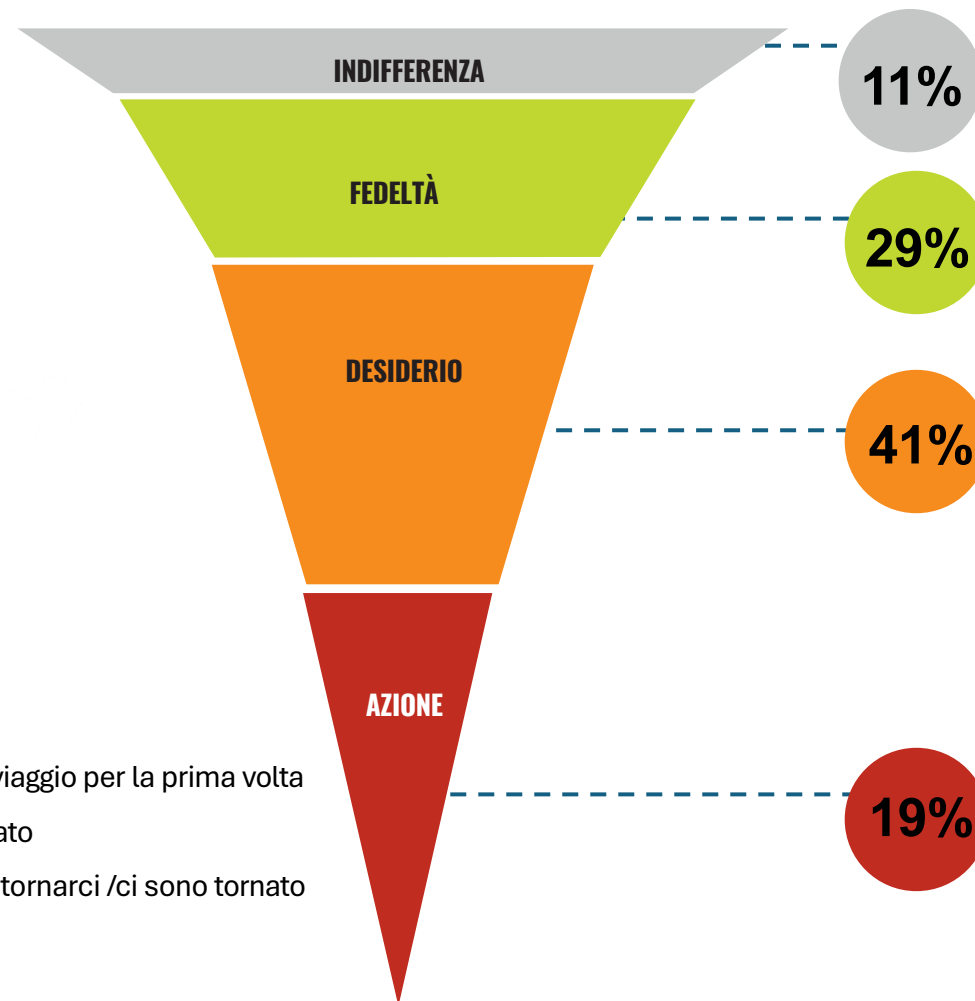


COME I CONTENUTI MEDIALI IMPATTANTO SUL MINDSET DEI POTENZIALI VIAGGIATORI

PIRAMIDE DI ENGAGEMENT

Le produzioni audiovisive generano un **90% di ricaduta positiva sui territori turistici**, fatta per il **30% di fidelizzazione di turisti abituali** (il viaggio come ritorno al già noto) e per il **60% di attrazione di nuovi turisti** (il viaggio come desiderio e azione di scoperta)

- AZIONE** - mi ha fatto venire voglia di andare in quel territorio, regione, città e ci sono andato in vacanza o in viaggio per la prima volta
- DESIDERIO** - mi ha fatto venire voglia di andare in quel territorio, regione, città ma non ci sono ancora mai stato
- FEDELTA'** - ero già stato in quel territorio e dopo aver visto questo contenuto audiovisivo mi è venuta voglia di tornarci /ci sono tornato
- INDIFFERENZA** - mi ha lasciato indifferente rispetto a quel territorio, regione, città



