



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**Estudio comparativo del enoturismo en Francia y España**

Presentado por Pablo Pérez Fernández

Tutelado por Lucia Nicolás Estévez

Segovia, 2017

*Agradecimientos,*

*A todos los que me han apoyado en la realización de este trabajo, tanto a mi tutora, Lucía Nicolás Estévez, como familia y amigos.*

## ÍNDICE

<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	5
<b>OBJETIVOS</b> .....	6
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	6
<b>METODOLOGÍA</b> .....	7

### CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO DEL TURISMO ENOLÓGICO

<b>1.1. Definiciones y conceptos. Enología y enoturismo</b> .....	10
<b>1.2. Origen e historia del vino</b> .....	12
<b>1.3. Evolución e importancia del turismo enológico</b> .....	14

### CAPÍTULO 2 DATOS ECONÓMICOS DEL ENOTURISMO

<b>2.1. Producción vinícola en España y Francia</b> .....	17
2.1.1. Producción vinícola española.....	18
2.1.2. Producción vinícola francesa.....	20
<b>2.2. Consumo de vino en España y Francia</b> .....	21
2.2.1. Consumo de vino en España.....	22
2.2.2. Consumo de vino en Francia.....	24

### CAPÍTULO 3 ÁMBITO GEOGRÁFICO DEL ENOTURISMO

<b>3.1. Zonas de producción vinícola en España y Francia</b> .....	28
3.1.1. Zonas productivas en España.....	28
3.1.2. Zonas productivas en Francia.....	32
<b>3.2. Consumo de vino español y francés en el mundo</b> .....	35
3.2.1. Consumo de vino español.....	36
3.2.2. Consumo de vino francés.....	37

**CAPÍTULO 4**  
**ENOTURISMO: DIVERSIDAD Y CLASIFICACIÓN VINÍCOLA, OFERTA Y DEMANDA**

<b>4.1. Diversidad y clasificación del vino español y francés</b> .....	39
4.1.1. Diversidad y clasificación vinícola en España.....	39
4.1.2. Diversidad y clasificación vinícola en Francia.....	42
<b>4.2. Oferta y demanda enoturísticas en España y Francia</b> .....	44
4.2.1. Oferta y demanda vinícolas españolas.....	44
4.2.2. Oferta y demanda vinícolas francesas.....	46

**CAPÍTULO 5**  
**PERFIL DEL TURISTA ENOLÓGICO**

<b>5.1. Perfil del enoturista en España</b> .....	49
<b>5.2. Perfil del enoturista en Francia</b> .....	53
<b>CONCLUSIÓN</b> .....	57
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	58
<b>ANEXO I</b> .....	63

## **JUSTIFICACIÓN**

Tras haber estudiado durante más de ocho años la lengua francesa, haber realizado un año de mis estudios universitarios a través del programa Erasmus en la ciudad francesa de Clermont-Ferrand y el posterior cariño que cogí al país vecino junto con el que ya tenía al idioma, quería que una parte de mi trabajo se centrara en Francia.

Seguidamente, me propuse encontrar un tema a desarrollar que resultara interesante, que no se hubiera realizado con anterioridad en la Universidad de Valladolid y que fuera un punto fuerte turísticamente hablando en ambos países, Francia y España.

Basándome en dichos factores, el enoturismo fue el centro de mi estudio. Este tipo de turismo, ocupa un papel destacado dentro de la economía española y francesa, teniendo en cuenta que ambos países son líderes en el mercado turístico en cuanto a la recepción de turistas anuales se refiere junto con Estados Unidos y en el sector vinícola junto con Italia, en ambos casos a nivel mundial. Todo ello, acompañado con la complejidad climática y geográfica que favorece a ambos territorios, permite que el turismo en general y, en este caso, el vinícola destaque frente a otros países.

Añadir finalmente que el tema elegido me permite aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en ambos países a lo largo del Grado en Turismo, como pueden ser estudios estadísticos, conocimientos sobre del turismo rural y la historia del turismo, teorías económicas y sociológicas, etc., imprescindibles para la realización de este trabajo.

## **OBJETIVOS**

Con la realización de este trabajo se pretende conocer un tipo de turismo emergente, el turismo enológico o enoturismo, en los países de España y Francia. Actualmente, esta especialidad turística se encuentra en pleno auge y, gracias al gran dominio de ambos países en el sector vinícola, podemos realizar un estudio comparativo de su situación actual en el campo de la vid y su proyección turística.

Los objetivos que se plantean con este estudio son los siguientes:

- Definir el enoturismo y conocer su desarrollo con el paso de los años, así como su evolución futura.
- Realizar un diagnóstico de la situación productiva y geográfica vinícola en España y Francia.
- Destacar las diferencias existentes entre el enoturismo de los dos países.
- Analizar la oferta y la demanda del turismo enológico en el área de estudio.
- Dibujar el perfil del enoturista y delimitar cuáles son sus criterios a la hora de declinarse por este tipo de turismo y la elección de un destino concreto para llevarlo a cabo.

## **INTRODUCCIÓN**

El turismo enológico es una auténtica y prometedora realidad. Durante los últimos años, esta variante turística ha experimentado un gran desarrollo en todo el mundo, destacando el continente europeo como principal potencia enoturística.

Europa, líder en ámbitos de producción y consumo del producto vinícola, se posiciona como el sector geográfico donde este tipo de turismo posee más demanda. Debido a este factor, cada vez podemos encontrar un mayor número de oferta del mercado del vino y más variantes y formas para poder disfrutar del mismo, tanto en forma cultural con rutas turísticas por zonas de producción vinícolas como en forma gastronómica asistiendo a degustaciones de diferentes tipos y categorías de vinos, entre otras muchas.

El enoturismo está considerado como un tipo de turismo sostenible, teniendo la facilidad de crear empleo y generar riqueza en áreas escasas de recursos turísticos, como en su mayoría son los entornos rurales. Asimismo, posee la capacidad de aumentar tanto en cantidad como en calidad la producción vinícola de una zona determinada, haciendo que la competencia se intensifique, teniendo en cuenta en todo momento el respeto al medio ambiente.

Teniendo en cuenta el punto de vista del turismo, este tipo de turismo incrementa el número de visitantes y los flujos turísticos a la zona geográfica donde se realiza, promocionando y consolidando la imagen de dicho destino con una alta calidad.

A día de hoy, el turismo enológico adquiere tal importancia que el día 13 de noviembre se celebra el Día Europeo del Enoturismo. Tras la creación de dicho aniversario se pretende dotar de una mayor visibilidad a las actividades propias de este tipo de turismo, así como dirigir la oferta en una mayor escala que la local o regional, alcanzando el ámbito europeo.

## **METODOLOGÍA**

Para la realización de este proyecto, se ha recogido información a través de diferentes fuentes: desde Internet, hasta artículos de prensa en periódicos físicos o digitales, o libros consultados en bibliotecas.

En cuanto a los recursos obtenidos a través de Internet, las páginas consultadas pertenecían a enlaces informáticos en lenguas española y francesa. Como bien se detalla en el último apartado del trabajo ubicado previamente a los anexos (Bibliografía), todos estos enlaces se corresponden con páginas oficiales de ambos países, informes, estadísticas, libros virtuales en formato PDF, blogs, etc.

La información recopilada sobre el enoturismo en Francia me parecía más correcta y precisa de encontrarla en páginas de habla francesa, debido a la mayor fiabilidad de esas páginas frente a otras traducidas de dicho idioma que pueden ocasionar errores al traspasar la información de la lengua original a la lengua de origen, en este caso el español.

Una vez recopilada toda la información y enlaces oportunos para realizar el estudio, es necesario seleccionar y organizar todas estas fuentes para comenzar con la redacción y el desarrollo del proyecto, definiendo las partes en las que se va a dividir y las conclusiones obtenidas como resultado del mismo.

**CAPÍTULO I**  
**MARCO TEÓRICO DEL TURISMO ENOLÓGICO**

## 1.1. Definiciones y conceptos. Enología y enoturismo.

Antes de sumergirnos en el mundo vinícola, tenemos que tener claros diferentes conceptos relacionados con el campo del vino. A simple vista, este tipo de turismo lo definiríamos básicamente como aquel tipo de turismo relacionado con el vino y todas sus posibles finalidades, pero pronto nos daremos cuenta que el enoturismo abarca muchos otros ámbitos y campos a nivel económico, geográfico y turístico, entre otros.

Comenzaremos con el concepto básico para entender este proyecto, como es el término de *turismo enológico* o *enoturismo*.

Actualmente no podemos encontrar una definición única y precisa de turismo enológico, ya sea por los diferentes puntos de vista dados a cada una de las mismas, las motivaciones referentes a dicho tipo de turismo o la exposición de cada una de ellas por distintos autores y expertos a nivel mundial y regional.

A continuación se recogen una serie de conceptos y definiciones que se acercan más a un desglose del término en toda su extensión y complejidad, y que a su vez, nos ayudan a entender mejor el significado del enoturismo.

- *“En un sentido amplio, el turismo del vino contempla todas las actividades y recursos turísticos y de ocio y tiempo libre relacionadas, de forma directa o indirecta, con las culturas, materiales o inmateriales, del vino y gastronomía autóctona de un territorio vitivinícola.”* (VINTUR, 2006). Probablemente esta definición sería la que más se aproximaría al concepto de enoturismo tal y como lo conocemos hoy en día.
- *“El desarrollo de las actividades turísticas de ocio y tiempo libre dedicadas al descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su territorio, a través de los recursos y servicios turísticos de interés de una determinada zona vitivinícola.”* (GARIJO, Cayetano; 2007)

- *"Las visitas a bodegas y regiones vinícolas, para experimentar las cualidades únicas de los modos de vida contemporáneos relacionados con el disfrute del vino en su origen-incluido la comida, el paisaje y la experiencia cultural". (Australian Tourist Commission; 2009)*
- *"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, Collin Michael ; 2000)*

Seguidamente, debemos tener en cuenta otros términos de gran relevancia dentro de este tipo de turismo, como son *Ruta del Vino* y *Denominación de Origen*, relacionados y vinculados entre sí.

Las rutas turísticas se han ido formando a lo largo de los años, ya bien mediante la demanda de los atractivos turísticos existentes en un territorio determinado, o bien la administración pública ha sido la encargada de crear y diseñar cada una de ellas, para así poder aprovechar todos esos recursos de la mejor manera posible.

En el caso del turismo enológico, la definición más aproximada al término que conocemos como tal sería la siguiente:

*"Una ruta del vino consiste en la definición de uno o varios itinerarios en el área geográfica seleccionada, perfectamente señalizada, y donde se indiquen las diferentes bodegas y demás lugares relacionados con el vino, suministrando además información sobre lugares históricos u otros de interés" (Hall, Sharples, Cambourne & Macionis, 2000).*

Para garantizar el carácter enológico de la ruta, el territorio donde esta se realice debe estar vinculado a una Denominación de Origen Protegida (D.O.P.). Cada una de ellas reconoce una calidad diferenciada del producto, refiriéndose al tratamiento del vino y la forma de su elaboración, dotándole de unas características propias debidas al medio geográfico y a todos los factores que implican la producción de sus materias primas.

Para que un vino sea categorizado con el título de Denominación de Origen, el 100% del producto utilizado para su elaboración, en este caso la uva, debe proceder exclusivamente de la zona geográfica donde se cultiva, al igual que todo el proceso de elaboración debe realizarse dentro de la zona geográfica de producción. Por último, deben de transcurrir al menos cinco años desde que se reconoció al vino como producto de dicha zona.

## **1.2. Origen e historia del vino<sup>1</sup>.**

La historia de la humanidad y la historia de la vid han discurrido paralelamente con el paso del tiempo. Tal y como lo conocemos actualmente, el vino es una bebida alcohólica procedente de la fermentación del zumo de uva, y su nombre procede del latín “*vinum*”.

Aunque existen indicios de que el cultivo de la vid y la elaboración de bebidas a partir de las uvas ya se realizaban en torno a los años 6.000 y 5.000 a.C., no es hasta la Edad de Bronce (3.000 a.C.) cuando se estima que se produjo el verdadero nacimiento del vino. Los arqueólogos han encontrado indicios que fijan el origen de la primera cosecha de vino en las fértiles tierras regadas por el Tigris y el Eúfrates en el Próximo Oriente (antigua Mesopotamia).

