



La presidenta de Rutas del Vino de España, Ana Cano, y el auditor y consultor de ACEVIN, Fernando Redondo, junto a técnicos del Itrem en el stand de la Región durante la celebración de la feria Fine Wine

'Reino de la Monastrell' se promociona en la feria FINE Wine Tourism

El enoturismo es un producto estratégico para la reactivación turística regional, que en la última década ha multiplicado por cuatro el número de visitantes

La Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes presentó el proyecto enoturístico de la Región de Murcia 'Reino de la Monastrell' durante la feria FINE Wine Tourism Expo 2021, que se celebró esta semana de manera presencial en Valladolid.

Durante este certamen, el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (Itrem) encabezó la delegación murciana, en la que también participaron agentes del sector. En el evento mantuvo más de 30 encuentros profesionales dirigidos a reforzar la comercialización y el posicionamiento nacional e internacional de esta nueva marca, que aglutina toda la oferta enoturística de la Región, de sus tres zonas con Denominación de Origen (Bullas, Jumilla y Yecla) y de sus tres rutas del vino asociadas.

El objetivo de la Comunidad fue aprovechar que la Región ha sido elegida este año como Capital Española de la Gastronomía para impulsar la imagen como referencia enogastonómica y relanzar la difusión de las escapadas al interior. Se trata de unas actividades cuya demanda, tras la pandemia, "se ha multiplicado exponencialmente entre los turistas debido a que se realizan al aire libre, en proximidad, respetando el distanciamiento social. Promueven también el turismo saludable y la naturaleza y encajan con la preferencia de los viajeros por experiencias que se puedan realizar con



amigos o familiares, pero alejados de masificaciones”, explicó el director del Itrem, Juan Francisco Martínez.

La Región participó en la segunda edición de este encuentro internacional con un stand de 15 metros cuadrados, donde también tuvo la oportunidad de presentar su apuesta por otros productos como la cultura, el turismo rural, la gastronomía, el ocio o la salud, detalló Martínez, quien manifestó que “toda esta promoción se ha llevado a cabo utilizando como reclamo complementario el nuevo seguro Covid, con el que se cubrirían los gastos de alojamiento, desplazamiento y atención sanitaria de aquellos visitantes que lo requiriesen”.

Producto estratégico para la reactivación

El enoturismo es un producto estratégico para la reactivación turística regional debido a que es capaz de atraer visitantes todo el año, especialmente durante los meses de abril, octubre y noviembre; pone en valor los productos regionales y su industria, crea sinergias con otros sectores y genera un elevado nivel de ingresos. En este sentido, el enoturista medio gasta en la Región 160 euros diarios, frente a los 146 euros del turista general extranjero, según el último informe del Instituto Nacional de Estadística.

La Región de Murcia cuenta con más de 35.000 hectáreas de viñedos y una importante riqueza de servicios enoturísticos en los que participan bodegas, almazaras y otros establecimientos especializados como museos, enotecas, alojamientos, restaurantes, bares, agencias de viaje, comercios, almazaras o guías turísticos, entre otros.

La Región destaca por ser la única comunidad uniprovincial de España cuyos vinos cuentan con tres DOP. (Bullas, Jumilla y Yecla) y con tres Rutas del Vino certificadas por la Asociación Española de Ciudades del Vino (ACEVIN). Además, y a través del Instituto de Turismo, la Región es socia activa del Club de Producto Rutas del Vino de España y en la actualidad la Ruta del Vino de Jumilla forma parte de su junta directiva.

El enoturismo es una modalidad turística al alza; una opción preferida cada vez por más viajeros que deciden disfrutar de una actividad respetuosa con el medio ambiente y con el entorno. Durante 2019, la Región registró 77.000 visitas por parte de enoturistas, lo que supone haber multiplicado por cuatro los datos de 2010.