

Experiencias de éxito de cubes de producto: las Rutas del Vino de España

Cáceres, 22 de febrero de 2018



Con el apoyo institucional de:





- **Sector muy dinámico**
- **Nuevos mercados**
- **Nuevos segmentos**
- **Nuevas necesidades**

El boom de la gastronomía



...the cuisine of the destination is an aspect of utmost importance in the quality of the holiday experience.

El turismo gastronómico combina bien con...



¿Y qué podemos considerar turismo gastronómico?

*“El turismo gastronómico en un **viaje experiencial** a una región, por motivos de ocio y disfrute, que incluye **visitas a productores y elaboradores de alimentos**, eventos gastronómicos, ferias alimentarias, mercados de agricultores, espectáculos de cocina, catas y cualquier otra actividad relacionada con la comida”.*

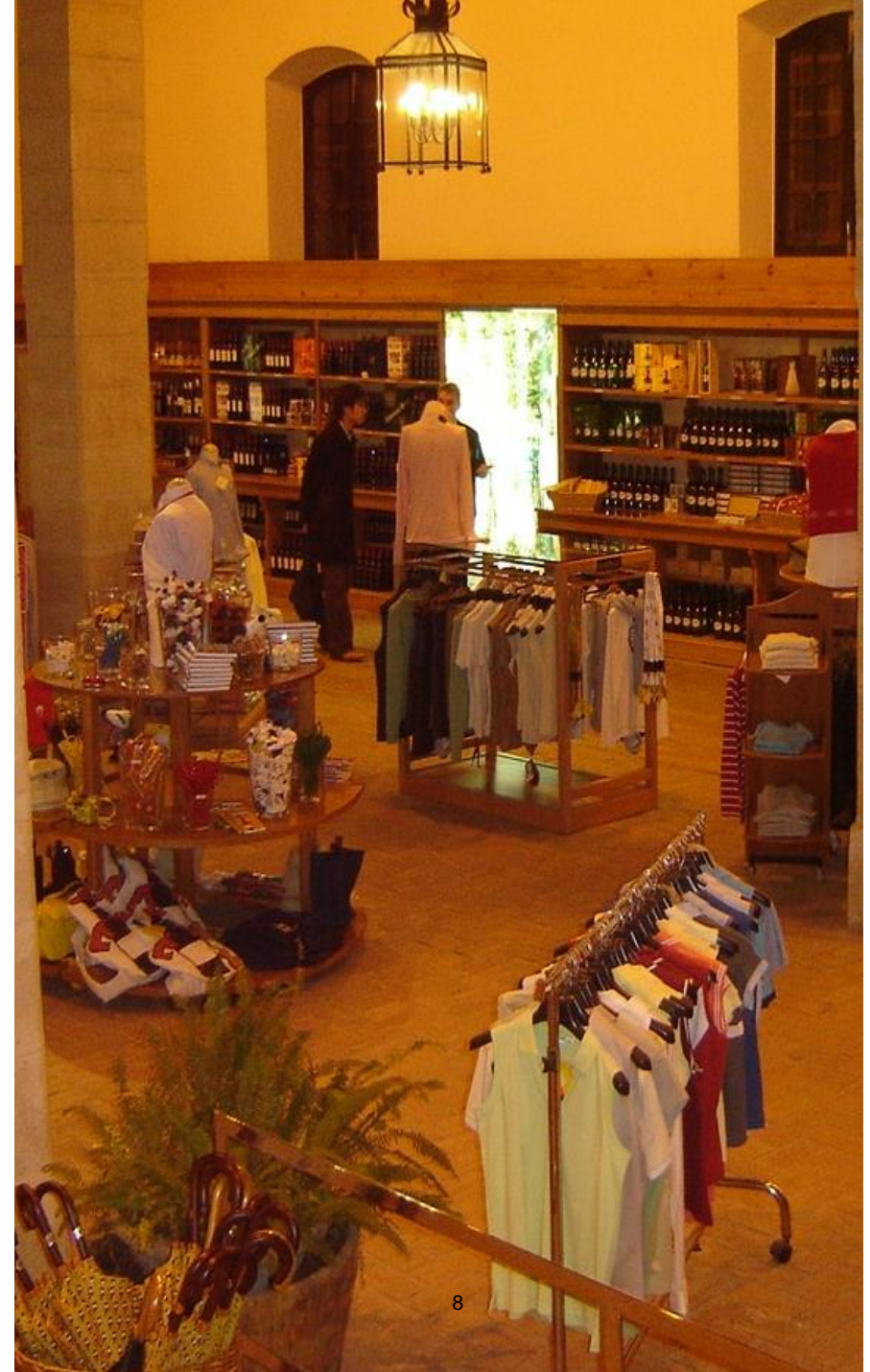
OMT, 2012

Enoturismo:

Un **SECTOR ESTRATÉGICO** en nuestro país



- Sinergias sector vitivinícola-
sector turístico.
 - El vino ayuda a vender turismo
 - El turismo ayuda a vender vino
- Las “Rutas del Vino” invitan a los turistas a “consumir” el territorio, visitando bodegas, conociendo la gastronomía local, disfrutando de los principales recursos naturales y culturales de la zona y realizando actividades complementarias.
- Las Rutas del Vino contribuyen a diversificar la actividad productora del vino.



Enoturismo:

Una actividad

DESESTACIONALIZADORA



Diversificación económica de los territorios



**WINE TASTING
ONLY ON DAYS
ENDING WITH Y**

The image shows a white sign with black text mounted on two wooden posts. The sign is positioned on the side of a road, with a dirt path and some vegetation to the left and a paved road to the right. The background features a clear blue sky, green trees, and distant mountains. The text on the sign is arranged in three lines, with the first line reading 'WINE TASTING', the second line 'ONLY ON DAYS', and the third line 'ENDING WITH Y'. The sign is slightly tilted and has some shadows cast across it.

Las Rutas del Vino de España



 **vinod**^{RUTAS}**españa**

Los impulsores del proyecto de las Rutas del Vino de España



El Club Rutas del Vino de España nace de la mano de la “**Asociación Española de Pequeñas y Medianas Ciudades Vitivinícolas**” (ACEVIN) y **cuenta con el apoyo de diversas instituciones y organismos públicos**, que han colaborado en la consolidación del mismo.

- Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.
- Turespaña
- Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente
- Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas
- Red Europea Recevin

Asimismo, cada ruta fomenta la cooperación a nivel regional y local, estando implicados los **Ayuntamientos, Diputaciones, Comunidades Autónomas y los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen** además de las principales **bodegas y establecimientos turísticos del país**.

27 Rutas del Vino de España



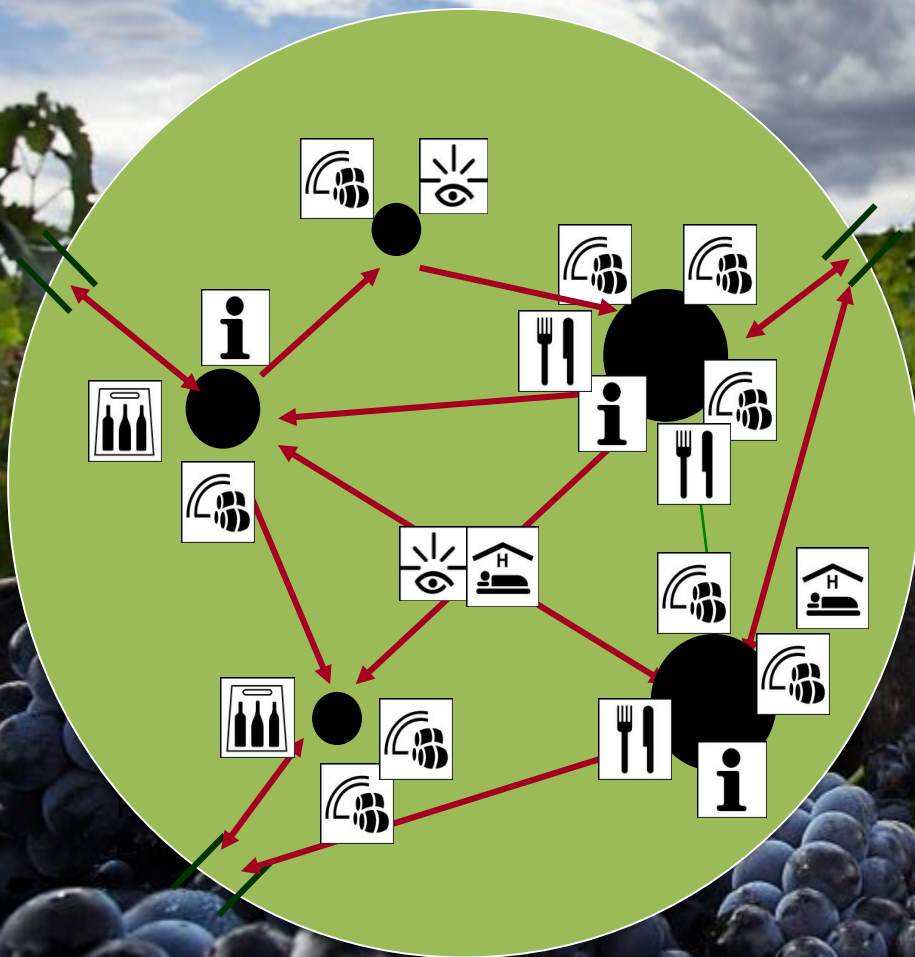
Algunas cifras

27 Rutas del Vino
11 Comunidades Autónomas
550 municipios
3 millones de personas de población
2.000 empresas
600 Bodegas
Más de 2,5 millones de visitantes/año

 = DD.00.



TERRITORIO CORRESPONDIENTE A UNA DENOMINACIÓN DE ORIGEN



- Municipios
-  Bodegas
-  Alojamientos
-  Restaurantes
-  Enotecas, tiendas
-  Of. de Información
-  Miradores

Definición

El producto Ruta del Vino consiste en la **integración de los recursos y servicios turísticos de interés de una zona vitivinícola:**

- planteados con **autenticidad y vocación vivencial,**
- con el fin de construir un producto turístico singular creado a partir de **la calidad e identidad del destino,**
- optimizando la promoción y la **comercialización conjunta,**
- el nivel de **satisfacción de la demanda,**
- el **trabajo en red**
- y el **desarrollo socioeconómico integral del territorio.**

