

Regulamentação da Film Commission e sua importância estratégica para o desenvolvimento do turismo nacional

Audiência Pública no Congresso Nacional
Christiano Lima Braga - Embratur

ENQUADRAR / CONSTRUÇÃO DE UMA POLÍTICA PÚBLICA DE DESENVOLVIMENTO

Externalidades / Transbordamento do Audiovisual para outros setores:

- Promoção da Imagem (destinos, país, regiões)
- Impactos no Turismo / potencial do Turismo de Tela
- Receitas econômicas, Emprego e Renda
- Fortalecimento de Territórios (infra estrutura, capital humano etc.)

Há quase dois anos a Embratur iniciou esse trabalho...



TURISMO DE TELA

- Evolução do turismo cinematográfico (set-jetting)
- Conceito ampliado: filmes, séries, novelas, reality shows, clipes, jogos digitais etc.
- Influência crescente do streaming e da produção seriada

PANORAMA GLOBAL DO TURISMO DE TELA

- Em 2023: cerca de US\$ 70 milhões (Statista)
- Estimativa de 80 milhões de turistas influenciados por conteúdos audiovisuais (Expedia)
- TOP 10 tendência pós pandemia

CASOS INTERNACIONAIS DE SUCESSO

- Nova Zelândia (Senhor dos Anéis): +40% turistas em 5 anos
- Irlanda (Star Wars): +17% visitantes desde 2015
- The White Lotus (Sicília e Havaí): +300% buscas por hotéis
- Emily in Paris: +155% voos para Paris (australianos)
- Taiwan e Índia: mais de 70% dos jovens influenciados por filmes e séries

News Opinion Sport Culture Lifestyle ☰

World Europe US news Americas Asia Australia Middle East Africa Inequality Global development

Emily in Paris

• This article is more than 10 months old

Emmanuel Macron: We will fight hard to keep Emily in Paris in France

Hugely successful Netflix show has been a boon to French tourism but latest season takes events to Rome

Angelique Chrisafis in Paris
Wed 9 Oct 2024 18.34 BST



ENTERTAINMENT

Macron says he's 'super proud' of his wife's cameo in 'Emily in Paris'



☰ 🔎 NEWSLETTERS ANZ EDITION ▾

Film TV Music Radio Podcasts Biz Tech Theatre Comedy Awards W

HOME > FEATURES

Oct 10, 2024 9:57am

Emmanuel Macron Gives Rare Sit-Down Interview About France's Cultural Boom, the Dangers of AI, Taylor Swift's Power and Losing 'Emily in Paris' to Rome

By Elsa Keslassy



IMPACTO ECONÔMICO NAS COMUNIDADES

- Aumento de até 50% na visitação em 5 anos pós-lançamento
- Geração de renda local: hospedagem, alimentação, transporte
- 38% dos investimentos em filmes migram para o turismo (SP Cine)
- Riscos: massificação, perda de autenticidade, desigualdade

AUDIOVISUAL COMO ATIVO NACIONAL

- 126.500 empregos gerados
- R\$ 24,5 bi no PIB + R\$ 3,4 bi em arrecadação (Oxford Economics)
- Setor com produtividade acima da média nacional
- 3,4 milhões de assinantes de VoD no Brasil
(previsão de US\$ 3,3 bi em 2025)

