

2.1 Media, Territori e Sostenibilità: un'introduzione

Come può una produzione mediale incontrare il concetto di sostenibilità?

È una domanda che recentemente si è imposta in maniera sempre più preponderante all'interno del dibattito accademico dei media studies (Cucco - Scaglioni - Sfardini - Willems: 2022). Sia in termini produttivi-industriali che in chiave di rappresentazione narrativa, lo spazio per una riflessione sul rapporto tra media e sostenibilità si configura oggi come sempre più centrale e cruciale per le ricadute economiche, sociali e culturali nello scenario globale contemporaneo.

Uno dei primi studi pionieristici sulla relazione tra media e sostenibilità (nella sua declinazione prevalentemente ambientale) è *Environmental Communication and the Public Sphere* di Robert Cox (2013), nel quale l'autore cerca di affrontare il tema da una prospettiva ampia, legata non soltanto alle caratteristiche dei singoli mezzi e linguaggi, ma anche delle ricadute in termini di azioni e dibattiti cresciuti intorno al tema.

Cox evidenzia e approfondisce due nuclei fondamentali: da un lato, l'importanza della comunicazione (in tutte le sue forme) nell'influenzare la nostra percezione delle questioni ambientali, e dall'altro il ruolo del dibattito pubblico nel mediare e negoziare le diverse prospettive intorno ai temi dell'ambiente e della sostenibilità.

Il lavoro di Cox identifica inoltre alcune aree entro cui si struttura la riflessione sul ruolo della comunicazione nel generare e dare visibilità alla cultura della sostenibilità, tra cui le più rilevanti dal punto di vista strettamente mediale sono:



Retoriche e costruzione simbolica:

è l'area che riguarda le modalità di **comunicazione, narrazione e storytelling** delle organizzazioni e delle istituzioni relativamente ad ambiente, natura e sostenibilità, gli stili di rappresentazione e i processi di costruzione di campagne e altre attività di comunicazione;



Giornalismo e informazione ambientale:

è l'area che si sofferma sulle modalità con cui **il mondo delle news** approccia i problemi ambientali, i processi di newsmaking sottostanti, il modo in cui la costruzione della notizia su tematiche ambientali e sostenibili provoca e orienta valori e percezioni sul tema;



Advertising e popular culture:

è l'area che si interessa alle **evoluzioni della rappresentazione dei temi ambientali e sostenibili** nelle diverse forme della cultura di massa, dalle pubblicità al cinema, dalla televisione alla fotografia, dalla musica alle immagini circolanti nell'arena digitale.

A queste aree, se ne aggiungono poi altre che riguardano il ruolo della comunicazione corporate, della *risk communication*, del coinvolgimento degli stakeholders nei processi di *decision-making*, tutti ambiti che interessano da vicino il rapporto in senso ampio tra comunicazione e sostenibilità.

Un approccio ulteriore è quello che ha visto la riflessione intorno al rapporto tra media e sostenibilità combinare gli aspetti più testuali con quelli relativi alle **infrastrutture tecnologiche necessarie alla produzione e distribuzione dei contenuti** e all'inevitabile impatto che comportano sull'ecosistema (Starosielski - Walker: 2016).

Un rapporto che, dentro il contesto dei media e della cultura popolare, va inevitabilmente a integrarsi con gli **"stili di vita"**, gli atteggiamenti quotidiani del pubblico nei confronti del tema; si tratta di un approccio (Craig: 2021) che insiste particolarmente sul rapporto tra vita quotidiana e contenuti mediali, ovvero laddove è possibile rintracciare elementi di racconto che possono **aiutare a stimolare e diffondere una cultura della sostenibilità**.

È il caso di prodotti audiovisivi, e più in generale mediali, che hanno al centro mondi narrativi quali la cucina, i viaggi, la moda, il tempo libero, il benessere fisico, le molteplici piccole e grandi attività quotidiane che svolgiamo nel corso della nostra giornata.

La dimensione dei comportamenti individuali quotidiani contribuisce, quindi, a fornire una chiave di interpretazione significativa del modo con cui sostenibilità e comunicazione si integrano e sorreggono a vicenda.

Dal punto di vista produttivo, è importante segnalare come negli ultimi vent'anni, **il mondo dell'audiovisivo ha saputo sperimentare**

pratiche e traiettorie nella direzione di una maggior sostenibilità e concreta attenzione all'impatto generato dalle proprie attività.

Si tratta di un campo dal grande potenziale, ancora parzialmente inesplorato, che ha visto interventi a macchia di leopardo, sia grazie alla sensibilità delle singole produzioni, sia attraverso specifiche azioni di policy.

In ambito europeo, il progetto più significativo è quello denominato *GreenScreen*, (INTERREG, <https://projects2014-2020.interregeurope.eu/greenscreen/>); si tratta di iniziative volte a stimolare best practices di produzione sostenibile che incoraggiano l'adozione di specifiche **misure green nell'ambito della filiera della creazione di contenuti** per cinema e televisione, una rete alla quale aderiscono diverse realtà locali e regionali che supportano attività in linea con la sostenibilità.

L'Italia segue un percorso differente: in alcune sporadiche realtà (come il Trentino-Alto Adige o la Sardegna) sono state lanciate analoghe iniziative, grazie principalmente a intraprendenza e sensibilità delle singole Film Commission, con l'obiettivo duplice di incoraggiare pratiche sostenibili da parte dei produttori impegnati nei luoghi e **sviluppare sistemi univoci di certificazione per procedure e protocolli green** (D'Urso: 2022), prima di arrivare all'implementazione del protocollo Green Film da parte del Trentino nel 2019. Nel periodo post-pandemico, si è intensificata l'adesione di altre realtà regionali alla rete del Green Film.

Una strada tracciata che fatica ancora a trovare una sua compiutezza, ma che sembra riservare ampi spazi di implementazione e sperimentazione.

2.2 Viaggio e territori nei contenuti televisivi internazionali

La rappresentazione dei territori, le dinamiche di viaggio, la scoperta di luoghi lontani o la valorizzazione delle tradizioni locali sono tutti elementi che trovano progressivamente spazio nell'offerta di canali lineari e piattaforme streaming, sia a livello di singoli contesti mediatici nazionali sia nell'ottica di una circolazione globale. Da una mappatura effettuata in collaborazione con Publieurope (con particolare riferimento alla stagione televisiva in corso) emerge chiaramente come i contenuti che mettono al centro la narrazione del territorio e del viaggio rappresentano uno spazio rilevante della programmazione in un'ottica trasversale ai generi - dalle **serie tv all'unscripted**, dall'**informazione all'evento** - e secondo varie declinazioni (green, travel, adventure, cooking, ecc.) dalle quali affiora un'attenzione crescente al tema della sostenibilità, in termini di valori, pratiche, ricadute. L'articolazione di questi contenuti è varia e diversificata: un mosaico di prodotti uniti dal comune denominatore della promozione del territorio e del racconto di culture e aspetti sociali. Convivono così, nell'offerta di broadcasters e piattaforme in giro per il mondo, contenuti quali:

a) grandi format internazionali a tema viaggio o avventura, dalle finalità evasive e aspirazionali, spesso ambientati in luoghi esotici e difficilmente accessibili (Survivor, Pechino Express);

b) programmi rientranti nei generi del reality o del factual (talvolta espressione di format internazionali), in cui il racconto del territorio non è la missione prevalente, ma che s'inserisce nel meccanismo narrativo rafforzandolo e contestualizzandolo;

c) cooking show, spesso girati in studio, ma capaci di evocare attraverso il racconto di cibi tipici di una tradizione locale la curiosità verso un determinato luogo;

d) magazine o rubriche di viaggio o di divulgazione, che a ogni episodio accendono i riflettori su città, regioni o aree naturali disperse in diversi paesi, contribuendo così a elevare il respiro internazionale di un canale;

e) documentari o docu-series, dal formato più ridotto in termini di episodi e dedicati ad aree o nazioni specifiche;

f) eventi televisivi (musicali, sportivi, culturali o istituzionali) che funzionano come cassa di risonanza per il luogo o i luoghi nei quali sono organizzati;

g) serie tv di circolazione nazionale o internazionale (di broadcasters o piattaforme streaming) focalizzate su uno o pochi territori che sempre più spesso assumono i tratti di protagonisti aggiunti della trama.

Da questa commistione di **lineare e non-lineare, scripted e unscripted, locale e globale**, si delinea la ricchezza di un **approccio alla narrazione mediale orientato al territorio, alla sostenibilità e quindi a una nuova considerazione dell'attrattività turistica e delle sue declinazioni**; una ricchezza che, nel contesto della ricerca, trova espressione nell'analisi di alcuni prodotti provenienti da contesti audiovisivi internazionali e, poi, nell'ambito di una sezione specifica della ricerca quantitativa.



2.3 L'Italia nei contenuti audiovisivi internazionali

LE SCHEDE D'ANALISI

Nelle pagine successive verranno presentati gli elementi significativi di una mappatura desk finalizzata a restituire la varietà e ricchezza delle modalità di rappresentazione dell'Italia e dei suoi territori all'interno di contenuti audiovisivi internazionali, con particolare riferimento a film, serie tv, prodotti unscripted di intrattenimento o taglio divulgativo e documentaristico.

L'analisi si sofferma principalmente sui paesi che sono stati poi oggetto della ricerca quantitativa, ovvero i paesi europei più importanti (Francia, Germania, Regno Unito, Spagna), oltre agli Stati Uniti, focus essenziale di questa annualità della ricerca, e ad altri sporadici contenuti provenienti da ulteriori paesi. Per ogni paese, sono stati individuati alcuni prodotti significativi e per ciascuno di questi è stata redatta una scheda d'approfondimento. La selezione dei contenuti, senza alcuna pretesa di esaustività, ha incrociato diversi criteri. La longevità del programma, la presenza nei palinsesti della stagione in corso, la sua ricezione in termini di pubblico e di critica, la capacità di generare discorso sociale, la rappresentazione dell'Italia come protagonista effettiva e riconosciuta del contenuto e del meccanismo narrativo. In un'ottica di capillarità, diversificazione e assortimento, i contenuti selezionati spaziano dal cinema alla tv, dall'offerta televisiva lineare (in chiaro o su canali pay) alle piattaforme streaming, mettendo in luce la molteplicità dei touchpoints e delle modalità distributive attraverso cui produttori ed editori internazionali immaginano e raccontano l'Italia e i modi in cui i consumatori dei diversi paesi possono entrarvi in contatto approfondendo la conoscenza di specifici territori.

Una prima mappa introduttiva riassume la specificità dei contenuti selezionati secondo due assi di riferimento:

a) un primo asse esprime la distinzione in termini di elementi contenutistici più ricorrenti, differenziando tra prodotti in cui prevalgono **aspetti ambientali** (natura, paesaggi, ecc.) e altri in cui prevalgono **aspetti culturali** (i riferimenti artistici e storici, la popolazione, il folklore, le tradizioni enogastronomiche, ecc.), pur nella consapevolezza che talvolta entrambi i tratti possono depositarsi all'interno dello stesso contenuto e contaminarsi tra loro;

b) un secondo asse individua, invece, la contrapposizione tra **contenuti itineranti**, ovvero in cui l'elemento del viaggio rappresenta un elemento trainante del meccanismo conferendo al prodotto un tratto evidente di dinamismo, e **contenuti stanziali**, che privilegiano al contrario una dimensione statica, legata al radicamento in un determinato setting o ambientazione.

Dall'incrocio di questi assi emergono quattro quadranti, ciascuno portatore di una visione fortemente caratterizzata dell'Italia e dei suoi territori di volta in volta al centro delle narrazioni audiovisive.