I territori dello *scripted*

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

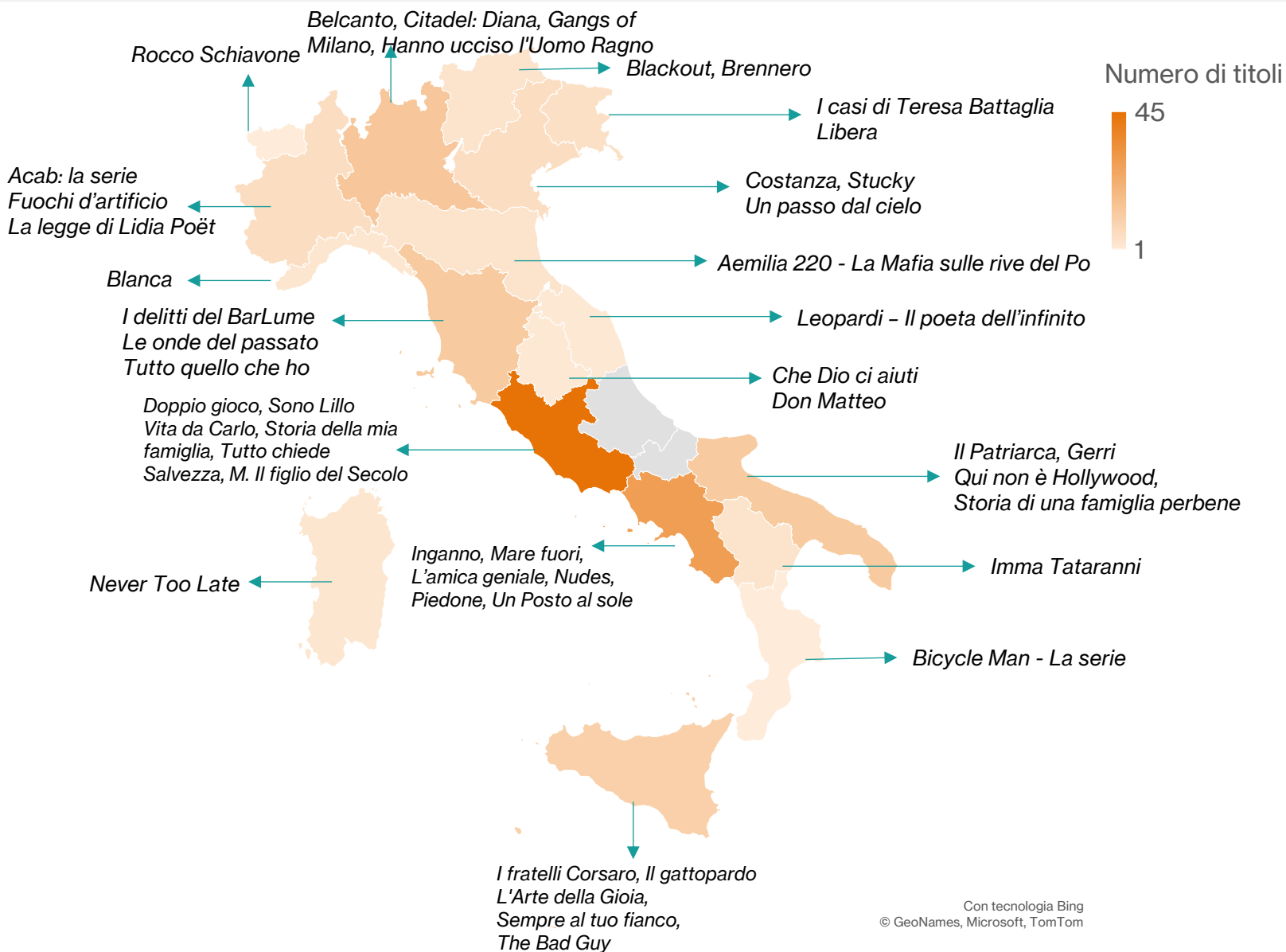
CeRTA

| Centro di Ricerca
sulla Televisione e gli Audiovisivi

Ambientazioni per principale regione rappresentata

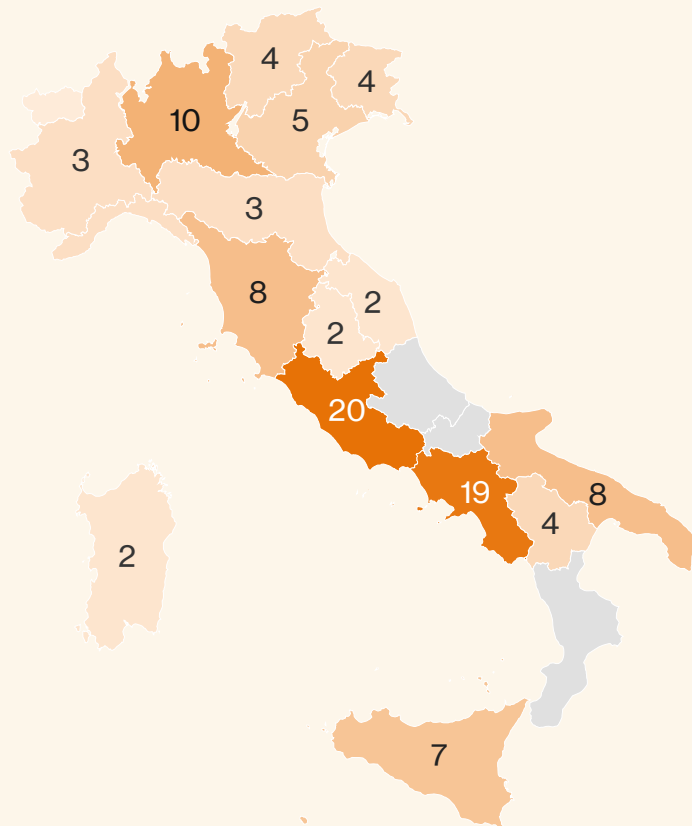
Totale scripted

Regioni rappresentate	Numero di titoli
Lazio	45
Campania	29
Lombardia	14
Toscana	13
Puglia	13
Sicilia	11
Piemonte	6
Veneto	6
