vinetur

¿Cobrar entrada por acceder a las bodegas?

Lecciones desde Estados Unidos para el sector vinícola español

viernes 6 de octubre de 2023

ESCRITO POR ROBERTO BEIRO



El mundo del vino, con toda su riqueza y complejidad, nos brinda lecciones constantes sobre la adaptabilidad y sostenibilidad de una industria que, a lo largo de los siglos, ha sobrevivido guerras, plagas y recesiones económicas. Recientemente, una situación en las bodegas de Paso Robles, Estados Unidos, nos ha ofrecido una nueva perspectiva que bien podría resonar aquí, en España.

Y es que en Estados Unidos se paga entrada por acceder a la bodega, aunque no consumas ningún vino. Cabe señalar que las bodegas incluyen en la entrada una degustación a veces acompañada de un pequeño aperitivo. No obstante, la polémica ha surgido recientemente al otro lado del charco debido a los altos precios que están manejando algunas bodegas por el simple hecho de acceder a ellas.

Si hace unos días, aquí en Vinetur, habíamos comentado los elevados precios a que cotizan las botellas de vino de Napa Valley, ahora Paso Robles se ha propuesto hacer lo propio con los turistas.

De este modo, en Paso Robles, un aumento sustancial en los precios de las degustaciones vinícolas ha despertado preocupaciones tanto en la industria como entre los aficionados al vino. Si bien esta decisión de elevar precios fue inicialmente aplaudida como una estrategia para excluir a los menos interesados y atraer a compradores más serios, la barrera económica ha demostrado ser un desafío para atraer a la nueva generación de amantes del vino.

En España, la cultura vinícola es una parte intrínseca de nuestra identidad. Las bodegas españolas, desde las más tradicionales hasta las más innovadoras, han mantenido un equilibrio entre tradición y modernidad. Pero, ¿podríamos enfrentarnos a una situación similar a la de Paso Robles? ¿serviría para impulsar el enoturismo convirtiendo a las bodegas en pequeños parques de atracciones enológicos a los que se accede ticket en mano, o por el contrario supondría una ruina total en un país donde el vino consumido es siempre el del precio más bajo posible, sin importar la calidad?

Hay que considerar que, si bien la cultura vinícola en España es fuerte y arraigada, la nueva generación, impulsada por la globalización y una diversidad de opciones, puede no tener la misma lealtad hacia el vino que las anteriores. Las bodegas españolas podrían considerar la estrategia de Paso Robles de aumentar los precios para crear una experiencia exclusiva y simultáneamente impulsar el consumo del vino. Sin embargo, esto corre el riesgo de alienar a los jóvenes que, aunque están dispuestos a pagar por una experiencia, también valoran la accesibilidad y la autenticidad.

¿Y si bajamos lo precios o incluso realizamos entradas gratuitas con cata de vinos incluidas?

Por otro lado, la estrategia de reducir precios podría atraer a más visitantes y potencialmente a una base de clientes más joven. Pero, ¿es esto económicamente viable para las bodegas españolas? España ya ofrece degustaciones a precios bastante razonables en comparación con regiones vinícolas en otros países. Reducir aún más estos precios podría no ser sostenible.

En lugar de seguir uno de estos dos caminos, las bodegas españolas que optasen por cobrar entrada, podrían optar por un enfoque más centrado en la experiencia. En lugar de simplemente ofrecer degustaciones, podrían ofrecer visitas más inmersivas, talleres de maridaje o incluso colaboraciones con otros sectores, como el arte, la música o la diversión.

Lo que está claro es que, mientras la industria vinícola española reflexiona sobre su futuro, debe considerar no solo su rica historia y tradiciones, sino también las cambiantes demandas y expectativas de las nuevas generaciones. Las lecciones de Paso Robles ofrecen un recordatorio valioso: en el mundo del vino, como en la vida, la adaptabilidad y la innovación son claves para la supervivencia y el florecimiento.