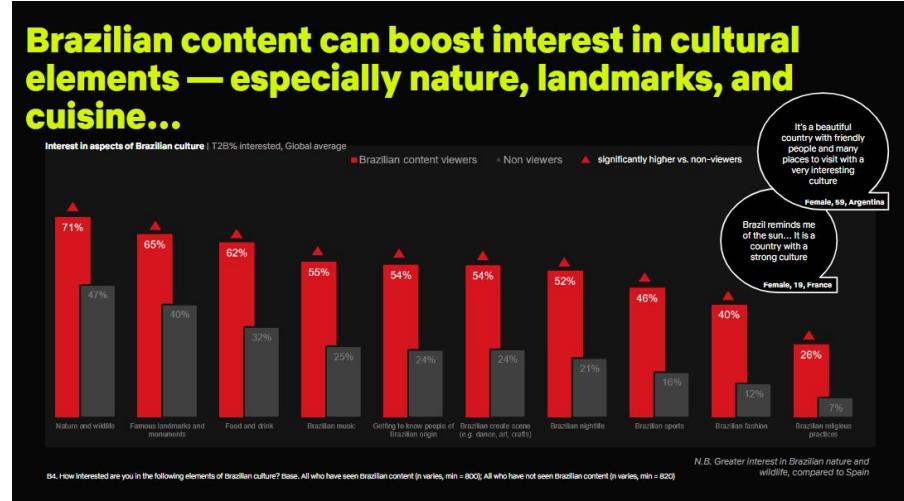
O BRASIL NAS TELAS DO MUNDO

- Reconhecimento internacional crescente (Oscar, Cannes, Berlim)
- Exemplo: casa do filme "Ainda Estou Aqui" virou ponto turístico no Rio
- Novelas como instrumento de promoção do Brasil e atração turística
- Wplace, jogo brasileiro criado em julho com 10 milhões de usuários em apenas um mês

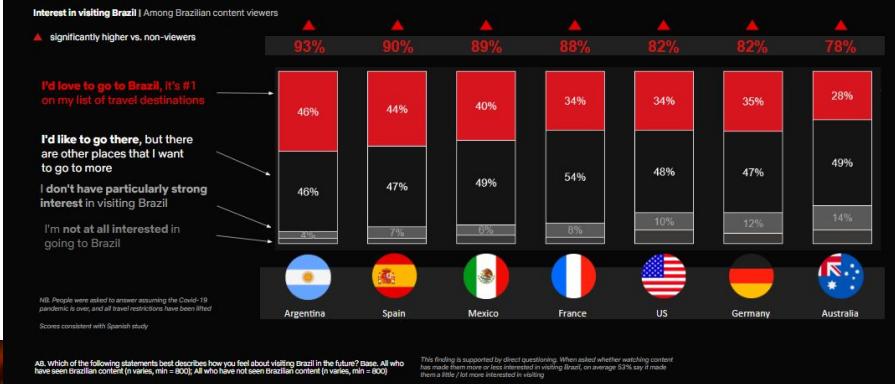
PESQUISA

NETFLIX

Globally, those that have watched Brazilian content are 3.5x more likely to say it's their #1 travel destination.



Exposure to Brazilian content has significant potential to boost tourism





Participação no GT Interministerial para criação de Film Commission Federal

- Objetivo: Desenvolver / modelar a primeira FC federal no Brasil com o objetivo de transformar o Brasil em um país competitivo e amigável para atração de produções internacionais.
- Público-alvo: produtores audiovisuais e trade turístico
- Parcerias estratégicas: o GT é formado pelo MDIC, MTUR, Apex-Brasil, MinC, Embratur, ANCINE e MRE.
- Resultados esperados ou já alcançados: entrega em setembro de proposta com recomendações para a criação da FC Federal junto com estudo de incentivos possíveis para a atração de filmagens.

Recomendações

- Turismo de tela uma oportunidade para o Brasil
- Papel estratégico e articulador de diversos órgãos e stakeholders para dar conta desse desafio
- Buscar sensibilizar setor audiovisual e turismo acerca das complementaridades e benefícios positivos dessa associação através de projetos específicos
- Associar a Política às recomendações do GTI
- A urgência de se pensar mecanismos financieros e incentivos para tornar o Brasil competitivo na atração de produções internacionais e de circulação de produções nos territórios

Obrigado



Embratur

MINISTÉRIO DO
TURISMO



Christiano Braga
christiano.braga@embratur.com.br



Parceria

NETFLIX

Parceria para **potencializar a promoção** do turismo por meio das **produções audiovisuais** brasileiras.