Desde Mesopotamia llegó a Egipto, donde rivalizaría con la cerveza que se elaboraba en el Antiguo Egipto (3.000 a.C.). Las orillas del Nilo fueron tierras de cultivo de la vid y en torno a estas plantas se desarrolló toda una actividad laboral e industrial. El vino se convirtió en símbolo del estatus social y era empleado en ritos religiosos y festividades paganas. En las pirámides se han hallado grabados que simbolizan el cultivo de la vid, la recolección, elaboración y disfrute del vino en fiestas y actos religiosos. En esta época el vino se guardaba en las ánforas durante varios años, teniendo más valor el vino viejo que el nuevo.

La adaptabilidad de la vid favoreció su expansión por Europa Occidental a través de las rutas comerciales, llegando hasta China.

<sup>1</sup> Síntesis de <https://www.vinoseleccion.com/saber-de-vinos/historia-del-vino>

En el 700 a.C., el vino llega en su proceso expansivo a la Grecia clásica. Los griegos lo empleaban en ritos religiosos, funerarios y fiestas populares, asignando al vino una divinidad: Dionisos. En esta época, se elaboraban vinos con particularidades propias en diferentes regiones de Grecia e incluso existe documentación que indica que se llegaban a importar vinos procedentes de países exóticos, generalmente destinados a las mesas de las clases nobles.

En el Imperio Romano, la elaboración del vino se introdujo en Italia en el 200 a.C. Los romanos adoptan al dios griego del vino cambiándole de nombre, así, Dioniso se convierte en Baco, símbolo de la festividad asociada al consumo de vino.

Los romanos celebraban cada año la fiesta de la vendimia. El primer vino era mezclado con miel y el resto se almacenaba para que fermentara en grandes tinajas de barro o barricas de madera y aparece la figura del vinatero quien añadía al vino sustancias para blanquearlos (los vinos blancos eran los más valorados por los romanos).

Desde Italia, el cultivo de la vid se extiende hacia Francia, Alemania, Italia y España, sembrándose de vides una tercera parte de la vieja Europa.

Durante la Edad Media, las tierras pasan a ser propiedad de la Iglesia y los reyes. Así, la elaboración del vino queda circunscrita a monasterios y castillos. En este periodo se hace extensivo el uso de las barricas de madera para almacenar el vino y, de forma casual, aparecen las primeras bodegas. En este periodo se entiende por bodega el lugar para guardar las barricas de vino, valiosa mercancía que había que proteger de los saqueos, por lo que se guardaban en los sótanos de monasterios y castillos.

Durante la Edad Moderna, los colonizadores españoles llevaban la vid al Nuevo Mundo y empleaban las materias primas de allí traídas (café, cacao, etc) para comerciar con ellas.

Se abre una nueva etapa en la historia del vino, con el perfeccionamiento –en los siglos XVII y XVIII– de las técnicas de vinificación. En este periodo, los vinos de Borgoña, Burdeos y Champaña (Francia) adquieren parte de su posterior fama mundial, gracias, en gran medida, a los comerciantes del norte de Europa. Comienzan a utilizarse las botellas de vidrio para conservar el vino y se inventa el tapón de corcho.

En pleno auge del sector vinícola, a principios del siglo XIX llega la filoxera, que estuvo a punto de acabar con todas las cepas de Europa. En 1865, este pulgón llega desde Estados Unidos y se propaga con tal rapidez que se convierte en epidemia.

Gracias a las cepas que habían llevado los misioneros a América, las cuales resistieron el envite de la enfermedad. De esta forma, se recuperaron las vides silvestres que habían sido llevadas al Nuevo Mundo y se replantaron en Europa, creándose variedades híbridas, que enriquecieron el panorama vitivinícola aportando nuevos vinos.

Durante los últimos 150 años, la elaboración del vino ha evolucionado considerablemente. Con el acceso a la refrigeración, las bodegas han podido controlar fácilmente la temperatura y los procesos de fermentación y producir vinos de alta calidad en regiones de clima cálido. La introducción de maquinaria para la recolección ha propiciado la extensión y la mayor eficacia de las viñas, y la tecnología contribuye a asegurar una oferta uniforme de vinos de calidad.

### **1.3. Evolución e importancia del turismo enológico.**

Con el desarrollo del turismo a partir fundamentalmente de la segunda mitad del siglo XX, primero extranjero y nacional después, se irán consolidando propuestas relacionadas con el mundo de los vinos. Las visitas a bodegas y viñedos supondrán un incentivo más para todos aquellos que recorran zonas vitivinícolas tanto en Europa, como en los dos países en los que se basa el proyecto (Francia y España).

Así, a principios de los años 80, algunas bodegas y Denominaciones de Origen dan un salto más de calidad y comienzan a ofertar verdaderos paquetes enoturísticos.

Varias bodegas reconvierten parte de sus instalaciones (antiguos pabellones de caza, bodegas antiguas, conventos anejos...) en lujosos hoteles o apartamentos, integrándose en el conjunto de las instalaciones de las propias bodegas y en la mayoría de los casos rodeados de los propios viñedos, ofertando así a los visitantes no solo la tradicional visita a las bodegas, sino también la posibilidad de conocer más a fondo los procesos de elaboración y crianza de los vinos y sus características, mediante cursos de catas y otro tipo de actividades relacionadas con la vida de las bodegas y del campo.

A su vez algunas Denominaciones de Origen comienzan a poner en valor su patrimonio histórico y museístico sobre el mundo de los vinos, los licores y los destilados. El amante o simplemente aficionado a la cultura del vino dispone así de centros de interpretación y museos donde ampliar sus conocimientos o simplemente disfrutar del material que se expone en los mismos.

Todo ello, ayudado también por el progresivo interés que se va mostrando por parte de un mayor público en conocer la cultura del vino, hace que el turismo enológico crezca de manera significativa durante las últimas décadas, convirtiéndose así en una de las tipologías turísticas con mayor proyección, tanto a nivel económico, como geográfico, cultural y gastronómico.

**CAPÍTULO II**  
**DATOS ECONÓMICOS DEL ENOTURISMO**

## 2.1. Producción vinícola en Francia y España.

Realizando un análisis del mercado a nivel mundial, pronto logramos posicionar a los dos países de estudio dentro de los líderes internacionales en cuanto a producción de vino se refiere, pero debemos tener en cuenta que ninguno de ellos se encuentra encabezando la lista.

La producción mundial de vino en 2016 fue de 25.900 millones de litros, lo que supone una disminución del 5% con respecto al año anterior, según los datos facilitados por la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV).

Puesto	País	Mill. Hl.	Crecimiento
01	Italia	48.8	-2%
02	Francia	41.9	-12%
03	España	37.8	1%
04	Estados Unidos	22.5	2%
05	Australia	12.5	5%
06	China	11.5	0%
07	Chile	10.1	-21%
08	Sudáfrica	9.1	-19%
09	Argentina	8.8	-35%
10	Alemania	8.4	-4%
11	Portugal	5.6	-20%
12	Rusia	4.9	0%
13	Rumanía	4.9	37%
14	Nueva Zelanda	3.1	34%
15	Hungría	2.7	-6%
16	Grecia	2.6	2%
17	Serbia	2.3	0%
18	Austria	1.8	-21%
19	Georgia	1.7	0%
20	Moldavia	1.7	0%
<b>Total mundial de la OIV</b>		<b>259.4</b>	<b>-5%</b>

*Fuente: OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino)*

Italia, se sitúa en primer lugar a nivel internacional con 48,8 millones de hectolitros, experimentando una caída del 2% en cuanto a producción nacional se refiere. Aun así, consolida su primera posición tras haber aumentado un 12% durante el periodo de 2015. Seguidamente, Francia con 41,3 Mill. hl. y España con 37,8 Mill. hl, se sitúan en segundo y tercer lugar, sufriendo el primero un descenso del 12% y el segundo un aumento del 1% a niveles de producción, respectivamente.

La disminución de producción a nivel mundial con respecto a 2015 lo podemos observar claramente en los diez primeros países productores. Tan solo tres de ellos experimentan un crecimiento en su producción, mientras que uno (China) se mantiene y los seis restantes ven disminuir su cosecha vinícola del año 2016. Cabe destacar que los porcentajes que sufren tanto en beneficio como en déficit no son equitativos, pudiendo destacar que en los casos más extremos, Argentina se ve perjudicada en un descenso del 35% en su producción, mientras que Australia, en el caso más favorable, logra aumentar el 5%.

### **2.1.1. Producción vinícola española.**

España, tradicionalmente se encuentra como la tercera potencia en la industria del vino a nivel internacional.

La superficie plantada de viñedo en nuestro país a fecha del 31 de julio de 2016 asciende a 959.535 hectáreas. Durante los últimos años, esta superficie se ha visto reducida en más de 150.000 hectáreas, pero a partir del año 2013 esta tendencia se ha visto frenada, incluso llegando a aumentar en algo más de 6.000 hectáreas desde dicha fecha hasta la actualidad.

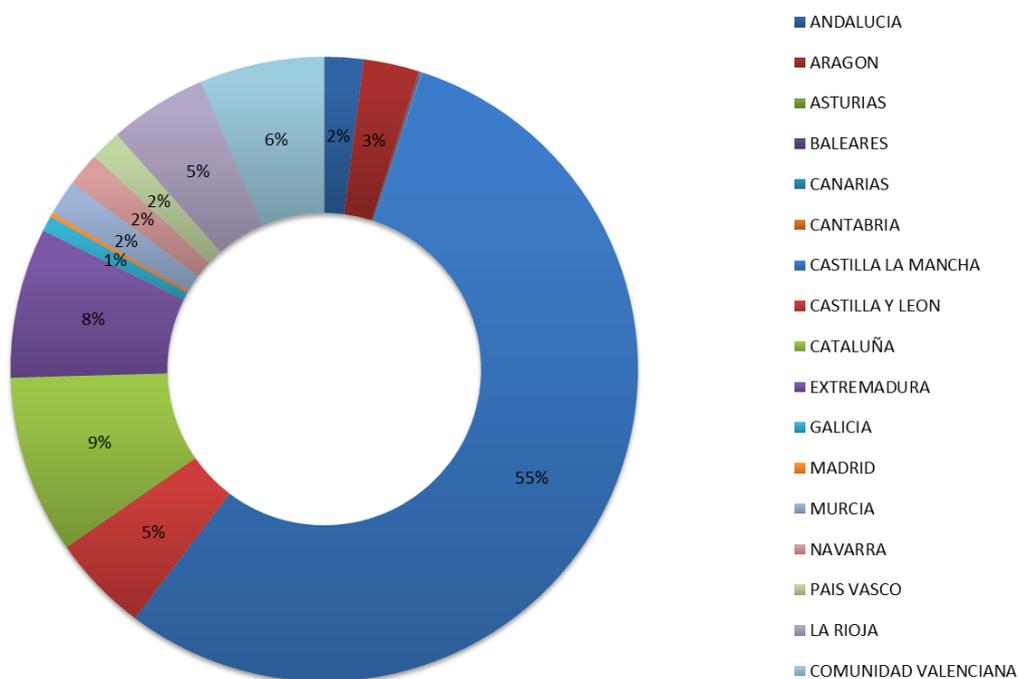
En el siguiente gráfico, podemos observar la irregularidad de la productividad vinícola en nuestro país de una campaña a otra, debido en gran medida a la fuerte dependencia del cultivo de las condiciones climatológicas del territorio español. Así, en las últimas dos décadas, podemos apreciar variaciones de más de 20 millones de hl. Destacar que, en el mismo, aparecen reflejadas las producciones de vino y mosto conjuntamente, de las cuales la última alcanzaría los 4 millones de hl. de media anuales.



Fuente: VINETUR, 2017

En cuanto a la productividad española por comunidades autónomas, debemos destacar que todas ellas cuentan con producción de vino, en mayor o menor cantidad.

Castilla-La Mancha es la comunidad autónoma con mayor producción del territorio español, con más de la mitad de la producción estatal. Le siguen con un Cataluña y Extremadura con un 9% y 8% respectivamente. En el otro extremo, las regiones asturiana y cántabra apenas llegan al millón de hectolitros anuales.