Le schede dei prodotti si compongono di almeno quattro elementi visivamente essenziali:

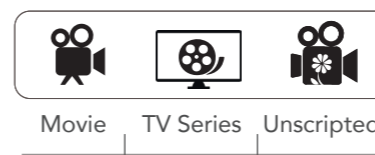
a) **le specifiche del contenuto:** anni di uscita e di messa in onda, canale o piattaforma di distribuzione, genere e sottogenere, numero di episodi dedicati espressamente all'Italia;

b) **la descrizione del contenuto**, con indicazioni su concept, trama o meccanismo, e il dettaglio dei luoghi italiani al centro della narrazione e dei singoli episodi (nel caso di contenuti multi-destinazione come molti prodotti unscripted);

c) **una griglia "tematica"** di alcuni aspetti chiave con cui spesso l'Italia è rappresentata nelle produzioni audiovisive e indicazione di quali tra questi vengono effettivamente trattati all'interno del contenuto (nello specifico: cibo, natura/ambiente, arte/cultura, tradizioni/folklore; industria/artigianato, moda, dimore storiche, attività sportive);

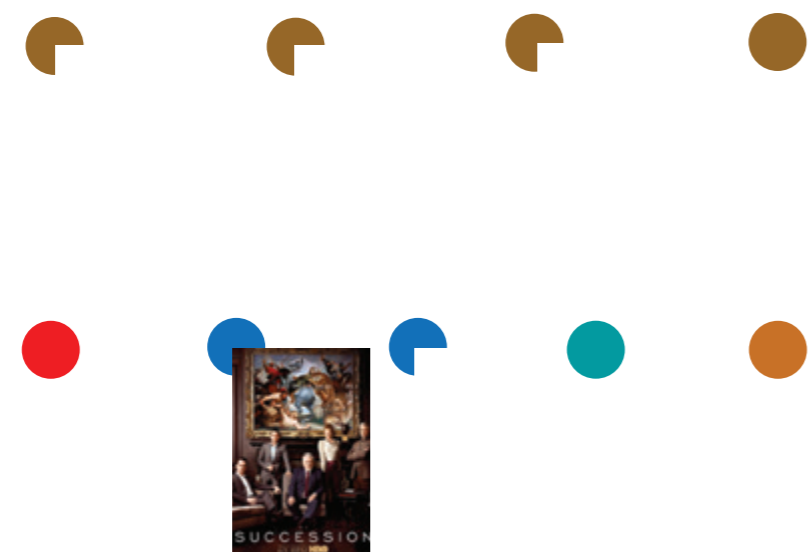
d) **una cartina geografica** dell'Italia sulla quale vengono evidenziati i territori regionali oggetto del racconto.

Quello che emerge è un quadro ricco ed eterogeneo di un'Italia come protagonista di scelte editoriali e creative sullo scenario internazionale; uno strumento, allo stesso tempo descrittivo e operativo, per cogliere modelli di rappresentazione del nostro paese all'estero, elementi trasversali e specificità dei singoli contesti medial nazionali, luoghi più esplorati e caratteristiche ambientali, culturali e sociali di maggior interesse, che restituisce la capacità dell'Italia di consolidare il proprio brand (e i propri brand territoriali) all'estero e di costruire e consolidare immaginari molteplici.

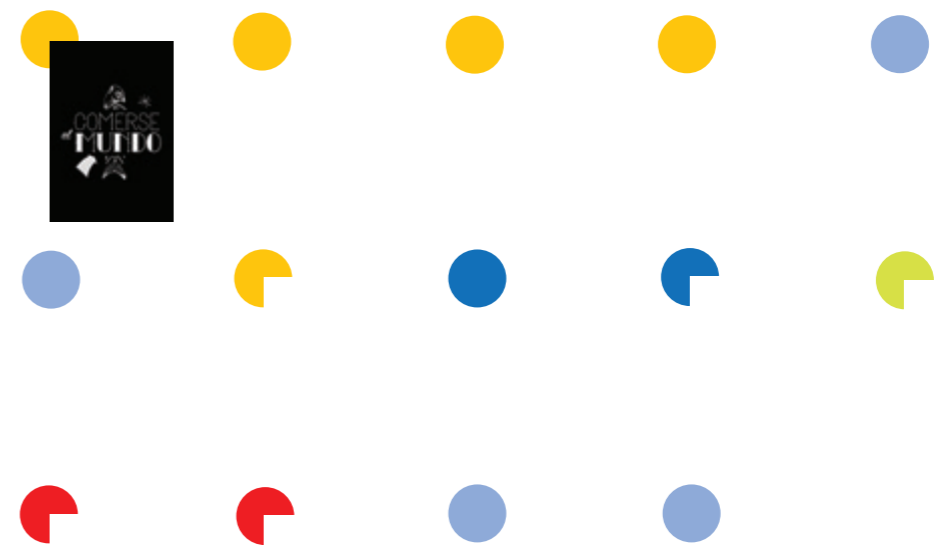




ASPETTI AMBIENTALI



ITINERANTE



ASPETTI CULTURALI

STANZIALE



Stati Uniti

STEREOTIPI, ESCLUSIVITÀ, CUCINA: ITALIA PROTAGONISTA ASSOLUTA NEL CINEMA E NELLA TV AMERICANA

L'Italia è tradizionalmente uno dei territori più amati e presenti nella rappresentazione audiovisiva statunitense.

Decine di film, serie tv, programmi d'informazione e intrattenimento hanno dedicato spazio al nostro paese, talvolta assunto a reale protagonista al punto da dare, in più di un'occasione, il titolo al contenuto stesso. Restrungendo l'attenzione ad alcuni dei prodotti più recenti, o comunque longevi al punto da essere ancora oggi parte essenziale dell'offerta dei principali network televisivi, si può osservare da un lato il meccanismo del viaggio, dell' "andare in cerca" dei tesori dell'Italia e dall'altro una narrazione più "statica", che passa dal recupero della cucina italiana all'esclusività lussuosa di alcuni luoghi e ambientazioni. In ambito unscripted, documentari e magazine di viaggio in tutto il mondo come *The Voyager with Josh Garcia*, in onda sulla NBC, hanno spesso approfondito caratteristiche e culture di territori italiani.

Un elemento che caratterizza molte produzioni d'intrattenimento statunitensi incentrate sull'Italia consiste nell'affidarsi a volti noti del cinema o della tv americana dalle chiare origini italiane, quasi a voler dare un sapore più autentico al racconto; è il caso di *Stanley Tucci: Searching for Italy* (con l'attore Stanley Tucci, sul canale cable CNN) o *Dream of Italy* con Kathy McCabe, il cui legame con l'Italia consente anche di visitare e portare sullo

schermo location non particolarmente note e abitualmente rappresentate.

Oppure, si pensi a due cooking show come *Ciao Italia* (PBS) con Mary Ann Esposito e *Everyday Italian* (Food Network) con Giada De Laurentiis, entrambi contenuti che non mostrano realmente l'Italia ma raccontandone il cibo forniscono un'immagine dettagliata e continuativa del paese.

Sul versante dei film e delle serie tv, prevale un immaginario dell'Italia come luogo slow, del relax e della lentezza; si pensi a due pellicole come *Under the sun of Tuscany* (2003), apprezzata particolarmente dal pubblico spagnolo (si veda il cap. 3 della ricerca), o il più recente *Call me by your name*, autentico fenomeno di culto che ha portato i turisti americani a scoprire la bassa padana e la Lombardia meridionale.

Nella serialità, dopo la Modena di *Masters of None* (Netflix, 2015-2021), stereotipi ed esclusività emergono in prodotti di HBO come *The White Lotus*, che ha avuto una forte capacità di generare discorso e interesse intorno alla Sicilia, e *Succession*, con il rilancio dell'immaginario toscano.

STATI UNITI



Canale/piattaforma:
CNN

Anno: **2021-2022**

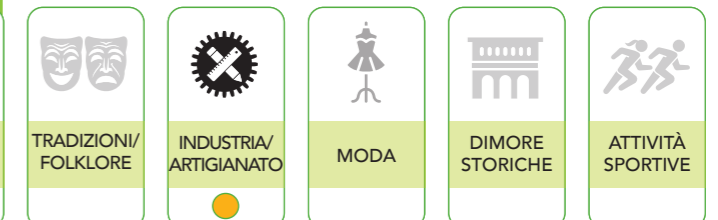
Genere:
Docu-serie

Stagioni: **2**

Episodi sull'Italia: **14**



«Per capire l'Italia, devi guardare il cibo, il glorioso cibo». Sin dal trailer ufficiale, «Stanley Tucci: Searching for Italy» rivela la sua natura, quella di un viaggio lungo l'Italia alla ricerca delle tradizioni culinarie regionali. Il programma, in onda sulla CNN per due stagioni a partire dal febbraio 2021, è un omaggio alla cucina italiana, un'occasione per il pubblico televisivo statunitense di scoprire i piatti tipici, di entrare nei dettagli della loro preparazione, unendo passato e presente, antichi segreti e moderne modalità di sperimentazione e diffusione della profonda varietà locale che caratterizza la cultura enogastronomica nazionale. Tucci, attore e regista di fama, ha origini italiane (entrambi i nonni paterni erano calabresi) e ciò conferisce ancora maggiore genuinità e coinvolgimento al prodotto. Nel suo viaggio, Stanley Tucci unisce i luoghi iconici della promozione internazionale dell'Italia (**Venezia, Roma, la Toscana**) ad altri meno noti e rappresentati dalla televisione statunitense come l'**Umbria** o la stessa **Calabria**. In ogni tappa, il protagonista racconta cosa sta dietro un piatto tipico, dalla carbonara di Roma al risotto milanese, dalla pasta alla norma siciliana alla pizza napoletana, entrando in contatto con personalità dei luoghi e gestori di locali di ristorazione, contribuendo così anche a valorizzare e promuovere attività economiche caratteristiche dei singoli territori. La docu-serie ha ricevuto sette nomination ai Primetime Emmy Awards, vincendo due premi nella categoria Outstanding Hosted Non-Fiction Series. In onda la domenica sera, il programma ha ricevuto buoni risultati per un canale cable, funzionando bene in particolare nel target commerciale adulto.





STATI UNITI



Canale/piattaforma:
PBS

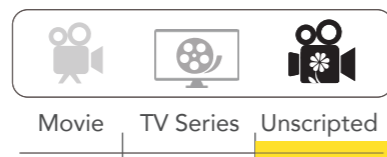
Anno: **2015-2019**

Genere:
Travel documentary

Stagioni: **2**

Episodi sull'Italia: **13**

Dream of Italy



La conduttrice Kathy McCabe intraprende un viaggio alla scoperta dei tesori e dei paesaggi italiani in una rappresentazione classica di tutto ciò che gli statunitensi si aspettano e ricercano nel Belpaese.

Incontrandosi con i più diversi e svariati personaggi, propone un racconto che spazia dalla storia all'arte, dal cibo alle tradizioni; stereotipi e ambientazioni classiche particolarmente amate dal pubblico americano si mescolano a luoghi e simboli meno conosciuti. Nella prima stagione (6 episodi in onda dal 2015), Kathy McCabe viaggia alla scoperta del Chianti, di **Roma** (non manca una visita al quartiere Testaccio e all'assaggio di un'iconica «cacio e pepe»), dell'**Umbria**, ma anche di **Napoli**, della **Puglia** e di località meno note come il lago termale nei pressi di **Acqui Terme** (in provincia di **Alessandria**) o il **Lago d'Iseo in Lombardia**; nella seconda stagione (altri 6 episodi nel 2018), le location interessate sono le «classiche» **Venezia** e **Firenze**, ma anche **Bologna** (con visita alle aziende della «motor valley»), l'**Abruzzo**, la **Basilicata** e il piccolo villaggio di **Castelvetre sul Calore**, in provincia di **Avellino**, luogo d'origine degli antenati della conduttrice, elemento che consente di ribadire l'italianità della produzione e del racconto alimentato. Nel 2019 è andata poi in onda una puntata speciale, nuovamente dedicata alla Toscana, regione particolarmente amata dagli statunitensi. «Dream of Italy» è un valido esempio di promozione transmediale dell'Italia: nato come rivista magazine creato dalla stessa McCabe, si è poi trasformato in contenuto televisivo e successivamente anche in podcast: un «brand» di successo anche sui profili social legati alla stessa talent del programma.