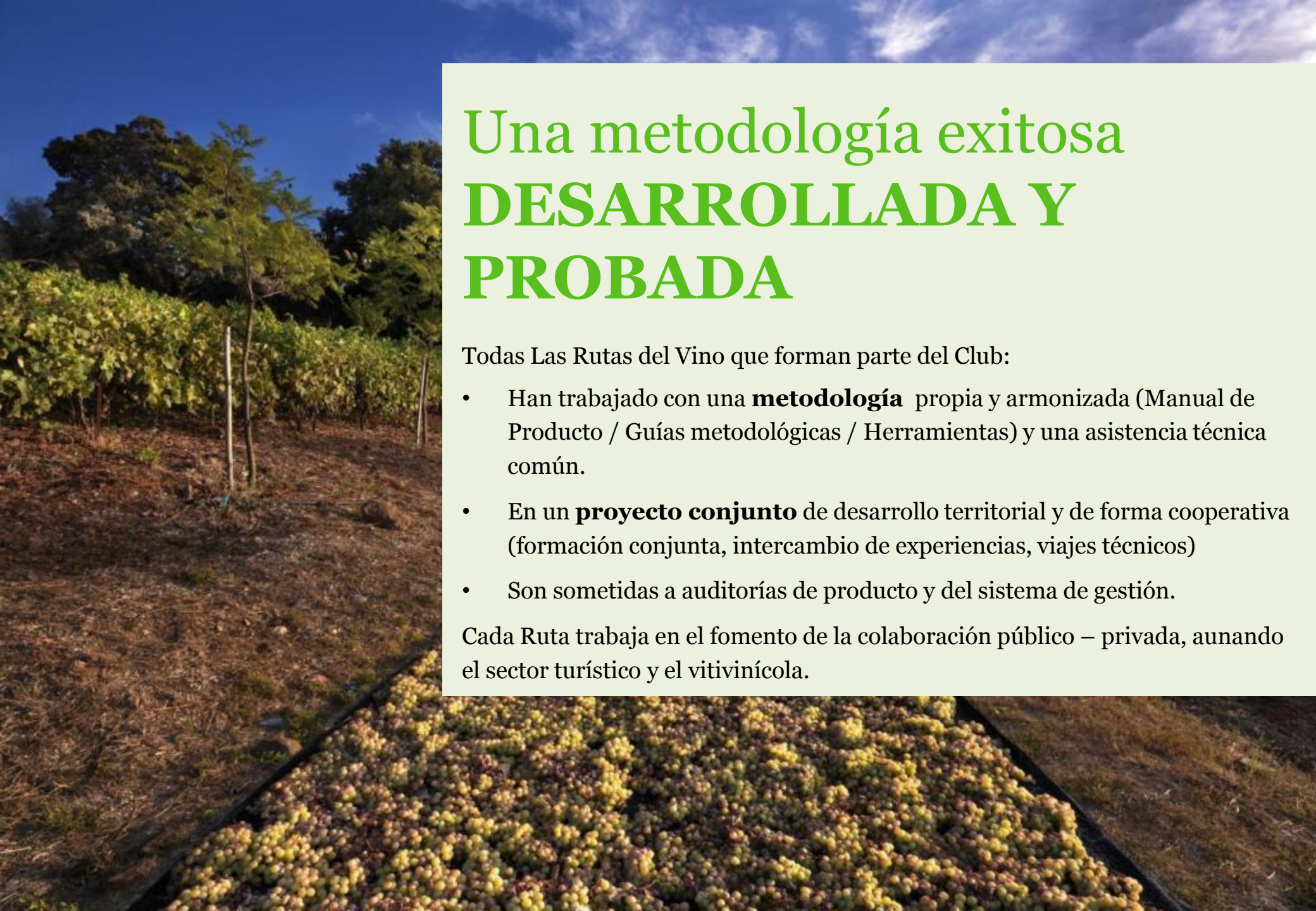


El Concepto Ruta del Vino

¿Quiénes pueden formar parte de una Ruta del Vino?

Una ruta del vino puede estar formada por los siguientes tipos de establecimientos:

- **SERVICIOS TURÍSTICOS:** Hoteles, Casas Rurales, Restaurantes, Bares de vinos, Agencias Receptivas y Comercios, Oficinas de Turismo, Guías Turísticos, Servicios de transporte, Oferta de Ocio temática (actividades ajenas al turismo del vino pero susceptibles de enriquecer la oferta de ocio de la zona: hípica, fábricas de productos gastronómicos, etc.) y empresas de base tecnológica
- **SERVICIOS ENOLÓGICOS:** Bodegas, Enotecas, Museos y Centros de Interpretación, y Servicios de Degustación y Cata (Cursos de Cata)
- **ENTIDADES PÚBLICAS:** Ayuntamientos, Mancomunidades, Diputaciones, Comunidad Autónoma, Asociaciones profesionales, Consejo Regulador, etc.



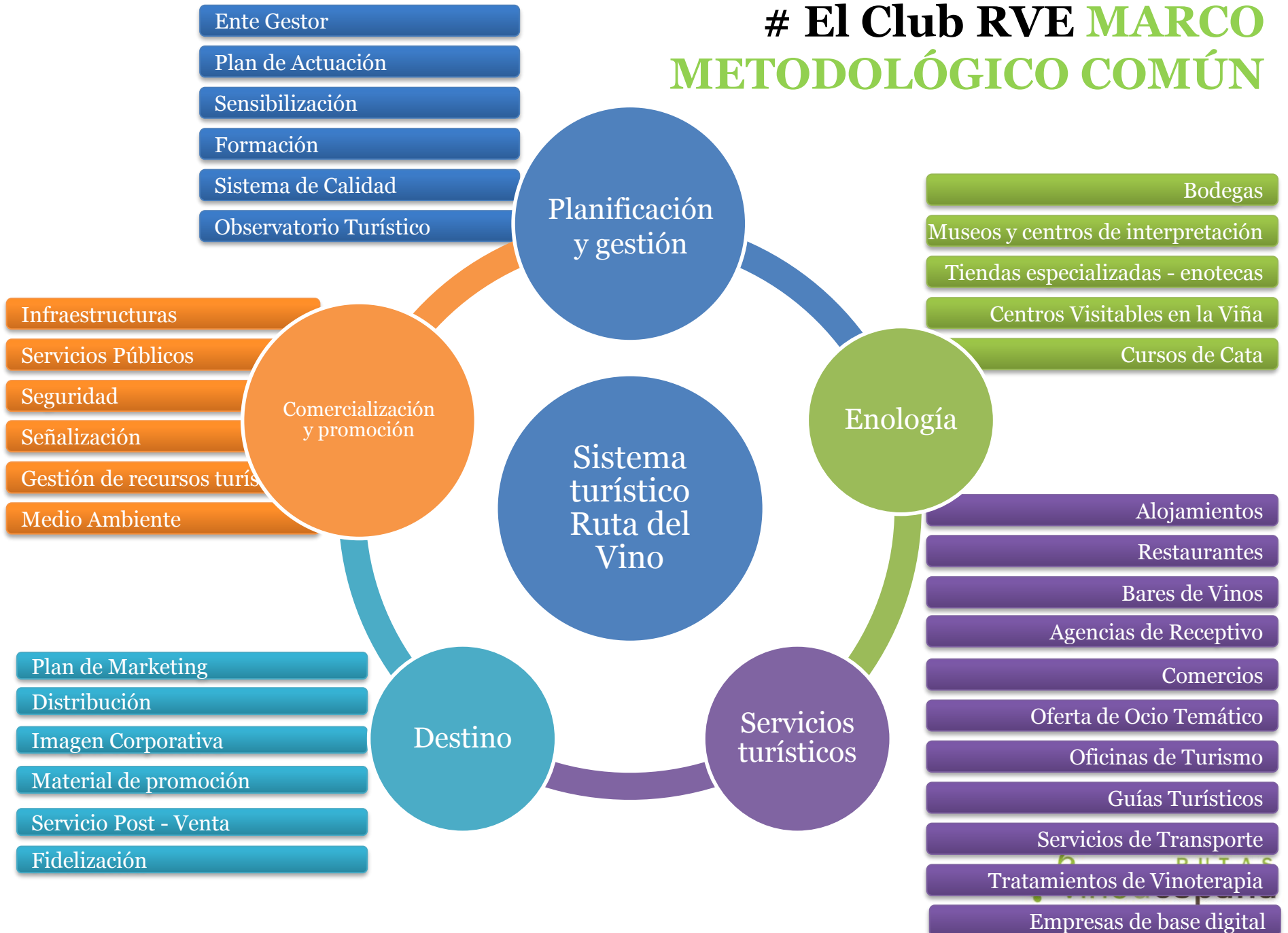
Una metodología exitosa **DESARROLLADA Y PROBADA**

