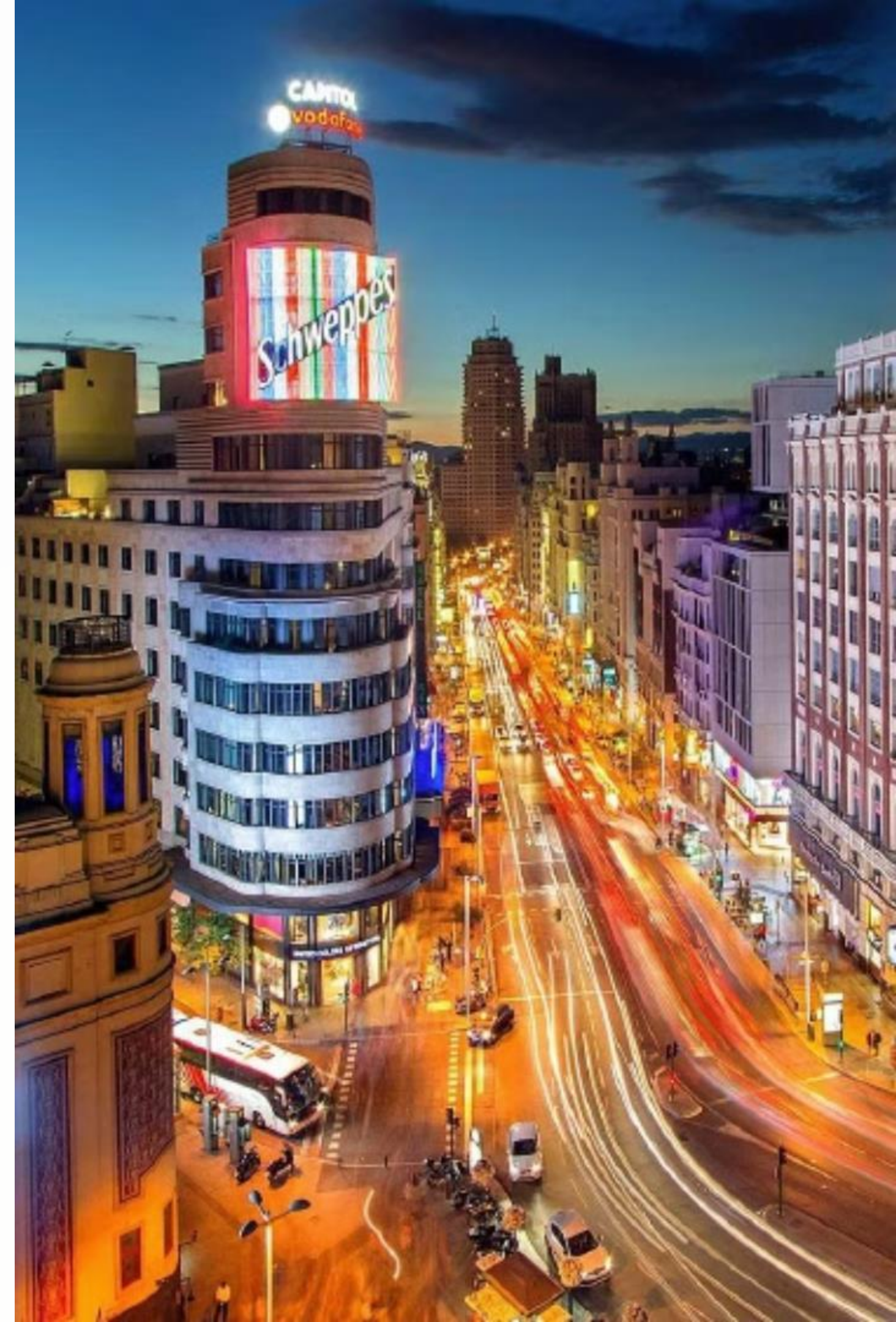


Turismo de Pantalla en Madrid: claves de un subsegmento de futuro

Presentación del Informe realizado por ObservaTUR y las universidades
Autónoma y Carlos III, con el patrocinio de Madrid Film Office





Introducción al turismo de pantalla

Definición

El turismo de pantalla conecta la fascinación del público por el cine y las series, con el deseo de visitar los lugares y destinos donde se graban.