Friuli-Venezia Giulia	5
Basilicata	4
Emilia-Romagna	4
Trentino-Alto Adige/Südtirol	4
Liguria	3
Sardinia	3
Marche	2
Umbria	2
Valle d'Aosta	1
Calabria	1
Altro/nessuna ambientazione Italiana prevalente o riconoscibile	50



La produzione *free* ha una geografia più ampia e bilanciata:
forti, oltre al Lazio, sono Campania e Lombardia.
La *pay* è più romanocentrica

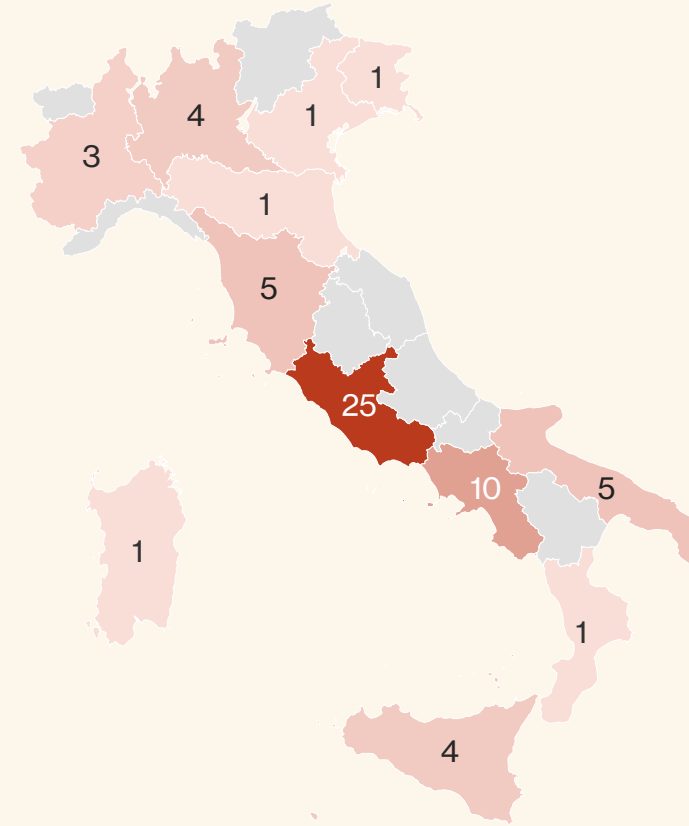
Scripted free
(Rai, Mediaset, TV2000)



