



Octubre 2010

Cámara
Valencia

EL
ENOTURISMO



1) INTRODUCCIÓN	01
1.1. ¿Qué es el enoturismo?	02
1.2. El enoturista	02
1.3. Relación con otros subsectores de turismo	03
2) EL ENOTURISMO EN EL MUNDO	03
2.1. Principales zonas de turismo enológico en el mundo	03
3) EL ENOTURISMO EN ESPAÑA	08
3.1. España como destino de turismo enológico: principales zonas	08
3.2. Marcas vitícolas: las DDOO	09
3.3. Marcas turísticas: las Rutas del Vino	11
3.4. Perfil del enoturista en España	12
3.5. El impacto del turismo enológico en España	12
4) EL ENOTURISMO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA	17
4.1. Las DDOO y las Rutas del Vino en la C. Valenciana	17
4.2. Las bodegas visitables como recurso turístico en la C. Valenciana	19
4.3. El impacto del turismo enológico en la C. Valenciana	20
4.4. Retos de futuro	21
5) FUENTES CONSULTADAS	22



1.1. ¿Qué es el enoturismo?

El enoturismo podría definirse como una forma de hacer turismo que está relacionada con el mundo y la cultura del vino, y cuyas principales actividades son la visita a las bodegas y los viñedos y la cata del vino. Sin embargo, el enoturismo es mucho más que eso. Existen numerosas actividades secundarias de las que el turista o enoturista puede disfrutar, como por ejemplo, la participación en eventos relacionados con la cultura del vino, comprar vino en tiendas especializadas, visitas a museos del vino, actividades gastronómicas, conocer pasajes vitivinícolas o hacer turismo deportivo.

La definición del concepto enoturismo se puede abordar desde diferentes puntos de vista. En consecuencia, podemos encontrar diferentes definiciones dentro de la literatura científica, entre otras:

» Por enoturismo se entiende el desarrollo de las actividades turísticas y de ocio y tiempo libre dedicadas al descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su territorio (Carta Europea del Enoturismo).

» El turismo de vino es la experiencia de visitar viñedos, conocer bodegas, asistir a festivales y a demostraciones vinícolas en los cuales la cata del vino y/o la experiencia de los atributos del mismo son el principal motivo para los visitantes (Hall et al., 2000).

» El enoturismo es simultáneamente un comportamiento del consumidor, una estrategia para desarrollar el área geográfica y el mercado del vino de dicha zona, y una oportunidad de promoción de las bodegas para vender sus productos directamente a los consumidores (Getz y Brown, 2006).

El turismo de vino está considerado como un modelo de desarrollo sostenible, pues es capaz de crear empleo y generar riqueza en las áreas rurales. Asimismo, tiene la capacidad de aumentar y mejorar la producción vinícola, intensifica la competitividad y mejora la calidad de vida de los ciudadanos, todo ello a través del respeto al medio ambiente. Por otro lado, el desarrollo del enoturismo en una comarca favorece la apertura de nuevos canales de distribución, la captación de nuevos clientes y permite la fidelización de los ya existentes.

Desde el punto de vista turístico, el enoturismo incrementa los flujos de visitantes a la región, difunde y consolida la imagen de destino turístico de calidad, además de desarrollar la comarca.

A pesar de ser un tipo de turismo que está empezando a despegar en España, goza ya de una larga tradición en ciertos países europeos –Italia y Francia, principalmente- y en los países conocidos como el Nuevo Mundo (el Valle de Napa en Estados Unidos, Australia, Chile o Sudáfrica).

1.2. El enoturista

Las principales motivaciones de un turista a la hora de visitar una comarca vitícola son:

- » La degustación del vino.
- » La adquisición de conocimientos sobre vino.
- » Envolverse de la cultura del vino.
- » Estar en contacto con un ambiente rural.
- » Realizar turismo gastronómico.
- » Asistir a eventos y festivales sobre el vino.



- » Apreciarse la arquitectura y el arte.
- » Disfrutar de los aspectos saludables del vino.
- » Aprender sobre temas ecológicos y el ecoturismo.

1.3. Relación con otros sectores

El enoturismo es una actividad económica compleja y que ha estado en constante evolución e innovación, ya que aúna y abarca los tres sectores económicos tradicionales: por un lado, la agricultura, al tratarse de una actividad propiamente agraria el cultivo de la vid; por otro lado, la industria (en cuanto a la actividad transformadora del vino); y finalmente, los servicios, ya que la actividad se ha extendido al turismo.

Así, junto a las visitas a bodegas y la cata de vino, se han desarrollado numerosas actividades del sector servicios que complementan y enriquecen la oferta del turismo enológico, siendo además una muy buena oportunidad de crear sinergias entre las diferentes actividades turísticas. Las de mayor implantación son: la hostelería y la restauración, el comercio de productos típicos de la zona, la visita a museos, el turismo deportivo (campos de golf, paseos a caballo), el turismo de salud (balnearios, spa de vinoterapia) y la celebración de eventos (espectáculos, comidas, reuniones, ponencias).

2.1 Principales zonas de turismo enológico en el mundo

CALIFORNIA (Estados Unidos)

El Valle de Napa

El Valle de Napa (Napa Valley), situado a una hora en coche de la ciudad de San Francisco, está considerado como el referente del enoturismo en el mundo. Su oferta turística se centra, casi exclusivamente, en el vino y su cultura. En la actualidad existen más de 400 bodegas, la mayor parte de las cuales ofrecen visitas guiadas y catas de vino. Las variedades de cultivo en el Valle de Napa son: Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Pinot Noir, Merlot y Zinfandel.

En 2005, el Valle de Napa recibió un total de 4,7 millones de turistas, con un gasto medio diario de 129 euros (algo más de 80 euros aquellos turistas que no pernoctan, y cerca de 175 euros los que pernoctan). El perfil del visitante responde a una persona adulta, con un nivel académico alto y unos ingresos superiores al visitante medio de California. Asimismo, el mercado del Valle de Napa es predominantemente doméstico (la mitad proviene del Estado de California).

La oferta turística del valle es muy amplia: cuenta con más de 50 restaurantes de alta calidad, más de 160 hostales y hoteles que ofertan más de 4.000 habitaciones, 35 spas, además de museos, galerías, campos de golf, boutiques y comercios.

En 2005, el impacto total sobre la economía de los turistas –teniendo en cuenta los efectos indirectos o inducidos– ascendió a mil millones de euros. El enoturismo da empleo a 17.500 personas, a tiempo parcial y completo.



El Valle de Sonoma

Situado en el condado de Sonoma, se extiende a lo largo de 27 kilómetros y comprende 60.000 hectáreas de viñedos. El Valle de Sonoma fue la cuna de la industria vinícola de California. En la actualidad cuenta con más de 260 bodegas, si bien éstas no son el principal atractivo para los visitantes: sólo el 48% de los turistas acude a una bodega durante su estancia (el 77% en el Valle de Napa). Existe una gran diversidad en la oferta turística: además de las bodegas y los viñedos, el turista puede encontrar spas, restaurantes, actividades al aire libre, cursos de golf, centros ecuestres, teatros, mercadillos e incluso safaris africanos. Por lo que respecta a la oferta hotelera, el Valle de Sonoma disponía de más de 8.500 habitaciones (dato de 2006), correspondiendo gran cantidad de ellas a hoteles de lujo.

La industria del vino en el valle de Sonoma atrae cada año alrededor de siete millones de turistas (datos de 2005), los cuales desembolsan casi 750 millones de euros, y emplea a más de 15.500 personas. El perfil del visitante del condado de Sonoma es muy parecido al del Valle de Napa. Destacar que se trata de un turista estadounidense, entre 45 y 62 años de edad, con un alto nivel adquisitivo, que viaja principalmente por motivos de placer y que lo hace acompañado de su pareja. El gasto medio diario asciende a 55 euros, con una estancia media de 1,86 días.

FRANCIA

El país gallo cuenta con una larga tradición vinícola, siendo uno de los líderes mundiales en elaboración de vino, y puntero en el desarrollo del enoturismo. Francia cuenta

con 17 rutas del vino y 292 Denominaciones de Origen Certificadas. Las principales zonas vitivinícolas son Alsacia, Borgoña, Champagne y Burdeos. Ésta última se sitúa como la región vitivinícola más visitada del país.

Alsacia

El viñedo de Alsacia comprende 119 municipios del noroeste de Francia y una superficie superior a 15.500 hectáreas destinadas a la producción de las 3 denominaciones de origen. La región cuenta con tres denominaciones de origen certificadas (“Alsace”, “Alsace Grand Cru” y “Crémant d’Alsace”) y la producción media anual supera los 150 millones de botellas, generando un beneficio que ronda los 500 millones de euros.

Alsacia produce esencialmente vinos blancos y, en menor medida, se elaboran tintos pinot y caldos multivarietales conocidos como Edelzwicker. Asimismo, se produce vino espumoso tipo crémant, elaborado con el método champenoise: crémant d’Alsace. Cabe destacar que los vinos de Alsacia tienen una fuerte influencia germánica.