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



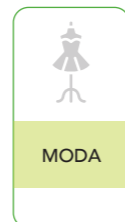
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA



DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE



STATI UNITI



Canale/piattaforma:
NBC

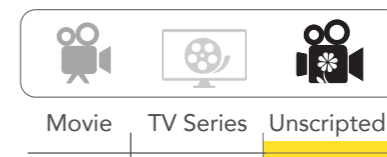
Anno: **2016**

Genere:
Travel/adventure magazine

Stagioni: **4**

Episodi sull'Italia: **13**

The voyager with Josh Garcia



Il giornalista e traveler Josh Garcia esplora diverse zone del mondo in un programma di viaggi e avventura in onda la domenica mattina sul network commerciale NBC dal 2016, riportando poi le impressioni del viaggio all'interno di un diario redatto a fine episodio.

A fianco di mete esotiche e naturalisticamente inaccessibili, il contenuto racconta anche diversi territori europei, concentrandosi in particolare su paesi mediterranei come Spagna, Croazia e naturalmente Italia. Al centro delle puntate, in particolare per quanto riguarda quelle dedicate al territorio italiano, c'è principalmente il cibo tipico e iconico, la scoperta delle migliori ricette, ma anche descrizioni e immersione nella natura e nell'ambiente. Sin dalla prima edizione (in onda nella stagione 2016/17), Josh Garcia ha raggiunto l'Italia per raccontarne caratteristiche e tradizioni locali, con diverse puntate dedicate rispettivamente a **Genova** (intitolata «World Champion Pesto») alla ricerca del miglior pesto genovese, la **Toscana**, in particolare **Firenze** (tartufo), **Roma** (gli gnocchi) e **Napoli** (protagonista la pizza). Nelle successive stagioni, Josh Garcia ha raggiunto nuovamente l'Italia con un episodio dedicato alla **Sicilia** (in particolare, il nord-est con visite a **Catania**, **Taormina** e sull'Etna) e un insolito episodio intitolato «Under the Mediterranean sea», in cui, partendo dalla città di **Savona** ha esplorato in bicicletta i paesi di **Noli** e **Finalborgo** e la particolare «Nemo's Garden», una fattoria subacquea al largo del litorale. In ogni episodio dedicato all'Italia, la cucina è il punto centrale del racconto che si snoda tuttavia anche intorno ad altri elementi come l'arte e la cultura dei singoli territori.



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



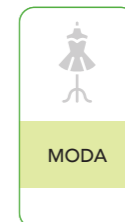
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA



DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE



Canale/piattaforma:
Food Network

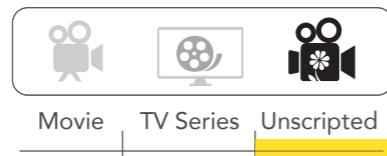
Anno: **2003**

Genere:
Cooking show

Stagioni: **4**

Episodi sull'Italia: **oltre 200**

Everyday Italian



Raccontare la cucina italiana da una location esclusiva a Malibu. È ciò che fa da circa vent'anni «Everyday Italian», cooking show in onda sul canale cable Food Network. Il programma è condotto da Giada De Laurentiis, chef e volto noto della televisione americana, le cui origini italiane conferiscono un sapore «locale» alla narrazione.

Nel corso delle puntate, la conduttrice presenta alcuni piatti tipici della tradizione italiana «adattati» secondo un gusto americano, in un'ideale contaminazione e vicinanza tra le due culture. Nel corso delle stagioni, il programma ha spaziato sui diversi fronti della **cucina regionale italiana**, senza mostrare i territori, ma fornendo comunque un'immagine positiva e continuativa del nostro paese.

Da Roma a Capri, da Milano alla Toscana, da Venezia alla Sicilia, da Genova a Bologna, quello che la De Laurentiis propone ai telespettatori americani è un mosaico di ricette e di approcci semplici e che aprono una vetrina inesauribile sull'Italia. I focus delle puntate non sono soltanto i piatti di singoli territori, ma più generalmente le modalità di intendere il cibo all'italiana, attraverso l'individuazione di alcuni momenti e caratteristiche chiave: la colazione, gli antipasti, gli snack, le modalità di cottura e così via.

Un compendio utile per il potenziale turista statunitense che ha visto anche estensioni comunicative, come la pubblicazione di libri e ricettari a partire dall'esperienza del contenuto televisivo (*Everyday Italian: 125 Simple and Delicious Recipes*, curato dalla stessa chef-conduttrice).



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



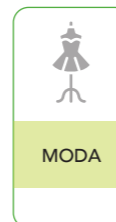
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA



DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE



Canale/piattaforma:
PBS

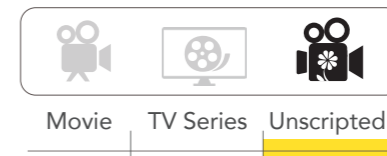
Anno: **1989**

Genere:
Cooking show

Stagioni: **30**

Episodi sull'Italia: **oltre 3000**

Ciao Italia



Il più longevo cooking-show della televisione statunitense va in onda dal 1989 e ha l'Italia come protagonista. «Ciao Italia» è un programma storico della PBS, condotto dalla chef Mary Ann Esposito, di origini siciliane. All'interno della sua piccola ed essenziale cucina, la Esposito presenta ogni giorno in una trentina di minuti una ricetta legata alla tradizione italiana; nel corso delle stagioni, sono stati registrati oltre tremila episodi, **un patrimonio di promozione e documentazione della cultura gastronomica nazionale all'estero**.

Da nord a sud, dall'antipasto al dolce, dai piatti più complicati agli snack veloci, quello realizzato dal programma negli anni è un vero e proprio compendio della cucina italiana che, pur senza mostrare le regioni e i luoghi, rappresenta una vetrina rilevante per il nostro paese.

Mary Ann Esposito è un personaggio estremamente popolare della televisione e dei media americani, autrice di decine di libri di ricette dedicati alla cucina italiana e protagonista spesso come ospite anche in altri programmi televisivi e radiofonici e autrice per siti web e blog tra cui The Huffington Post. «Ciao Italia» è anche un esperimento transmediale, con tutte le ricette raccolte nella sezione «Food» del sito della PBS, un altro sito dedicato in cui la chef dialoga con i fan, libri derivati dal programma, e anche un ristorante omonimo aperto nel 2020 nel New Hampshire.



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



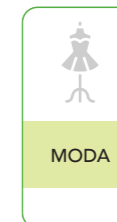
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA



DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE



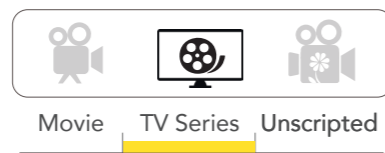
Canale/piattaforma:
HBO

Anno: **2021**

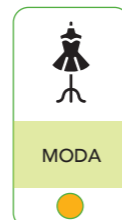
Genere:
Commedia drammatica

Episodi sull'Italia: **7**

The White Lotus



«The White Lotus» è la serie che più di tutte ha scatenato negli Stati Uniti una vera e propria febbre per l'Italia, in particolare per la Sicilia, ambientazione della seconda stagione, uscita nel 2022 sul canale premium cable HBO. Dopo la prima stagione che ha avuto come location le Hawaii, il seguito si è dunque spostato in Italia incontrando un notevole successo in termini di ricezione e discorso sociale, al punto da essere considerata l'elemento trainante della ripresa del turismo in uscita dagli Stati Uniti verso il nostro paese. La serie è una commedia drammatica (o black comedy), ovvero un racconto in cui toni drammatici sono mescolati a venature comiche e punte di humour. Nella seconda stagione, l'ambientazione è rappresentata da un lussuoso resort con sede a Taormina (il White Lotus che dà il nome alla serie), nella parte nord-orientale della Sicilia, nel quale si sviluppano e incrociano le vicende di coppie e famiglie americane eccentriche e benestanti. La serie, nel cui cast figura anche l'attrice italiana Sabrina Impacciatore nei panni della direttrice del resort, insiste su alcuni stereotipi classici dell'Italia all'estero: l'aperitivo vista mare, la vita slow e rilassante, la Vespa, in pieno stile «Dolce Vita», ma anche i pregiudizi tipici verso la **Sicilia**. La scelta delle musiche (De Andrè su tutti) è un altro tratto curioso della serie, che mescola elementi locali specificamente legati alla Sicilia con altri legati all'immaginario nazionale nel suo complesso. **Oltre a Taormina, altri luoghi toccati dalla serie**, al centro di specifici episodi, sono **Noto e Cefalù**; un itinerario regionale di grande impatto turistico e promozionale. La serie, in onda in Italia su Sky Atlantic e disponibile in molti altri paesi, ha vinto due Golden Globes (tra cui miglior miniserie) ed è già stata rinnovata per una terza stagione, che avrà come ambientazione una location asiatica.



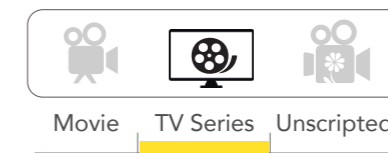
Canale/piattaforma:
HBO

Anno: **2018**

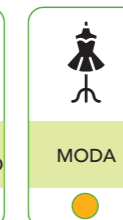
Genere:
Drammatico

Episodi sull'Italia: **9**

Succession



Le vicende di un potente magnate dei media e della sua famiglia, gli affari e le lotte intestine fraticide per la successione. Sono gli ingredienti di «Succession», serie targata HBO giunta nel 2023 alla sua quarta stagione. Ambientata prevalentemente a New York, tra uffici, palazzi e dimore di lusso, la serie ha avuto come location di alcuni episodi anche la **Toscana**. Nella terza stagione, andata in onda nel 2021, infatti, la saga della famiglia dei Roy ha spostato alcuni passaggi della trama nel centro Italia, più precisamente nella **Val d'Orcia e la provincia di Siena**. In particolare, è stata individuata la storica dimora di Villa Cetinale, nel comune di Sovicille, un edificio del Seicento con decine di camere e parco privato che da sfondo a una lussuosa cena in uno degli episodi. Ma il temporaneo «buen retiro» dei Roy in Toscana ha toccato anche altri luoghi caratteristici di questo lembo di Toscana, come le terme di Bagno Vignoni, i giardini di Villa La Foce, e ancora Pienza, Cortona, Montalcino; un trionfo di paesaggi mozzafiato della Val d'Orcia, in cui colline e campi di grano si alternano a ristoranti ed altre location esclusive. Anche alcune scene cult del finale della terza stagione raccontano perfettamente l'immaginario toscano caro all'estero, una stradina sterrata tra le mura di un piccolo borgo. La Toscana di «Succession» è il racconto di natura, cultura, eleganza dell'italianità maggiormente percepita e apprezzata negli Stati Uniti.



Francia

UN'ITALIA DI PROSSIMITÀ ATTRAVERSO PROGRAMMI TV ITINERANTI

Identità e originalità. Intorno a questi due poli è possibile ritagliare gli approcci più diffusi e significativi del racconto dei luoghi nei contenuti televisivi francesi.

L'identità nazionale è un elemento tipico che ritorna più volte nei programmi (magazine, rubriche, documentari) dedicati al territorio, con un particolare accento alle tradizioni e agli aspetti naturalistici di regioni, città e borghi francesi.

Tuttavia, dall'altra parte, molti contenuti mostrano di saper offrire uno sguardo meno convenzionale, talvolta eccentrico, alle bellezze del mondo: incontri con personaggi "lateral", viaggi in treno, toni leggeri e divertenti come espedienti narrativi per scoprire culture e ambienti naturali.

