

Estudis i investigacions

L'ENOTURISME a Catalunya*

L'enoturisme –aquelles activitats i recursos turístics i d'oci i lleure que el turista realitza per descobrir i gaudir del vi, del territori, de la cultura i de la gastronomia autòctona de les regions vitivinícoles– es comença a desenvolupar a Catalunya gràcies a la gran tradició turística i a la importància de l'activitat vitivinícola en moltes àrees territorials. El present article recull part de l'estudi *L'Enoturisme a Catalunya*, realitzat per un grup d'estudiants de projecte final de carrera del CETT amb la tutorització del professor Damià Serrano.

L'estudi evidencia que el turisme del vi no és només visitar una bodega o cava, sinó també descobrir els secrets de l'elaboració d'un vi de qualitat, assaborir i apreciar-ne les aromes i sabors, i gaudir del paisatge homogeni dels camps de vinyes en la variada orografia de Catalunya, així com de la història i del patrimoni cultural dels pobles i ciutats on s'hi desenvolupa aquesta activitat econòmica, de la gastronomia i el folklore que sorgeix al voltant del món del vi i el cava.

Radiografia de l'enoturisme a Catalunya

- El 75% dels cellers de Catalunya (amb un volum de resposta del 68% sobre el total) afirmen que en l'actualitat realitzen visites guiades per als seus visitants, de vegades combinades amb un audiovisual explicatiu de les caves, recorreguts per les vinyes, o fins i tot el desenvolupament d'algun curs d'iniciació a la cata de vins i caves. S'ha de dir que d'aquests cellers que fan visites, només un de cada de cada 10 ofereix un servei de traducció organitzat amb guies i en diferents idiomes, i un 37% disposa d'enòlegs amb formació de guiatge de grups. Amb aquestes dades es pot afirmar que existeix una oferta bàsica d'enoturisme a Catalunya, que procedeix clarament del turisme domèstic (àrea metropolitana de Barcelona i de la resta de Catalunya), mentre que sorprèn la igualtat entre els mercats de turisme espanyol i europeu.

- El 50% dels cellers han tingut un increment en el volum de visitants en els últims 5 anys, cosa que indica que el sector està en alça, encara que només un 12% han superat els 1.500 visitants a l'any. Les sumes totals són sensiblement inferiors si es comparen amb altres regions vitivinícoles



europees, com per exemple el nord d'Itàlia –amb 3,5 milions de visitants anuals– o la regió de Bordeus –amb més de 3 milions de visitants a l'any–.

- El turisme rural i el sector vitivinícola estan totalment relacionats, ja que la majoria de regions vitivinícoles comparteixen el mateix espai rural. Un 63% dels allotjaments ubicats a les denominacions d'origen (DO) de Catalunya són establiments rurals i, d'aquests, 4 de cada 10 són Allotjament Rural Independent (ARI). De cada 10 allotjaments 7 només tenen capacitat per a un màxim de 15 places. Les dades indiquen que sembla que, malgrat la relació entre el turisme rural i el turisme vinícola pel que fa al territori, no es disposa d'instal·lacions o espais reservats per realitzar activitats com ara *cates*, recintes per fer exposicions, etc. A Catalunya, només un 26% dels allotjaments estan capacitats per realitzar aquestes activitats, cosa que significa que no hi ha un intermediari que faci d'unió entre uns i altres, és a dir, entre cellers i allotjaments per tal de crear activitats, rutes, excursions, etc, que facin de nexa d'unió, turísticament parlant, entre els allotjaments rurals i el món del vi.

L'enoturisme al món

Si es compara amb altres regions internacionals, s'observa que hi ha DO a Catalunya que es troben en una fase molt primària de desenvolupament del seu model enoturístic. A Califòrnia, per exemple, les bodegues venen entre un 15% i un 25% del seu vi als turistes que els visiten.



Hi ha cellers petits que basen gran part dels seus ingressos en la venda directa al públic; d'aquesta manera els cellers són els primers beneficiaris de l'enoturisme. Seguint amb l'exemple de Califòrnia, algunes empreses realitzen viatges d'uns 10 dies on es combina el vi i la gastronomia, es menja en els millors restaurants i es dorm en allotjaments de luxe. S'ofereixen viatges a mida, dinars en restaurants i transport de tot tipus: bicicleta, autocaravana, tren, o fins i tot limusines, bus-limusines, o rutes en globus i helicòpters. D'altres es dediquen a preparar esdeveniments corporatius.

També es realitzen circuits de turisme enològic en països com Itàlia, Austràlia, Nova Zelanda, Xile, Argentina, Sud-àfrica, França i, per descomptat, Califòrnia, on es visiten les ciutats on el vi és important per a la regió; tot això acompanyat d'un bon menjar, on es mostra la gastronomia típica de la regió o país. El vi destaca com a producte de gran luxe, ja que els desplaçaments es fan en transport de luxe, i l'allotjament també n'és.

A Austràlia s'organitzen rutes en bicicleta a tots els estats del país, en què es combina el tast d'excel·lents vins amb la visita als millors restaurants locals. S'ofereixen viatges guiats a cellers, que són com petites tendes de moda, on el visitant té el plaer de conèixer el vi gràcies als productors. El client s'allotja en hotels i posades de luxe i posades del país, i visita hàbitats de fauna, jardins botànics, serres espectaculars i selves tropicals.

Un altre cas és Sud-àfrica, on existeixen rutes oficials del vi. Cadascuna acull diferents regions del país i té els seus propis cellers on es dona informació sobre la zona. Moltes d'elles introdueixen a la seva pàgina web informació turística sobre allotjaments i restaurants, direccions de tendes i activitats per realitzar, normalment relacionades amb el turisme del vi i el folklore, encara que també ofereixen la possibilitat de realitzar-ne d'altres, com ara esports o visites culturals. ■

Grup de Treball Enoturisme
Més informació: damia.serrano@cett.es

* L'estudi *L'Enoturisme a Catalunya*, que es presentarà en breu al sector turístic i enològic català, contempla una mostra de 1.234 empreses (cellers i allotjaments rurals en regions vitivinícoles, oficines i patronats de turisme i empreses d'oci); això vol dir, dues tercers parts del total d'empreses inventariades a Catalunya.

