



Acuerdo de Turespaña con Netflix

Reyes Maroto y Ted Sarandos, co-CEO de Netflix, firman un acuerdo para hacer de las películas y series filmadas en España un recurso turístico

- Turespaña se alía con Netflix para diseñar nuevos productos turísticos en torno a la industria audiovisual

29 de junio de 2021.- La ministra de Industria, Comercio y Turismo, **Reyes Maroto**, y el co-CEO de Netflix, **Ted Sarandos**, han firmado un acuerdo para utilizar las series y películas grabadas en España como un recurso turístico que ayude a la recuperación del sector tras la fuerte caída de la demanda internacional derivada de la crisis sanitaria de la Covid.

Algunas de las nuevas producciones previstas en España son la serie *Jaguar* en Almería; *Feria* en Barcelona, Cádiz y Huelva; *Tú no eres especial* en Navarra; *Intimidación* en Bilbao y *Bienvenidos a Edén* en Lanzarote y Barcelona. También películas como *Fuimos Canciones* o *Las niñas de cristal* en Madrid; *La Bestia* en Teruel, *Centauro* en diferentes localizaciones de Cataluña y Aragón o *A través de mi ventana* en Barcelona.

Reyes Maroto apuesta por construir un turismo “de más calidad, desestacionalizado y vertebrador del territorio” que permita añadir al “sol y playa otros productos turísticos atractivos y que sumen valor al sector”. La ministra ha explicado en numerosas ocasiones la necesidad de trabajar y colaborar para diversificar la oferta turística y atraer turistas de mayor gasto

que buscan experiencias únicas, y el turismo de rodajes puede ser un atractivo turístico con gran crecimiento en los próximos años.

La colaboración entre Netflix y Turespaña fortalece el vínculo entre la producción audiovisual en España y el turismo. Esta unión tiene como objetivo crear sinergias y contribuir a la recuperación del país, reforzando la marca turística España y ampliando el conocimiento de la riqueza y diversidad cultural de nuestro país.

"Hay que orientar la promoción y el marketing turístico allí donde están los consumidores y a aquellas plataformas y canales que modulan la opinión de los consumidores, en nuestro caso de los viajeros", ha asegurado el director general de Turespaña, **Miguel Sanz**.

Netflix permite conectar a los creadores españoles con las audiencias globales. El estudio Impacto de los Servicios Internacionales de Entretenimiento en la Afinidad Cultural y el Turismo, realizado por la plataforma de entretenimiento, refleja que el consumo de contenido español aumenta el interés y la afinidad hacia muchos elementos de nuestra cultura ofreciendo un gran potencial para incrementar el turismo en el país.

Netflix ha lanzado un vídeo promocional en redes sociales, dentro de su acuerdo con Turespaña, mostrando los rincones más icónicos de nuestra geografía, nuestra cultura y nuestro estilo de vida a través de fragmentos de las películas y series de esta plataforma. Bajo el título ¿Cómo dirías que es España sin decirlo? El vídeo expresa que "España es sobremesa hasta la cena, verbenas, siglos de historia, playa todo el año, aunque el agua esté helada. Es la sensación de que no te has montado una película porque aquí la vida es así, por eso nuestras historias conectan con todo el mundo".

Enlace al vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=k3dSFccOw18>