



Spain Film Commission en Spain Travel Market Europa 2026 (Pamplona)

Los días 14, 15 y 16 de septiembre Spain Film Commission participó en el workshop organizado por Turespaña, Spain European Travel Market, donde cerca de 80 operadores europeos fueron invitados a conocer la oferta de empresas y destinos españoles. El viaje fue precedido y continuado con viajes de familiarización en CCAA como la propia Navarra o La Rioja.

Formato y citas

El formato fue de workshop tradicional, en el cual los vendedores contaban con una mesa y los compradores iban pivotando entre mesas, a partir de las citas previamente cerradas a través de una aplicación móvil. Desde dicha aplicación se podía acceder a la información de contacto, así como gestionar la agenda. Además de dicha aplicación, los vendedores teníamos un catálogo con la misma información, con espacio para tomar notas tras las citas.

En total se mantuvieron **29 encuentros**, con diferentes tipologías de operadores, de diferentes países (ver lista en la última página). Dado que las citas eran de un máximo de diez minutos, en la mayoría de los casos se convino con ellos en realizar un seguimiento posterior, con el envío del dossier. Si bien algunas de las citas programadas no tuvieron lugar por la no asistencia de los compradores, en general el tiempo fue bien aprovechado y se realizaron algunas entrevistas de interés.



Conclusiones del evento

Como primera conclusión, podemos decir que **el concepto fue bien recibido**. Muchos de los operadores eran aficionados a las series o las películas, y si bien no conocían todos los contenidos integrados en el dossier, les resultó atractivo el servicio ofrecido. Algunos de los operadores llegaron a plantearse **incorporar localizaciones en algunos de los tours ya existentes o incluso crear uno nuevo sobre la temática del set-jetting**.

En general resultó sencillo explicar qué es Spain Film Commission y la tendencia del set-jetting, dado que es algo ya consolidado en el sector. También resultó de interés para otros vendedores, agencias receptoras, alojamientos o destinos, menos conocedores de la tendencia del screen tourism. Fruto de ello se generó un primer contacto con Paradores.



Conclusiones y recomendaciones para el futuro

Algunas de las conclusiones y recomendaciones más concretas para el futuro:

Repetir experiencia

Sería bueno repetir la experiencia en futuros workshops, ya sea en misiones inversas o directas, a partir del calendario de acciones programadas por Turespaña. Para ello se deberá primero realizar una segmentación geográfica y elegir aquellos mercados emisores de mayor potencial.

Mejorar materiales

En esta ocasión se llevaron tres materiales en inglés:

- Dossier largo, con explicaciones sobre Spain Film Commission / Set-jetting Spain, la tendencia del set-jetting, listado de experiencias y las localizaciones visitables , festivales de cine y cierre
- Dossier corto, sin el detalle de las experiencias por serie / película / director / estrella de cine
- Cartela con código QR a la versión larga

A futuro, sería recomendable optimizar estos materiales

A futuro, sería recomendable optimizar estos materiales a tenor de la experiencia vivida. Así, se sugiere:

- **Corregir errores detectados** en los dosieres, tanto de formato como de traducción
- **Incorporar fotografías de las series y películas**, así como de las localizaciones concretas dado que esto es lo que puede generar mayor inspiración.
- **Contar con dichas fotografías en una presentación aparte**, solo con dichas imágenes e nombres de las series / películas, para una presentación aún más corta y de impacto. Sería bueno que dicha presentación (ppt) pudiera incorporar dos fotografías por serie o película, es decir, una foto de la grabación en dicha localización y otra en paralelo de la localización como se encuentra en la realidad. También de personas disfrutando de la experiencia desarrollada (realizando la ruta o visita guiada, escaneando QR, mirando paneles interpretativos, etc.), en caso de que se pueda disponer de fotografías de este tipo.
- **Materiales por mercados emisores**: Dado que no todas las series y películas tienen el mismo nivel de conocimiento en todos los países, con la información que puedan ofrecer las productoras, se sugiere realizar dosieres por mercado emisor. Por ejemplo, en el caso de Alemania, donde esta tendencia parece estar más desarrollada, nos hablaron de la película-documental "*Ich bin dann mal weg*", sobre el Camino de Santiago. Al parecer esta película de 2015 tuvo un gran éxito y motivó mucho interés por el Camino. Esto permitiría tener materiales específicos por mercados en el caso de que se asista a acciones comerciales con participación de operadores de dicho país / región, o para enviar a las oficinas españolas en dicho país o área geográfica.