Inaugurada en 1953, la Ruta del Vino de Alsacia (Route des Vins d’Alsace) es un itinerario frecuentado por los turistas que visitan la región. De norte a sur, la ruta se extiende a través de las colinas de viñedos, por más de 170 km, al pie de las laderas orientales de los Vosgos. Son 67 los municipios cruzados por la ruta y alrededor de 1.000 empresas adheridas a la misma entre bodegas, restaurantes, alojamientos temáticos, museos, etc. Asimismo, la ruta ofrece numerosas actividades asociadas a la cultura del vino: deportivas, culturales, lúdicas, eventos, ferias y salones, etc.



Se estima que en 2009 se alojaron en el viñedo alsaciano casi 2 millones de visitantes, con un total estimado de 5 millones de pernотaciones en todos los tipos de alojamientos. El turismo de vino genera alrededor de 3.600 empleos en la región, cifra que supone un 13% del total del empleo en Alsacia.

Borgoña

La región de Borgoña, situada en el centro-este de Francia, cuenta con 27.000 hectáreas de viñedos en producción y alrededor de 900 bodegas que producen unos 200 millones de botellas de vino al año (1,5 millones de hectolitros). Borgoña es la cuarta región vinícola francesa en términos de superficie (extensión ocupada por el total de viñedos de sus denominaciones de origen), pero se sitúa en primera posición en cuanto a número, variedad y calidad de sus denominaciones de origen. Existen 97 Denominaciones de Origen y las variedades de uva cultivadas son: Chardonnay (46% del total de la plantación); Pinot noir (36%); Aligoté (6%), Gamay (11%). El resto (1%) corresponde a Sauvignon blanc, pinot blanc, pinot beurot, sacy y César.

En la actualidad, Borgoña cuenta con cinco rutas del vino que recorren la región de norte a sur:

- » Route touristique des vignobles de l'Yonne,
- » Route du Crémant,
- » Route touristique des Grands Crus,
- » Route touristique des Grands Vins,
- » Route des Vins Mâconnais-Beaujolais.

Burdeos

Burdeos está situada en la región de Aquitania, al sudoeste de Francia (limita con el País Vasco y Navarra). Con una

superficie de 120.000 hectáreas, conforma el conjunto de viñedos más extenso del mundo. El número de bodegas supera las 8.000, con un promedio de producción anual que ronda los 800 millones de botellas. Existen 57 Denominaciones de Origen, reunidas en seis grupos: Médoc y Graves, Saint-Emilion, Pomerol, Fronsac, Côtes rouges, Blancs secs y Blancs doux. Dispone de cinco rutas del vino, que son: La Ruta de los Châteaux, La Ruta de las Laderas, La Ruta del Patrimonio, La Ruta de las Villas Fortificadas, La Ruta de los Graves.

Las principales variedades del vino de Burdeos son:

» **En tinto:** el Merlot, el Cabernet Sauvignon, el Cabernet Franc, el Cot (o Malbec), el petit Verdot, y el Carmenère.

» **En blanco:** el Sémillon, el Sauvignon blanc, la Muscadelle, el Colombard, el Merlot blanc y el Ugni blanc. Los viñedos bordaleses reciben un total de 5,8 millones de turistas anuales, de los cuales el 27% es extranjero. El 30% de los visitantes no pernотan en el territorio y la mayor parte de los turistas son particulares (85%), es decir, no son profesionales del vino.

ITALIA

Con alrededor de 850 mil hectáreas de viñedos y 358 Denominaciones de Origen, Italia se posiciona como uno de los principales productores de vino a nivel mundial. El enoturismo está muy ligado a las Rutas del Vino (Strade del Vino). De hecho, Italia dispone de una ley nacional que regula los aspectos relativos al enoturismo (Ley nº 268, de 27-7-1999). En la actualidad existen 140 Rutas del Vino, siendo La Toscana, la región vitivinícola más desarrollada (posee 21 Rutas del Vino). Un total de 1.300



municipios son atravesados por alguna de las rutas.

Italia recibe entre 4 y 6 millones de enoturistas al año y factura un total de 2.500 millones de euros. El gasto medio diario por turista asciende a 149 euros que se reparten del siguiente modo:

- » 25€ en vino;
- » 31€ en restaurantes;
- » 47€ en pernoctaciones (hoteles, etc.);
- » 46€ en productos típicos y otros servicios.

Asimismo, Italia cuenta con 3.300 bodegas citadas en la guía de las Rutas del Vino, 32.972 productos vinícolas y dispone de un total de 4.133 restaurantes.

El perfil del enoturista en Italia corresponde a un hombre de entre 45 y 69 años, residente en el nordeste del país y con un poder adquisitivo medio-alto. Las principales actividades realizadas por el turista enológico, por orden de importancia son: visita a bodegas y viñedos, visita Ruta del Vino y visitar un museo del vino. Además, la mayor parte de ellos elige el restaurante según la variedad de vinos en la carta. Las regiones vinícolas más visitadas, por orden son: Toscana, Piamonte, Veneto, Umbria y Puglia.

CHILE

El enoturismo en Chile es todavía incipiente, aunque el país es un importante productor de vino, orientado principalmente al mercado exterior. Según un estudio publicado por SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo de Chile) en 2006, Chile cuenta con 96 bodegas visitables,

ubicadas en su mayoría en las principales zonas vitivinícolas de Maipo, Colchagua y Maule. El número de visitas realizadas a las bodegas chilenas en 2005 ascendió a casi 240.000, de las cuales el 67% correspondían a turistas extranjeros, sobre todo, viajeros procedentes de Estados Unidos, Brasil, Inglaterra, Alemania, España, Francia y Argentina. La recaudación estimada en 2005, tanto por visitas a las bodegas como por la venta de vinos a los turistas ascendió a casi 4 millones de dólares.

Todas las bodegas abiertas al turismo ofrecen la degustación de vinos, el 96% realiza la visita a la bodega, el 59% realiza visitas a los viñedos y el 47% de las bodegas visitables ofrecen otro tipo de actividad turística. Asimismo, el 15% de las bodegas poseen restaurantes y el 15% ofrece alojamiento.

A pesar de contar con 8 Rutas del Vino, la mayor parte de las visitas se generan de forma directa en las bodegas: del total de visitas (240.000), tan sólo el 17% fue administrado por las Rutas.

AUSTRALIA

Australia cuenta con alrededor de 170.000 hectáreas de viñedos, ocupando el sexto lugar en producción de vinos a nivel mundial (datos de 2005), y sus principales regiones son Victoria, South Australia y New South Wales.

En 2005, el país sumaba un total de 1.899 bodegas, de las cuales un 78% (1.490) disponen de instalaciones destinadas al turismo. Del total de bodegas visitables –ubicadas en su mayoría en la región de Victoria-, el 39%



(585) de ellas tiene restaurante o sirven comidas ligeras. Sólo el 14% (204 bodegas) ofrece alojamiento.

Según un informe de Tourism Australia, el volumen de enoturistas durante el año 2004 ascendió a 4,6 millones de visitantes, un 87% de los cuales corresponde al turismo nacional y el resto al turismo internacional, lo que indica el grado de importancia que el mundo del vino tiene para los australianos.

Los ingresos por visitantes nacionales en 2005 ascendieron a 1.872 millones de dólares, cifra seis veces superior a otras actividades turísticas. Por otro lado, los turistas procedentes del extranjero se gastaron un total de 1.716 millones de dólares. En total, el turismo de vino tuvo un impacto de alrededor de 3.588 millones de dólares, un gasto que comprende tanto las visitas a las bodegas como el resto de actividades relacionadas con el turismo de vino (alojamiento, comida, compra de productos, paseos en globo, etc.).

SUDÁFRICA

Sudáfrica cuenta con una oferta de turismo de vino muy desarrollada y muy vinculada al modelo enoturístico de las Rutas del Vino. La primera ruta (Stellenbosch wine route) data del año 1971 y, desde entonces se han añadido 20 más (página web wine.co.za). En la actualidad, el sistema de rutas del vino sudafricano goza de la reputación de ser el país con las mejores infraestructuras del mundo.

Las rutas están especializadas en la oferta de "tours" organizados, dando la oportunidad de conocer a los viticultores como uno de los "actores" principales en las

visitas. Las principales motivaciones de los enoturistas son, en primer lugar, involucrarse de la cultura del vino; en segundo lugar, la cata y la compra de vinos; y en tercer lugar, la belleza y el esplendor de los paisajes sudafricanos en los que se enmarca la industria del vino.

En Sudáfrica hay 101.325 hectáreas de viñedos en producción (datos de 2008), y las principales variedades cultivadas son: Chenin blanc (18,6% del total de hectáreas), Cabernet Sauvignon (12,5%), Colombar (11,7%), Shiraz (9,8%) y Sauvignon blanc (9%). Cabe destacar que el 95% de los viñedos sudafricanos se concentran en la provincia de "Western Cape", en el sudeste del país.

La facturación del total de la industria de vino sudafricana en 2008 ascendió a casi 2.000 millones de euros, de los cuales, alrededor de 432 millones fueron generados indirectamente por el turismo de vino. Asimismo, cerca de 257.000 personas están empleadas, tanto directa como indirectamente, en la industria del vino (datos 2003), incluyendo los trabajadores de los viñedos, los encargados del embalaje, venta al por menor y actividades turísticas. En total, el enoturismo emplea aproximadamente 59.000 personas.