Nel corso degli anni, anche l'Italia è rientrata a pieno in questo meccanismo, diventando protagonista di diversi episodi di programmi unscripted; il tema della prossimità e dello spostamento tra luoghi limitrofi è una delle chiavi di lettura prevalenti del racconto dell'Italia, come testimoniano i viaggi itineranti tra le Cinque Terre e la Romagna (un percorso orizzontale tra due regioni e molteplici province osservando paesaggi e abitudini che cambiano) di un programma come *Échappées Belles* (France 5) o viaggi in treno lungo il nord e centro Italia di *Des trains pas comme les autres* (France 3), o ancora il percorso lungo

i corsi d'acqua di *Des racines et des ailes* (France 3) e l'attraversamento della Sicilia in alcune puntate di *Faut pas rêver* (France 3).

Tra i luoghi cui si è prestata maggior attenzione i laghi della Lombardia, Venezia, la Sicilia, ma anche la riviera ligure e l'Emilia-Romagna.

FRANCIA



Canale/piattaforma:
France 3

Anno: **1990**

Genere:
Magazine

Stagioni: **14**

Episodi sull'Italia: **2**



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



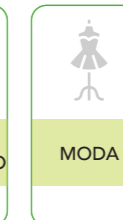
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA

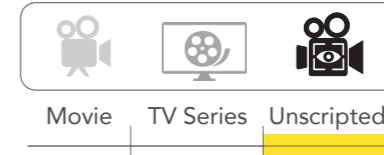


DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE

Faut pas rêver



Movie | TV Series | **Unscripted**

Programma storico del servizio pubblico francese, in onda ininterrottamente dal 1990 il venerdì sera in prime time, *Faut pas rêver* è un magazine di viaggio che in episodi di poco più di un'ora approfondisce ambienti e caratteristiche di specifici luoghi. La scoperta della diversità regionale e locale francese (dalla Camargue all'Alsazia, dalla Loira alla Corsica) è il punto di forza del programma che, tuttavia, nel corso degli anni ha saputo anche spaziare al di fuori dei confini nazionali, sia in Europa (in Spagna, in particolare, sono stati realizzati numerosi episodi), sia in mete extracontinentali, comprese quelle di lingua francofona (Québec) o i territori d'oltremare. Dal 2017, conduttrice del programma è Carolina De Salvo, nata a Palermo e trasferitasi in Francia per studio, dove ha cominciato a lavorare per la televisione, che si alterna a George Pernoud. Proprio la presenza della conduttrice-reporter siciliana ha coinciso con una maggiore attenzione del programma verso l'Italia e, in particolare, verso l'isola. Tra il 2017 e il 2019 due episodi dedicati alla **Sicilia** hanno occupato la programmazione di *Faut pas rêver*; «una commedia a cielo aperto», tra «Palermo, la belle» e «Catane, la volcanique»; un viaggio che parte dall'Etna (sorvolato in elicottero e poi avvicinato in escursione) per spostarsi poi tra i mercati tipici e caratteristici, tra i vicoli, i palazzi storici, i contrasti tra l'eleganza del centro storico e l'abbandono di alcuni quartieri, senza disdegnare di immergersi nel folklore come la classica festa di Sant'Agata. Carolina De Salvo è poi tornata in Sicilia per un episodio del 2019 diviso in due parti e dedicato alle feste tradizionali: la prima in Sri Lanka e la seconda proprio in Sicilia, in particolare nel piccolo borgo di **Monterosso Almo**, sede di una partecipata festa religiosa dedicata a San Giovanni Battista.





FRANCIA



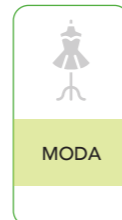
Canale/piattaforma:
France 3

Anno: **1990**

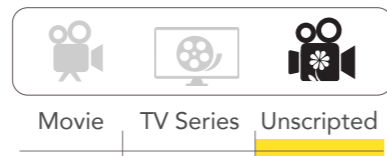
Genere:
Travel documentary

Stagioni: **14**

Episodi sull'Italia: **3**



Des trains pas comme les autres



Ideato da François Gall e Bernard d'Abrigeon nel 1987, «Des trains pas comme les autres» è uno dei programmi più longevi della televisione francese, in onda prima sullo storico Antenne 2 (antenato di France 2) e dal 2011 su France 5. La particolarità del programma, un autentico documentario di viaggio, consiste nel mezzo di trasporto, il treno come elemento fondativo e distintivo del concept. Se inizialmente, i conduttori si muovevano su treni «speciali» (antichi, insoliti o ultramoderni), dal 2011, con l'arrivo alla conduzione del giornalista Philippe Gougler (che è anche co-autore degli episodi), il programma ha assunto un andamento più tradizionale, meno legato all'immaginazione contemplativa e maggiormente orientato alla dimensione umana e concreta dei rapporti con le persone incontrate durante il viaggio. Nel corso della sua lunga storia, il programma ha dedicato diversi episodi all'Italia. Uno dei più recenti, andato in onda nel gennaio 2022, ha visto Gougler cominciare il suo viaggio da **Roma**, alla scoperta della storia e dell'architettura della città, per poi spostarsi in treno verso **Sansepolcro**, dove assiste alle gare del Palio dei quartieri, ispirato alla tradizione medievale, per poi sconfinare nel piccolo comune di **Brisighella, sull'Appennino tosco-emiliano, nella provincia di Ravenna**. Altri episodi sono stati dedicati a un viaggio nell'Italia del Nord e a uno nell'Italia del sud. Il primo è partito da **Genova** per arrivare a **Venezia** (in onda nel 2020), passando per **Manarola (uno dei borghi delle Cinque Terre)**, scendere a **Firenze** e poi risalire verso **Verona**, visitando tutti i luoghi e monumenti iconici; il secondo è partito da **Napoli** e arrivato a **Palermo**, toccando anche luoghi insoliti come **Foggia** o il traghetto da **Villa San Giovanni a Messina**, e altri più classici come i trulli di **Alberobello**.



FRANCIA



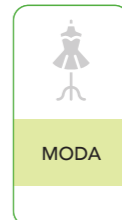
Canale/piattaforma:
France 5

Anno: **2018**

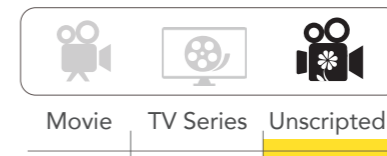
Genere:
Travel documentary

Stagioni: **2**

Episodi sull'Italia: **1**



Drôles de villes pour une rencontre



La giornalista Alexandra Alévêque, già conosciuta dal pubblico francese per aver condotto diversi magazine e rubriche a tema viaggi e avventura, presenta dal 2018 questo programma in onda sul canale del servizio pubblico France 5. «Drôles de ville pour une rencontre» contiene già nel titolo il suo elemento peculiare e distintivo, ovvero il provare a raccontare luoghi e città del mondo attraverso le loro «stranezze» e l'incontro con personaggi e figure laterali, fuori dall'approccio più tradizionale.

Un programma che in due stagioni ha spaziato soprattutto al di fuori dall'Europa (dalla Bolivia alle Filippine, dall'India alla Mauritania), ma che in alcune occasioni ha puntato anche su mete continentali.

Oltre a destinazioni di paesi scandinavi, la rara concessione all'Europa mediterranea è stata caratterizzata da un episodio dedicato all'Italia, in particolare alla città di **Venezia**, in onda del 2021 e poi riproposto in diversi passaggi in replica. Partita da Cannaregio, la conduttrice ha esplorato Venezia nella sua specificità di città diffusa tra la terraferma e le isole che la compongono, incontrando e intervistando pompieri, spazzini e una vogatrice (anche la conduttrice si improvvisa poi ai remi): guide ideali e preziose per entrare nell'anima (e nei problemi concreti) della città. In mezzo a immagini iconiche dei canali e delle gondole, la puntata restituisce anche i lati più nascosti dei veneziani, le loro abitudini quotidiane, i molti stratagemmi utilizzati per vivere la condizione particolare di città sull'acqua.



FRANCIA

Canale/piattaforma:
France 3

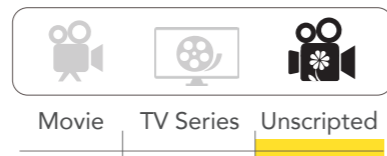
Anno: **1997**

Genere:
Magazine

Stagioni: **15**

Episodi sull'Italia: **7**

Des racines et des ailes



Radici e ali. «Des racines et des ailes» è un programma storico di France 3, in onda sin dalla seconda metà degli anni Novanta. Si tratta di un programma che ha l'obiettivo di guardare appunto alle radici e alle ali di un territorio, ovvero al suo passato per capire e interpretare il suo presente e i suoi possibili sviluppi futuri. Partito come magazine del mercoledì sera dedicato prevalentemente alla scoperta e al racconto di luoghi francesi, nel corso degli anni si è aperto anche ad altri paesi e territori, compresa l'Italia.

Uno dei temi attraverso cui è stata affrontata la narrazione dell'Italia è quello dell'acqua, viaggiando attraverso fiumi e laghi; un episodio ha visitato i laghi della **Lombardia** (partendo dalla Savoia, in un'ideale continuità tra Francia e Italia e relativi paesaggi e immaginari), con affondi in particolare su palazzi e dimore storiche come Villa Balbianello nei pressi di Como, un'altra si è spostata in **Toscana** raccontando Firenze lungo l'Arno e un'altra ancora è stata incentrata su **Roma**, osservata lungo le sponde del Tevere.

Un modo sicuramente meno convenzionale rispetto ad altri programmi per approfondire città e luoghi iconici italiani, utile per ricostruire la storia e l'anima di questi territori. Altri episodi sono stati incentrati su **Napoli e Capri**, sulle **Cinque Terre**, sulla **Sicilia** e una tappa a **Orvieto**.



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



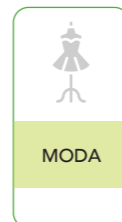
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA



DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE



FRANCIA

Canale/piattaforma:
FRANCE 5

Anno: **2006**

Genere:
Magazine

Stagioni: **14**

Episodi sull'Italia: **7**



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



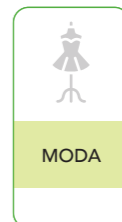
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA

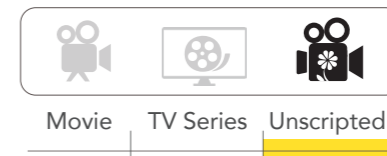


DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE

Échappées Belles



Diversi conduttori si alternano alla guida di uno storico magazine di viaggio del servizio pubblico francese, in onda settimanalmente sul canale France 5 nella fascia del prime time. Sophie Jovillard, Jérôme Pitorin e Ismael Khalifi guidano lo spettatore in viaggi intorno al mondo toccando spesso angoli, regioni e territori meno noti. In onda sin dal 2006, il programma ha dedicato diversi episodi al territorio italiano; tra le prime location toccate da «Échappées Belles», un brand iconico del nostro paese, ovvero Venezia, al centro di un episodio significativamente intitolato «Venise, l'Eternelle», in cui l'immaginario romantico si mescola a un affondo su tradizioni, cibi e palazzi storici. Un'impostazione che è nello stile del programma e che ha accompagnato le successive puntate dedicate all'Italia, che hanno toccato diversi territori: i **laghi lombardia (con un viaggio tra Lago Maggiore, Lago di Como e Lago di Garda), la Sicilia (con una visita a Palermo in particolare), Firenze**. Curioso un episodio del 2018 che ha visto la produzione partire da un tour delle **Cinque Terre** (con dettaglio di tutte e cinque le località che compongono questa area) per poi superare l'**Appennino** e arrivare in **Emilia-Romagna** toccando le province di **Parma e Modena** fino ad arrivare a **Ravenna**, in un ideale coast-to-coast della parte inferiore del nord Italia. Tra gli ultimi episodi andati in onda, fedeli alla stessa impostazione di «indagine» varia e diversificata su bellezze e caratteristiche dei luoghi italiani, si segnalano un episodio sulla **Val d'Aosta** e uno sulla **Puglia, da Bari fino a Otranto e Polignano a mare**, tra cibo, natura e tradizioni (la «pizzica»). Il programma è seguito anche al di fuori dei confini francesi grazie al canale transnazionale TV5Monde.

