

OTDK-DOLGOZAT

2025

SOPRONI EGYETEM
LÁMFALUSSY SÁNDOR KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR



„EGY KIS BONJOUR MESSZIRE VISZ.”
PÁRIZS FILMTURIZMUSA AZ EMILY PÁRIZSBAN C. SOROZAT
VONATKOZÁSÁBAN

„A LITTLE BONJOUR GOES A LONG WAY.”
PARIS FILM TOURISM WITH RESPECT TO THE SERIES EMILY
IN PARIS.

Kreiter Karina

Konzulens: Dr. Tóth Tímea Zsófia

Kézirat lezárásának dátuma: 2024.11.02.

NYILATKOZAT

Alulírott, Kreiter Karina (VC8OQ5), jelen nyilatkozat aláírásával kijelentem, hogy a „Egy kis bonjour meszsire visz.” Párizs filmturizmusa az Emily Párizsban c. sorozat vonatkozásában című (megfelelő rész jelölendő)

- ☐ házi dolgozat;
- ☒ tudományos diákköri dolgozat;
- ☐ diplomadolgozat;
- ☐ szakdolgozat;
- ☐ záródolgozat;
- ☐ szakmai beszámoló

(a továbbiakban: dolgozat) **önálló munkám**, a dolgozat készítése során betartottam a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. tv. szabályait, valamint az egyetem által előírt, a dolgozat készítésére vonatkozó szabályokat, különösen a hivatkozások és idézések tekintetében¹.

Kijelentem továbbá, hogy a dolgozat készítése során az önálló munka kitétel tekintetében a konzulenszt, illetve a feladatot kiadó oktatót **nem tévesztettem meg**.

Jelen nyilatkozat aláírásával tudomásul veszem, hogy amennyiben bizonyítható, hogy a dolgozatot **nem magam készítettem**, vagy a dolgozattal kapcsolatban szerzői jogsértés ténye merül fel, a Soproni Egyetem **megtagadja a dolgozat befogadását és ellenem fegyelmi eljárást indíthat**.

A dolgozat befogadásának megtagadása és a fegyelmi eljárás indítása nem érinti a szerzői jogsértés miatti egyéb (polgári jogi, szabálysértési jogi, büntetőjogi) jogkövetkezményeket.

Kelt: Sopron, 2024. 11 02.



Kreiter Karina
hallgató

¹ 1999. évi LXXVI. Tv. 34. § (1) a mű részletét – az átvévő mű jellege és célja által indokolt terjedelemben és az eredetihez híven – a forrás, valamint az ott megjelölt szerző megnevezésével bárki idézheti.

36. § (1) nyilvánosan tartott előadások és más hasonló művek részletei, valamint politikai beszédek tájékoztatás céljára – a cél által indokolt terjedelemben – szabadon felhasználhatók. Ilyen felhasználás esetén a forrást – a szerző nevével együtt – fel kell tüntetni, hacsak ez lehetetlennek nem bizonyul.

KREITER KARINA

2024

turizmus-vendéglátás (BA)

Soproni Egyetem

Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar

Konzulens: Dr. Tóth Tímea Zsófia
tanársegéd

**„EGY KIS BONJOUR MESSZIRE VISZ.”
PÁRIZS FILMTURIZMUSA AZ EMILY PÁRIZSBAN C. SOROZAT VONATKO-
ZÁSÁBAN**

„A little bonjour goes a long way.”

Paris film tourism with respect to the series Emily in Paris

A Tudományos Diákköri dolgozat tárgya Párizs filmturizmusa, valamint az Emily Párizsban című Netflix sorozat bemutatása és elemzése volt.

A filmturizmus egy rendkívül szűk terület a turizmuson belül, de igazán egyedi és fontos, mert egyre népszerűbbé válik. Az elemzés során a filmturizmus fogalmát, jellemzőit, valamint a pozitív és negatív hatásai lesznek ismertetve. A dolgozat gócpontokat is bemutat, illetve a sorozat helyszíneit és kínálati elemeit is részletezi.

Az elemzést követően a fókusz Párizsra terelődik, ahol a helyi filmstúdió kerül megemlítésre. Mindezekon kívül filmforgatási adatok is bemutatásra kerülnek. A dolgozat arra is rávilágít, hogy milyen a kapcsolat a filmipar, a kreatív ipar és az irodalom között. Ebben a részben a Disney filmek, Disneyland és a Párizsban készült filmek is szerepet kapnak.

A dolgozat középpontjában az Emily Párizsban sorozat áll. A kutatás célja, hogy feltárja a sorozat népszerűségét, valamint összegyűjtse a keresleti és kínálati elemeit. Elemzésre kerülnek a nézettségi adatok, a tematikus séták lehetőségei, a promóciós termékek, és a sorozattal együttműködő cégek is.

A dolgozat primer kutatással is kiegészül, amelyben egy kérdőíves lekérdezés és szakmai mélyinterjúk is megvalósulnak. A kérdőív kitöltőitől megtudjuk, hogy ismerik-e a sorozatot, és igénybe vennének-e tematikus utakat. A 135 főből 52,6% látta a sorozatot, és a legtöbben 10 pontra értékelték egy 10-es skálán. A mélyinterjúk során egyértelműen világossá vált, hogy az utazási irodák nyitottak a tematikus utakra. Az utazási irodák hangsúlyozták, hogy a vendég az első, így, ha valaki sorozattal kapcsolatos utat szeretne, azt meg is valósítják a jövőben.

Összegzésként elmondható, hogy az Emily Párizsban egy jó sorozat, amely vonzza a fiatalokat, és utazásra ösztönözheti őket. A sorozat a mindennapi életet mutatja be, így a nézők jobban azonosulnak a főszereplő karakterével.

Végül megállapítható, hogy a sorozat és a filmturizmus egyaránt fejlődik, és számos lehetőség rejlik bennük, amit ki kell aknázni. A primer kutatás eredményei is azt mutatják, hogy fényes jövő vár a sorozatra és a filmturizmusra is.

KARINA KREITER

2024

Tourism and Catering (BSc)

University of Sopron

Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics

*Supervisor: Tímea Zsófia Tóth PhD
Assistant lecturer*

**„A LITTLE BONJOUR GOES A LONG WAY.”
PARIS FILM TOURISM WITH RESPECT TO THE SERIES EMILY IN PARIS**

„Egy kis bonjour messzire visz.”

Párizs filmturizmusa az Emily Párizsban c. sorozat vonatkozásában

The thesis presented and analysed film tourism in Paris and the Netflix series Emily in Paris.

Film tourism is a very narrow field within tourism, but it is unique and important because it is becoming increasingly popular. The analysis will cover the concept of film tourism, its characteristics and its positive and negative impacts. The paper will also present focal points and detail the locations and offerings of the series.

After the analysis, the focus shifts to Paris, where the local film studio is mentioned. Filming data are also presented. The paper also highlights the relationship between the film industry, the creative industries and literature. Disney films, Disneyland and films made in Paris are also discussed in this section.

The thesis focuses on the Emily in Paris series. The Emily in Paris series is at the heart of this essay. The aim of the research is to explore the popularity of the series and to collect the supply and demand elements of the series. It will also analyse audience figures, the possibilities of thematic tours, promotional space and the companies that collaborate with the series.

The paper will also be complemented by primary research, including a questionnaire survey and in-depth professional interviews. Questionnaire respondents will be asked whether they are familiar with the series and whether they would make use of thematic trips. Of the 135 respondents, 52.6% had seen the series and most rated it out of 10 on a scale of 10. It was clear from the in-depth interviews that travel agents are open to thematic tours. Travel agents stressed that the guest comes first, so if someone wants a series trip, they will do it in the future.

To sum up, Emily in Paris is a good series that will attract young people and encourage them to travel. The series depicts everyday life, so viewers can identify more with the main character.

Finally, it can be concluded that both series and film tourism are evolving and have a lot of potential to be exploited. The results of the primary research also show that both series and film tourism have a bright future.

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS	1
2.	FILMTURIZMUS	4
2.1.	A FILMTURIZMUS ELMÉLETE	4
2.2.	A FILMTURIZMUS HATÁSAI	5
2.3.	GÓCPONTOK EURÓPÁBAN ÉS A VILÁGON	6
2.4.	A FILMTURIZMUS KÍNÁLATI ELEMEI.....	8
2.5.	AZ EMILY PÁRIZSBAN SOROZAT HELYSZÍNEI.....	9
3.	PÁRIZS FILMTURIZMUSA	13
3.1.	FILMTURIZMUS	13
3.1.1.	<i>Disney filmek és Disneyland.....</i>	<i>16</i>
3.1.2.	<i>Párizsban játszódo és forgatott filmek.....</i>	<i>18</i>
4.	EMILY PÁRIZSBAN SOROZAT	21
4.1.	TURISZTIKAI KERESLET ÉS KÍNÁLAT	26
4.2.	A SOROZAT FORGATÁSA ÉS PROMOTÁLÁSA	28
5.	PRIMER KUTATÁS.....	33
5.1.	KÉRDŐÍVES LEKÉRDEZÉS	33
5.2.	SZAKMAI MÉLYINTERJÚK.....	44
5.2.1.	<i>Sister Travel Utazási Iroda</i>	<i>45</i>
5.2.2.	<i>Blaguss Utazási Iroda</i>	<i>46</i>
6.	KÖVETKEZTETÉSEK.....	49
7.	ÖSSZEGZÉS.....	51
IRODALOMJEGYZÉK		53
MELLÉKLETEK.....		I
1.	MELLÉKLET: KÉRDŐÍV	II
2.	MELLÉKLET: MÉLYINTERJÚ A SISTER TRAVEL UTAZÁSI IRODÁVAL	VIII
3.	MELLÉKLET: MÉLYINTERJÚ A BLAGUSS UTAZÁSI IRODÁVAL	XIII

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: Emily lakása és a szökőkút	10
2. ábra: Gabriel étterme.....	10
3. ábra: A Sacré-Cœur	11
4. ábra: Saint-Tropez és a Champere reklám	12
5. ábra: Les Studios de Paris	14
6. ábra: A filmforgatások számának megoszlása a különböző országokban (2014-es adatok alapján)	15
7. ábra: Disneyland Paris éves látogatottsága 2017 és 2023 között.....	17
8. ábra: Da Vinci-kód film	18
9. ábra: Gyagyás gyilkosság 2.....	19
10. ábra: Moulin Rouge! filmjelenet	20
11. ábra: Emily Párizsban sorozat plakátja	21
12. ábra: Állófogadás, háttérben az Eiffel-toronnyal	23
13. ábra: Divatbemutató a Versailles-i kastélyban	23
14. ábra: Sorozatrajongók kipróbálják az Emily Menüt a Terra Nera étteremben ..	27
15. ábra: Emily Párizsban tematikájú vezetett túra	28
16. ábra: Emily in Paris vászontáska a Sinsay üzletéből	29
17. ábra: Lancome x Emily in Paris.....	30
18. ábra: Pantene x Emily in Paris.....	31
19. ábra: Emily Párizsban naplószerű kézikönyv.....	32
20. ábra: A nemek megoszlása a válaszadók körében.....	34
21. ábra: Az életkor eloszlása a válaszadók körében	35
22. ábra: A lakóhelyek megoszlása a válaszadók körében.....	36
23. ábra: Párizsban forgatott és játszódó filmek címei a válaszadók körében	37
24. ábra: Az Emily Párizsban sorozat nézettségi megoszlása a válaszadók körében .	38
25. ábra: Az Emily Párizsban sorozat megtekintett évadainak aránya a válaszadók körében	39
26. ábra: Az Emily Párizsban sorozat értékelése 1-10-es skálán a válaszadók körében	40
27. ábra: A válaszadók költési hajlandósága az utazási csomagért	41
28. ábra: Az életkor és Párizs látogatása közti kapcsolat a válaszadók körében	42
29. ábra: A nem és a sorozat nézettsége közti kapcsolat a válaszadók körében	43

30. ábra: Az iskolai végzettség és a sorozat nézettsége közti kapcsolat a válaszadók körében 44

1. táblázat: Az Emily Párizsban című sorozat nézettségi adatainak százalékos növekedése az 1. és 2. évadnál 25

1. BEVEZETÉS

A Tudományos Diákköri dolgozatom témájának Párizs filmturizmusát választottam az Emily Párizsban című Netflix sorozat vonatkozásában. Az Emily Párizsban című sorozat az elmúlt években nagyon felkapott lett világszerte, így érdekes témának találtam, hogy ebből a szemszögből vizsgáljam meg Párizs filmturizmusát.

Párizs mindig is az egyik kedvenc városom volt, így nem volt kérdés számomra, hogy mi legyen a helyszín. Párizsban sajnos még nem jártam, de célom, hogy egyszer elutazzak és megnézzem az Emily Párizsban című sorozat forgatási helyszíneit, természetesen a főbb látványosságok mellett. A sorozat azonnal elnyerte tetszésemet a könnyed történetével, és azonosulni is tudok valamennyire a főszereplő karakterével. Fiatalok mindennapi helyzetét mutatja be, melyben a karrierépítés fontos szerepet játszik.

A választott téma azért fontos, mert az amerikai filmgyártás egyre többször választ európai helyszínt a forgatásokhoz, így Európában növekszik azon helyszínek száma, ahol filmgyártás szempontjából megfelelő infrastruktúra van, ezzel lehetővé téve a magas színvonalú produkciók elkészítését. Turizmus szempontjából is jelentős, hiszen a filmek hatására egyre több ember választja úticéljának a forgatási helyszíneket. Ez fellendíti az adott város életét, forgalmát és ösztönöz a fejlesztésekre. Egyre növekvő divat az, hogy az emberek csak a forgatási helyszínek miatt utaznak, megtevé nagy távolságokat.

Az eddigi tapasztalatok alapján Párizsba leginkább azok látogatnak el, akik párjukkal mennek el, akár nászútra, vagy épp a lánykérés miatt. Így Párizsban mondták ki eddig a legtöbb igent, amit az Instagram és a TikTok felületeken használt hashtagek alapján készült rangsorból derült ki (Kató, 2023). Ennek következtében Párizst a szerelem városaként szoktuk emlegetni. Viszont nemcsak a szerelem városa, hanem a sport, a filmipar, a fények, a gasztronómia városa és a divat szempontjából is kiemelkedő szereppel bír. Ezért fontos, hogy Párizs még jobban megcélozza ezen területek iránt érdeklődőket, továbbá a baráti társaságok figyelmének felkeltésére is hangsúlyt lehetne fektetni. Ez azért elengedhetetlen, mert a filmek és sorozatok elsőként a fiatal korosztályt érik el, és ha a forgatási helyszínek marketingtevékenységébe jobban beépítenék ezeket a produkciókat, akkor a fiatalok kedvet kapnak a meglátogatására.

Az Emily Párizsban című sorozat alapján könnyen meg lehetne célozni a fiatalabb korosztályt, mivel elsősorban ők nézik, nekik szól a történet és annak üzenete. A kávézók

beépíthetnék a saját marketingtevékenységükbe a sorozatot, illetve tematikus túrákat is szervezhetnének, mert jelenleg abból alig találni.

A dolgozat arra próbál választ keresni, hogy a sorozat mennyire népszerű Nyugat-Magyarországon, az emberek hogyan vélekednek róla, az emberek igénybe vennének-e egy tematikus utazási csomagot vagy egy tematikus túrát, valamint milyen promóciós termékek készültek a sorozat égisze alatt. Továbbá az utazási irodák rendelkeznek-e a sorozattal kapcsolatos tematikus utazással vagy nyitottak lennének-e rá. Emellett válasz érkezett arról is, hogy az utazási irodák mit gondolnak Párizsról és a filmturizmusról, a forgatások befolyásolják-e a turisták programjait, illetve egy sorozattal kapcsolatos tematikus utazás hogyan épülne fel és mit tartalmazna.

A dolgozat kérdéseinek megválaszolása érdekében primer kutatásra is sor került, amelyben készült egy kérdőív, illetve egy-egy mélyinterjú soproni utazási irodákkal, melyek segítették a vizsgálat menetét. A kérdőív kérdései a Google Forms felületén lettek összeállítva és filmes Facebook csoportokba lettek kiküldve, így elérve a tényleges célcsoportot, de minden korosztályból érkezett kitöltés.

A bevezetést követően az első fejezetben a filmturizmus története kerül bemutatásra. Az elemzés során a filmturizmus fogalmáról, fontosságáról, jellemzőiről, a pozitív és negatív hatásokról is szó esik majd. Továbbá a gócpontok is kiemelésre kerülnek. A fejezetben még helyet kap a filmturizmus kínálati oldala, és annak jellemzése.

A második fejezetben Párizs filmturizmusára kerül a hangsúly, ahol a korábban forgatott filmekről, sorozatokról lesz szó, illetve a párizsi filmstúdió, Disneyland és a Párizsban játszódó és forgatott filmek jelennének még meg.

A harmadik fejezetben az Emily Párizsban című Netflix sorozat kerül ismertetésre. Egy sorozattörténeti áttekintéssel kezdődik, majd pedig az Emily Párizsban sorozathoz kapcsolódó turisztikai kereslet és kínálat vizsgálata következik. A fejezetben szó fog esni a forgatási helyszínekről, divatról és eseményekről. A turisztikai attrakciók kínálata is szerepet kap, továbbá statisztikai adatok is bemutatásra kerülnek.

A negyedik fejezetben a primer kutatás kap főszerepet. Ebben a részben a kérdőív adatainak elemzése jelenik meg. Nagyrészt az olyan válaszok fontosak, aminél a kitöltő ismeri és látta a sorozatot. A kutatás többek között azt mérte fel, hogy a vizsgált célcsoport mit gondol a sorozatról, mennyit költenének Párizsban és mit néznének meg a legszívesebben.

A kérdőívek elemzése után a következő lépés a mélyinterjúk kiértékelése volt, ahol az utazási irodák nézőpontjai kerültek felszínre. Az interjúk során arra volt kíváncsi a kutatás, hogy voltak-e egyedi utazási kérések a sorozattal kapcsolatban, illetve gondolkodtak-e tematikus utazások szervezésén a sorozat helyszíneire. A beszélgetésekből kiderült, hogy az utazási irodák, hogyan látják a sorozat turizmusra gyakorolt hatását, és mennyire vélik valószínűnek egy ilyen ajánlat kidolgozását. Az eredmények értékes információkat adtak a film- és sorozatturizmus lehetőségeiről, és hozzájárultak a kutatás jobb megértéséhez.

A dolgozat ötödik fejezetében az elemzések alapján levont következtetések és javaslatok olvashatóak. Ez a fejezet összefoglalja a kutatás eredményeit, különösen a kérdőíves vizsgálat és a mélyinterjúk tanulságait. A javaslatok a gyakorlati alkalmazhatóságra összpontosítanak, kiemelve, hogyan lehetne erősíteni a sorozat turizmusban betöltött szerepét.

Az utolsó fejezetben a kutatás összefoglalása és lezárása található, amelynek célja egy lényegre törő és világos lezárása a vizsgálatnak.

2. FILMTURIZMUS

A dolgozat első fejezete a filmturizmus tudományos hátterét tárja fel és az elméleti hátteret mutatja be. A fontosságát, a fogalmát, a besorolhatóságát, a jellemzőit, a pozitív és negatív hatások kerülnek még ismertetésre, valamint a filmes gócpontokról is szó esik. A fejezetben még helyet kap a filmturizmus kínálati oldala, és annak jellemzése.

2.1. A FILMTURIZMUS ELMÉLETE

A filmturizmus azért fontos napjainkban, mivel a világ szinte minden részén az emberek általában szeretnek filmeket vagy sorozatokat nézni kikapcsolódásképpen. A produkcióknak nagy hatása van az érzelmekre, így, ha növelni szeretnénk egy adott helyszín látogatottságát, akkor a filmekben, sorozatokban való megjelenítés segítségével könnyedén befolyásolhatjuk az emberi akaratot. A meggyőzés legegyszerűbb formája ez, aminek hatására szinte észrevehetetlen módon változik meg az emberi gondolkodás, akarat.

A filmturizmus a turizmus egy olyan ágazata, ami egy konkrét irányzatra fókuszál, így egy nagyon szűk témáról beszélünk. Ennek következtében egy niche termék, hiszen a turizmus egy kis szegletét, részét adja. A turizmuson belül a kulturális turizmus közé soroljuk a filmturizmust. Ez egy olyan utazás, mely során a turisták nem a főbb nevezetességeket akarják megnézni leginkább, hanem elsődleges célja egy adott film vagy sorozat helyszínének felkeresése. Ide tartozik még a filmstúdiók látogatása, de az üzleti céllal érkező turisták utazásai is ide sorolhatók (Irimiás, 2015).

A filmturizmusban két oldalt különítünk el, ahogyan minden gazdasági és így egyben turisztikai területen is. Megkülönböztetünk keresleti és kínálati oldalt. Korábbi esetében azt tudjuk meghatározni, hogy például a turisták mennyire érdeklődnek az adott helyszín iránt, mit szeretnének megnézni, információt szerezni, vagy milyen szolgáltatást szeretnének igénybe venni. Egyszerűen milyen turisták érdeklődnek az adott terület iránt, akikről különböző perszónákat/turista típusokat is ki tudunk alakítani. Mindenekelőtt fontos megfigyelni, hogy a turisták esetében van-e motiváció arra, hogy elutazzon és meglátogassa az adott desztinációt. Ez az egyik legfontosabb elem a szabadidő és a diszkrécionális jövedelem mellett. A kínálati oldal viszont azt mutatja meg, hogy az adott város milyen attrakciókkal, szolgáltatásokkal rendelkezik, ki tudja-e elégíteni az odalátogatók igényeit. Ez esetben a helyszíneket vizsgálják, amelyek a filmturizmus szempontjából meghatározóak (Connell, 2012).

A filmforgatási helyszínek között is különbséget kell tenni. Van a városi tér, ami akár lehet Párizs, de bármilyen másik város is. Míg vidéki térnek számít például egy toszkán táj. Továbbá a filmstúdiók a mesterséges tér kategóriába tartoznak. Végül létezik egy úgynevezett fiktív tér, ami egy digitálisan előállított helyszín (Irimiás, 2015).

A filmturizmusnak 5 alappillére létezik. Az első a film készítését megelőző marketingtevékenység és a kínálati elemek kialakítása iránti ösztönzés. Ezt követően második lépésként a filmkészítők, színészek promóciós tevékenysége következik. A forgatás alatt mindig szoktak posztokat készíteni a közösségi média felületekre, hogy hol vannak és mit csinálnak. Ennek következtében egy kis kulisszák mögötti rész is megnyílik a nézők felé. A harmadik lehetőség, hogy a forgatást követően a színészek beszámolókat osztanak meg, elmondják véleményüket az adott desztinációról, ahol a forgatás zajlott. Ez a visszajelzés a filmkészítőknek is fontos, az adott desztinációnak és a film iránt érdeklődőknek is. A személyes vélemény sokat hozzátesz ahhoz, hogy más ember hogyan vélekedjen az adott várossal. Ha pozitív, akkor könnyebben kialakul a motiváció másnál is. A negyedik pillér maga a film, mivel a produkció hatására tudja eldönteni az ember, hogy megéri-e elutazni miatta. Az utolsó pillér pedig a film megjelenése utáni időszakról szól, ahol lehetőség van kihasználni a film adta lehetőségeket, és így kínálati elemeket és promóciós termékeket készíteni is (Urbánné Treutz et al., 2018).