A futuro, sería recomendable optimizar estos materiales

- En este sentido, también, se recomienda que durante la Convención de Turespaña de este año, que tendrá lugar en Zaragoza, se trate de **programar citas con los directoras y directoras de aquellos mercados que pudieran ser de mayor interés**: Alemania, Italia, Francia, Reino Unido, Estados Unidos, India o Japón.
- **Incorporar más producciones de impacto internacional**: Resultaba sencillo generar interés al explicar las localizaciones de Juego de Tronos y, hasta cierto punto, de La Casa de Papel, Berlín o El Camino. Sin embargo, la larga lista de series o películas de éxito solo en España no aportaba mayor valor dado que los operadores los desconocían.
- **Diseñar piezas de comunicación** de mayor impacto visual y fácil consumo, como infografías y vídeos cortos.
- **Diálogo con otras redes**: Como red destinos de turismo cultural, Spain Film Commission podría entablar diálogo con otras redes con las que colaborar en ámbitos turísticos. Así, pareciera bastante natural hacerlo con la red de Ciudades Patrimonio de la Humanidad o con la España Verde.



Otros ámbitos de trabajo y sugerencias

- Si bien no parece urgente a corto plazo, sería interesante reflexionar sobre la conveniencia de **establecer contacto y líneas de colaboración con agencias receptoras** en los principales destinos de SFC, con el fin último de poder llevar producto "comprable" a las acciones de comercialización. Con las acciones a público final o contenidos en redes sociales se genera interés en la demanda final, pero de cara a los agentes intermediarios llegará un punto que sería necesario aportar producto concreto, con precio, para provocar un impacto real en los destinos.
- **Integración de las DMO en SFC:** Si bien el formato puede ser como socios o como colaboradores, si el set-jetting sigue creciendo, podría valorarse la integración de las DMO de municipios, diputaciones o CCAA en SFC, creando así un "capítulo" de turismo, tal y como tiene la red de Ciudades Patrimonio.
- **Reforzar relación con Turespaña y las CCAA:** Aunque es probable que sea la propia Turespaña la que tenga interés en que SFC participe en nuevas acciones, se sugiere reforzar las acciones de relaciones públicas con este organismo y con las agencias de turismo de las CCAA, con el fin de que identifiquen a SFC como el interlocutor adecuado para todo lo relativo a set-jetting

[Home](#) [About](#) [Stats](#) [Contact](#)

 TRIPPING ON TRAVEL

Jun 21 · Written By Brian

TAKING THE ULTIMATE HARRY POTTER FAN VACATION

WE TRAVEL TO LONDON, ENGLAND AND EDINBURGH, SCOTLAND FOR A TWO-WEEK VACATION PACKED FULL OF HARRY POTTER-THEMED SIGHTS, FILMING LOCATIONS, ACTIVITIES, TOURS, AND MORE - THE ULTIMATE VACATION FOR TWO ARDENT FANS OF HARRY POTTER AND ALL THINGS WIZARDING WORLD!