Tendencia

El turismo de pantalla inspira ya a millones de viajeros al año, consolidándose como tendencia clave del turismo cultural.

Madrid, y cada vez más destinos, lo incluyen dentro de sus estrategias turísticas.

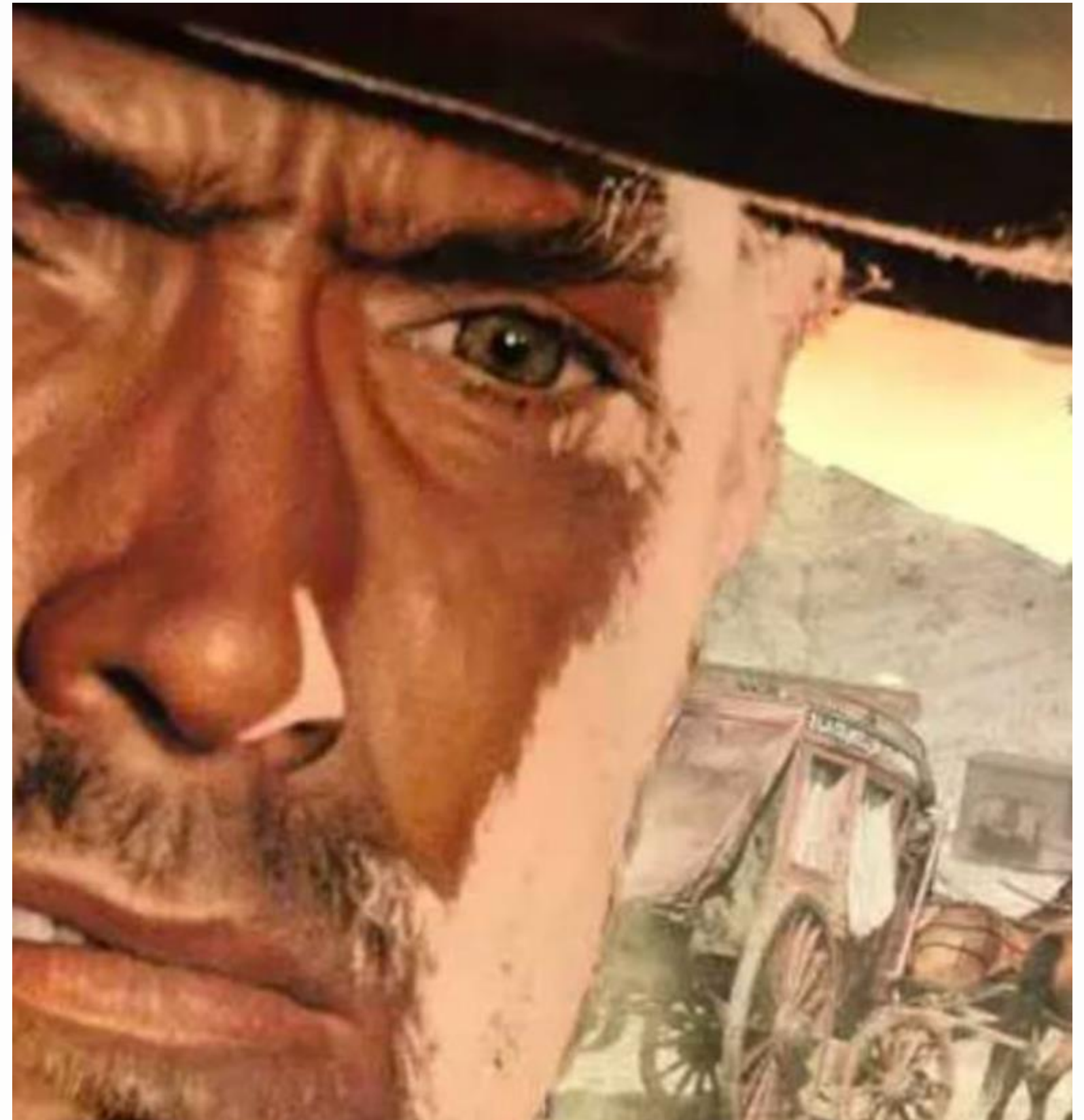
Impacto

En febrero de 2024, según Kantar, el 70% de los hogares en España están abonados a plataformas de streaming.