A filmturizmusnak köszönhetően kialakult egy olyan társadalmi réteg, akiket filmturistáknak nevezünk. Három csoportot tudunk képezni. Vannak a véletlenszerű filmturisták. Ide azokat soroljuk, akik akaratukon kívül kerültek egy-egy filmes helyszínre. Vannak az úgynevezett általános filmturisták, akik egy adott desztinációba nemcsak a produkció miatt utaztak el, hanem például a nevezetességek miatt. Ebből arra következtethetünk, hogy a turista tudatában volt annak, hogy az adott film ott játszódott vagy ott forgatták, de nem ez volt a fő célja az utazásnak. A harmadik csoport a hivatásos filmturisták, akik tudatosan a produkciók miatt utaznak (Macionis, 2004).

2.2. A FILMTURIZMUS HATÁSAI

A filmturizmusnak van pozitív és negatív hatása az adott desztinációra. Ez függ attól, hogy az ott forgatott vagy játszódó film és sorozat mennyire lett felkapott és népszerű.

Pozitív hatások közé sorolható, hogy az ott élők számára több munkahely lesz (Niziol, 2009). A több lehetőség következtében az emberek nem mennek el más városba munkát keresni, hanem akár az adott desztinációban is tud majd dolgozni és eltartani a családját.

Másrészről az adott desztináció sokkal népszerűbb lesz, ha valami jó produkciót készítettek a helyszínen. Ez hozzájárul ahhoz, hogy a turistákat odavonzzák és ők pedig a diszkrecionális jövedelmüket elköltsék. Így gazdasági szempontból is jelentős.

Továbbá a filmforgatás helyszínei akár egész éves attrakciók lehetnek. Ez azért is hasznos, mert így kiküszöbölhető a szezonális, amiben a turizmus ágazat mindig is szenvedett (Niziol, 2009).

Ha jól kialakítják a desztinációs marketinget, akkor az emberek sokkal előbb találkoznak az adott desztinációval valamilyen közegben. Ez pedig hozzájárul ahhoz, hogy kialakuljon az emberekben az a motiváció, ami következtében megvalósul az utazás és a különböző szolgáltatások igénybevétele. Ez tulajdonképpen az egész város célja és feladata, mert közös cél a turisták bevonzása, és így a bevétel szerzése is.

A pozitív hatások mellett természetesen vannak negatív hatások is. Ide tartozik, hogy az adott desztinációban már annyi turista jelenik meg napi szinten, ami már ellehetetleníti az ott élők mindennapi életét. Megnehezítik a közlekedést, vagy szimplán a szabadidő eltöltését is. Ennek következtében kialakulhat az ott élők körében egyfajta ellenszenv, ami magával hozza azt, hogy a turisták negatívan fognak vélekedni a helyi lakosokról. Ezek a jelenségek mind az overturizmus égisze alatt jönnek létre.

Negatívum még, hogy a forgatások ideje alatt lezárásokra van szükség a legtöbb helyen, ami korlátozza a közlekedés folytonosságát és még a helyi látványosságok látogatottsága is veszélyben van. Ez előfordulhat, hiszen, ha a nevezetességeknél forgatnak, akkor a látogatók nem mehetnek be az adott idő alatt.

Továbbá a sok turista miatt, akik gépjárművel vagy turista buszokkal érkeznek, a füves területek elhalnak. Illetve az utak is megrongálódnak, megsüllyednek. Ennek következtében korlátozásokat kell érvénybe hozni. Például a korábban ingyenes övezeteket fizetőssé tenni és a buszokat ki kellene tiltani a főbb nevezetességek környékéről (Tooke & Baker, 1996).

2.3. GÓCPONTOK EURÓPÁBAN ÉS A VILÁGON

A filmgyártás során több gócpont is kialakult világszerte, ahova előszeretettel mennek és térnek is vissza a filmkészítők. Ezek leginkább nagyvárosok, hiszen ott alakítottak ki megfelelő infrastruktúrát az évek alatt. Az egész világra kivetítve a fő városok közé Los Angeles, New York és London sorolható (Irimiás, 2019). Ezek a nagyvárosok a filmgyártás élén

járnak, rengeteg filmet és sorozatot forgatnak minden évben, amikhez a legmodernebb infrastruktúrát alkalmazzák, így biztosítva, hogy jó minőségű produkciók kerüljenek ki a világ számára.

Európában a főbb városok közé Párizs, Berlin és Milánó tartozik (Irimiás, 2019). Berlinben inkább történelmi jellegű filmeket szoktak forgatni, míg Milánóban és Párizsban vígjátékot vagy romantikus filmeket. Mindegyik városban szintén jól lett kialakítva az infrastruktúra. Vannak filmstúdiók, és olyan városrészek, ahol igazán érdemes forgatni, mivel gyönyörű hatást keltenek a filmek háttereként.

Az említett európai városok mellett még kiemelkedő szereppel bír Barcelona a Vicky Christina Barcelona romantikus film miatt, London a Harry Potter sorozatnak köszönhetően, illetve Dubrovnik is, ahol a Trónok harca sorozat különböző jeleneteit forgatták. Ezek a városok is a filmturisták bakancslistáján van (Tóth, 2016; Sulyok, 2009).

A filmturizmus fellendülése miatt lett népszerűbbek között még Új-Zéland (A Gyűrűk Ura trilógiájának köszönhetően New York Manhattan városrésze a Szex és New York című film miatt és Málta a Gladiátor film következtében (Lőrincz & Sulyok, 2017).

A sorozatok a filmturizmus szempontjából hatékonyabbak lehetnek, mint az egész estés filmek. Minden új évad új figyelmet és izgalmat hozhat a produkcióhoz. Két híres trilógia, A Gyűrűk Ura és A hobbit című filmek, szintén sorozatszerűek, és a sikerüket erősíti, hogy népszerű könyvekből készültek. Ez a két tényező – a sorozatforma és az irodalmi alap – fontos lehet a filmek nemzetközi népszerűségéhez (Tóth, 2016).

Ezek a művek nemcsak a filmiparban lettek meghatározóak, hanem Új-Zélandot is népszerű desztinációvá tették a filmturizmusban. A szigetország turisztikai hivatala már az a 2001-ben bemutatott A Gyűrűk Ura film óta próbálja népszerűsíteni Új-Zélandot a Középfölde fantáziavilágán keresztül. Az elmúlt másfél évtized során a produkció körüli turisztikai kampányok miatt a filmes helyszínek és a képzeletbeli világ összefonódott, így Új-Zéland ikonikus helyszínné vált a filmturizmus térképén (Tóth, 2016).

Spanyolországban, a kis Júzcar település 2011-ben nagy változáson ment át, amikor a Hupikék Törpikék film forgatásakor 4000 liter kék festékkel "Aprajafalvává" alakították. A film befejezése után a lakók úgy döntöttek, hogy megtartják a kék házakat, így a falu turisták számára vonzó célpont lett. A következő két évben 180 ezer látogató érkezett, köszönhetően a film által generált népszerűségnek (Tóth, 2016).

A Trónok harca rajongóknak Belfastban nyílt egy utazási iroda, ami lehetőséget ad arra, hogy a látogatók fantasyhősökként fedezzék fel Westeros kitalált világának forgatási

helyszíneit Írországban. Ezek a helyszínek máig fontos bevételt hoznak a helyieknek, mivel a sorozat díszletei továbbra is turistacélpontok (Tóth, 2016).

Barcelonában és Párizsban is látszik a filmturizmus növekedése, ahol az amerikai turisták körében Woody Allen-filmekhez kapcsolódó városi séták a legnépszerűek. Ezek a túrák lehetőséget kínálnak arra, hogy a látogatók a rendező híres filmjeinek helyszínein járjanak, miközben egyedi nézőpontból ismerik meg a városokat (Tóth, 2016).

Tunéziában a turisták különleges élményként járják be a végtelen kősisivatagot, ahol George Lucas a Csillagok háborúja ikonikus jeleneteit forgatta. Továbbá Matmata környékén a vendégek megismerhetik a helyi berber falvak életét, amelyek közel vannak a filmsorozat helyszíneihez. A sivatagi szafari egyik fontos állomása Kebili, ami egy gyönyörű oázis. Ezt követően a turisták egy sósivatagon mennek át Tozeurbe, amely a százezer pálma városaként ismert. Innen az Atlasz-hegység oázisaihoz érnek. A tunéziai körutazás jól szervezett és átgondolt programot kínál, így biztosítva a változatos élményeket és a zökkenőmentes lebonyolítást (Jászberényi, 2014).

Nemcsak a helyszíni forgatások a lényegesek, hanem nagyon fontos az utómunkák elkészítésére is gondolni. Erre is kialakítottak megfelelő felszereléseket a különböző nagyvárosokban. Például Londonban vagy Isztambulban is van lehetőség az utólagos munkák elvégzésére (Irimiás, 2019).

2.4. A FILMTURIZMUS KÍNÁLATI ELEMEI

A kínálati elemek közé azok a filmturisztikai elemek tartoznak, amelyek egyfajta vonzerőnek vagy attrakciónak mondhatóak. Attrakciónak számít minden olyan megfogható és megfoghatatlan elem, amely a filmek és sorozatok forgatásához, gyártásához és forgalmazásához köthető (Irimiás, 2015). Az attrakciókat lehet csoportosítani jellegük alapján. Ezáltal tudunk geográfiai szempontból csoportosítani, így természeti környezet alapján, az épített környezet urbanisztikai jellege szerint, képzelt és eredeti helyszínek alapján (Irimiás, 2015).

A kínálati elemeket lehet még többféleképpen csoportosítani. A forgatási helyszínen létrejövő filmturizmus szempontjából megkülönböztetünk olyan elemeket, mint például a film adja az elsődleges motivációt, vagy része az utazásnak. Van kimondottan zárándoklat is, amikor a filmforgatási helyszíneket látogatja meg az ember. Lehet még filmszillag és híresség szempontjából szűkíteni a kört, amikor az adott hírességhez kapcsolódik az adott helyszín. Emellett még nosztalgikus filmturizmus is létezik. Másik nagy csoport a profitorientált és kereskedelmi attrakciók. Ide tartoznak az épített látványosságok, a tematikus túrák,

vagy épp az idegenvezetővel vezetett túrák is. A harmadik csoport a dublőr helyszínek, ahol vélt forgatási helyszínek és valós történelmi, de csak vélt helyszínek kapnak helyet. A negyedik csoport a filmgyártáshoz kapcsolható, így olyan helyszínek tartoznak ide, mint például a filmstúdiók bejárása és különböző tematikus parkok. Az ötödik csoport része az egyedi filmes események. Itt a filmbemutatók és fesztiválok különülnek el. Utóbbi esetében vannak kisebb, de nagyobb fesztiválok is. Erre példa a Cannes-i filmfesztivál, ami nagyon nagy színvonalú. Az utolsó kategória a fotelben történő utazás, ahol leginkább televíziós útifilmek kapnak helyet és gasztronómiai filmek (Irimiás, 2015).

A produkciók sikeressége is befolyásolja, hogy egy adott desztináció mennyire lesz sikeres, és attrakció lesz-e belőle. Sok esetben a korábban alig ismert helyszínek, így lesznek keresettek, mivel a film annyira elnyerte a nézők tetszését és a motiváció is kialakult, hogy elutazzanak az adott úticélra.

A filmek és sorozatok szempontjából az esetek legnagyobb részében a forgatás nem csak egy helyszínen zajlik, hanem több helyszínen. Ezek egymáshoz közel helyezkednek el, de néha előfordul, hogy akár egy teljesen más városban, országban forgatnak (Irimiás, 2015).

A filmturizmus szempontjából még fontos megemlíteni a „selling place” stratégiát. Ez segít abban, hogy egy konkrét kép alakulhasson ki arról, hogy a filmturistáknak érdemes-e elutaznia az adott desztinációba. Továbbá a helyszínen milyen látványosságok és szolgáltatások vannak. Ha több lehetőség is van, akkor a turistában már kialakulhat egyfajta motiváció az utazásra. Ezeket a kínálati elemeket mindig fejleszteni és újítani kell, hogy az emberek igényeit maradéktalanul ki tudják elégíteni (Niedermüller, 2000).

2.5. AZ EMILY PÁRIZSBAN SOROZAT HELYSZÍNEI

Az Emily Párizsban sorozat forgatásainál a helyszínek fontosságát hangsúlyozták, hogy a város varázsát tükrözzék. Bár a sorozat többsége Párizsban készült, néhány jelenetet más városokban is forgattak. A legtöbb hely azonban közel van egymáshoz, ami megkönnyítette a forgatásokat, és kiemeli Párizs különleges hangulatát.

Emily lakása a Place de l'Estrapade-on található, Párizs 5. kerületében. Ez a kis tér fontos helyszín a sorozatban, hiszen itt található Gabriel étterme, ahol kulcsfontosságú jelenetek játszódnak. Az étterem mellett egy pékség is van, ahol Emily gyakran vásárol croissant-t. Ez a részlet a párizsi életet idézi, és segít a karakter hitelességében. A forgatás során a helyszín hangulatát nemcsak a karakterek, hanem a tér atmoszférája is erősíti.

A Place de l'Estrapade-tól nem messze van a Jardin du Luxembourg, Párizs híres parkja. Ez a gyönyörű zöld terület sok jelenethez tökéletes háttér. Emily gyakran kocog itt, ami közelebb hozza a nézőkhöz, és bemutatja a park szépségeit. A kert szökőkútjai és virágágyásai a sorozat vizuális világának fontos elemei, hiszen ezeken keresztül Párizs elegáns oldalát látja a közönség.

A forgatási helyszínek tudatos választása segítette a sorozatnak, hogy megragadja Párizs esszenciáját. Az Emily által látogatott helyszínek – például utcák, pékségek vagy parkok – mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a nézők érezzék, mintha a város szívében lennének. Ez a hiteles és romantikus ábrázolás nemcsak a sorozat népszerűségét növelte, hanem erősítette a helyszínek turisztikai vonzerejét is.



1. ábra: Emily lakása és a szökőkút

Forrás: <https://www.deluxefrance.com/details-do+you+have+a+special+tour+of+emily+in+paris-567>, 2024



2. ábra: Gabriel étterme

Forrás: <https://magyarkonyhaonline.hu/cikkek/zarandokhely-lett-a-sorozatbeli-etterembol>, 2020

A sorozatban fontos helyszín a Savoir marketingügynökség, ahol Emily és munkatársai dolgoznak. Ez a híres iroda a Place de Valois 6. szám alatt, Párizs közepén helyezkedik el. Az iroda központi elhelyezkedése miatt sok ikonikus helyszín könnyen megközelíthető. Például néhány perces sétára található a Louvre, amely a világ egyik legismertebb múzeuma és a város jelképe is. A Bistrot Valois is közel van, amely egy kellemes étterem, ahol Emily gyakran ebédel a kollégáival. Ez a hely többször is felbukkan a sorozatban, hozzájárulva a párizsi élet bemutatásához.

A Palais Royal kertje is közel van az ügynökséghez, és fontos szerepet játszik a történetben. Emily itt találkozik először Mindyvel, aki később a legjobb barátja lesz. A kert szép szökőkútjaival és nyugodt légkörével szinte a kedvenc találkozóhelyükké válik. Ez a hely nemcsak a sorozatban játszik fontos szerepet, hanem a turisták körében is népszerű, mert a kert romantikus hangulata és központi elhelyezkedése ideális pihenéshez és fotózáshoz.

Egy másik híres helyszín a Montmartre, ami Párizs művésznegyede és a város egyik leglátogatottabb része, főként a turisták által. A Montmartre dombjáról gyönyörű kilátás nyílik, a háttérben a Sacré-Cœur-bazilika áll. Ez a hely történelmi és művészeti élményeket kínál, hiszen a negyed híres festők és írók inspirációs helye volt. A Montmartre lépcsőin naponta sok ember pihen: egyesek a kilátást élvezik, mások szelfiket készítenek.

A Montmartre és a Place de Valois környéke a sorozat révén még nagyobb figyelmet kapott, mivel Emily kalandjai bemutatják a párizsi élet mindennapi szépségét és a város legismertebb látnivalóit. Ezáltal Párizs még vonzóbb turista célponttá válik a világban.



3. ábra: A Sacré-Cœur

Forrás: <https://www.tripsavvy.com/sacre-coeur-visitors-guide-4122149>, 2024

A sorozat minden évadában más-más városok is szerepet kapnak a forgatások során, ami hozzájárul a történet dinamikájához és a helyszínek sokszínűségéhez. Az első évad Chicago és Indre-et-Loire helyszíneivel kezdődött, bemutatva a két hely külön atmoszféráját.

A második évadban a látványos helyszínek számát növelték, mint Saint-Tropez, a versailles-i kastély, Villefranche-sur-Mer és a Grand-Hôtel du Cap-Ferrat. Ezek a helyszínek nemcsak a történetet gazdagították, de a sorozat vizuális világát is színesebbé tették. Saint-Tropez fontos szerepet játszott, amikor egy kampányt szerveztek ott egy helyi étterem számára, ezzel még emlékezetesebbé téve ezt a helyet.

A harmadik évad is meglepetéseket hozott a helyszínekben, több jelenet Franciaország más városaiban készült, növelve a sorozat kulturális háttérét. A negyedik évadban új városokat és egy új országot is bemutatnak, Rómát választva, ahol több epizód játszódik, lehetőséget adva a nézőknek, hogy felfedezzék az olasz főváros ikonikus helyeit.

Ezek a különböző forgatási helyszínek növelik a sorozat esztétikai értékét és segítik az adott helyszínek turisztikai vonzerejét is, mivel a nézők gyakran inspirációt merítenek az ott látott városokból és tájakból a saját utazásaik tervezéséhez.



4. ábra: Saint-Tropez és a Champere reklám

Forrás: <https://www.netflix.com/tudum/articles/this-is-how-you-saint-tropez-exactly-like-emily-in-paris>, 2024

3. PÁRIZS FILMTURIZMUSA

3.1. FILMTURIZMUS

Párizs filmturizmus szempontjából nagyon keresett város. A külföldi filmgyártók előszeretettel választják Párizst a produkciók helyszínéül. Ennek oka az lehet, hogy egyrészt gyönyörű a város és a nevezetességek, amelyek a filmek, sorozatok háttéréül tökéletes képet tudnak nyújtani. Másrészt a romantika városáról beszélünk, így természetes, hogy ha tipikus romantikus filmet akarnak készíteni, akkor Párizs lehet a legjobb választás.

Párizs a turisták bakancslistáján általában mindig szerepel, hiszen a romantika városa, de több ismert, vagy kevésbé ismert filmben, sorozatban is megjelenik. Az emberek a filmek, sorozatok segítségével kapnak egy kis bepillantást a város életébe, mert nem mindenki teheti meg, hogy egyszer elutazzon oda.

A Les Studios de Paris filmstúdió a legnagyobb filmstúdió az egész városban, amely a Szajna folyó partján fekszik, közel a főbb nevezetességekhez, így például az Eiffel-toronyhoz. A Studios de Paris-t 2022 elején vásárolta meg az iparág két jelentős szereplője: Eagle, a legnagyobb független film- és tévétársaság Olaszországban, valamint a Los Angeles-i Lantern IRA, a Spyglass Media társalapítói a Warner Bros, a Lionsgate és Gary Barber partnereivel (Les Studios De Paris, 2024). Ennek következtében természetes, hogy a nagy amerikai stúdiók szívesen forgatnak Párizsban.

Itt nagyon sok filmet forgattak, köztük a Valerian és az ezer bolygó városa című filmet. Továbbá itt készítették a híres Taxi filmsorozat 5. részét, a Robin Hood és a Gyagyás gyilkosság 2. részét is. Animációs filmek is készültek itt, például a Hupikék Törpikék 2. része. Sorozatok szintén helyet kapnak ebben az épületkomplexumban, mint az Emily Párizsban Netflix sorozat (Les Studios De Paris, 2024). Az említett produkciók mindegyike teljesen más filmtípusba tartozik, így teljes mértékben azt lehet mondani, hogy a filmstúdió bármilyen filmet képes befogadni és magas színvonalak között, és persze díszletek segítségével, képes remek dolgokat létrehozni és élettellel megtölteni.

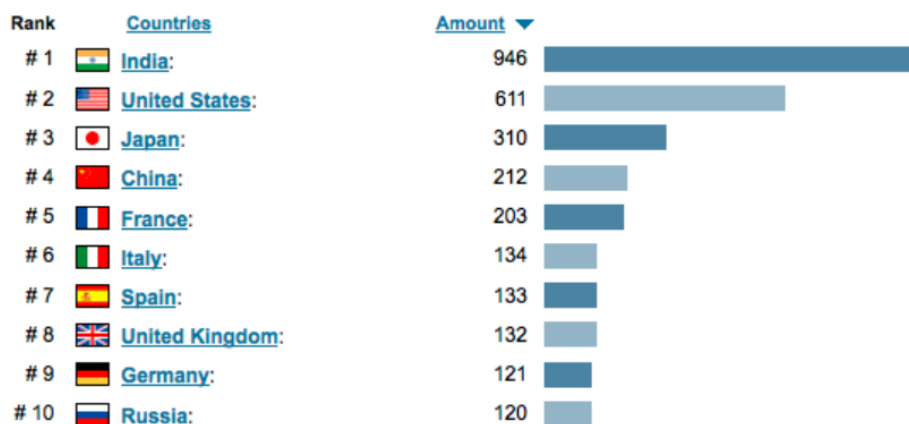


5. ábra: Les Studios de Paris

Forrás: <http://lesstudiosdeparis.com/en/a-propos>, 2024

Ennek következtében megéri a városban forgatni, hiszen nagyon sok kulturális helyszín van, gyönyörű területek és épületek. Mindenki szeretné megismerni a romantika fővárosát, így, ha Párizsban forgatnak filmet, azt jó eséllyel az emberek meg is nézik. Sokszor egy filmnél a helyszín a lényeg és nem feltétlen a történet. A helyszín nagyban hozzájárul a történet hangulatához és a nézők hangulatához is. Többek között ezek is hozzájárulnak ahhoz, hogy Párizsban forgassanak.

„A Film Paris Region adatai szerint Franciaországban a filmgyártás 50%-a a fővárosban és környékén zajlik, ami azt jelenti, hogy egy adott napon 15-20 forgatásra is sor kerülhet” (Paolino, 2024). Michel Gomez, a párizsi filmes iroda vezetője egy interjúban elmondta, hogy 40 nagy projektet forgatnak Párizsban, mindezt pedig a 2024-es olimpiai játékok előtt. Ezek helyszínéül a leghíresebb látványosságok szolgálnak (Paolino, 2024). Ennek következtében sok lezárásra lehet számítani, hogy gondtalan legyen a forgatás. Ezzel párhuzamosan a turisták nem feltétlenül tudnak bejárni egyes helyszíneket vagy épületeket. Ez nagyban hozzájárulhat ahhoz, hogy az emberek elégedetlenek legyenek, hiszen nem minden korlátozásról tájékozódhatnak és ha már nagy távolságokat tesznek meg a városnézésért, akkor elvárják, hogy azt teljes körben meg tudják valósítani.