» DENOMINACIONES DE ORIGEN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

D.O	Órgano de Gestión	C.Autónoma
Condado de Huelva	Consejo Regulador D.O. "Condado de Huelva"	Andalucía
Jerez-Xeres-Sherry y Manzanilla Sanlúcar de Barrameda	Consejo Regulador DD.OO. "Jerez-Xeres-Sherry y Manzanilla Sanlúcar de Barrameda"	Andalucía
Málaga	Consejo Regulador DD.OO. "Málaga" y "Sierras de Málaga"	Andalucía
Montilla-Moriles	Consejo Regulador D.O. "Montilla-Moriles"	Andalucía
Sierras de Málaga	Consejo Regulador DD.OO. "Málaga" y "Sierras de Málaga"	Andalucía
Vino de Calidad de Granada	Asociación vinos de Granada	Andalucía
Calatayud	Consejo Regulador D.O. "Calatayud"	Aragón
Campo de Borja	Consejo Regulador D.O. "Campo de Borja"	Aragón
Cariñena	Consejo Regulador D.O. "Cariñena"	Aragón
Somontano	Consejo Regulador D.O. "Somontano"	Aragón
Abona	Consejo Regulador D.O. "Abona"	Canarias
El Hierro	Consejo Regulador D.O. "El Hierro"	Canarias
Gran Canaria	Consejo Regulador D.O. "Gran Canaria"	Canarias
La Gomera	Consejo Regulador D.O. "La Gomera"	Canarias
La Palma	Consejo Regulador D.O. "La Palma"	Canarias
Lanzarote	Consejo Regulador D.O. "Lanzarote"	Canarias
Tacoronte-Acentejo	Consejo Regulador D.O. "Tacoronte-Acentejo"	Canarias
Valle de Güimar	Consejo Regulador D.O. "Valle de Güimar"	Canarias
Valle de La Orotava	Consejo Regulador D.O. "Valle de La Orotava"	Canarias
Ycoden-Daute-Isora	Consejo Regulador D.O. "Ycoden-Daute-Isora"	Canarias
Arlanza	Asociación "Vino de Calidad del Arlanza"	Castilla y León
Ambes	Asociación "Vino de Calidad de Arribes"	Castilla y León
Bierzo	Consejo Regulador D.O. "Bierzo"	Castilla y León
Cigales	Consejo Regulador D.O. "Cigales"	Castilla y León
Ribera del Duero	Consejo Regulador D.O. "Ribera del Duero"	Castilla y León
Rueda	Consejo Regulador D.O. "Rueda"	Castilla y León
Tierra de León	Asociación "Vino de Calidad de Tierra de León"	Castilla y León
Tierra del Vino de Zamora	Asociación "Vino de Calidad de Tierra del Vino de Zamora"	Castilla y León
Toro	Consejo Regulador D.O. "Toro"	Castilla y León
Valles de Benavente	Asociación "Vino de Calidad de Tierra del Vino de Zamora"	Castilla y León
Almansa	Consejo Regulador D.O. "Almansa"	Castilla-La Mancha

3.1. España como destino de turismo enológico: principales zonas

Al tratarse de cultivo de secano, las principales zonas de turismo enológico se ubican mayoritariamente en zonas del interior. Según Hosteltur, las comunidades autónomas vitivinícolas más importantes en España y las regiones tradicionalmente más turísticas son asimismo las que lideran el desarrollo del enoturismo en España. A la cabeza del ranking se sitúa La Rioja, que es la más conocida a nivel internacional. Le siguen Cataluña y Andalucía por número de visitantes. A continuación se posicionan Castilla-La Mancha, Castilla y León y Navarra por producción y proyectos innovadores. No obstante, hay otras muchas regiones que están desarrollando personalidad propia, tanto por producto final como por producto complementario al resto de la oferta turística: Comunitat Valenciana, Baleares, País Vasco, la Comunidad de Madrid y la Región de Murcia.

Con un total de 1,16 millones de hectáreas de suelo en las que se cultiva uva (según el ICEX), España se posiciona como el primer país en superficie cultivada. Del total de hectáreas, el 94,4% se destina a la elaboración de vino y sólo en 2008 hubo una producción de 40,3 millones de hectolitros, según el Observatorio Español de Mercados del Vino. Estas cifras emplazan a nuestro país como el tercer productor de vino a nivel mundial, sólo por detrás de Francia e Italia.

Un fuerte sector vitivinícola sumado a las numerosas cualidades como destino turístico, hacen de España un país idóneo para el desarrollo del enoturismo. Según el presidente de ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino), en España se está desarrollando el modelo de turismo de vino europeo, fundamentado en el establecimiento de rutas o itinerarios que permiten al turista no sólo visitar bodegas, sino conocer además otros recursos de ocio y servicios



» DENOMINACIONES DE ORIGEN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

D. O.	Órgano de Gestión	C. Autónoma
Campo de la Guardia	--	Castilla-La Mancha
Dehesa del Carizal	--	Castilla-La Mancha
Dominio de Valdepusa	--	Castilla-La Mancha
Finca Élez	--	Castilla-La Mancha
La Mancha	Consejo Regulador D.O. "La Mancha"	Castilla-La Mancha
Manchuela	Consejo Regulador D.O. "Manchuela"	Castilla-La Mancha
Méntrida	Consejo Regulador D.O. "Méntrida"	Castilla-La Mancha
Mondéjar	Consejo Regulador D.O. "Mondéjar"	Castilla-La Mancha
Pago Florentino	--	Castilla-La Mancha
Pago Gujoso	--	Castilla-La Mancha
Ribera del Júcar	Consejo Regulador D.O. "Ribera del Júcar"	Castilla-La Mancha
Uclés	--	Castilla-La Mancha
Valdepeñas	Consejo Regulador D.O. "Valdepeñas"	Castilla-La Mancha
Alella	Consejo Regulador D.O. "Alella"	Cataluña
Cataluña	Consejo Regulador D.O. "Cataluña"	Cataluña
Conca de Barberá	Consejo Regulador D.O. "Conca de Barberá"	Cataluña
Costers del Segre	Consejo Regulador D.O. "Costers del Segre"	Cataluña
Empordá	Consejo Regulador D.O. "Empordá"	Cataluña
Montsant	Consejo Regulador D.O. "Montsant"	Cataluña
Penedés	Consejo Regulador D.O. "Penedés"	Cataluña
Pla de Bages	Consejo Regulador D.O. "Pla de Bages"	Cataluña
Priorat	Consejo Regulador D.O. "Priorat"	Cataluña
Tarragona	Consejo Regulador D.O. "Tarragona"	Cataluña
Terra Alta	Consejo Regulador D.O. "Terra Alta"	Cataluña
Navarra	Consejo Regulador D.O. "Navarra"	Comunidad Foral de Navarra
Pago de Arinzano	--	Comunidad Foral de Navarra
Pago de Otazu	--	Comunidad Foral de Navarra
Prado de Irache	--	Comunidad Foral de Navarra
Alicante	Consejo Regulador D.O. "Alicante"	Comunidad Valenciana
Utiel-Requena	Consejo Regulador DO. "Utiel -Requena"	Comunidad Valenciana
Valencia	Consejo Regulador D.O. "Valencia"	Comunidad Valenciana
Ribera del Guadiana	Consejo Regulador D.O. "Ribera del Guadiana"	Extremadura
Rias Baixas	Consejo Regulador D.O. "Rias Baixas"	Galicia
Ribeira Sacra	Consejo Regulador D.O. "Ribeira Sacra"	Galicia
Ribeiro	Consejo Regulador D.O. "Ribeiro"	Galicia

relacionados con el patrimonio y la cultura del vino y la gastronomía del territorio.

No cabe duda de que el enoturismo es un sector en auge en España, que además cuenta con el apoyo tanto del sector público como del privado. De hecho, según afirma la revista Hosteltur en su Especial Enoturismo, entre las principales motivaciones de los turistas a la hora de visitar nuestro país están la gastronomía y los vinos españoles. El enoturismo, asimismo, se ha constituido como un complemento perfecto al turismo rural, el de interior y el cultural, los cuales se están beneficiando de las múltiples sinergias generadas por los esfuerzos de la política de diversificación de las actividades turísticas, con el fin de reducir la estacionalidad de este sector económico.

Las zonas vitivinícolas se acogen básicamente a dos tipos de marcas para impulsar su potencial de negocio: por un lado, las **Denominaciones de Origen (DDOO)** e **Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP)**, y por otro, las Rutas del Vino:

- 1) Las **DDOO** y las **IGP** son reconocimientos a una zona que concentra la actividad de cultivo de la vid y la elaboración del vino, desde el punto de vista agroalimentario.
- 2) Las Rutas del Vino son itinerarios certificados y reconocidos desde el punto de vista turístico como atractivos por la posibilidad de la dinamización de la zona donde se implantan, así como por la atracción de nuevos turistas.