Numero di titoli

20
1

Scripted pay
(Sky, Netflix, Amazon, Disney+, Paramount+, DeaKids)

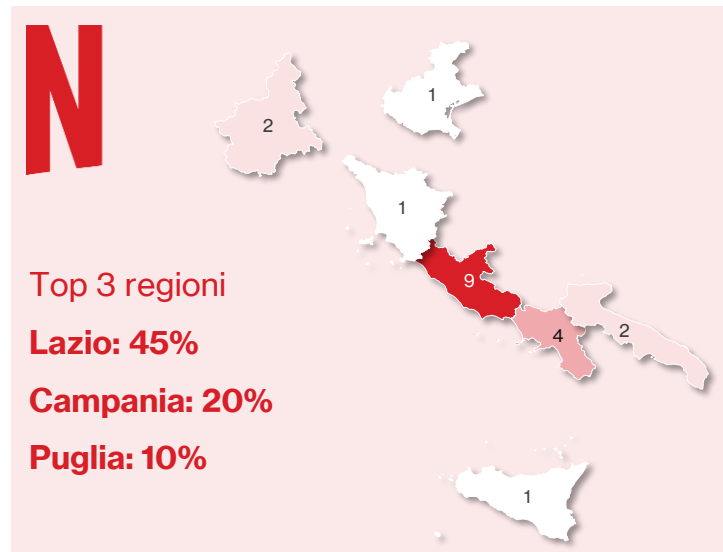
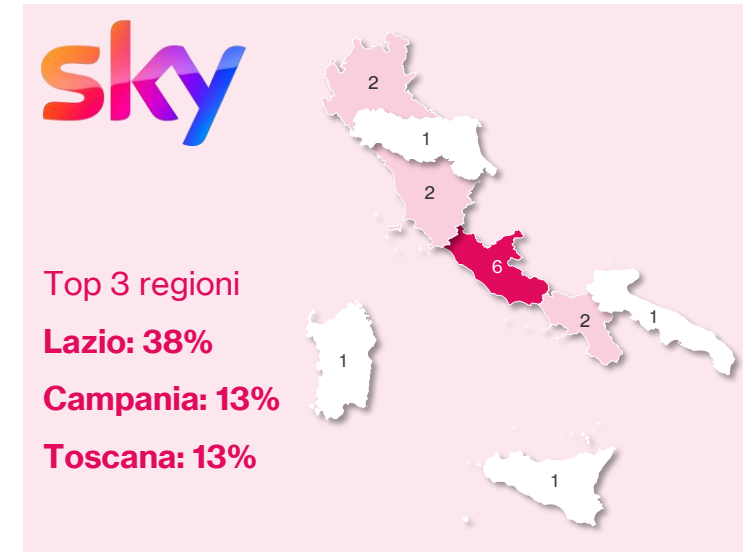
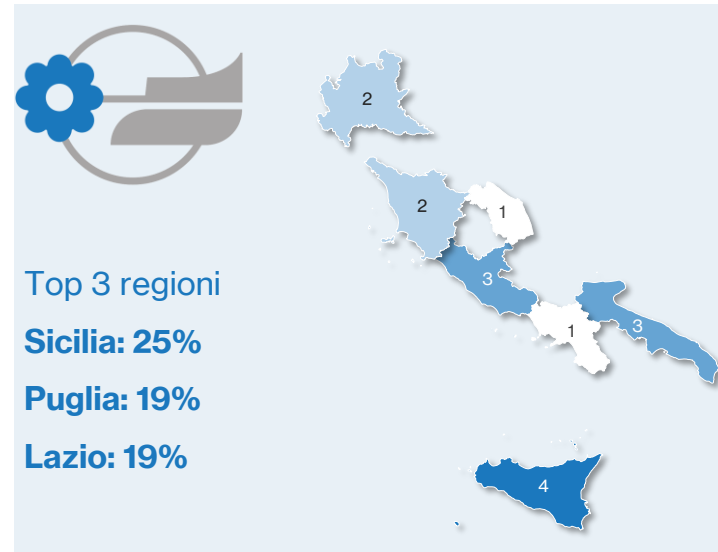
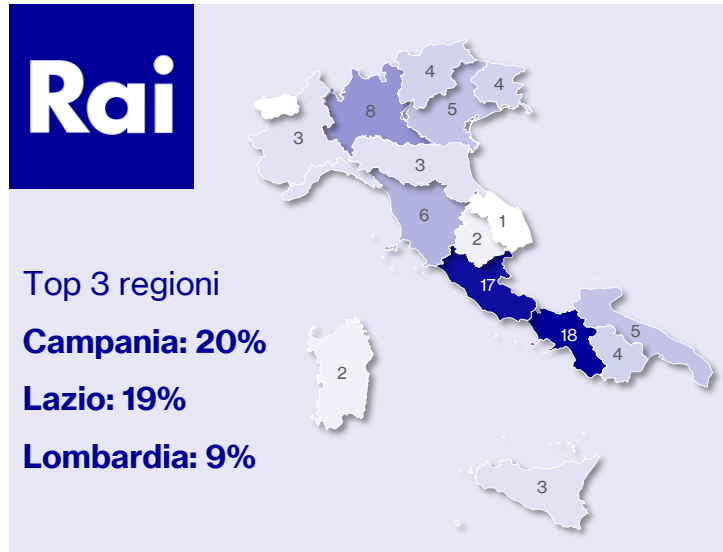