Germania

VENEZIA, GARDA, CAMPEGGI: IL RACCONTO DELL'ITALIA NELLA TV TEDESCA

Nella rappresentazione dell'Italia che passa dai contenuti audiovisivi prodotti in Germania, due luoghi emergono come particolarmente considerati: Venezia e il Lago di Garda, peraltro entrambi molto frequentati dai turisti tedeschi.

La serie *Donna Leon* (ispirata alle vicende del Commissario Brunetti dei romanzi dell'omonima scrittrice statunitense), per esempio, è una vetrina per la città lagunare, immortalata episodio dopo episodio in tutti i suoi aspetti da oltre vent'anni di programmazione. Il lago di Garda è protagonista di un film e un documentario prodotti per il servizio pubblico Zdf, ispirati alle stagioni ed evocando ambientazioni di vacanza, come *Ein sommer am Gardasee* (Un'estate sul Garda) e *Fruhling am Gardasee* (Primavera sul Garda).

Nell'ambito della produzione di unscripted, inoltre, l'Italia non compare (a differenza di quanto avviene in altri contesti televisivi europei) all'interno di rubriche di viaggio o di divulgazione, ma dentro contenuti più vicini al reality o al factual. Un aspetto curioso è rappresentato da almeno due prodotti dedicati al mondo dei "campeggi", rivolti a un pubblico omogeneo e solido dal punto di vista delle modalità e scelte di viaggio: *Bella Italia - Camping auf Deutsch* è un docu-reality interamente ambientato all'interno del

campeggio di Marina di Venezia (uno dei più grandi d'Europa), mentre *Einmal Camping, Immer Camping* vede coppie di concorrenti viaggiare per campeggi di tutto il mondo, toccando in diversi casi anche l'Italia (di nuovo il lago di Garda, ma anche la Toscana e la Liguria).

Nell'ultima stagione, l'Italia è stata raccontata anche attraverso altri generi come il talent-game d'abilità fisica (*Joko gegen Klass*) e il documentario a tema gastronomico (*Made in Italy*), entrambi capaci di ottenere un buon grado di conoscenza del prodotto, come rilevato dall'indagine quantitativa effettuata su un campione di viaggiatori tedeschi (vedi cap. 3)

GERMANIA



Canale/piattaforma:
RTL II

Anno: **2021**

Genere:
Docu-reality, docu-soap

Stagioni: **2**

Episodi sull'Italia: **18**



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



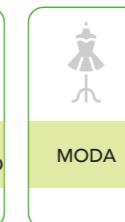
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA



DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE

Bella Italia - Camping auf Deutsch



Movie | TV Series | **Unscripted**



«Bella Italia - Camping auf Deutsch» è un programma che racconta le vicende di un gruppo di turisti e camperisti tedeschi presso il campeggio più ampio d'Europa, il **Camping Village** a 5 stelle situato nei pressi di **Marina di Venezia**.

Il prodotto è pensato (e promosso commercialmente) come una sorta di docu-soap, dal momento che vengono messe in scena le dinamiche che si vengono a creare tra i personaggi; l'ambientazione è quella di un micro-cosmo del tutto particolare, quello appunto di un campeggio italiano, con una forte dimensione di talent-show.

Nei vari episodi, i protagonisti ricreano la dimensione di una tipica villeggiatura alternativa italiana, in un luogo realmente molto frequentato da turisti tedeschi, entrando poi in contatto con la dimensione locale attraverso la natura, le attività outdoor, ma anche la scoperta di prodotti tipici dell'artigianato locale.

Nella stagione in corso, il programma va in onda nella fascia del preserale totalizzando circa 600mila spettatori a puntata.



Canale/piattaforma:
ProSieben

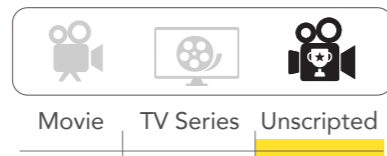
Anno: **2012**

Genere:
Game, talent-show

Stagioni: **10**

Episodi sull'Italia: **2**

Joko gegen Klaas - Das Duell um die Welt



Due noti personaggi del piccolo schermo, Joko Winterscheidt e Klaas Heufer-Umlauf, si sfidano in un'insolita gara di giochi estremi e pericolosi in giro per il mondo.

Il programma, che mette insieme elementi del docu-reality, del talent e del classico game d'abilità fisica, prevede che i due protagonisti si affrontino in prove proibite in alcuni dei luoghi più impervi e inaccessibili del pianeta.

Dalla sesta stagione, in onda dal 2018, il programma prevede uno spin-off con due team di sfidanti riconducibili ai due protagonisti e una parte di studio condotta dalla presentatrice Jeannine Michaelsen.

In oltre dieci anni di programmazione, un paio di episodi del programma hanno avuto l'Italia come scenario.

In particolare, nella quinta stagione, precisamente nella puntata in onda il 9 settembre 2017, una delle performance di Klaas si è sviluppata in **Sicilia, sull'Etna** innevato, mentre in un episodio più recente (in onda il 30 novembre 2019), uno dei membri del team di Klaas si è trovato ad affrontare una strana prova di palleggi con un palla in cima a un massiccio montuoso dell'**Alto Adige**.

Nelle location italiane, così come in quelle mostrate in giro per il mondo, il programma privilegia il racconto dell'avventura ai limiti dell'estremo, mostrando la natura nella sua versione più selvaggia cui l'uomo prova a contrapporsi.



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



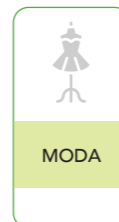
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA



DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE

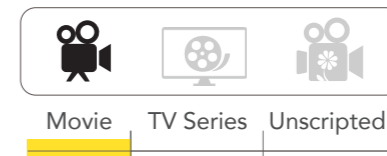


Canale/piattaforma:
ZDF

Anno: **2022**

Genere:
Romantico

Ein Sommer am Gardasee



Realizzato da Cologne Film in collaborazione con la casa di produzione italiana Viola Film, «Ein Sommer am Gardasee» è un prodotto cinematografico pensato per la messa in onda sul servizio pubblico ZDF.

Il film (letteralmente «Un'estate sul lago di Garda») racconta la storia di Nell (interpretata dall'attrice Pia Micaela Barucki), una ragazza tedesca che, dopo la morte improvvisa e accidentale dei genitori, decide di partire per l'Italia, precisamente il **lago di Garda**, per diventare istruttrice di parapendio.

Qui rivede prima Lukas, con cui aveva già avuto un flirt, e Simone Ferri, un ragazzo del luogo che gestisce un agriturismo e un piccolo ristorante con la sua famiglia, e che cerca di conquistarla attraverso il cibo e la cucina.

Il film, diretto da Stefanie Sycholt, è un **omaggio all'Italia e a un'area particolarmente frequentata dai turisti tedeschi**; panorami mozzafiato e immagini di vita quotidiana restituiscono un'immagine rassicurante e da cartolina della regione, perfettamente in linea con il sentimento da relax estivo che essa genera sui viaggiatori di quel paese.

Tra i luoghi delle riprese, in particolare il **versante veronese** con la cittadina di **Torri del Benaco** e l'**affascinante Monte Baldo**.



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



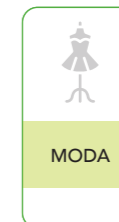
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA



DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE



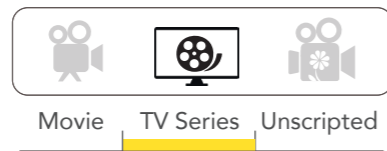
Canale/piattaforma:
ARD (Das Erste)

Anno: **2000-2019**

Genere:
Poliziesco

Episodi sull'Italia: **26**

Donna Leon



Storica fiction del servizio pubblico ARD, «Donna Leon» è un poliziesco **interamente ambientato a Venezia**.

La serie prende il nome dall'autrice dei romanzi (statunitense) a cui i vari episodi sono ispirati, i quali raccontano le vicende del commissario Guido Brunetti.

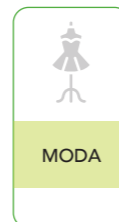
Nella trasposizione seriale, pertanto, l'accento è stato posto sull'autrice dei romanzi che dà il titolo alla serie antologica il cui protagonista è appunto il commissario Brunetti, interpretato dall'attore Joachim Krol prima e da Uwe Kockisch poi.

In onda sin dal 2000 per circa una trentina di differenti episodi (riproposti non in ordine cronologico rispetto alla scansione dei romanzi), la serie ha contribuito a **far conoscere al pubblico tedesco la città di Venezia, i suoi palazzi, le calli, le vedute più caratteristiche della città, compresi quartieri e aree meno noti al grande pubblico**.

Da anni, diverse agenzie e tour operator organizzano delle visite guidate della città, rivolte soprattutto ai turisti tedeschi, che toccano i vari luoghi della serie fino ad arrivare alla questura nella quale lavora il commissario Brunetti.

I romanzi della Leon sono stati tradotti in oltre venti lingue, ma tra queste non figura l'Italia; i romanzi, così come il loro adattamento seriale, si configurano pertanto come un curioso caso di visibilità del territorio italiano unicamente pensato per il pubblico straniero.

La serie è trasmessa anche in Spagna e in Finlandia, sul canale pubblico YLE.



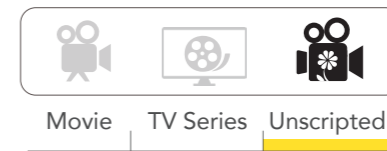
Canale/piattaforma:
Vox

Anno: **2014**

Genere:
Docu-reality

Episodi sull'Italia: **5**

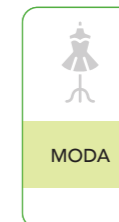
Einmal Camping, Immer Camping!



In questo docu-reality, in onda dal 2014 sul canale generalista Vox (appartenente al gruppo editoriale RTL) e arrivato all'ottava stagione, diverse coppie viaggiano intorno al mondo soggiornando in campeggio; le strutture fanno quindi da sfondo alle «avventure» dei protagonisti e vengono rappresentate nelle loro caratteristiche e specifiche funzionalità, rendendo il programma anche un utile compendio per un target ben delineato. Nel corso delle stagioni, le coppie di protagonisti cambiano

e si spostano da un luogo all'altro anche attraversando più paesi. Alcuni episodi di questi viaggi hanno avuto come teatro l'Italia; sin dalla prima stagione, l'Italia è protagonista con il **lago di Garda** (versante veneto), con una coppia che, provenendo dalla Francia del Sud, trova nel campeggio italiano un vero e proprio «paradiso personale», come specificato nel programma, con un bagno privato, un quotidiano tedesco ad attenderla e una gita in barca.

Nei passaggi successivi, altri protagonisti-concorrenti visitano **Firenze e la Toscana** (non mancano i riferimenti all'arte e alla cultura), la cittadina di **Sestri Levante in Liguria**, e più recentemente nelle ultime stagioni anche **Adria** (in Veneto) e la **Sardegna**, sempre all'insegna della scoperta del cibo e delle peculiarità locali.



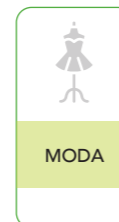


Canale/piattaforma:
N_TV

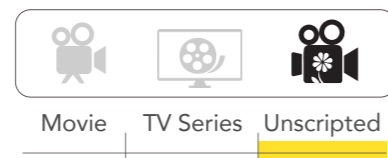
Anno: **2021**

Genere:
Documentario

Episodi sull'Italia: **1**



Made in Italy – Das Geheimnis von Pasta, Parmesan & Co.