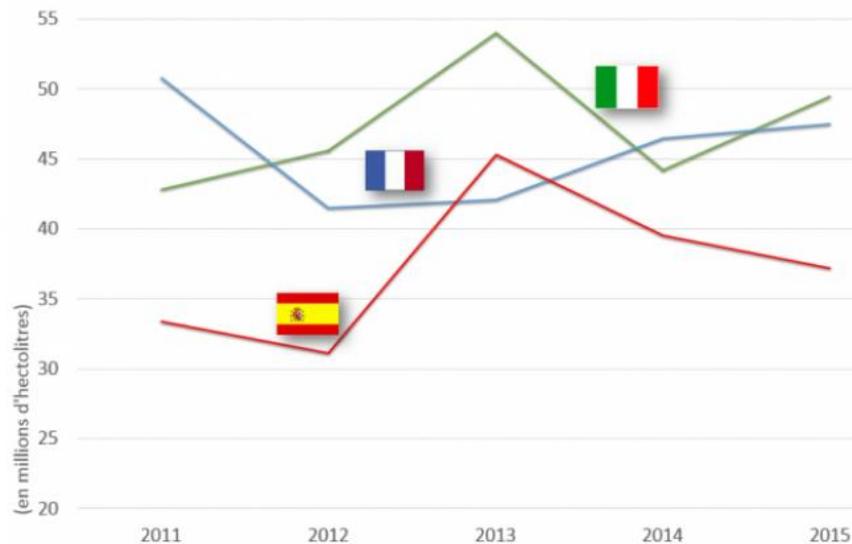


Fuente: Elaboración propia

### 2.1.2. Producción vinícola francesa.

Francia, con más de ochocientas mil hectáreas de viñedo repartidas por todo el país, produce cerca de 45 millones de hectolitros de media cada año. Es el segundo país con mayor superficie de viñedo del mundo, solo por detrás de España y, al igual que este, su producción varía considerablemente debido al componente meteorológico irregular de los distintos climas del territorio francés.

En los últimos años, se ha consolidado como el segundo mercado del vino más importante a nivel mundial, llegando incluso a sobrepasar a Italia (líder internacional en cuanto a producción vinícola) en varias ocasiones.



*Fuente: Challenges.fr, 2016*

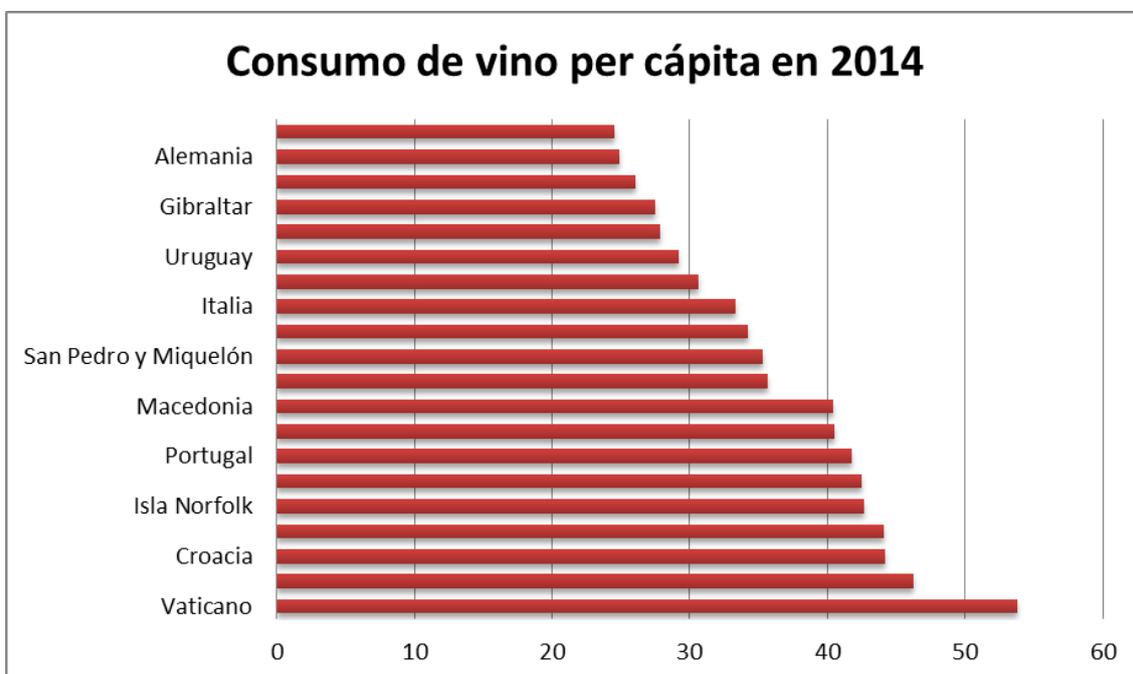
Dentro del territorio francés, podemos diferenciar trece importantes regiones vinícolas: Alsacia (Alsace), Beaujolais, Bordeaux (Burdeos), Bourgogne (Borgoña), Campaña (Champagne), Córcega (Corse), Jura, Languedoc-Rosellón (Languedoc-Roussillon), Loira (Loire), Provenza (Provence), Ródano (Rhône), Saboya (Savoie) y Sudoeste (Sud-Ouest).

## 2.2. Consumo de vino en Francia y España.

Existe una gran desigualdad en el consumo de vino a nivel mundial. En el año 2015 se consumieron un total de 240 millones de hectolitros, de los cuales el 61% fue consumido en Europa. El resto de continentes le siguen muy de lejos, con un 24% América, 9% Asia y un 3% África y Oceanía respectivamente.

A nivel estatal, tan solo son cinco países los que concentran la mitad del consumo mundial, liderados por Estados Unidos con 31 millones de hectolitros (13%), seguido de Francia (11%), Italia y Alemania (9% cada una) y China (7%), país que ha aumentado notablemente su consumo en los últimos años.

Los datos anteriores se realizaron teniendo en cuenta la cantidad de litros consumidos por cada país durante el periodo del año 2015. Pero la clasificación cambia drásticamente si analizamos los datos de consumo de vino per cápita en el mundo durante el mismo periodo.



*Fuente: Elaboración propia*

La Ciudad-Estado del Vaticano encabeza la clasificación con un total de 54,26 litros al año por persona, lo que supone 0,14 litros de vino al día. La cifra llama la atención pero puede llegar a entenderse gracias a que la población del Vaticano es en su totalidad adulta y la religión que persigue cada uno de ellos impone de modo imperativo la cultura vinícola como tradición dentro de la misma.

En segundo lugar se situaría Andorra con 46,26 litros al año por habitante, seguida de Croacia y Eslovenia con 44 litros por persona ambos países. Cerrarían los diez primeros países con mayor consumo per cápita a nivel mundial la Isla Norfolk, Francia, Portugal, Suiza y Macedonia, todos ellos con alrededor de 41 litros por persona al año y en décimo lugar las islas Malvinas con 35,67 litros anuales por residente.

En la clasificación podemos destacar dos condicionantes que hacen que unos países se sitúen en puestos tan elevados de la tabla y otros que ni siquiera aparezcan.

Por un lado, observamos una clara relación entre el alto consumo de vino y los países que son paraísos fiscales, como pueden ser los casos de Andorra, la Isla Norfolk o Gibraltar, por encima de los 25 litros por persona. Los ingresos per cápita tan elevados de estos lugares implican que el consumo sea alto tanto en el producto del vino como en otros tantos de diferentes sectores.

En el extremo opuesto, podemos ver que la religión marca fuertemente el consumo de vino tanto positivamente, como en el caso del Vaticano que vimos con anterioridad, como negativamente en países como Afganistán, Arabia Saudí o Pakistán que ni siquiera aparecen al final de la lista porque los consumos en dichos estados son nulos.

### **2.2.1. Consumo de vino en España.**

España se sitúa en octava posición a nivel mundial en cuanto a consumo vinícola se refiere, con 10 millones de hectolitros en el año 2015, lo que supone un 4,2% del total.

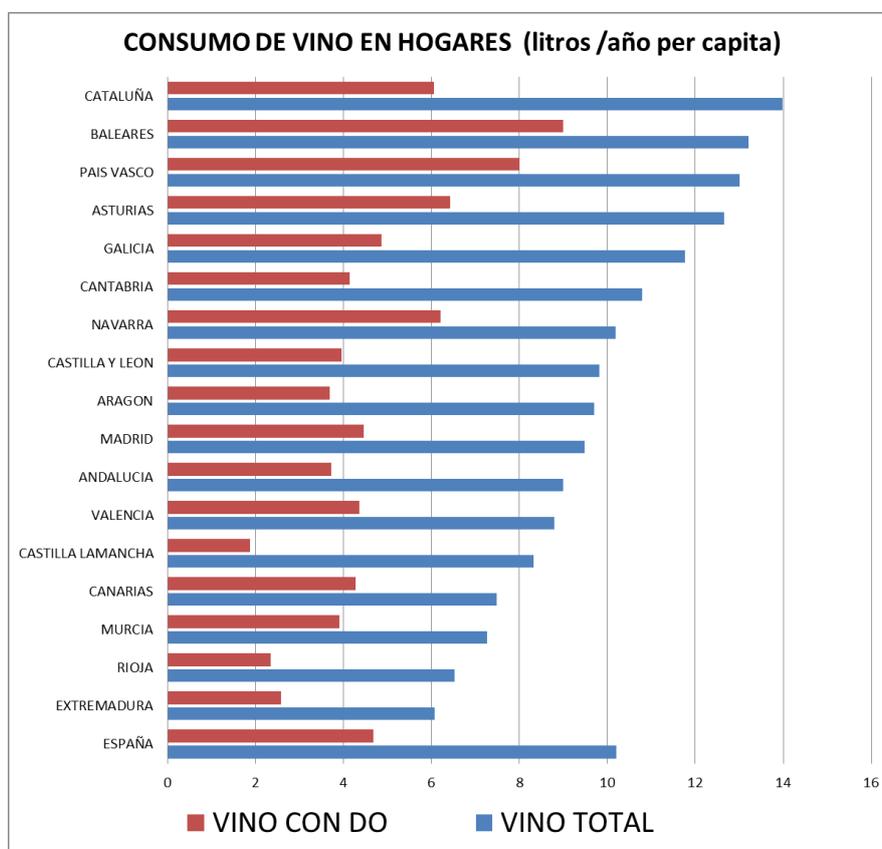
Teniendo en cuenta los 10 millones de hectolitros citados anteriormente y los 47 millones de habitantes que registra el territorio español, el consumo per cápita del país

se situaría en 21,26 litros anuales por persona. A pesar de ser una cifra muy superior a la media mundial (3,47 L), España ocupa la posición 33 de la clasificación.

Analizados los datos del consumo anual de vino en nuestro país, podemos realizar un desglose de los mismos por regiones o comunidades autónomas según el consumo vinícola en los hogares españoles en el período de junio de 2011 a junio del año siguiente como muestra del estudio. De tal forma, otorgamos importancia al consumo de vino entre particulares y desechando así el consumo de vino por parte de empresas y otras asociaciones consumidoras vinícolas.

En primer lugar se situaría Cataluña, con 14 litros de vino por habitante al año, seguida por Baleares, País Vasco y Asturias con alrededor de 13 litros anuales.

En el otro extremo de la tabla Extremadura, La Rioja y Murcia se sitúan con un consumo medio inferior a los 7 litros de vino anuales entre sus residentes.



*Fuente: La Mesa Redonda – Blog (junio 2011 – junio 2012)*

Cabe destacar que las regiones que se sitúan en los diez primeros puestos en la clasificación se encuentran en el norte y centro de nuestro país, con la excepción del archipiélago Balear; por otro lado, señalar como curiosidad que a pesar de ser una comunidad puntera en cuanto producción vinícola en el territorio nacional, La Rioja se sitúa en el penúltimo lugar.

Fijándonos más detenidamente en el consumo de vino Denominación de Origen (DO), podemos apreciar que existe un equilibrio a nivel nacional, siendo algo menos de la mitad del consumo en los hogares españoles vino categorizado con esa distinción.

### **2.2.2. Consumo de vino en Francia.**

En las últimas décadas, Francia ocupaba indiscutiblemente la primera posición en el ranking de consumidores de vino, pero desde el año 2012 se ha visto sobrepasada por EEUU, país con un impactante crecimiento en el sector vinícola durante los últimos años.

El consumo de vino en el territorio francés atraviesa una difícil situación. Desde los años 70 hasta la actualidad ha experimentado un importante declive en las cifras de consumición vinícola, aunque la tendencia es a estabilizarse en el próximo lustro.

Los principales indicadores prevén que la población francesa en edad de beber aumente en alrededor de un millón durante dicho periodo, lo que ayuda a que la caída se vea frenada.