6. ábra: A filmforgatások számának megoszlása a különböző országokban (2014-es adatok alapján)

Forrás: <https://www.quora.com/Why-are-so-many-Hollywood-movies-filmed-in-France>, 2024

A 6. ábra a filmforgatások számának megoszlását mutatja be a különböző országokban. Első helyen India áll, hiszen rengeteg indiai filmet és sorozatot forgatnak ott, továbbá más országok is előszeretettel választják. Itt fontos megemlíteni a Bollywood Filmstúdiót, amely már az 1900-as évek elején tevékenykedett. Eleinte még nem ezen a néven volt ismert, de 1970 környékén már használták. Bollywood ma már a legnagyobb filmgyártó cégnek számít az egész világon (Kishan Thussu, 2008). Az indiai filmek sikerének következtében többféle tematikus túrát alakítottak ki, továbbá egy vidámparkot is (Ideattack Inc., 2020).

Második helyen az Amerikai Egyesült Államok áll, mivel rengeteg film készül a különböző amerikai városokban. A filmkészítők előszeretettel választanak nagyvárosokat, hiszen azok már beváltak a korábbi filmek során, és ezeket a helyszíneket szeretnék továbbra is megjeleníteni. A harmadik és negyedik helyen Japán és Kína áll, köszönhetően a sok sorozatnak, amiket ott készítenek. Franciaország az ötödik helyen áll a 2014-es adatok alapján. Eszerint 203 produkciót forgattak, ami egy elég nagy szám. Ez is jól mutatja, hogy a francia vidék vonzza a filmkészítőket és előszeretettel készítenek filmeket. Az európai országok közül viszont az első helyet szerezte meg, ami egy hatalmas teljesítmény. Ez köszönhető annak is, hogy jól kiépített infrastruktúrával rendelkezik. Franciaország után a TOP10-es listán még szerepel Olaszország, Spanyolország, az Egyesült Királyság, Németország és Oroszország.

A filmipar, a kreatív iparágakon belül úgy jelenik meg, hogy például a híres építmények szerves részét képezik a produkcióknak. A forgatási helyszínek között is fellelhető egy-egy híresebb épület. Az Eiffel-torony szinte mindig fontos szerepet kap. Továbbá múzeumok is megjelennek, így a híres festmények, szobrok is helyet kapnak a filmekben. Ha a film Párizsban játszódik, akkor az utcazene és a harmonika is kihagyhatatlan. Gasztronómia szempontjából pedig annyit lehet mondani, hogy a híres francia ételeket szintén a filmek segítségével a legjobb megismertetni a világgal. A film nézése közben azonnal megkívánja az ember az adott ételt, és akár rögtön el is utazna, hogy megkóstolhassa azokat. Ennek következtében elindul az emberben egy folyamat, hogy egyszer el kellene utazni oda.

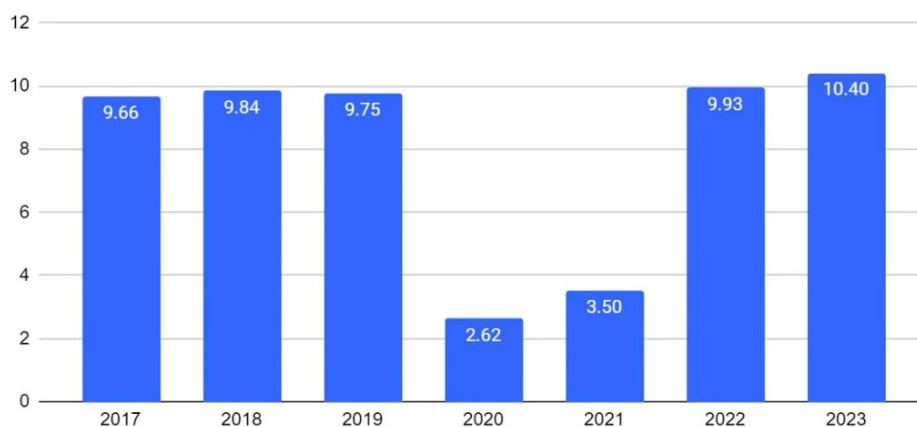
Az irodalom és a filmipar kapcsolata különösen jelentős, hiszen számos irodalmi alkotást filmesítettek meg az évek során, amelyek nemcsak önálló művészi értéket képviselnek, hanem hozzájárulnak a kultúra és a turizmus népszerűsítéséhez is. Ilyen például A három muskétás, A nyomorultak vagy Az operaház fantomja, amelyek mind irodalmi remekműként és filmadaptációként is hatalmas sikert arattak. Ezek a történetek különösen fontosak Párizs szempontjából, mert cselekményük szorosan kapcsolódik a városhoz. A párizsi helyszínek nemcsak háttérként szolgálnak, hanem a történetek fontos részei is, ami sajátos hangulatot ad. A filmek és könyvek révén Párizs olyan városként jelenik meg, amely tele van történelemmel, romantikával és drámával, ami vonzóbbá teszi nemcsak a művészetek, hanem a turisták számára is. A franciák büszkéek lehetnek arra, hogy ezek az ikonikus művek szorosan kötődnek Párizshoz, mert a várost is hősként mutatják be. Párizs nemcsak a cselekmény helyszíne, hanem egy kulturális szimbólum is, amit ezek az irodalmi és filmes művek kiemelnek. Az ilyen adaptációk nemcsak a francia kultúra gazdagságát mutatják be világszerte, hanem hozzájárulnak ahhoz, hogy Párizs továbbra is népszerű úti cél maradjon.

3.1.1. Disney filmek és Disneyland

Párizs a Disney filmek miatt vált még keresettebbé, hiszen az animációs és rajzfilmek a gyerekkorunkat idézi fel, amikor még gondtalan életet éltünk. A rajzfilmek közül több is a francia fővárosban játszódik. Ilyen például A Notre Dame-i toronyőr, a Macskarisztokraták, az Anasztázia vagy épp a modernebb Ratatouille, másnéven a L'ecsó. Mindegyik nagy kedvenc, hiszen a történetük aranyos, magával ragadó, miközben több komolyabb élethelyzetet is megjelenít. Például a L'ecsó animációs filmben olyan barátság alakul ki egy ember és egy állat között, ami ritka. Továbbá arra is utal, hogy nem szabad ítélnünk a másik felett, mert nem tudhatjuk, hogy honnan jön a jó és a szívből jövő. A sors nem hiába sodorja elénk

azokat az embereket és szituációkat, ami valamilyen szinten előrébb mozdítaná a mi életünket, megváltoztatná a hozzáállásunkat valamivel kapcsolatban. A Notre Dame-i toronyőr is az előítéletekről szól, vagyis lehet egy ember kívülről kissé taszító, de belül egy nagyon érző szív lakozik, ami csak fél kiteljesedni mások előtt. Ezek az alkotások nagyon sok rejtett utalást tartalmaznak, amiről nem is hinnénk, hogy valójában benne van a filmben.

Ha valakitől megkérdezik, hogy mi jut eszébe Párizsról, a legtöbb ember a Disneyland-et fogja mondani. Ez egy szórakoztató központ a franciaországi Chessyben, Párizstól 32 km-re keletre. A filmturizmus kínálati elemei közül Disneyland a filmgyártáshoz köthető csoportba tartozik, azon belül is a tematikus parkokhoz (Irimiás, 2015). Disneyland két nagy parkot is magába foglal, a Park Disneyland-et és a Walt Disney Studios Parkot. Leginkább a gyerekek szeretnek ide elmenni, de a felnőtt korosztály is talál magának kedvező programot. Disneyland a régi és új Disney filmek és mesék alapján van felépítve, így mindenkit a gyerekkorába repít vissza ez a különleges élmény. Nemcsak a mesefigurákkal lehet találkozni, hanem koncerteket is szoktak rendezni, illetve rengeteg bolt található itt. Ezekben az üzletekben természetesen a mesékkel, filmekkel kapcsolatos termékek kaphatók, így az egész promóciót is e köré építették ki. A park látogatása is évről-évre egyre növekszik és a világ minden tájáról jönnek látogatók.



7. ábra: Disneyland Paris éves látogatottsága 2017 és 2023 között (millió fő)

Forrás: <https://roadgenius.com/statistics/tourism/france/disneyland-paris/>, 2024

A 7. ábra is azt mutatja, hogy a park látogatottsága évről évre egyre nő és egyre több látogatót fogad a világ minden tájáról. Például 2018-ban 9,84 millió látogató volt éves szinten. A COVID-19 világjárvány alatt természetesen egy visszaesés következett be, hiszen a lezárások következtében a park sem lehetett nyitva. Majd az újranyitások következtében a

korábbi látogatottsági számot megugorva folytatódott az élet. 2023-ra már 10,40 millióra nőtt a látogatók száma. Egyre több modern Disney film, sorozat és mese jelenik meg, melyek szintén fontos szerepet kapnak a park életében. Így az egyre csak változó igényeknek is maradéktalanul megfelel Disneyland. A francia élménypark azért is fontos, mert a film-turizmust össze tudja kapcsolni a kreatív-turizmussal. Hiszen nagyon ötletes módon alakították ki a parkot, megjelenítve a Walt Disney Studios produkciónak.

3.1.2. Párizsban játszódó és forgatott filmek

Párizsban forgatták Dan Brown híres könyvtrilógiájának első részét, A Da Vinci kód című történelmi filmet. Főszerepben Tom Hanks látható, aki egy történelem iránt elkötelezett híres tudóst alakít.

Forgattak éjszakai jeleneteket a Louvre-ban, mivel csak a látogatási időn kívül készíthettek jeleneteket a múzeumban. A Louvre írásos falait, illetve a víz alatti jeleneteket a Pinewood Studiosban készítették el.



8. ábra: Da Vinci-kód film

Forrás: https://szinkronjunkie.blog.hu/2021/05/18/15_eve_mutattak_be_a_da_vinci-kodot,
2024

A Rózsa-vonal hivatalosan az égtájakat jelölte, de később a történelem szerves része lett. Párizsban összesen 135 darab kis fémlemez van elhelyezve (Ryan, 2011). A filmben jelentős szerepe van a Rózsa-vonalnak, hiszen Tom Hanks ezeket kezdi el követni Párizs

utcáin, és jut el a Louvre-hoz. A történetben a vérvonalat kötik össze a Rózsa-vonallal, így Tom Hanks megtalálja, hogy Mária Magdolna hol van eltemetve.

A film premierje után a regény is sokkal kelendőbb lett. Aki látta a filmet és szereti a történelmet, az mindenképpen szeretné egyszer élőben is megnézni a híres rózsavonalat, ami valódi nevén párizsi Meridián-vonal, csak a film óta ragadt rá ez a név.

A Gyagyás gyilkosság 2. című film egy részét is Párizsban forgatták. Ez egy 2023-ban bemutatott akciófilm és filmvígjáték. Főszerepben Adam Sandler és Jennifer Aniston látható. A forgatás 2022 januárjában kezdődött. A film nagyrészt Hawaii szigetén játszódik, de az utómunkára és a gyártásra már Párizsban került sort. Az izgalmas jelenetek során több francia helyszín is szerepet kap. Például a párizsi Diadalívnél és a Szajna partján játszódik egy-egy jelenet. Továbbá a Café Procope, ami egy régies hangulatú kávézó és a Madeleine-templom, ami egy gyönyörű épített örökség, szintén megjelenik. Ezáltal a kultúra is szerepet kap a háttérben. A forgatásról azt lehet elmondani, hogy egymáshoz közeli helyszíneket választottak, mivel a kávézó a 6. kerületben található, míg a Madeleine-templom a Szajna másik oldalán, a 8. kerületben található.



9. ábra: Gyagyás gyilkosság 2.

Forrás: <https://www.netflix.com/hu/title/80242619>, 2024

Romantikus filmek is nagy számban játszódnak itt. Ilyen például a Házibuli, Moulin Rouge!, Az operaház fantomja, Párizsi esküvő, Mielőtt lemegy a Nap, Párizs szeretlek és az Éjféltor Párizsban. A Moulin Rouge! 2001-ben bemutatott filmmusical, mely Baz Luhrmann „vörös függönyös trológiájának” a befejező része. A történet helyszíne Párizs. A

Moulin Rouge egy mulató, ahol azok az emberek gyűlnek össze a fényűzés miatt. Satine szerepében Nicole Kidman látható, aki hihetetlen jól alakítja a karaktert.



10. ábra: Moulin Rouge! filmjelenet

Forrás: <https://www.imdb.com/title/tt0203009/>, 2024

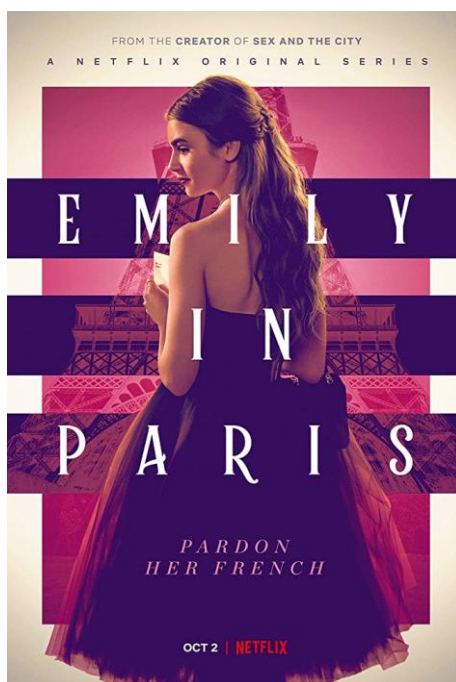
A történet helyszíne a Moulin Rouge szórakozóhely, ami egy kis kihagyás kivételével, folyamatosan üzemel. Itt született meg a kánkán és a revütánc. Manapság vacsoraestek helyszínül szolgál, ahol a vacsora közben lélegzetelállító produkciók adják a jó hangulatot. Felhangzanak régi ismert dalok, jazz dalok, de alkalmanként mai előadóktól is hallhatnak zenéket a vendégek. Az est kihagyhatatlan része pedig nemmás mint a pezsgő. Franciaországban minden egyes különleges alkalommal pezsgőt isznak az emberek, így természetesen egy ilyen nagyszabású estén is. A hangulatot tovább fokozza, hogy a fellépők extra ruhákban lépnek színpadra. Rengeteg tollat és flittert használnak a díszítéshez.

A hely marketingjén nem változtattak sokat, továbbra is a Moulin Rouge nevet viseli, hiszen a hely már sokkal előbb üzemelt, mint ahogy a filmet forgatták. Már a kezdetektől nagyon sok híres zenész is megfordult itt, többek között Elvis Presley, Liza Minnelli, Ella Fitzgerald és Frank Sinatra. A hely attrakciónak számít, mivel akik látták a filmet, valószínűleg egyszer szeretnének elmenni egy ilyen helyre és megnézni a show-t, így jó előre meg kell venni a jegyet és asztalt foglalni, ha valaki elmenne egy ilyen vacsoraestre.

Egy kis érdekesség, hogy néhány évvel ezelőtt a Moulin Rouge kánkántáncosai Guinness-rekordot állítottak fel: 30 másodperc alatt 720 alkalommal lendítették lábukat a magasba, közben 62 spárgát tudtak bemutatni, ami nem kis teljesítmény (Williams, 2024).

4. EMILY PÁRIZSBAN SOROZAT

Az Emily Párizsban sorozat egy amerikai romantikus komédia, amelyet a Netflix mutatott be. Főszerepben Lily Collins, amerikai színésznő látható, aki Emily Cooper szerepébe bújik, aki egy feltörekvő marketinges. Emily a felettese helyett elutazik Párizsba, hogy egy ottani cégnél képviselje az amerikai nézőpontot. Eleinte nagyon nehezen illeszkedik be a kulturális és nyelvi különbségek miatt, és a munkatársak is nehézkesen nyitnak csak felé, mert félnek az újdonságoktól és a modern szemszögtől. A szerelmi élete is hullámvölgyekkel tarkított, viszont később megtalálja a saját útját a francia városban. A kitartásának köszönhetően hamar sikeres lesz a munkában, melyre egyre többen fel is figyelnek. Sorra jönnek a jobbnál jobb lehetőségek, melyeket meg kell fontolnia.



11. ábra: Emily Párizsban sorozat plakátja

Forrás: https://www.mafab.hu/movies/emily-in-paris-341883.html#google_vignette, 2020

A sorozat első évada 2020-ban debütált. Pont ebben az időszakban volt a COVID-19 világjárvány, ami természetesen megnehezítette a forgatásokat. A stáb gond nélkül vette az akadályokat és folytatták a forgatást. Természetesen odafigyelve arra, hogy senki se betegedhessen meg. A 2. évad 2021 decemberében, míg a 3. évad 2022 decemberében jelent meg. Annyira sikeres a sorozat, hogy már elkészült a 4. évad, ami 2024 augusztusában és

szeptemberében már kikerült a nagyvilág elé. Szeptember 16-án bejelentették, hogy folytatást kap, így hamarosan készül majd az 5. évad is. A 4. évadban Emily nemcsak Párizsban tartózkodott, hanem Rómában is járt, így nem kizárható, hogy a következő évad is így lesz. Egy évad mindig 10 részből áll, és egy rész körülbelül 30 perc. Ez pont tökéletes, hiszen a történetek így egymás után jönnek, nem unalmas a sztori, és nem is nagyon rövid. Jól megvan szerkesztve a felépítése, és ha vége van egy évadnak, az emberek kíváncsian várják a következőt. Amíg készülnek az új részek, addig a sorozat kedvelői újra nézik a sorozatot vagy elolvassák könyvben. Ennek köszönhetően ki lehet kerülni a sorozat hiányát.

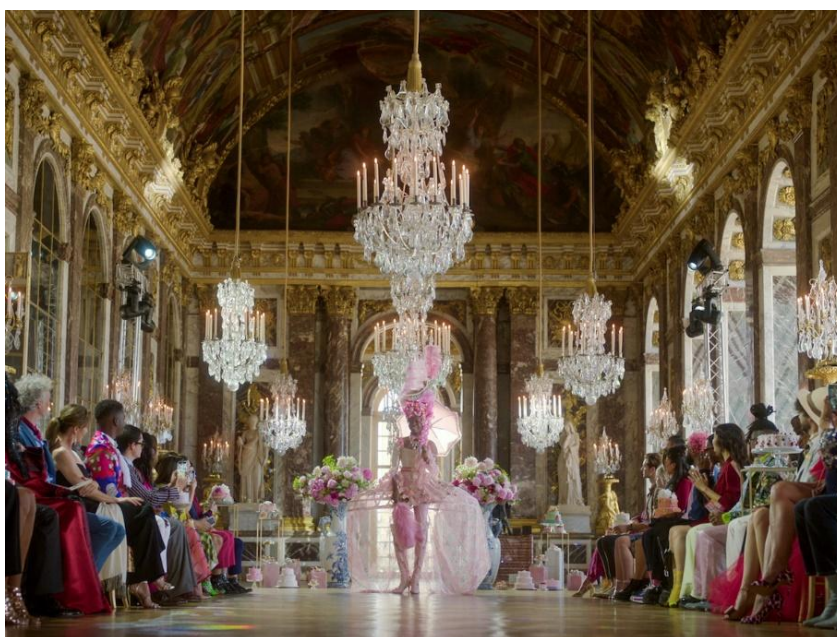
A produkcióban amerikai, brit, francia színészek és színésznők kapnak szerepeket. Ez is azt mutatja, hogy az amerikai, angol és francia filmgyártás néha összekapcsolódik. Továbbá, ha a sorozat Párizsban játszódik, akkor már érdemes szerepet adni a francia kollégáknak is, így elérve a francia nézőközönséget. Például Lucas Bravo, aki Gabriel szerepében látható, francia színész, de Camille Razat is francia, ő Camille bőrébe bújik. Meg kell még említeni Ashley Park amerikai színésznőt, aki Mindy-t játssza. Ő nem csak tehetséges színész, hanem énekesnőként is helyt tud állni. A sorozatban is többször feltűnik, hogy milyen csodás énekhangja van, így egy zenekar tagja lesz a történetben. Emellett a *Mon Soleil* című dalt ő énekli a sorozatban, ami egy eredeti dal és kifejezetten a színésznő és a párja számára íródott (Konecky, 2022).

A sorozatot Párizsban forgatták, így teljesen felvették és át tudják adni a nézőknek a francia romantikus hangulatot. Forgattak többek között a Place De L'Estrapade téren, hiszen ott van Emily lakása és Gabriel étterme. A bátrabb turisták képesek órákon keresztül várni, hogy bejuthassanak a lépcsőházba, aminek a legtöbb helyi lakos egyáltalán nem örül, és legtöbbször kizavarják az épületből a hivatlan látogatókat. Ez érthető, hiszen az ott élők nyugalma nem szabadna megzavarni, és amennyi turista napi szinten odalátogat az tényleg elviselhetetlen. A következő helyszín a Place De Valois, ahol a Savoir marketingügynökség kap helyet a sorozatban. A sorozatban megjelennek még Párizs fő nevezetességei is. Többek között az Eiffel-torony, a Diadalív, a Louvre, a Versailles-kastély, a Palais-Royal, az Opéra Garnier és a Pantheon. Egy epizódot Indre-et-Loire-ban forgattak, és pár jelenetet pedig Chicagóban vettek fel.



12. ábra: Állófogadás, háttérben az Eiffel-toronnyal

Forrás: <https://www.glamour.com/story/emily-in-paris-details>, 2020



13. ábra: Divatbemutató a Versailles-i kastélyban

Forrás: <https://www.netflix.com/tudum/articles/prance-around-paris-like-emily-with-this-season-2-location-guide>, 2021

A sorozatban nemcsak a romantika és a munka kap hangsúlyt, hanem a kultúra is. Emily amikor Párizsba érkezik, szeretné megmutatni az amerikai ismerőseinek, hogy milyen helyen fog élni, dolgozni. Ezért elindított egy Instagram oldalt, ahol mindenről beszámol. Rendszerint felteszi, hogy milyen francia ételt próbált ki, milyen nevezetességet látott

vagy épp milyen ruhát vesz fel. Kipróbálja a híres csokoládés croissant-ot is, ami elmondása szerint is nagyon finom. A kis videók és posztok következtében nagy követőtábora lett, és több eseményre is meghívták, mint influenzazert. Emily többször jár divatbemutatókra és kiállításokra is egyaránt. A L'Atelier Des Lumières-ben is járt egy kiállításon, ahol a látogató teljesen úgy érzi, mintha ő is a festmény részese lenne. Itt megjelenik a művészet a sorozatban, így Párizs kulturális értékeit is átadják a nézőnek. Ezen a kiállításon Van Gogh festmények szerepelnek, ezzel kiemelve, hogy Párizs egyik nagy művészeről van szó. Emily még egy balettelőadásra is elmegy, így megjelenik a kultúra ezen ágazata is. Továbbá a Versailles-i kastélyban rendeztek egy divatbemutatót, ahol az egyik leglátványosabb terem adott otthont a forgatásnak.