Numero di titoli

25
1

Le geografie degli editori

Il baricentro cambia in base ai gruppi: Sky e gli SVOD concentrano i titoli nel Lazio (Sky 38%, Netflix 45%, Prime 39%); Rai è più distribuita (Campania 20%, Lazio 19%); Mediaset privilegia il Sud (Sicilia 25%, Puglia 19%).



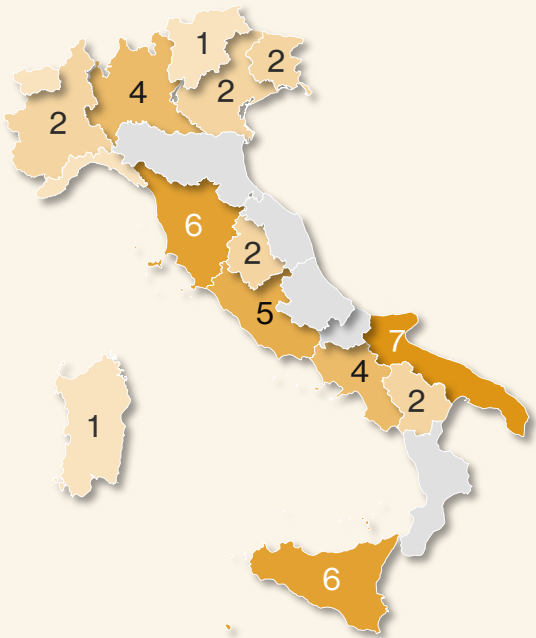
Le mappe dei generi: geografie d'elezione

Giallo e Crime

Trainano il Sud e la Toscana

Esempi:

Le indagini di Lolita Lobosco (Puglia); *I delitti del BarLume* (Toscana); *I Bastardi di Pizzofalcone* (Campania); *Suburraeterna* (Lazio).



Period e Biopic

Roma in testa, poi Campania e grandi poli

Esempi:

M. Il figlio del secolo, *La storia* (Lazio); *L'amica geniale 4*, *Il treno dei bambini* (Campania); *Il Gattopardo*, *I leoni di Sicilia* (Sicilia); *La legge di Lidia Poët* (Piemonte).



Teen

Polarizzato tra Lazio e Campania

Esempi:

Skam Italia, *Un professore* (Lazio); *Mare fuori*, *DI4RI* (Campania); *Confusi* (Lombardia); *Eppure cadiamo felici* (Friuli-Venezia Giulia).



Romance e Soap

Asse Lazio-Campania: Puglia e Milano compriarie

Esempi:

Nuovo Olimpo, *Antonia* (Lazio); *Un posto al sole* (Campania); *La vita che volevi* (Puglia); *Il paradiso delle signore* (Lombardia).