Inscripción obligatoria: vallanoche.es
plazas limitadas hasta completar aforo

Actividad gratuita de 14 a 30 años

RUTA TEATRALIZADA MEMENTO MORI



20.00h
SÁBADO 25 de NOVIEMBRE
OFICINA de TURISMO



Organizado por:



Ayuntamiento de Valladolid



JUVEN TUD

Financiado por:

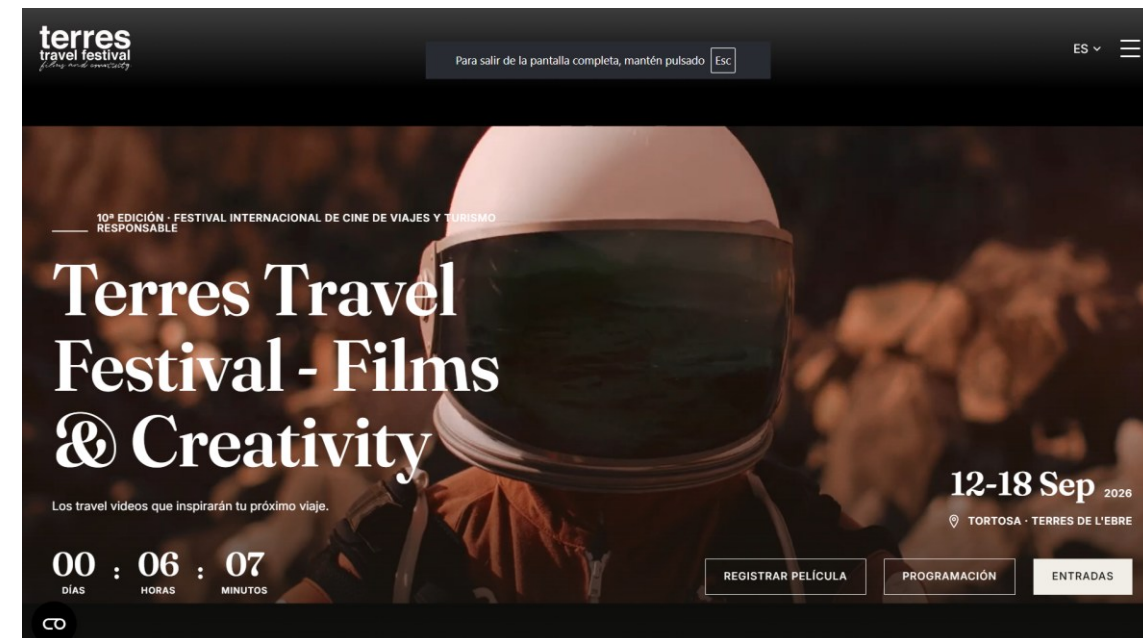
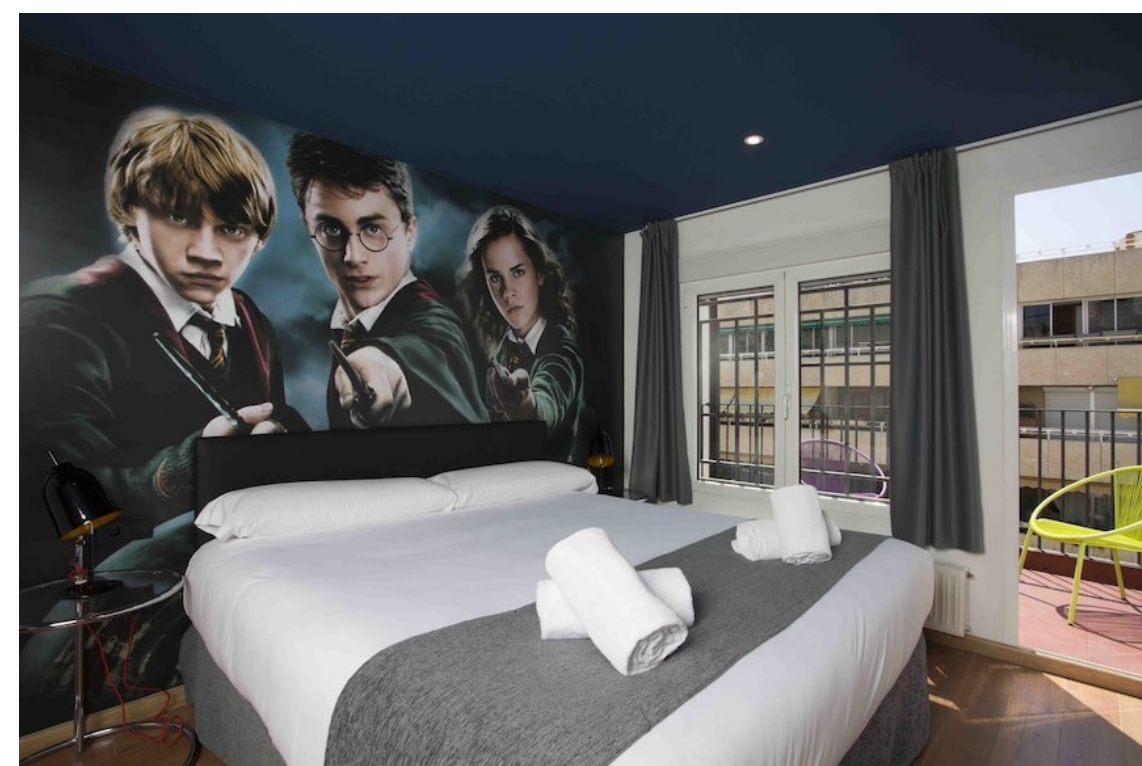


