vinetur

El enoturismo se reinventa para captar a las nuevas generaciones

Bodegas se adaptan a las demandas de Millennials y Generación Z

miércoles 29 de enero de 2025

ESCRITO POR ÚRSULA MARCOS



El enoturismo ha crecido significativamente en los últimos años, especialmente entre Millennials y la Generación Z. Estas generaciones, nacidas entre 1981 y 2012, han transformado la manera en que se concibe el turismo del vino, buscando experiencias más auténticas, sostenibles y adaptadas a sus intereses. Su inclinación por actividades que les permitan conocer en profundidad la cultura vinícola ha llevado a las bodegas y

regiones productoras a replantear su oferta para atraer a este nuevo público.

El interés de estos viajeros no se limita a la simple degustación de vinos. Buscan actividades que les permitan sumergirse en la historia, los procesos de producción y la vida de los productores. La posibilidad de recorrer viñedos, participar en vendimias o asistir a talleres de maridaje son algunas de las opciones más demandadas. El contacto directo con enólogos y viticultores añade valor a estas experiencias, pues permite a los visitantes comprender mejor el esfuerzo y la tradición detrás de cada botella.

Además, el papel de la tecnología es clave en esta transformación. Las redes sociales se han convertido en una fuente de inspiración y recomendación para los más jóvenes, influyendo directamente en la elección de sus destinos. Plataformas como Instagram, TikTok y YouTube funcionan como escaparates en los que las bodegas pueden mostrar su entorno, sus vinos y las experiencias que ofrecen. La creación de espacios fotogénicos dentro de las bodegas y la posibilidad de compartir momentos atractivos en redes sociales son factores que influyen en la decisión de visita.

Para los viajeros conscientes, la sostenibilidad es un aspecto fundamental que añade valor a su experiencia. Tanto Millennials como la Generación Z valoran las prácticas responsables con el medio ambiente y el compromiso social de las empresas que visitan. Las bodegas que implementan métodos ecológicos en la producción de sus vinos, minimizan el impacto ambiental y apoyan a las comunidades locales tienen una mayor aceptación entre estos consumidores. La transparencia en la comunicación de estas iniciativas es clave para generar confianza y fidelización.

Además de la sostenibilidad, la personalización es un factor determinante en las nuevas tendencias del enoturismo. Las bodegas han comenzado a ofrecer opciones adaptadas a los intereses individuales de los visitantes, desde catas especializadas hasta actividades combinadas con gastronomía, arte o música. La flexibilidad en los itinerarios y la posibilidad de vivir experiencias a medida contribuyen a hacer más atractivo este tipo de turismo.

A pesar del crecimiento del enoturismo entre las generaciones más jóvenes, la industria del vino se encuentra ante el reto de captar su interés en el consumo habitual. Mientras que los Millennials han mostrado una mayor disposición a incluir el

vino en sus preferencias, la Generación Z se inclina por otras bebidas, como cócteles o bebidas con menor graduación alcohólica. Para responder a esta situación, algunas bodegas han comenzado a explorar nuevos formatos de presentación del vino, eventos más dinámicos y colaboraciones con figuras influyentes en redes sociales.

El marketing digital ha cobrado una gran relevancia en la promoción del enoturismo. La colaboración con creadores de contenido e influencers especializados en viajes, gastronomía y estilo de vida ha demostrado ser una estrategia efectiva para atraer a estos consumidores. Además, el contenido generado por los propios visitantes, como reseñas, vídeos y publicaciones en redes sociales, contribuye a amplificar el alcance de las experiencias enoturísticas.

Para diversificar la oferta y captar la atención de un público más amplio, las bodegas han comenzado a incorporar actividades complementarias a las tradicionales visitas y catas. La organización de eventos culturales, festivales gastronómicos y experiencias sensoriales ha permitido ampliar el atractivo del enoturismo, ofreciendo opciones que van más allá del interés puramente vinícola.

El enoturismo se encuentra en un proceso de evolución impulsado por las nuevas generaciones, que buscan experiencias más personalizadas, tecnológicas y sostenibles. Las bodegas que logren adaptarse a estas demandas podrán consolidarse como destinos atractivos y asegurar su relevancia en el mercado.