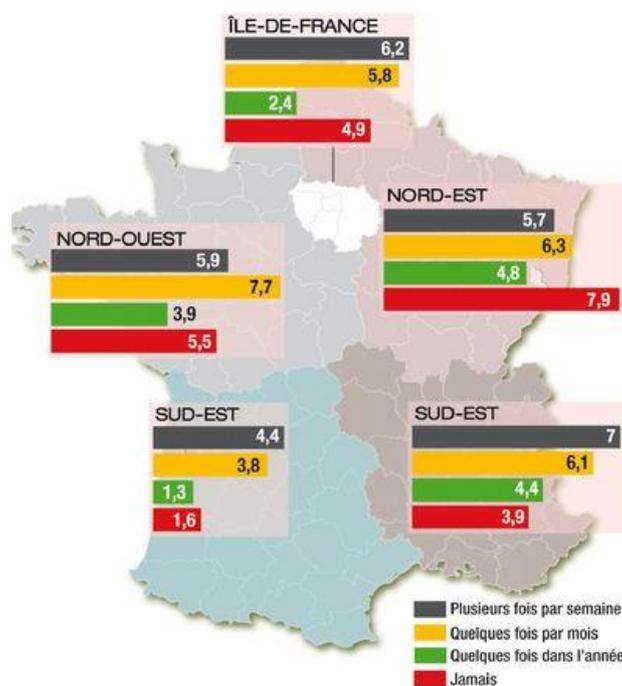
Actualmente, el consumo individual de vino en Francia se establece en 42 litros por persona anualmente (2015), frente a los 100 litros que de media se consumían por persona y año durante los años 60, llegando a disminuir en más de la mitad teniendo en cuenta el consumo en los últimos años.



Fuente: FLD HEBDO (2015)

Pese a la tendencia negativa en el consumo de vino, se ha experimentado un aumento respecto a la calidad consumista del vino.

Tradicionalmente el vino se asociaba a una bebida acompañante durante la comida. En los últimos años, dicho consumo se ve relacionado con “una bebida culturalizada”, consumiéndose cada vez en mayor medida en momentos aislados durante el día, degustando diferentes tipos y clases vinícolas.



Fuente: LSA Magazine (2011)

En lo que respecta a las principales regiones consumidoras de Francia, se posicionan a la cabeza las regiones sudeste (Rhône-Alpes y Provence-Côte d'Azur) y la región l'Île-de-France (donde se sitúa París, la capital).

Podemos observar que, paradójicamente y al igual que ocurre en España, las regiones productoras de vino se sitúan entre las que el consumo de vino es más bajo con respecto al resto del territorio nacional, en este caso la región suroeste (Aquitaine – Bordeaux).

**CAPÍTULO III**  
**ÁMBITO GEOGRÁFICO DEL ENOTURISMO**

### 3.1. Zonas de producción vinícola en España y Francia.

Teniendo en cuenta las diferentes geografías de los dos países en los que se centra el estudio, existen diferentes zonas productivas de vino en cada uno de ellos. La latitud, la altitud, la hidrografía y la composición del suelo son factores decisivos para determinar la producción de uva de calidad y la posibilidad de su cultivo.

#### 3.1.1. Zonas productivas en España.

Como pudimos ver en el segundo epígrafe del estudio, España ocupa la tercera posición en la clasificación de países productores de vino a nivel mundial, por detrás de Italia y Francia, con un 11'8% de la producción mundial.

Las regiones productivas en nuestro país se extienden desde el norte hasta el sur de la península, incluyendo los dos archipiélagos. Pese a que las 17 comunidades autónomas del territorio español poseen producción vinícola, debemos destacar siete regiones caracterizadas por su tradición vinícola y la calidad de sus vinos.



*Fuente: Urbina Vinos Blog (2017)*

- Región vinícola del Penedès.

La producción de vino de la comarca del Penedès está considerada como una de las zonas vinícolas más importantes de Europa y un distintivo reconocido a nivel mundial.

Situada en Catalunya, exactamente en la provincia de Barcelona, esta región posee un gran potencial en cuanto al cultivo de la vid debido a la gran variedad de climas que se pueden encontrar en la misma. Su situación geográfica se extiende desde el prelitoral catalán (800 m de altura sobre el nivel del mar) hasta la costa mediterránea de la provincia barcelonesa, ofreciendo un amplio abanico de sabores y aromas a los vinos que allí se producen.

La región se divide en tres grandes áreas, dependiendo de la altura a la que se encuentre cada una de las zonas: Penedès Superior, Penedès central o medio y Penedès marítimo o Bajo Penedès.

- Región vinícola de Utiel-Requena.

Esta región está considerada como una de las más antiguas de España, con más de 2500 años de historia, destacando que más del 90% de sus viñedos se corresponden con variedades tintas.

Se encuentra en la Comunidad Valenciana, exactamente en el interior de la provincia de Valencia, abarcando más de 1800 km<sup>2</sup> comprendidos entre los 600 y 900 metros sobre el nivel del mar. Esta altitud tan elevada para el cultivo de la vid, la inclinación del terreno y la proximidad al Mediterráneo son las cualidades que diferencian a los vinos elaborados en este territorio.

- Región vinícola del Priorat.

La zona vinícola del Priorat, junto con la de La Rioja, son las únicas en todo el territorio español que poseen la distinción de Denominación de Origen “Calificada”. Para obtener dicho prestigio, la zona debe haber sido reconocida como DO más de diez años y que todos sus productos se comercialicen embotellados desde las bodegas situadas en la

zona de producción, habiéndose delimitado dicha zona y municipios pertenecientes a la misma.

Esta región se sitúa en el interior de la provincia de Tarragona, Catalunya, próxima al emplazamiento vinícola del Penedès. Las cualidades extraordinarias del suelo, formado por pequeñas y finas láminas de pizarra, proporcionan al vino un sabor más fuerte y característico de la zona.

- Región vinícola de La Rioja.

La zona de producción de vino de La Rioja fue la primera Denominación de Origen de España. Con el río Ebro como columna vertebral, se sitúa en el norte de la península, extendiéndose por las comunidades de La Rioja, País Vasco y Navarra. Al igual que con la región del Penedès, podemos diferenciar tres zonas: Rioja Alta, Rioja Baja y Rioja Alavesa.

La singularidad de su clima, con atributos mediterráneos y atlánticos, propicia el desarrollo de las diferentes variedades de uva y, como consecuencia, una gran variedad de vinos.

- Región vinícola de Navarra.

Desde la época romana ya existen indicios de esta región como uso vinícola. Influenciada por los climas atlántico, continental y mediterráneo, en ella podemos encontrar una gran variedad de paisajes.

En toda su superficie, podemos diferenciar cinco áreas de producción: Baja Montaña, Valdizarbe, Tierra Estella, Ribera Alta y Ribera Baja. En su conjunto, cabe destacar que más del 70% de las vides se identifican con variedades autóctonas, y del total de la zona alrededor del 94% de las uvas son tintas.

- Región vinícola Ribera del Duero.

Debido a su larga tradición vinícola y la excelencia de sus vinos, es una de las regiones más conocidas dentro de la geografía española.

Situada en la meseta norte del país, engloba municipios de las provincias de Burgos, Valladolid, Segovia y Soria, pertenecientes a Castilla y León. Al igual que caracteriza a la región de La Rioja, tiene como eje geográfico un río, en este caso el Duero.

Influenciada por el clima continental, las condiciones climatológicas de la zona se caracterizan por los veranos secos, inviernos largos y fríos y una gran variación térmica entre el día y la noche. Estas características son determinantes en el desarrollo de la vid y la maduración de la uva.

Finalmente, destacar que el 90% de su producción se corresponde con la variante de uva “Tempranillo”.

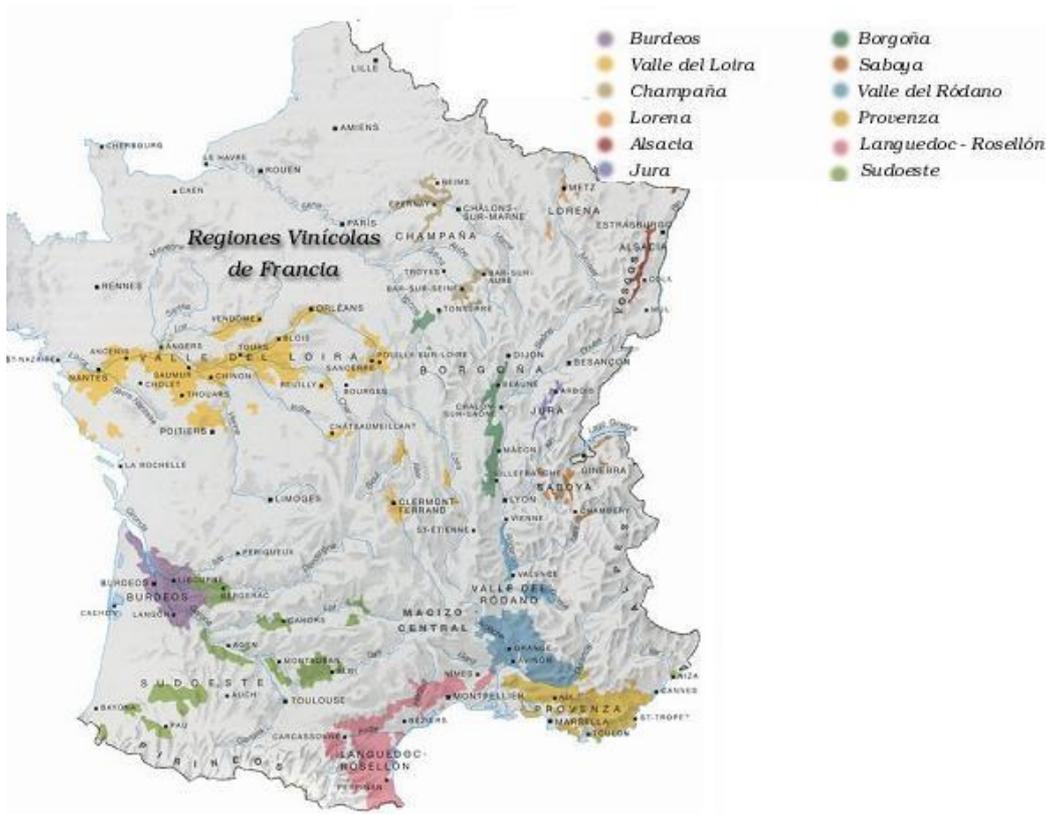
- Región vinícola de Jerez.

Pese a que el nombre de la región vinícola viene dado por la ciudad andaluza de Jerez de la Frontera, se extiende por diferentes territorios de las provincias de Cádiz y Sevilla, aunque la mayor parte de su amplitud se localiza en la provincia gaditana.

Los vinos que se producen en dicha zona se caracterizan por un peculiar sabor, consecuencia de la peculiar situación geográfica y los componentes de su suelo, el clima que combina el Atlántico con el Mediterráneo y su tipo de crianza.

### 3.1.2. Zonas productivas en Francia.

Dentro del territorio francés, podemos distinguir un gran número de regiones vinícolas, de las cuales la mayoría se encuentran en la mitad sur del país, además de la isla de Córcega. De las trece más importantes dentro del territorio francés, destacaremos las más representativas.



*Fuente: clubplaneta.com*

- Región vinícola de Bordeaux (Burdeos).

Desde comienzos de la Edad Media, la región de Burdeos ha sido líder en producción vinícola dentro del territorio francés. Probablemente, una de las zonas vinícolas más famosas del mundo, produce vinos tintos con alrededor de cincuenta Denominaciones de Origen.

Situada en el suroeste de Francia, se extiende por las pedanías del río Garona y los alrededores de la ciudad de Bordeaux, que da nombre a dicha región.

- Región vinícola de La Loire (valle del Loira).

Al igual que ocurre en España con las regiones de La Rioja o Rivera del Duero, esta región se extiende a lo largo de un río, en este caso el río Loira que da nombre a la zona de producción de vino.

Desde su nacimiento en el centro de Francia hasta su desembocadura, podemos distinguir cinco regiones según su disposición a lo largo del recorrido del río: Auvergne, Centre, Touraine, Anjou-Samur y Nantes, todas ellas citadas en el orden desde la que se encuentra más próxima al nacimiento del río hasta la más alejada del origen del mismo.

Con climas atlánticos y continentales, según la situación del viñedo a lo largo del itinerario del río, los vinos cosechados en la zona poseen una gran calidad y variedad en sus sabores.

- Región vinícola de Champagne.

