



Turismo Cosplay

Crasi tra le parole inglesi *costume* e *play* (gioco) questo tipo di turismo, nato tra i fan di manga e fiction, sta conquistando sempre più appassionati in tutto il mondo, crescendo in numero di presenze e in giro d'affari. Solo in Italia, nel 2017, "travestirsi" dal proprio super eroe preferito ha prodotto 187 eventi dedicati, con una partecipazione media di 7.260 persone e un fatturato di 147 milioni di euro

➡ Ginevra Bartoli



Dai classici Disney ai cartoni animati giapponesi, dai fumetti ai videogame, dai film cult alle serie televisive. Il cosplay non è solo un gioco, ma è un'arte del travestimento e dell'interpretazione. Crediti: ©Lucca Comics & Games

Fino a qualche tempo fa ai profani sembrava solo uno strano fenomeno per pochi appassionati, una tendenza di nicchia per fan di *manga* e *anime*, una moda esibizionistica per adolescenti mutuata dalla cultura giapponese. E invece il cosplay – crasi tra le parole inglesi *costume* e *play*, quest'ultima sia nell'accezione del gioco, sia dell'interpretazione recitativa – è diventato negli ultimi anni una forma d'arte e di espressione diffusa in tutto il mondo,

motore di un vero e proprio turismo di settore, che nel 2017, entro la fine dell'anno, avrà coinvolto, solo in Italia, 1 milione 357mila appassionati, con un giro d'affari di oltre 147 milioni di euro. Questi numeri, stime ricavate dal recente studio della società specializzata in indagini sul turismo JFC, descrivono un mercato già di per sé interessante, ma soprattutto con grandissime possibilità di crescita e ancora in buona parte inesplorato dagli operatori.

Altro che Carnevale...

Se ancora non vi è capitato di imbattervi in una parata o in un raduno di cosplayer è solo un caso ed è solo questione di tempo. Nel nostro Paese, solo nell'anno in corso, sono stati programmati 187 eventi dedicati al mondo comics, cosplay & games (tra i quali Romics a Roma, Napoli Comicom, Torino Comics, Cartoomics a Milano, Etnacomics in Sicilia, ma anche gli appuntamenti di Cagliari, Bari, Genova, Rovigo e, il più importante, Lucca Comics & Games), con partecipazione media di 7.260 persone, ma con picchi di oltre 200mila. A questi eventi molti dei par-

tecipanti vestono i panni e interpretano personaggi di fantasia – dai classici Disney ai cartoni animati giapponesi, dai fumetti ai videogame, dai film cult alle serie televisive (Doctor Who e il Trono di Spade, innanzi tutto) – per concorrere in veri e propri contest, sfilare davanti al pubblico o mettere in scena rappresentazioni e flash mob. Non si tratta semplicemente di una “mascherata”, né di una versione moderna e internazionale del Carnevale. Anzi, con lo spirito goliardico dei Pulcinella, degli Arlecchino e dei Burlamacco proprio non ha nulla a che fare. I cosplayer prendono molto in serio la propria interpretazione: in molti casi creano personalmente i propri costumi (si impiega anche un anno per crearne uno) lavorando con attenzione maniacale perché siano più rispondenti possibile alla realtà dei personaggi; attraverso la recitazione il personaggio di fantasia esce dalla carta o dalla pellicola e si fa, per l'occasione, tremendamente reale.

Gli inizi, negli anni Ottanta, con Star Wars e Star Trek

Il fenomeno è di evidente ispirazione giapponese, ma in realtà tutto cominciò negli anni 80 negli USA. Erano gli anni del successo planetario di Star Wars e Star Trek. I fan accorrevano alle grandi convention, durante le quali ospiti travestiti da cavalieri Jedy e stormtrupper facevano sognare ad occhi aperti i partecipanti. Fu in questo contesto che i giornalisti utilizzarono per la prima volta il termine cosplay, ma il suo uso e la sua diffusione restarono limitate fino a quando, un decennio dopo, un'opera rivoluzionaria appassionò il Giappone e scatenò una moda inarrestabile. Era la serie anime Neon Genesis Evangelion, del 1995, nella quale riferimenti cabalistici e biblici, profonde introspezioni psicologiche, speculazioni escatologiche, proiezioni post apocalittiche e spiritualismo crearono un universo di personaggi affascinanti, che i ragazzini cominciarono a rappresentare e mettere in scena per le vie di Tokyo. La passione per il cosplay arrivò dopo qualche anno in Europa: Italia, Germania, Francia e Gran Bretagna sono i Paesi nei quali fumetti manga e anime hanno trovato più fan e nei quali oggi si conta il numero maggiore di cosplayer e di eventi collegati.



