vinetur

Quo vadis ENOTURISMO of Spain

Nota de Prensa correspondiente al Día Mundial del Enoturismo de la Asociación Española de Enoturismo

martes 12 de noviembre de 2019



En nuestro país se dan las bases idóneas para que el enoTurismo (con T mayúscula de Turismo) sea un importante motor de actividad económica, social y cultural. Prácticamente cualquier rincón de nuestra geografía nacional es apto para crear, desarrollar y ofrecer momentos inolvidables de ocio y cultura en entornos naturales de viñedos: un tesoro más que añadir a nuestro ingente patrimonio y capacidad de acogida turística.

El 10 de noviembre se ha celebrado el Día del Enoturismo en los países con propuestas enoturísticas.

Una acción como ésta (en cualesquiera de sus ámbitos o acepciones -provincial, nacional, internacional, europeo o mundial-), sería sin duda de enorme importancia, si además del enfoque promocional, nos sirviera como jornada de reflexión.

Y para la reflexión, ningún ejercicio mejor que exigir rigor -tanto a la Secretaría de Estado de Turismo como a los medios de comunicación-, en los análisis estadísticos cualitativos y cuantitativos de nuestro sector, con el fin de elaborar conclusiones objetivas que sirvan de auténtica herramienta empresarial en la toma de decisiones.

¿Qué hemos celebrado en España?

El Enoturismo de España ha celebrado su MOTIVACIÓN por un FUTURO mejor.

Después de 20 años de Club de Producto 'Rutas del Vino de España' (creado en 2000 por la Secretaría de Estado de Turismo), ésta es la situación actual, según los informes estadísticos cruzados 2018-2019 de Turespaña, INE y del propio Observatorio del Club de Producto:

Mientras el total de movimientos turísticos registrados en España asciende a 323M (crecimiento en torno al 3%), el total de movimientos enoturísticos se situó en 2,9M (descenso de un 7,8%), siendo sólo el 0,9% los turistas que eligieron como destino alguna de las Rutas del Vino.

Mientras que la proporción de turistas nacionales y extranjeros es del 60% y 40% respectivamente, la de los enoturistas es del 75% y 25%.

Del total de movimientos turísticos nacionales (dentro de nuestras fronteras: 198M), resulta que tan sólo el 1,1% de los españoles (2,19M) fueron a destinos vinícolas.

Del total de movimientos turísticos extranjeros (126M), resulta que tan sólo el 0,6% de los extranjeros (77mil) tuvieron como destino algún entorno vinícola.

En Francia, 10M de enoturistas en 2016, el 58% nacionales (sevi.net).

En Portugal, el 10% de los turistas realizan enoturismo (Tourism Review).

En Italia ha crecido el enoturismo nacional un 48% (expreso.info).

El 60% pernoctan en el destino (enoTuristas propiamente dichos, versus enoVisitantes o enoExcursionistas) por lo que, a las cifras dadas de enoturistas, ya de por sí muy bajas, habría que disminuirlas hasta un 40%, stricto sensu.

Además, también la estancia media ha descendido a 2,4 días.

Es patente que nuestro enoturismo aún no es suficientemente conocido, ni por los propios españoles ni fuera de nuestras fronteras. Está todavía en proceso de alineación de tendencias, de posicionamiento y estrategia, careciendo así de la presencia relevante en mercados exteriores que correspondería a un país que lo tiene todo para estar a la cabeza del enoturismo mundial.

Veamos algunas de las causas:

- *- Formación: todo radica en la falta de suficiente profesionalización turística, tanto del personal para atender las nuevas necesidades, como también por parte de los gestores de las bodegas que exigen resultados inmediatos.*
- *- Promoción on, off y below the line: desconocimiento de los foros y ferias en los que participar -sabiéndolos aprovechar-, e insuficiente presencia en redes sociales.*
- *Después de 20 años de Club de Producto Rutas del Vino de España, el sector no había estado presente en Fitur de manera privada independiente hasta la aparición de la AEE, y declara no saber sobre la existencia -o no conocer sus características-, de las otras dos ferias de turismo más importantes del mundo: Londres (World Travel Market) y Berlín (ITB). Conviene recordar que SOMOS TURISMO.*
- *- Comercialización: falta de configuración de una oferta, de paquetes que vender a los turoperadores. A día de hoy, en la mayoría de las bodegas, para reservar visitas, se ha de llamar por teléfono o enviar correos electrónicos.*

Otros factores: la falta de un marco de gestión del conocimiento específico, la pobre comunicación entre los diferentes actores públicos y privados que participan en esta actividad, los diferentes niveles de identidad y diferenciación de los destinos enoturísticos, la carencia de un observatorio que genere datos fiables de relevancia operativa, la ausencia de innovación tecnológica, cultural e institucional para alinearse con la dinámica de nuevos clientes, nuevos mercados y nuevas formas de gobernanza en los destinos y regiones.