Nell'ambito del ciclo di documentari NTV Doku, realizzato dal canale di informazione e divulgazione N-TV (gruppo RTL), la mattina di Natale del 2021 è stata dedicata una puntata alla scoperta dei segreti e delle tecniche di produzione di alcuni cibi tipici italiani.

Il documentario esplora in particolare la zona di **Bologna** e dell'**Emilia-Romagna**, soffermandosi sul processo che porta alla creazione del Parmigiano Reggiano, entrando in alcuni stabilimenti e osservando da vicino i vari momenti della lavorazione.

Una seconda parte del documentario è, invece, dedicata a **Milano** e al classico «panettone», anche in questo caso attraverso un attento lavoro di ricostruzione delle fasi di preparazione fino alla distribuzione e vendita al pubblico.

Una parte del documentario è riservata a un ospite particolare, l'astronauta italiano Paolo Nespoli, e al cuoco della squadra degli scienziati in missione nello spazio, per scoprire come si nutrono e con quali alimenti tipici della tradizione.

Dopo la messa in onda ufficiale, il prodotto ha poi avuto diversi passaggi in replica.



Regno Unito

LA MEDIAZIONE NECESSARIA DEI TALENT COME STRUMENTO DI RACCONTO E SCOPERTA DELL'ITALIA

Il contrasto tra la cultura britannica e quella italiana è la retorica che innerva molte produzioni (in particolare unscripted) della televisione d'oltremarica dedicate al nostro paese. L'approccio tipico di contenuti come *Jamie cooks Italy* (Channel 4), del tour di *Gordon, Gino & Fred's Road Trip* (ITV), di *Bradley Walsh & Son – Breaking Dad* (ITV) o di una docu-series dello streaming come *James May – Our man in Italy* (Amazon Prime Video) è quello di utilizzare uno o più talent già noti al pubblico televisivo britannico come testimonial o "ambasciatori" dell'Italia, del suo stile di vita e delle sue bellezze artistiche e paesaggistiche.

Si tratta, quindi, di una narrazione che necessita di una mediazione "forte", presente in molti casi sin nel titolo, quasi una chiave d'accesso necessaria per generare fiducia e riconoscibilità.

La scoperta della gastronomia tipica di ogni regione italiana è un tema trasversale a diverse produzioni, spesso elemento cardine grazie anche alla presenza di chef televisivi consolidati come Jamie Oliver, Gordon Ramsay o l'italiano Gino d'Acampo; la moda, il design, gli oggetti un contorno imprescindibile per cogliere estetica e stereotipi.

Negli ultimi anni, anche la serialità britannica ha cominciato a guardare all'Italia come teatro

possibile di ambientazioni narrative; uno dei casi recenti più significativi è il period drama *Hotel Portofino*, che ricostruisce le dinamiche di ambienti esclusivi nell'Italia degli anni Venti e Trenta del ventesimo secolo, dialogando costantemente con il territorio ligure e le sue specificità e tradizioni peculiari dell'epoca.



REGNO UNITO



Canale/piattaforma:
Prime Video




Anno: **2020-2022**

Genere:
Docu-series

Episodi sull'Italia: **6**

James May - Our man in Italy



Movie | TV Series | **Unscripted**

Il popolare conduttore televisivo britannico James May viaggia per il mondo alla ricerca di culture e tradizioni. Dopo la prima stagione (2020) ambientata in Giappone, nella seconda stagione l'ambientazione si sposta in Italia. In sei episodi da un'ora ciascuno, il viaggio di James May tocca diversi punti da nord a sud del nostro paese (**Sicilia, Costiera Amalfitana, Genova, Venezia, Dolomiti, Roma, Firenze, la città di Carrara, l'Emilia-Romagna e le sue peculiarità come terra dei motori, per chiudere il viaggio a Milano**) giocando ironicamente sull'inconciliabilità tra la «dolce vita» e lo stile «trasandato» di un uomo inglese di mezza età. Pur non disdegnando gli stereotipi e il «confronto» tra culture diverse, il programma approfondisce dimensioni chiave della notorietà italiana all'estero: il cibo, le tradizioni, la natura, la moda, l'imprenditoria.



CIBO


NATURA/
AMBIENTE


ARTE/
CULTURA


TRADIZIONI/
FOLKLORE


INDUSTRIA/
ARTIGIANATO


MODA


DIMORE
STORICHE


ATTIVITÀ
SPORTIVE



REGNO UNITO



Canale/piattaforma:
Channel 4




Anno: **2019**

Genere:
Cooking show

Episodi sull'Italia: **8**

Jamie cooks Italy



Movie | TV Series | **Unscripted**

Dopo il successo di *Jamie's Great Italian Escape* (2005), tra i primi programmi tv di cucina stranieri ad aver messo al centro della narrazione le tradizioni culinarie italiane, il celebre cuoco e divulgatore Jamie Oliver ha realizzato nel 2019 un ulteriore affondo sul nostro panorama gastronomico. In *Jamie cooks Italy*, il conduttore intraprende un viaggio di otto puntate alla scoperta di tradizioni tipiche del nostro paese, imparando dai «locali» i segreti della cucina e i legami con la natura, il territorio e l'agricoltura. Il viaggio di Jamie Oliver parte dal sud, precisamente dalle **isole Eolie, e attraverso la Puglia, la Basilicata, Napoli, la Toscana** e altri luoghi risale fino al **Piemonte**, teatro dell'ultimo episodio. Il prodotto è stato venduto come ready-made anche in altri paesi tra cui Australia (*Jamie and the nonnas*), Spagna (*Jamie cocina en Italia*) e Canada (*in lingua francese con il titolo di Jamie cuisine l'Italie*).



CIBO


NATURA/
AMBIENTE


ARTE/
CULTURA


TRADIZIONI/
FOLKLORE


INDUSTRIA/
ARTIGIANATO


MODA


DIMORE
STORICHE


ATTIVITÀ
SPORTIVE



REGNO UNITO



Canale/piattaforma:
ITV

Anno: **2018**

Genere:
Docu-reality

Episodi sull'Italia: **1**

Gordon, Gino & Fred's Road Trip

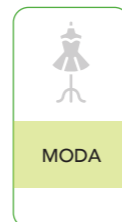


Movie | TV Series | **Unscripted**

Tre cuochi e formidabili intrattenitori televisivi effettuano viaggi intorno al mondo esplorando culture locali e cucina tipica. Gordon Ramsey, lo chef italiano Gino D'Acampo e il maître francese Fred Sirieix attraversano luoghi con i mezzi più svariati entrando in contatto con persone e tradizioni. Il programma, in onda dal 2018, ha già visto tre edizioni più alcuni episodi speciali in occasione delle festività natalizie. La prima stagione, composta da tre episodi, aveva al centro i paesi d'origine dei protagonisti (Italia, Francia, Scozia); il primo episodio, intitolato «The Italian Job», ha raccontato proprio l'Italia e ha visto i tre girare a bordo di una Vespa, simbolo dell'italianità, tra le vie di **Napoli e di altri luoghi della Campania come Sorrento e Alivignano (alla ricerca della miglior mozzarella di bufala), per poi trasferirsi in Sardegna, terra d'origine di Gino D'Acampo, nella zona di Olbia e della Costa Smeralda.**

Ne emerge un affresco dell'Italia tra artigianalità e bellezza, natura e storia.

Il programma è stato trasmesso anche in Italia come ready-made sul canale Nove.



REGNO UNITO



Canale/piattaforma:
ITV

Anno: **2019**

Genere:
Docu-reality

Episodi sull'Italia: **2**

Bradley Walsh & Son: Breaking Dad

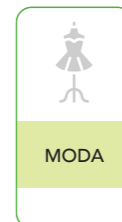


Movie | TV Series | **Unscripted**

Il popolare attore e presentatore inglese Bradley Walsh (volto noto soprattutto per aver recitato in serie di successo come *Coronation Street* o *Law & Order: UK* e aver condotto programmi tv come *The Wheel of Fortune*) viaggia insieme al figlio Barney in giro per il mondo a bordo di un camper. Dopo le prime due stagioni che hanno avuto come protagonista il territorio degli Stati Uniti, dal 2021 il programma si è spostato in Europa; in particolare, proprio nella terza stagione, due episodi sono stati dedicati all'Italia. Il viaggio dei due protagonisti, che è costruito intorno alle classiche dinamiche dello scambio e del confronto generazionale, ha visto il **lago di Garda** come punto di partenza, in particolare il **Monte Baldo, sul versante trentino e veronese**; qui la narrazione comincia con Barney che sorprende il padre intento a organizzare una sessione di parapendio.

Da qui partono poi a bordo di un'imbarcazione motonautica risalendo il fiume Po fino alle colline del Monferrato.

Nel secondo episodio dedicato all'Italia, esplorano **Roma** e poi viaggiano verso sud alla scoperta della **Costiera Amalfitana**. Il programma, seguitissimo con circa 6 milioni di media di telespettatori, insiste sulle dimensioni dell'avventura, delle attività sportive estreme senza disdegnare incursioni nel racconto della storia e dell'arte dei territori visitati.





REGNO UNITO



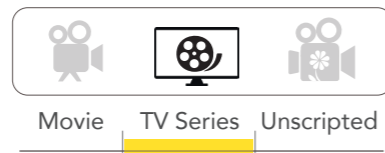
Canale/piattaforma:
BritBox / ITV

Anno: **2022**

Genere:
Period drama

Episodi sull'Italia: **12**

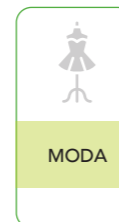
Hotel Portofino



La serie creata da Matt Baker è un period drama ambientato in Italia durante gli anni Venti del ventesimo secolo. Racconta le vicende della figlia di un ricco industriale inglese che si trasferisce sulla riviera ligure per gestire un hotel di lusso; con lei anche il marito e i figli, mentre incombe sullo sfondo la minaccia dell'ascesa del fascismo.

«Hotel Portofino» è una classica serie in costume, che brilla in particolare per la bellezza dei panorami e dei paesaggi della riviera di Levante. Pur essendo ambientata a **Portofino**, tuttavia, solo una minima parte delle riprese è stata effettuata nel **golfo del Tigullio**, mentre una fetta più rilevante ha avuto come teatro alcune città e località della Croazia. Rimangono, tuttavia, numerosi i riferimenti all'Italia, alla sua cultura e tradizioni folkloristiche, alla messa in mostra di palazzi e dimore d'epoca, a un immaginario di rilassatezza e villeggiatura.

La serie va in onda in Italia su Sky Atlantic ed è stata distribuita in circa 30 paesi in tutto il mondo.



REGNO UNITO



Canale/piattaforma:
Acorn TV

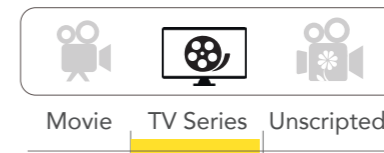
Anno: **2022**

Genere:
Poliziesco

Stagioni: **1**

Episodi sull'Italia: **3**

Signora Volpe

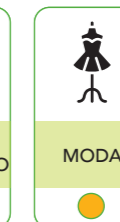


Firmata da Rachel Cuperman e Sally Griffiths, «Signora Volpe» è una serie tv con Emilia Fox nei panni della protagonista Sylvia Fox, un'agente segreto dell'MI6 che tenta di rifarsi una vita e una professionalità in Italia.

Arrivata in Umbria per partecipare al matrimonio della nipote, immagina che questo sia il luogo ideale per un momento di pausa e riflessione. Ma il ritrovamento di un cadavere in un lago, le sue doti investigative prendono il sopravvento e si ritrova così nuovamente invischiata in un caso da risolvere. Prodotta e distribuita dal servizio streaming Acorn TV, con il supporto della casa di produzione italiana Cattleya, la serie (un giallo a tinte rosa e leggere) è un omaggio all'immaginario «slow» del centro Italia; i luoghi delle riprese e delle ambientazioni sono infatti **l'Umbria e il Lazio**, con immagini di paesaggi naturali e piccoli borghi.

