

## Artículo de opinión

## La experiencia enoturística



José Antonio Vidal, presidente de la Asociación Española de Enoturismo (AEE) - Enoturismo de España®.

estratégicos en los que España es líder mundial: turismo receptivo, producción vinícola y gastronomía. Tres sectores que contribuyen de manera decisiva al PIB - saneamiento de la balanza de pagos -, y que son la imagen de nuestro país en todo el mundo.

El enoturismo vende felicidad a través de las emociones, desde la más exquisita sensibilidad: todo lo relacionado con el vino es pura sensibilidad.

#### La experiencia enoturística gira en torno a:

- un concepto: la Cultura del Vino. Porque el vino es alimento, paisaje, tradición, cultura, historia, arte, salud y convivencia. Un disfrute compartido que integralmente nos estimula.
- una figura: el guía de la bodega o el relaciones públicas del vinotel. Porque es en él, en su capacidad como comunicador, en quien se depositan las expectativas de éxito de la experiencia-cliente.

Por todo ello, se entiende que el enoturismo requiere de verdaderos especialistas en el arte de comunicar, entendiendo la comunicación como la capacidad de transmitir emociones.

Al cliente se le comienza a captar desde el primer momento en que se pone en contacto con el establecimiento: en su proceso de decisión de compra es clave la

percepción que toma de nosotros cuando nos llama por teléfono para recibir información o para reservar (importancia de la atención telefónica), o cuando nos lee o interacciona con nosotros en redes sociales (importancia del community manager). Y se le fideliza ya en el establecimiento, si el profesional logra emocionarle, consigue hacerle vivir situaciones/experiencias que le hagan vibrar: desde la propia degustación del vino, hasta haciéndole partícipe activo tanto de la historia del establecimiento, como del proceso productivo.

El enoturista culmina su experiencia alojándose en vinoteles de la zona visitada, todos ellos con un denominador común: el encanto que se respira en cada rincón, compartiendo sus atmósferas únicas en un equilibrio magistral entre su patrimonio cultural, su oferta vinícola-gastronómica y su arte de alojar.

Si los profesionales enoturísticos logran superar con éxito los ratios de fidelización del cliente 'a su' experiencia enoturística, y de prescripción 'de su' experiencia enoturística, los vinoteles no sólo tendrán más clientes, también aumentará la media en el número de pernoctaciones. Los resultados de estos ratios conforman, además, de manera fehaciente la imagen del enoturismo de España, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. ■

(1) Término acuñado por la AEE para referirse a los Alojamientos del Vino.

En épocas de las antiguas Grecia y Roma ya existían viajes organizados a propósito del mundo del vino: lo llamarían 'περιηγήσεις' y 'Vinum Itineribus', o algo parecido...

El término 'enoturismo' aún no lo recoge nuestro Diccionario de la Real Academia Española. La definición propuesta formalmente por la Asociación Española de Enoturismo a la RAE es: *Modalidad de turismo basada en desplazamientos a entornos vinícolas, con el propósito de conocer, disfrutar y compartir experiencias en torno a la Cultura del Vino.*

El sector enoturístico lo forman, indisolublemente, los establecimientos (bodegas visitables, vinoteles<sup>(1)</sup>, museos, vinotecas, enotecas y restaurantes), los organismos vinícolas y las asociaciones afines. El enoturismo participa de los tres de los sectores