

10  
en el  
Mundo!

terres 

Fundació Jordi  
Comas  
Matamala

  
Fundació

FUNDACIÓ CLIMENT  
GUITART

# CHECK-IN

International Hospitality Film Awards

Dossier de col·laboració

13 de septiembre de 2023  
Lloret de Mar  
2a edició



Formación  
Networking  
Experiencias  
Encuentro  
Premios

“

Terres CHECK-IN consagra diferentes actividades a la formación y el reconocimiento de las mejores prácticas de promoción audiovisual en el ámbito del *hospitality*.

La segunda edición tiene lugar en Lloret de Mar el 13 de septiembre de 2023.

# Formación Networking Experiencias Encuentro Premios

“

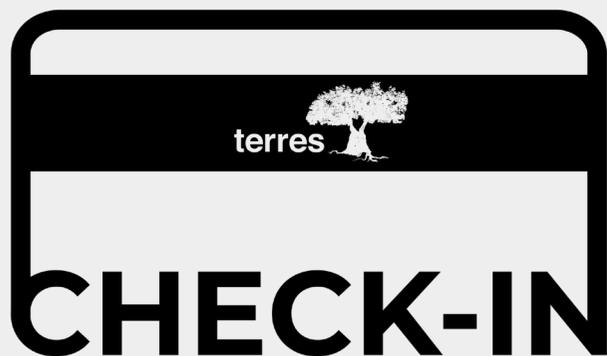


Estudios de caso, conferencias profesionales y píldoras formativas son uno de los principales núcleos de interés de este proyecto ÚNICO EN EL MUNDO.

La edición 2022 del **Terres CHECK-IN** se puede consultar clicando en el siguiente [enlace](#).



Avalada por el CIFFT (*International Committee of Tourism Film Festivals*), la cita s ÚNICA EN EL MUNDO.



# International Hospitality Film Awards.

**Terres CHECK-IN** International Hospitality Film Awards es el **primer evento de esta temática que se realiza a nivel internacional, siendo ÚNICO EN EL MUNDO**. Pretende ser el referente mundial en el ámbito audiovisual como herramienta de marketing de las organizaciones que forman la industria del turismo, la hotelería y la gastronomía.

**Terres CHECK-IN** es una iniciativa conjunta de las Fundaciones Jordi Comas Matamala, Climent Guibert y CETT, y Terres, prestigiosa entidad experta en el mundo del audiovisual aplicado al *hospitality*.

Las 3 Fundaciones representan el espíritu emprendedor y el liderazgo en el sector turístico. A la vez, Terres es un festival de films turísticos que pertenece a la red CIFFT, International Committee of Tourism Film Festivals, entidad que desarrolla "The Grand Prix CIFFT Circuit", la competición más importante del mundo en el "Travel Video Marketing Industry".

La propuesta del festival **Terres CHECK-IN** surge bajo la voluntad de **crear comunidad y conectar** a los diversos actores que formamos la industria a nivel internacional, generando un espacio de conocimiento, intercambio y tendencias de comunicación que pueda ser transferible al sector para mejorar la experiencia en un momento donde el audiovisual turístico ha alcanzado un punto de gran madurez.

En muchos casos, el sector turístico desconoce qué se está haciendo para comunicar. Poder crear una plataforma de promoción especializada en *hospitality* nos acerca su propia mirada, con el valor añadido que es un espacio inédito a nivel internacional.

Finalmente, esta iniciativa será, sin duda, el embrión de diversas propuestas formativas en relación a este ámbito del audiovisual.

# Los profesionales admiten que el vídeo aumenta las ventas.

“



Sin duda, se debe valorar el vínculo del audiovisual con el marketing y la industria del turismo, la hotelería y la gastronomía. A continuación indicamos varias informaciones que justifican esta importancia y, en consecuencia, la propuesta de realización del **Terres CHECK-IN** International Hospitality Film Awards.

Las grandes crisis globales han puesto el foco sobre el audiovisual turístico, con nuevas propuestas y códigos de comunicación de un lenguaje en constante transformación y con mucho recorrido en cuanto a su visibilidad.

Por otra parte, la hipersegmentación de las campañas de comunicación y la consolidación del vídeo como lenguaje básico de comunicación multiplica la producción audiovisual vinculada a la promoción turística.