Nel «cuore verde» dell'Italia, le vicende della detective prendono forma in tre episodi, in cui il nostro paese appare come autentico protagonista: il fulcro delle vicende è a **Panicale, piccola località affacciata sul lago Trasimeno**, ma anche Perugia e il lago di Bracciano nel Lazio. Nella serie anche diversi attori italiani, tra cui Giovanni Cirfiera che interpreta un capitano del comando locale dei Carabinieri, in un rapporto prima complicato e poi più disteso tra due istituzioni investigative differenti.

La serie è stata distribuita anche in Italia sul canale Sky Investigation.



Spagna

IL VIAGGIO COME RETORICA NARRATIVA PER SCOPRIRE L'ITALIA

L'universo del viaggio e dei viaggiatori per il mondo è la chiave di lettura che meglio spiega i contenuti incentrati sulla rappresentazione dei territori nella televisione spagnola; programmi storici e più recenti come *Callejeros Viajeros*, *Viajeros Cuatro*, *Planes Cuatro*, *Españoles por el mundo* contengono già nel concept e nel titolo il proprio biglietto da visita.

Sia sul servizio pubblico che sulle tv commerciali (e anche sui network regionali), il racconto di viaggi, in chiave divulgativa e adventure, è cifra distintiva dell'offerta; il tema dell'incontro, della scoperta, del cittadino spagnolo all'estero (*Españoles por el mundo*, *Madriños por el mundo*) come chiave per immergersi nelle specificità dei luoghi sono i meccanismi e le retoriche prevalenti. In questo quadro, l'Italia è riuscita – anche per vicinanza geografica e culturale – a ritagliarsi in più occasioni un rilevante spazio di rappresentazione e promozione.

La gastronomia, l'arte, l'ambiente, il folklore, ma anche il "made in Italy", sono i classici ambiti di narrazione dell'Italia nei contenuti spagnoli, che forniscono uno sguardo ampio e diffuso su vari territori nazionali, con particolare predilezione per la Toscana e per il Sud, quest'ultimo soprattutto per aspetti legati al cibo (come nel cooking show itinerante *Comerse el mundo*).

SPAGNA



Canale/piattaforma:
La1 (RTVE)

Anno: **2009**

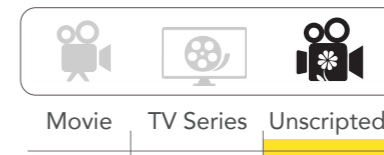
Genere:
Travel documentary

Stagioni: **19**

Episodi sull'Italia: **8**



Españoles en el mundo



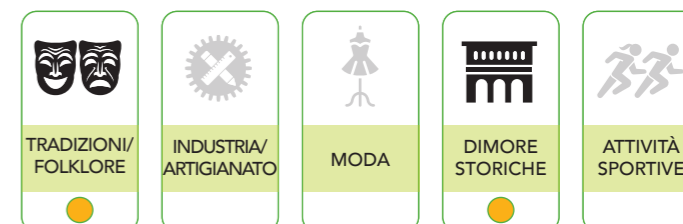
Storico programma del servizio pubblico spagnolo RTVE, «Españoles en el mundo» è **documentario di viaggio e avventura** in onda sin dal 2009.

In diciannove stagioni, ha visto alternarsi diversi conduttori e reporters (tra gli ultimi Antonio Montero e Alberto Puerta), ma soprattutto ha portato il telespettatore alla scoperta di decine e decine di luoghi sparsi in tutto il mondo.

Oltre 320 episodi totali, tra i quali alcuni sono stati riservati proprio all'Italia: nello specifico, sin dalla terza stagione, i reporters spagnoli hanno visitato il nostro paese alla scoperta di territori quali: **Torino e il Lago Maggiore, la Sicilia, Roma, Milano, la Sardegna, la Toscana, Venezia, Trieste e la Puglia**. Tutti gli episodi sono veri e propri omaggi agli aspetti più iconici e riconosciuti dell'Italia in termini culturali, architettonici e folkloristici (**i trulli di Alberobello, il Palio di Siena, la fontana di Trevi, per citarne alcuni**).

In ogni puntata, i conduttori entrano direttamente in contatto con concittadini che abitano nei luoghi rappresentati, alla scoperta del modo di vivere e dei riferimenti più classici alla natura o alla preparazione dei piatti tipici.

Elemento caratterizzante del programma è l'utilizzo di musiche che richiamano i luoghi oggetto della puntata, sia con forti richiami regionali e territoriali (Domenico Modugno nella puntata sulla Puglia) sia più genericamente riferiti alla cultura popolare italiana (O' sole mio nella puntata sulla Toscana). «Españoles en el mundo» è uno dei programmi storicamente più seguiti della tv pubblica spagnola, arrivato in passato anche a punte di 4,5 milioni di spettatori.





SPAGNA



Canale/piattaforma:
Cuatro

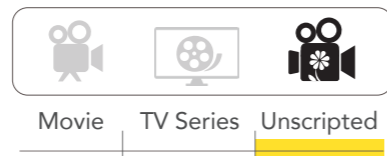
Anno: **2009**

Genere:
Travel documentary

Stagioni: **5**

Episodi sull'Italia: **12**

Callejeros Viajeros



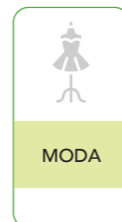
«Callejeros Viajeros» è stato un programma di successo dell'emittente commerciale Cuatro, poi trasmesso anche su altri canali tematici del gruppo Mediaset España.

Il programma è lo spin-off internazionale dell'originale Callejeros dedicato alla scoperta dei luoghi nazionali spagnoli.

In questa versione internazionale, «Callejeros Viajeros» è andato alla scoperta di diversi luoghi del mondo con il suo team di reporters e conduttori, tra i quali in una dozzina di episodi sono rientrati anche territori e città italiani.

La scelta della produzione del programma ha privilegiato i luoghi più iconici del nostro Paese, le regioni e le città «brand», quelle internazionalmente più amate e riconosciute. Dal 2009, anno della prima messa in onda, **il programma ha fatto tappa a Roma, Venezia, Firenze, Napoli, Milano, ma anche in Sardegna, Sicilia e sulla riviera romagnola**, in tutti i casi raccontando gli aspetti culturali, folkloristici e il made in Italy.

«Callejeros Viajeros» ha sempre registrato ascolti significativi (spesso oltre il 10% dell'audience) e ottiene una discreta attenzione di pubblico anche nelle repliche mandate in onda nelle stagioni più recenti.



SPAGNA



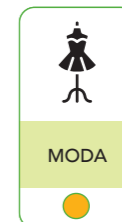
Canale/piattaforma:
Cuatro

Anno: **2018**

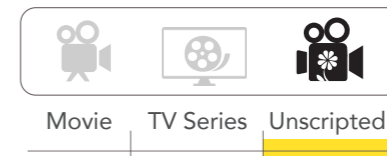
Genere:
Travel documentary

Stagioni: **5**

Episodi sull'Italia: **2**



Viajeros Cuatro



Programma di viaggi in onda sul canale Cuatro (appartenente al gruppo Mediaset España), «Viajeros Cuatro» vede diversi reporters e conduttori alternarsi in tour in tutti i cinque continenti. Ad eccezione della terza stagione (2020), che è stata incentrata interamente sulla Spagna e i suoi territori (dalle Asturie ai Paesi Baschi, dalla Costa Brava all'Aragona), il programma cerca di toccare diversi paesi. In questo lungo viaggio, un paio di episodi sono stati incentrati sull'Italia. Nella prima stagione, protagonista è stata **Napoli**, introdotta dal celebre detto «Vedi Napoli e poi muori», e attraversata nei suoi luoghi simbolo, da Piazza del Plebiscito al teatro San Carlo, e nelle sue tradizioni folkloristiche come Pulcinella o la devozione per Maradona. Accompagnata da cittadini locali, la conduttrice esplora le opportunità e le contraddizioni della città, che pulsa intorno al Vesuvio e che deve fare i conti con la presenza della criminalità organizzata. Una parte del viaggio è, infine, dedicata a un prestigioso marchio di cravatte, segno di un'attenzione anche per altri aspetti della città come la moda. L'episodio è stato visto in lineare da 635.000 spettatori, pari al 5,6%, leggermente al di sotto della media registrata dal programma.

Nel 2022, un'altra puntata del programma ha avuto, invece, al centro la Sicilia, in particolare **le isole Eolie, da Lipari a Salina, da Alicudi e Filicudi all'isola di Vulcano**; un viaggio per mare attraverso cui scoprire le peculiarità di questi territori e fornendo diverse informazioni dettagliate e didascaliche. L'episodio ha raccolto 416.000 spettatori, pari al 4,4%.



SPAGNA



Canale/piattaforma:
Cuarto

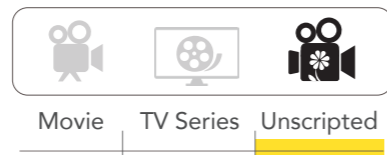
Anno: **2019**

Genere:
Documentario/magazine

Stagioni: **2**

Episodi sull'Italia: **1**

Planes Cuatro

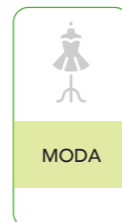


Ispirato al più longevo «Viajeros Cuatro», questo programma è partito nel 2019 sul canale Cuatro. Si tratta di una raccolta di documentari dal formato breve, ciascuno dei quali articolato in almeno tre segmenti, dedicati ad altrettanti luoghi da scoprire. In onda quotidianamente nel daytime, il programma ha acceso i riflettori su diverse aree del mondo, sia all'interno che all'esterno dei confini spagnoli.

Nell'estate del 2021, una puntata speciale è stata incentrata sull'Italia, in particolare (ma non solo) alla sua gastronomia considerata «patrimonio dell'Unesco».

«Cuatro motivos para descubrir l'Italia», quattro motivi per scoprire l'Italia: così si presenta l'episodio. Il primo è rappresentato dal patrimonio naturale dell'Italia e ha come sfondo le **Dolomiti** e le infinite opportunità di escursionismo in alta quota; il secondo motivo è rappresentato dai tesori unici dell'arte come i **«sassi» di Matera o i trulli di Alberobello** in Puglia. Laghi e mari sono il terzo motivo: si va, come esempi, **dal Lago di Como alla Costiera Amalfitana all'isola di Procida**, capitale italiana della cultura nel 2022. Infine, la gastronomia universalmente apprezzata e riconosciuta, in particolare la pizza napoletana (appuntamento, patrimonio dell'Unesco).

Un viaggio breve, ma puntuale, che restituisce il mosaico di luoghi più o meno iconici che caratterizzano la rappresentazione dell'Italia da nord a sud.



SPAGNA



Canale/piattaforma:
La 1

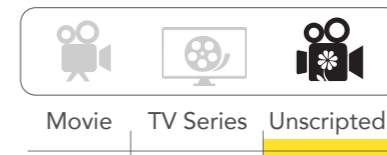
Anno: **2018**

Genere:
Magazine

Stagioni: **2**

Episodi sull'Italia: **2**

Comerse el mundo

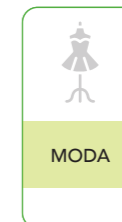


In onda dal 2018 all'ora di pranzo su La1, primo canale del servizio pubblico spagnolo, «Comerse el mundo» è un programma di cucina itinerante, condotto dall'attore di soap Javier Peña.