3.2. Marcas vitícolas: las DDOO

Según la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino (BOE 11-07-2003), se define **Denominación de Origen (DO)** como el nombre de una región, comarca, localidad o lugar determinado que haya sido reconocido



» DENOMINACIONES DE ORIGEN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

D. O.	Órgano de Gestión	C. Autónoma
Valdeorras	Consejo Regulador D.O. "Valdeorras"	Galicia
Monterrei	Consejo Regulador D.O. "Monterrei"	Galicia
Binissalem	Consejo Regulador D.O. "Binissalem"	Islas Baleares
Pla i Llevant	Consejo Regulador D.O. "Pla i Llevant"	Islas Baleares
Vinos de Madrid	Consejo Regulador D.O. "Vinos de Madrid"	Madrid
Arabazo Txakolina-Txacoli de Álava	Consejo Regulador de la D.O. "Arabazo Txakolina-Txacoli de Álava"	País Vasco
Chacoli de Bizcaia-Bizkaiko Txakolina	Consejo Regulador D.O. "Chacoli de Bizcaia-Bizkaiko Txakolina"	País Vasco
Chacoli de Getaria-Getariako Txacolina	Consejo Regulador D.O. "Chacoli de Getaria-Getariako Txacolina"	País Vasco
Cangas	Asociación "Vino de Calidad de Cangas"	Principado de Asturias
Bullas	Consejo Regulador D.O. "Bullas"	Región de Murcia
Yecla	Consejo Regulador D.O. "Yecla"	Región de Murcia
Cava	Consejo Regulador Denominación "Cava"	Supra-Autonómica
Jumilla	Consejo Regulador D.O. "Jumilla"	Supra-Autonómica
Rioja	Consejo Regulador D.O. "Rioja"	Supra-Autonómica

Fuente: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino

» *** RUTAS DEL VINO CERTIFICADAS

1. Bullas (Región de Murcia)
2. Jerez (Andalucía)
3. Jumilla (Región de Murcia)
4. La Mancha (Castilla-La Mancha)
5. Montilla-Moriles (Andalucía)
6. Navarra (Comunidad Foral de Navarra)
7. Penedés (Cataluña)
8. Rías Baixas (Galicia)
9. Ribeiro (Galicia)
10. Rioja Alavesa (País Vasco)
11. Somontano (Aragón)
12. Tacoronte -Acentejo (Canarias)
13. Utiel -Requena (Comunidad Valenciana)

» *** RUTAS DEL VINO EN PROCESO DE CERTIFICACIÓN

1. Alicante (Comunidad Valenciana)
2. Condado de Huelva (Andalucía)
3. Ribera del Duero (Castilla y León)
4. Ribera del Guadiana (Extremadura)
5. Rioja Alta (La Rioja)
6. Bierzo (Castilla y León)
7. Lleida (Cataluña)
8. Campo de Borja (Aragón)

Fuente: Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino

administrativamente para designar vinos que cumplan las siguientes condiciones:

- » Haber sido elaborados en la región, comarca, localidad o lugar determinados con uvas procedentes de los mismos;
- » Disfrutar de un elevado prestigio en el tráfico comercial en atención a su origen;
- » Y cuya calidad y características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico que incluye los factores naturales y humanos.
- » Además, han de haber transcurrido, al menos, cinco años desde su reconocimiento como vino de calidad con indicación geográfica.

Esta Ley diferencia, asimismo, entre DO y DOCa.

La Denominación de Origen Calificada (DOCa) deberá cumplir, además de los requisitos exigibles a las denominaciones de origen, los siguientes:

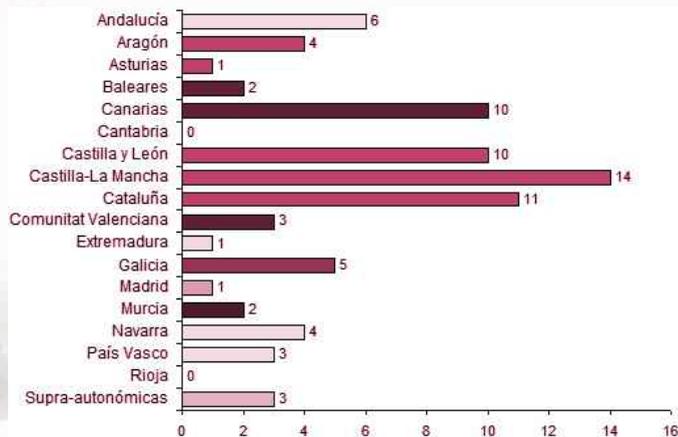
- » Que hayan transcurrido, al menos, diez años desde su reconocimiento como **Denominación de Origen**.
- » Se comercialice todo el vino embotellado desde bodegas inscritas y ubicadas en la zona geográfica delimitada.
- » Cuento con un sistema de control desde la producción hasta la comercialización respecto a calidad y cantidad, incluyendo un control físico-químico y organoléptico por lotes homogéneos de volumen limitado.
- » Está prohibida la coexistencia en la misma bodega con vinos sin derecho a la **DOCa**, salvo vinos de pagos calificados ubicados en su territorio.
- » Ha de disponer de una delimitación cartográfica, por municipios, de los terrenos aptos para producir vinos con derecho a la **DOCa**.

En la actualidad, España dispone de 79 **Denominaciones de Origen** repartidas por todo el territorio nacional, y una **Denominación de Origen Calificada**, la de "Rioja".

Todas las comunidades autónomas disponen de alguna denominación de origen, exceptuando Cantabria. Las regiones

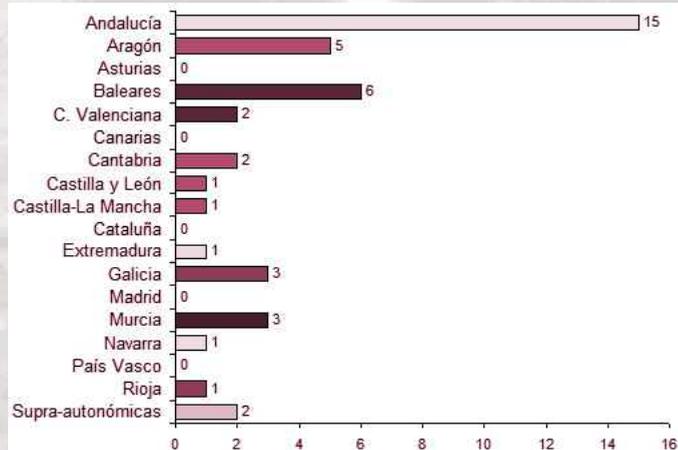


» * DENOMINACIONES DE ORIGEN POR CCAA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino

» ** INDICACIONES GEOGRÁFICAS PROTEGIDAS POR CCAA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino

de Castilla-La Mancha y Cataluña son líderes en cuanto a número de denominaciones con 14 y 11, respectivamente. Les siguen Castilla y León y Canarias con 10 cada una. Andalucía tiene 6 denominaciones de origen, Galicia tiene 5 y el resto dispone de 4 ó menos. Además, existen tres denominaciones de origen de ámbito supra-autonómico que son: “Cava”, “Rioja” y “Jumilla”.

La zona de producción del Cava es muy amplia y se extiende a lo largo de 159 municipios de las provincias de Barcelona (63), Tarragona (52), Lleida (12), Girona (5), La Rioja (18), Álava (3), Zaragoza (2), Navarra (2), Valencia (1) y Badajoz (1). Por su parte, las tres zonas de producción de la Denominación “Rioja” se distribuyen en el territorio de las tres provincias ribereñas del curso alto del Ebro: La Rioja (70% del total de hectáreas), Álava y Navarra. Por último, la producción del vino de “Jumilla” abarca dos amplias zonas: el municipio de Jumilla, en la provincia de Murcia, en el que se encuentra la sede del Consejo Regulador y seis municipios en la provincia de Albacete*.

Por otro lado, el Reglamento (CE) 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006 define una **Indicación Geográfica Protegida (IGP)** como el nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio:

- » Originario de dicha región, de dicho lugar determinado o de dicho país.
- » Que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda atribuirse a dicho origen geográfico.
- » Y cuya producción, transformación o elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.

En España hay 43 **Indicaciones Geográficas Protegidas**, concentradas mayoritariamente en las comunidades autónomas de Andalucía, Islas Baleares y Aragón**.

3.3. Marcas turísticas: las Rutas del Vino

El producto turístico “Rutas del Vino de España” nace del trabajo de la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN), apoyada por los Ministerios de Industria, Turismo y Comercio y de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. ACEVIN fue creada en 1994. En la actualidad, agrupa a más de 70 ciudades de todo el territorio español. Su fin primordial es el de promover la cultura y el turismo del vino como estrategia de desarrollo local y de creación de riqueza y empleo. No obstante, no es hasta el año 2000 cuando se empieza a trabajar en el diseño y certificación de rutas del vino oficiales. La Secretaría General de Turismo y Comercio Interior puso en marcha el Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-2006), el cual incluía un programa denominado Calidad en los Productos Turísticos, cuyo objetivo era trabajar en el diseño y desarrollo de nuevos productos turísticos. Desde este momento, ACEVIN y la Secretaría General de Turismo inician su colaboración, fruto de la cual se definió el producto turístico “Rutas del Vino de España”, así como sus normas de autorregulación, con el fin de garantizar a los visitantes unos niveles básicos de calidad.