A parceria também prevê o lançamento de um guia de viagem que reunirá roteiros e experiências turísticas baseadas em títulos de destaque da Netflix



Parceria com streaming Netflix

- Objetivo: Anunciada durante o Rio2C em 30 de maio de 2025, tem como objetivo alavancar o turismo no Brasil por meio do poder das produções audiovisuais. A parceria inspira-se em ações já bem-sucedidas da Netflix em países como França e Espanha, onde séries geraram roteiros turísticos espontâneos (como tours de locações).
- Público-alvo: público assinante da Netflix
- Resultados esperados ou já alcançados: Lançamento da campanha que associa destinos turísticos do Brasil a produções brasileiras populares na Netflix, como: “Cidade Invisível” — gravada na Floresta Amazônica; “Casamento às Cegas” Brasil — com temporadas filmadas em locais como Amparo (SP) e Bom Jardim da Serra (SC) (ou Trancoso (BA) em algumas versões); “Sintonia” — que retrata paisagens urbanas e a cultura das periferias de São Paulo.

A segunda fase da iniciativa prevê o lançamento, ainda em 2025, de um guia de viagem com roteiros e experiências turísticas baseados nesses títulos de destaque. O material destacará os ativos da diversidade natural brasileira que a Embratur deseja promover, sobretudo na Amazônia.



PRÊMIO BRASIL TÁ PRA GAME



**PREMIAÇÃO PARA
GAMES DE TURISMO**

Buscamos jogos que promovam os destinos turísticos e elementos da cultura brasileira em suas narrativas, artes, música, design de som e jogabilidade.

ABRAGAMES

 Embratur **LAB**

Prêmio Brasil ta pra game

- Objetivo: já em sua segunda edição busca promover o Brasil por meio da indústria de games, valorizando a cultura contemporânea e regional brasileira como ativo turístico e imagem-país. Fortalecer a conexão entre o setor de turismo e as desenvolvedoras de games, gerando oportunidades de negócios e criando estratégias inéditas de engajamento com o público gamer.
 - Público-alvo: turistas gamer
 - Parcerias estratégicas: Abragames
 - Resultados esperados ou já alcançados: Primeira edição recebeu 51 candidaturas de todas as regiões do Brasil; dos 10 finalistas, foram premiados três jogos:
1º lugar: Língua (Estúdio Guilherme Giacomini, SP)
2º lugar: Árida (Aoca Game Lab, BA)
3º lugar: Aleijadinho Virtual (Studio KwO, RJ)
- Segunda edição em andamento recebeu 45 inscrições e os ganhadores serão divulgados em dezembro.



Projeto
Paradiso

Prêmio de apoio a distribuição

- Objetivo: Fomentar a distribuição internacional de filmes brasileiros de longa-metragem de ficção por meio do Prêmio Brasil no Mundo, com o objetivo de promover a cultura brasileira, fortalecer a imagem do Brasil no exterior e ampliar o alcance internacional das obras audiovisuais nacionais.
- Público-alvo: produtores audiovisuais e agentes de vendas nacionais e internacionais
- Parcerias estratégicas: Instituto Olga Rabinovich / Projeto Paradiso
- Resultados esperados ou já alcançados: será lançado no Festival do Rio e Mostra de Cinema de São Paulo. Serão contemplados, através de chamada três filmes de ficção, com agentes de venda internacional, que receberão prêmio de US\$ 15 mil para lançar no circuito internacional de salas de cinema.



Circuitos de Festivais Audiovisuais parceiros da Embratur

- Objetivo: realizado através de patrocínio fortalecer festivais audiovisuais no Brasil e no exterior como plataformas para criar complementariedades entre turismo e cinema, como espaço de promoção do audiovisual brasileiro.
- Público-alvo: frequentadores de festivais
- Parcerias estratégicas: Festival de Cinema de Gramado, Mostra de Cinema de Tiradentes, Festival de Cinema Brasileiro de Paris, Toronto, Miami e NY, Mostra SP de Cinema, Festival de Cinema do Rio, Festival de Cinema de Goytacá, LATAM Content Meeting
- Resultados esperados ou já alcançados : 10 festivais parceiros