Consiste in un viaggio intorno al mondo nel quale il conduttore si immerge nella cultura e nella gastronomia del luogo di volta in volta visitato, spaziando dal cibo più ruspante e a buon mercato ai ristoranti di maggior prestigio. L'incontro con testimoni locali aiuta a restituire una **specificità dei cibi provati, le loro caratteristiche e storie**; al termine di ogni episodio, il conduttore prova a mettere in pratica quanto imparato, facendolo assaggiare agli ospiti.

In due stagioni, Peña ha viaggiato in diversi paesi e continenti (dal Messico al Sudamerica, dal Medio Oriente alle Filippine), toccando anche l'Italia in due occasioni, sempre al sud. Nella prima stagione, ha raggiunto la Sicilia, in particolare **Palermo**; muovendosi tra i mercati del capoluogo siciliano, apprende e racconta le ricette più tipiche.

Nella seconda occasione, in onda nel 2020, l'ambientazione è stata la città di **Bari**, dove Peña, accompagnato da una guida locale, ha incontrato anziane donne del luogo per conoscere da vicino alcuni piatti della tradizione. L'episodio ha raccolto 713.000 spettatori (13,6% di share), il più seguito dell'intera seconda stagione.





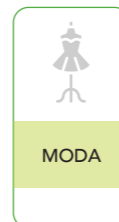
Canale/piattaforma:
Telemadrid

Anno: **2005**

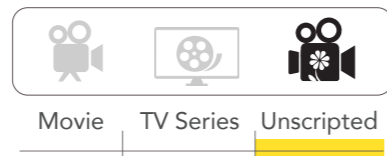
Genere:
Travel magazine

Stagioni: **8**

Episodi sull'Italia: **23**



Madrileños por el mundo



In onda sin dal 2005 sull'emittente regionale Telemadrid (canale del servizio pubblico RTVE), il programma vuole entrare in contatto e far conoscere gli stili di vita dei cittadini di Madrid che vivono al di fuori della Spagna. Ideato e diretto da Paloma Ferre, il contenuto è un classico magazine di viaggio capace di raggiungere quasi 500 episodi complessivi nel corso degli anni.

Una squadra di giornalisti e reporters si alterna alla guida dei singoli episodi, cercando i madrileni che vivono all'estero e intervistandoli sui motivi della loro scelta e facendosi guidare alla scoperta dei luoghi.

L'Italia è stata più volte protagonista del programma sin dalle primissime edizioni, con **Milano** che stata scelta diverse volte a distanza di anni come teatro di una puntata, così come **Roma, Firenze, Torino, Napoli e Venezia** (in particolare con un episodio dedicato al Carnevale), in cui le telecamere di Madrileños por el mundo sono tornate a più riprese. A fianco delle grandi città simbolo del brand Italia nel mondo, il programma ha sperimentato anche altre realtà, come **Genova (e la riviera ligure)**, ma anche **Trieste, Siena (con ampio spazio dedicato al Palio), Verona, la Puglia con Polignano a Mare, la Sicilia**, alla scoperta di realtà meno indagate, ma internazionalmente sempre molto appetibili.

Ogni puntata è densa di informazioni storiche e culturali, di immersioni nella cultura e nel folklore dei luoghi, a contatto con la natura e con la gastronomia tipica.



Altri Paesi

L'ITALIA COME CONTENUTO SEMPRE PIÙ DIFFUSO E GEOGRAFICAMENTE DIVERSIFICATO.

La rappresentazione dell'Italia nei contenuti audiovisivi è sempre più diffusa geograficamente; grazie anche allo sviluppo delle piattaforme disponibili a livello globale, diversi paesi fino a pochi anni fa considerati periferici si sono imposti come mercati di ampio potenziale, capaci di accreditarsi in uno scenario in costante trasformazione.

Anche il racconto della cultura e dei territori italiani nelle sue molteplici forme ne ha positivamente risentito, arricchendo lo sguardo che la produzione audiovisiva nel suo complesso è in grado di fornire rispetto alla promozione e alla costruzione dell'immagine del nostro paese.

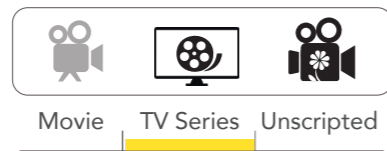
Ne sono esempi, tra gli altri, la serie tv irlandese *Normal People*, co-prodotta da BBC e Hulu, che ha scelto borghi della profonda provincia laziale come ambientazioni di alcuni passaggi della propria narrazione; o ancora il film danese *Toscana*, distribuito da Netflix, che già nel titolo contiene espliciti riferimenti identitari, geografici e culturali di una delle regioni più rappresentate e apprezzate anche al di fuori dei nostri confini.

Dall'Olanda all'Australia, dal Sudamerica ai paesi asiatici, fiction e intrattenimento non disdegnano di ambientare storie e narrazioni negli angoli più attrattivi dell'Italia, alimentando un racconto e una promozione sempre più estesa, frastagliata e multiforme.



IRLANDA

Normal people



Tratta dall'omonimo romanzo della scrittrice Sally Rooney, la serie irlandese «Normal People» è uscita nel 2020 riscuotendo interesse per la capacità di raccontare aspirazioni e inquietudini della generazione dei Millennials e per le riuscite ambientazioni.

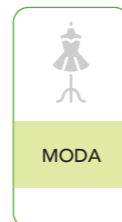
Girata tra Dublino, la Svezia e l'Italia, la serie racconta la relazione tra Marianne e Connell nel passaggio tra la fine delle scuole superiori e l'ingresso al Trinity College.

Una parte rilevante della trama si svolge in Italia, precisamente nel **borgo di Stimigliano, in provincia di Rieti, e a Sant'Oreste (sempre nel Lazio)**, anche se nel romanzo si fa riferimento a Trieste.

Il borgo e la campagna situati pochi chilometri **a nord di Roma, al confine con la Toscana**, sono comunque riconoscibili; i protagonisti si ritrovano in un antico casale con piscina, una tenuta nella quale trascorrono l'estate.

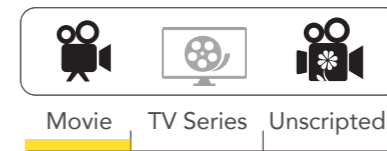
È un'Italia che fa semplicemente da sfondo, in cui i paesaggi naturali, la dimensione rustica e lenta della vita e la suggestione dei piccoli borghi da soli confermano e rafforzano quell'immaginario caro a diverse produzioni anglosassoni e non solo.

La serie è stata resa disponibile anche in Italia, sulla piattaforma StarzPlay di Amazon Prime Video.



DANIMARCA

Toscana



Film che già nel titolo contiene la sua missione, «Toscana» è una pellicola danese del regista Mehdi Avaz disponibile su Netflix dal 2022.

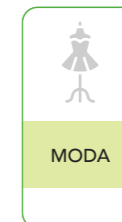
Un cuoco danese si trova costretto a raggiungere l'Italia, per vendere un antico palazzo ereditato dal padre

Durante il soggiorno, incontra una donna stravagante, Sophie (interpretata dall'attrice italiana Cristina Dell'Anna, già tra i protagonisti di Gomorra-La serie), che lo costringerà a rivedere il suo punto di vista sull'amore e sulle relazioni. La location principale è **Castello di Ristonchi, nel comune di Pelago, in provincia di Firenze**.

Si tratta di un'antica tenuta, immersa nelle colline, oggi trasformata in agriturismo per accoglienza di ospiti e turisti e attiva nella produzione di prodotti enogastronomici.

Il film funziona come promozione della **Toscana** in tutto il mondo, grazie alla circolazione globale dei contenuti Netflix; una commedia romantica nella quale spiccano il cibo, le bellezze paesaggistiche e naturali, le tradizioni e le strutture ricettive del territorio.

La rappresentazione è, tuttavia, fortemente stereotipata, legata all'amore, alla libertà di un giro di Vespa, alle immagini da cartolina («Sei in Italia, goditi il paesaggio»), le canzoni di un'artista come Ornella Vanoni; un immaginario slow, colorato e luminoso, contrapposto alle scene fredde dei passaggi ambientati in Danimarca.





OLANDA

Canale/piattaforma:
RTL 4 Luxembourg

Anno: **2022**

Genere:
Entertainment

Stagioni: **1**

Episodi sull'Italia: **4**



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



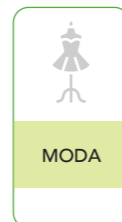
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA

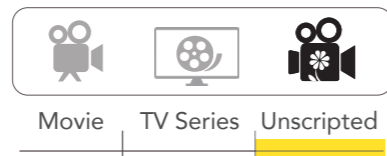


DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE

Lago di Beau



Il popolare conduttore olandese Beau Van Erven Dorens intervista del mondo dello spettacolo nella splendida cornice del lago di Como e di alcuni dei suoi luoghi più affascinanti ed esclusivi.

La location scelta per le interviste è «Il Rudere – The Writer's Nest» a Faggeto Lario, dimora dello scrittore comasco Giuseppe Guin. In onda nel gennaio 2022 la domenica sera per quattro settimane sull'emittente commerciale RTL 4 Luxembourg (appartenente al principale gruppo privato olandese), il programma propone scenari da cartolina del territorio; nella residenza di **Faggeto** vengono condotte le interviste vere e proprie, mentre le scene in esterna di contorno toccano anche altre località, da **Bellagio a Villa Balbianello, da Varenna a Tremezzina**.

«Con questo programma – ha dichiarato il popolare conduttore al momento del lancio dello show – vogliamo far conoscere le bellezze di questo angolo magico dove si uniscono in una sola emozione la natura, le montagne, l'acqua, la storia e la cultura».

«Lago di Beau» è stato seguito poi da un progetto analogo, in onda nel novembre dello stesso anno, intitolato «Isola di Beau»; un format e un concept simili che hanno visto Beau Van Erven Dorens replicare il modello delle interviste ai vip questa volta in locations della Sardegna.



AUSTRALIA



Canale/piattaforma:
SBS

Anno: **2014-2015**

Genere:
Cooking show

Stagioni: **1**

Episodi sull'Italia: **10**



CIBO



NATURA/
AMBIENTE



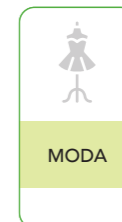
ARTE/
CULTURA



TRADIZIONI/
FOLKLORE



INDUSTRIA/
ARTIGIANATO



MODA

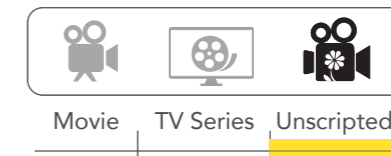


DIMORE
STORICHE



ATTIVITÀ
SPORTIVE

Made in Italy with Silvia Colloca



L'attrice italiana Silvia Colloca (naturalizzata australiana) è stata protagonista nel 2014 di un magazine di viaggio in onda sul canale australiano SBS interamente dedicato all'Italia, più precisamente alle regioni delle **Marche** e dell'**Abruzzo**, terra d'origine della sua famiglia.

Il programma vede, infatti, la Colloca fare tappa in diverse località delle regioni dell'Italia centrale per scoprire, cucinare e assaggiare i piatti tipici.

Si tratta di un curioso caso di magazine di viaggio incentrato sulla cucina e ambientato in un territorio specifico e circoscritto. Il viaggio di Silvia Colloca comincia con **Ascoli Piceno** e le olive ascolane per poi proseguire a **Torricella Peligna (in provincia di Chieti)**, il paese della madre, e fare tappa a **San Benedetto del Tronto e Vasto**, sulla riviera.

Nel suo tour la conduttrice tocca anche **Macerata** e altri piccoli comuni della **provincia di Chieti (Roccascalinga e San Vito Chietino)** per chiudere con il decimo episodio a **Termoli**, nel vicino **Molise**.

Nel suo percorso tra mare e campagna, Silvia Colloca restituisce un affresco tipico dell'Italia centrale, di contatto con la natura, la terra e le ambientazioni rurali.

Il programma ha avuto poi diversi passaggi in replica negli anni successivi e ispirato un omonimo libro.

