vinetur

Los primeros, los mejores y los diferentes: desgranando el enoturismo en Rioja

Principales conclusiones del primer Foro Origen, organizado por NueveCuatroUno en el Centro de la Cultura del Rioja (CCR)

jueves 6 de junio de 2024

ESCRITO POR NUEVECUATROUNO



Los primeros, los mejores y los más diferentes. Es una (o son tres) de las principales conclusiones del primer Foro Origen, organizado por NueveCuatroUno en el Centro de la Cultura del Rioja (CCR). La cita, primer gran congreso de enoturismo en Rioja encabezado por un medio de comunicación, ha reunido a expertos y profesionales del

ámbito regional, nacional e internacional para debatir sobre el presente y futuro del sector en España. De dónde venimos, dónde nos encontramos y hacia dónde queremos ir.

El foro, que ha registrado más de doscientos asistentes, ha contado con la participación del alcalde de Logroño, Conrado Escobar, y con dos mesas redondas y varias ponencias, que han versado sobre innovación tecnológica y la importancia cultural y económica del enoturismo. Aspectos abordados en esta jornada clausurada por el presidente del Gobierno, Gonzalo Capellán, quien ha afirmado que esta comunidad autónoma es "imbatible" si combina paisaje, patrimonio y turismo enogastronómico, "pese al déficit en infraestructuras".

David Farley, periodista neoyorquino especializado en turismo y gastronomía, colaborador de medios internacionales como The New York Times, The Washington Post, The Wall Street Journal, BBC y National Geograpich, entre otros, ha incidido en uno de los pilares básicos del enoturismo en Rioja. "La Rioja destaca en esas pequeñas cosas que sin duda marcan la diferencia porque la hospitalidad riojana no se puede inventar en una oficina de turismo. La hospitalidad riojana está en el alma de los riojanos. No se puede fabricar. Forma parte de la cultura de Rioja".

Siguiendo la vertiente internacional del foro abierta por Farley, en la cita también se han explorado casos de éxito como el distrito cultural World of Wine (WOW) en Oporto, presentado por Adrian Bridge, CEO de The Fladgate Partnership. El empresario británico afincado en Portugal ha destacado que "hay que focalizar la oferta en darle comodidad y gran variedad al visitante porque para crear un turismo de éxito hay que tener contenido". Además, ha puesto como ejemplo el caso de la ciudad lusa, donde lo han hecho "con una visión a largo plazo" en la que siguen trabajando "en educar al visitante y crear embajadores de la ciudad y sus vinos".



Las cifras han llegado de la mano de José Luis Lapuente, director general del Consejo Regulador de la DOCa Rioja, que ha asegurado que "el enoturismo en Rioja mantiene un crecimiento sostenido y una velocidad de crucero que no da síntomas de agotamiento y permite vislumbrar las oportunidades de negocio". Además, ha incidido en que "lo más complicado es traer hasta aquí al visitante, sobre todo porque las comunicaciones hasta Rioja no son las mejores; pero, una vez aquí, tenemos los argumentos suficientes para enamorarle".



Salvador Medina, CEO de Valhalla, ha puesto luz a la Inteligencia Artificial (IA) como oportunidad para el enoturismo. Medina ha recalcado que "la IA puede ayudar a las empresas a estar 365 días al año en la vida de un turista" y ha adelantado que en septiembre los móviles ya podrán organizar un viaje. "Para las personas que les digamos con el presupuesto que tengamos y se hará cargo de reservar billetes de avión o de tren, hoteles, visitas...".

Para eso la gestión de los datos es fundamental, y de ello ha hablado Javier Gurría, CEO de The Torre, que con su plataforma consigue gestionar y captar el dato del visitante desde que entra a la bodega hasta que se va. "Es importante integrar en una única plataforma todo el proceso de captación del cliente y el dato" para así poder "jugar con el enoturista, interactuar con él y enfocar nuestra oferta en base a sus gustos, a esa información que nos ha dado previamente".

Otro de los ejemplos de éxito que se han tratado en el foro ha sido el del Museo del Vino Vivanco, veinte años de una "revolución" que ha recordado Santiago Vivanco poniendo de relieve que "este siglo es el de la mujer y el sesenta por ciento del vino ya lo consumen las mujeres", augurando que "si vamos por caminos viejos, al final no

llegaremos a ningún lado".

Por otro lado, el foro ha contado con dos mesas redondas. La primera dedicada a Rioja como origen y destino del enoturista, que ha contado con la presencia de Elena Pilo (Bodegas Franco Españolas), Iván Pérez (Artevino Family Wineries) y Ricardo Madorrán (Azcona Comunicación).

Saber hacia dónde vamos

Pilo ha explicado que el turista busca una mayor conexión con lo auténtico y lo local. "Es más consciente de todo lo que tiene que ver con la sostenibilidad", ha señalado, asegurando en su bodega intentan "enamorar" al que turista que reciben. "En nuestra casa forman parte de un viaje del que tienen que salir con ganas de repetir".



Según Iván Pérez, la mejor manera de posicionarse es llegar los primeros, ser los mejores o ser diferentes. "La Rioja tiene, al menos, las dos primeras y hay que seguir trabajando en la tercera porque la gente ya no se conforma con la visita a la bodega. Se buscan vivencias y eso nos favorece". Además, para Ricardo Madorrán, "la comunicación del sector del enoturismo tiene miles de matices y es fascinante porque es el sector que más historias cuenta".

En la segunda mesa redonda se ha hablado del enoturismo como marca España. En ella han participado Virginia Borges, directora general de Turismo y Promoción Territorial del Gobierno de La Rioja; Chelo Miñana, directora del Máster en Formación Permanente

en Enoturismo de UNIR; Eduardo de Diego, de la Federación Española del Vino, y Natalia Briales, jefa de Área de Márketing Web y Contenidos de Turespaña.



Todos ellos han coincidido en que Rioja tiene las claves para ser un destino enoturístico líder en el mundo. Para Borges, "no hay ninguna comunidad en la que el vino sea tan vertebrador como en Rioja, por eso tenemos que ser líderes en enoturismo". Un sector que para Eduardo de Diego es transversal. "Es algo de todos que nos va a llevar a crecer, a conservar el territorio y a ayudar a los agricultores. Por eso hay que tener muy claro qué papel queremos jugar para ser líderes".

Para Natalia Briales, "el enoturismo está basado en tres pilares que están siendo tendencia: la desestacionalización, la desconcentración y buscar otro tipo de turismo más allá del sol y la playa y ahí Rioja tiene mucho que decir".

El acto lo ha clausurado el presidente de La Rioja, Gonzalo Capellán, que ha incidido en la importancia de que lleguen mejores comunicaciones para ser "imparables en el mundo del enoturismo".