Todas Las Rutas del Vino que forman parte del Club:

- Han trabajado con una **metodología** propia y armonizada (Manual de Producto / Guías metodológicas / Herramientas) y una asistencia técnica común.
- En un **proyecto conjunto** de desarrollo territorial y de forma cooperativa (formación conjunta, intercambio de experiencias, viajes técnicos)
- Son sometidas a auditorías de producto y del sistema de gestión.

Cada Ruta trabaja en el fomento de la colaboración público – privada, aunando el sector turístico y el vitivinícola.

El Club RVE MARCO METODOLÓGICO COMÚN



UNA MARCA CONJUNTA

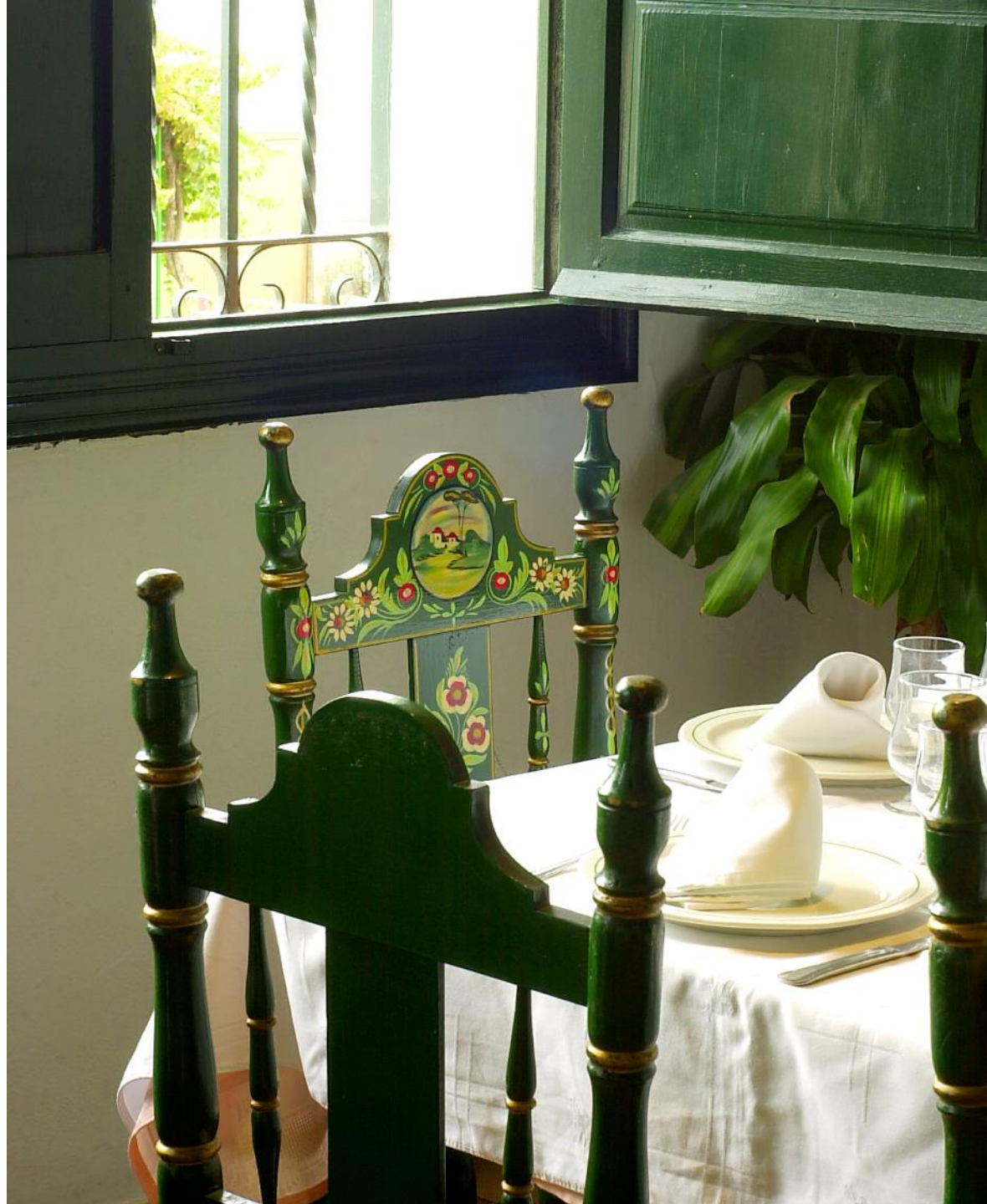
Todas Las Rutas del Vino que forman parte del Club:

- Están amparadas bajo la **misma marca** paraguas: RVE
- Cuentan con un plan de comunicación que refuerza el conjunto
- Existe un **plan de marketing** conjunto, especialmente a nivel internacional
- **Proyección internacional** a través de TURESPAÑA y las OETs