Fontos megemlíteni még a divatot. Emily igyekszik beilleszkedni a francia emberek közé, így egyre jobban hasonlít az öltözködése a francia stílusra. Többször visel svájci sapkát és halászkalapot is, és mindig van nála egy kistáska. Az amerikai stílustól eltérően igyekszik nagyon színesen öltözködni, és sokszor extra ruhákat is felvesz. Például a csíkosat a kockással párosítja. Egy másik embernek ez furcsa, de Emilynek ez a stílusa, így tudja kifejezni magát, hogy ő valóban kicsoda.

Emily legjobb barátnője, Mindy által a francia zenébe is bepillantást nyerünk. Mindy kezdetben egyedül énekel már csak hobbiból, majd pedig lesz egy zenekara is. Egyre több fellépésük lesz, és már szórakozóhelyekre is kapnak meghívást. Leginkább mai modern pop zenéket játszanak, de még a jazz is megjelenik. Általában romantikus dalokat játszanak, akár angolul, akár franciául, vagy épp vegyesen is. Az egyik ilyen dal nagyon híres lett a valóságban is. Ez a Mon Soleil címet viseli.

Az építészet is megjelenik a sorozatban, mivel forgattak divatbemutatót a versailles-i kastélyban, de egy vacsoraestet is tartottak az Eiffel-torony tetején. Egyes jeleneteknél a háttérben megjelenik a Diadalív, a Pantheon és a Louvre is.

A sorozat annyira felkapott lett a nézők között, hogy rengeteg ember csak a sorozat miatt akar elutazni Párizsba a forgatási helyszínekre. A sorozat nézettsége is arról tanúskodik, hogy sokan szeretik világszerte, annak ellenére, hogy vannak, akik csak egy amerikai drámának tartják és a Szex és New York című sorozat utánzatának tartják. A legtöbb ember viszont pozitívan fogadta és izgatottan várja az újabb részeket. A sorozat kicsit rózsaszín ködben játszódik, de néha szükség van ilyenekre. Kikapcsolja az embereket, illetve a sorozat a mindennapi életet mutatja be, ami következtében jobban tud az ember azonosulni a főszereplő karakterével. A nézettségi adatok is a népszerűségéről tanúskodnak.

1. táblázat: Az Emily Párizsban című sorozat nézettségi adatainak százalékos növekedése az 1. és 2. évadnál

Ország	Évad	A nézettség aránya 7D (%)	Egyedi nézőszám 7D	Megtekintett órák száma 7D	A nézettség aránya 28D (%)	Egyedi nézőszám 28D	Megtekintett órák száma 28D
USA	1	5,70%	7,13	19,58	8,61%	14,31	42,71
Franciaország	1	10,68%	1,78	4,9	17,40%	3,79	11,6
Lengyelország	1	11,36%	0,46	1,35	18,54%	0,97	3,13
USA	2	6,33%	9,07	29,53	7,83%	14,93	54,55
Franciaország	2	9,59%	2,11	6,96	12,13%	3,38	12,67
Lengyelország	2	11,66%	0,6	2,11	14,77%	0,95	3,77

Forrás: <https://medium.com/@plumresearch/emily-in-paris-a-quick-data-review-before-the-new-season-release-69e69ab9801e> forrás alapján saját szerkesztés, 2024

Az egyes országokban az első és második évad nézettségi mutatóit vizsgálva számos fontos következtetés vonható le. Az Egyesült Államokban az első évadban a 7 napos nézettség aránya 5,70% volt, amely a második évadra enyhén emelkedett, elérve a 6,33%-ot. Ugyanakkor a 28 napos nézettség arányában csökkenés figyelhető meg, amely 8,61%-ról 7,83%-ra mérséklődött. Az egyedi nézőszám 7 nap alatt jelentős növekedést mutatott (7,13 milliőről 9,07 millióra), ami sokkal több megtekintett órát is jelentett (19,58 milliőről 29,53 millió órára). Hasonló a helyzet a 28 napos nézettségi adatokban is, ahol az egyedi nézőszám nőtt (14,31 milliőről 14,93 millióra), valamint a megtekintett órák száma is emelkedett (42,71 milliőről 54,55 millióra).

Franciaországban az első évad 7 napos nézettsége 10,68% volt, amely a második évadra 9,59%-ra csökkent. A 28 napos nézettség aránya szintén mérséklődött, 17,40%-ról 12,13%-ra. Az egyedi nézőszám az első évad 7 napos időtávján 1,78 millió volt, amely a második évadra 2,11 millióra emelkedett, míg a megtekintett órák száma 4,9 milliőről 6,96 millióra nőtt. A 28 napos periódusban az egyedi nézőszám 3,79 milliőről 3,38 millióra csökkent, míg a megtekintett órák száma 11,6 milliőről 12,67 millióra növekedett.

Lengyelországban az első évadban a 7 napos nézettség aránya 11,36% volt, amely a második évadra enyhe növekedést mutatott, 11,66%-ra. A 28 napos nézettség viszont csökkent, 18,54%-ról 14,77%-ra. Az egyedi nézőszám 7 nap alatt az első évadban 460 ezer volt, amely a második évadra 600 ezerre emelkedett. A megtekintett órák száma az első évadban

1,35 millió volt, ami a második évadra 2,11 millióra növekedett. A 28 napos időszakban az egyedi nézőszám 970 ezerről 950 ezerre csökkent, míg a megtekintett órák száma 3,13 millióról 3,77 millióra nőtt.

Összességében az adatok alapján megállapítható, hogy az egyes országok között jelentős különbségek vannak mind a nézettség arányaiban, mind az egyedi nézőszámokban és a megtekintett órák számában. Az Egyesült Államokban erőteljesebb növekedés figyelhető meg a második évadra, míg Franciaországban és Lengyelországban különféle tendenciák láthatóak, különösen a hosszabb távú (28 napos) nézettségi mutatók tekintetében.

Az Emily Párizsban sorozat 4. évadja az 1. helyen állt a Netflix Global Top 10-ben, amikor 2024 augusztusában bemutatták. Az első négy napban 19,9 millióan nézték meg, és 93 országban jutott be a Top 10-be, és azóta négy egymást követő hétig szerepelt a listán (Bentley, 2024). Ez azt mutatja, hogy sokan nézik világszerte. Magyarországon szintén nagy sikere van a sorozatnak, mert a boltokban kapható termékek is hamar elfogynak.

4.1. TURISZTIKAI KERESLET ÉS KÍNÁLAT

A sorozat nagy hatással volt a turistákra, aminek következtében még többen utaztak a francia fővárosba. A sok turista bevételi szempontból jó a városnak, de Párizs már nem bírja el a sok látogatót. Mindenhol hosszú sorok vannak az attrakcióknál. Továbbá akik a sorozat miatt mennek, azok meglátogatják a filmforgatási helyszíneket, köztük Emily lakásához is elmennek. Rengeteg rajongó látogat el a házhoz, hogy szelfizzenek előtte, a bátrabbak képesek órákon keresztül várni, hogy bejuthassanak a lépcsőházba, aminek a legtöbb helyi lakos egyáltalán nem örül, és legtöbbször kizavarják az épületből a hivatlan látogatókat (Gáll, 2023).

Gabriel étterme a sorozat hatására fellendült, és szinte mindig teltházas. A sorozatban az éttermet „Les Deux Compères”-nek hívják, de valójában a Terra Nera nevet viseli, és ez egy bájos olasz étterem. A sorozat készítői forgatási helyszíneket keresve találtak rá az étteremre, amelyre később esett a választás. A mellette lévő pékség szintén nagyon keresett lett. „A nagy érdeklődésről a L’Hôtellerie - Restauration című szaklapnak is mesélt a Terra Nera két tulajdonosa, Johann Bananes és Valerio Abate. A forgatás alatt a készítők fizettek bérleti díjat, az alkalmazottak bérét, de egy 20 százalékos bónuszt is kaptak, így fedezni tudták a korábbi költségeket a tulajdonosok, és folyamatosan jött be a megszokott bevétel is” (Gonda, 2020) Az étterem a mai napig sikeres. „A sorozat rajongóinak is akarnak ked-

vezni, így kialakítottak egy 39 eurós Emily-menüt, amely 100%-ban olasz. Az aperitif stílusosan egy Americano koktél, amely Campariból, édes vermutból és szódából készül. Az előétel pugliai burrata szicíliai paradicsommal, a főétel a főszereplőnek dedikált “Tagliata di manzo Emily”, vagyis bélszínszeletek rukkolával, parmezánforgáccsal és modenai balzsamecetes öntettel, ezzel is utalva a jelenetre, amelyben Emily visszaküldi a franciásan véresre sült steaket. A desszert tiramisú, valódi nápolyi Borbone kávéval kísérvé” (Gonda, 2020).



14. ábra: Sorozatrajongók kipróbálják az Emily Menüt a Terra Nera étteremben

Forrás: <https://magyarkonyhaonline.hu/cikkek/zarandokhely-lett-a-sorozatbeli-etterembol>, 2020

A divatra szintén nagy hatással van a sorozat, mivel a szereplők szívesen részt vesznek divatheteken, bemutatókon, ahol a sorozatot képviselik, miközben a legújabb divat szerinti öltözetben jelennek meg.

Az Emily Párizsban című sorozat alapján pár vezetett séta is van, amit szívesen választanak a sorozatrajongók. Ezek közül emelnék ki egyet. Van egy olyan túra, ami a legismertebb sorozatbeli helyszínekre visz el. A túravezető egy francia férfi, akinek 10 éves idegenvezetői tapasztalata van. A túra 30 euró lenne egy embernek (Fabien, 2023).



RATED
★ 4,98
(602)

Emily in Paris Tour
EXPLORE THE FILMING LOCATIONS
Like Emily take the most beautiful selfie and know more about the City of Lights

Tour Include
Emily's Apartement
Gabriel's Restaurant
Emily's Bakery
Emily & Mindy Café
Panthéon
Jardin du Luxembourg
St Germain des Prés
Pont des Arts / Lover Bridge
Louvre
Savoir office

Duration
2H30
Walking Tour

Price
30€
/Person

Pick-up Point
Place de la Contrescarpe
75005 Paris

Contact
www.emilyinparistour.fr @emilyinparistourfab

15. ábra: Emily Párizsban tematikájú vezetett túra

Forrás: <https://www.emilyinparistour.fr/>, 2024

4.2. A SOROZAT FORGATÁSA ÉS PROMOTÁLÁSA

A COVID-19 járvány komoly hatással volt az Emily Párizsban sorozatra, főleg a második évad forgatására, amit 2021-ben kezdtek el. Ekkor még sok helyen szigorú járványügyi szabályok voltak érvényben, amik befolyásolták a filmipart is. A forgatás csak szigorú egészségügyi intézkedések mellett zajlott, hogy megőrizték a stáb és a színészek biztonságát, és csökkentsék a fertőzés kockázatát.

A forgatási szünetek alatt mindenki maszkot kellett, hogy viseljen, beleértve a színészeket és a technikai csapatot is. Emellett rendszeresen COVID-19 teszteket végeztek, hogy időben kiszűrhessek a fertőzötteket, és megakadályozzák a vírus terjedését a forgatási helyszíneken. Ezek az intézkedések logisztikai nehézségeket okoztak, mert a tesztelést és a higiéniai szabályok betartását sok extra erőforrás kellett, hogy támogassa.

A stáb és a színészek jól együttműködtek a szabályok betartásában. Ennek köszönhetően a forgatás nem állt le, ami nagy eredmény volt egy ilyen nehéz időszakban. A produkció készítői különösen figyeltek arra, hogy a munkakörülmények biztonságosak legyenek, de a kreatív folyamatok ne szenvedjenek hátrányt.

Összességében a világjárvány kihívásokat hozott a sorozat készítőire, de azt is megmutatta, hogy megfelelő szervezéssel és együttműködéssel még nehéz időkben is lehet jó minőségű produkciókat készíteni.

A sorozatról nagyon sok promotáló terméket készítettek, melyek többsége hazánkban is kapható. A Sinsay forgalmazott több terméket, melyen a sorozat logója vagy épp még Emily is megjelenik. Többek között lehet vásárolni vászontáskát, pizsamát, pólót, papucsot és minden szépségápoláshoz szükséges kiegészítőt. Ezek azért jók, mert nem olyan drágák, így bárki megengedheti magának.



16. ábra: Emily in Paris vászontáska a Sinsay üzletéből

Forrás: Saját kép, 2024

A másik nagy cég, akik beépítették a sorozatot a saját termékeikbe, az nem más, mint a Lancome. Ez a szépségápolási márka készített egy, a sorozattal kapcsolatos termékcsaládot. 2021. december 7-én jelent meg hivatalosan a készlet. Ashley Park, aki Mindy-t alakítja a Netflix sorozatban, december 6-án Instagram Live-ot készített a márka oldalán. Sok infor-

mációt megosztott a termékről, és hasznos tippet is megosztott. Ez marketing szempontból is jó döntés volt, hiszen a színésznőt és a kozmetikai céget is sokan követik, így a legkönnyebben az interneten lehet elérni a vásárlókat. Az is pozitív hatást nyújt, hogy Ashley Park ki is próbálta előben ezeket a termékeket, így már azt is megtudhatjuk, hogy hogyan áll az embereken a smink.



17. ábra: Lancôme x Emily in Paris

Forrás: <https://www.averysweetblog.com/2021/12/lancome-x-emily-in-paris-makeup.html>, 2024

A Pantene kozmetikai cég is becsatlakozott a sorba, így őket is meg kell említeni. Már itthon szintén lehet találkozni a sorozattal kapcsolatos termékekkel. A termékcsalád tartalmaz sampont, balzsamot, hajpakolást és hajolajat. Ezeket a termékek egy teljes ápolást tud nyújtani a hajnak, és végeredményül pedig olyan ragyogó lehet a hajunk, mint Emilynek a sorozatban. Jó, hogy a sorozat és a kozmetikai cég együttműködik, hiszen így egyre több nézőt vonzhat a sorozatnak, továbbá többen választhatják a Pantene termékeit. Párhuzamosan segíthetik egymást.



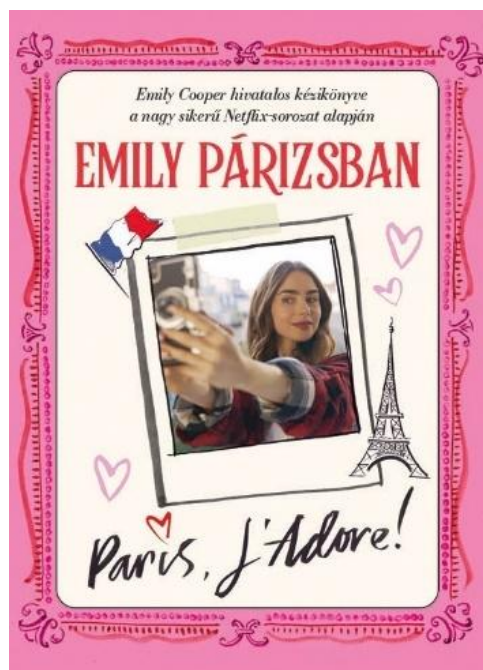
18. ábra: Pantene x Emily in Paris

Forrás: <https://www.supersavvyme.co.uk/brands/pantene/shampoo/pantene-x-emily-in-paris-limited-edition-repair-protect-miracle-serum-shampoo>, 2024

A következő cég, ami a sorozathoz kapcsolódik, az Essence, amely jól ismert kozmetikai márka, és többféle termékkel lépett piacra a sorozat ihletésére. A termékeik között szerepelnek rúzsok, ajakbalzsamok, szájfények, szemhéjpúderek, púdrecsetek, szemmaszkok, pirosítók, szempillaspirálok és szemceruzák. Az Essence fontosnak tartotta, hogy ezek a termékek a sorozat stílusát és hangulatát tükrözzék. Az árnyalatok és a dizájn elemek a sorozat által megjelenített párizsi eleganciát és modern romantikát idézik. Minden termék célja, hogy a felhasználók úgy érezzék magukat, mint Emily a mindennapjai során. A színek gondos kiválasztásával és a sorozat vonásainak figyelembevételével az Essence nemcsak a sminkkedvelőket célozta meg, hanem a sorozat rajongóit is, lehetővé téve számukra, hogy egy kis darabot elvihetnek a sorozat által bemutatott különleges világból. Ez a megközelítés növelte a termékek népszerűségét és erősítette a kapcsolatot a sorozat és a rajongók között (Essence, 2024).

A Lidl is bekapcsolódott a sorozattal kapcsolatos termékek értékesítésébe. A francia Lidl-ben kapható Emily Párizsban kulacs, puzzle, gyertya, pizsama, papucs, macaron ízű fagylalt, Prosecco pohárban kapható fagylalt, mini Eclair fánkok, citrom és piros gyümölcsös torták, crème brûlée, macaron, kalács, trüffel csokigolyók, táblacsokoládék, aprósütemények és még sok más. Magyarországon is kapható volt a legtöbb termék az Emily hét keretein belül.

A sorozat az irodalmat is meghódította, mivel egyre több könyv jelenik meg, ami a sorozat alapján készült. Ezenkívül egy nagy kézikönyv íródott, ahol Emily tanácsai olvashatók. Ezek a könyvek magyarul is megjelentek. A külföldi országokban lehet találni még szakácskönyveket, naptárt és koktélskönyvet. A könyvek nagyon hasznosak, mert jobban lehet fejleszteni a szókincset, így én teljesen könyvpárti vagyok. Sok ember van még így, hogy ha valamilyen sorozat megtetszik, akkor azt könyvben is el kell olvasni, hiszen általában a könyvekben sokkal több minden olvasható. Ez azért van, mert nem lehet szó szerint megfilmesíteni valamit. Vannak kevésbé izgalmas részek, amik csak a könyvekben vannak, de így tesz ki egy egészet.



19. ábra: Emily Párizsban naplószerű kézikönyv

Forrás: <https://www.lira.hu/hu/konyv/szepirodalom/romantikus-irodalom/emily-parizsban>,
2024

5. PRIMER KUTATÁS

5.1. KÉRDŐÍVES LEKÉRDEZÉS

A primer kutatás során készített kérdőív célja az volt, hogy megmutassa mennyire népszerű a sorozat, és feltárja az igényt a különböző utazási csomagok és tematikus túrák iránt.

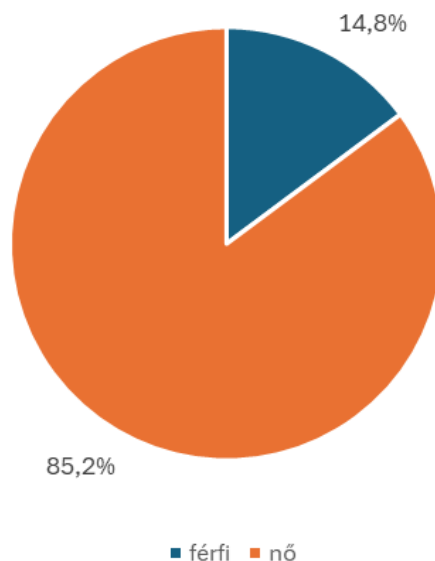
A kérdőív 2024. szeptember 15. és november 1. között volt elérhető. Ez idő alatt 135 ember töltötte ki. A kérdések között megtalálható volt demográfiai kérdés, az Emily Párizsban sorozattal kapcsolatos, és utazási igénnyel kapcsolatos kérdések is. A kérdőív a Google Űrlapok felületen készült, így csak elektronikus formában volt elérhető a kitöltők számára. A kérdések között volt eldöntendő, 10 pontos Likert skálás, de szabadon megválaszolható részek is. Ennek következtében a kitöltők saját válaszait is megismerhettük. Az emberek nagyon segítőkészek voltak, szívesen vettek részt a kutatásban.

A kutatás nem reprezentatív, mivel mindössze 135 főt sikerült elérni a megadott időszak alatt. Továbbá nem fedi le egész Magyarországot, mivel csak a nyugati régióra szerettem volna fókuszálni.

A kérdőív során Nyugat-Magyarországon élő emberekre fókuszáltam, de Budapesten élők is kitöltötték. Az űrlapot többféle filmes Facebook csoportba is kivettem, így elmondható, hogy ténylegesen a célcsoport az Emily Párizsban sorozat rajongói vagy szimplán sorozatnézők.

A kitöltőknek összesen 34 kérdésre kellett válaszolniuk (1. melléklet). A beérkezett válaszok alapján pedig a következő eredmények születtek.

Elsőként a demográfiai adatok elemzésére kerül sor. Megkérdezésre került a kitöltő neme, életkora, családi állapota, iskolai végzettsége, lakhelye és az egy főre jutó nettó jövedelmi helyzete.



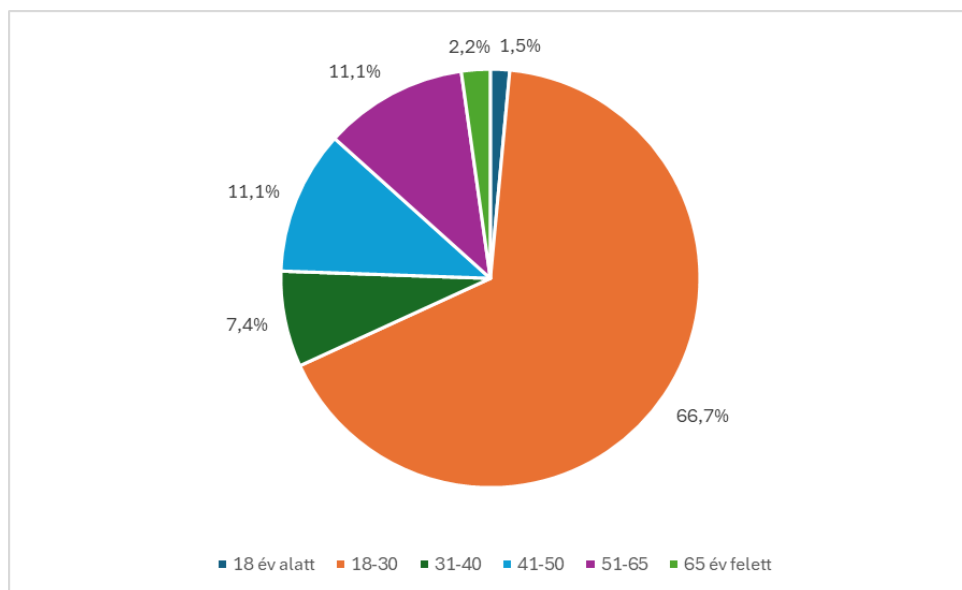
20. ábra: A nemek megoszlása a válaszadók körében

Forrás: Saját kutatás, 2024

A 20. ábra megmutatja a kérdőív kitöltőinek nemi arányát. A 135 kitöltő közül a nők 85,2%-ot képviselnek, míg a férfiak csak 14,8%-ot. Ez az adat tisztán mutatja, hogy a nők sokkal többen töltötték ki a kérdőívet, mint a férfiak, amely különböző társadalmi és kulturális okokkal magyarázható.

