vinetur

Spain Through Its Wineries reúne a 32 bodegas y lanza plataforma digital para impulsar el enoturismo

El proyecto del Foro de Marcas Renombradas Españolas presenta en FITUR su catálogo de experiencias y nueva web

jueves 15 de enero de 2026



‘Spain Through Its Wineries’ (STIW), iniciativa del Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE), ha presentado este jueves, 15 de enero, su renovada propuesta de enoturismo en Madrid. El proyecto, integrado en el marco de ‘Spain Brand Experiences’, se consolida como una opción premium, sostenible y orientada al viajero

internacional, con la puesta en marcha de un catálogo de experiencias y una nueva plataforma digital que agrupa a 32 bodegas de referencia de distintas comunidades autónomas.

La presentación oficial tendrá lugar el jueves 22 de enero en el stand de Turespaña en FITUR, donde participarán representantes de varias de las compañías implicadas. El objetivo es mostrar la evolución de STIW y su aportación a una oferta turística más estructurada y alineada con la Marca España.

El proyecto propone recorrer España a través del vino y el territorio, reuniendo en un solo producto a bodegas con trayectorias y estilos diversos, pero unidas por estándares comunes de calidad y una visión compartida del enoturismo como experiencia cultural, gastronómica y emocional. Además de la cata tradicional, STIW incluye visitas a viñedos, actividades en entornos naturales, propuestas gastronómicas, experiencias familiares y opciones relacionadas con el patrimonio, la arquitectura o la artesanía local.

Sofía Osborne, presidenta del Foro de Marcas Renombradas Españolas, ha señalado que ‘Spain Through Its Wineries’ es un ejemplo de colaboración entre marcas españolas para construir una propuesta turística de alto valor, adaptada a los nuevos perfiles de viajeros y con una visión de país a largo plazo. Según Osborne, el proyecto refuerza la imagen de España asociada a calidad, autenticidad y sostenibilidad, facilitando al viajero internacional una forma estructurada y coherente de descubrir el país.

STIW plantea el vino como embajador del territorio y como herramienta para acercar al viajero a regiones menos masificadas, favoreciendo un turismo distribuido durante todo el año y alineado con criterios de sostenibilidad económica, social y cultural. El perfil de visitante al que se dirige el proyecto corresponde a personas con interés por la cultura y la gastronomía local, poder adquisitivo medio-alto y búsqueda de experiencias auténticas, bien diseñadas y personalizadas.

Entre las bodegas que forman parte de la red se encuentran Abadía Retuerta, Barbadillo, Bodegas Aragonesas, Bodegas Fundador, Gargalo, González Byass, José Pariente, Marqués de Cáceres, Marqués de Vargas, Matarromera, Méndez-Rojo, Osborne, Pago de los Capellanes, Pagos del Rey, Terras Gauda, Vivanco y Zamora

Company. También participa la Fundación Juan Ramón Guillén, única almazara incluida en el proyecto, lo que amplía la visión del paisaje agroalimentario español.

Uno de los ejes principales de esta nueva etapa es la renovación de la web oficial (www.spainthroughitswineries.com), concebida como escaparate común del enoturismo español y herramienta práctica para el viajero. La plataforma permite explorar bodegas y experiencias de forma intuitiva, consultar un catálogo organizado por tipologías, navegar por mapas interactivos y acceder directamente a la información y contacto para la reserva con cada bodega. El portal incorpora contenidos visuales de alta calidad y está orientado a facilitar la planificación del viaje, ofreciendo una visión clara y completa de la diversidad vitivinícola y cultural del país en un único entorno digital.

Dentro de su propuesta, STIW incluye una línea específica para eventos corporativos y turismo MICE, un segmento que encuentra en las bodegas espacios singulares para reuniones, encuentros profesionales e incentivos. Estas localizaciones combinan infraestructuras adecuadas para el ámbito empresarial con entornos que favorecen la creatividad, el diálogo y la construcción de relaciones de confianza, reforzando la comunicación de valores de marca a través de experiencias memorables.

‘Spain Through Its Wineries’ forma parte del ecosistema de productos experienciales del FMRE junto a ‘Spain Designed for Feeling’, una plataforma que reúne más de 145 experiencias creadas por más de 50 marcas líderes españolas en ámbitos como gastronomía, vino, deporte, bienestar, patrimonio o estilo de vida. Ambos proyectos comparten el objetivo de facilitar al viajero una forma estructurada, accesible y de calidad de conocer España a través de experiencias auténticas respaldadas por marcas líderes.

Estas iniciativas han contado con financiación de la Unión Europea – NextGenerationEU, a través del Ministerio de Industria y Turismo, en el marco del Programa Experiencias Turismo España, y con el apoyo de Turespaña.

El Foro de Marcas Renombradas Españolas, fundado en 1999, es una alianza público-privada integrada por más de cien de las principales empresas españolas con marcas líderes en sus respectivos sectores, junto con el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, el Ministerio de Industria y Turismo, ICEX España Exportación e

Inversiones, la Oficina Española de Patentes y Marcas, la Cámara de Comercio de España, Turespaña y las Secretarías de Estado de Comercio y Turismo. Su objetivo es fomentar la importancia estratégica de la marca, la innovación y el diseño, e impulsar la internacionalización de la empresa como palanca para la mejora de la competitividad de la economía española.