ANNUARIO DELLA TELEVISIONE: stagioni 2023-24 e 2024-2025

I territori dell' *unscripted*

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore

CeRTA

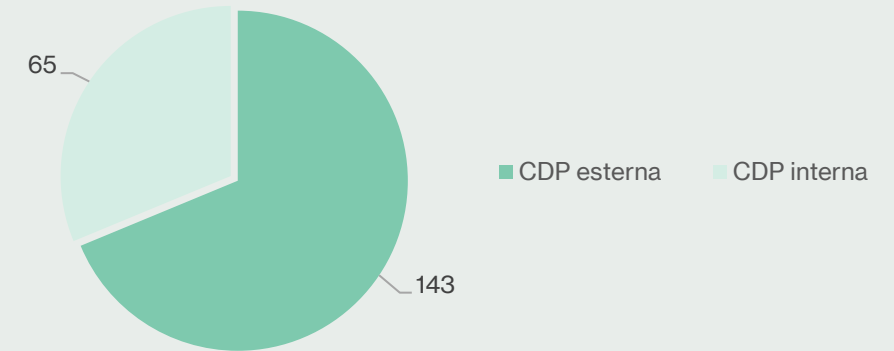
| Centro di Ricerca
sulla Televisione e gli Audiovisivi

Natura multi-territoriale dell'unscripted, promotore del territorio nazionale

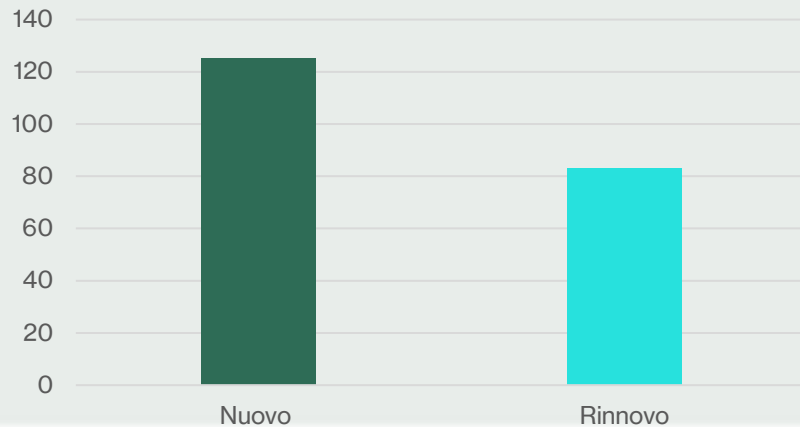
- ✓ Città brand
- ✓ Territori intermedi
- ✓ 'Tesori' da scoprire