Az, hogy a nők nagyobb arányban vannak jelen a kitöltők között, arra utalhat, hogy ők hajlamosabban töltenek ki kérdőíveket, mint a férfiak. Ezen kívül a válaszadók érdeklődése is hozzájárulhat a női részvételhez, mivel a nők általában inkább érdeklődnek a filmek és sorozatok iránt, különösen a romantikus és drámai műfajokban, mint például az *Emily Párizsban*, ami közöttük népszerű lehet.

A statisztikai eloszlás és a nemek közötti eltérés jelzi, hogy a női nézők gyakran aktívan részt vesznek a médiához kapcsolódó kutatásokban. Mivel a nők a filmek és sorozatok vonzereje miatt valószínűleg elkötelezettebbek, a magasabb női részvétel nemcsak a kérdőívekben, hanem a tartalomfogyasztásban is látható.

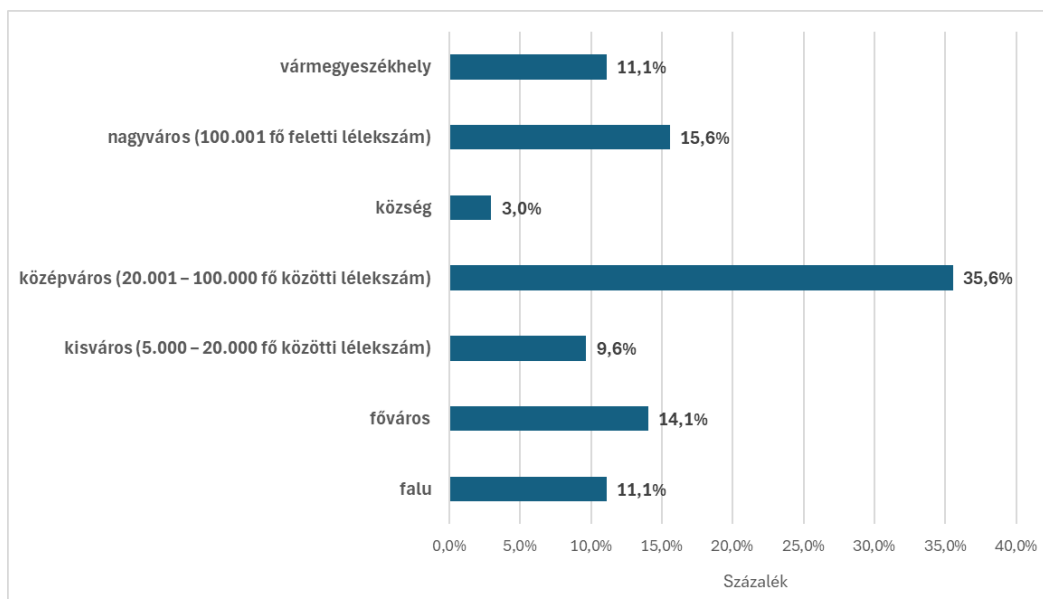


21. ábra: Az életkor eloszlása a válaszadók körében

Forrás: Saját kutatás, 2024

A megkérdezett emberek körében az életkor is fontos szerepet játszik. A legtöbb kitöltő a 18-30-as korosztályba tartozik. Ez az összes kitöltő 66,7%-át teszi ki. Ezt követően a 41-50-es és az 51-65-ös korosztály következik 11,1%-kal. A 31-40-es intervallumba 7,4% tartozik. 65 év felett pedig a kitöltők 2,2%-a sorolható, 18 év alatt pedig a válaszadók 1,5%-a. Következtetésként leszűrhető, hogy a fiatal korosztály a megkereshető a kérdőívek szempontjából.

A válaszadók 40,0%-a gimnáziumi érettségivel rendelkezik. 39,3% már főiskolai vagy egyetemi végzettséggel rendelkezik. A következő a szakközépiskola, szakiskola és szakgimnázium, amit a válaszadók 17,0%-a választott. 2,2% csak általános iskola 8 osztályt végzett, míg 1,5%-a doktori végzettséggel rendelkezik.

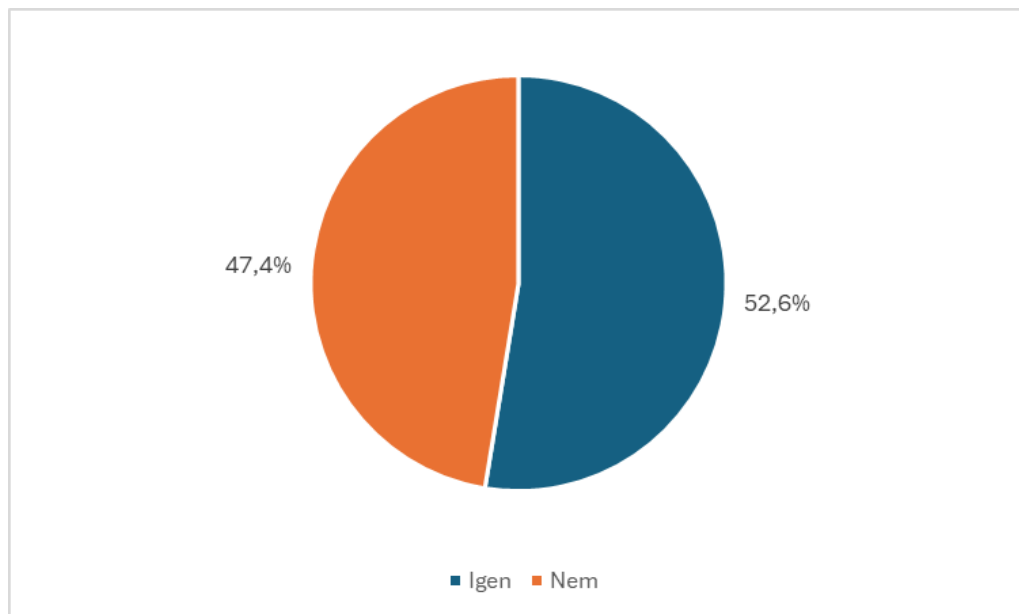


22. ábra: A lakóhelyek megoszlása a válaszadók körében

Forrás: Saját kutatás, 2024

A lakóhelyek megoszlása jól mutatja, hogy leginkább középvárosban élő emberek töltötték ki a kérdőívet. Ez a teljes létszám 35,6%-át teszi ki. Ezt követte a nagyváros 15,6%-kal. A fővárosból 14,1% töltötte ki, míg vármegyeszékhelyből és faluról 11,1%. Kisvárosból 9,6%-a a kitöltőknek. A legkevesebb kitöltés pedig községből érkezett 3,0%-os aránnyal.

A demográfiai adatok után már Párizs és az Emily Párizsban sorozattal kapcsolatban voltak kérdések.



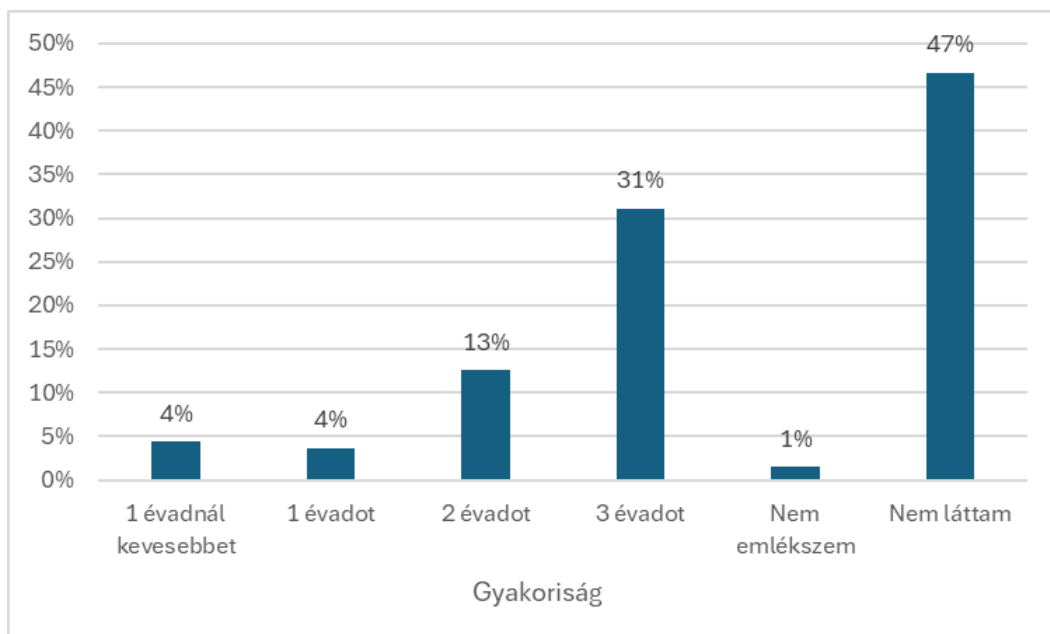
24. ábra: Az Emily Párizsban sorozat nézettségi megoszlása a válaszadók körében

Forrás: Saját kutatás, 2024

A kérdőív következő kérdése arról szólt, hogy hányan látták az Emily Párizsban című sorozatot. Az eredményekből kiderül, hogy a válaszadók 52,6%-a már nézte a sorozatot, míg 47,4%-uk még nem ismerte azt. Ez az arány azt mutatja, hogy a sorozattal már sokan találkoztak. Ugyanakkor látható, hogy van még lehetőség arra, hogy több nézőt elérjen, hiszen közel felem nem nézte még a sorozatot.

Ezek az adatok azt is jelzik, hogy a sorozat népszerűsége növekszik, de további erőfeszítésekre van szükség, hogy szélesebb közönséget érjen el. Ez lehet például marketing-kampányok, közösségi média aktivitások vagy külön promóciók révén. Érdeemes lehet olyan megoldásokat keresni, amelyek azokat célozzák, akik eddig nem érdeklődtek a sorozat iránt, például a történet vagy a karakterek vonzóbb elemeit kiemelve.

Összességében a statisztika kedvező képet mutat a sorozatról, de jelzi, hogy további lehetőségek vannak a növekedésre. Így a jövőbeni stratégiákban fontos lehet a meglévő nézők megtartása és az új nézők megszólítása is.

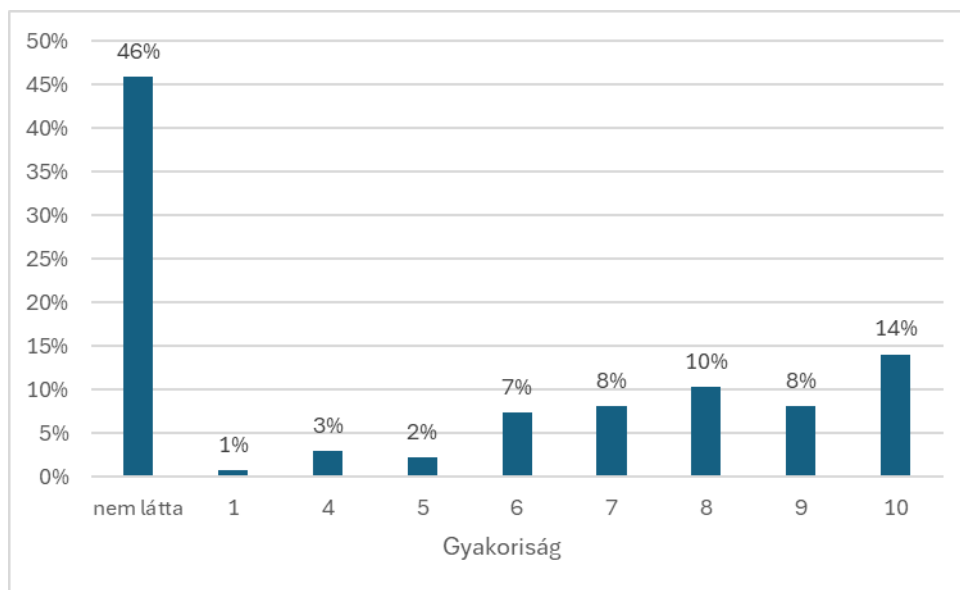


25. ábra: Az Emily Párizsban sorozat megtekintett évadainak aránya a válaszadók körében

Forrás: Saját kutatás, 2024

A 25. ábrán lehet látni az Emily Párizsban című sorozat évadainak nézési arányait a válaszadók körében. Az eredmények azt mutatják, hogy a válaszadók 46,7%-a nem nézte a sorozatot. Akik viszont nézték, azok közül 31,1% az összes évadot végignézte, ez a legmagasabb arány a sorozatot nézők között. A válaszadók 12,6%-a két évadot nézett meg, míg az első évadra csak 3,7%-uk koncentrált. Továbbá, 4,4% kevesebb, mint egy teljes évadot nézett, azaz 10 epizódnál kevesebbet. Érdeemes megemlíteni, hogy a válaszadók 1,5%-a nem emlékszik pontosan, mennyit nézett a sorozatból.

Az adatokból arra lehet következtetni, hogy akik elkezdték nézni a sorozatot, azok nagy valószínűséggel folytatták is. Sok néző az összes évadot végignézte, ami azt jelzi, hogy a sorozat meg tudja tartani a nézőit, és erős közönséget alakított ki.



26. ábra: Az Emily Párizsban sorozat értékelése 1-10-es skálán a válaszadók körében

Forrás: Saját kutatás, 2024

A sorozat értékelésére is készült egy kérdés, ahol a válaszadók 1-10-es skálán értékelték a produkciót. 45,9%-a nem látta a sorozatot, viszont ezután a legtöbb értékelés a maximum pontot érte el, így 14,1% adott 10 pontot. 10,4%-a a kitöltőknek 8 pontot adott, 8,1%-a 9 pontot és 7 pontot egyaránt. 7,4% 6 pontra értékelte a sorozatot, 3,0% 4 pontra, 2,2% 5 pontra és 0,7% 1 pontra. A válaszadók körében senki nem adott 2 és 3 pontot a produkcióra. Az értékelésből levonható, hogy a nézők tetszését nagyrészt elnyerte a sorozat.

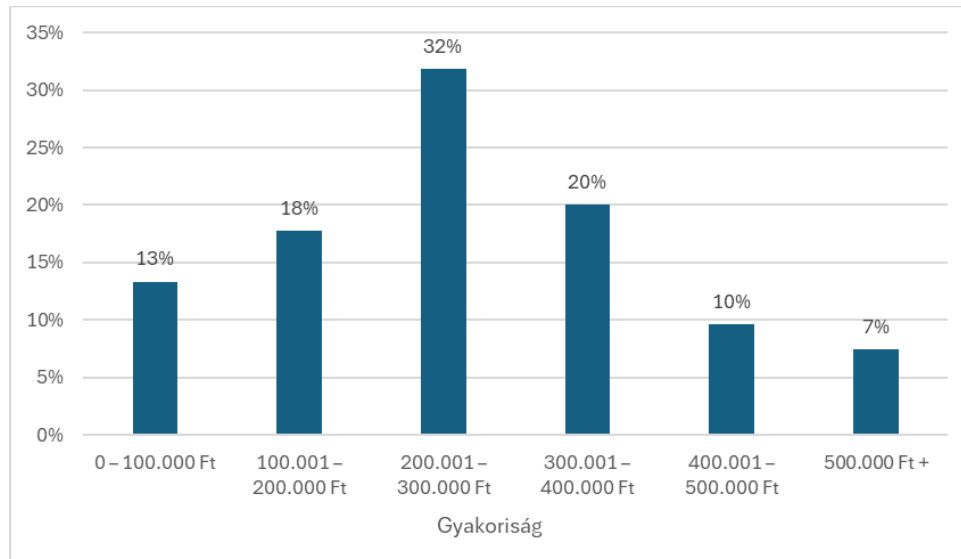
A kitöltők arra is választ adtak, hogy a sorozat miatt elutaznának-e Párizsba. A kitöltők 63,0%-a nem utazna el csak a sorozat miatt. Az igen és talán válaszokra külön-külön az emberek 18,5%-a reagált. Ebből következtethető, hogy az emberek szeretnek elutazni filmes helyszínekre, de a sorozat még nem nyerte meg annyira őket, hogy meglegyen a motiváció az utazáshoz.

A következő vizsgált kérdés a válaszadók hajlandósága a forgatási helyszínek felkeresése érdekében. 91,9%-a nem volt egyik forgatási helyszínen sem, míg 8,1%-a már volt. Ez azt mutatja, hogy a sorozat iránti filmturizmus még kialakulóban van.

A kitöltők 56,3%-a nem venne igénybe komplett utazási csomagot, de 43,7%-a igen. Ebből arra következtethetünk, hogy a sorozat helyszínein kívül a válaszadók szeretnék más helyszíneket felfedezni, és más nevezetességeket megnézni.

A válaszadók körében kiderült, hogy mennyit költenének Párizsban. Ideértve a szállás, a repülőjegy, a tömegközlekedés, a programok és belépőjegyek, az étkezések költségét

is. 28,9% jelölte be a 200.001 – 300.000 Ft-os sávot. 20,7% a 300.001 – 400.000 Ft-os sávot, 18,5% a 100.001 – 200.000 Ft-os sávot, 12,6% a 400.001 – 500.000 Ft-os sávot. Emellett 10,4% a 0 – 100.000 Ft-os sávot jelölte, és 8,9% hajlandó kifizetni több mint 500.000 Ft-ot.



27. ábra: A válaszadók költségi hajlandósága az utazási csomagért

Forrás: Saját kutatás, 2024

A megkérdezettek arra is választ adtak, hogy mekkora a hajlandóságuk egy komplett utazási csomag igénybevételére, ami a sorozattal kapcsolatos. A csomag tartalmaz minden szükséges szolgáltatást. Így például 5 nap / 4 éjszakára benne lenne az árban a repülőjegy, illeték, adó, kézi 8 kg poggyász és feladható 10 kg csomag, reptéri transzfer, szállás 3 csillagos szállodában, kétágyas elhelyezés, reggeli és magyar nyelvű idegenvezetés egyaránt. 31,9% jelölte be a 200.001 – 300.000 Ft-os sávot. 20,0% a 300.001 – 400.000 Ft-os sávot, 17,8% a 100.001 – 200.000 Ft-os sávot, 13,3% a 0 – 100.000 Ft-os sávot. Emellett 9,6% a 400.001 – 500.000 Ft-os sávot jelölte, és 7,4% hajlandó kifizetni több mint 500.000 Ft-ot.

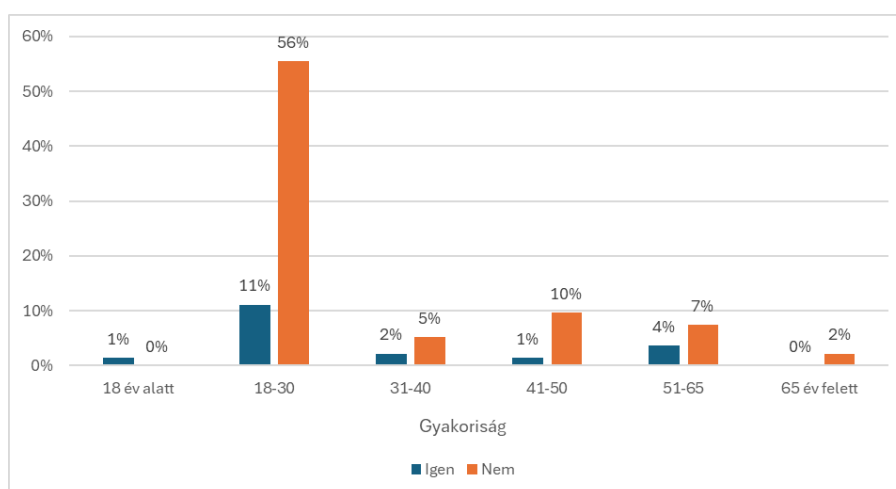
A kérdőív alapján a válaszadók részvételi hajlandósága is elemzésre került egy vezetett tematikus túrán. Az eredmények azt mutatják, hogy a válaszadók 51,9%-a nem szeretne részt venni ilyen túrán, míg 48,1%-uk érdeklődést mutat. Ez azt jelenti, hogy a válaszadók többsége nem nagyon érdeklődött a tematikus túra iránt, azonban egy jelentős rész, 48,1%, mégis szeretne részt venni ezen. Bár a részvételi arány nem magas, jelez valamilyen piaci keresletet a tematikus túrák iránt, amit érdemes lenne kihasználni. A kisebb érdeklődői réteg ellenére a 48,1%-os arány elegendő lehet ahhoz, hogy a túrák szervezése és népszerűsítése gazdaságilag nyereséges legyen, főleg, ha figyelembe vesszük a résztvevők érdeklődését és

preferenciáit. Ez a statisztika arra utal, hogy van lehetőség tematikus túrák szervezésére, és ha jól pozícionálják, elérheti azt a 48,1%-os csoportot, amely érdeklődik irántuk. A túrák különleges élményeket nyújthatnak, így a turizmus területén növekedési lehetőségeket jelenthetnek.

A kitöltők körében a preferált évszak is szerepet kapott. A statisztika szerint 64,4%-a az embereknek tavasszal utazna Párizsba, 25,9%-a ősszel, 8,9%-a nyáron és 0,7%-a pedig télen. Ez jól mutatja, hogy sokan úgy gondolkodnak, hogy ne a túl melegben látogassák meg a francia fővárost, hanem inkább az átmeneti időszakok valamelyikében.

A kérdőívben a válaszadók nyilatkoztak arról is, hogy milyen közlekedési eszközöket használnának utazásaikhoz. Az eredmények világosan mutatják, hogy a repülőgép a legkedveltebb, 85,2%-os támogatottsággal. Ez azt jelenti, hogy a repülőgép a leggyakoribb választás, mert gyors és kényelmes, különösen a távoli helyekhez. A vonat a második legnépszerűbb, 11,1%-os aránnyal. Ez jelezheti, hogy sokan szeretik a vonatozás kényelmét, környezetbarát jellegét. Az autóval történő utazást a kitöltők 3,0%-a választotta, ami arra utalhat, hogy ez az opció nem annyira népszerű, talán a hosszabb utazási idő vagy a magasabb költségek miatt. A legkevésbé kedvelt közlekedési eszköz a hajó volt, mindössze 0,7%-kal, ami valószínűleg a korlátozott elérhetőségnek és a hosszabb utazási időnek tudható be. Ezek az adatok azt mutatják, hogy a válaszadók többsége a gyors és kényelmes lehetőségeket részesíti előnyben közlekedési eszközök választásánál.

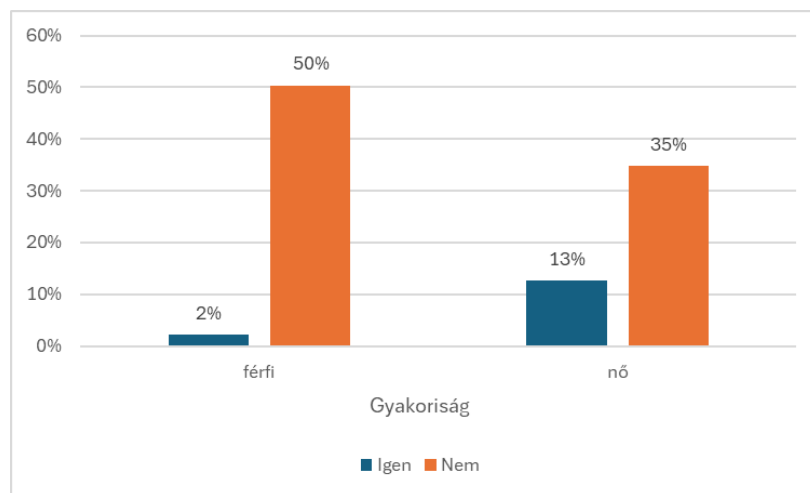
A következőben pár keresztábra is készült, ami a különböző kérdések közti kapcsolatot veszi figyelembe. A cél az, hogy kiderüljön, van-e a kapcsolat köztük.