Situada en el norte de Francia, esta región es conocida por su gran abanico de vinos espumosos, cada vez con más demanda en el territorio francés. Con gran éxito desde el siglo XVII, sus vinos y sus variedades de champán (nombre derivado de dicha región) son utilizados mayoritariamente en actos festivos y momentos puntuales para realizar cualquier tipo de celebración.

- Región vinícola de Lorraine (Lorena).

Situada en el noroeste de la república francesa, próxima a la frontera con Bélgica y Alemania, esta región es conocida por la gran calidad de sus viñedos, a pesar de no ser una de las más extensas del país. Dentro de la misma podemos diferenciar tres zonas de producción de vino: Meuse, Moselle y Toul.

- Región vinícola de Alsace (Alsacia).

Famosa por la calidad en la producción de vinos blancos, estos se clasifican en blancos secos, afrutados o ligeros. Sus vinos complementan la gastronomía de la zona, dando lugar a rutas gastronómicas en las que el vino tiene una gran importancia.

Situada a escasos kilómetros de la frontera francesa con Alemania y Suiza, esta región se divide en dos zonas productivas: Bas-Rhin y Haut-Rhin, situadas en la vertiente occidental del río Rin.

- Región vinícola de Bourgogne (Borgoña).

Situada en la zona centro/oeste de Francia, es la región con mayor número de denominaciones de todo el país, con alrededor de 800, y más de 1400 marcas de vino. A pesar de tener cinco zonas productivas dentro de la misma región, se podría clasificar en la zona oeste y este, la primera exclusivamente de producción de vinos tintos y la segunda con predominancia de vinos blancos.

- Región vinícola de Provence-Corse (Provenza-Córcega).

A pesar de ser dos regiones separadas geográficamente, normalmente se incluyen dentro de una misma categoría debido a la cercanía de la isla de Córcega con la región de Provenza, situada en el extremo sur del país.

Mientras que en Córcega se cosechan vinos de la variedad “Sciacarello”, en la región de Provenza se recogen vinos preferentemente rosados y blancos, aunque también existen viñedos de uva tinta, cuyos vinos se caracterizan por ser fuertes y aromáticos.

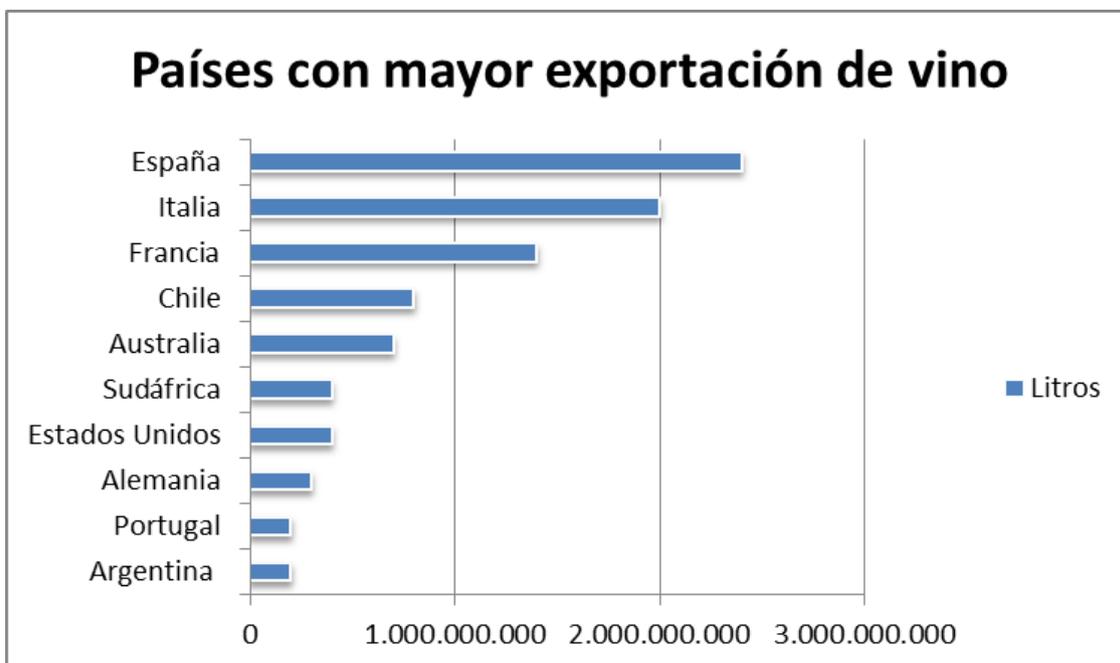
### 3.2. Consumo de vino español y francés en el mundo.

Teniendo en cuenta que tanto España como Francia se sitúan entre los principales países productores de vino a nivel internacional, parecería lógico que también lideren la lista de los países que mayor cantidad de vino exportan, es decir, los países en los que la venta hacia el extranjero de vino cosechado dentro de sus fronteras es mayor.

Según los datos del año 2015, el comercio vinícola mundial movió cerca de 29 millones de euros, lo que supone un incremento del 9% en las ventas en lo que respecta al ejercicio del año anterior.

A pesar de que, según los informes de la OIV (Organización Internacional de la Viña y el Vino), la superficie vinícola plantada ha disminuido progresivamente, la producción de vino ha crecido debido al mayor rendimiento en su cosecha y a las favorables condiciones climáticas de los últimos años.

Tras reunir las cifras que nos proporciona la OIV, los diez países con mayor exportación vinícola del mundo serían los siguientes:



*Fuente: Elaboración propia (datos 2015)*

En el gráfico podemos observar que España es líder mundial en ventas de vino, con alrededor de 400 millones de litros de diferencia con el segundo país exportador, Italia. Francia se posicionaría como tercer país, con alrededor de 2500 millones de litros de vino exportados al resto del mundo.

Teniendo en cuenta las cifras de los diez países líderes en el mercado vinícola en el campo de las exportaciones, la suma de los mismos representa el 88% de las ventas mundiales de vino.

### **3.2.1. Consumo de vino español.**

España, con alrededor de 2400 millones de litros exportados internacionalmente, se convierte en el país con mayor venta de vino en todo el mundo. Pese a ser líderes en volumen de litros, el precio medio del litro se sitúa en 1'10 €/L, por lo que en cuanto a la cantidad de ingresos seguimos muy por debajo del resto de los principales países exportadores a nivel mundial, con precios muy superiores al español.

Podemos diferenciar dos clasificaciones en cuanto a las ventas de vino español en el mundo: según el valor monetario o ingresos totales por país y según el volumen en millones de litros.

Teniendo en cuenta la primera clasificación, Alemania sería el país que más vino español importa, con más de 403 millones de euros, seguida de Reino Unido por algo menos de 50 millones de diferencia (356 mill. de €). Francia se asentaría en la tercera posición con unas importaciones de vino español que alcanzarían los 298 millones de euros, tan solo dos millones de € por encima de EE.UU.

Con respecto a la segunda clasificación, el listado de países sufre una importante variación. Francia sería el país con un mayor volumen de litros de vino importados sobre el territorio español, con 689 millones de litros. En segundo lugar se situaría Alemania con una importante diferencia sobre el país francés, con 448'6 millones de litros. En tercer lugar se situaría Italia, con 334 mill. de L.

Esta impactante diferencia entre ambas clasificaciones se debe al precio del litro de vino español sobre cada país que realiza la exportación. Mientras que en Reino Unido, por ejemplo, el precio medio se sitúa en 1'79 €/L, en Italia alcanzaría la cifra de 0'34 €/L.

### **3.2.2. Consumo de vino francés.**

Si bien España es el país líder que mayor volumen de vino exporta internacionalmente, Francia se consolida otro año más como el país que mayor volumen de ingresos obtiene por el producto vinícola. Seguidamente se situarían Italia y España, en segunda y tercera posición respectivamente.

Durante el año 2016, el estado francés alcanzó unos ingresos de 7'9 billones de euros, lo que supuso la venta de 12'2 millones de hectolitros. Del 30% del vino francés que es consumido fuera de las fronteras, el 54% del vino exportado es destinado a países pertenecientes a la Unión Europea, mientras que el 46% restante se exporta al resto del mundo.

Estados Unidos se situaría como el primer país que más invierte en vino francés, seguido por el Reino Unido, Alemania y China. En cuanto al volumen de vino importado en litros, Alemania encabeza la lista seguida por Reino Unido, Estados Unidos y China.

Como podemos observar, se repite el mismo fenómeno que en España: dependiendo del precio medio al que se proporcione el litro de vino a cada país, así varía un país u otro en la clasificación.

**CAPÍTULO IV**  
**ENOTURISMO: DIVERSIDAD Y CLASIFICACIÓN**  
**VINÍCOLA, OFERTA Y DEMANDA**

#### 4.1. Diversidad y clasificación del vino español y francés.

##### 4.1.1. Diversidad y clasificación vinícola en España.

En España, desde su incorporación a la Unión Europea en 1985, los vinos españoles han sido clasificados según la normativa impuesta en toda la comunidad europea. Ésta diferenciaba dos grandes grupos: Vino de Mesa (VDM) y Vinos de Calidad Producidos en Regiones Determinadas (VCPRD).

En el año 2003 entró en vigor la Ley de la Viña y el Vino, la cual implantó unas clasificaciones más complejas de los vinos dando lugar a la definición de los niveles del sistema de protección de origen y calidad.

Frente a esta clasificación podemos encontrar otras dos clasificaciones, según las características de envejecimiento del vino y según el proceso productivo y tipo de uva.

##### a) Clasificación según el envejecimiento del vino:

		Meses totales de envejecimiento	Meses de envejecimiento en barrica
<b>Joven</b>	Tinto, blanco y rosado	<b>Sin envejecimiento</b>	
<b>Crianza</b>	Blanco y rosado	18	6
	Tinto	24	6
<b>Reserva</b>	Blanco y rosado	24	6
	Tinto	36	12
<b>Gran reserva</b>	Blanco y rosado	48	6
	Tinto	60	18

*Fuente: Elaboración propia*

##### b) Clasificación según el proceso productivo y tipo de uva:

Son los vinos que comúnmente conocemos por su color, sabor o aroma. Les podemos clasificar en:

- Vino tinto y rosado
- Vino blanco
- Vino dulce
- Vino generoso (alta graduación)
- Vino espumoso (champagne)

c) Clasificación según la Ley de la Viña y el Vino:

Tras la implantación de la Ley en 2003, los vinos españoles pueden ser clasificados según su origen y el grado de protección de los mismos. Desde el menor al mayor grado de protección los podemos estructurar de la siguiente manera:



*Fuente: Enoarquía*

➤ Vino de Mesa:

Se encuentran en el menor grado de protección de la clasificación. No presentan ningún tipo de indicación geográfica y no tienen que cumplir las exigencias que se piden a los vinos de zonas geográficas protegidas.

➤ Vino de la Tierra:

Pese a que no cumplen las exigencias de los vinos de Denominación de Origen, pertenecen a determinadas regiones y cumplen con unas exigencias medioambientales y de cultivo propias de esa zona. En el proceso de producción, al menos una de las fases tiene que desarrollarse en el lugar de la zona geográfica definida.



➤ Vino Denominación de Origen Calificada (D.O.Ca.):

Además de cumplir todos los requisitos que exige una D.O., deben de transcurrir al menos diez años con dicha distinción para que pueda ser categorizado como D.O.Ca., sumado a un mayor control y una normativa más estricta tanto en el proceso de producción como en el proceso de comercialización.

Actualmente, tan solo existen dos D.O.Ca. en nuestro país: Rioja y Priorat (como pudimos ver en el apartado 3.1.1. del trabajo).

➤ Vino de Pago (V.P.):

Este tipo de vino tiene como procedencia una zona rural (“pago”) con unas características diferentes a las de su entorno, como pueden ser el tipo de suelo o las condiciones climatológicas. Estos vinos poseen cualidades singulares y posee una producción limitada en función de la región donde se encuentre y la extensión de la misma. Además, si un “pago” se encuentra dentro de la geografía de una D.O. y cumple con su correspondiente normativa y control se podrá categorizar como Vino de Pago Calificado.

#### **4.1.2. Diversidad y clasificación vinícola en Francia.**

Para identificar cada tipo de vino francés, desde el año 2009 se implantó una clasificación para diferenciar las categorías de vino según su calidad:

○ Vinos AOP (*Appellation d’Origine Protégée*):

Desde dicho año, los vinos AOC (*Appellation d’Origine Contrôlée*) y los VQPRD (*Vins de Qualité Produits dans des Régions Déterminées*) se reunieron en una sola categoría, pasando a formar los vinos AOP.