El concepto de Ruta del Vino consiste en constituir en determinados destinos rurales con orientación hacia el turismo cultural y rural un producto integrado basado en las actividades vitícolas, gastronómicas y culturales, acompañado por una amplia oferta de alojamiento con servicios relacionados con dicha actividad (vinotecas, enotecas, museos del vino, etc.), así como de una amplia oferta de actividades complementarias (golf, hípica, comercios, artesanía local, restaurantes, fiestas, etc.).

Cada ruta engloba un producto turístico complejo que integra, a su vez, unas redes que agrupan tanto a empresas públicas como privadas. Asimismo, se incorporan las Administraciones Locales de los territorios por donde transcurren estas Rutas. Existe un “ente gestor” que materializa esta red de cooperación con sus entidades propias, como Asociaciones o Consorcios, y planifica, gestiona, controla y comercializa el producto turístico en cuestión.



en auge y con mucho potencial en nuestro país, y que tiene la capacidad de complementar el turismo de sol y playa por su poder desestacionalizador, y de incrementar el turismo de interior, el cultural, el de naturaleza y el rural.

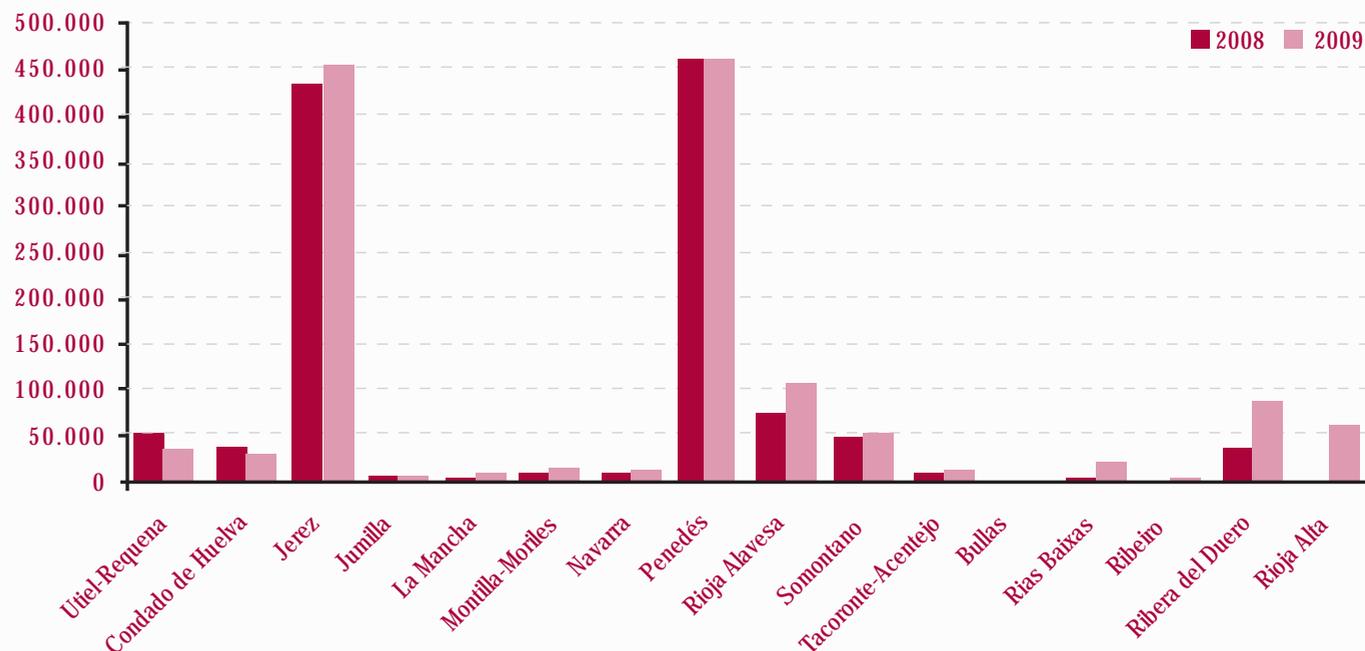
ACEVIN resalta la dificultad de cuantificar el impacto del turismo enológico en España; sin embargo, un indicador de consumo muy utilizado es el número de visitantes /usuarios de las rutas. Una encuesta realizada por ACEVIN el pasado año (Informe de visitantes a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España, año 2009), concluye que el total de visitantes que se han acercado al conjunto de bodegas asociadas a 16 de las 21 Rutas del Vino de España ascendió en 2009 a 1.423.253 personas, cifra que supone un incremento del 18,7% sobre las cifras registradas en el

ejercicio 2008. La Ruta del Vino y el Cava del Penedès, en Cataluña (Enoturisme Penedès), es la que más turistas ha recibido, con 458.454 visitantes. Le sigue la Ruta del Vino y el Brandy del Marco de Jerez, en la provincia de Cádiz, con 452.048 visitantes. Ambas zonas cuentan con algunas de las bodegas más visitadas del mundo, como son Codorniu y Freixenet (Penedès) o González Byass Tío Pepe en el Marco de Jerez, bodegas que por sí mismas superan los 100.000 visitantes. Otras Rutas destacadas en cuanto a número de visitantes son Rioja Alavesa (105.732), Rioja Alta (70.758) y Somontano (47.446) *.

Estos datos corresponden únicamente a las bodegas asociadas a las Rutas del Vino integradas en el Club de Producto "Rutas del Vino de España", gestionado por ACEVIN.

» * NUMERO DE VISITANTES POR RUTA

Fuente: elaboración propia a partir de datos de ACEVIN



En la actualidad hay aproximadamente unas 500 bodegas asociadas a las 21 Rutas. Esta matización es relevante porque de este análisis quedan fuera algunos territorios donde la actividad enoturística tiene bastante relevancia, por lo que el impacto del turismo del vino en España es superior**.

En lo referente al número de visitantes a las bodegas, durante el año 2009, los meses de mayor afluencia de visitantes a las bodegas españolas (asociadas al Productos Rutas del Vino de España) fueron mayo (150.263) y octubre (166.739). Abril y septiembre también son meses de mucha afluencia, en los que se superan los 140.000 visitantes. La distribución de visitantes por meses se ha mantenido muy similar a la registrada en 2008, si bien, en 2009 se ha producido un incremento de las visitas en todos los meses del año, destacando los crecimientos comparativos en los meses de

junio, julio, agosto y octubre.

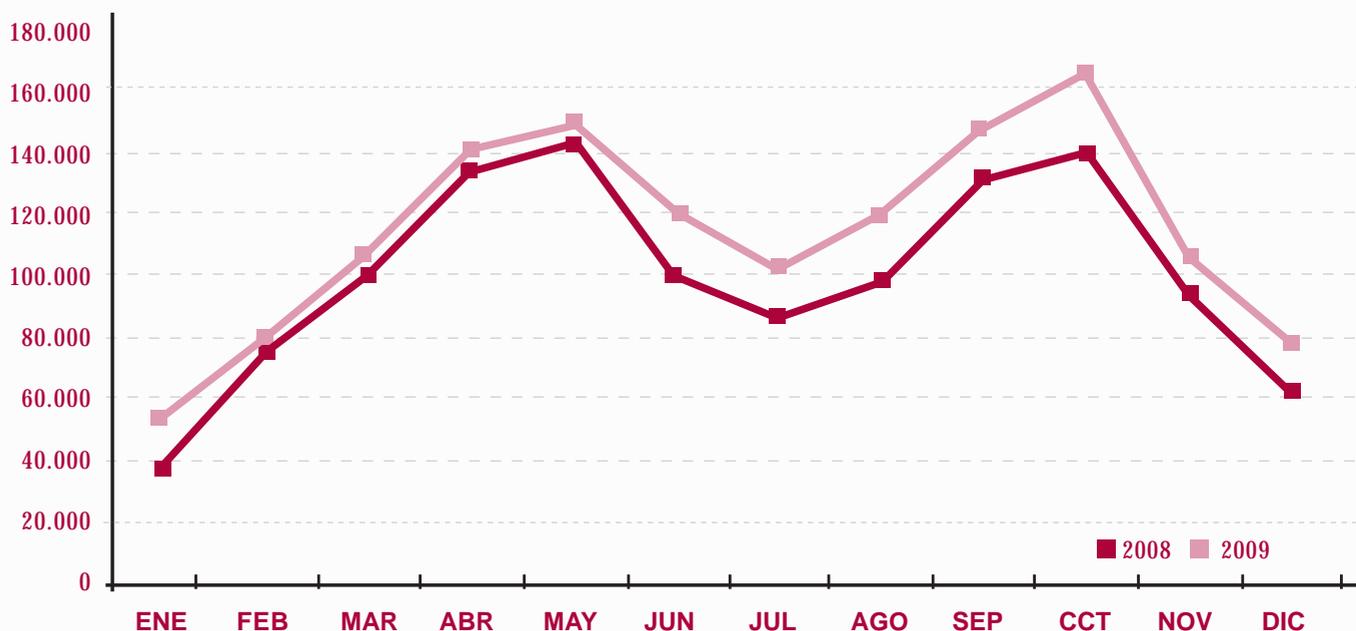
Una conclusión positiva que se extrae de este análisis es que el enoturismo se perfila como una actividad con poder desestacionalizador, permitiendo el uso de las instalaciones turísticas durante todo el año.

