



10 de Febrero de 2016

## VISIT FRENCH WINE: una oportunidad para acercarse al enoturismo

**Burdeos, Borgoña y Champaña son algunos ejemplos de los nombres que hacen resaltar a Francia y su *art de vivre* en el mundo. Los vinos franceses cuya diversidad y calidad están reconocidas en el mundo entero, forman parte del patrimonio cultural francés y constituyen uno de los mejores atractivos de Francia, al igual que su gastronomía, y reflejan la diversidad de los terruños y de los paisajes.**

El enoturismo puede definirse como el conjunto de prestaciones relativas a las estancias turísticas en las regiones vinícolas que permite el descubrimiento del vino, los terruños y los hombres en las zonas en las que se localizan. La oferta francesa tiene varias cualidades: calidad de los vinos, diversidad de los terruños, *savoir faire* único resaltado por la clasificación reciente de los viñedos de Borgoña y de Champaña en la lista de patrimonio mundial de la UNESCO.

Frente a la competencia de nuevos destinos en materia de enoturismo, Francia decidió unir a los diferentes actores de la viticultura y del turismo, con el fin de desarrollar la oferta francesa y de hacer una promoción eficaz hacia los turistas extranjeros. Es también el sentido de las acciones a cargo de Florence Cathiard, Presidenta del Consejo Superior del Enoturismo, con el lanzamiento de un micro sitio: [www.visitfrenchwine.com](http://www.visitfrenchwine.com) capaz de promocionar el conjunto de destinos enoturísticos franceses.

### El concepto

La idea es desarrollar un sitio web: [www.visitfrenchwine.com](http://www.visitfrenchwine.com) en francés e inglés para seducir al internauta en tan solo 3 clics para así redirigirlo al sitio que más se adapte a sus necesidades. Bajo el modelo de la redacción de una revista, se opera una selección cualitativa de contenidos en colaboración con las grandes marcas del enoturismo francés, posicionando Francia como un destino amigable, contemporáneo, creativo, cultural y que sabe renovar su oferta.

Las características de este sitio incluyen:

- Diseño minimalista y fluido
- Navegación intuitiva alrededor de dos grandes entradas: los viñedos y las experiencias durante la estancia
- Grandes marcas del enoturismo como fuente de información
- Los contenidos incluyen: experiencias, eventos, retratos y entrevistas, fichas de información.

### ¿Quiénes son los enoturistas?

Público del sexo masculino en promedio 46 años, de clase media-alta, consumidor regular de vino



**10 de Febrero de 2016**

(por lo menos una vez a la semana). Las visitas se efectúan de manera convival, en pareja, con amigos o en familia. Los enoturistas visitan un lugar con el objetivo de comprar, degustar, visitar cavas y castillos.

Existen 4 tipos de enoturistas:

- 40% son hedonistas (vienen para degustar, comprar vinos y visitar bodegas)
- 24% son clásicos (el vino forma parte de una manera de descubrir un destino pero no es la única)
- 20% son exploradores (el vino, los viñedos son el motivo principal para escoger un destino, buscan secretos y nuevos lugares)
- 16% son expertos (buscan descubrir la historia, la cultura y todo lo relacionado con el mundo del vino)

Los números del enoturismo en Francia:

- 7,5 millones de turistas visitaron un viñedo francés en 2010
- Los extranjeros representan el 39% de los enoturistas
- El gasto promedio de los clientes es de 203€
- 93% de los enoturistas efectúan su visita en directo sin haber pasado por agencias o tour operadores
- 57 destinos franceses cuentan con la distinción "Vignobles&Decouvertes" que reconoce los lugares que ofrecen una experiencia de enoturismo de calidad.