El turisme cinematogràfic

El Patronat de Turisme ha organitzat un curs per a empresaris i agents del sector públic interessats a conèixer com es pot gestionar i què necessitarà el turisme que pot generar la filmació de les darreres pel·lícules i sèries a Girona



L'expert en innovaci tur stica, Jimmi Pons, ahir al mat durant la seva exposici , Foto: QUIM PUIG.

El turisme és un dels principals motors de l'economia gironina i en els darrers anys s'han viscut molt canvis de models d'estructuració, comunicació i comercialització. El sector a les comarques gironines domina a la perfecció com ha de gestionar el turisme de sol i platja, el cultural, el gastronòmic i, fins i tot, el de golf, però fins ara ningú no els havia parlat del turisme cinematogràfic i de com aprofitar la producció de pel·lícules, sèries i anuncis de televisió per vendre's millor. El rodatge aquests darrers mesos de dues grans produccions com són Ocho apellidos catalanes i Joc de trons, que s'estrenarà l'abril vinent, han posat la demarcació i la ciutat de Girona, en particular, en el mapa d'aquesta mena de turisme i els professionals tenen moltes incògnites de com s'haurà de gestionar.

És per això que el Patronat de Turisme de les comarques gironines va reunir ahir representants del sector i tècnics d'ajuntaments i de promoció econòmica en el marc del programa de les jornades Turisme 360º, que es van fer al Parc Científic i Tecnològic per començar a treballar. En el curs van intervenir Eugeni Osácar, professor del CETT i autor de dos llibres que relacionen cinema i turisme (Barcelona de pel·lícula i Catalunya de pel·lícula) i Jimmi Pons, expert en innovació turística, internet, comercialització i promoció de destinacions. Tant Osácar com Pons van coincidir que Girona “funciona relativament bé com a plató” i que “és entre les quatre o cinc primeres ciutats de Catalunya amb nombre total de rodatges”.

Per Osácar no s'ha de caure en el que fan habitualment els organismes de promoció, que és esperar l'estrena d'una pel·lícula o sèrie per començar les accions (habitualment s'hi fan rutes amb guies o s'hi munten plafons als indrets que es veuen en el film). “Jo els dic que va molt bé planificar prèviament, com fan al Regne Unit, Nova Zelanda i Malta, entre d'altres, que ja ho tenen molt definit”, va dir. I va posar com a exemple l'estrena de la sèrie Joc de trons, que té milions de seguidors a tot el món, però de la qual la productora, HBO, manté en absolut secretisme les imatges que s'hi podran veure. Per això, Osácar creu que Girona no es pot estar quieta esperant l'estrena, sinó que ha d'utilitzar les xarxes per anar fent memòria o identificar el públic interessat en la sèrie i en el turisme cinematogràfic “per conèixer de primera mà quines son les seves necessitats” i perquè quan arribi a Girona trobi el que necessita. “Aquest turisme quan s'estructura i planifica bé només pot portar beneficis al territori que ho fa”, va dir.

De la seva banda, Pont també va recomanar als assistents que busquin la manera de diferenciar-se d'altres indrets, que innovin i que busquin la manera d'atraure “els localitzadors d'indrets per a pel·lícules per ensenyar-los Girona” i, sobretot, que els “donin moltes facilitats”.

Publicat a:
-El Punt Avui. Comarques Gironines 24-02-2016 Pàgina 10

Font del document:
http://www.elpuntavui.cat/economia/article/18-economia/944300-el-turisme-cinematografic.html