Después de 20 años, aún se están dando los primeros pasos. Ante esta situación, tuvo que aparecer en escena hace cuatro años la Asociación Española de Enoturismo (AEE), para avivar un Club de Producto que llevaba adormilado demasiados años, procrastinado, a pesar de la financiación pública recibida.

En esta dirección deberíamos dirigir nuestras reflexiones en el Día del Enoturismo, y en esta línea trabajamos en la AEE, -entidad sin ánimo de lucro y sin financiación pública alguna-, a través del Instituto del Enoturismo de España, comenzando a implementar en este último año (los tres anteriores estuvieron focalizados más a la promoción y visibilidad), las conclusiones a la Conferencia Internacional sobre 'El Futuro de nuestro Enoturismo' que tuvo lugar en Fitur, recogidas en la Declaración de Madrid, y que incluye, entre otra acciones:

- *el rigor en el análisis de la situación actual de nuestro enoturismo (conclusiones ya expuestas),*
- *promoción: presentación del sector como EnoTurismo de España®, en conferencias y mesas redondas celebradas en España, Italia, Moldavia (OMT), Rusia, Turquía; y como expositores en las ferias AGRI TRAVEL Expo and Congress (Bérgamo, Italia), FITUR (Madrid), FENAVIN (Ciudad Real) y próximamente en ENOFUSIÓN-MADRID FUSIÓN,*
- *profesionalización a través de la formación: creación del Plan Formativo Integral executive -puesto a disposición de todo el sector-, y alianza con el Instituto de Empresa Business School (iE),*
- *comercialización: diseño de un modelo innovador de desarrollo de itinerarios turísticos centrados en el patrimonio cultural de cada una de las zonas vinícolas, que será presentado ya como una realidad en el próximo Fitur, bajo la marca y*

eslogan 'VinTour Club Spain: The Leading Collection'.

La AEE sostiene que la figura institucional 'Organismos de Gestión de Destinos Enoturísticos' (OGDEs), es el marco óptimo de planificación estratégica para garantizar una eficiente coordinación entre agentes, objetivos y programas de acción en un destino.

Si el futuro del sector vinícola está en el ENOTURISMO (José Luis Bonet, Presidente de Honor de la Asociación Española de Enoturismo y Presidente de la Cámara de Comercio de España), el futuro del enoturismo está en la GASTRONOMÍA (Rafael Ansón, Vicepresidente de Honor de la AEE y Presidente de la Real Academia de Gastronomía) y en el propio TURISMO, como el todo al que se ha de ordenar la estrategia (José Antonio Vidal, Fundador y Presidente CEO de la AEE).

Para finalizar, un último apunte -simple y aún más preciso-, para la reflexión tras la jornada del Día del Enoturismo:

Ustedes, empresarios bodegueros /-as, en calidad de anfitriones /-as, ¿son conscientes de la importancia que han dado a la apuesta/propuesta gastronómica ofrecida junto a la degustación de sus vinos? ¿Han quedado ustedes plenamente satisfechos /-as?

Ustedes, enoturistas y enovisitantes, ¿la oferta gastronómica recibida ha cubierto sus expectativas? ¿Permanecerá en su recuerdo y recomendarán su vivencia en su círculo familiar, de amistades o profesional?

Asociación Española de Enoturismo:

Organismo privado constituido para fomentar la necesaria colaboración entre establecimientos empresariales, asociaciones, instituciones privadas y entidades públicas en torno a una marca global, EnoTurismo de España®, que contribuya a su posicionamiento, tanto a nivel nacional como internacional.

Actualmente, la AEE cuenta con más de 260 establecimientos miembros en todo el territorio nacional, que forman parte de los diversos eslabones de la cadena de valor enoturística, constituyendo un agente potenciador de lacoopetitividad entre todos los actores de los destinos enoturísticos.

aee@aee-gob.org

www.enoturismodeespaña.es