



El moderador (izda) junto a Mikel Irujo, Javier Lacunza y Ali Urrusolo, ayer en Bardenas. Foto: F. Pérez-Nievas

## Cinema Travel, unión de turismo y cine, nace con 'Akelarre' y 'D'artacan'

La empresa navarra busca ofrecer experiencias a los visitantes bajo el lema de que "el buen cine no se ve, se vive"

**TUDELA** – Tratar de vender la experiencia de la película en vivo y que cada espectador pueda recrear en su propia piel las escenas vividas en pantallas, son algunos de los objetivos de la firma Cinema Travel nacida en Navarra (Baztán) y que se

anuncia como "El primer market place de viajes y experiencias de cine". El caso de *Juego de Tronos* y la cantidad de turistas y movimiento que generó la visita a los lugares de rodaje es el mejor exponente de que existe un nicho de mercado y la firma navarra busca explotarlo.

Ayer su responsable, Ali Urrusolo, lo presentó en el centro de interpretación de Bardenas Reales en el marco de *Lo Que Viene* y en breve viajará también a Fitur. Sus dos primeras películas con las que tratará de

sumergirse a los turistas-espectadores en los escenarios merced a viajes de dos días son *Akelarre* y *D'artacan* y *los tres Mosqueteros*. "Queremos que Navarra sea el epicentro de ese destino de cine y que España llegue a ser el primer destino de turismo en el mundo. Solo nos separan 8 millones de Francia", señaló Urrusolo.

Para el director de la firma, que lleva cinco años diseñando la oferta, "el cine va a ser hiperpersonalizado, cada uno va a tener su propia pelí-

### TURISTA-ESPECTADOR

● **Estrategia.** El responsable de la Spain Film Commission, Carlos Rosado, defendió "convertir al espectador en turista" y aseguró que "muchísima gente decide sus vacaciones en virtud de lo que ha visto en las pantallas, más de 80 millones de espectadores en 2018 lo hicieron. Un incremento del doble en los últimos cinco años. Esto exige estrategias coordinadas".

cula y vamos a tener nuestra propia experiencia. Otros niños van a querer ser *D'artacan* y se van a sentir caballeros de *mosqueteros*", aseguró. Así en el caso de *D'artacan* ofrecen visitas a los escenarios como Pamplona (Caballo Blanco), castillos de Javier y Olite a lo que se unen paseos a caballo e incluso lecciones de esgrima o recreación de alguna batalla.

Urrusolo señaló que esta iniciativa surgió con la trilogía de *El Hobbit*, donde empresas de viajes y productora fueron de la mano. Donde había un estreno acompañaban agencias de viajes a Nueva Zelanda. La respuesta fue la llegada de 700.000 turistas y un incremento del 40%. "El gasto de este turismo no son los 9 euros de la entrada, son 300 euros que cuesta 3 días o 2.100 euros de un viaje internacional. Hay dinero para todos, la oportunidad está ahí y las productoras tienen que tener también su porcentaje".

La nueva versión de los *Mosqueteros* cuenta con muchos de los escenarios que esta empresa pidió a la productora para poder explotarlo como producto turístico, "los castillos son reales, la zona de Pamplona es real, lo que queríamos para la explotación turística ya está en la

película y nos han aceptado todo".

Según las cifras que mostró ayer, en España el turismo genera 142.000 millones de euros y la taquilla de los cines 546 millones de euros, según las cifras de 2018. "Con que consigamos generar un 1% de ese turismo ya son 142 millones de euros, más que todo el sector de cine español". En su intervención repitió que "el buen cine no se ve, se vive". En su página web aparecen también algunos de sus otros proyectos como *Akelarre*, *El guardián invisible*, *Juego de Tronos*, *El hombre que mató a Don Quijote* y *La casa de papel*.

**DESDE EL GOBIERNO** En la misma mesa redonda estuvieron también presentes Mikel Irujo, consejero de Desarrollo Económico del Gobierno de Navarra, Javier Lacunza, director gerente de Navarra de Infraestructuras de Cultura, Deporte y Ocio (NICDO) y Mamen Casal, coordinadora de producción de la serie *3 Caminos*.

Mamen Casal elogió la ayuda y la difusión de Navarra que hacen desde NICDO, "fue fundamental el apoyo del Gobierno de Navarra. Se apasionan con su trabajo, te enseñan todo Navarra y luego elegimos donde contar mejor la historia. Durante seis días buscamos exteriores en Navarra". En este sentido, Lacunza puso el ejemplo de la serie *3 Caminos* (sobre el Camino de Santiago) en el que "se ha sido inteligente. Sobre un proyecto ha sido posible poner la serie al servicio de la promoción turística, ras modificar el rodaje y el guión" para que Navarra tuviera más protagonismo y destacar al parte que les interesaba. Por su parte el consejero Irujo destacó la diversidad paisajística y climática de Navarra que, unido a las facilidades fiscales, son una garantía para atraer proyectos como está sucediendo desde hace cuatro años. – F. Pérez-Nievas