© LUCCA COMICS & GAMES

Ma chi sono questi cosplayer?

I cosplayer sono ormai un target definito, ma sempre più ampio. Vanno dagli 11 ai 55 anni di età, con una concentrazione nella fascia 15-40. «In forte maggioranza di sesso femminile (83,3%) e con 24 anni e 8 mesi di età media, i cosplayer italiani sono in prevalenza residenti in Lombardia», dice **Massimo Feruzzi**, amministratore unico di JFC e responsabile della ricerca. «Partecipano in media a 4,7 eventi all'anno e spendono circa 113 euro per realizzare il loro costume, ma in alcuni casi sostengono una spesa anche superiore ai 600 euro per il singolo travestimento». La Lombardia, in effetti, detiene il podio d'onore, con il 15,2% dei cosplayer sul totale nazionale, ma anche Piemonte

Il mondo dei manga e degli anime influenza fortemente le scelte dei cosplayer, in prevalenza parte ragazze residenti nel Nord Italia, ma pronte a viaggiare per partecipare agli eventi più importanti



© MAYA SALA



Il centro storico di Lucca è dal 2006 la location diffusa dell'evento italiano ed europeo più importante: Lucca Comics & Games. Crediti: ©Lucca Comics & Games

(11,5%), Lazio (10,8%) e Toscana (10,1%) hanno un peso importante. La passione porta molti di loro a spostarsi, anche di molti chilometri, pur di poter partecipare a un evento “cosplay”: infatti ben il 49,5% afferma di “essere disposto ad andare anche all'estero per uno di questi appuntamenti”, mentre chi si muove “al di fuori della propria regione” – anche “dall'altra parte dell'Italia” – rappresenta un'ulteriore quota complessiva del 37,6%. Solo il 12,9% dichiara di partecipare ad “eventi in città o nelle località limitrofe”. Questo “migrare” per partecipare ad un evento si trasforma in economia turistica: infatti il 66% dei cosplayer dorme almeno una notte fuori casa proprio per partecipare a questi eventi. Il soggiorno medio è di 1,4 notti, con una spesa media/notte di 43,70 euro a persona. La formula di alloggio preferita è il B&B (30,1%), seguito dall'hotel (21,6%), da appartamenti (17,4%) e da altre tipologie di alloggio.

Un'opportunità per operatori turistici e istituzioni

A fronte di questo esercito di cosplayer



pronti a girare il mondo per partecipare a un evento è ancora molto contenuta la ricaduta sulla destinazione e questo è un ambito in cui gli operatori e le istituzioni devono e possono lavorare per stimolare un indotto maggiore. Dei 147 milioni di euro spesi dai cosplayer in Italia nell'anno, solo 44 milioni sono spesi per l'ospitalità e appena 7 milioni per commercio e ristorazione. La loro attenzione, infatti, è per ora tutta concentrata sull'evento stesso e ciò è confermato dal fatto che solo il 7,8% dei cosplayer “a volte soggiorna una notte in più per visitare la città”, il 51% dichiara di “visitare la città solo di passaggio” mentre si dirige all'evento, il 25,5% “non vede nulla della città”, limitandosi ad andare alla manifestazione, mentre solo il 15,7% dichiara di “dedicare qualche ora a visitare la città”.

Lucca, sogno dei cosplayer

L'evento che più di ogni altro ha saputo imporsi a livello internazionale e sfruttare sinergicamente la propria visibilità anche da un punto di vista turistico è senz'altro Lucca Comics & Games. Primo appuntamento a livello nazionale ed europeo e terzo a livello globale (dopo Comiket a Tokyo e la San Diego Comicon Convention), anche quest'anno promette cinque giorni – dall'1 al 5 novembre – di contenuti culturali esclusivi, grandi parate, photo shooting e spettacoli. «Negli anni Lucca Comics & Games è cresciuta, diventando una manifestazione di caratura internazionale che muove non solo ospiti, ma anche partecipanti da tutto il mondo», ci ha detto **Francesco Caredio**, Presidente di