Este tipo de vinos, de calidad superior, están escrupulosamente reglamentados. El Instituto Nacional de Origen y Calidad (*INAO, Institut National des Appellations d’Origine*) es el encargado de analizar y controlar cada uno de estos vinos para que posean todas los requisitos para optar a tal categoría, como la localización, la cosecha, el mínimo de alcohol exigido, etc.

- Vinos IGP (*Indication Géographique Protégée*) :

Esta categoría, que representa el 25% de la producción vinícola francesa, reemplaza a la anteriormente denominada *Vins du pays*. Al igual que los vinos AOP, se caracterizan por su control minucioso en cuanto a labores de producción y recolección de la uva, como por la procedencia de una zona geográfica concreta.

Se diferencian de la anterior categoría en que estos vinos están sometidos a unos controles de producción y categorización de menor escala que los vinos AOP y que pueden proceder de diferentes cepas de vino, no de una región concreta, si no que la zona de cosecha puede tener un mayor radio de recolección.

- Vinos sin IG (*Indication Géographique*) :

Previamente conocidos como *Vins de Table* (Vinos de Mesa), esta categoría agrupa los vinos franceses resultantes de la asociación de vinos de diferentes regiones vinícolas dentro del país, sin llegar a mencionar la zona geográfica de procedencia.



Fuente: <http://vins-france.com/fr/>

## **4.2. Oferta y demanda enoturísticas en España y Francia.**

### **4.2.1. Oferta y demanda vinícolas españolas.**

El territorio español en toda su extensión posee un gran número de bodegas donde poder realizar visitas y cata de los mejores vinos del país.

La oferta vinícola se extiende desde visitas realizadas en un mismo día para conocer un museo vinícola o el proceso productivo de una bodega, hasta la degustación de un menú a la carta acompañado del mejor vino de la zona o escapadas de un fin de semana o varios días para conocer más a fondo los secretos de una bodega y los viñedos de un área determinada, incluso llegando a participar en las labores de recolección y vendimia de la uva.

En páginas oficiales como pueden ser <https://turismodevino.com/> (centrada más en el turismo gastronómico y degustación del vino) o <http://www.wineroutesofspain.com/> (página oficial de las Rutas del Vino de España, ACEVIN), se exponen todos estos tipos de enoturismo en nuestro país, donde poder encontrar amplia información acerca de cada uno de ellos.

Por un lado, España registra a fecha de 2015 un total de 4120 bodegas, lo que supone un incremento en 35 bodegas más con respecto al año anterior. Esta cifra tiene en cuenta a todas aquellas bodegas que cumplen con el reglamento de calidad europeo de Denominaciones de Origen Protegidas, por lo que se excluyen aquellas que no sigan dicha regulación, notificando así que el número total de bodegas es superior al citado previamente.

Las DOP que registran un mayor número de bodegas inscritas son La Rioja, Cava y Rivera del Duero, con 826, 419 y 286 bodegas respectivamente (cifras del año 2014).

Por otro lado, si el turista prefiere recorrer una determinada región vinícola española, con sus respectivas bodegas, viñedos y gastronomía de la zona, en España están inscritas un total de 25 Rutas del Vino situadas por toda la geografía peninsular. Cada una de ellas se puede realizar en función del tiempo que se disponga, desde un día a un fin de semana, varios días o si lo desea el cliente se podría disponer de un guía para determinadas bodegas y rutas vinícolas.



*Rutas del Vino certificadas en España. Fuente: ACEVIN*

En lo que respecta a la demanda en el territorio español, durante el año 2015 un total de 2.242.941 turistas visitaron 547 bodegas y museos vinícolas, asociadas a las veinticinco rutas vinícolas certificadas españolas. Desde que en el año 2008 se registraran alrededor de 1.100.000 turistas asociados al enoturismo, en menos de diez años esa cifra se ha visto duplicada.

Las rutas del vino que experimentaron un mayor número de enoturistas durante el año 2015 fueron las del Cava del Penedés y la Ruta del Vino y Brandy del Marco de Jerez, con 464.825 y 449.326 visitantes respectivamente.

#### 4.2.2. Oferta y demanda vinícolas francesas.

Con cerca de 15000 bodegas repartidas por toda la geografía francesa, incluida la isla de Córcega, Francia dispone de una de las mayores riquezas enoturísticas en cuanto a número de actividades y opciones para realizar este tipo de turismo.

Pese a ser un turismo menos desarrollado que en España, su tradición le dota de un mayor número de enoturistas. Con un total de 17 grandes rutas vinícolas, la oferta se caracteriza por incluir dentro de esos recorridos la visita a fortalezas y castillos propios del interior de la geografía francesa, así como actividades ecuestres y deportivas.

Como primer país a nivel mundial que mayor número de ingresos obtiene del enoturismo, posee una gran cantidad de turistas que, dependiendo de su procedencia, hacen que este tipo de turismo sea uno de los más fuertes dentro de la república.

Durante el año pasado, el enoturismo francés ha registrado un total de diez millones de enoturistas que han realizado actividades gastronómicas, culturales y de ocio relacionadas con el mundo del vino, prácticamente cuadruplicando el número de enoturistas en lo que respecta a España. Esta cifra supone un incremento de más de dos millones con respecto al año 2009.



Fuente: <http://atout-france.fr>

En mapa anterior muestra las regiones vinícolas más visitadas de Francia con sus respectivos porcentajes en relación al enoturismo.

Las regiones más visitadas se corresponden con las situadas en el tercio norte del país y la región vinícola de Burdeos (Bordeaux), todas ellas con más del 13% del total de enoturistas en territorio francés. Este fenómeno es debido a dos variables:

- 1) La región de Burdeos es famosa internacionalmente por su gran variedad y calidad vinícolas, por lo que reúne cerca del 20% del total de visitantes enoturísticos en Francia.
  
- 2) Las regiones situadas en el norte del hexágono se localizan alrededor de la capital francesa, por lo que una gran cantidad de excursiones y rutas vinícolas parten de esta localidad hacia las regiones colindantes, experimentando así un elevado número de turistas e ingresos.

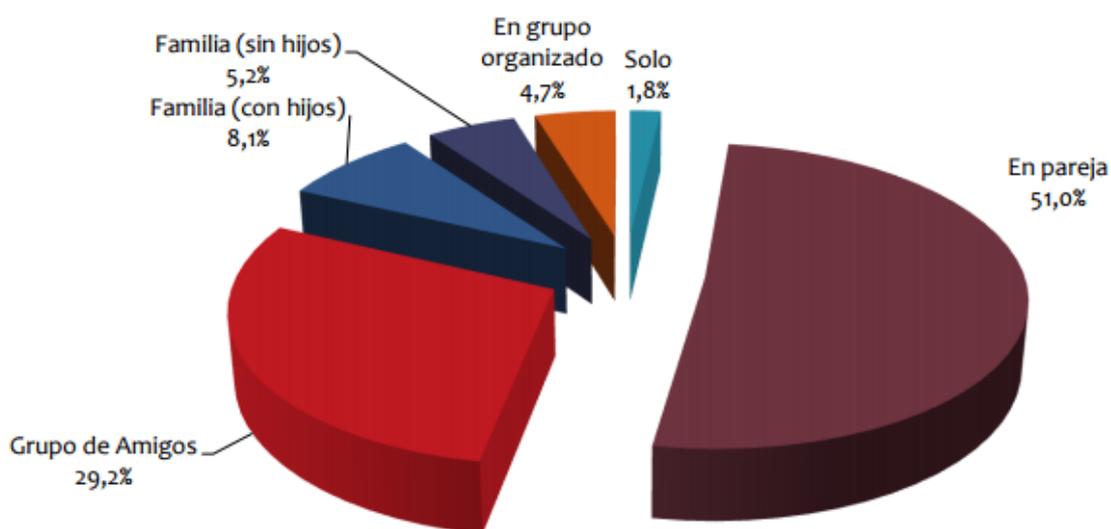
**CAPÍTULO V**  
**PERFIL DEL TURISTA ENOLÓGICO**

## 5.1. Perfil del enoturista en España.

A través de un informe realizado en el primer semestre de 2016 por ACEVIN podemos conocer explícitamente el perfil del enoturista en nuestro país y sus preferencias.

El perfil del enoturista ha ido evolucionando con el paso de los años, hasta tal punto que actualmente son más mujeres las que realizan este tipo de turismo, un 52% frente a un 48% que son varones.

Las escapadas en pareja sería la modalidad turística preferida por parte de los enoturistas, ocupando más de la mitad de los viajes con motivo vinícola (51%). Cada vez con una mayor presencia, los grupos de amigos optan por esta opción con cerca de un tercio de la muestra participante en el estudio (29,2%). Por otro lado, las familias con o sin hijos apenas superarían uno de cada diez enoturistas (13,3%).



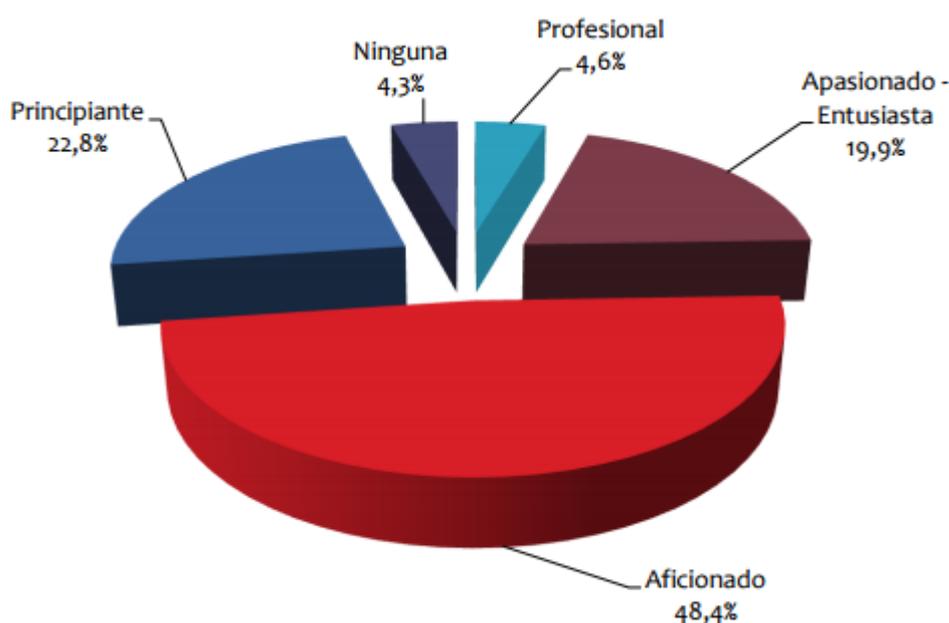
*Fuente: ACEVIN, julio de 2016*

Las excursiones organizadas a grupos y los viajes individuales siguen siendo minoritarios, debido a que este tipo de turismo está más vinculado a una actividad gastronómica y de ocio realizada en rutas vinícolas que a una actividad cultural, como pueden ser los museos del vino.

La procedencia del turista enólogo en nuestro país sería mayoritariamente española, especialmente de las regiones más pobladas de la geografía peninsular como son Madrid, Cataluña, País Vasco y la Comunidad Valenciana, entre otras.

Al ser un turismo que se encuentra en pleno desarrollo, aún no ha llamado la atención en el extranjero, ya que los turistas internacionales siguen prefiriendo visitar nuestro país por motivos del turismo de sol y playa.

Independientemente del estatus social, los turistas se ven atraídos por la cultura vinícola, no tiene porqué tratarse de personas con alto poder adquisitivo. Aun así, estos enoturistas se definen como aficionados o principiantes dentro del mundo del vino, en posesión de unas nociones muy básicas acerca del tema. El porcentaje se elevaría hasta el 75%, frente al 25% restante que se correspondería con personas entusiastas del vino y sus valores y profesionales en la materia.



*Fuente: ACEVIN, julio de 2016*

Teniendo en cuenta la duración de los viajes con motivos enoturísticos, la mayor parte de los turistas pernoctan al menos una noche en el lugar de destino, aunque si tenemos en cuenta las rutas del vino, estas adquieren un alto porcentaje de excursionismo (viajes realizados en un mismo día, sin pernoctación).

Pese a que la mayoría de viajes sean con al menos una pernoctación, los viajes se caracterizan por ser cortos, destinados a realizarse principalmente en fines de semana y puentes. La duración media de los mismos es de 2'19 días, por lo que se debe estudiar la realización de propuestas para así invitar a ampliar el número de días de pernoctación y añadir mayor contenido a dichos viajes.

