



Bodegas Familiares Matarromera es una de las referencias en materia de enoturismo

ABC

España siembra su futuro como potencia enoturística

El turismo vinculado al vino, de alto impacto social y económico, aún está lejos de los niveles de países como Francia e Italia, una situación que el sector afronta como una gran oportunidad

CHARO BARROSO

Con más de 4.300 bodegas y una producción de más de 292 millones de hectólitros, España es un país de vinos. Y para poner en valor la importancia del turismo enológico, tanto para las bodegas como para la economía española, se ha presentado en Fitur una novedosa iniciativa: la creación del Barómetro del Enoturismo en España. Una unión de agentes públicos y privados formada por Acevin, el Observatorio Español del Mercado del Vino, el Foro de Marcas Renombradas Españolas, Bodegas por España, Grupo Cajamar y la Asociación Española de Enoturismo y Turismo Gastronómico, con el objetivo de obtener datos de calidad entorno al enoturismo, tanto a nivel nacional como internacional.

«España es una gran potencia a nivel mundial en producción y exportación de vinos, así como un destino de los más visitados del mundo. No obstante, no hemos conseguido posicionarnos como destino enoturístico de referencia», señalaba Carlos Moro, presidente de Bodegas Familiares Matarromera y encargado de presentar la iniciativa. Los datos del Observatorio Turístico de Acevin revelan que las bodegas y museos pertenecientes al Club de Pro-

ductos Rutas del Vino de España recibieron unos tres millones de visitas, lo que nos sitúa lejos de otros países de nuestro entorno, como Francia e Italia, y también lejos de Estados Unidos. Una realidad que «hay que tomarla como una oportunidad», matizaba Moro.

Desde el Foro de Marcas Renombradas, su presidente, Ignacio Osborne, señalaba que el Barómetro del Enoturismo es «una gran noticia por el acuerdo entre empresas e instituciones públicas y privadas para trabajar en un proyecto común en beneficio del país y en sectores tan importantes para nuestra economía como son el del vino y el turístico. Y porque puede convertirse en una herramienta de gran valor estratégico para la toma de decisiones tanto para las bodegas, como para los destinos turísticos».

Perfil del enoturista

Los datos que se tienen del sector señalan que el gasto medio diario de un enoturista es de unos 160 euros al día, incluyendo restauración y alojamiento. Además, los turistas del vino viajan principalmente en pareja (44%) y con amigos (29%). Los viajes en familia aumentan aunque de forma ligera, al igual que el porcentaje de personas que viajan solas. Y en cuanto a sexos, predominan las mujeres: un 52,3% frente a un 47,7%. La estancia media se sitúa en algo más de dos

«No somos el segundo plato»

«Estamos avanzando en la dirección correcta, hay muchas personas que eligen España como destino enoturístico, no somos el segundo plato», señala Cristina Alonso, presidenta de la Asociación Española de Enoturismo y Turismo Gastronómico. Un mundo que conoce bien ya que en 2003 fundó una de las primeras agencias de viajes españolas dedicada al enoturismo. A su juicio, resulta importante que las bodegas diseñen un proyecto enoturístico con unos objetivos y los prioricen a través de una estrategia. Para ello, insiste en la importancia de la profesionalización del sector y en el importante papel que tienen las empresas comercializadoras. «Si ellas no tienen importancia en las acciones promocionales, y no se las tiene en cuenta, el cliente no va a poder llegar al producto».



Ruta de la biodiversidad en Bodegas Campo Viejo

ABC

días, un dato que disminuye respecto a informes anteriores. Por lo que el gasto total medio se sitúa en unos 384 euros. A la hora del alojamiento, los rurales son la opción preferida (23%), desbancando a los alojamientos de cuatro estrellas (18%) y llegan a ellos utilizando el coche propio o alquilado. En cuanto a las actividades, la visita a las bodegas vuelve a estar en primer lugar, y la visita a los pueblos se ha duplicado. Después, apuestan por la gastronomía local y la cata de vinos.

Más profesionalización

Desde «De Bodegas por España», su director, Pedro Vargas, insiste en que el enoturismo «contribuye a la sostenibilidad económica, social y medioambiental. Tiene un enorme potencial, porque no es un turismo estacional y además, utiliza los recursos del territorio y ayuda a fijar la población», y precisa que quien se interesa por el enoturismo es un turista cosmopolita, que quiere conocer la realidad del país y al que le gusta la gastronomía. Vargas insiste en que es necesaria una mayor profesionalización del sector y abordar el enoturismo desde una perspectiva turística. Además de captar al turismo extranjero, considera importante no solo el número de enoturistas, sino lograr que el gasto medio se incremente tanto en el turismo internacional como el nacional.

EL ENOTURISTA VIAJA EN PAREJA, REALIZA UN GASTO MEDIO DE 160 EUROS Y PREFIERE ALOJAMIENTOS RURALES