**El vídeo influye en las decisiones de consumo.** El **65%** de los viajeros ven vídeos de los destinos donde quieren viajar.<sup>1</sup>

**3 de cada 5 viajeros** que ven usualmente vídeos *online* los usan para restringir sus opciones de marca, destino o actividad.<sup>2</sup>

Ya en 2016 Mark Zuckerberg afirmó que **Facebook** podría ser **un medio mayoritariamente de vídeo hacia el 2021.**<sup>3</sup>

**El consumo de vídeo creció hasta el 120% durante la pandemia.** Además, el consumo de vídeo a través de internet se ha consolidado de forma rotunda en 2022<sup>4</sup>.

1 [Google traveler study, 2014](#)

2 [Google traveler study, 2014](#)

3 [Buzzfeed](#)

4 [Puro Marketing](#)



# El vídeo influye en las decisiones de consumo

“

Las personas entre 18 y 24 años prefieren utilizar **como buscador TikTok e Instagram** por encima de Google, que hasta 2021 era la plataforma de búsqueda más utilizada en el mundo.<sup>1</sup>

Para los ciudadanos españoles de hasta 44 años, **Youtube es hoy en día la mayor cadena de difusión del Estado español.**<sup>2</sup>

El **87%** de los profesionales del marketing admiten que el vídeo aumenta el tráfico en su sitio web, mientras que el **80%** reconoce que el vídeo ayuda a aumentar directamente las ventas.<sup>3</sup>

De acuerdo al estudio presentado en abril de 2018 por TCI Research, **80 millones de viajeros eligen su destino en base a películas y series de televisión.** Este estudio revela así, que el número de turistas que viajan a un destino después de verlo en una película o serie de televisión se ha multiplicado por dos en los últimos 5 años.

TCI Research ha establecido un ranking de destinos que atraen visitantes gracias a las películas y las series de televisión en el periodo 2015-2017, liderado por Los Ángeles, y seguido por Escocia, Londres, Florencia, Nueva York, Hong Kong, Islandia, Nueva Zelanda, París, Colombia, Berlín y Dubai.<sup>3</sup>

En cuanto a las perspectivas que se abren para el sector audiovisual catalán en los próximos años, Fira Barcelona acoge desde 2021 el Salón **Integrated Systems Europe** (ISE).

Gracias a las alianzas tejidas con el Clúster Audiovisual de Cataluña, el **Terres CHECK-IN** aspira a definir líneas de colaboración con este evento. De hecho, en 2023 **Terres CHECK-IN** ha tenido presencia. El ISE es una feria que crece un 10% anualmente entre visitantes y expositores. Se calcula que el impacto en la economía catalana será de **400 millones de euros.**<sup>4</sup>

1 [Roast Brief. "Tik Tok supera a Google como buscador en jóvenes"](#).

2 [Wyzowl. "The State of Video Marketing 2020"](#)

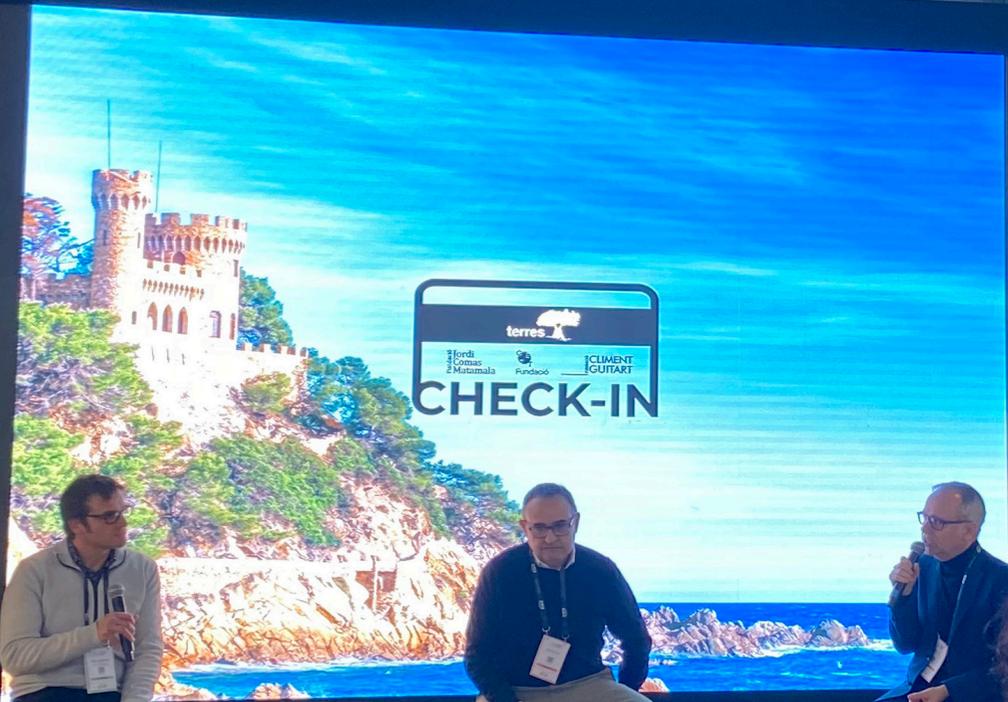
3 [TCI Research 2018](#)