Lucca Crea, società organizzatrice di Lucca Comics & Games. «Questa sempre crescente adesione ovviamente ci riempie di orgoglio, rispetto a un fenomeno che ha consolidato la sua fama come “il posto in cui essere”, e i numeri non mentono. Per citare solo la scorsa edizione da record, i biglietti venduti sono stati 271.208, ma le persone che hanno preso parte all'evento in città sono state oltre 500mila e questo ci permette di dire che il 50mo anniversario di Lucca Comics & Games è stato “d'oro” a tutti gli effetti. Negli anni sono stati ospiti di Lucca i più grandi maestri del fumetto, dell'illustrazione, dell'animazione, del fantasy a livello mondiale: per citarne solo alcuni, Frank Miller, Milo Manara, Zerocalcare, Terry Brooks e tanti altri. Ma l'universo di Lucca Comics & Games è ancora più ampio del programma in sé, ed è fatto dai cosplay e dalle persone che la rendono una manifestazione davvero unica».

La scelta che ha fatto esplodere l'evento di Lucca a livello internazionale è stata quella di spostare la manifestazione dalla vecchia sede fieristica alle vie e alle piazze del centro. «Dal 2006 abbiamo dislocato la manifestazione nel centro storico medievale e da lì è stato un boom», ci ha confermato **Nicola D'Olivo** responsabile area cosplay e street&fun di Lucca Comics & Games. «Il cosplay ha contribuito a colorare questo evento e ai cosplayer piace moltissimo essere al centro di un set unico: oltre 4 chilometri di mura cinquecentesche e i palazzi del Quattrocento che si trasformano in scenari per le parate e i photoshooting. È una vetrina fantastica. Vengono a Lucca e la percepiscono come un ambiente d'illusione. Vogliono vivere un'esperienza unica, non solo nelle gare competitive, ma nelle strade, nei bar, nei palazzi storici». La crescita esponenziale dei cosplayer a Lucca è segno evidente di quanto questa componente sia importante per l'attrattività degli eventi dedicati al comics & games. «Nel 2000 non ci saranno stati più di 200 cosplayer», continua D'Olivo. «Nel 2005 eravamo arrivati a 3.500, ma dal 2006 c'è stata una vera impennata e oggi si stimano tra le 20 e le 30mila persone travestite nei cinque giorni dell'evento, in un centro storico da 8mila residenti. Il cosplay è diventato un elemento imprescindibile per

L'anima del cosplayer

“Fare Cosplay” non è un semplice hobby, ma porta con sé delle connotazioni psicologiche e sociologiche che ne fanno un fenomeno complesso. “Significa soprattutto far parte di un gruppo che condivide le stesse passioni”, si legge nella ricerca di JFC. “E non significa solo realizzare il proprio costume, perché occorre farlo vivere, rappresentarlo. “Fare Cosplay” ha anche una sua parte narcisistica: non basta realizzare un bel costume, vi è il desiderio di sfoggiarlo ed essere – per un giorno – quel personaggio, quindi essere riconosciuti, apprezzati e fotografati”. Questa componente di esibizionismo presta il fianco alle mercificazioni tipiche della nostra epoca social e del resto proprio i social network sono per ovvia connotazione anagrafica, oltre che culturale, lo spazio di comunicazione e visibilità digitale dei cosplayer. Ci sono agenzie che approfittano della disponibilità e del desiderio di esibirsi dei ragazzi per promuovere commercialmente videogiochi e film; ci sono ragazze che puntano al massimo sull'aspetto erotico, sensuale e sessuale dei travestimenti in stile manga. «La sensualità fa parte della cultura cosplay, ma l'organizzazione dei contest di Lucca Comics & Games tende a non favorire e non valorizzare questo aspetto mercificatorio», ci spiega Nicola D'Olivo responsabile area cosplay e street&fun di Lucca Comics & Games. Vogliamo difendere lo spirito originario del cosplay: ragazzi qualunque, magari timidi nella vita normale, che per cinque giorni diventano supereroi».

Lucca e per l'intero settore, che – è da sottolineare – non ha conosciuto la crisi. La risposta da parte della città è molto positiva. La presenza dei cosplayer muove i flussi e li spalma in tutto il centro, determinando un indotto economico importante. Ci sono eccellenze e virtuosismi imprenditoriali che hanno compreso come collaborare al meglio con Lucca Comics e con la Confcommercio come i ristoratori cosplayer che si travestono anche loro e organizzano cene all'interno di un fumetto, con tutti i camerieri travestiti. Alberghi ed extra alberghiero di Lucca e dintorni in quei cinque giorni sono totalmente sold-out».

