



Clausurado el IV TOURISFILM – Jornadas de Turismo e Industria Audiovisual.

EL TURISMO DEBE APOSTAR POR LAS OFICINAS DE RODAJE.



D. Andrés Martínez Castellà, Alcalde de Peñíscola y Dña. Belén Miguel Beltrán, Directora de Turismo

FESYCO y la **Asociación Española de Directores de Hoteles (AEDH)** han celebrado los pasados días 2 y 3 de junio el **IV TourisFilm - Jornadas de Turismo e Industria Audiovisual**. Este ciclo de interesantes e importantes charlas han tenido lugar en el Auditorio de la Escuela Superior de Hostelería de Madrid. A esta actividad subvencionada por la **Secretaría de Estado de Cultura del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte**, con el patrocinio de la **Asociación Turismo de Madrid**, han acudido profesionales del sector turístico y de los medios audiovisuales. A lo largo de estas dos jornadas se ha debatido, pero también y eso es lo más importante, se han presentado propuestas, algunas ya realidades, para que -a pesar de la falta de coordinación de las altas esferas de la política- turismo e industria audiovisual trabajen juntos para conseguir un bien común: *“Dar a conocer, a través del cine, las series de televisión e incluso de los anuncios publicitarios, la mejor imagen de España”* y conseguir tanto atraer rodajes internacionales como turistas interesados en visitar las localizaciones de los audiovisuales que han visto”.

Se ha hablado de problemas por los que atraviesan ambos sectores -el audiovisual y el turístico- y en lo que todos han estado de acuerdo en que es una de nuestras principales fuentes de ingresos y necesita una mayor atención. Por ello y **tras estas dos interesantes jornadas se deduce que el objetivo y por lo que hay que apostar y fuerte es por las llamadas Oficinas de Cine**. Son las encargadas de gestionar y dar facilidades para los rodajes en sus respectivas localidades. Además supone **un nuevo nicho de negocio turístico** ya que las imágenes de aquellos lugares que aparecen se convierten en un protagonista más y dan lugar a la creación de rutas y una serie de actividades de ocio que repercuten en la economía de las localidades en las que se ha rodado. El ejemplo más reciente lo tenemos con la serie del momento **“Juego de tronos”**, la colaboración en el refuerzo de servicios **10.000 euros con un retorno publicitario de más de 35 millones de euros** y como destacaba en su intervención **Belén Miguel Beltrán**, directora de Turismo del Ayuntamiento de Peñíscola *“Antes de la emisión de la serie ya había más de 5.000 referencias en las redes sociales. Nosotros lo único que hacemos es facilitar la faena”*.

En este mismo camino ya se encuentran y pisando con fuerza la **Segovia Film Office**, la **Oficina de Cine de Alcalá de Henares** o la iniciativa privada de **Carpetania Madrid**.

Otro ejemplo de sinergia entre lo audiovisual y el turismo en España es la propuesta de **Chinese Friendly**. En el gigante asiático son cerca de 1.400 millones de habitantes de los que solo 300 millones se pueden permitir salir fuera de viaje como turista. Por este motivo diversos programas y series de televisión están ambientadas en buena parte en España mostrando algunos de los lugares más emblemáticos y nuestro folklore y tradiciones. “Divas hit the road”, “Contigo” o “La ruta”, son algunos ejemplos que muestran imágenes positivas y amables de nuestro país y animan a que nos visiten.

Estas **IV Jornadas de Turismo e Industria Audiovisual** han contado también con otros colaboradores de lujo como son **Vinos y Cavas Maset, Cervezas Enigma, Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, Fepet, BAI, Carlos Puech Audiovisual Business Management, APPA, UNAV, Fundación First Team** y la **Escuela Superior de Hostelería y Turismo de Madrid**.