4 [Viaempresa, "La fira del sector audiovisual portarà 400ME a Barcelona"](#)



ATIONS  
PRESS  
GAME-CHANGERS  
FOR INDUSTRY

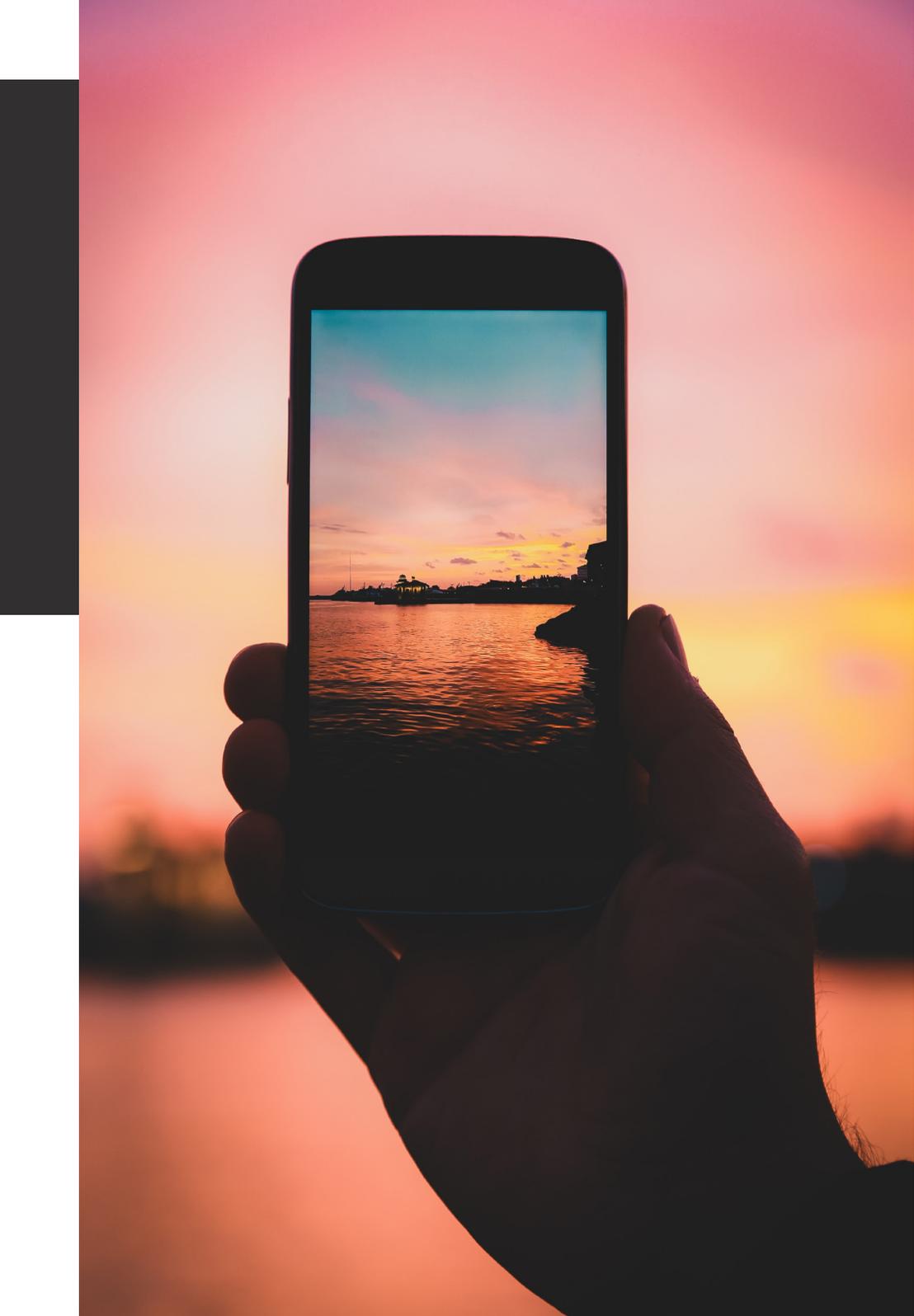
THE PATH TO  
SUSTAINABILITY



Ajuntament de  
Barcelona

03  
IMMERZIA  
The next generation of AR  
and VR content providers for  
daily use

Conferència "Audiovisual y Turismo",  
Clúster Audiovisual de Catalunya.  
ISE (Fira Barcelona). Viernes 03/02/2023



**En la segunda década  
del siglo XXI,  
la comunicación  
es equivalente  
al audiovisual.**

“

Numerosos estudios indican que el vídeo es, por encima de cualquier otra herramienta de comunicación, la que permite una mejor activación de las conversaciones en las redes sociales y la que potencia más el *engagement*, la conversión y la notoriedad de las marcas.

**1' de video  
tiene el mismo impacto  
que 1.800.000 palabras**

Fuente: Dr. James McQuivey (Forrester Research)



**El 77% del tráfico de Internet en España es de vídeo desde el año 2021.**

“

La implantación de la tecnología 5G potenciará el protagonismo del vídeo como herramienta de comunicación y marketing.

Eventos como el Mobile World Congress (MWC) anuncian desde hace tiempo que esta tecnología impactará de lleno en la industria turística.

**En Youtube se suben 300 horas de vídeo por minuto y se visualizan más de 5 billones de vídeos todos los días.**



# El impacto de los festivales dedicados al audiovisual turístico.

“

Son puntos de encuentro y faros a la vez.

Estimulan la creatividad, impulsan la actividad cultural, favorecen el intercambio y son plataformas para la promoción.