Para realizar las pernoctaciones, los turistas eligen mayoritariamente hoteles de cuatro y tres estrellas, abarcando el 40% del alojamiento escogido para realizar este tipo de turismo. Seguidamente, los apartamentos turísticos y las casas de familiares y amigos serían el tipo de alojamiento seleccionado, con alrededor del 15% cada uno.

El medio de transporte preferido para realizar estas escapadas sería el vehículo propio o de alquiler, con cerca del 90% de los enoturistas que seleccionan el coche como medio para realizar el trayecto desde su lugar de origen hasta la región vinícola de destino. Por ello, la mayoría de rutas y museos vinícolas se decantan por invertir en un sistema de señalización de las mismas y dotar a sus instalaciones de áreas de aparcamiento e información para facilitar así la recepción de los enoturistas.

En el zona geográfica objeto de turismo enológico, los turistas prefieren mayoritariamente visitar bodegas situadas dentro de Rutas del Vino, con cerca del 90% de los enoturistas que se declinan por esta opción. Las actividades que complementan esta visita serían la compra de vino y degustación de la gastronomía local con cerca del 60% cada una de ellas. A continuación se exponen las actividades preferidas por los enoturistas y sus respectivos porcentajes:



*Fuente: Elaboración propia*

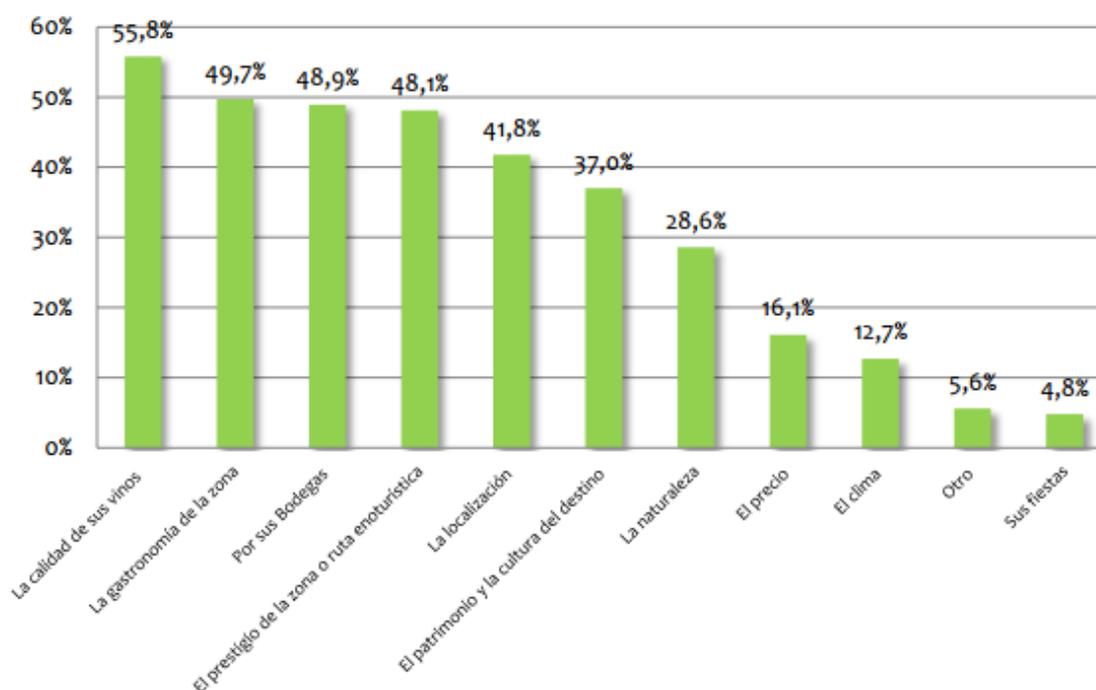
Si tenemos en cuenta la distribución temporal de los enoturistas a lo largo del año, son los meses de primavera y otoño las temporadas deseadas para realizar enoturismo.

Los meses de octubre y septiembre son los que obtienen una mayor afluencia de visitas, con 255.395 y 237.558 visitas respectivamente, seguidos muy de cerca de mayo y abril, con alrededor de las 200.000 visitas.

Los meses estivales, a pesar de no ser tan concurridos como los citados anteriormente, registran cifras muy optimistas y notablemente superiores a los años precursores, superando cada uno de ellos los 168.000 enoturistas.

Para ser un tipo de turismo generalmente de interior, el gasto medio del enoturista es elevado, incrementándose en un 7,73% con respecto al mismo semestre del año anterior, pasando de 134€ al día a 144€ diarios.

A la hora de elegir el destino turístico para desarrollar el turismo del vino, los enoturistas tienen en cuenta los siguientes factores, acompañados cada uno por el porcentaje de relevancia de la muestra objeto de estudio.



*Fuente: ACEVIN, julio de 2016*

A la hora de la organización del viaje, los turistas vinícolas realizan sus correspondientes reservas entre una semana y un mes antes de emprender el viaje,, aunque llama la atención que uno de cada tres enoturistas efectúa dicha reserva con apenas una semana de antelación.

Aunque la forma de proceder a la reserva del servicio enológico sea mayoritariamente por vía telefónica (44%), cada vez cobra más fuerza las reservas a través de páginas online, con un 32%. Otras formas minoritarias para crearlas serían a través de e-mail, cajas de experiencias o agencias de viaje.

Por último y no por ello menos importante, el nivel de satisfacción de este tipo de turistas es muy alto, alcanzando 8'22 puntos sobre 10. Las bodegas vinícolas, la hospitalidad con los clientes y la calidad en el paisaje, entre otros, son los que mayor grado de satisfacción adquieren, con más de 8'5 puntos de media.

Sin embargo, la señalización turística y las infraestructuras (como pueden ser carreteras y senderos) son los aspectos a mejorar que, como anteriormente he citado las bodegas y rutas enológicas están invirtiendo para acrecentar estos servicios propios de los medios de desplazamiento.

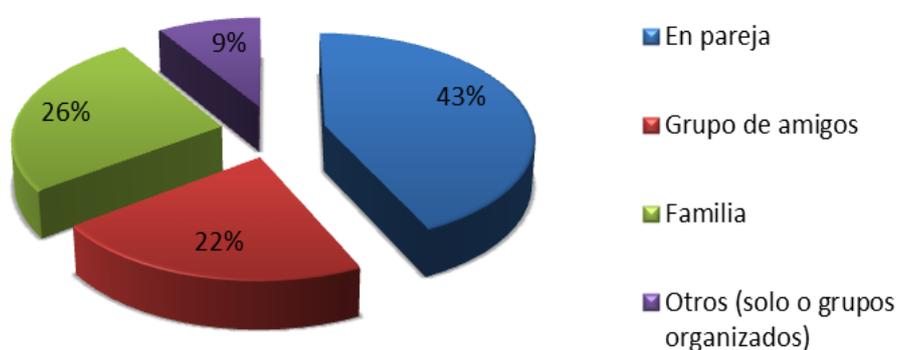
## **5.2. Perfil del enoturista en Francia.**

El perfil del enoturista dentro de las fronteras francesas se caracteriza por consumir vino con regularidad, pues tres de cada cuatro enoturistas bebe vino al menos una vez a la semana, una cifra superior a la media francesa (75% frente al 64% francés). La primera diferencia que encontramos con respecto al otro país incluido en el estudio, España, es que el sexo predominante en el consumo de vino es el masculino, siendo el porcentaje de los hombres el doble que el de las mujeres (67% frente al 33% femenino).

La edad media del turista consumidor de la bebida objeto de estudio es de 46 años, pero serían los turistas en edades superiores a los 55 años los que representan un tercio del total de los enoturistas (31%), y es el principal motivo por el que la edad media citada

anteriormente es tan elevada. Seguidamente se encontraría el intervalo de turistas enológicos de edades comprendidas entre los 18 y los 35 años, con el 29% del total.

Teniendo en cuenta la modalidad turística, al igual que ocurre con los enoturistas en España, las escapadas en pareja predominan frente a los viajes en grupo o en familia, con más del 40% sobre el total. Cabe destacar que en el caso de los viajes en familia y en grupo de amigos ocurre a la inversa, siendo en este caso mayor el porcentaje de los viajes en familia que entre amigos.

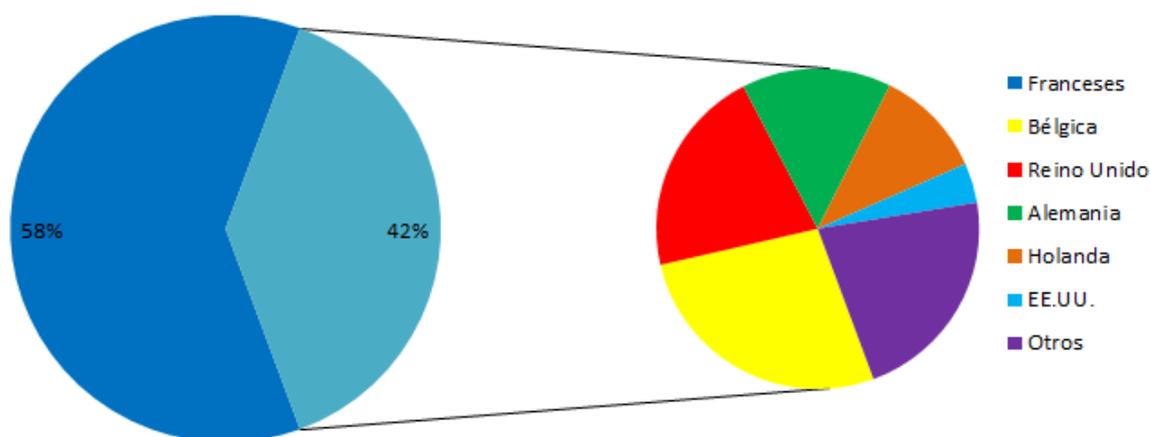


*Fuente: Elaboración propia*

Los enoturistas en Francia se identifican con un estatus social más elevado y mayor poder adquisitivo, debido al elevado precio que tiene este tipo de turismo en relación con el mismo en España. Los enoturistas, al igual que en la península, no se conforman con la visita a la bodega y la degustación vinícola, sino que complementan el viaje con el aprendizaje del proceso productivo del vino, desde la cosecha en la vid hasta su embotellado, y con la visita a la región, conociendo así su patrimonio natural e histórico-artístico.

Para realizar el desplazamiento hasta el área vinícola de destino, el 81% de enoturistas emplea el automóvil, porcentaje levemente inferior al de España (90%). Al situarse geográficamente en centro de Europa, la mayoría de los enoturistas extranjeros residentes en Europa prefieren emplear el uso del coche, al ser un medio de transporte económico y más cómodo para desplazarse una vez estén dentro del territorio francés. El 10% se correspondería con transporte público, como puede ser el autobús o el avión.

Teniendo en cuenta el medio de transporte utilizado y el origen de los diez millones de enoturistas que registra el hexágono, el 58% serían de procedencia francesa. Del 42% restante, aproximadamente el 75% de la procedencia se localizaría en países cercanos geográficamente a Francia. Estos países son Bélgica (27%), Reino Unido (21%), Alemania (15%) y Holanda (11%). Seguidamente, y fuera del continente europeo, Estados Unidos con un 4% del total de los enoturistas de procedencia extranjera se situaría en la quinta posición.



*Fuente: Elaboración Propia*

Al igual que ocurre en España, los enoturistas en su mayoría se consideran aficionados (cuatro de cada diez), siendo principiantes en la materia vinícola aproximadamente el 25% y el 35% restante se considerarían expertos y profesionales, cifra notablemente superior a la española, exactamente un 10% mayor.

Debido al mayor precio en general del enoturismo, el gasto medio del turista enológico se sitúa en 203€, una media muy superior a la española situada en 144€ de desembolso diario. De los doscientos euros de media, prácticamente la mitad de dicho presupuesto lo destinan a la compra de botellas de vino, en general vinos AOP de elevado coste y gran calidad que posee dicha categoría vinícola.

En cuanto a la reserva de las actividades relacionadas con el vino, ya sean visitas a museos vinícolas, bodegas o rutas del vino, tan solo uno de cada diez turistas que desempeñan el turismo del vino en Francia realiza la confirmación del servicio a través de intermediarios, como son las agencias de viaje, frente al resto que lo realiza de manera directa, es decir, a través de una llamada telefónica o realizando la reserva en la página web de la bodega o establecimiento encargado de la actividad vinícola.