Chinchón vio aumentar sus búsquedas un 600% en Google cuando aparecieron las noticias del rodaje de Wes Anderson.

Objetivos del estudio

- Conectar los sectores turístico y audiovisual, que resultan dos pilares clave de la economía (madrileña).
- Proponer ideas que impulsen la colaboración y generen nuevas oportunidades de desarrollo.
- Ofrecer una primera aproximación a las claves de un turismo de pantalla como segmento estratégico y motor de futuro.



Apuntes metodológicos

2 Entrevistas personales

- 15 entrevistas realizadas con profesionales del turismo y el audiovisual.
- Formato: Presencial, remoto (Google Meet, Teams) o telefónico, según disponibilidad.
- Duración media: 60 minutos.

1 Cuestionario estructurado

- 20 preguntas abiertas distribuidas en 5 bloques: Visión general, óptica del turista, comercialización, promoción y fórmulas de colaboración.
- Flexibilidad para incorporar temas adicionales relevantes sugeridos por los entrevistados.

3 Análisis y resultados

- Contenido analizado y presentado de forma agregada.
- Se incorporó 'background' documental compartido por algunos entrevistados (informes y materiales de apoyo).

Tendencias globales del turismo de pantalla

100M

Viajeros anuales motivados actualmente por producciones audiovisuales

Datos ONU Turismo

6,8%

Tasa anual de crecimiento

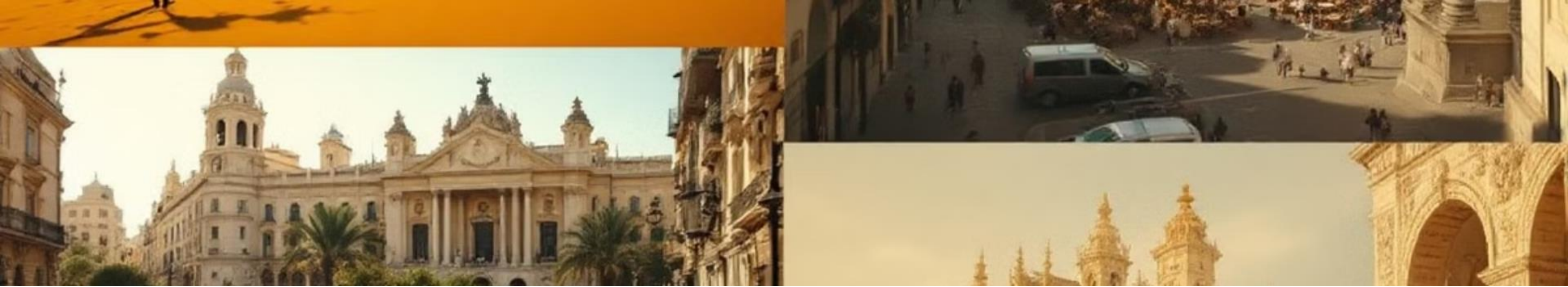
Future Market Insights

122.000M€

Proyección valor de mercado para 2032

Future Market Insights.





Madrid Capital: epicentro audiovisual de España



55 Series



41 Películas



419+ Anuncios



MFO 3000 Asistencias

En 2023 Madrid Comunidad al menos 54 municipios acogieron rodajes audiovisuales con un total regional de unas 1.000 producciones y un crecimiento anual del 17% respecto al año anterior

"La gran diversidad de localizaciones en Madrid permite recrear cualquier escenario, desde desiertos hasta paisajes urbanos y rurales".