208 titoli

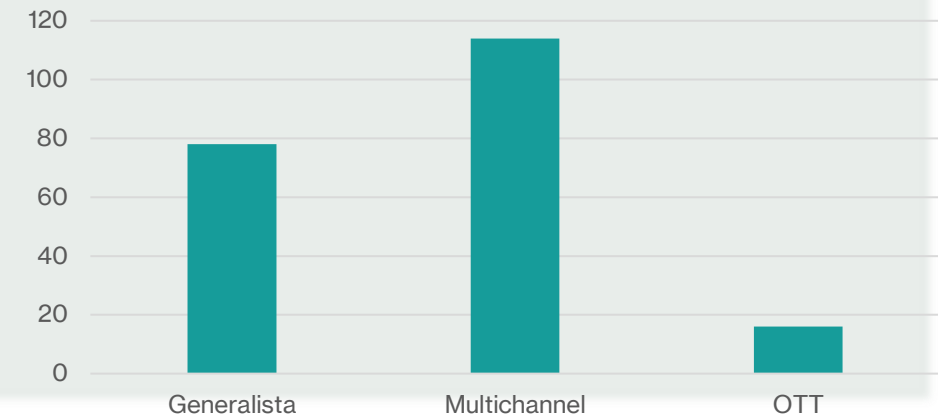
La forza della produzione esterna



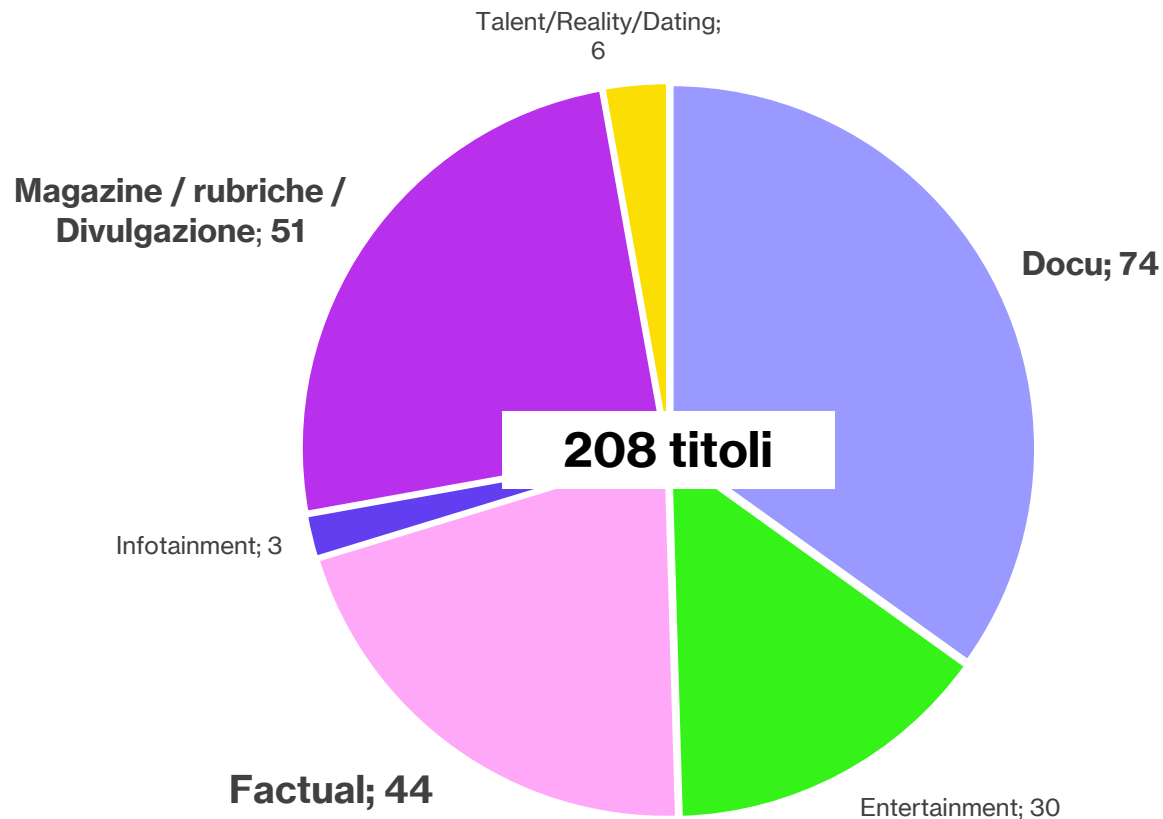
Capacità di innovazione



Contenuto che accende tutti i modelli TV



Molteplicità dei generi e dei tagli narrativi



- ❑ **(ri)scoperta di luoghi e città della penisola** (Linea Verde, Il Palio d'Italia, Melaverde, I viaggi del cuore - 4 Ristoranti, Borghi d'Italia -Dinner Club)
- ❑ **ricerca enogastronomica all'insegna del trendy** (Foodish, TV8; Viaggi DiVini, Infinity)
- ❑ **scorci nascosti** (Best Weekend, Nove) **o curiosità locali e territoriali** (Lo Spaesato, Rai2; Syusy e Patrizio News, La7)
- ❑ **storia dei luoghi caratteristici** (Il racconto di Milano, Sky Arte), **dei suoi personaggi iconici** (Il Re di Napoli. Storie e leggende di Mario Merola, Rai3) e delle sue **eccellenze manifatturiere** (La storia di Peppino Fumagalli, Mediaset Infinity) o culturali (Siena, Amazon Prime Video).
- ❑ **slancio verso il futuro** con filone narrativo **green** su **ecosostenibilità** (Energie in movimento. Gagliano eterno, paese futuro, Sky Documentaries; Terramater, TV2000; Green Lovers e Pianeta Sofia, RaiPlay).
- ❑ **contenuti di branded entertainment finanziati** da enti turistici, consorzi o brand commerciali legati al territorio (Scaglie Mediaset Infinity, realizzato in collaborazione con il Consorzio Parmigiano Reggiano; Puglia-Appunti di viaggio, Sky Arte, in collaborazione con Dolce&Gabbana).

GRAZIE

anna.sfardini@unicatt.it

Cattolica *per* il Turismo



comunicazionemediaeturismo.it