28. ábra: Az életkor és Párizs látogatása közti kapcsolat a válaszadók körében

Forrás: Saját kutatás, 2024

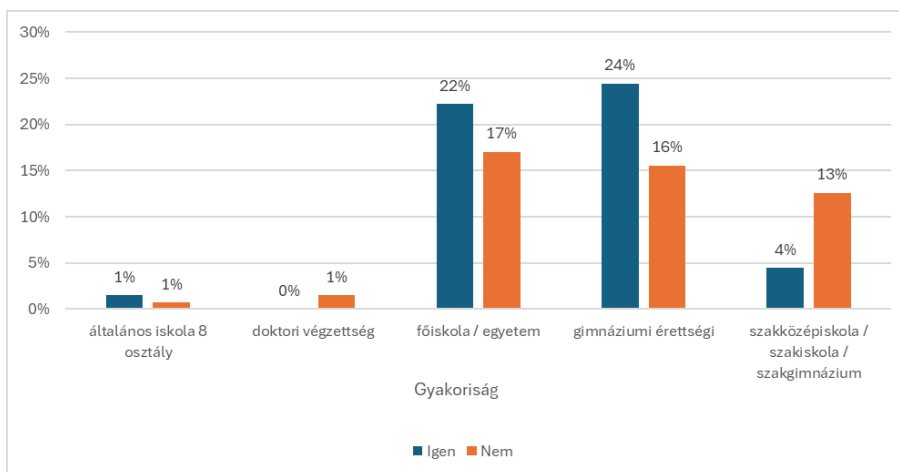
A 28. ábrán az életkor és Párizs látogatása közötti kapcsolatot lehet látni. Az elemzés szerint a statisztikai szignifikancia szintje 0,034 volt. Ez azt mutatja, hogy a két változó között lényeges kapcsolat van, tehát az életkor és Párizs látogatása nem független egymástól. Így arra lehet következtetni, hogy az életkor hatással van arra, hogy a válaszadók voltak-e Párizsban. Például lehet, hogy a fiatalabbak nyitottabbak az utazásra, és többen választják Párizst. Ezzel szemben az idősebbek talán a költségek vagy más preferenciák miatt kisebb eséllyel látogatják meg a várost.



29. ábra: A nem és a sorozat nézettsége közti kapcsolat a válaszadók körében

Forrás: Saját kutatás, 2024

A 29. ábrán a nem és a sorozat nézettsége közti kapcsolat figyelhető meg. A statisztika szerint a szignifikancia szint 0,001. Szignifikáns kapcsolat van a két kérdés között, azaz függenek egymástól. Ez az eredmény összhangban van a társadalmi és kulturális megfigyelésekkel, miszerint a nők gyakrabban választanak romantikus vagy női fókuszú sorozatokat és filmeket, mint a férfiak. Az Emily Párizsban pedig egy tipikusan olyan sorozat, amely a könnyed, romantikus és divattal átszőtt története miatt különösen vonzó lehet a női nézők számára. Összességében a nemek közötti különbség egyértelmű hatása rávilágít arra, hogy a sorozat sikerének egyik kulcsa a női közönség elérése és megtartása, miközben a férfi nézők megszólításában is rejlik potenciál.



30. ábra: Az iskolai végzettség és a sorozat nézettsége közti kapcsolat a válaszadók körében

Forrás: Saját kutatás, 2024

A 30. ábrán az iskolai végzettség és a sorozat nézettsége közti kapcsolat látható. A statisztika szerint a szignifikancia szint 0,028. Ennek következtében szintén elmondható, hogy szignifikáns a kapcsolat a két kérdés között, azaz függenek egymástól. Ez alapján arra következtethetünk, hogy az iskolai végzettség hatással van arra, hogy a válaszadók nézték-e a sorozatot. A különböző iskolai végzettséggel rendelkező csoportok eltérő érdeklődésekkel bírhatnak, ami befolyásolhatja a nézett tartalmak típusát. Ez a jelentős kapcsolat arra is utal, hogy a sorozat népszerűségét az oktatás szintje befolyásolhatja, és bizonyos végzettségi csoportok számára vonzóbb lehet a sorozat.

5.2. SZAKMAI MÉLYINTERJÚK

A mélyinterjú elkészítésénél a cél olyan soproni utazási irodák felkeresése volt, akik szerveznek utakat Párizsba. Az interjú célja az volt, hogy megismerjük a soproni utazási irodák véleményét Párizsról, a filmturizmusról, továbbá az Emily Párizsban sorozatról. Az is kiderült, hogy mennyire nyitottak a tematikus utazások felé, és milyen kereslete van az egyéni keresés utazások iránt.

Több utazási iroda felkeresését követően, végül két utazási irodával sikerült interjút készíteni. A soproni Sister Travel és a Blaguss Utazási Irodák válaszoltak az előre megfogalmazott kérdésekre. Az interjúk személyesen zajlottak, amely során a Sisters Travel 27 kérdésre válaszolt, míg a Blaguss Utazási Iroda 34 kérdésre adott választ. Ezek a kérdések és válaszok a mellékletben lettek feltüntetve (2. és 3. melléklet).

5.2.1. Sister Travel Utazási Iroda

A soproni Sister Travel Utazási Iroda a Szent György utca 11. szám alatt található a Lenck átjáróban. Adószámuk a 11614078-2-08, telefonon a +36/30 235-2934 számon vagy emailen az info@sistertravel.hu-n lehet elérni őket. Az utazási irodát egy testvérpár vezeti. A mélyinterjú során Horváth Médea Mária, az egyik vezető válaszolt a feltett kérdésekre személyes jelenlét mellett. 2024.10.21-én került sor a beszélgetésre.

Az interjú során kiderült, hogy a filmturizmus egy nagyon fontos részét képezi a turizmus ágazatnak. Fontos, hiszen a filmek és a filmturizmus növeli a látogatottságot, és ezáltal az adott desztinációnak is jó. Párizs filmturizmusa az egyik legjobb Európában, mivel rengeteg film készül itt éves szinten is. Továbbá a filmek nagyrészt hitelesen mutatják be az ottani életet, természetesen mindig csak a szép és jó dolgok kerülnek bemutatásra, de egy Emily Párizsban sorozat esetén a mindennapi életet hitelesen viszik képernyőre. Ide tartozik a baráti és szerelmi szálak kialakulásának folyamata és annak fenntartása, a konfliktusok, a befogadás és a nyitottság más kultúrákra.

A beszélgetés keretein belül szó esett még a forgatásokról, melyek az interjú alany szerint egyáltalán nem befolyásolja, korlátozza a turistákat. Ez azért is fontos, mert a turisták meg tudják nézni a nevezetességeket anélkül, hogy lenne valami lezárás, ami több órán keresztül lenne érvényben. A látogatók akár még egyes jelenetek szemtanúi is lehetnek.

A Sister Travel Utazási Iroda egyedi kéréses utakat szervez leginkább. Egyéni, de csoportos utak esetében is segítenek, szerveznek programokat. Először megismerik az utas érdeklődési körét, majd pedig egy konkrét ajánlatot állítanak össze. Ezt követően közösen véglegesítik a programokat.

Tematikus utat mostanában nem szoktak szervezni, viszont más utazási irodák ajánlatait tudja értékesíteni, ha csoportos utazásról van szó. Ezzel szemben egyéni kérés esetén tud szervezni programokat, helyi idegenvezetőt is, szóval egy komplett csomagot.

A sorozattal és tematikus úttal kapcsolatban is voltak kérdések a beszélgetés során. Az Emily Párizsban tematikus útnak feltétlen kell tartalmazni a főbb nevezetességeket, hiszen lehet valaki akkor jár először Párizsban, így nem csak a sorozatra kell fókuszálni. Ezt követően jöhet a sorozattal kapcsolat forgatási helyszínek. Például egy vacsora Gábiel éttermében, a Palais-Royal kertjének felfedezése, vagy épp egy kávé elfogyasztása a Café de Flore kávézóban. A Versailles-i kastély a kettő egyvelege, hiszen nevezetesség, de forgatási helyszín is a sorozatban. Továbbá a tematikus csomagba még egy hajókirándulás is bekeverülne. Ha valaki a szabad program alatt be szeretne menni a Louvre-ba, abban is tudnak segíteni.

A keresletet kérdőívvvel mérnék fel, ugyanis mostanában a közösségi média felületeken kommunikálnak az utasokkal. Ez sokkal személyesebb kapcsolatot alakít ki az utazásszervező és az utas között és sokkal gyorsabban kapnak egymástól értesítést.

A tematikus út időpontját úgy választanák ki, hogy ne legyen sok turista abban az időszakban. Például az ünnepeket és a szüneteket ki lehet zárni ilyen szempontból. Ez azért is jó, mert akkor az utas is sokkal több mindent lát az adott desztinációból, nem kell hosszú sorokat végig állnia. Ezzel elkerülhető valamennyire a túlturizmus, de oda kell figyelni arra is, hogyha mindenki erre fókuszál, akkor felcserélődik a helyzet.

Közlekedési eszköznek rövidebb útra az autóbust ajánlják, míg hosszabb távra a repülőgépet. Utóbbi esetében 3-5 nap az átlag, míg a buszos út esetében akár több napra is lehet menni. Párizs esetében a repülőgép az ideális.

A csoportos utazások esetében 15 és 30 fő között mozogna az utaslétszám, mert így lesz személyes élménye az utasnak, de étterembe is be tudnak ülni együtt még. A párizsi út középkategóriás árkategóriába tartozik, és annak megfelelő szolgáltatásokat nyújt. Például elég egy 3 csillagos szálloda, hiszen nem feltétlen a pihenés itt a cél. Ha kevesebb az utas, akkor nyilván kicsit drágább lesz minden egy főre vetítve.

5.2.2. Blaguss Utazási Iroda

A soproni Blaguss Utazási Iroda a Színház utca 15. szám alatt található. Adószámuk a 10195688-2-41, telefonon a +36/99 506-634 számon vagy a sopron@blaguss.hu email címen lehet elérni őket. A primer kutatás során Kirkovits Bianka utazási irodai alkalmazott válaszolta meg a feltett kérdéseket a személyes beszélgetés során 2024.10.21-én.

A személyes interjú során kiderült, hogy a filmturizmus egy nagyon jó és hasznos dolog. Hasznos az adott desztinációnak, hiszen keresett lesz a film következtében. Bár ez csak akkor igaz, ha a film jól sikerült, egy kevésbé sikeres produkció esetében ez nem mondható el.

Az előző kérdéshez kapcsolódóan sikerült választ kapni arra is, hogy mennyire valószínű egy adott város bemutatása a filmekben. Válaszként az adták, hogy nem mindig valószínű. Az Emily Párizsban sorozatot is ismerik, és úgy látják, hogy ott csak a jó dolgokat mutatják be, miközben ők néha kaptak olyan visszajelzést egy-egy útról, hogy az utas csalódott, mert koszos és vannak lepusztult részei, és egyáltalán nem olyan, mint az adott film-ben vagy sorozatban. Ez valahol érthető, de a világ minden részén vannak elhanyagoltabb részei egy gyönyörű városnak és nem szabad, hogy ez határozza meg az egész összképet.

Az ott élők életét is megnehezíti a filmforgatás, hiszen az emberek a mindennapi életüket szeretnék élni, de ennek köszönhetően nehezebb eljutni dolgozni és a gyerekeket iskolába vinni. Emellett az interjú alany elmondása szerint a turisták is nehezebben tudnak közlekedni, hiszen nagy a tömeg, sok az útlezárás. Felmerült az ötlet, hogy elkerülő utakat alakítsanak ki, ahol autóval is kényelmesen lehet haladni.

A filmturizmus általánosságban hasznos, hiszen fellendíti az adott desztinációt, gazdaságilag is kedvező, mert a turisták a diszkrecionális jövedelmüket ott költik el. Fogyasztanak az éttermekben, kávézókban, szuveníreket vesznek és szállodákban is megszállnak.

Párizs filmturizmusával kapcsolatban pozitív válaszokat kaptam. Párizs nagyon jól kialakította az infrastruktúrát ahhoz, hogy sok filmet és sorozatot tudjanak forgatni, ami minden évben megfigyelhető. A francia filmek is kezdenek egyre népszerűbbek lenni, főként a vígjátékokra fektetnek nagy hangsúlyt, de a romantikus rész sem hiányozhat belőlük. Ezek a filmek már a mozikban is megtekinthetők, így kezd egyre nagyobb teret hódítani. Ez is azt mutatja, hogy nem csak a külföldi filmgyártók forgatnak csak Párizsban, hanem a franciák is igyekeznek egyre jobban felzárkózni és készíteni az egyre jobb produkciókat.

A Blaguss Utazási Irodánál szintén van lehetőség egyedi kéréses utazásra, de tematikus utakat is tudnak szervezni. A közelmúltban volt rá precedens, hogy az utas Edinburghba szeretett volna elmenni, mert nagyon szereti a Trónok harca című sorozatot. Tulajdonképpen csak a repülőgépet és a szállást kérte az utazási iroda által, a helyszínt pedig maga tervezte felfedezni. Viszont az utazási iroda nyitott bármilyen kérésre, hiszen a legfontosabb az utas elégedettsége.

A kapott válaszok alapján azt lehet leszűrni, hogy az utasok egy része nagyon elégedetten tér vissza Párizsból, míg valakik egy életre kiábrándulnak a francia fővárosból. Nyilván ehhez hozzátartozik, hogy nem mindegy milyen emberekkel találkoznak, azok hogyan viszonyulnak hozzájuk. Emellett közre játszhat az is, hogy nem mindenkinek a stílusa a romantika, és nem lehet megfelelni minden elvárásnak sem.

Az irodánál van lehetőség egyéni és csoportos utakon való részvételre is. Van, amit ők szerveznek, de van olyan is, hogy más magyar utazási irodák ajánlatait értékesítik tovább. Vannak párizsi utazásaik is, melyek inkább csoportosan valósulnak meg és repülőgéppel mennek. Ennek az utazásnak szerves része szokott lenni Disneyland és a Harry Potter Stúdió is.

Az Emily Párizsban sorozatról is voltak kérdések, többek között olyan, hogy a tematikus utazásnak mit kellene tartalmaznia. Eerre válaszként azt adták, hogy egyrészt olyan helyszíneket kell tartalmaznia, amik a sorozatban is megjelentek. Össze lehetne kötni a helyi

ételkülönlegességekkel és a párizsi divattal is akár, hogy minél színesebb programsorozatot kapjanak az érdeklődők. Ezzel szemben az alap látványosságokat is tartalmaznia kell, mivel anélkül egy párizsi út nem lenne teljesen az igazi. Például az Eiffel-torony, a Sacré-Cœur és Disneyland kihagyhatatlan. A sétahajókázás is nagyon népszerű.

A cégnél a keresletet úgy mérik fel, hogy megnézik az adott év összes utazását, és összehasonlítják, hogy melyik volt a legnépszerűbb, melyikre volt a legtöbb jelentkező. Így kiderül, hogy melyek a legnépszerűbb úticélok az adott évben. Párizs és a sorozat esetében nem biztos, hogy nagy lenne a kereslet, mert leginkább a fiatalok körében terjedt el a sorozat, hiszen fiatalokról szól. Viszont a fiatal korosztály inkább egyéni utazásokat szervez, így a csoportos utazás kevésbé lenne keresett. Az egyéni utazásnál pedig inkább a hölgyek az érdekeltek.

A tematikus utat a legjobb lenne tavasszal vagy ősszel szervezni, mert akkor a hőmérséklet is pont megfelelő. Körülbelül 4-5 napos útra kell számítani, mert annál kevesebb nem lenne elég megnézni mindent, viszont a több pedig már sok lenne. Ha csoportos utazásról lenne szó, akkor maximum 20 főt indítana az utazási iroda, így árkategóriában minimum háromszáz-, négyszázezer forintba kell számítani egy főre nézve.

6. KÖVETKEZTETÉSEK

Párizs filmturizmusa és az Emily Párizsban sorozat vizsgálata során kiderült, hogy egyre nagyobb teret hódít magának a városban a filmforgatás, és a sorozat is. Megfigyelhető az, hogy egyre több ember választja magának utazási célul Párizst és már a sorozat forgatási helyszínei is a bakancslistára kerülnek. Sokan csak a produkció miatt utaznak el, hogy Gabriel éttermében vacsorázzanak és Emily lakásához is eljuthassanak.

A kutatás során kiderült, hogy a sorozat sokban kedvez a francia fővárosnak. Egyrészt vonzza a turistákat a forgatási helyszínekre és a nevezetességekhez. Másrésztől gazdasági szempontból is meghatározó, ugyanis ezek az emberek sok pénzt költenek el az adott helyszíneken. Viszont a különböző márkáknak is jó, hogy együttműködnek a sorozat készítőivel, így egyre több ember választja azokat a termékeket, cserébe a sorozat is több nézőt kap. Egymás célcsoportjait részben át tudják adni egymásnak, hiszen nagy részben fedik egymást.

A forgatásokat igyekeznek megoldani úgy, hogy kevésbé akadályozzák az ott élő emberek és a turisták mindennapjait. Ezt jobban ki lehetne küszöbölni, ha késő este vagy nagyon korán reggel forgatnának, amikor még senki nem indul munkába és szinte alszik a város. Ha mindenképpen nappal kell forgatni egy adott helyszínnél, akkor viszont kis időszavokban, hogy a turisták zavartalanul tudják meglátogatni a nevezetességeket. Továbbá több helyen kellene kommunikálni ezt a nagyközönség felé. Például a nevezetességek honlapján, a szállodákban és a közösségi médián keresztül is.

A sok turista és a sorozatrajongók nyilván szeretnék megnézni a főbb forgatási helyszíneket és nevezetességeket, de figyelembe kellene venni a helyi lakosok véleményét is. Meg lehetne adni időintervallumot Emily lakásánál is, hogy csak egy megadott időszakban menjenek oda a rajongók, így az ott élőket nem egész nap zavarnák a látogatók. A nevezetességeknél hasznos dolog az előre megváltott jegy, de sokkal hasznosabb lenne, hogy csak egy adott időszakban léphetnek be és tartózkodhatnak ott. Így eloszlana a sok ember, és ezt úgy lehetne még segíteni, hogy a helyszínen szintén csak korlátozott számban lehessen jegyet váltani. Korlátozni kellene a turisták érkezését is a városba, így a francia emberek lehet, hogy nyitottabbak lennének és segítőkészebbek. Egyszóval a látogatómenedzsment eszközeivel lehetne segíteni a turisták és a helyi lakosság harmonikus kapcsolatát.

A kérdőív kiértékelése során fény derült arra, hogy sokan ismerik és nézik a sorozatot. Pozitív véleménnyel vannak a sorozat iránt, és akár utazási csomagot is vásárolnának, vagy tematikus túrán is szívesen részt vennének. A promóciós termékek is felkapottak, és hamar

fognak a polcokról. A produkció célcsoportja a fiatal nők, akik könnyebben befolyásolhatók, ha valamiről szinte csak a jó dolgokat mutatják be. A sorozat is ilyen, így a statisztikában is fellelhető, hogy nyitottak a sorozattal kapcsolatos programok iránt, promóciós termékek vásárlása és a helyszínek felkeresése iránt is.

A mélyinterjúk elemzéséből tisztán kiderül, hogy a párizsi utak keresettek, sokan szeretnék látni a francia fővárost. A visszajelzések főként pozitívak, de előfordul, hogy pár ember tetszését nem nyeri el. Továbbá elmondható, hogy az utazási irodák nyitottak az egyedi összeállítású utakra, és pozitívan gondolkodnak arról is, hogy valaki egy film vagy sorozat miatt szeretne elutazni egy adott desztinációba. Az interjúalanyok úgy vélik, Párizs nagyon jó irányba fejlődik filmturizmus szempontjából és jól kialakította a filmes infrastruktúrát is hozzá. Párizs filmforgatás szempontjából vezető szerepet tölt be Európában.

Mindent összevetve az Emily Párizsban sorozat egy egyre nézettebb sorozat, ami lassan kezdi meghódítani a világ országait.

7. ÖSSZEGZÉS

A vizsgálat során bemutatásra került Párizs filmturizmusa és az Emily Párizsban Netflix sorozat. Párizs egyre tör előre a filmiparban, így a jelen és a jövő meghatározó forgatási városa lesz.

A kutatás elején a filmturizmus jellemzésén volt a hangsúly. Bemutatásra kerültek a jellemzők, a fogalma, illetve a kínálati elemek is. Megjelentek a pozitív és negatív hatásai a filmturizmusnak, és gócpontokról is szó esett. Ebben a fejezetben az Emily Párizsban sorozat kínálati elemei is szerepeltek.

A filmturizmus általános elemzését követően Párizsra esett a fókusz. A francia főváros infrastruktúrája jól lett kialakítva, így a filmstúdiót előszeretettel választják jelenetek forgatásához és a háttér munkák szerkesztéséhez egyaránt. Rengeteg híres produkció készítésében szerepet játszott a párizsi filmstúdió. Statisztikai adatok is bemutatásra kerültek, majd pedig a Disney filmek és Disneyland is szerepet kapott a dolgozatban. Ezen kívül a Párizsban forgatott és játszódó filmek közül háromnak a helyszínei jelennek meg.

Párizs filmturizmusa után az Emily Párizsban sorozatra került a hangsúly. Kezdetben egy történeti áttekintés valósult meg, majd a sorozat felépítéséről esett szó. A színészek, forgatási helyszínek, a kutúra és a divat elengedhetetlen a sorozat elemzése során. Továbbá megjelent a zene, építészet is. Vélemények és nézettségi adatok is színesítik a dolgozatot, mely következtében elmondható, hogy összességében egy sikeres produkcióról van szó, ezért is kezdik majd forgatni az 5. évadot. A turisztikai kereslet és kínálat az egyik legfontosabb eleme a kutatásnak, így a főbb helyszínek említésre is kerültek. Köztük azok, amiket a turisták előszeretettel keresnek fel ott-tartózkodásuk alatt, illetve a környező részekben milyen szolgáltatások vannak, és azok mit kínálnak a látogatók számára. A fejezet rávilágít még a tematikus sétákra, a forgatásra és promotálásra is. A sorozat az egyik legnehezebb időszakban is készült, még hozzá a COVID-19 világjárvány éveiben. Ennek köszönhetően nem volt egyszerű dolguk a készítőknél és a színészeknek sem, de nagyon jól leküzdötték az akadályokat és olyan produkciót készítenek a mai napig, ami megéri a sok fáradságot. Ezért is van, hogy több cég is beszáll Emily világába, mert egy jó jövőképet látnak benne, sok lehetőséggel.