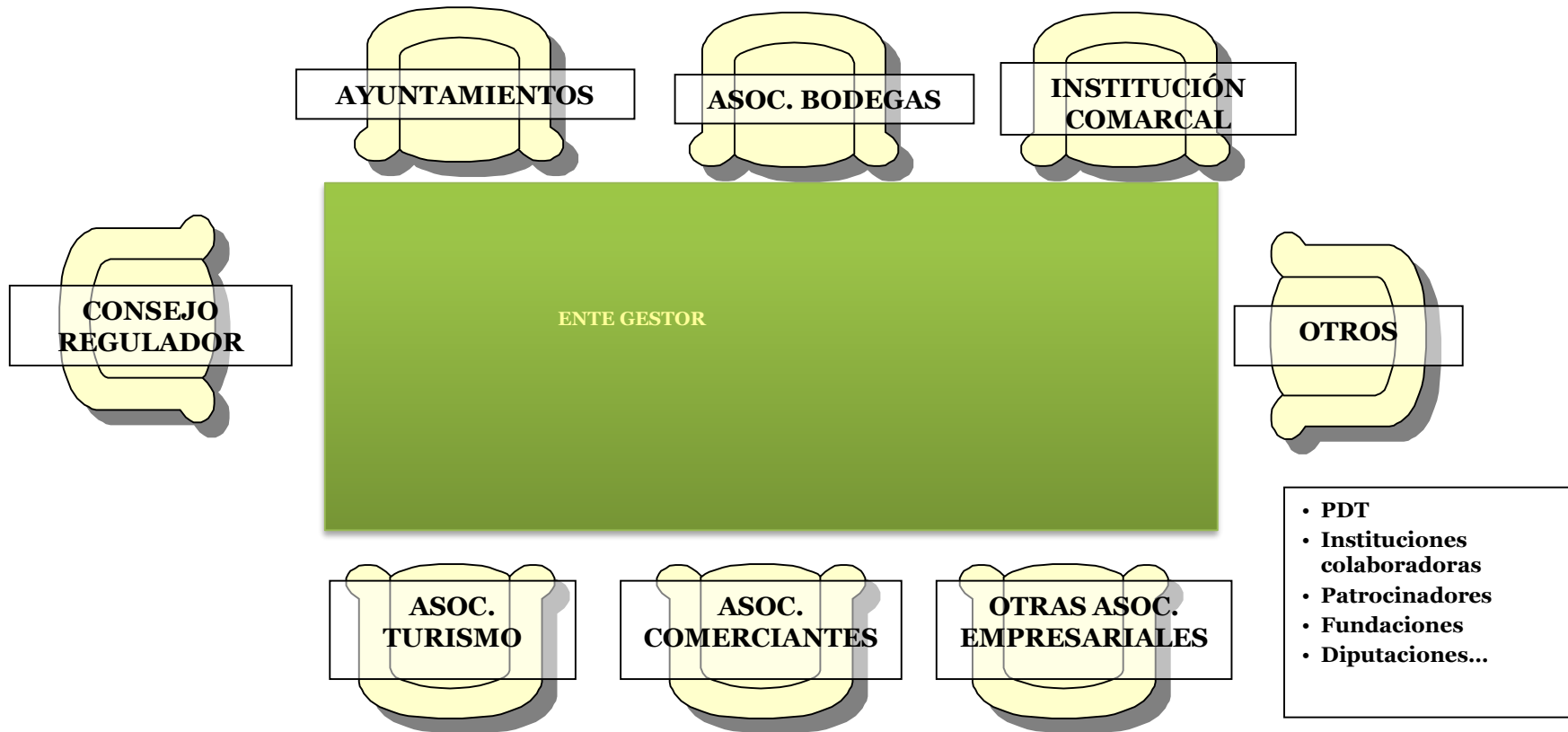
**Las Rutas del
Vino:**

**Cooperación y
gestión**

***Público-
privada***

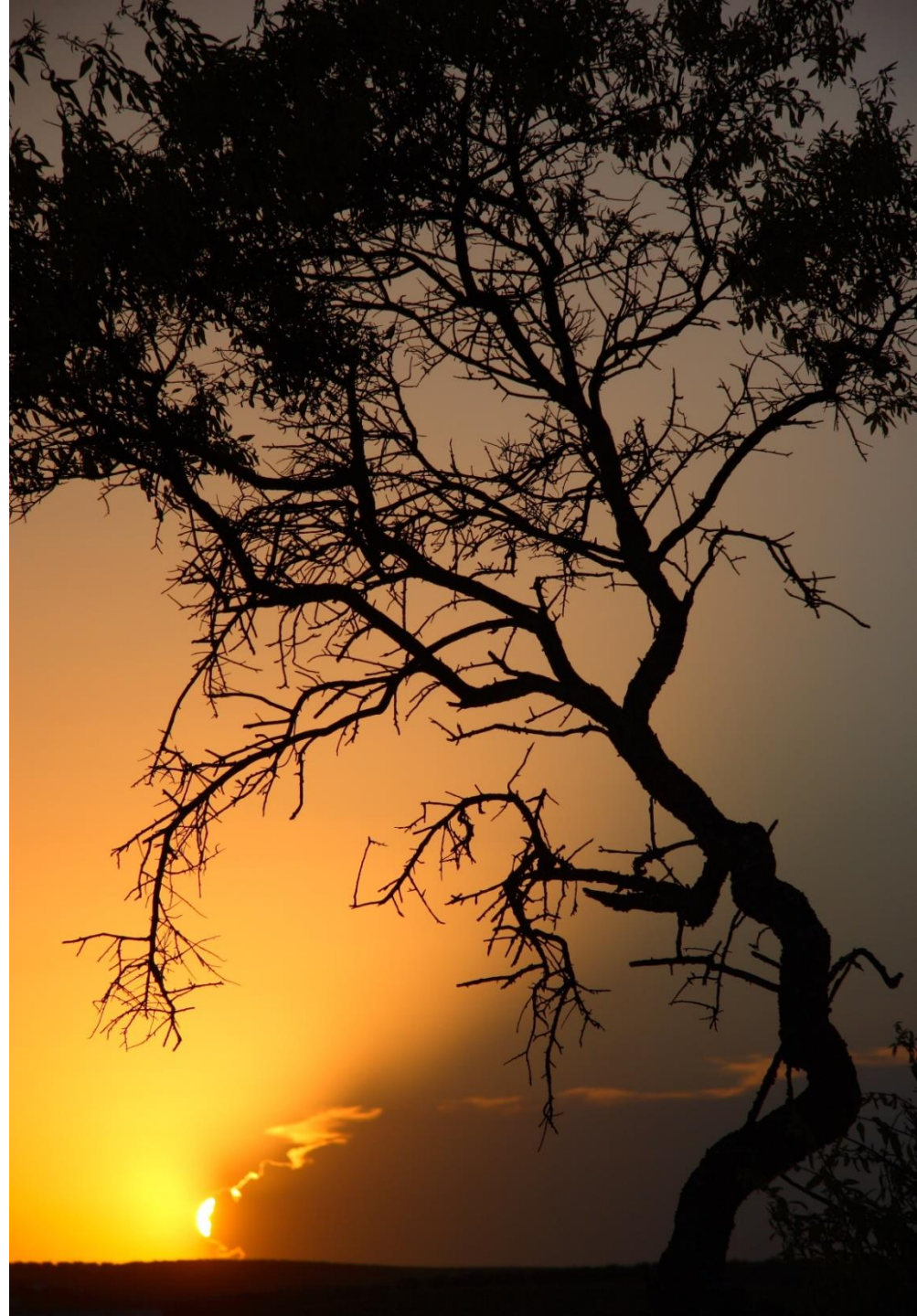


#Colaboración **PÚBLICO – PRIVADA** e **INTERSECTORIAL** y vínculos permanentes con la comunidad local

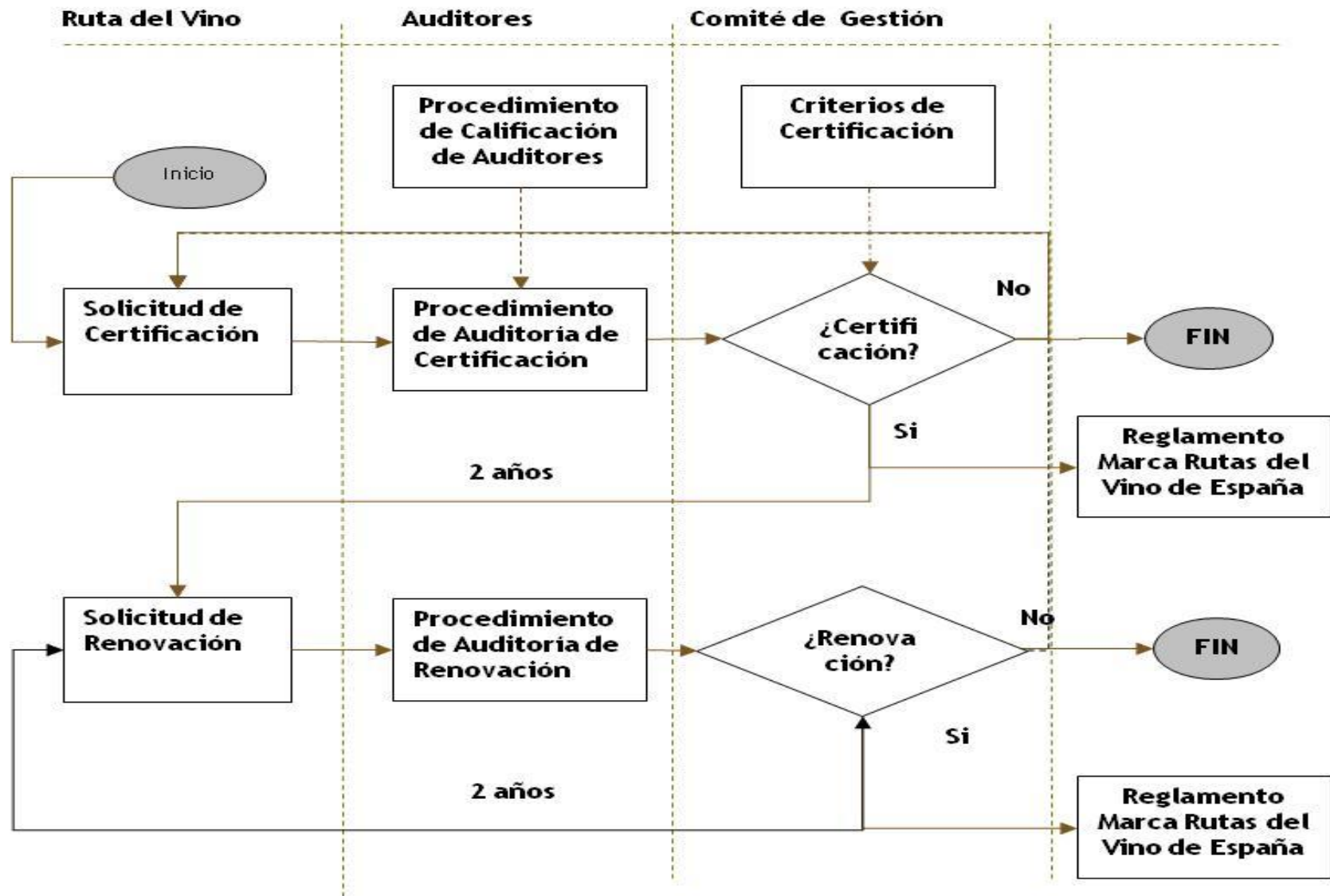



El Club de Producto RVE:

UN CLUB EXIGENTE



El Sistema de Certificación RVE





Premios y reconocimientos

- **“Mejor Producto Turístico de Turismo Activo”**, premio recibido en FITUR 2008.
- **“Mejor Producto Turístico Nacional”**, Premios *Nebrija Tourism Experience* – Universidad Nebrija 2010.
- **“Premio de Enoturismo”**, recibido de la mano de AECORK Asociación Empresarios Corcheros de Cataluña 2014

Asimismo, el Club de Producto reconoce bianualmente a los mejores del enoturismo español a través de los Premios de Enoturismo Rutas del Vino de España