## CONCLUSIÓN

Tras un exhaustivo estudio en los países de España y Francia, en el que se han empleado la mayoría de conocimientos y aptitudes adquiridas durante los cuatro años del Grado en Turismo, el resultado del mismo se ha visto reflejado en las diferencias y características del enoturismo en cada uno de los dos países. España, como principal productor de vino a nivel mundial experimenta tan solo dos millones de enoturistas en relación a los diez de su vecino francés, país en el que este tipo de turismo sea consolidado desde hace algunas décadas. Por otro lado, pese a ser ampliamente mayor la oferta vinícola en España, es el hexágono quien refleja un mayor número de ingresos, debido principalmente al elevado precio de los productos, convirtiéndolo así en el primer país a nivel mundial que recibe un mayor número de ingresos procedentes del vino.

Durante los primeros años del siglo XXI, el enoturismo ha experimentado un importante crecimiento a nivel internacional. España, un país en el que la actividad turística es de vital importancia, el auge de este tipo de turismo ha proporcionado un incremento tanto en el número de turistas como en el nivel de ingresos turísticos para la economía nacional.

El turismo enológico, que inicialmente se caracterizaba por ser un turismo gastronómico y cultural, avanza a convertirse en un turismo activo y de calidad, en el que los turistas interaccionan con los emplazamientos geográficos que visitan, sus gentes y sus costumbres, pudiendo así empaparse de la cultura gastronómica y artística de la zona. Por lo tanto, se presenta como un turismo alternativo al turismo de sol y playa, característico del territorio español y la costa sur de Francia, pero al mismo tiempo del turismo de interior o rural, cohabitando ambas tipologías turísticas en los mismos espacios geográficos.

Paradójicamente, la especialización del turismo enológico es muy reciente y la oferta por parte de los turoperadores y agencias de viaje no ha estado bien definida, por lo que con el paso de los años se está delimitando la extensión del turismo del vino y así poder perfeccionar la oferta, potenciar y multiplicar el impacto de este turismo en los ingresos e infraestructuras regionales y, como consecuencia, el crecimiento del enoturismo.

La demanda es cada vez más abundante, por lo que convendría mejorar la accesibilidad y la comunicación enoturística, siempre teniendo en cuenta el respeto hacia el medio ambiente. Con accesibilidad se engloban tanto el término dirigido hacia los transportes públicos para llegar al emplazamiento geográfico objeto de este tipo de turismo, como hacer de todas las bodegas, museos y localizaciones donde se realice el enoturismo lugares accesibles para todos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Referencias bibliográficas:**

Ferrari, G., Mondéjar Jiménez, J., Mondéjar Jiménez, J.J., Vargas Vargas, M., *et al.* (2013). *Principales tendencias de investigación en turismo*. Oviedo: Septem Ediciones

### **Recursos electrónicos:**

Cata del Vino (2017). *Cuatro formas diferentes de definir el enoturismo*.

Recuperado de: <http://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/cuatro-formas-diferentes-de-definir-el-enoturismo>

Último acceso: 15/03/17

Vino Selección (2017). *Historia del vino*.

Recuperado de: <https://www.vinoseleccion.com/saber-de-vinos/historia-del-vino>

Último acceso: 19/03/17

Wine in moderation (2017). *Histoire et tradition du vin*.

Recuperado de: <https://www.wineinmoderation.eu/frfr/content/Histoire-et-Tradition-du-vin.4/>

Último acceso: 19/03/17

Apolo y Baco (2017). *Historia y evolución del enoturismo*.

Recuperado de:

[http://www.apoloybaco.com/vinos/index.php?option=com\\_content](http://www.apoloybaco.com/vinos/index.php?option=com_content)

Último acceso: 20/03/17

Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (2013).

*Vitivinicultura.*

Recuperado de: <http://www.mapama.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/vitivinicultura/>  
Último acceso: 23/03/17

Vinetur (2016). *La revista digital del vino.*

Recuperado de: <https://www.vinetur.com/>  
Último acceso: 23/03/17

Wine institute (2015). *Per capita wine consumption by country.*

Recuperado de: <http://www.wineinstitute.org/>  
Último acceso: 24/04/17

La Mesa Redonda (2012). *El Vaticano, el mayor consumidor de vino del mundo.*

Recuperado de: <http://lamesaredonda-juanpa.blogspot.com.es/2012/12/el-vaticano-el-mayor-consumidor-de-vino.html>  
Último acceso: 24/03/17

FLD Web (2015). *Le vin en France : évolution qualitative et conviviale.*

Recuperado de: <http://www.fldhebdo.fr/le-vin-en-france-volution-qualitative-et-conviviale-art407595-2394.html>  
Último acceso: 26/03/17

LSA, Commerce & Consommation (2011). *Regard sur la consommation de vin rouge en France.*

Recuperado de: <http://www.lsa-conso.fr/>  
Último acceso: 26/03/17

Carlos Serres (2016). *Producción de vino en España por regiones.*

Recuperado de: <http://www.carlosserres.com/produccion-vino-espana-regiones-vitivincolas/>  
Último acceso: 27/03/17

Emilio Barco Royo (2008). *El mundo del vino*. [pdf]

Recuperado de: [http://docs.dinastiavivanco.com/web/el\\_mundo\\_del\\_vino.pdf](http://docs.dinastiavivanco.com/web/el_mundo_del_vino.pdf)

Último acceso: 30/03/17

Vin Vigne, Guide des vins et des vignes de France (2015). *Régions viticoles françaises*.

Recuperado de: <http://www.vin-vigne.com/region/>

Último acceso: 31/03/17

Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (2016). *Situación competitiva de los vinos españoles en el mundo y previsiones de evolución*. [pdf]

Recuperado de: [http://www.mapama.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/160609 analisis exportaciones espanolas de vino\\_tcm7-424093.pdf](http://www.mapama.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/160609 analisis exportaciones espanolas de vino_tcm7-424093.pdf)

Último acceso: 03/04/17

Vin & Société (2017). Le vin en quelques chiffres clés.

Recuperado de: <http://www.vinetsociete.fr/magazine/article/le-vin-en-quelques-chiffres-cles>

Último acceso: 03/04/17

Enoarquía (2013). *Las Denominaciones de Origen del vino en España*.

Recuperado de: <http://www.enoarquia.com/las-denominaciones-de-origen-del-vino-en-espana/>

Último acceso: 04/04/17

Vínica (2015). *La clasificación de los vinos en España*.

Recuperado de: <http://vinica.es/la-clasificacion-de-los-vinos-en-espana/>

Último acceso: 04/04/17

Ainhoa Bilbao Altés (2015). *Estudio de mercado. El mercado del vino en Francia 2015*. [pdf]

Recuperado de: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2015391598.html?idPais=FR>

Último acceso: 05/05/17

Observatorio Español del Mercado del Vino (2014). *El Vino en Cifras – Año 2014*.

Recuperado de: <http://agricultura.gencat.cat/>

Último acceso: 09/04/17

VINOTRIP, créateur de séjours œnotouristiques (2016). *Le succès de l'œnotourisme en France*.

Recuperado de: <http://www.vinotrip.com/fr/blog/le-succes-de-loenotourisme-en-france/>

Último acceso: 11/04/17

Atout France (2016). *œnotourisme*.

Recuperado de: <http://atout-france.fr/content/œnotourisme>

Último acceso: 11/04/17

Hosteltur (2015). *Ranking del enoturismo en España*.

Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/112100\\_ranking-enoturismo-espana.html](https://www.hosteltur.com/112100_ranking-enoturismo-espana.html)

Último acceso: 13/04/17

Turismo de Vino (2017). *Enoturismo*.

Recuperado de: <https://turismodevino.com/enoturismo/>

Último acceso: 18/04/17

Mon-Viti (2016). *Les chiffres-clés du marché de l'œnotourisme en France*.

Recuperado de: <https://www.mon-viti.com/articles/commercialisation/les-chiffres-cles-du-marche-de-loenotourisme-en-france>

Último acceso: 19/04/17

Château Loisel (2017). *Les vins*.

Recuperado de: <http://www.chateauloisel.com/degustation/>

Último acceso: 23/04/17

Tourisme & Territoires (2017). *Zoom sur l'oenotourisme*.

Recuperado de: <http://www.tourisme-territoires.net/loenotourisme-une-filiere-qui-se-reinvente/>

Último acceso: 26/04/17

ACEVIN (2017). *Web oficial Rutas del Vino en España*.

Recuperado de: <http://www.wineroutesofspain.com/>

Último acceso: 28/04/17

## ANEXO I

Me ha parecido apropiado añadir un fragmento de este artículo de la revista digital vinícola *www.vinetur.com*, ya que engloba y defiende la idea de que el enoturismo es un turismo que está creciendo a una gran escala y que tiene un prometedor futuro por delante.

# El turismo del vino en España aún no ha tocado techo

---

CARMEN FERNÁNDEZ

VIERNES 11 DE NOVIEMBRE DE 2016

La Red Europea de Ciudades del Vino (RECEVIN) celebra el próximo día 13 de noviembre el Día Europeo del Enoturismo con un conjunto de iniciativas y eventos en las ciudades miembros de la red.

Desde su vicepresidencia, en manos de la [Asociación Española de Ciudades del Vino](#) (ACEVIN), se contribuye a dar a conocer toda la amplia programación que ponen en marcha las diferentes rutas del vino de España, adscritas al club de producto.

Hablamos con la responsable técnica de ACEVIN, Rosario Hernández, sobre el modelo de gestión público-privada de las Rutas del Vino de España, impulsado por ACEVIN, una referencia de la oferta enoturística de calidad y prueba evidente del crecimiento que el turismo del vino ha vivido en los últimos 15 años, con un incremento en el número de enoturistas de más del 40% desde el 2008.

Pero desde ACEVIN están convencidos de que el turismo del vino aún no ha tocado techo en España, por lo que con iniciativas como la del Día Europeo o con el reciente nombramiento de Cambados como Ciudad Europea del Vino para el 2017, se continuará trabajando conjuntamente para enriquecer la oferta turística de nuestro país, desestacionalizar la demanda y contribuir a potenciar un producto turístico que aún no ha desarrollado todo su potencial.

**Iniciativas como el Día Europeo del Enoturismo permite poner el foco de atención sobre el enoturismo, ¿en qué situación está este sector en España y cuál ha sido su evolución en los últimos años?**

Hace 15 años que desde ACEVIN, y con el apoyo y financiación de la Secretaría de Estado de Turismo, empezamos a trabajar en el proyecto de creación de un producto turístico que aprovechara el potencial de la cultura del vino que tienen los territorios vitivinícolas de nuestro país. Se comenzó un proyecto piloto en cinco zonas vitivinícolas que posteriormente se fue extendiendo a distintas denominaciones de origen. Así surgió el proyecto **Rutas del Vino de España**, un modelo de gestión público-privada del enoturismo, en un momento en el que el turismo del vino era algo incipiente en nuestro país y que hoy en día se muestra como un producto consolidado en muchas zonas y amparado en criterios de calidad. Actualmente nadie cuestiona el gran potencial e interés del enoturismo y el proyecto de ACEVIN ha tenido mucho que ver en ello, ya que los mejores destinos enoturísticos nacionales han adoptado nuestros manuales y herramientas como modelo de desarrollo. A día de hoy las Rutas del Vino de España son una realidad consolidada y respaldada como producto turístico por el propio sector y por las Administraciones Públicas (Secretaría de Estado de Turismo, Turespaña, Ministerio de Agricultura y Administraciones Regionales) ya que detrás de este proyecto hay una oferta turística de calidad en la que están implicados los agentes públicos y privados de muchos territorios y zonas vitivinícolas de nuestro país y que, además, proporciona un modelo que permite ordenar y estructurar el desarrollo y la gestión del turismo del vino en zonas que tradicionalmente no han sido turísticas.

En cuanto a la evolución del enoturismo y atendiendo a los datos de que disponemos, en ACEVIN y Rutas del Vino de España estamos bastante satisfechos y somos optimistas con respecto al futuro.

Desde que en el año 2008 empezamos a recoger datos sobre el número y perfil de los enoturistas que visitan las Rutas del Vino de España no hemos parado de crecer, registrando un aumento superior al 43%, lo que demuestra el potencial de crecimiento del enoturismo que, estamos convencidos, aún no ha tocado techo y continuará creciendo durante los próximos años.