Colabora:



Otros ámbitos de trabajo y sugerencias

- Elaborar una lista de alojamientos temáticos de cine
- De manera similar a lo que desarrolla el Instituto de Gastronomía, Cultura, Arte y Turismo con su concurso de cine gastronómico (<https://www.foodfilmmenu.org/>), podría lanzarse un concurso de películas turísticas, con una regularidad bienal. Una alternativa más sencilla sería la de apoyar un festival similar ya preexistente, como es Terres: <https://terresfestival.com/es/>
- Conferencia internacional de turismo literario y de cine en marzo 2027: En unos meses tendrá lugar la cuarta edición de esta conferencia, en Groningen (Países Bajos). Analizar y valorar presentar una comunicación.



Lista de agentes entrevistados

Compañía	Nombre	País	Compañía	Nombre	País
Adventura Travel Agency	Andrea Sedlackova	Chequía	Pinto Lopes Viagens	Freddy Castro	Portugal
Caminos by Casas Cantábricas	Antonio Cortijo	Reino Unido	Rena Travel	Ogulcan Tatar	Turquía
Chianti Tours	Maria-Louice Nilsson	Suecia	Solfaktor	Johan Seifert Teide	Dinamarca
Kyklos Travel	Yorgos Matsioulas	Grecia	Tejus	André Gabriel	Portugal
Din Vinresa	Sandra Piksis	Suecia	Topflight	Marta Graham	Irlanda
DN Travel and Events	Dorine Naeye	Bélgica	Vacances sur mesure	Nasser Zein Adbdin	Francia
Europa World	Valentina Musso	Italia	Viandante Events	Anna Lipasti	Finlandia
Follow the Camino	Aimará Pozzerle	Irlanda	Walk the Camino LTD	Caroline Diaz	Reino Unido
Funtastic Travel	Simon Felix	Suiza	WECO Travel Services	Tomira Korniluk	Polonia
Happy Tour	Dana Ramona Radu	Rumanía	Wildspace Project	Arron Roberts	Reino Unido
Humtour Rural Adventures	Ágnes Diószeghy Szabó	Hungría	Wolters Rundreisen	Florian Averbeck	Alemania
Jambo Tours	Erik Jesper Eriksson	Suecia	Tour Magazine	Camilla Ahmed	Italia
Life in Style	Inga Bytaute	Lituania	Thinkbig Travel	Hazal Aydogan	Turquía
Nordic DMC	Judit Simonsson	Suecia	Present Tour	Murat Kartal	Turquía
Passion Voyage	Sheung-Sheung lu	Francia	Galileo Travel	Goran Koscak	Croacia