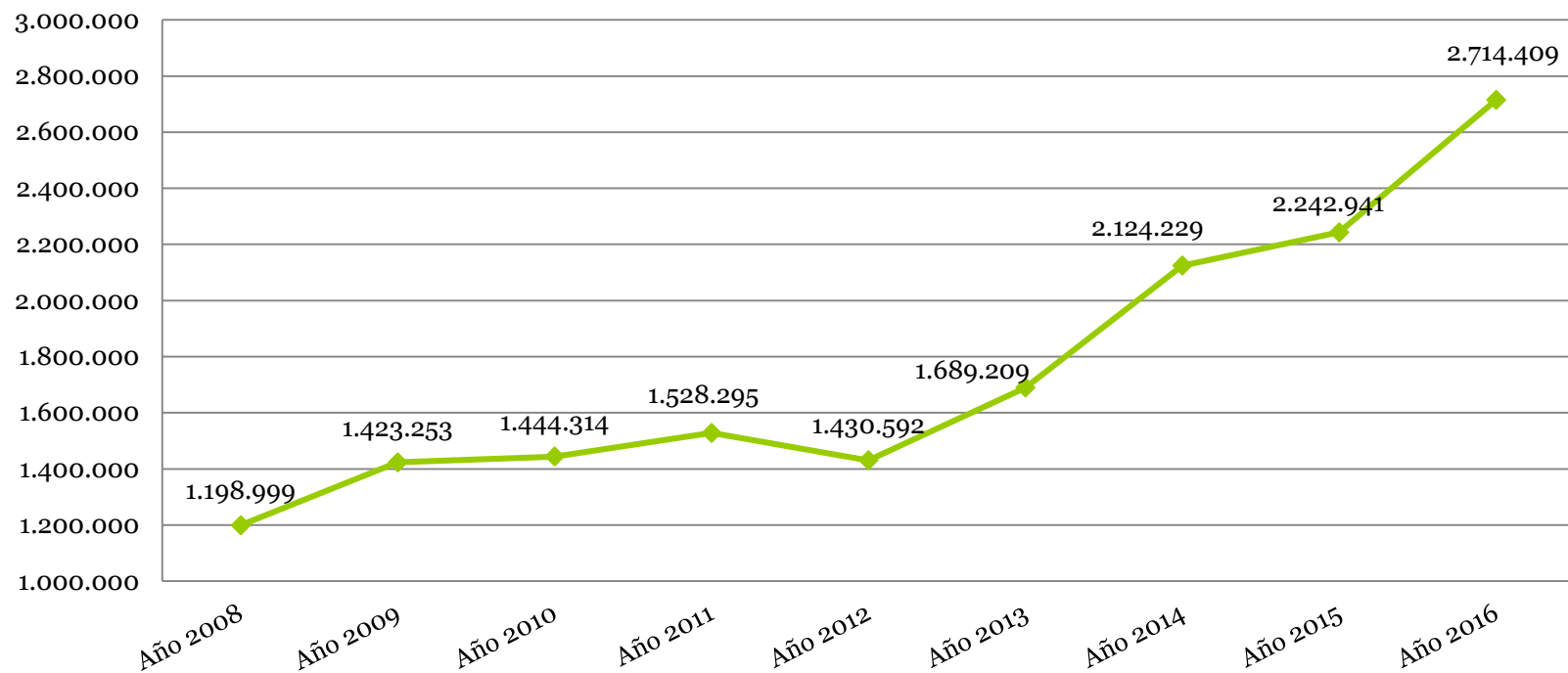
III Premios de Enoturismo Rutas del Vino de España



Analizamos la evolución del sector



EVOLUCIÓN ANUAL DEL NÚMERO DE VISITANTES A BODEGAS Y MUSEOS DEL VINO DE LAS RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA

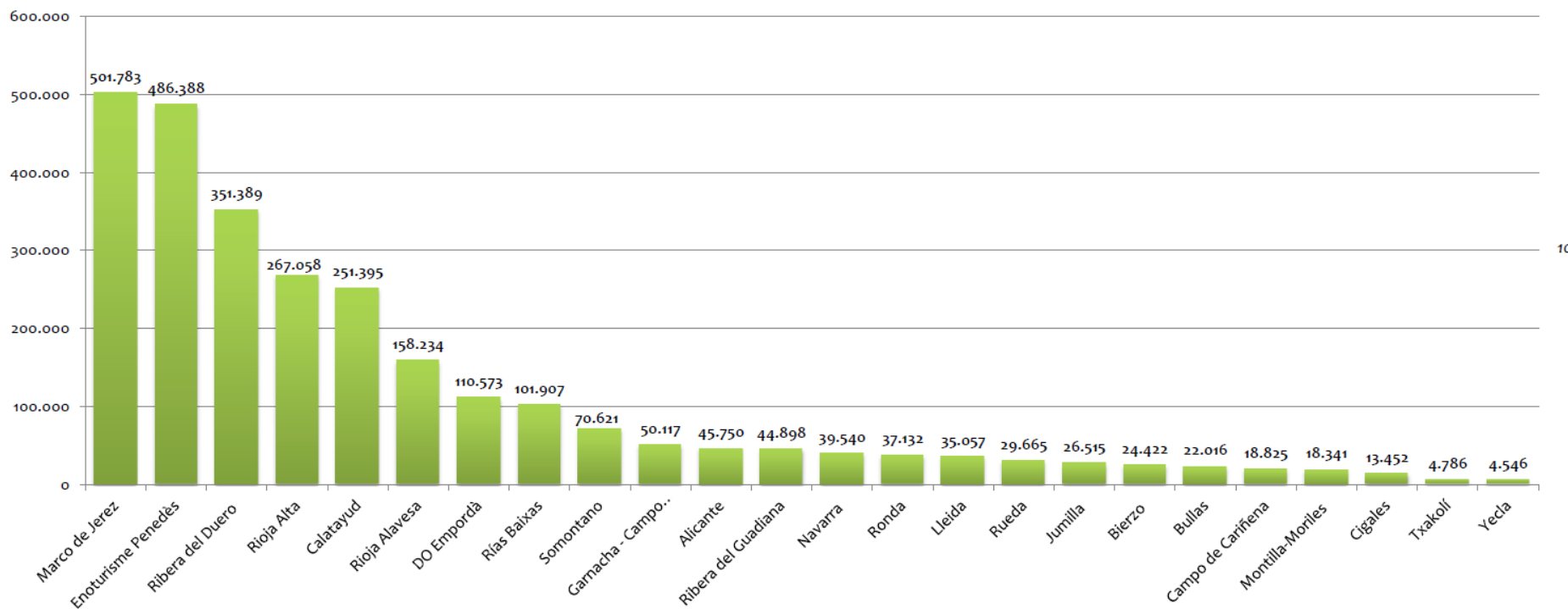


VARIACIÓN ANUAL PORCENTUAL

Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
18,70%	1,48%	5,81%	-6,39%	18,08%	25,75%	5,59%	21,02%