# El CIFFT y Terres Travel Festival - Films & Creativity

“



El Comité Internacional de Festivales de Cine de Turismo (**CIFFT**) se creó en 1989 en Viena para **reconocer, premiar y celebrar la excelencia en el marketing de vídeo de la industria del viaje.**



Con **10 miembros** de 4 continentes, el **Gran Premio CIFFT Circuito** es la competición exclusiva del marketing de vídeo para la industria del viaje y el turismo.



Organizadora del **Terres Travel Festival - Films & Creativity**, la empresa **Terres Landscape & Travel Communication** es el **socio exclusivo del CIFFT en el estado español**

# Fundaciones.

## Promotoras del Terres CHECK-IN

### Fundación Jordi Comas

La Fundación Jordi Comas Matamala, constituida en 2015, fue creada para mantener la memoria de Jordi Comas y continuar su labor y compromiso con la Costa Brava, desarrollando iniciativas y actividades en las áreas de turismo, hotelería, cultura y deportes.

La organización trabaja para crear un marco de pensamiento permanente que aporte al mundo del turismo una serie de patrones y pautas que le ayuden a progresar.

Comprender y debatir las tendencias del turismo en constante evolución; transferir a las empresas y en las instituciones el conocimiento obtenido; fomentar el valor del capital humano en la actividad turística y fomentar el diálogo entre el sector turístico y los diferentes actores sociales para sensibilizar sobre la transversalidad del sector turístico son los objetivos que persigue.

### CETT Fundación

CETT Fundación es una entidad privada inherente al CETT, centro de referencia en turismo, hotelería y gastronomía, fundada el año 2000 por Gaspar España con el objetivo de ser un impulso para la formación, la investigación y el conocimiento de estos ámbitos, reforzar el vínculo con el sector profesional e institucional y potencial la internacionalización del CETT.

A su vez, la fundación promueve los principios y valores del CETT y tiene un compromiso firme con la responsabilidad social empresarial de todas las empresas del CETT. Potencia, desde sus inicios, la generación y transmisión del conocimiento turístico con una apuesta firme por la investigación aplicada, la formación y el apoyo a iniciativas innovadoras de carácter social, así como el espíritu y la creación de iniciativas emprendedoras, impulsando la innovación y creando sinergias y proyectos con visión de futuro.

### Fundación Climent Guitart

Por su parte, la Fundación Climent Guitart se creó en 2018. La entidad, perpetúa la memoria de Climent Guitart y Pascual, con la intención de preservar su compromiso y legado.

La organización, con sede en Lloret de Mar, tiene el objetivo de promover y desarrollar el turismo en todos sus ámbitos, especialmente en cuanto a la formación y promoción de profesionales del sector; emprendimiento, solidaridad y cultura, generando actividades que ayuden a mejorar el impacto de un turismo responsable y sostenible.

Asimismo, mediante diferentes proyectos y actividades solidarias, la Fundación Climent Guitart también quiere contribuir al bienestar general de las personas mediante la colaboración y la cooperación con el desarrollo de sectores de la población que, por razones económicas, geopolíticas o sociales, son especialmente vulnerables.

# Las tres fundaciones y el Terres CHECK-IN

## International Hospitality Film Awards

**Apostar por la realización del Terres CHECK-IN nos ayuda a conseguir los siguientes objetivos:**

“

- 1 - Reforzar el espíritu “Pionero” de los fundadores.
- 2 - Potenciar el alcance internacional de nuestras fundaciones.
- 3 - Ser referente en el fomento de las industrias creativas aplicadas en el sector turístico.
- 4 - Posicionar nuestros destinos como *hub* audiovisual único y especializado.
- 5 - Ser reconocidos como un evento “Faro” en este ámbito, identificador de buenas prácticas, tendencias y pautas a seguir.
- 6 - Conseguir notoriedad de marca diferencial, tanto para nuestras fundaciones como para los destinos.
- 7 - Posicionar las fundaciones como líderes en la creación de conocimiento experto, transfiriéndolo al sector.
- 8 - Creación de un nuevo escaparate de catalunya para el sector turístico nacional e internacional. Poner en valor todo el territorio catalán, las “Terres” de nuestro país, con representación de las 4 provincias en un mismo evento.
- 9 - Significar y garantizar la repercusión del evento en los medios de comunicación.
- 10 - Dinamización y reinención de la comunicación turística ante las grandes crisis globales (COVID-19 y sus efectos económicos y sociales, cambio climático ...). Incentivar y reconocer la comunicación eficiente ante coyunturas de gran complejidad.

# Objetivos.



La recuperación eficiente del sector durante los próximos años pasará sin duda por implantar unas buenas prácticas en comunicación en todas las organizaciones. **Terres CHECK-IN** actuará como hub, posicionando Cataluña como gran escaparate internacional, pionero y referente en el sector del *hospitality*.

El proyecto **Terres CHECK-IN** contempla en su espíritu el cumplimiento de los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas:



**QUALITY  
EDUCATION**



**DECENT WORK AND  
ECONOMIC GROWTH**



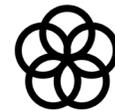
**INDUSTRY,  
INNOVATION AND  
INFRASTRUCTURE**



**SUSTAINABLE  
CITIES AND  
COMMUNITIES**



**RESPONSIBLE  
CONSUMPTION  
AND PRODUCTION**



**PARTNERSHIPS**

---

- Ser reconocidos como un evento “faro”, identificador de buenas prácticas, tendencias y pautas a seguir.

---

- Posicionar las Fundaciones como líderes en la creación de conocimiento experto, transfiriéndolo al sector a nivel nacional e internacional.

---

- Ser referente en el fomento de las industrias creativas aplicadas al sector turístico.

---

- Posicionar nuestros destinos como *hub* audiovisual único y especializado con la creación de un nuevo escaparate para el sector turístico nacional e internacional.

---

- Conseguir notoriedad de marca diferencial, tanto para nuestras fundaciones como para los destinos.

---

- Incentivar y reconocer la comunicación audiovisual eficiente ante coyunturas de gran complejidad.

# Descripción general.



**EXPERIENCIAS**



**CREATIVIDAD**



**INTERCAMBIO**



**CULTURA**

El **Terres CHECK-IN International Hospitality Film Awards** tiene la voluntad de ser un festival que abarque todo el territorio de Cataluña, de la mano de sus anfitriones y promotores: la Fundación Jordi Comas Matamala, la CETT Fundación y la Fundación Climent Guitart. Esta segunda edición se realizará en Lloret de Mar, sede de la Fundación Climent Guitart, el día 13 de septiembre.

Combinará una ceremonia de entrega de galardones y reconocimientos profesionales con una vertiente formativa y profesionalizadora. A efectos prácticos, el **Terres CHECK-IN** se convertirá en el pórtico del Terres Travel Festival, que celebrará su parte profesional el viernes 15 de septiembre de 2023 en Tortosa.

El formato del Terres CHECK-IN se prevé que sea híbrido, donde tendremos actividades presenciales y por streaming. Tanto el Terres CHECK-IN como el Terres Travel Festival tendrán una política comunicativa propia, que será necesario coordinar adecuadamente.

De esta forma, la planificación prevista es la siguiente:

## **12/9/23: Llegada de ponentes e inscritos**

### **13/9/23: Terres CHECK-IN (Lloret de Mar)**

- o MAÑANA - Terres LAB
- o TARDE - Master Class
- o NOCHE - Entrega de premios y cena de la ceremonia

## **14/9/23: Terres CHECK-IN (Lloret de Mar)**

- o MAÑANA - Experiencias culturales
  - » 9:30: Visita y experiencia inmersiva en el Castell de Lloret
  - » 11:00: Visita guiada en la nueva Escuela de Hostelería de la población
  - » 12:30: Vendimia y cata de vinos Domini de Sant Pere (Sant Pere del Bosc)



# Competición.

La competición del **Terres CHECK-IN** acepta vídeos producidos desde el 1 de enero de 2021 de diferentes temáticas vinculadas con los Servicios Turísticos. Se entregan **3 modalidades de galardones** entre las competiciones aceptadas en la Competición Oficial:

## 1. PREMIOS POR CATEGORÍA

ACCOMODATION GOLD (1r) / SILVER (2n)

TRANSPORTATION GOLD (1r) / SILVER (2n)

RESTAURANTS GOLD (1r) / SILVER (2n)

MUSEUMS GOLD (1r) / SILVER (2n)

TEMPLES AND GARDENS GOLD (1r) / SILVER (2n)

THEME PARKS GOLD (1r) / SILVER (2n)

SPAS AND THERMAL FACILITIES GOLD (1r) / SILVER (2n)

RECREATIONAL SERVICES GOLD (1r) / SILVER (2n)

TRAVEL TECHNOLOGY GOLD (1r) / SILVER (2n)

## 2. PREMIOS ESPECIALES

**Premio Especial Anfitriones Turísticos**, que reconoce las piezas audiovisuales que han sido las “estrellas” de la restauración y la gastronomía para conseguir la recuperación del sector.

**Premio Especial Destino Girona - Costa Brava**, que reconoce la pieza audiovisual que mejor transmite las características diferenciales del territorio, de sus organizaciones y de sus personas.

## 3. GRANDES PREMIOS

### 1. LATE CHECK-OUT.

Categoría que premia las propuestas audiovisuales de las organizaciones del sector turístico que generen una experiencia inspiradora, emocional, inolvidable y memorable a disfrutar que ayude a crear un sentimiento de “no querer irse” nunca o lo más tarde posible de esta experiencia turística.

### 2. FAST CHECK-IN.

Categoría que premia las propuestas audiovisuales de las organizaciones del sector turístico donde la aplicación de tecnologías relacionadas con el ámbito digital y tecnológico sea el eje principal de comunicación con el objetivo de mejorar el valor añadido aportado a los clientes y su experiencia de usuario, así como para incrementar su competitividad.

### 3. SOCIAL CHECK-IN.

Categoría que premia las propuestas audiovisuales de las organizaciones del sector turístico que evidencian el compromiso de las organizaciones con la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa, con el objetivo de preservar nuestro planeta para las futuras generaciones.

# Propuesta Main Partnership.



Invitación y presencia activa en el acto de entrega de premios



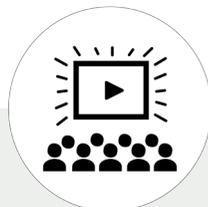
Presencia gráfica del logotipo en el espacio de networking del evento



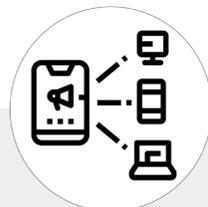
Patrocinio de uno de los galardones y entrega



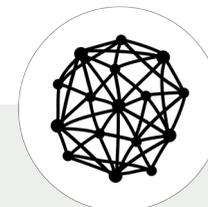
Apoyo logístico y organizativo para la realización de acciones de activación de marca durante los eventos.



Presencia del logotipo en todas las aplicaciones gráficas y audiovisuales del evento y de PAID MEDIA



Referencia en todas las acciones de OWNED MEDIA. Estimulación de acciones de EARNED MEDIA. Coordinación para acciones de SHARED MEDIA



Apoyo para la realización de acciones de RRPP con stakeholders y agentes del sector

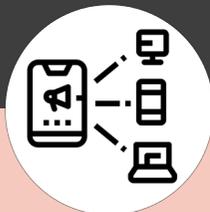
**10.000€ + IVA**

(En aportación económica y/o producto a convenir)

# Propuesta Partnership.



Presencia del logotipo en todas las aplicaciones gráficas y audiovisuales del evento y de PAID MEDIA



Referencia en todas las acciones de OWNED MEDIA (boletines, xxss). Estimulación de acciones de EARNED MEDIA. Coordinación para acciones de SHARED MEDIA



Presencia gráfica del logotipo en el espacio de networking del evento



Invitación y presencia activa en el acto de entrega de premios

**5.000€ + IVA**

(En aportación económica y/o producto a convenir)

# Propuesta Premios.



Patrocinio de uno de los galardones y entrega



Presencia del logotipo en las aplicaciones vinculadas al premio patrocinado

**3.000€ + IVA**

(En aportación económica y/o producto a convenir)

# Propuesta Colaboración.



Presencia del logotipo en todas las aplicaciones gráficas y audiovisuales del evento y de PAID MEDIA



Invitación a la entrega de premios y cena posterior

Acuerdo de comunicación



# Cuadro comparativo.

## Contraprestaciones - Tipos de colaboración

Contraprestación	Main Partner	Partner	Premis	Colab
Participación en el acto de inauguración				
Entrega de un premio				
Presencia del logotipo en todas los ámbitos de comunicación				
Mención y etiquetado de las cuentas oficiales en las publicaciones de las redes sociales				
<i>Roll-up</i> o soporte físico de marca en el lateral del salón principal del evento				
Presencia del logo en los créditos en la retransmisión por <i>streaming</i>				
Entrega de material promocional para los asistentes presenciales				
Invitaciones a entrega de premios y cena	10	5	3	1
Apoyo logístico y organizativo por acciones de activación de marca y RRPP				

# Previsiones e impactos.

## Competición y entrega de premios



NÚMERO DE FILMS EN LA COMPETICIÓN OFICIAL	100
PREMIOS	25
IMPACTO ECONÓMICO ESTIMADO DE LAS NOTICIAS PUBLICADAS	300.000€
ALCANCE DE LAS NOTICIAS PUBLICADAS	14.000.000 personas

## Jornada profesional



ASISTENTES	100
IMPACTO ECONÓMICO ESTIMADO DE LAS NOTICIAS PUBLICADAS	100.000€
ALCANCE DE LAS NOTICIAS PUBLICADAS	7.000.000 personas

## Impacte econòmic



VUELOS	80
PERNOCTACIONES	120
IMPACTO EN LOS DESTINOS	36.000€



**International Hospitality Film Awards.**

- Marzo 2023 -