Oferta de establecimientos en cada una de las trece Rutas del Vino certificadas en España.

En la actualidad, y sin contar con los establecimientos de las 8 rutas que se encuentran en proceso de certificación, existen alrededor de 800 empresas adheridas al total de las trece rutas certificadas. De la información extraída de las páginas web oficiales de cada una de las rutas y de ACEVIN, se puede concluir que todas las rutas disponen de los

» ** NUMERO DE VISITANTES EN BODEGAS

Fuente: elaboración propia a partir de datos de ACEVIN





siguientes establecimientos: bodegas, establecimientos de alojamiento, restaurantes y comercios especializados. Además, hay establecimientos con bastante implantación, aunque no se encuentran en todas las rutas, como son los museos temáticos, las agencias de viaje, las empresas de transporte o los cursos de cata de vinos.

Las bodegas son el tipo de empresa con mayor implantación en las rutas. En total hay 319 bodegas adheridas al producto "Rutas del Vino de España", siendo muy de lejos la ruta catalana "Enoturisme Penedès", la que cuenta con un mayor número de ellas (75). A continuación se sitúa la "Ruta del Vino Rioja alavesa" (47), la gaditana "Marco de Jerez" (39), la manchega "Caminos del Vino" y la gallega "Rias Baixas" (ambas con 28). El resto de rutas cuenta con 20 ó menos bodegas***.

En cuanto a la oferta de restauración, en total suman 197

establecimientos entre restaurantes, bares de vino, tascas o tabernas. De nuevo son Jerez y el Penedès, las rutas con mayor implantación de este tipo de empresas. En La Mancha, Navarra, Somontano (Huesca) y Ribeiro (Orense) también existe una amplia oferta de restaurantes y bares.

La oferta de alojamientos adscritos a las rutas es muy amplia y variada. En total suman 178 establecimientos, la mayor parte de los cuales son hoteles. También hay Casas Rurales, Hostales, Hoteles rurales, Posadas, etc. La ruta "Marco de Jerez", con 27 alojamientos, es la que cuenta con un mayor número de establecimientos. Le siguen la del Penedès, Navarra y Somontano.

Las enotecas y comercios especializados ascienden a 46 establecimientos en total, mientras que las agencias de viaje suman 21 empresas, aunque cabe destacar que no en todas las rutas se dispone de este servicio.

» *** NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS POR RUTA DEL VINO CERTIFICADA

Ruta/ Establecimientos	Bodegas	Restauración	Alojamientos	Enotecas/ comercios especializados	Agencias de viaje	Otros
Bullas	10	5	3	1	1	2
La Mancha	28	25	12	3	3	6
Penedès	75	26	25	4	2	13
Jumilla	10	7	4	5	1	1
Jerez	39	30	27	2	6	10
Montilla-Moriles	18	9	14	1	3	8
Navarra	16	20	21	4	0	3
Ribeiro	12	14	11	6	0	2
Rias Baixas	28	11	13	4	1	5
Rioja Alavesa	47	13	16	6	0	5
Somontano	14	17	17	5	3	15
Tacoronte-Acentejo	7	6	4	3	1	1
Utiel-Requena	20	9	16	2	0	11
Total	319	197	178	46	21	82

Fuente: páginas web de cada una de las Rutas.



Por último, existe una rica oferta de actividades complementarias, muy dispares según la región española donde se encuentre ubicada la ruta del vino. Las actividades que se pueden encontrar son: empresas que ofertan cursos de cata, guías turísticos, museos, empresas de ocio temático, de transportes, spa, hípica, almazaras, lagares, talleres de cerámica, club náutico, oficinas de turismo, vinoterapia, empresas de deportes de aventura, etc.

A finales de 2009 se dieron a conocer las tres nuevas rutas que se han integrado en el Club de Producto "Rutas del Vino de España" como destinos pilotos en la nueva fase del proyecto iniciado en el mes de octubre de 2009 y que son: Ruta del Vino de Lleida, Ruta del Vino del Bierzo (León) y Ruta del Vino del Campo de Borja (Zaragoza). Con las nuevas incorporaciones, ya son 21 rutas del vino en España.

El potencial de crecimiento del sector del enoturismo ha sido percibido por las administraciones públicas, que no han dudado en invertir y respaldar esta actividad en auge. En julio del pasado año, el Consejo de Ministros monográfico sobre el sector turístico aprobó el desarrollo de la promoción del turismo eno-gastronómico en el extranjero, con una inversión de 9 millones de euros. Asimismo, en 2009 se firmó un acuerdo marco de cooperación por parte de Turespaña (Instituto de Turismo de España) para el desarrollo y la promoción del producto "Rutas del Vino de España". Si en algo se ha notado el reciente desarrollo del enoturismo es en el incremento de eventos relacionados con el sector. A continuación se detallan los principales actos, ferias y encuentros celebrados, en 2009 y los previstos para 2010 en España, tanto de ámbito nacional como internacional:

- » 2º Meeting Internacional de las Rutas del Vino. Vilafranca del Penedès, Julio 2009.
- » Il Congreso de Turismo Enológico. Huesca, octubre 2009.
- » Día Europeo del Enoturismo. Noviembre 2009. Organizado

por RECEVIN.

- » Il Conferencia Internacional sobre Enoturismo. Barcelona, febrero 2010.
- » I Congreso Europeo de Turismo y Gastronomía. Madrid, abril 2010.
- » Séptima edición de Vinoble. Jerez, mayo-junio 2010.
- » Segunda Conferencia Internacional de Vitivinicultura Ecológica, Sostenible y Cambio Climático EcoSostenibleWine 2010. Vilafranca del Penedès, junio 2010.

Además, y de manera permanente, en España se celebran las siguientes ferias de enoturismo:

- » ENOTUR – Enotur es el Primer Salón de Turismo Enogastronómico de España. Nace con vocación itinerante y continuista de carácter anual y ámbito internacional. Cada año, contará con la participación especial de un país invitado, referente en el mundo del turismo enogastronómico. La primera edición se celebró en Pontevedra en 2009.
- » FENAVIN– Feria Nacional del Vino (Ciudad Real).
- » Destino Vino – Salón Internacional del Turismo del Vino (Logroño).
- » Vinoélite – La Feria de los Grandes Vinos (Valencia). De carácter bienal, la última se celebró en abril de 2009, con un total de 117 expositores y 1885 empresas visitantes.

Por otro lado, el Producto "Rutas del Vino de España" ha estado presente este año en las ferias FITUR 2010, NAVATUR 2010, Alimentaria 2010, entre otras.



D.O. Utiel-Requena



D.O. Valencia



D.O. Alicante



4.1. Las Denominaciones de Origen y las Rutas del Vino en la Comunidad Valenciana

La Comunidad Valenciana cuenta con tres Denominaciones de Origen: la DO Utiel –Requena, la DO Valencia y la DO Alicante. Entre las tres DDOO suman un total de 275 bodegas y más de 72.500 hectáreas de viñedos, siendo la DO Utiel-Requena la de mayor extensión y producción.

D.O. Utiel-Requena

La D. O. Utiel-Requena se sitúa en el interior de la provincia de Valencia, a 70 km del mar y comprende nueve términos municipales: Caudete de las Fuentes, Camporrobles, Fuenterrubles, Requena, Siete Aguas, Sinarcas, Utiel, Venta del Moro y Villargordo del Cabriel. Alrededor de siete mil familias y más de cien bodegas viven de la vitivinicultura en la D.O. Utiel-Requena, por lo que la producción de vino se erige como el motor de la economía de la región.

Se trata del viñedo más extenso y homogéneo de la Comunidad Valenciana, pues comprende una superficie de casi 40.000 hectáreas de viñedos, de las cuales un 94,27% están cultivadas de variedades tintas. Las variedades blancas tan sólo suponen un 5,73% de la superficie cultivada. Las variedades de uva protegidas por esta Denominación de Origen son:

- » **Tintas:** Bobal, Tempranillo, Garnacha, Cabernet Sauvignon, Merlot y Syrah (autorizada recientemente).
- » **Blancas:** Macabeo, Merseguera, Planta Nova o Tardana, Chardonnay y Sauvignon Blanc (autorizada recientemente).

La D.O. Utiel-Requena cuenta con un total de 107 bodegas registradas, de las cuales 21 son visitables. El 8% de las plantaciones son de la variedad Bobal, una especie casi exclusiva de Utiel-Requena. En 2008 la cantidad de vino embotellado fue de 24.464.226 botellas de vino tranquilo

y 1.669.635 botellas de espumoso o cava, en total 26.133.861 unidades (1.539.321 hectolitros), un 62% de las cuales fueron dedicadas a la exportación. El valor económico en 2008 superó los 91,8 millones de euros.

D.O. Valencia

La D.O. Valencia cuenta con alrededor de 18.000 hectáreas de viñedo repartidas en cuatro subzonas de producción que son: Alto Turia, Clariano, Valentino y Moscatel de Valencia. El número de bodegas asciende a 75, de las cuales quince son visitables. El 85% de las empresas productoras corresponde a cooperativas y existen cerca de 12.000 viticultores.

La producción media es de 650.000 hectolitros de vino, elaborados a partir de distintas variedades de uva, de las cuales se obtienen vinos tintos, rosados, blancos y vinos de licor moscatel. Las variedades de uva protegidas por esta Denominación de Origen son:

- » **Tintas:** Garnacha, Bonicaire, Monastrell, Tempranillo, Tintorera, Forcayot, Bobal, Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah y Pinot Noir.
- » **Blancas:** Macabeo, Macabeo, Malvasía, Merseguera, Moscatel, Pedro Ximénez, Planta Fina, Planta Nova, Tortosí, Verdil, Chardonnay y Semillon Blanc.

Cerca del 60% de la producción se destina al mercado exterior, siendo los países de la Unión Europea el principal mercado de sus productos. Las exportaciones a Japón, Estados Unidos, Canadá y Australia comienzan a ser notables.

D.O. Alicante

La D.O. Alicante comprende una superficie de 14.613 hectáreas de viñedo, con una producción anual que ronda los 130.000 hectolitros y 46 bodegas (ocho son visitables). La zona de producción abarca un total de 50 municipios que se extienden a lo largo de la provincia de Alicante y

las variedades autorizadas por el Reglamento de la Denominación de Origen Alicante son las siguientes:

» **Tintas:** Garnacha Tinta, Garnacha Tintorera, Monastrell, Tempranillo, Bobal, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir y shyra.

» **Blancas:** Chardonnay, Macabeo, Meseguera, Moscatel de Alejandría, Sauvignon blanc, Planta Fina y Verdil.

La D.O. Alicante exporta alrededor del 40% de su producción anual, principalmente a países de la Unión Europea, donde los vinos de esta denominación están muy reconocidos.

Rutas del Vino

En la actualidad, la Comunidad Valenciana cuenta con dos rutas del vino, estando certificada la Ruta del Vino Utiel-Requena. La de Alicante se encuentra en proceso de certificación. Cada ruta está gestionada por un “ente gestor” diferente.

Ruta del Vino Utiel-Requena

La Asociación Ruta del Vino de la D.O. Utiel-Requena nace en 1999 con el objetivo de promocionar el potencial turístico de esta región de interior, vinculada siempre a la cultura milenaria del vino. Desde sus inicios está implicada en el proyecto “Rutas del Vino de España”, apoyado por ACEVIN y la Secretaría General de Turismo, el cual establece los estándares de calidad que todos los establecimientos deben cumplir.

La ruta se extiende a lo largo de diez municipios de la provincia de Valencia: Camporrobles, Caudete de las Fuentes, Chera, Fuenterrubles, Requena, Siete Aguas, Sinarcas, Utiel, Venta del Moro y Villargordo del Cabriel. En la actualidad, está formada por cerca de 50 establecimientos, constituyendo así una oferta turística

muy completa y atractiva para el visitante: 20 bodegas, 9 restaurantes, 4 hoteles, 12 alojamientos rurales, 2 enotecas, 9 museos/espacios expositivos y 2 empresas de deportes de aventura.

Entre los principales vinos de la Ruta destaca la variedad Bobal, la más extendida en la D.O. Utiel-Requena. Apropia especialmente para obtención de vinos rosados, de gran frescura y tintos de maceración carbónica y desde hace unos años, la variedad estrella de la Denominación de Origen Utiel-Requena. Otra variedad es la Macabeo que da vinos blancos, de color verde pajizo, aroma intenso, frutal, y destinados, algunos de ellos, a vinos espumosos, en mezcla con la variedad Tardana o Planta Nova, uva también local, de color más dorado, con un menor aroma pero ideal para la mezcla, por su sabor seco y mayor acidez. Igualmente se puede señalar la finura que de la unión de las variedades anteriores a la Chardonnay, resultará el producto final, como un vino base o un Cava.

La gastronomía de esta zona es muy rica y variada. Entre los productos más característicos destacan: los embutidos, los bollos de longanizas y magras y los dulces típicos. Los platos tradicionales de la comarca son: los gazpachos, las gachas, el ajoarriero, el morteruelo, el potaje y la olla.

Entre los lugares de interés paisajístico destacan: El Parque Natural de las Hoces del Cabriel -con los Cuchillos de la Fonseca como elemento natural de gran atractivo-, la zona húmeda de Lavajos de Sinarcas, Las Salinas de Jaraguas, el Parque Natural de Chera, el Pantano de Contreras, el curso del Cabriel y las Sierras de Malacara, Martés, El Tejo y Negrete.

4.2. Las bodegas visitables como recurso turístico en la Comunidad Valenciana

La elaboración de vino es una actividad agraria y de transformación que se ha enriquecido y complementado gracias a la iniciativa de gran cantidad de empresarios de acercar a los posibles compradores el proceso de fabricación del vino. En la Comunidad Valenciana, cada vez son más las bodegas que han visto necesario y atractivo añadir el aliciente de ser también visitables, con las repercusiones de acercamiento al consumidor y de potenciación de la imagen que este recurso ofrece. A continuación se detallan las bodegas de cada D.O. que son visitables (cabe destacar que existen bodegas que elaboran vinos para varias denominaciones de origen):

D.O. Valencia

Como ya se ha nombrado anteriormente, la D.O. Valencia tiene un total de 75 bodegas, de las cuales 15 se pueden visitar (20%)

» * D.O VALENCIA

BODEGA	MUNICIPIO
Bodegas Vegamar	Calles
Bodegas Enguera	Enguera
Bodega Heretat de Tavemers	Fontanars dels Alforins
Bodegas Daniel Belda	Fontanars dels Alforins
Bodegas Los Frailes	Fontanars dels Alforins
Bodegas Los Pinos	Fontanars dels Alforins
Bodegas Torrevellisca	Fontanars dels Alforins
Bodega Celler del Roure	Moixent
Bodega Pago Casa Gran.	Moixent
Bodega El Angosto	Ontinyent
Andrés Valiente e Hijos (Vegalfaro)	Requena
Bodega Vereda Real	Requena
Bodegas Aranleón	Requena
Bodegas Torroja	Requena
Torre Oria	Requena

D.O. Utiel-Requena

La D.O. Utiel-Requena es la de mayor número de bodegas de la Comunidad Valenciana, en total suman 107, de las cuales 21 son visitables. La mayor parte de ellas están incluidas en la Ruta del Vino, otras no forman parte de ella pero ofrecen esta posibilidad.

» **D.O UTIEL- REQUENA

BODEGA	MUNICIPIO	ruta
Bodegas Aranleón	Requena	Sí
Bodegas Emilio Clemente	Requena	Sí
Bodegas Finca Ardal	Requena	Sí
Bodegas Torroja	Requena	Sí
Bodegas Vegalfaro	Requena	Sí
Bodegas Vereda Real	Requena	Sí
Cavas y Vinos Torre Oria	Requena	Sí
Chozas Carrascal	Requena	Sí
Coviñas	Requena	Sí
Dominio de la Vega	Requena	Sí
Dominio del Arenal	Requena	Sí
Finca San Blas	Requena	No
Mas de Bazán	Requena	Sí
Pago de Tharsys	Requena	Sí
Reservas y Crianzas Requenenses	Requena	Sí
Sebirán S.L.	Requena	Sí
Sistemas	Requena	No
Bodegas Covilor	Utiel	Sí
Finca Hoya de Cadenas - Bodegas Gandía	Utiel	Sí
Vera de Estenas	Utiel	Sí
La Torre Agrovinícola	Venta del Moro	Sí

D.O. Alicante

La D.O. Alicante dispone de 46 bodegas, 8 de ellas visitables.