Distribución de visitantes por Rutas del Vino. 2016

Datos de visitantes en bodegas y museos de las Rutas del Vino. Año 2016.



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2017



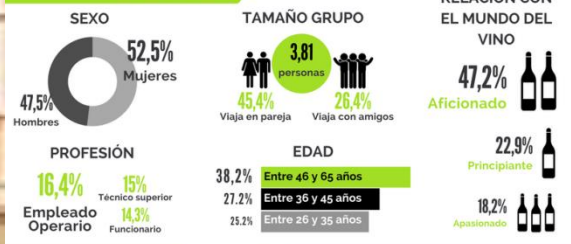
1 PERFIL ENOTURISTA



3 SERVICIOS



1. PERFIL ENOTURISTA



2. RESERVAS



3. SERVICIOS



4. ACTIVIDADES REALIZADAS EN DESTINO



5 GASTO Y ESTANCIA



6. SATISFACCIÓN

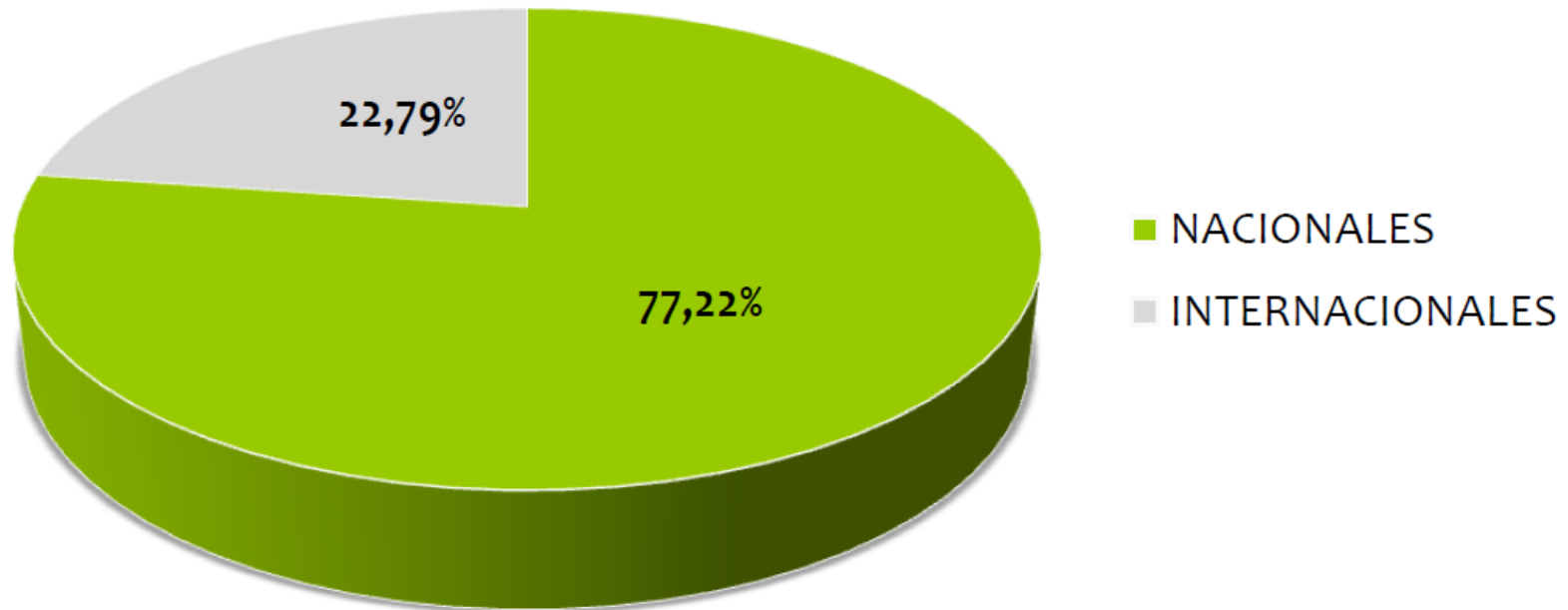


7. FACTORES DE ATRACCIÓN



Retos de futuro

Distribución de visitantes a las Rutas del Vino según procedencia. Año 2016.



Fuente: elaboración propia. ACEVIN. 2017

Ser un referente internacional



Enoturismo 3.0





*“Nosotros ya
no ofrecemos
la clásica
visita a
bodega”*

Anna Espelt

“El enoturismo es turismo cultural, hay que atrapar al visitante casi como en un cuento”

Ruth Troyano, periodista y comunicadora especializada en el asesoramiento de proyectos enoturísticos y gastronómicos.





ACEVIN

**(ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PEQUEÑAS
CIUDADES VITIVINÍCOLAS)**

C/ Marqués de Mudela, 28

13600 Alcázar de San Juan (Ciudad Real)

Tfno: 926 57 91 00 – Ext. 3406

acevin@aytoalcazar.es

info@wineroutesofspain.com

**OFICINA TÉCNICO COMERCIAL DEL
CLUB DE PRODUCTO**

RUTAS DEL VINO DE ESPAÑA

Tfnos: 91 473 45 26 – 607 77 54 56

otc@wineroutesofspain.com

www.acevin.es

www.wineroutesofspain.com

Con el apoyo institucional de:

