

PROYECTO VINTUR
VADEMECUM del Enoturismo Europeo



INDICE

1. Introducción.....	3
2.- Entendimiento del enoturismo europeo.....	5
3.- Proceso de reconocimiento de una Ruta Europea del Vino.....	12
4.- Requisitos para el reconocimiento de un territorio enoturístico como "Ruta Europea del Vino"	14
4.1. Requisitos básicos.....	14
4.2. Requisitos adicionales para alcanzar la excelencia.....	23



1. Introducción

El objeto del presente documento es establecer los requisitos que deben cumplir aquellos territorios que deseen contar con un reconocimiento como “Ruta Europea del Vino”.

El beneficio derivado del cumplimiento de estos requisitos debe ser múltiple:

- a) Para el turismo del territorio. - puesto que el cumplimiento de los requisitos debe facilitar un desarrollo enoturístico sostenible.
- b) Para el turista.- al asegurar que el diseño del producto turístico y la prestación de los servicios que implica responderá satisfactoriamente a sus necesidades.
- c) Para la administración local.- que podrá aprovecharse de los múltiples beneficios que supone la integración en una Red Europea de Rutas del Vino: p.ej. intercambio de opiniones con otras administraciones locales integradas en la Red, economías de escala en la realización de proyectos y en la promoción y comercialización, etc.
- d) Para el empresario.- que obtendrá una guía para definir o adaptar sus instalaciones y servicios a los requerimientos de competitividad establecidos por los clientes y el entorno.
- e) Para el residente.- puesto que el desarrollo y gestión del destino enoturístico tendrá en cuenta su punto de vista sobre el tema.

Se plantean **dos niveles de requisitos** para el reconocimiento de una “Ruta Europea del Vino”.

- **Requisitos Básicos.-** cuyo cumplimiento es imprescindible para ser reconocido como “Ruta Europea del Vino”.
- **Requisitos Adicionales.-** el cumplimiento de los requisitos básicos **y** de los requisitos adicionales llevará al territorio enoturístico al reconocimiento como “Ruta Europea del Vino”.

Para mayor detalle sobre el proceso de reconocimiento y los requisitos de reconocimiento, véase apartados 3 y 4.



La elaboración del contenido del presente documento se ha realizado tomando en consideración los siguientes puntos de referencia:

- Las expectativas de los clientes potenciales del producto “Ruta Europea del Vino”.
- El análisis de las experiencias nacionales, regionales y locales desarrolladas por las regiones / ciudades / países participantes en el proyecto “VINTUR”.

Cabe destacar que el proyecto no pretende que todas las Rutas Europeas del Vino sean iguales, sino que potencien su diferenciación e innovación, aunque garantizando la satisfacción de las expectativas de servicio y experiencias del cliente, a la vez que garanticen la sostenibilidad del desarrollo enoturístico.

2. Entendimiento del Enoturismo Europeo

Por enoturismo se entiende el desarrollo de las actividades turísticas y de ocio y tiempo libre dedicadas al descubrimiento y disfrute cultural y enológico de la viña, el vino y su territorio.

Los pilares del enoturismo europeo se definen a continuación:



CULTURA DEL VINO

Es importante destacar el valor enológico-cultural de los recursos o servicios enoturísticos. Sin cultura del vino, no hay enoturismo. La cultura del vino es el eje temático de este producto/servicio y el turista debe percibirlo durante todas las etapas de su viaje enoturístico y en cualquier componente de la cadena de valor enoturística. En el destino debe poder “respirarse” cultura vitivinícola. El valor enológico-cultural determina el peso del elemento vino como eje vertebrador de la experiencia turística. La capacidad temática del vino es enorme, dado que se trata de un elemento cultural de gran valor y que trasciende a toda la sociedad productora, y cuenta por tanto, con la fuerza suficiente para cobijar una enorme cantidad de servicios, actividades, patrimonio, folclore y vivencias turísticas.



El volumen de recursos vitivinícolas de un determinado destino que se integran en la experiencia enoturística, es una variable muy relevante para determinar la capacidad de un territorio de atraer y satisfacer a sus visitantes. Por lo tanto, un territorio que desee adquirir el reconocimiento como "Ruta Europea del Vino", ha de contar con un mínimo de seis bodegas visitables en el propio territorio del destino y que cumplan con los requisitos de reconocimiento establecidos en el presente documento. La Cultura del Vino se convierte en el elemento diferenciador de los territorios enoturísticos que integrarán las Rutas Europeas del Vino. El carácter distintivo de los diferentes territorios se manifestará a través del vino y todas sus manifestaciones culturales: en las características arquitectónicas de la zona y bodegas, en festivales, en folclore, en la forma de trabajar la tierra y cultivar la vid, etc.

TURISMO

El turismo y el turista son dos factores clave que determinarán claramente la demanda y la oferta del producto enoturístico. El turista como elemento clave del negocio turístico debe estar en el punto de mira de cualquier medida o desarrollo en el lado de la oferta enoturística: ¿Qué busca el turista del vino? ¿Qué le puede ofrecer el destino? Y ¿Cómo?

Un producto turístico se puede definir como un conjunto de prestaciones y elementos tangibles e intangibles -que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos- que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen sus motivaciones y expectativas relacionadas con el tiempo libre. Desde este punto de vista, el producto turístico supone la integración de diversos componentes de la oferta, controlados por diferentes organismos de la administración pública y por una variedad de operadores privados, ninguno de los cuales ejerce un control efectivo sobre el resultado final.

Un aspecto de especial importancia para el éxito del desarrollo enoturístico es la calidad de los equipamientos turísticos de que dispone el destino. Los requisitos mínimos de reconocimiento de un territorio enoturístico deberán responder a unos criterios relacionados con la capacidad de satisfacer las expectativas de los enoturistas. Esto puede significar que una casa rural con encanto tenga para un destino en el que el vino es el principal recurso, un valor cualitativo más alto que un hotel de cinco estrellas. No obstante, el número de equipamientos ciertamente debe cumplir unos mínimos para poder recibir turistas. Por lo tanto, el reconocimiento de un territorio como "Ruta Europea del Vino" debe llevar necesariamente al cumplimiento de una cantidad mínima de establecimientos enoturísticos adheridos al Ente Gestor que cumplan con unos requisitos mínimos para su adhesión. El número mínimo de servicios complementarios necesarios para el reconocimiento como "Ruta Europea del Vino" será de **cinco** establecimientos.



De éstos, como mínimo 1 será un punto de restauración y 1 será un establecimiento de alojamiento:

- Punto de restauración: mínimo 1.
- Establecimientos de alojamiento: mínimo 1.
- Mínimo de 3 servicios enoturísticos / vitivinícolas relacionados con el mundo del vino: a escoger entre alojamiento, comercio, tienda especializada-enoteca, AAVV receptiva, museo / centro de interpretación del vino, servicio de degustación, curso de cata.

TERRITORIO

El territorio desempeña un papel muy importante y se establece como base o marco de referencia del desarrollo de la oferta enoturística en el destino.

El territorio de la Ruta Europea del Vino estará compuesto por espacios naturales, espacios urbanos y por un entorno o ambiente general que lo identifique y que le confiera su carácter distintivo e identificativo. Para garantizar el carácter enológico de una Ruta, este territorio debe estar vinculado a una D.O.

Un producto enoturístico debe componerse y ser identificable y reconocible por los visitantes/turistas a través de los diferentes componentes o elementos particulares de la cadena de valor turística del producto. En este sentido, la señalización de los recursos enoturísticos en el territorio se convierte en un aspecto clave.

Por la dimensión territorial, el alcance multisectorial y el marco político-cultural irregular que el destino enoturístico, en muchos casos, lleva asociado, es preciso resaltar la necesidad de **integrar los esfuerzos** de coordinación y de apoyo de las administraciones **públicas** y del sector **privado** en el desarrollo del producto enoturístico. Debido a ello, el reconocimiento de un destino enoturístico como "Ruta Europea del Vino", debe estar vinculado necesariamente a la existencia de un Ente Gestor. A este Ente Gestor deben estar adheridos todos aquellos agentes que voluntariamente deseen participar en el desarrollo enoturístico sostenible de un territorio.



SOSTENIBILIDAD

Es importante destacar que el enoturismo europeo ha de desarrollarse bajo los principios del turismo sostenible. El concepto de turismo sostenible¹ surge a finales de los años 80, al observarse que determinados destinos turísticos pioneros empiezan a perder su atractivo y competitividad a nivel internacional debido a la masificación y el crecimiento incontrolado, que no había tenido en cuenta consideraciones medioambientales y sociales. Según la Organización Mundial del Turismo, los principios que definen el turismo sostenible son:

- Los recursos naturales, culturales y otros se conservan para su uso continuado en el futuro al tiempo que reportan beneficios a la sociedad actual
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales
- La calidad ambiental se mantiene y mejora
- Se mantiene un alto nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su potencial comercial y su prestigio
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente por toda la sociedad

EL MEDIOAMBIENTE TIENE UN VALOR INTRÍNSECO Y CULTURAL Y DEBE SER PROTEGIDO PARA EL DISFRUTE DE LAS GENERACIONES FUTURAS.

En lo que respecta al turismo, el medioambiente forma parte del atractivo del destino y de lo que los visitantes vienen a disfrutar constituyendo un valioso “capital” que hay que proteger y conservar. Algunos recursos turísticos no son renovables, de ahí que haya que poner en marcha los mecanismos necesarios para asegurar que la afluencia de visitantes no supere en ningún caso la capacidad de carga de la Ruta del Vino y, a la vez, que pongan en peligro estos recursos.

¹Guía para las Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible. OMT . 1999
VADEMÉCUM del Enoturismo Europeo. Proyecto VINTUR.



La capacidad de carga turística² hace referencia al número máximo de personas que pueden utilizar una zona sin provocar una alteración inaceptable del entorno físico, y sin un declive inaceptable en la calidad de la experiencia obtenida por los visitantes³. Como el concepto de capacidad de carga es dinámico, y depende del nivel de planificación, se actuará en la provisión de infraestructuras y una adecuada gestión para optimizar la capacidad receptiva de los lugares turísticos evitando los efectos negativos intolerables.

PLANIFICACIÓN Y ORDENACIÓN TERRITORIAL, HERRAMIENTAS CLAVE

Los instrumentos de planificación y ordenación del territorio se revelan como herramientas clave para definir y delimitar los usos turísticos del suelo definiendo con claridad los tipos y la intensidad de las actividades, considerando la compatibilidad de los usos y fomentando el aprovechamiento racional de los recursos. En este sentido, se tendrán en cuenta las incompatibilidades y los impactos que puedan ejercer otras actividades (industriales, agrícolas, portuarias....) sobre las zonas enoturísticas o con potencial enoturístico.

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL A NIVEL MUNICIPAL: SENSIBILIZAR, REDUCIR, RECICLAR

También se deberá fomentar la implantación y el desarrollo de sistemas de gestión de la calidad medioambiental por parte de los territorios enoturísticos concediendo prioridad a la REDUCCIÓN de residuos y al adecuado tratamiento de los mismos. Además, se realizarán esfuerzos para imponer el reciclaje.

Un medio ambiente degradado resulta molesto e incluso peligroso para los residentes y puede disuadir a los visitantes. Las Administraciones continuarán apoyando las medidas para reducir la polución ambiental, visual y acústica. Además, se deberá seguir trabajando en la mejora de la estética y la calidad del paisaje urbano y natural utilizando instrumentos tales como los Planes de Embellecimiento, el soterrado de cables en zonas urbanas, y la regulación de los ruidos y la publicidad en espacios públicos.

INTEGRACIÓN DE LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL EN LAS EMPRESAS

En el desarrollo enoturístico supone una pieza fundamental la calidad ambiental de ahí que sea lógico que las empresas asuman una mayor responsabilidad en este sentido. Por ello, se deberá impulsar la aplicación de medidas ambientalmente responsables, así como la aplicación de un sistema de auditoría ambiental para empresas y destinos enoturísticos, y crear una cultura de responsabilidad medioambiental que se integre en el proceso de gestión, y no suponga sólo un proyecto excepcional.

² O'Reilly A.M.. 1986. Tourism carrying capacity. *Tourism Management*, 7(4),254-58

³ Mathieson A. And Wall G.. 1982. *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman, London.



FOMENTAR EL DESARROLLO DEL TURISMO VERDE

Por otro lado, se reconoce que el enoturismo también puede contribuir a aumentar el nivel de conocimiento y respeto por el medio natural, así como a generar recursos que puedan invertirse en su conservación. Por dicho motivo, deberán apoyarse iniciativas de turismo “verde” siempre que sean viables y beneficiosas para la población local, y aumenten la conciencia ambiental de los visitantes.

LA SOSTENIBILIDAD ES RESPONSABILIDAD DE TODOS

Los diferentes actores (organismos públicos, empresas y residentes) deberán compartir los principios y tener un comportamiento consecuente lo que supone una necesidad de formación, educación y conciencia pública por lo que se instrumentarán acciones dirigidas a este fin.

INDICADORES PARA CONTROLAR LA SOSTENIBILIDAD

Para tener cierto control sobre esta variable, se considera un aspecto fundamental la creación de un sistema de indicadores medioambientales que proporcione información adecuada y fiable para guiar la toma de decisiones.

Los principios de la sostenibilidad en el desarrollo enoturístico europeo se asumen de forma clara en este proyecto a través de la Carta Europea del Enoturismo, a la que tienen que adherirse todos aquellos territorios que deseen contar con un reconocimiento como “Ruta Europea del Vino”. No obstante, el presente documento deberá recoger específicamente algunos de los conceptos más importantes de la sostenibilidad para garantizar que los compromisos adquiridos en la Carta Europea del Enoturismo realmente se traduzcan en una actuación sostenible sobre el territorio.

AUTENTICIDAD

La autenticidad del territorio y de la experiencia enoturística son factores muy valorados por el enoturista experimentado. Frente al turismo de masas producido en cadena y dirigido a un público escasamente diferenciado y con bajos niveles de exigencia, en el modelo de desarrollo enoturístico que se propone prima un modo de producción artesanal y a pequeña escala, buscando al máximo la autenticidad de la experiencia enoturística, dirigiéndose a un público individualizado y muy exigente. Este modelo se adapta en la mayoría de los casos perfectamente a la realidad socio-económica de los territorios vitivinícolas y a la estructura de sus sectores productivos, con lo que una gran parte de las zonas vitivinícolas europeas se podrán ir incorporando al desarrollo enoturístico bajo las directrices de este modelo.



La autenticidad de la vivencia cultural-enoturística debe preservarse y debe ser perfectamente compatible con el desarrollo del producto y sus requisitos de reconocimiento. El folclore, la historia y las tradiciones redondean esa vivencia cultural del enoturista. Es obligatorio preservar este patrimonio del destino, potenciarlo y ponerlo en valor como atractivo turístico. La gastronomía local ciertamente también forma parte del patrimonio de un destino enoturístico y merece una especial atención dada su excelente complementariedad con el elemento vino.

COMPETITIVIDAD

La competitividad de un destino enoturístico es el resultado de adaptar su oferta de productos y servicios y sus sistemas productivos a los cambios del mercado, y de hacerlo de manera que sea sostenible en el uso de los recursos, socialmente beneficioso y rentable a largo plazo. En este sentido, existe una relación directa y clara entre el concepto de la sostenibilidad y la competitividad. La sostenibilidad de un destino enoturístico no se puede entender sin la competitividad y viceversa.

En un mercado tan dinámico y cambiante como el enoturístico, el proceso ha de ser iterativo ya que la ventaja competitiva no es estática. Los destinos enoturísticos deben estar en permanente renovación adaptándose y anticipándose a los cambios del mercado y del sector que se ven acelerados por las revoluciones tecnológicas.

Las condiciones determinantes de la innovación y de la ventaja competitiva pueden agruparse en cuatro ámbitos:

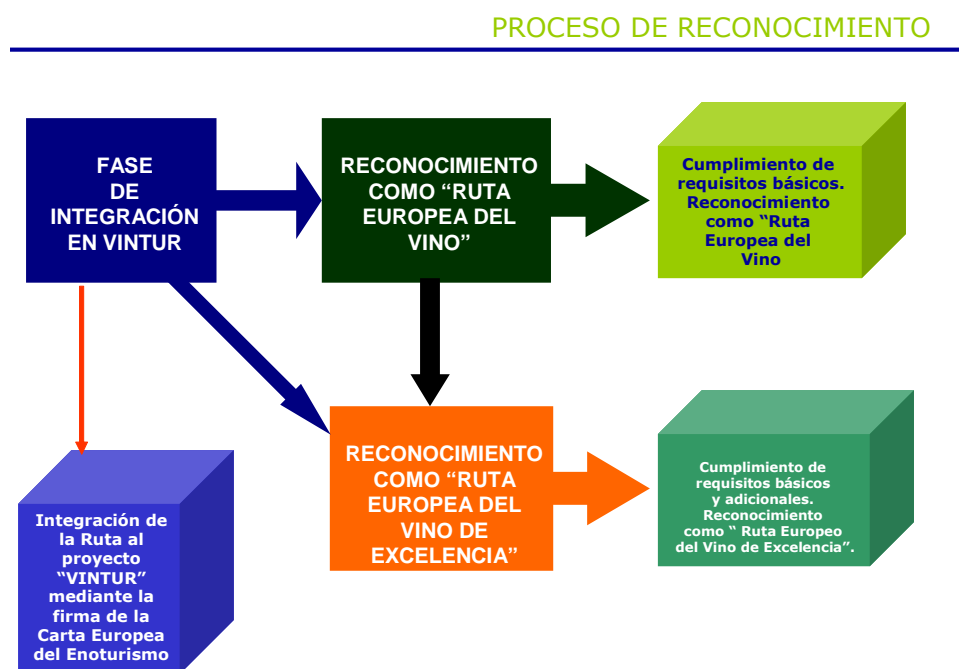
- Condiciones de las empresas del sector
- Condiciones de los factores de producción
- Condiciones de los sectores relacionados y de apoyo
- Condiciones de la demanda

El conjunto de dichas condiciones define el campo de juego que un destino enoturístico establece para sus sectores productivos y funciona como un sistema interrelacionado, ya que sus componentes interaccionan y se refuerzan mutuamente. La mayor ventaja competitiva se consigue cuando el funcionamiento de todo el sistema enoturístico es único y existe una mutua dependencia y refuerzo entre sus componentes que lo hace más difícil de imitar.

3. Proceso de reconocimiento de una Ruta Europea del Vino

Este apartado recoge la metodología que debe seguir un destino que desea obtener el reconocimiento como “Ruta Europea del Vino” o “Ruta Europea del Vino de Excelencia”.

El VADEMÉCUM del Enoturismo Europeo establece las siguientes fases y los siguientes niveles de reconocimiento.



Todos los territorios que muestren su interés por ser reconocidos como “Ruta Europea del Vino” y que, en consecuencia, se hayan comprometido con el desarrollo enoturístico sostenible mediante la firma de la Carta Europea del Enoturismo, se encuentran en la “Fase de Integración en VINTUR”. Durante esta fase, el territorio inicia el desarrollo enoturístico bajo los principios de la sostenibilidad y se prepara para cumplir los niveles de exigencia que se requieren para el reconocimiento del territorio como “Ruta Europea del Vino”.

Durante esta Fase de Integración, los esfuerzos del destino se centrarán en el cumplimiento de los requisitos básicos para obtener su reconocimiento como “Ruta Europea del Vino”. Una vez conseguido este reconocimiento, la ruta podrá seguir trabajando en determinados aspectos relacionados con la calidad y la innovación para alcanzar la excelencia. Las Rutas del Vino Europeas más avanzadas podrán solicitar directamente su reconocimiento como “Ruta Europea del Vino de Excelencia”, siempre que cumplan tanto con los requisitos básicos como con los requisitos adicionales para alcanzar la excelencia. Para conseguir el reconocimiento, el territorio debe pasar por un proceso de estudio y análisis con el fin de comprobar que el territorio cumple con los requisitos establecidos en este documento.



Periódicamente, se procederá a comprobar que el territorio enoturístico mantiene el grado de exigencia tanto en lo referente a los establecimientos adheridos como en las actuaciones del Ente Gestor.

Si uno de estos procesos de comprobación resultara en una valoración negativa, se daría un plazo de tiempo para que el destino pudiera trabajar en la mejora y consecución del nivel mínimo. Tras ese plazo de tiempo, si el destino ha conseguido el nivel objetivo mantendría su reconocimiento. En caso contrario, lo perdería.

OBJETIVOS

Los objetivos que persigue esta propuesta de reconocimiento son los siguientes:

- Facilitar la incorporación de las Rutas del Vino Europeas en el proyecto VINTUR, asegurando que se comprometan con el desarrollo enoturístico sostenible en sus territorios mediante la firma de la Carta Europea del Enoturismo.
- Animar a los territorios enoturísticos a seguir trabajando en la mejora continua, ofreciendo la posibilidad de obtener el reconocimiento como “Ruta Europea del Vino” si se cumplen unos determinados requisitos.
- Facilitar el reconocimiento directo e inmediato de las Rutas del Vino Europeas más avanzadas, otorgándoles el status como “Ruta Europea del Vino de Excelencia”, siempre que cumplan con los requisitos básicos y adicionales establecidos en el presente documento.
- Ofrecer un incentivo a los territorios enoturísticos para llegar a acuerdos y compromisos que faciliten la creación y puesta en marcha del Ente Gestor con la dotación de personal adecuada.
- Mantener la motivación y el interés en el proyecto de las empresas que cumplen con los requisitos básicos.

GESTIÓN DEL PROCESO DE RECONOCIMIENTO

Para la gestión del proceso de reconocimiento de un territorio como “Ruta Europea del Enoturismo”, se propone la creación de un Órgano de Gestión Independiente, bajo la responsabilidad de la AREV y de RECEVIN así como de sus respectivos asociados.



4. Requisitos para el reconocimiento de un territorio enoturístico como “Ruta Europea del Vino”.

4.1. Requisitos básicos

A continuación, se presentarán todos aquellos requisitos básicos que, en un principio, deberán cumplir los territorios vitivinícolas para ser reconocidos como “Ruta Europea del Vino”.

Se contemplarán los siguientes ámbitos:

- Territorio
- Cultura del Vino
- Turismo

4.1.1. Territorio

4.1.1.1. Introducción

Los requisitos que ha de cumplir el territorio deben ser trabajados por los gestores de éste: planificación, gestión, configuración del producto, señalización, promoción y comercialización del destino enoturístico en su conjunto.

4.1.1.2. Requisitos globales

- Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Principios generales y Gestores del Territorio.
- Los Gestores del Territorio elaboran, conjuntamente con los establecimientos adheridos a la Ruta del Vino, un programa de trabajo, que garantice el cumplimiento y puesta en práctica de los compromisos adquiridos mediante la Firma de la Carta Europea del Enoturismo. El Programa de Trabajo deberá tener como mínimo los siguientes contenidos:
 - ✓ Programa de Trabajo Estratégico (3 años): Elaboración de un diagnóstico del territorio (amenazas y oportunidades, elaborado y aceptado por los socios. Estrategias de Desarrollo Enoturístico Sostenible, de acuerdo con los principios definidos en la Carta Europea del Enoturismo. Definición de los principios de la sostenibilidad del territorio. Definición de las Estrategias de Producto, Mercado y de Posicionamiento, Política de RRHH / formación. Elaboración y Aceptación de la Estrategia por parte de todos los adheridos al Ente Gestor.



-
- ✓ Programa de Trabajo Operativo (1 año): Acciones de mejora continua del producto, acciones de sensibilización y de formación, potenciación de la economía local (RRHH, productos autóctonos, cultura del vino, cultura local), protección del medioambiente, sensibilización de la población local, mejora continua de la calidad de la oferta enoturística, defensa y puesta en valor del patrimonio cultural, natural e histórico del vino, promoción y comercialización, control de los flujos de visitantes (de acuerdo con los compromisos adquiridos en la Carta Europea del Enoturismo). Calendario de trabajo y estimación de presupuestos. Aceptación del Plan por parte de todos los adheridos al Ente Gestor.
 - El territorio debe ubicarse dentro de una D.O.
 - Ente Gestor del territorio enoturístico:
 - ✓ Para la gestión correcta del territorio enoturístico, el destino ha de constituir un Ente Gestor específico.
 - ✓ Constituido como mínimo por un municipio con el respaldo del gestor político del territorio.
 - ✓ Abierto a demás integrantes y representantes de los diferentes colectivos privados (turístico y vitivinícola) y entes institucionales del o los territorios de las D.O.s correspondientes que son competentes en la gestión del producto turístico.
 - ✓ Definición de los fines y competencias del Ente Gestor.
 - ✓ Definición del modelo de funcionamiento, los órganos de dirección y representatividad, así como de su figura legal.
 - ✓ Definición del modelo de financiación.
 - El territorio debe contar con, al menos 6 bodegas visitables (mínimo 12 horas semanales 2 días por semana) asociadas al Ente Gestor del territorio y que cumplan los requisitos de reconocimiento establecidos para una bodega.
 - El Ente Gestor debe conseguir que los visitantes puedan visitar durante su estancia en el destino como mínimo una bodega durante cualquier día de la semana (incluidos sábados y domingos).
 - Mínimo de 5 servicios complementarios: 1 punto de restauración (obligatorio), 1 establecimiento de alojamiento (obligatorio), 3 servicios turísticos / vitivinícolas: alojamiento, restauración, comercio, tienda especializada-enoteca, AAVV receptiva, museo / centro de interpretación del vino, servicio de degustación, curso de cata. Asociación de los servicios complementarios al Ente Gestor del territorio y que cumplan los requisitos de reconocimiento establecidos para cada caso.
 - Señalización de los establecimientos adheridos a la Ruta Europea del Vino.
 - ✓ La señalización exterior específica de los adheridos a la Ruta Europea del Vino está colocada en un lugar visible y es perfectamente legible.



-
- ✓ La señalización utiliza los pictogramas del proyecto Dionisos siempre que sea posible (los pictogramas del proyecto Dionisos se adjuntan en el anexo).
 - ✓ Los establecimientos adheridos a la Ruta Europea del Vino tienen una señalización de acceso clara y precisa, acorde con la tipología de señalización seleccionada para el territorio enoturístico.
 - Promoción enoturística del territorio. Mínimo 1 soporte (en soporte papel y/o web). Contenido mínimo: Mapa y socios adheridos a la Ruta Europea del Enoturismo. Disponibilidad del soporte promocional como mínimo en dos idiomas.
 - Nombre y Logo del territorio enoturístico.
 - Los gestores del territorio se preocupan por una política de precios razonable, equilibrada y honesta de los establecimientos adheridos a la Ruta Europea del Vino.



4.1.2. Turismo

4.1.2.1. Introducción

El concepto “turismo” abarca a los siguientes servicios turísticos que pueden incluirse en el territorio y que son susceptibles de adherirse a una Ruta Europea del Vino: alojamiento, restaurante / locales de degustación, comercios, AAVV receptoras, Oficinas de Información Turística.

4.1.2.2. Requisitos globales

- **Alojamiento**

- ✓ Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Sector privado.
- ✓ La empresa tiene una licencia de actividad económica en regla.
- ✓ Debe ubicarse dentro del territorio de la D.O.
- ✓ Personal con los conocimientos mínimos y actualizados en vino, turismo y su territorio.
- ✓ Preferencia por la arquitectura / materiales / decoración tradicional autóctona.
- ✓ Preferencia por la compra de productos autóctonos.
- ✓ Contratación prioritaria de personal local.
- ✓ Predisposición a la puesta en marcha de programas de protección de recursos naturales.
- ✓ Informan a los clientes sobre las posibilidades de descubrir el territorio en medios de transporte alternativos.
- ✓ Poner a disposición del cliente y exponer en un lugar fácilmente visible el soporte comunicacional de la Ruta Europea del Vino.

- **Punto de restauración**

- ✓ Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Sector privado.
- ✓ Cumple normativa correspondiente a su actividad.
- ✓ Debe ubicarse dentro del territorio de la D.O.
- ✓ Potencia el patrimonio vitivinícola de la D.O. a través de una carta de vinos con amplia presencia de vinos de la región de la D.O y de forma prioritaria, los vinos de las bodegas que participan en la Ruta Europea del Vino.
- ✓ Favorece la combinación de la gastronomía autóctona con vinos de la región de la D.O.



-
- ✓ El vino de la casa, embotellado o a granel, o el vino recomendado, pertenece al territorio de la D.O.
 - ✓ El personal contratado está adecuadamente formado sobre los vinos del territorio de la D.O.
 - ✓ El personal contratado manipula correctamente el vino.
 - ✓ Preferencia por la compra de productos locales (materia prima).
 - ✓ Preferencia por la arquitectura / materiales / decoración tradicional autóctona.
 - ✓ Contratación prioritaria de personal local.
 - ✓ Predisposición a la puesta en marcha de programas de protección de recursos naturales.
 - ✓ Poner a disposición del cliente y exponer en un lugar fácilmente visible el soporte comunicacional de la Ruta Europea del Vino.

- **Comercios**

- ✓ Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Sector privado.
- ✓ Cumple normativa correspondiente a su actividad.
- ✓ Debe ubicarse dentro del territorio de la D.O.
- ✓ La gama de productos que ofrece se basa principalmente en productos típicos autóctonos (gastronómicos, artesanales, otros).
- ✓ Preferencia por la arquitectura / materiales / decoración tradicional autóctona.
- ✓ Contratación prioritaria de personal local.
- ✓ Los horarios de apertura están claramente visibles desde el exterior.
- ✓ Los precios de los productos que se venden en el interior del comercio están claramente visibles.
- ✓ Poner a disposición del cliente y exponer en un lugar fácilmente visible el soporte comunicacional de la Ruta Europea del Vino.

- **Touroprador**

- ✓ Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Sector privado.
- ✓ Cumple normativa correspondiente a su actividad.
- ✓ El touroprador organiza y comercializa de forma proactiva paquetes de estancia enoturísticos + otras actividades ligadas al patrimonio vitivinícola en el territorio de la Ruta Europea del Vino.
- ✓ El personal está familiarizado con las distintas empresas que componen el territorio enoturístico (bodegas, hoteles, restaurantes, comercios, etc.).



- **AAVV receptoras**

- ✓ Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Sector privado.
- ✓ Cumple normativa correspondiente a su actividad.
- ✓ Debe ubicarse dentro del territorio de la D.O.
- ✓ Contratación prioritaria de personal local.
- ✓ El personal está familiarizado con las distintas empresas que componen el territorio enoturístico (bodegas, hoteles, restaurantes, comercios, etc.).
- ✓ Organiza y comercializa viajes combinados ligados al patrimonio vitivinícola del territorio.
- ✓ El personal de atención al cliente habla como mínimo un idioma extranjero. Este idioma extranjero deberá ser una lengua nativa de los clientes objetivo de la Ruta Europea del Vino.

- **Oficinas de Información Turística**

- ✓ Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Principios generales.
- ✓ Debe ubicarse dentro del territorio de la D.O.
- ✓ Contratación prioritaria de personal local.
- ✓ El personal está familiarizado con las distintas empresas que componen el territorio enoturístico (bodegas, hoteles, restaurantes, comercios, etc.) y promociona de forma activa el destino enoturístico.
- ✓ Poner a disposición del cliente y exponer en un lugar fácilmente visible el soporte comunicacional de la Ruta Europea del Vino.
- ✓ Promociona activamente el territorio como destino enoturístico y comercializa los productos autóctonos cuando cuenta con la potestad legal para ello.
- ✓ El personal de atención al cliente habla como mínimo un idioma extranjero. Este idioma extranjero deberá ser una lengua nativa de los clientes objetivo de la Ruta Europea del Vino.



4.1.3 Cultura del vino

4.1.3.1. Introducción

El concepto “Cultura del Vino” afecta a una serie de recursos vitivinícolas que forman parte de la oferta enoturística del territorio y que son susceptibles de adherirse a la Ruta: bodegas, museos y centros de interpretación del vino, tiendas especializadas – Enotecas, servicios de degustación y cursos de cata.

4.1.3.2. Requisitos globales

- **Bodega**
 - ✓ Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Sector privado.
 - ✓ Cumple normativa correspondiente a su actividad.
 - ✓ Debe ubicarse dentro del territorio de la D.O.
 - ✓ Ofrece visitas con reserva previa.
 - ✓ La bodega está adaptada a la recepción de visitas y realiza visitas guiadas.
 - ✓ Personal adecuadamente formado para prestar el servicio de la visita.
 - ✓ Contratación prioritaria de personal local.
 - ✓ Preferencia por la arquitectura / materiales / decoración tradicional autóctona.
 - ✓ Predisposición a la puesta en marcha de programas de protección de recursos naturales.
 - ✓ Ofrece un servicio telefónico para la aceptación de reservas.
 - ✓ Señalización a la entrada del recinto del establecimiento sobre los servicios que ofrece, horarios y precios de la visita.
 - ✓ Ofrece degustación y dispone de un espacio adecuado para ello y de los utensilios adecuados, garantizando las condiciones de limpieza y higiénico-sanitarias perfectas para ello. Dispone de copas de cristal adecuadas para la degustación.
 - ✓ Dispone de aseos para los visitantes.
 - ✓ Posibilidad de compra del vino en la propia bodega o en otro establecimiento adherido a la Ruta Europea del Vino.
 - ✓ Poner a disposición del cliente y exponer en un lugar fácilmente visible el soporte comunicacional de la Ruta Europea del Vino.



- **Tiendas especializadas - Enotecas**

- ✓ Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Sector privado.
- ✓ Cumple normativa correspondiente a su actividad.
- ✓ Debe ubicarse dentro del territorio de la D.O.
- ✓ El establecimiento ofrece al cliente una gama variada y representativa de los vinos de la región de la D.O.
- ✓ El personal está familiarizado con los distintos vinos de la región de la D.O. que ofrece el establecimiento.
- ✓ Preferencia por la arquitectura / materiales / decoración tradicional autóctona.
- ✓ Contratación prioritaria de personal local.
- ✓ Los horarios de apertura están claramente visibles desde el exterior.
- ✓ Los precios de los productos que se venden en el interior del comercio, están claramente visibles.
- ✓ Las tiendas especializadas - enotecas aplican una política de precios razonable, honesta y equilibrada.
- ✓ Poner a disposición del cliente y exponer en un lugar fácilmente visible el soporte comunicacional de la Ruta Europea del Vino.

- **Museos y centros de interpretación del vino**

- ✓ Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Sector privado (museos y centros de interpretación del vino privados). Principios generales (museos y centros de interpretación del vino públicos).
- ✓ Cumple normativa correspondiente a su actividad.
- ✓ Debe ubicarse dentro del territorio de la D.O.
- ✓ Preferencia por la arquitectura / materiales / decoración tradicional autóctona.
- ✓ Contratación prioritaria de personal local.
- ✓ Personal adecuadamente formado en vino, turismo y territorio.
- ✓ Los horarios de apertura y precios están claramente visibles desde el exterior.
- ✓ Poner a disposición del cliente y exponer en un lugar fácilmente visible el soporte comunicacional de la Ruta Europea del Vino.
- ✓ Al menos una parte de la exposición permanente está relacionada de alguna manera con el vino y su cultura.
- ✓ En el caso que exista tienda, los productos que ofrecen se basan principalmente en los testimonios orales y/o materiales del vino del territorio.



- **Empresas, Organismos, Instituciones, Asociaciones y Entes que ofrecen servicios de degustación y cursos de cata**

- ✓ Firma de la Carta Europea del Enoturismo. Sector privado.
- ✓ Cumple normativa correspondiente a su actividad.
- ✓ Colabora con el territorio de la Ruta Europea del Vino
- ✓ La sala donde se realiza el servicio está limpia, ordenada y en buen estado.
- ✓ El personal que realiza el servicio de degustación y/o el curso de cata está debidamente formado y tiene conocimientos adecuados de enología y viticultura.
- ✓ Se disponen de los utensilios y materiales adecuados para la realización del servicio de degustación y/o el curso de cata.
- ✓ Los vinos degustados / catados son principalmente de la región de la D.O.
- ✓ Preferencia por la arquitectura / materiales / decoración tradicional autóctona.
- ✓ Contratación prioritaria de personal local.
- ✓ Dispone de aseos para los participantes.
- ✓ Poner a disposición del cliente y exponer en un lugar fácilmente visible el soporte comunicacional de la Ruta Europea del Vino.
- ✓ Las degustaciones para turistas extranjeros se harán en su idioma o, alternativamente, en un idioma que éstos comprendan fácilmente.



4.2. Requisitos adicionales para alcanzar la excelencia

Para obtener el reconocimiento como “Ruta Europea del Vino de Excelencia”, los destinos deberán cumplir en primer lugar con los requisitos adicionales que se presentarán a continuación. Además, para alcanzar la excelencia, una Ruta Europea del Vino deberá ser innovadora, con lo cual deberá justificar específicamente las innovaciones en su territorio con respecto a otras Rutas Europeas del Vino. Para acreditarlo, deberá presentar un Documento que contenga y justifique esta(s) innovación (es).