Madrid en la pantalla: imagen y turismo

1 Producciones icónicas

- La casa de papel, Élite o Valeria han amplificado la imagen de Madrid
- Generan un amplio interés en localizaciones específicas, como el Banco de España o la Gran Vía

2 Atracción turística

- Aumento significativo de visitantes interesados en localizaciones de rodaje.
- 65% de los viajeros asocia lugares de rodaje con experiencias turísticas únicas

3 Madrid potencial estratégico

“El turismo de pantalla por tanto es una oportunidad estratégica por su capacidad de diversificar la oferta turística y potenciar la marca Madrid como destino global”





Retos y oportunidades turismo pantalla Madrid

Fortalezas

- Elevado número de producciones audiovisuales (a mayor número de obras, mayor potencialidad turística)
- Auge del turismo de experiencias en todo el mundo
- Importancia creciente de las localizaciones en las tramas
- Deseos de viajar a los destinos vistos en tiempos de pandemia
- Diversidad del paisaje y versatilidad del territorio para todo tipo de obras

Debilidades

- Reducido número de contenidos audiovisuales de éxito internacional
- Ausencia de un icono turístico claro
- Bajo nivel de conocimiento entre el público de las rutas turísticas actuales
- Valor perecedero o "efímero" de las obras audiovisuales vs necesidad de tiempo para desarrollar nuevas rutas
- Diálogo insuficiente (cuando no nulo) entre industrias



Retos y oportunidades turismo pantalla Madrid

Oportunidades

- Bien empaquetado, cualquier punto o localización puede transformarse en un icono turístico
- Auge del contenido de las plataformas
- Nivel de implicación con margen de mejora amplio en muchos municipios de la región
- Posicionamiento de Madrid en la industria audiovisual: incentivos fiscales hasta 30%, infraestructuras y 'service', talento, horas de sol, conectividad, seguridad...

Amenazas

- Posibilidad de 'quemar' los destinos o localizaciones en el plano audiovisual al popularizarse en exceso
- Masificación de los puntos turísticos de éxito
- Molestias y quejas vecinales
- Incentivos insuficiente a ojos de la producción que derive en fuga territorial
- Trato disímil en la gestión de permisos (producciones internacionales vs. nacionales)
- Trabas administrativas



Premisas para impulsar el turismo de pantalla

Eje estratégico

El desarrollo del turismo de pantalla debe integrarse como un eje estratégico en la promoción turística y audiovisual de Madrid.

Visión colaborativa

Se requiere una visión colaborativa entre instituciones, la industria audiovisual y el sector turístico para maximizar los beneficios.

Sostenibilidad y respeto

La sostenibilidad y el respeto a las localizaciones son claves para garantizar el éxito a largo plazo.

Actuaciones para impulsar el turismo de pantalla

COORDINACIÓN	PROMOCION	DIVULGACION	COMERCIALIZACION
• Constituir un órgano de colaboración y coordinación entre ambas industrias. • Participación de la industria turística en el Clúster Audiovisual de Madrid • Realizar análisis y encuestas a turistas para conocer mejor este segmento.	• Incrementar las acciones publicitarias y comunicativas • Emplear tecnologías avanzadas par promocionar enclaves (Realidad Aumentada o la IA aplicada a la promoción) • Mas microsites de Turismo de pantalla en línea con MFO • Perserverar con la presencia en FITUR • Continuar con las rutas y los "moovi-maps" (FICMATUR) • Elaborar una guía de turismo de pantalla de la Comunidad de Madrid	• Implementar señalética específica en puntos significativos de rodajes • Crear una colección permanente de elementos iconográficos • Exposiciones itinerantes por los municipios de la comunidad • Placas conmemorativas en la ubicación de rodajes emblemáticos • Jornadas de sensibilización. • Creación de nuevas rutas temáticas	• Promover acciones conjuntas con otros territorios para optar al programa de Experiencias Turísticas de la Secretaría de Estado de Turismo. • Promover canales de comercialización de experiencias de pantalla • Diseñar un catálogo de experiencias turísticas de cine • Diseño específico de merchandising asociado a los films y las localizaciones.

Conclusiones

Oportunidad

El turismo de pantalla es una oportunidad única para diversificar la oferta turística y fortalecer la proyección internacional de Madrid.

Potencial

Madrid tiene todo lo necesario para consolidarse como un referente global en este segmento emergente.





Hagamos que Madrid sea el
destino que todos quieran
ver... y visitar