vinetur

Burdeos, destino predilecto en las nuevas tendencias de enoturismo de calidad

Mencionar Burdeos supone pensar inmediatamente en los mejores vinos del mundo. Pero la ciudad y su ámbito de influencia van más allá y en los últimos años han experimentado una gran evolución para reafirmarse como uno de los destinos enoturísticos de calidad más apetecibles. ¿Te vas a quedar sin conocerlo?

martes 12 de febrero de 2019

ESCRITO POR JOSÉ ANTONIO SANJURJO



Ciudad de Burdeos

Vinos de alto prestigio y enoturismo a prueba de cualquier expectativa. En Burdeos este es un binomio incuestionable. Lo ha sido tradicionalmente y ahora lo es aún más gracias a la reciente transformación de la ciudad, declarada Patrimonio Mundial por la UNESCO en 2007. Atrás, muy atrás queda la imagen de una urbe un tanto anodina, de paredes negras y almacenes junto al río. Ahora Burdeos es modernidad y belleza, un destino del siglo XXI para viajeros que buscan experiencias novedosas, preludio a la visita a los míticos paisajes de viñedos y los pueblos con encanto de sus alrededores.

Una excelente oportunidad de viaje para conocer la zona nos la ofrece Turismo de Vino. Ha programado salidas para los próximos meses de abril (ya con el cartel de completo), julio y septiembre. Con salidas desde Madrid o desde San Sebastián, el viaje tiene cinco días de duración y su mayor virtud es que su itinerario se ha diseñado con la premisa de la máxima calidad.

De este modo, podremos conocer bodegas de cuatro zonas diferentes: Graves con sus célebres tintos, Sauternes con sus conocidísimos y caros vinos dulces, Medoc con sus marcas entre las mejor posicionadas, y Saint Emilion, un pueblo que asienta gran parte

de su belleza en la notable tradición vitivinícola que acumula. En el recorrido de este viaje figura una selección irremplazable de bodegas y de restaurantes.

La expedición tienta a cualquiera y no debe presentar tampoco dudas para quien ya haya estado por la zona. Y es que entre sus novedades de interés ofrece una parada en Arcachon para conocer la duna de Pilat, la de mayor tamaño de Europa, así como un paseo en barco por el Estuario de Burdeos que nos llevará a comer a la villa fortificada de Blaye. Por si fuese poco, el aliciente perfecto es la ocasión de visitar bodegas que para un turista particular no resultan fácilmente accesibles.



Saint Emilion

EN LA TENDENCIA DE LOS VIAJES DE AUTOR

Esta exclusividad en un viaje ya de por sí muy singular obedece a las demandas del nuevo enoturismo, que no quiere renunciar a las ventajas de un viaje en grupo pero tampoco caer en los riesgos de las visitas masificadas. Turismo de Vino efectúa hace ya años recorridos de alta calidad para visitantes extranjeros en España. Son los que denomina con acierto Viajes de Autor.

La experiencia de esta nueva línea la pone ahora al servicio del enoturista español más exigente. Grupos pequeños, gastronomía de primer nivel y guías expertos conforman una propuesta radicalmente alejada del típico circuito turístico y enfocada a satisfacer las perspectivas de quien busca un viaje prácticamente a medida, con el que poder saborear con calma cada detalle.

EL ENOTURISMO EVOLUCIONA HACIA LA CALIDAD

En Turismo de Vino tienen claro que la evolución del enoturismo pasa por atender a personas con expectativas muy diferentes. Por ello comienza a imperar la segmentación de la oferta, de visitas con precios muy diversos y con una programación muy moldeable.

Así, se abren las opciones de reservar actividades como paseos en bicicleta por los viñedos, sesiones de maridaje de vinos con quesos y otro tipo de gastronomía, o incluso sobrevolar las viñas en globo o tener la ocasión de pasar varias horas con un bodeguero. El abanico es tan amplio que el enoturismo está empezando a despuntar como una interesante opción para acciones de *team-building* por parte de empresas.

La captación de un público joven es uno de los grandes éxitos de esta evolución del sector. Un colectivo que hasta no hace mucho vivía en buena medida de espaldas a la cultura del vino encuentra ahora una suculenta alternativa de ocio en planes como una jornada 4x4 entre viñas coronada por una comida en entornos idílicos.

No obstante, Turismo de Vino constata que el cliente tradicional sigue teniendo un peso fundamental en el enoturismo y que el futuro pasa en todo caso por la calidad. Aunque asumen que en el sector "es posible también que haya más ruido mediático que negocio real", no es menos significativo que las bodegas se están concienciando cada vez más de que deben pensar como operadores turísticos. Así "ayudan a crear producto turístico y buscan diferenciarse más allá de las tradicionales visitas", siempre con la brújula apuntando al norte de la calidad.

¿Significa eso que vamos hacia una línea de negocio cara? Para nada. Es más, sería un error. "La calidad puede existir a muchos niveles de precio diferente –explican desde Turismo de Vino- y la tentación de apuntar todos a un cliente muy exclusivo y

'demonizar' a clientes con menor poder adquisitivo o que tengan un menor interés en el producto no parece una estrategia adecuada".

De ahí que lo más recomendable sea "segmentar y que en la oferta haya productos para todo aquel dispuesto a pasar unas horas disfrutando de la cultura y el mundo del vino", precisan desde Turismo de Vino, portal líder en turismo gastronómico.

LA INNOVACIÓN EN FORMA DE REGALO

Esa segmentación, esa adaptación de las ofertas, pasa incluso por darle la vuelta al negocio, cambiar el propio escenario. La idea es llevar el enoturismo al entorno del enoturista, a la ciudad donde pasa la mayor parte de su tiempo, en vez de desplazar el viajero al entorno de las bodegas, para lo que no siempre tiene tiempo o disponibilidad.

Por eso cobran valor innovaciones como los cursos de cata que desde hace unas semanas propone en Madrid Turismo de Vino. Con este tipo de iniciativas se refuerza la pasión por el vino que el enoturista ha podido comenzar a desarrollar en escapadas previas o también se consigue colocarle el gusanillo para en un futuro participar en algún viaje dedicado a la enología y la viticultura.

La búsqueda del momento es, por tanto, una de las claves. Se trata de hacer presente el enoturismo con mayor frecuencia. ¿Cómo? ¿A quién no le ilusiona un regalo? En Turismo de Vino lo relatan así: "si a la hora de buscar regalos una persona se encuentra con propuestas que le acercan al mundo del enoturismo y la cultura del vino, el sector está ganando momentos muy importantes con gran carga emocional". Es decir, se vincula la colección de emociones que supone regalar o recibir un regalo con los paisajes, las arquitecturas o los pensamientos vinculados al vino.

Algunos buenos ejemplos se pueden encontrar en el escaparate de Regalos de Experiencias del que dispone Turismo de Vino en su web. Lo acaban de renovar, resulta muy visual y recoge alternativas para todos los gustos.