» **D.O ALICANTE**

BODEGAS	MUNICIPIOS
Bodegas Enrique Mendoza	Alfàs del Pi
Salvador Poveda	Monóvar
Heretat de Cesilia	Novelda
Bodegas Gutiérrez de la Vega	Parcent
Bodegas Bocopa	Petrer
Bodegas Francisco Gómez	Villena
Bodegas Sierra Salinas	Villena
Bodegas Xaló	Xaló

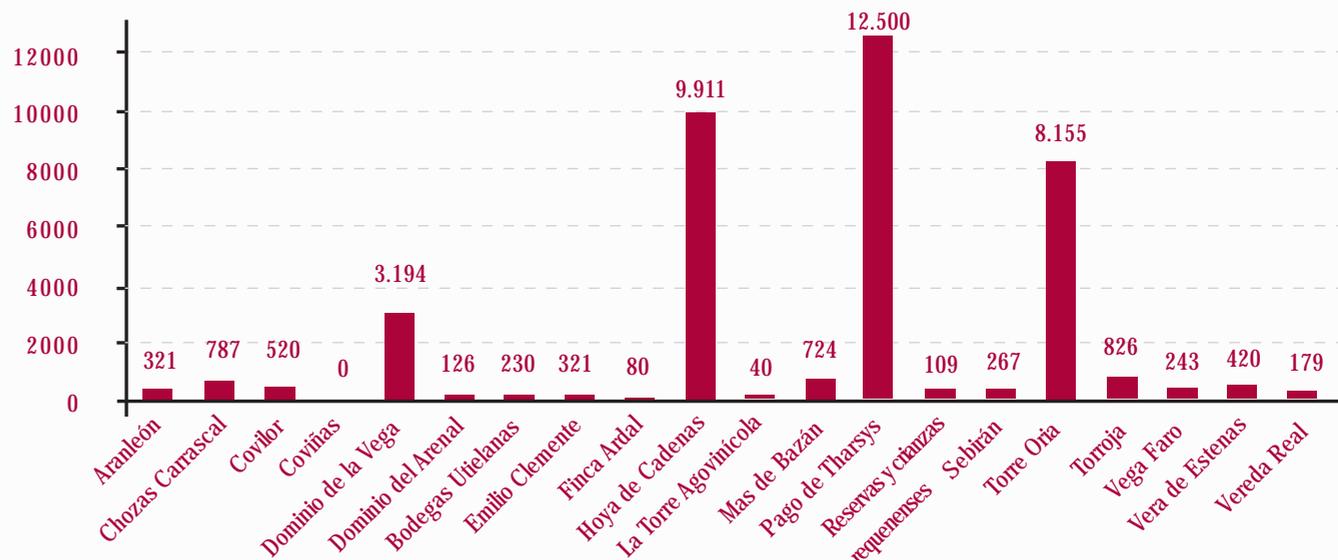
4.3. El impacto del turismo enológico en la Comunidad Valenciana

Al igual que para el caso de España, cuantificar el impacto del turismo enológico en la economía valenciana resulta una tarea complicada. Asimismo, tampoco se dispone de una evolución de los datos a lo largo de los últimos años para poder realizar una comparación del crecimiento de este sector. No obstante, sí se dispone del número de visitantes en las bodegas pertenecientes a la ruta Utiel-Requena durante el año 2009. Para las bodegas que no están adheridas a la ruta no se dispone de información.

En 2009, el número total de visitantes a las 20 bodegas adheridas al producto Ruta del Vino Utiel-Requena ascendió a 38.953 personas, siendo las bodegas de Pago de Tharsys (12.500), Hoya de Cadenas (9.911), Torre Oria (8.155) y

» **NÚMERO DE VISITANTES POR BODEGA PERTENECIENTE A LA RUTA. 2009**

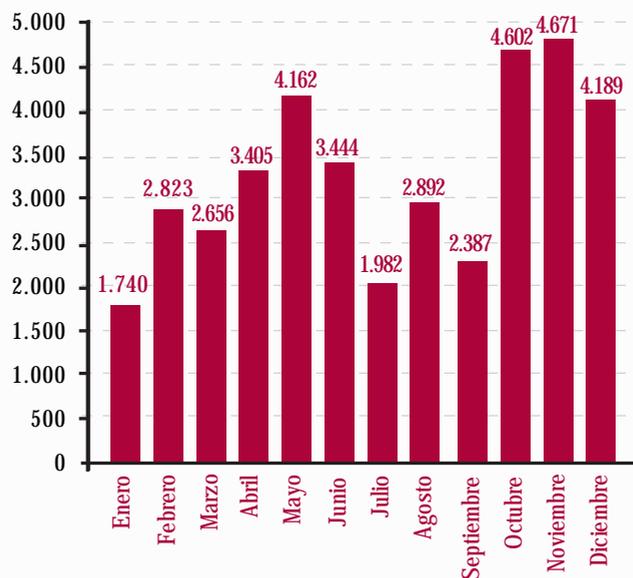
Fuente: Ruta del vino Utiel-Requena



Dominio de la Vega (3.194), aquellas que más visitantes recibieron, con mucha diferencia. El resto de bodegas recibió menos de 850 visitantes en todo el año.

Por otro lado, la mayor afluencia de visitantes se dio en los tres últimos meses del año, aunque la demanda de turistas está bastante homogeneizada a lo largo de todo el ejercicio. Enero y julio fueron los meses de menor afluencia de visitantes, con 1.740 y 1.982 personas, respectivamente. Curiosamente, son los meses de verano (tradicionalmente de mayor afluencia de turistas en la Comunidad Valenciana), aquellos donde el número de visitas es menor. La conclusión que se extrae es que el enoturismo se perfila como una actividad desestacionalizadora, capaz de atraer turistas todos los meses del año, complementando de esta manera los vacíos provocados por el tradicional turismo de sol y playa.

» **NÚMERO TOTAL DE VISITANTES EN LA RUTA DEL VINO UTIEL-REQUENA. 2009**



Fuente: Ruta del vino Utiel-Requena

4.4. Retos de futuro

No cabe duda de que el enoturismo es un sector con proyección y que todavía tiene que crecer y evolucionar mucho. La Comunidad Valenciana cuenta con numerosos puntos fuertes que deben ser utilizados estratégicamente para impulsar y dinamizar este tipo de turismo, aprendiendo de vecinos como Francia e Italia, los cuales cuentan con una larga tradición vitivinícola y donde el enoturismo es una realidad ya muy consolidada.

Las fortalezas del sector vitivinícola de la Comunidad Valenciana, según algunos de los principales empresarios del sector, son: una eclosión de vinos valencianos de calidad, llegada de bodegueros jóvenes con mentalidad nueva y sensibilidad por la calidad, buena relación calidad/precio de los vinos valencianos, gran trayectoria y tradición en elaboración de vinos y amplia oferta potencial de variedad autóctona. A todo esto hay que sumarle nuestra amplia experiencia y oferta en actividades turísticas.

Asimismo, el turismo se sitúa como canal para dar a conocer los vinos valencianos y de este modo obtener un mejor posicionamiento en el mercado. Para esto es necesario diferenciarse y ser competitivos, potenciando los valores y construyendo una marca fuerte que dé prestigio a los vinos valencianos.

Por otro lado, son numerosas las acciones que se deberían llevar a cabo para dinamizar el turismo enológico en la Comunidad Valenciana que, además, supone una oportunidad de negocio para muchas empresas del sector. Según una encuesta realizada a profesionales del sector vitivinícola en Burdeos –los viñedos de esta región acogen a casi 6 millones de visitantes al año, frente a los 1,5 millones de España–, las acciones más importantes para aumentar el número de visitantes a las bodegas son:



- » Mejorar las instalaciones de acogida de visitantes en las bodegas, esto es, mejoras en locales, horarios adaptados, aprendizaje de lenguas extranjeras y personal dedicado a la visita de la bodega con formación específica.
- » Participar en manifestaciones, fiestas, eventos, etc., organizadas en el territorio. O bien, organizar eventos y animaciones de forma individual.
- » Incrementar los impactos publicitarios en todos los soportes posibles: prensa, guías, folletos, Internet, etc.
- » Por último, y quizá lo más importante, fomento del asociacionismo empresarial, mediante alianzas o partenariados con los actores del turismo institucional, especialmente Oficinas de Turismo, y actores privados como hoteleros, restauradores de la zona y agencias de viaje.

Por último, otras acciones que se podrían llevar a cabo son:

- » Creación de un producto turístico desde la iniciativa empresarial y de las asociaciones.
- » Creación de alojamiento adecuado al perfil de la demanda de cada zona.
- » Comercialización de paquetes turísticos de enoturismo combinando diversos servicios (alojamiento – restauración – visita - actividades complementarias)

5. Fuentes consultadas

- » Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN)
- » PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural: “La Creación de productos turísticos utilizando Rutas enológicas”. 2008
- » Hosteltur: “Especial enoturismo”. Nº 187, octubre 2009
- » Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Notas Sectoriales: “El enoturismo en California”. Agosto 2007
- » Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid. Servicio de Estudios: “Enoturismo Internacional”. Septiembre 2005
- » Gastronomicum 2.0. Red social del sector enoturístico: “Enoturismo en Bordeaux”. (gastronomicum.ning.com)
- » Comité Regional de Turismo de Alsacia (CTR Alsace): “Le vignoble alsacien...et son tourisme”. Marzo 2010
- » Web oficial del turismo vitícola de Borgoña (Le site du tourisme viticole de Bourgogne): tourisme.vins-bourgogne.fr
- » Asociación italiana “Città del Vino”.
- » Servicio Nacional de Turismo Chile (SERNATUR): “Diagnóstico sobre turismo del vino”. Marzo 2007
- » SA Wine Industry Information and Systems (SAWIS): “Statistics of wine-grape vines”. Noviembre 2008
- » Web del vino sudafricano: www.wine.co.za
- » Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino
- » Observatorio Turístico de Rutas del Vino de España (ACEVIN): “Informe de visitantes a bodegas asociadas a las Rutas del Vino de España, año 2009”.
- » Web oficial del producto Rutas del Vino de España: www.winewrouteofspain.com
- » Webs oficiales de las trece rutas certificadas en España.
- » Consejo Regulador de la Denominación de Origen Utiel-Requena.
- » Consejo Regulador de la Denominación de Origen Valencia.
- » Consejo Regulador de la Denominación de Origen Alicante.
- » Ruta del Vino Utiel-Requena