A sorozat után a primer kutatás elemzésére került sor. A kérdőív segítségével sikerült feltárni, hogy az emberek többsége ismeri a sorozatot és sokan látták is. A kérdőívet 135 ember töltötte ki, különböző generációkból. Az elért 135 főből 52,6%-a látta a sorozatot, míg 47,4%-a nem látta. A legtöbb kitöltő a 18-30-as korosztályba tartozik. Ez az összes

kitöltő 66,7%-át teszi ki. Továbbá a legtöbb ember érdeklődik a francia főváros iránt és néhányan akár utazási csomagot is igénybe vennének, hogy eljuthassanak és megtekinthessék. Több ember a tematikus túra iránt is érdeklődést mutatott, így ez egy lehetőség lenne, amit érdemes lenne kihasználnia Párizsnak, de a magyar utazási irodáknak is. A beérkezett válaszok segítettek abban, hogy megerősítést nyerjen az, hogy ez egy jó sorozat, amit érdemes megnézni. A többségük nyitott is lenne a sorozattal kapcsolatos programokra. Beigazolódott az is, hogy ez egy szűk célcsoport, de van lehetőség kibővíteni, ugyanis valakik elgondolkodnak rajta, hogy részt vennének-e a sorozattal kapcsolatos programokon, vagy megnéznék-e a produkciót.

A mélyinterjúk elemzése következett a kérdőív után. Elkészítésüknél az volt a fő cél, hogy kiderüljön, mennyire nyitottak az utazási irodák egy tematikus utazás iránt, lenne-e lehetőség rá. Két soproni utazási irodával sikerült beszélgetni, akik minden kérdésre megfelelő válaszokat adtak, amik maximálisan segítették a kutatás menetét.

A dolgozat zárásaként elmondható, hogy egy átfogó képet sikerült kialakítani Párizs filmturizmusa és az Emily Párizsban sorozat kapcsán. Ezt követően egyértelmű, hogy jó irányba halad a város és a produkció is, melynek lehetőségeit érdemes lesz kihasználni. A sorozatot érdemes lenne csak Párizsban forgatni, hiszen még rengeteg kulturális érték található a francia fővárosban, amiről érdemes lenne forgatni, és a nagyvilág felé közvetíteni.

Összefoglalásként a sorozat sikeresnek mondható, de küzdeni kell azért, hogy még szélesebb körben ismertté váljon világszerte. Népszerűsége garantálható, és szükség van a sorozatra, mivel teljesen jól mutatja be az emberi kapcsolatok szépségeit és hibáit, illetve a munka világát. Látható, hogy szorgalom és kitartás mellett bármit elérhet az ember, így ez egy nagyon jó üzenet a nézők felé. Végül pedig a sorozat segítségével közelebbről is meg lehet ismerni a francia mentalitást, stílust és Párizs szépségeit a hibáival együtt.

IRODALOMJEGYZÉK

- Bentley, J. (2024). Ciao, Roma! Emily in Paris Is Renewed for Season 5. Forrás: <https://www.netflix.com/tudum/articles/emily-in-paris-season-5-cast-release-date-news>, Letöltés dátuma: 2024. 09. 28.
- Connell, J. (2012). Film tourism – Evolution, progress and prospects. (C. Ryan, Szerk.) *Tourism Management*, pp. 1007-1029. Forrás: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517712000404>, Letöltés dátuma: 2024. 10. 20.
- Essence. (2024). *essence*. 2024 Cosnova GmbH. Forrás: <https://www.essence.eu/en-ae/p/943893/essence-emily-in-paris-by-essence-plumping-lip-oil>, Letöltés dátuma: 2024. 10. 20.
- Fabien. (2023). *EMILY IN PARIS TOUR*. Site Name. Forrás: <https://www.emilyinparistour.fr/>, Letöltés dátuma: 2024. 10. 12.
- Gáll, F. (2023). Videó: Az Emily Párizsban című sorozat forgatási helyszínein jártunk. *Talpraesett Turista*. Magyarország. Forrás: <https://www.travelo.hu/turista/20230918-parizs-emily-parizsban-sorozat-forgatasi-helyszinek-video.html>, Letöltés dátuma: 2024. 09. 21.
- Gonda, M. (2020). Zarándokhely lett a sorozatbeli étteremből. Forrás: <https://magyarkonyhaonline.hu/cikkek/zarandokhely-lett-a-sorozatbeli-etterembol>, Letöltés dátuma: 2024. 09. 21.
- Ideattack Inc. (2020). *Bollywood Studios*. Forrás: Ideattack: <https://www.ideattack.com/bollywood-studios/>, Letöltés dátuma: 2024. 11. 02.
- Irimiás, A. (2015). *Filmturizmus A filmek és televíziós sorozatok turisztikai szerepének és hatásainak geográfiai vizsgálata*. Budapest: Akadémiai Kiadó. Forrás: https://mersz.hu/dokumentum/dj214f__2, Letöltés dátuma: 2024. 10. 19.
- Irimiás, A. (2019). Az UNESCO filmes városok összehasonlító elemzése. *Földrajzi Közlemények*, évf. 143.szám(2), pp. 93-106. Forrás: https://real.mtak.hu/100552/1/FK_2019_Unesco_kreat%C3%ADv_v%C3%A1rosok.pdf, Letöltés dátuma: 2024. 10. 31.
- Jászberényi, M. (Szerk.). (2014). *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Budapest: Nemzeti Közszerzői és Tankönyv Kiadó. Forrás: https://mersz.hu/dokumentum/m700akts__139/#m700akts_137, Letöltés dátuma: 2024. 08. 29.

- Kató, A. (2023). Ezek a legkedveltebb helyszínek lánykérésre, Budapest is a legnépszerűbb európai városok között! Forrás: HellóMagyar: <https://hellomagyar.hu/2023/02/14/ezek-a-legkedveltebb-helyszinek-lanykeresre-budapest-is-a-legnepszerubb-europai-varosok-kozott/>, Letöltés dátuma: 2024. 09. 21.
- Kishan Thussu, D. (2008). The Globalization of "Bollywood" The Hype and the Hope. In A. P. Kavoori, & A. Punathambekar (szerk.), *Global Bollywood* (old.: pp. 97-113.). New York, London: New York University Press. Forrás: https://books.google.hu/books?hl=hu&lr=&id=2CqERCzWn5gC&oi=fnd&pg=PA97&dq=bollywood+film+industry&ots=fmDcxik430&sig=MTN6H97vvVWpDpNAYw9hHrIfJ38&redir_esc=y#v=onepage&q=bollywood%20film%20industry&f=false, Letöltés dátuma: 2024. 11. 02.
- Konecky, P. (2022). Emily in Paris: I Can't Be the Only One Who Has Mindy and Benoît's Song on Repeat. Forrás: <https://www.popsugar.com/entertainment/emily-in-paris-mindy-benoit-song-48668844>, Letöltés dátuma: 2024. 10. 12.
- Les Studios De Paris. (2024). *About us: Les Studios De Paris*. Forrás: Les Studios De Paris Web site: <http://lesstudiosdeparis.com/en/a-propos>, Letöltés dátuma: 2024. 06. 08.
- Lőrincz, K., & Sulyok, J. (2017). *Turizmusmarketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó. Forrás: https://mersz.hu/dokumentum/dj277tm__2/#dj277tm_impreszum, Letöltés dátuma: 2024. 09. 16.
- Macionis, N. (2004). Understanding the Film-Induced Tourist. *International tourism and media conference proceedings*, (old.: 86-97.). Ausztrália. Forrás: https://www.researchgate.net/profile/W-Croy/publication/242536274_International_Tourism_and_Media_Conference_2004/links/5de97e4f92851c83646559fe/International-Tourism-and-Media-Conference-2004.pdf#page=92, Letöltés dátuma: 2024. 11. 02.
- Niedermüller, P. (2000). Városi turizmus. Történelem, művészet, egzotikum. In Néprajzi Múzeum, Z. Fejős, & Z. Szijártó (szerk.), *Turizmus és kommunikáció* (old.: 31-38.). Budapest, Pécs. Forrás: https://www.neprajz.hu/kiadvanyok/tabulakonyvek/turizmus_es_kommunikacio.html, Letöltés dátuma: 2024. 11. 02.
- Niziol, A. (2009). Film tourism as a new way to market a destination. *Scientific Review of Physical Culture*, évf. 5(4), pp.149-156. Forrás: <https://www.ur.edu.pl/pl/pracownik/strony-pracownicze/anna-niziol>,

- <http://62.93.45.40/srpc/Articles/Volume-5/Issue-4/23.aspx>, Letöltés dátuma: 2024. 10. 31.
- Paolino, J. (2024). Why US filmmakers are flocking to France right now. Forrás: The Connexion: <https://www.connexionfrance.com/news/why-us-filmmakers-are-flocking-to-france-right-now/639891>, Letöltés dátuma: 2024. 10. 24.
- Ryan. (2011). *Chasing the Rose Line*. Forrás: Life on the Rock: <https://rfgibson.wordpress.com/2011/04/26/chasing-the-rose-line/>, Letöltés dátuma: 2024. 10. 29.
- Sulyok, J. (2009). Filmturizmus, avagy a filmekben rejlő lehetőségek. *TURIZMUS BULLETIN(XIII. évf. 1. szám)*. Forrás: https://igyutazunk.hu/storage/media/2022/Turizmus%20Bulletin_%C3%89vf.13_2009_01.pdf, Letöltés dátuma: 2024. 09. 28.
- Tooke, N., & Baker, M. (1996). Seeing is believing: the effect of film on visitor numbers to screened locations. *Tourism Management*, 17(2), pp.87-94. Forrás: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0261517795001115?via%3Dihub>, Letöltés dátuma: 2024. 11. 02.
- Tóth, R. (2016). Széles vászon, nagy haszon. Forrás: https://turizmusonline.hu/cikkek/egyeb/szeles_vaszon__nagy_haszon.html, Letöltés dátuma: 2024. 09. 21.
- Urbánné Treutz et al., Á. (2018). Movie Induced Tourism and Its Effects on Settlements, a Literature Study. *SocioEconomic Challenges*, 2(3), pp.26-36. Forrás: <https://armgpublishing.com/journals/sec/volume-2-issue-3/article-2/>, doi:10.21272/sec.3(2).26-36.2018, Letöltés dátuma: 2024.11.02.
- Williams, L. (2024. 05. 13.). 11 Rare and Little-Known Facts About a Parisian Icon – Le Moulin Rouge. *Insightful by Insight Vacations*. Forrás: <https://www.insightvacations.com/blog/le-moulin-rouge/>, Letöltés dátuma: 2024. 08. 10.

Internetes források

- <https://www.deluxefrance.com/details-do+you+have+a+special+tour+of+emily+in+paris-567>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://magyarkonyhaonline.hu/cikkek/zarandokhely-lett-a-sorozatbeli-etterembol>, 2020 Letöltés dátuma: 2024.09.21.

- <https://www.tripsavvy.com/sacre-coeur-visitors-guide-4122149>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://www.netflix.com/tudum/articles/this-is-how-you-saint-tropez-exactly-like-emily-in-paris>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <http://lesstudiosdeparis.com/en/a-propos>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://www.quora.com/Why-are-so-many-Hollywood-movies-filmed-in-France>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://roadgenius.com/statistics/tourism/france/disneyland-paris/>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- https://szinkronjunkie.blog.hu/2021/05/18/15_eve_mutattak_be_a_da_vinci-kodot, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://www.netflix.com/hu/title/80242619>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://www.imdb.com/title/tt0203009/>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- https://www.mafab.hu/movies/emily-in-paris-341883.html#google_vignette, 2020 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://www.glamour.com/story/emily-in-paris-details>, 2020 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://www.netflix.com/tudum/articles/prance-around-paris-like-emily-with-this-season-2-location-guide>, 2021 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://medium.com/@plumresearch/emily-in-paris-a-quick-data-review-before-the-new-season-release-69e69ab9801e> forrás alapján saját szerkesztés, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://magyarkonyhaonline.hu/cikkek/zarandokhely-lett-a-sorozatbeli-etterembol>, 2020 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://www.emilyinparistour.fr/>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://www.averysweetblog.com/2021/12/lancome-x-emily-in-paris-makeup.html>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://www.supersavvyme.co.uk/brands/pantene/shampoo/pantene-x-emily-in-paris-limited-edition-repair-protect-miracle-serum-shampoo>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.
- <https://www.lira.hu/hu/konyv/szepirodalom/romantikus-irodalom/emily-parizsban>, 2024 Letöltés dátuma: 2024.09.21.

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV

1. Kérem, adja meg érdeklődési területét! (több válaszlehetőség)

- film
- sorozat
- zene
- könyv
- sport
- egyéb

2. Elutazott-e már vagy elutazna egy filmben / sorozatban látott helyszínre?

- Igen
- Nem

3. Ha igen, akkor hova utazott / utazna?

- Saját válasz.

4. Volt-e már Párizsban?

- Igen
- Nem

5. Ha nem, akkor szívesen elutazna egyszer Párizsba?

- Igen
- Nem
- Talán

6. Mi az első 3 dolog, ami eszébe jut Párizsról?

- Saját válasz.

7. Kérem soroljon fel filmeket, sorozatokat, amiket Párizsban forgattak vagy ott játszódik! (Min.2 film/sorozat címe)

- Saját válasz.

8. Látt-e az Emily Párizsban című Netflix sorozatot?

- Igen
- Nem

9. Mennyi részt látott belőle?

- 1 évadnál kevesebbet
- 1 évadot
- 2 évadot
- 3 évadot
- Nem emlékszem
- Nem láttam

10. Ha nem látta, akkor megnézné-e a sorozatot?

- Igen
- Nem
- Talán

11. Ha látta a sorozatot, akkor mennyire tetszett? (1-10-es skála)

Egyáltalán nem 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 Teljes mértékben

12. Ajánlaná-e másoknak? Indokolja választát!

- Saját válasz.

13. Csak a sorozat miatt elutazna Párizsba?

- Igen
- Nem
- Talán

14. Kérem, soroljon fel a sorozattal kapcsolatos helyszíneket, amiket ismer!

- Saját válasz.

15. Volt-e már valamelyik forgatási helyszínen?

- Igen
- Nem

16. Ha igen, hol?

- Saját válasz.

17. A felsorolt forgatási helyszíneket közül kérem, válassza ki azt a 3 helyszínt, amelyiket a legszívesebben meglátogatna!

- Place de l'Estrapade (itt található Emily lakása, Gabriel étterme, és egy szökőkút)
- Les Deux Compères (Gabriel étterme, valódi neve Terra Nera)
- Pont Alexandre-III híd (parfüm reklám forgatása)
- Opéra Garnier (A hattyúk tava előadás)
- Atelier des Lumières (Van Gogh kiállítás)
- Palais-Royal (a kastély, melynek kertjében találkozik Emily Mindyvel)

- Café de Flore (Emily sokszor kávézik itt)
 - Versailles-i kastély
- 18. Mennyit költene / Mennyit költött Párizsban? Ideértve a szállás, a repülőjegy, a tömegközlekedés, a programok és belépőjegyek, az étkezések költségét.**
- 0-100.000 Ft
 - 100.001 – 200.000 Ft
 - 200.001 – 300.000 Ft
 - 400.001 – 500.000 Ft
 - 500.000 Ft +
- 19. Az alábbiak közül milyen promóciós termékeket vásárolna? (több válaszlehetőség)**
- francia sapkát
 - ridikült
 - ruhát
 - sminket
 - szuvenírt
 - nem vásárolnék
 - egyéb
- 20. Igénybe venne egy komplett utazási csomagot, ami a sorozattal kapcsolatos?**
- Igen
 - Nem
- 21. Mennyit lenne hajlandó költeni az utazási csomagért fejenként (5 nap / 4 éjszaka, A részvételi díj tartalmazza a repülőjegyet, illetéket, adót, kézi 8 kg poggyászt és feladható 10 kg csomagot, reptéri transzfert, szállást 3 csillagos szállodában, két-ágyas elhelyezést, reggelit és magyar nyelvű idegenvezetést)?**
- 0-100.000 Ft
 - 100.001 – 200.000 Ft
 - 200.001 – 300.000 Ft
 - 400.001 – 500.000 Ft
 - 500.000 Ft +

- 22. Részt venne-e a sorozattal kapcsolatos vezetett tematikus túrán, ami 3 napos programsorozatot tartalmazna (A részvételi díj NEM tartalmazza a repülőjegyet, illetéket, adót, kézi 8 kg poggyászt és feladható 10 kg csomagot, reptéri transzfert, szállást, étkezést)?**
- Igen
 - Nem
- 23. Az alábbiak közül, milyen helyszíneket látogatna meg a túra során? (több válaszlehetőség)**
- Louvre
 - Atelier des Lumières (Van Gogh kiállítás)
 - Eiffel-torony
 - Versailles-i kastély
 - Place de l'Estrapade (itt található Emily lakása, Gabriel étterme, és egy szökőkút)
 - Les Deux Compères (Gabriel étterme, valódi neve Terra Nera)
 - Café de Flore (Emily sokszor kávézik itt)
 - Pont Alexandre-III híd (parfüm reklám forgatási helyszíne)
 - Palais-Royal (a kastély, melynek kertjében találkozik Emily Mindyvel)
 - Dior Múzeum
 - Palais Galliera (divat galéria)
 - Chanel kiállítás
 - Park Montsours
 - helyi piacok
 - egyéb
- 24. Ha igen, kivel venne részt szívesen? (több válaszlehetőség)**
- párjával
 - családjával
 - gyermekével
 - barátokkal
 - egyedül
- 25. Mi az, amit mindenképp szeretne, ha tartalmazna a tematikus program?**
- Saját válasz.

26. A tematikus program keretein belül, milyen közlekedési eszközzel utazna szívesen? (több válaszlehetőség)

- gyalog
- kerékpárral
- rollerrel
- e-scooterrel
- sétahajóval
- (e-)Tuktuk-kal (motoros riksa)
- pedicab-bal (emberi hajtású riksa)
- busszal
- villamossal
- metróval
- RER (HÉV) külvárosi vonattal

27. Melyik évszakban látogatná meg szívesen Párizst?

- tavasz
- nyár
- ősz
- tél

28. Milyen közlekedési eszközzel utazna el szívesen Párizsba?

- autóval
- repülőgéppel
- vonattal
- hajóval

29. Kérem, adja meg a nemét!

- nő
- férfi

30. Kérem, adja meg életkorát!

- 18 év alatt
- 18-30
- 31-40
- 41-50
- 51-65
- 65 év felett

31. Kérem, adja meg családi állapotát!

- egyedülálló
- párkapcsolatban
- házas
- elvált
- özvegy

32. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?

- általános iskola 8 osztály
- szakközépiskola / szakiskola / szakgimnázium
- gimnáziumi érettségi
- főiskola / egyetem
- doktori végzettség

33. Hol van az Ön lakóhelye?

- falu
- község
- kisváros (5.000 – 20.000 fő közötti lélekszám)
- középváros (20.001 – 100.000 fő közötti lélekszám)
- nagyváros (100.001 fő feletti lélekszám)
- vármegyeszékhely
- főváros

34. Kérem, adja meg az 1 főre jutó nettó jövedelmi helyzetét!

- 0-100.000 Ft
- 100.001 - 200.000 Ft
- 200.001 - 300.000 Ft
- 300.001 - 400.000 Ft
- 400.001 - 500.000 Ft
- 500.000 Ft +
- Nem kívánok válaszolni.

2. MELLÉKLET: MÉLYINTERJÚ A SISTER TRAVEL UTAZÁSI IRODÁVAL

1. **Mit gondol a filmturizmusról? (Általánosságban jó vagy rossz dolog, és miért. Milyen haszna van a filmturizmusnak. Jó-e az adott városnak. Megnehezíti-e az ott élők életét. Mennyire valóságos az adott város bemutatása a filmekben.)**

Hát nyilván általában jó. Általánosságban jó, és hogy miért jó: mert megindítja az emberek fantáziáját és utazási kedvét. Sokszor olyanok is, akik azelőtt soha nem is utaztak, olyan helyekre szeretnének eljutni, amiket a filmekben látnak. A filmturizmus mindenképpen hasznos, mert az adott térséget is fel tudja lendíteni. A kérdés az, hogy mennyire reálisan mutatják be a helyeket a filmek, és én úgy gondolom, hogy reálisan, hiszen sok film és sorozat a mindennapi életet mutatja be, de közben kiemeli a város vagy a térség szépségeit is. Sok esetben a filmek megmutatják a térségek báját, hangulatát is. A látvány és a történetek hatására lesz kedvük az embereknek, hogy a filmekben látott helyeket meglátogassák. A filmturizmus mindenképpen jó, mert felfrisseníti a kereskedelmet, a szállodákat, és több programot hoz az adott térségbe, ahogy egyre több látogató érkezik. Az infrastruktúra is javulhat. Persze előfordulhat, hogy egy hely annyira felkapott lesz, hogy az már zavaró a helyiek számára, ilyenkor a térségben élők gyakran limitálják is a turisták számát. Ez az érdeklődés egy idő után lecseng, és a térség fenntartható szinten képes befogadni a látogatókat, ahol a régi házakat, malmokat is felújítják, és új szálláshelyeket hoznak létre. A filmturizmusban munkahelyeket is biztosít, legyen szó akár kereskedelemről vagy termelésről. Például Toszkána és Provence térségeiben a mezőgazdaság is hasznot húz, hiszen el tudják adni az olívaolajat, a bort, és a saját készítésű termékeiket. Mindenképpen jó és pozitív hatású a filmturizmus.

2. **Ön szerint a turizmus hányad részét teszi ki a filmturizmus?**

Ez nagyon érdekes kérdés, de én erre nem tudok pontos választ adni. Az is gyakran előfordul, hogy valaki nem kizárólag egy film hatására látogat meg egy helyet, hanem más okok is közrejátszanak abban, hogy egy adott desztinációt választ. Ezt mindenképpen figyelembe kell venni.

3. **Miért fontos a filmturizmus? (az iparág számára)**

Ha a turizmus szempontjából nézzük, akkor mindenképpen fontos, hiszen a filmturizmus nagy szeletet ad a turizmus „tortájából.” Bárhol is legyen az adott desztináció,

a filmturizmus növeli a turisták számát és a látogatók érdeklődését. Tehát mindenképpen fontos az adott helyszín népszerűsítése szempontjából, mivel turistákat, vendégeket hoz, és gazdasági hatása is jelentős.

4. Mely filmes helyszínek a legjelentősebbek Ön szerint?

Ha például Párizst nézzük, egy magyar oldalon láttam, hogy több száz, akár ezer filmet sorolnak fel, amelyek Párizsban készültek, ABC sorrendben. Ez mutatja, hogy Párizs az egyik vezető filmes helyszín. Továbbá Provence, Toszkána, valamint Róma is nagyon népszerű, és számos film játszódik ezekben a városokban. Amerikában New York, Los Angeles, Miami és London is gyakori forgatási helyszínek. Bali, a francia Riviéra és Mexikó szintén sok film helyszíne volt, míg Afrikában a kenyai rezervátumok is érdekesek filmturizmus szempontjából. Izland is vonzza a turistákat a gyönyörű tájaival. Ezek mind olyan helyszínek, amelyeket a filmek bemutatnak, és amelyek így nagy érdeklődést keltenek a nézőkben.