A continuación, se presentarán todos aquellos requisitos adicionales que deberán cumplir las “Rutas Europeas del Vino” para ser reconocidas como “Ruta Europea del Vino de Excelencia”.

4.2.1. Territorio

- Estructura de Gestión de cada Ruta Europea del Vino
 - ✓ Existe un Gerente del Ente Gestor de la Ruta Europea del Vino, con formación y/o experiencia suficientes.
 - ✓ El Gerente del Ente Gestor tiene una dedicación suficiente al proyecto.
 - ✓ El Gerente del Ente Gestor tiene capacidad decisiva y ejecutiva.
- Alcanzar la excelencia como Ruta Europea del Vino supone disponer de una oferta enoturística más amplia, más variada y más completa con respecto a otras Rutas Europeas del Vino. Para acreditarlo, una “Ruta Europea del Vino de Excelencia” deberá disponer como mínimo de la siguiente oferta enoturística:
 - ✓ Mínimo de 10 bodegas visitables (mínimo 12 horas semanales 2 días por semana) asociadas al Ente Gestor del territorio y que cumplan los requisitos de reconocimiento establecidos para una bodega.
 - ✓ Mínimo de 8 servicios complementarios: 3 puntos de restauración (obligatorio), 2 establecimientos de alojamiento (obligatorio) 3 servicios turísticos / vitivinícolas: alojamiento, puntos de restauración, comercio, tienda especializada-enoteca, AAVV receptiva, museo / centro de interpretación del vino, servicio de degustación, curso de cata. Asociación de los servicios complementarios al Ente Gestor del territorio y que cumplan los requisitos de reconocimiento establecidos para cada caso.
- **Formación Continua a los establecimientos adheridos al Ente Gestor.**
- **Promoción del territorio enoturístico. Página web propia que informa de la oferta enoturística del territorio.**



- **Inventario de infraestructuras relacionadas**

- ✓ Existe un inventario de accesos del territorio enoturístico.
- ✓ Existe un inventario de infraestructura viaria y de tráfico del territorio enoturístico.
- ✓ Existe un inventario de infraestructuras y equipamientos en defensa del medioambiente.
- ✓ El Ente Gestor presenta informes y peticiones de mejoras necesarias a los organismos competentes.
- ✓ Los informes y peticiones realizados se registran y archivan debidamente en la sede del Organismo de Gestión de la Ruta Europea del Vino.

- **Inventario de servicios públicos relacionados**

- ✓ Existe un inventario de servicios públicos (transportes, espacios públicos, jardines, etc) relacionados con el territorio enoturístico.
- ✓ El Ente Gestor propone mejoras y sugerencias a los organismos competentes, y estas acciones se registran y archivan debidamente en la sede del Organismo de Gestión de la Ruta Europea del Vino.

- **Sistema de indicadores de sostenibilidad enoturística**

- ✓ El Ente Gestor dispone de un sistema de indicadores de sostenibilidad enoturística, que proporciona información adecuada y fiable sobre la actividad enoturística y sus impactos económicos, culturales y sociales sobre el territorio.
- ✓ El Ente Gestor facilita a los establecimientos adheridos a la Ruta Europea del Vino un modelo para la recogida de información sobre el enoturista.
- ✓ El Ente Gestor se responsabiliza del tratamiento y análisis de la información recogida y distribuye los resultados a los establecimientos adheridos a la Ruta Europea del Vino.



4.2.2. Turismo

- **Alojamiento**

- ✓ Recoge información sobre el enoturista en base a un modelo común e informa al Ente Gestor.
- ✓ Plan de Actuación de Mejora Continua de la oferta (1 año).
- ✓ Dispone de una placa identificativa que le distingue como establecimiento reconocido por el Ente Gestor.

- **Restaurante**

- ✓ Recoge información sobre el enoturista en base a un modelo común e informa al Ente Gestor.
- ✓ Plan de Actuación de Mejora Continua de la oferta (1 año).
- ✓ Dispone de una placa identificativa que le distingue como establecimiento reconocido por el Ente Gestor.

- **Oficina de Información Turística**

- ✓ Recoge información sobre el enoturista en base a un modelo común e informa al Ente Gestor.
- ✓ Dispone de una placa identificativa que le distingue como establecimiento reconocido por el Ente Gestor.



4.2.3. Cultura del Vino

- **Bodegas**

- ✓ Recoge información sobre el enoturista en base a un modelo común e informa al Ente Gestor.
- ✓ Plan de Actuación de Mejora Continua de la oferta (1 año).
- ✓ Dispone de una placa identificativa que le distingue como establecimiento reconocido por el Ente Gestor.

- **Tiendas especializadas / enotecas**

- ✓ Recoge información sobre el enoturista en base a un modelo común e informa al Ente Gestor.
- ✓ Plan de Actuación de Mejora Continua de la oferta (1 año).
- ✓ Dispone de una placa identificativa que le distingue como establecimiento reconocido por el Ente Gestor.

- **Museos y centros de interpretación del vino**

- ✓ Recoge información sobre el enoturista en base a un modelo común e informa al Ente Gestor.
- ✓ Plan de Actuación de Mejora Continua de la oferta (1 año).
- ✓ Dispone de una placa identificativa que le distingue como establecimiento reconocido por el Ente Gestor.

- **Empresas, Organismos, Instituciones, Asociaciones y Entes que ofrecen servicios de degustación y cursos de cata**

- ✓ Recoge información sobre el enoturista en base a un modelo común e informa al Ente Gestor.