

Filmturisták

Egyre többen választanak új módon úti célt. Számukra nem a hely természeti szépsége vagy történelmi múltja a fő szempont, hanem hogy láthatják egy mozifilm forgatási helyszínét és „újraélhetik” a főhős(ök) kalandjait.



Még be sem mutatták a Szex és New York második részét, de a foglalások máris növekedtek Abu-Dzabiba. Ráadásul a filmben szereplő jeleneteket nem is az Egyesült Arab Emírségekben forgatták, mert ott a túlszei filmtől megtagadták az engedélyeket. A város neve azonban többször is előkerül a filmben, és a települést a luxus, a csillogás és a pazar élmények tárházaként látjuk.

Persze a film fele azért New Yorkban játszódik, ahol évek óta külön túra kalauzol minket Carrie, Samantha, Charlotte és Miranda világába. Manhattanban például megcsodálhatjuk azt a könyvtárat, ahol majdnem összeházasodott Carrie és Big, a SoHóban az összes olyan butikban vásárolhatunk ahol a négy barátó tette, sőt, még pár falatra is beugorhatunk a Buddakan étterembe, ahol Carrie és Big az eljegyzési vacsoráját tartotta az első részben.

Azt mondják, New Yorkot már az is ezerszer látta, aki még sosem járt ott – a legtöbb hollywoodi kasszasiker ugyanis itt játszódik. A város neve sok film címében is megjelenik: a legutóbbi ilyen a 2009-ben készült New York, I Love You olyan szereplőkkel, mint Natalie Portman, Orlando Bloom, Hayden Christiansen, Christina Ricci, Ethan Hawk vagy Andy Garcia.

Mindez persze nem újdonság: a filmturizmus kezdetét az ötvenes évekhez kötik, amikor a hollywoodi rendezők európai helyszíneket kezdtek favorizálni, és azokat a

film címébe is tették: ilyen a Római vakáció Audrey Hepburnnel és Gregory Peckkel, vagy az Egy amerikai Párizsban Gene Kellyvel.

Mégis, amikor mindez külön „ágazat” lett a turizmuson belül, a 2006-os évhez köthető. Ekkor mutatták be ugyanis a Dan Brown regényéből készült Da Vinci-kódot. Hatása óriási volt, és erre a helyszínek turisztikai hivatalai is hamar rájöttek. Párizsban, a Louvre-ban az állandó múzeumi séták között Da Vinci-kód túra is szerepel. A város minden négyzetmétere bejárható, kezdve a Saint Sulpice templomtól a Ritz Hotelig, sőt, még a Párizs közeli Chateau de Villette is, ahol Leigh Teabing mesélte el a Grál titkát.

A skót turisztikai hivatal a Sony Picture-rel együtt hirdette a filmet és vele együtt Skóciát a világ 40 országában. Ennek hatására a Rosslyn kápolna látogatottsága ötszörösére emelkedett, és felkerült a leglátogatottabb „A listás” turisztikai látványosságok sorába, olyanok társaságában, mint Loch Ness. Milánóban pedig Leonardo Az utolsó vacsorája népszerűbb, mint valaha. A hirtelen jött hírnévnek azért lehetnek hátulütői is: a Westminster apátság vezetése nem sajnálta a fáradságot, hogy leleplező szórólapokat osztogassanak a Dan Brown-turistáknak, amelyben felhívták a figyelmet a könyvben szereplő fatális tévedésekre.

A szerző másik regénye, az Angyalok és démonok hatása hasonló volt. Bár a filmet 2008-ban mutatták be, egy leleményes utazási iroda már 2004-ben levédette az „Angyalok és démonok túra” elnevezést. Ráadásul a klasszikus turisták mellett a céges ügyfeleket is célozzák: olyan kincskereső-csapatépítő túsorákat kínálnak, amelyek talányos rejtvényei és útvonalai a könyvben leírtakra épülnek.

Washington sem akar lemaradni, ahol Dan Brown Elveszett jelkép című könyve játszódik, még ha a film csak 2012-ben is kerül a mozikba. Szakemberek szerint akár a város következő 25 (!) éve is hatással lehet a Dan Brown-láz. Washington város honlapján már most jegyet foglalhatunk az Elveszett jelkép csomagra. A túra a Capitoliumtól kezdődik, ahol mi is ugyanúgy gyönyörködhetünk a kupolacsarnokban, ahogy Robert Langdon tette a könyvben.

Aztán ellátogathatunk a George Washington szabadkőműves emléktemplomba, a hatalmas, 800 kilométer polnyi könyvgyűjteményéről híres kongresszusi könyvtárba, utána a Smithsonian Intézetbe és persze a Washington-emlékműhöz. A House of the Temple igazgatója azt tervezi, hogy a látogatók számának növekedése miatt megduplázza a dolgozók számát. ■



„A filmturizmus kezdetét az ötvenes évekhez kötik, amikor a hollywoodi rendezők európai helyszíneket kezdtek favorizálni.”

szerző:
Hajnal Mónika
brandingszakértő
Papp-Váry Árpád
Budapesti Kommunikációs
és Üzleti Főiskola,
marketingintézet-vezető