5. Mit gondol Párizs filmturizmusáról?

Ha például Párizst nézzük, egy magyar oldalon láttam, hogy több száz, akár ezer filmet sorolnak fel, amelyek Párizsban készültek, ABC sorrendben. Ez mutatja, hogy Párizs az egyik vezető filmes helyszín.

6. Mi az első 3 dolog, ami eszébe jut Párizsról?

Nekem a Szajna, a Notre Dame és az Eiffel-torony jutnak először eszembe. Ezen kívül a hangulatos kávézók, éttermek, a szép parkok és a város bája, hangulata is említésre méltó. Természetesen a belvárosra gondolok, de Versailles is hozzátartozik Párizshoz, és nagyon rendezett, gyönyörű hely.

7. Ön szerint mennyire akadályozza a sok forgatás a turistákat?

Szerintem nem igazán akadályozza őket, sőt, sok turista plusz látványosságként tekint a forgatásokra. Ha egy híres színészt is látnak közben, akkor különösen lelkesek lesznek. Néha lezárnak egy-egy területet, de ez nem jellemző. A forgatások gyakran korán reggel zajlanak, hogy a turistaforgalmat minél kevésbé zavarják, vagy késő este, amikor kevesebb turista van a helyszínen. Szerintem igyekeznek a forgatásokat úgy szervezni, hogy a turisták számára a közlekedést és a látványosságokhoz való hozzáférést ne akadályozzák jelentősen.

8. **Ön szerint, hogy lehetne jól kialakítani, hogy a forgatások is zavartalanul haladjanak, de a turisták is meg tudjanak nézni minden nevezetességet, amit akarnak?**

-

9. **Ismeri-e az Emily Párizsban című Netflix sorozatot?**

Nem láttam a sorozatot, de az előzetesét megnéztem, és elolvastam, miről szól. Nagyon szeretem a vígjátékokat és az életszerű történeteket, amelyek egy kicsit romantikusak és viccesek is, de mégis realisan mutatják be az utazásokat, kapcsolatokat és egy város életét. Szerintem az Emily Párizsban ilyen lehet, és abszolút reálisnak, szórakoztatónak tartom.

10. **Ha igen, mi a véleménye róla?**

-

11. **Önnek mi a véleménye arról, hogy csak egy sorozat miatt utazik el valaki egy adott városba?**

Inspiráló lehet, hogy valaki egy sorozat miatt látogasson el egy adott városba, és szerintem több ilyen sorozat is létezik.

12. **Az Ön cégénél van lehetőség egyedi kéréses utazásra? (pl. a vendég megadja a tematikát és Önök összeállítják a programokat)**

Igen, nálunk főleg ilyen egyéni igényekre szabott utak vannak. Nagyon sok utas van, aki valamilyen személyes érdeklődés miatt szeretne egy adott helyre utazni. Azt is meg tudjuk oldani, hogy programot állítsunk össze számára, ha elmondja, miket szeretne látni, vagy konkrét érdeklődési körét ismerjük. Nyilván úgy állítjuk neki össze a programot. Akár egyéni, akár csoportos utak esetében is tudunk segíteni, hogy az utas megtalálja a neki legmegfelelőbb programot.

13. **Tematikus utakban gondolkodtak-e már / vagy van jelenleg ilyen utazás?**

Hát igazából mi tematikus utakban, ilyesmikben nagyon nem gondolkodunk, mert nekünk most elment a forgalmunk az utazás közvetítésre. És annyi mindenki szervez itt Sopronban utakat, illetve két erős iroda van. Az egyik az Escort Tourist, a másik a Gál-Busz Utazási Iroda. Tehát én egyedül egy csoportot biztos, hogy nem fogok tudni összehozni egy tematikus útra, viszont fogok tudni találni az utasnak egy olyan partnert, akinek van egy ilyen kész útja. Hogyha valaki viszont egyénileg akar menni, tudok helyi idegen vezetőt foglalni, meg tudok kis brossúrát adni, ami alapján ő elmegy, és hogyha ő ezt egyedül vállalja, akkor nyilván egyénileg meg tudjuk neki szervezni, tehát tudunk neki közlekedési kártyát, múzeumkártyát, repülőjegyet, szállást, mindent,

meg ugye helyi idegenvezetőt is intézni. Tehát voltak már így kint Párizsban és Rómában is, hogy ott a helyi idegenvezetővel megvan, hogy mikor találkoznak, és akkor ő ott elvezeti őket, függetlenül attól, hogy hárman, négyen, öten vagy hányan vannak. Például volt egy Hegyi doktor témájú egy másik utazási irodánál. Azért tetszik, mert valami csodálatos az egész ugye Tirolban, megnézni a házat, ahol a forgatás zajlik, egy gyönyörű hegy, hegyoldal. Csoportok járnak oda tényleg megnézni a forgatás helyszínét. Most, hogy van a Hegyi doktor újra rendel, akkor az újra meghirdetnek többen ilyen utakat ezeket, és minden egyes teljesen telt házzal elmegy.

14. Ha igen, akkor milyen tematikájúak?

-

15. Ha van tematikus utazásuk, akkor melyik a legkeresettebb?

-

16. Ez alapján milyenek a visszajelzések?

-

17. Hogyan zajlik egy tematikus út megszervezése?

-

18. Ön szerint egy tematikus útnak mit kell tartalmaznia?

Az alap nevezetességeket, forgatási helyszíneket.

19. Ön szerint mekkora kereslete lenne az ilyen tematikus útnak, ami az Emily Párizsban sorozattal kapcsolatos?

-

20. Az Ön cégénél hogyan mérnék fel a keresletet? (a sorozattal kapcsolatos utazásra és úgy általánosságban is értve)

Egy online kérdőívvel, amit Facebookon és más közösségi oldalakon is megosztanánk, hogy a lehető legtöbb érdeklődőt elérjük. Jelenleg a Facebook az egyik legfontosabb kommunikációs csatornánk az utasokkal.

21. Milyen közlekedési eszközt javasolna? (az adott városba való eljutáshoz és a helyszíni közlekedéshez)

A desztináció távolságától függően választjuk ki a közlekedési eszközt, közelebbi helyekre, például Olaszországba, autóbusszal is lehet utazni, de hosszabb utak esetében, például Párizsba, inkább repülővel.

22. Milyen nevezetességeket szervezne bele a programba?

Tulajdonképpen a programot azt úgy állítjuk össze, hogy olyanok is tudjanak jelentkezni, akik például tényleg először vannak csak Párizsban, és akkor van városnézés az alap látnivalókkal. Tehát mindenképpen bemutatom először a Montmartre-t, Sacré-Cœur-t, Eiffel-tornyot és a latin negyedet. Mivel az Emily a hangsúlyosabb, bemutatom a lakását, a munkahelyek környékét, a kertet, az éttermet. Továbbá még egy hajókirándulás is benne lenne. Ha valaki még a Louvre-ba akar menni, arra is lenne lehetőség.

23. Milyen évszakban indítana csoportokat Párizsba? Indokolja is!

Párizs egész évben látogatható, de a frekventált időszakokat (például az őszi vagy tavaszi szünetet) érdemes elkerülni.

24. Hány napos utat szervezne?

Repülős útnál 3-5 nap az ideális, buszos túrák esetében akár hosszabb is lehet, de Párizsba például repülővel kényelmesebb eljutni.

25. Kiknek ajánlaná?

Az adott sorozat vagy film nézői. Például a Hegyi doktor inkább az idősebb korosztályt vonzza, míg az Emily Párizsban sorozat a fiatalabb, akár huszonéveseket is érdekelheti, illetve a harminc-negyven éves korosztályt is vonzza.

26. Milyen árkategóriában mozogna a tematikus csomag?

Ezek általában középárkategóriás utak, közép kategóriás szállással és megfelelő szolgáltatásokkal. A létszámot már említettem, de 10-30 fős csoportokkal indulnánk, attól függően, hogy mennyire tematikus az út.

27. Mekkora csoportot indítana el?

Egy tematikus túra esetében 15-20, maximum 30 fős csoportot érdemes indítani, hogy mindenkinek személyes élménye legyen, például egy kávézó vagy étterem látogatásakor. A kisebb létszám miatt a részvételi díj valamivel magasabb lehet. Az ár a szolgáltatások típusától is függ, de egy párizsi út során általában közép kategóriás, 3 csillagos belvárosi szállást szoktunk biztosítani reggelivel, 4-5 napos tartózkodással. Repülős utakat foglalunk kézipoggyásszal, ami a 4-5 napos utakra megfelelő. A programok az alap látnivalókat is tartalmazzák, mint például a Montmartre, Sacré-Cœur, Eiffel-torony, a Latin-negyed stb.

3. MELLÉKLET: MÉLYINTERJÚ A BLAGUSS UTAZÁSI IRODÁVAL

1. Mit gondol a filmturizmusról? Általánosságban jó vagy rossz dolog, és miért?

Hát szerintem teljesen jó egyébként, mert tőlünk is nagyon sokan mennek, úgy, hogy „úristen, látom a Trónok harcában, nekem el kell odajutnom”, szóval szerintem alapvetően ez nagyon jó, mert én is egy csomó dologgal vagyok így, hogy jó lenne látni.

2. Milyen haszna van a filmturizmusnak? Jó-e az adott városnak?

Hát egyrészt népszerűsítik vele szerintem alapvetően a városokat is, vagy magát az országot. Kicsit úgy meg tudod ismerni talán az embereket, vagy azt a kultúrát, amit ők képviselnek, bár ezt nem mindegyik film vagy sorozat tudja jól bemutatni, de egyébként a városnak mindenképpen jó, mert növeli a népszerűségét. Úgyhogy szerintem ez, ez alapvetően jó.

3. Megnehezíti-e az ott élők életét?

Megnehezíti, az biztos, hogy megnehezíti egyébként, meg azért, csak úgy a mindennapi életbe belegondolva, hogy forgatnak ott egy filmet vagy sorozatot, ami azért egy elég nagy volumenű, szóval nem biztos, hogy nekik ez annyira kedvező, mert akárhogy is ők a saját kis életüket élik, a mindennapjaikat, szóval eljutni iskolába, óvodába, stb., biztos, hogy sokkal-sokkal nehezebb.

4. Mennyire valósághű az adott város bemutatása a filmekben?

Hát, szerintem nem mindig valósághű egyébként, tehát ha most például beszélünk erről az Emily Párizsban, én is úgy látom Párizst, hogy gyönyörű, meg minden, de nekem is már egy csomóan mesélték, hogy egyébként nagyon nem olyan, mint ahogy a filmekben vagy a sorozatokban bemutatják, hanem tényleg koszos, lelakott részei vannak. Úgyhogy szerintem nem adja vissza a valóságot, csak próbálják így szépíteni.

5. Ön szerint a turizmus hányad részét teszi ki a filmturizmus?

Fogalmam sincs. Tényleg nem tudom. Így körülbelül, hogy például csak egy kis szeletét, vagy nagyon apró szűk. Azért szerintem annál nagyobb, tehát nem hiszem, hogy annyira kicsi részét. Hát, nem is mondom, hogy a felét, vagy nem tudom, de lehet, hogy annál kicsit kevesebb.

6. Miért fontos a filmturizmus? (a turizmus számára)

Hát szerintem ez is az, hogy mivel népszerűsödik az adott terület, sokkal többen fogják választani, mert foglalnak hoteleket, elmennek éttermekbe. Ott is költenek. Szóval szerintem leginkább ezért, mert akkor az emberek ott azon az adott részen fogják elkölteni a vagyoniukat, vagyis amennyit rászánnak.

7. Mely filmes helyszínek a legjelentősebbek Ön szerint?

Ami még így jelentős lehet, szerintem sok filmben benne van, például New York. New York-ot biztos, hogy nagyon sok filmben bemutatják egyébként. Vagy, leginkább szerintem ilyen nagyvárosok szoktak lenni, tehát New York, Németország, Los Angeles, Miami. Szerintem az ilyenek szoktak nagyjából a legjelentősebbek lenni, ilyen nagyobb városok.

8. Mi lehet az oka, hogy inkább nagy városokat választanak forgatásnak, és miért nem kisebb városokat?

Hát, igazából szerintem azért, mert azok már így benne vannak a köztudatba talán, meg nagyrészt valószínűleg olyan helyek, ahova tényleg könnyedén el tud jutni az ember, ha már azokat a helyeket szeretné bejárni, amiket filmben látott és az tetszik neki. Úgyhogy talán ezért.

9. Mit gondol Párizs filmturizmusáról?

Hát, végül is Párizsban is sok filmet forgattak már, meg sorozatot is. Szerintem egyébként jól csinálják. Láttam már konkrétan francia filmeket is, és szerintem azok is jók voltak, főként vígjátékok voltak, de hogy tényleg beleviszik ezt a humort is, meg mindent, úgyhogy szerintem teljesen jó.

10. Mi az első 3 dolog, ami eszébe jut Párizsról?

A croissant, az Eiffel-torony, meg a Louvre.

11. Ön szerint mennyire akadályozza a sok forgatás a turistákat?

Hát ehhez megint szerintem ugyanazt tudnám mondani, hogy azért ilyenkor hatalmas a tömeg, meg biztos, hogy nagy útlezárások vannak, meg ilyesmi. Úgyhogy az biztos azért nehezíti a mindennapjaikat, de alapvetően meg jó lesz a városnak, mert hát sokan jönnek.

12. Ön szerint, hogy lehetne jól kialakítani, hogy a forgatások is zavartalanul haladjanak, de a turisták is meg tudjanak nézni minden nevezetességet, amit akarnak?

Talán ilyen elkerülő utakat csinálni jó ötlet lenne, hogy autóval is kellemesen lehet haladni. Ha nevezetességekről van szó, és ott szeretnék forgatni, jelöljenek ki egy

konkrét időpontot, hogy ettől eddig forgatnak, nem látogatható, vagy ezeken a napokon nem látogatható, de utána igen.

- 13. És ha valaki nem tájékozódik, és csalódik, hogy nem lehet felmenni egy helyre, ezt hogyan lehet kiküszöbölni?**

Egyrészt ne csak bármiféle oldalra tegyék ki, hanem konkrétan a látványosság oldalára, mert valószínűleg ott veszed meg a jegyet. Ha pedig az oldalon kívüli jegyértékesítő is feltünteti, az mindenképp segíthet, hiszen ezekre a nevezetességekre érdemes előre jegyet venni.

- 14. Ismeri-e az Emily Párizsban című Netflix sorozatot?**

Igen, ismerem.

- 15. Ha igen, mi a véleménye róla?**

Jaj, hát nekem nagyon tetszik, a hangulata is, mert nagyon jó. Tehát kifejezetten ilyen csajos, ellazulós. Este megnézem, nevetek egy jót, és akkor tök jól lezárul a napom, meg igazából nagyon szépen mutatja be Párizst is, úgyhogy egyértelműen teljes mértékben olyan érzésem lesz tőle, hogy mindenképpen el akarok jutni ide.

- 16. Önnek mi a véleménye arról, hogy csak egy sorozat miatt utazik el valaki egy adott városba?**

Hát ez mindenkinek úgy az egyéni dolga, de szerintem ez egyáltalán nem rossz dolog. Attól függetlenül, hogy azért utazik oda, mert egy sorozatba látta, attól még egyébként egy jó élménye lesz róla, mert mégiscsak a kedvenc sorozatában látta, eljutott. Azonkívül lehet, hogy egy csomó más dolgot is látott, ami ugyanúgy tetszett neki, ami meg már nem a sorozathoz kötődik. Szóval szerintem, ha azért megy, ha nem, szerintem mindenképpen egy jó élmény.

- 17. Az Ön cégénél van lehetőség egyedi kéréses utazásra? (pl. a vendég megadja a tematikát és Önök összeállítják a programokat)**

Most például pont a Trónok harcánál volt egy ilyen, hogy az illető imádja a Trónok harcát és Edinburghba voltak, hogy ő mindenképpen meg akarja nézni, de nem konkrétan az volt, hogy most ott külön programok is kellenek neki. Csak egy szállás meg repülő, és akkor ő majd ott fölfedezi. Egyébként bármit megoldunk alapesetbe, szóval bármilyen kérést.

18. Tematikus utakban gondolkodtak-e már / vagy van jelenleg ilyen utazás?

Jelenleg nincsen ilyesmi tematikus utunk. Nem nagyon volt. Gondolkodni, még nem gondolkodtunk ilyenben egyébként. Mondom, nem is nagyon volt ilyen kérésünk igazából, de akármiről van szó, megoldunk gyakorlatilag bármit.

19. Ha igen, akkor milyen tematikájúak?

-

20. Ha van tematikus utazásuk, akkor melyik a legkeresettebb?

-

21. Milyenek a visszajelzések általában Párizsról?

Párizsról nagyon vegyes. Valakinek nagyon bejön, tetszik neki, és ha még úgy adódik, akkor visszamenne, de valaki teljesen kiábrándul belőle. Ahogy mondtam is, hogy nem azt kapja, mint amit a filmekbe lát, hanem tényleg ez a koszos, büdös, néhány helyen vannak szép részei, de hogy alapvetően kicsit rontják az illúziót ezek a dolgok. Úgyhogy eléggé vegyes. Sok embernek nem igazán tetszik ez a francia mentalitás, meg az emberek. Tehát egy kicsit a franciák nagyon szeretik saját magukat. és ha mennek is turisták, nem igazán akarnak megszólalni semmilyen más nyelven, mint a sajátjukon, ezért is mondom, hogy szeretik önmagukat. Úgyhogy nem a legkedvesebb. Persze, ebből is van kivétel, de alapvetően szokták ezt mondani, hogy nem igazán voltak kedvesek.

22. Hogyan zajlik egy tematikus út megszervezése?

A csoportos utakat általában nem mi szoktuk szervezni személy szerint, hanem magyar utazási irodákkal dolgozunk együtt, és akkor az ő útjaikat lehet nálunk foglalni. Mi is csak tovább értékesítjük, de ha úgy van, persze, szoktunk egyébként ilyeneket szervezni is, de nem olyan sűrűn. Hát azért az egy elég nagy feladat, egy ilyen csoportosnak az összetétele. Már eleve repülőről van szó, már az is húzós történet. Meg ugye mindenkinek a szállás, szóval ez tényleg egy elég komplex feladat, de az, hogyha még tematikus is, akkor még nagyobb erőfeszítést, meg még több agyalást igényel szerintem. Tehát akkor, ha valaki egy ilyen tematikus útra szeretne menni, akkor azt tényleg úgy kell megszervezni, hogy olyan feeling-je is legyen, hogy ő tényleg egy Emily Párizsban című útra jött. Úgyhogy az egy jó nagy munkát igényel, az egész biztos. És még lehet, hogy komplexebb, mint egy csoportos útnak a megszervezése, mert, akikkel együtt dolgozunk, ők is évente újra szervezik azokat az utakat, tehát már majdnem, hogy így kapásból megy nekik.

23. Párizsi utakat szerveznek-e?

Vannak általában csoportosak is. Ebből repülősök szoktak lenni általában, és akkor, Disneyland-et Harry Potter stúdióval szokták összekötni. Meg igazából egyénileg is szervezünk, tehát aki nem szeretne csoportosan, az egyéni utazásokat mi szoktuk összehozni.

24. Ön szerint egy tematikus útnak mit kell tartalmaznia?

Olyan helyszíneket, ahol ők is forgattak, vagy ahol ők is voltak, esetleg, amik így megjelentek a sorozatban. Ételek, italok, ilyen dolgokat, amit ott a sorozatban is láttál, vagy párizsi divatot is bele lehetne vinni.

25. Ön szerint mekkora kereslete lenne az ilyen tematikus útnak, ami az Emily Párizsban sorozattal kapcsolatos?

Leginkább a fiatalokat érdekelné, de a fiatalok meg annyira nem szoktak ilyen csoportos utakra menni. Tehát legalábbis nem olyan sokan, ők szeretik ezt az egyénit, és akkor magam felfedezem a dolgokat. Úgyhogy érdekes felvetés egyébként. Aztán lehet, hogy többen érdekeltek lennének benne, mint ahogy én gondolom, de mindenképpen ez a fiatalokat érintené.

26. Az Ön cégénél hogyan mérnék fel a keresletet? (a sorozattal kapcsolatos utazásra és úgy általánosságban is értve)

Igazából csak úgy szoktuk, hogy minden évben látjuk, hogy hova adjuk el a legtöbb utat, vagy mik azok a népszerű úticélok.

27. Milyen közlekedési eszközt javasolna? (az adott városba való eljutáshoz és a helyszíni közlekedéshez)

Mindenképpen tömegközlekedést. A városba bejutáshoz nem szoktunk transzfereket adni, egyrészt nagyon drága, másrészt sokkal egyszerűbb a tömegközlekedés. Busz, metró, ezek tökéletesek, sok helyen vonat is van, ami bevisz a városközpontba.

28. Milyen nevezetességeket szervezne bele a programba?

Igen, hogy nyilván tematikus, akkor így a forgatási helyszíneket, de mellette így nevezetességeket, hogy azért mégis csak eljön az ember Párizsba, akkor meg kell nézni a főbb látványosságokat. Hát a Sacré-Cœur-t szokták megnézni, az Eiffel-tornyot, akkor nagyon sokan keresik a Disneyland-et, esetleg nagyobb gyerekekkel már. Meg ez a Harry Potter stúdió is szokott menni néhány embernél, vagy esetleg egy hajózni.

29. A látványosságok belépőjegyei drágák vagy közép árkategóriába tartoznak?

Nem olcsó. Ha már egy egész család megy, akkor elég szép összegeket el lehet költeni. London és Párizs egyaránt drága helyeknek számítanak.

30. Milyen évszakban indítana csoportokat Párizsba? Indokolja is!

Vagy tavasszal, vagy ősszel. Nyáron nagyon meleg van, télen pedig nagyjából ugyanilyen idő van, mint itthon, úgyhogy ez a tökéletes.

31. Hány napos utat szervezne?

Ilyen négy-öt naposnál többet nem. Igazából nem kell annál több, kényelmesen be lehet járni ezeket a helyszíneket.

32. Kiknek ajánlaná?

Hát Disneyland-et olyan családoknak, akiknél már nagyobbak a gyerekek. Tehát fel tudják fogni, hogy hol vannak, mondjuk ilyen tíz év körüliek, meg bírják is ugye magát az utazást. Tehát mindenképpen olyanoknak, akik bírják, hogy mennek egész nap. Mert igazából ezeknek az a lényege, hogy elmész és felfedezed a várost, úgyhogy mindenképpen azoknak, akik ezt szeretik ezt a felfedezést. Hogyha meg Emily Párizsban, akkor nyilván, aki látta a sorozatot.

33. Milyen árkategóriában mozogna a tematikus csomag?

Párizs nem szokott olcsó lenni, tehát eleve a repülőjegyekkel meg mindennel együtt ilyen biztos, hogy szokott ilyen háromszáz-, négyszázezer forint között lenni.

34. Mekkora csoportot indítana el?

Annyira nem nagyot. Szerintem egyébként, ilyen húsz fő körülire szokták talán csinálni, de még lehet, hogy az is sok. Maximum ez a húsz fő.