

## “Repensem els esdeveniments enoturístics”

### Avaluació.

*Enoturisme*: “Desenvolupament de les activitats turístiques d’oci i temps lliure dedicades a la descoberta i gaudi cultural i enològic de la vinya, el vi i el seu territori.

Carta Europea de l’Enoturisme (2006).

La cultura del vi és àmplia i integradora i ens ofereix un munt de possibilitats a explorar. El paisatge, la terra, les olors, el cicle de la vida al camp, els colors canviants, el raïm, l’arquitectura... Però també les històries i vivències compartides, la descoberta, les complicitats, l’olor, el tast i la gent. Els pagesos i pageses, els cellers, les botigues, els artesans, les petites empreses, els productors, les enòlogues i els dissenyadors. Cada racó té la seva pròpia història i tradició i la seva descoberta és una experiència autèntica i diferent, que ens interrelaciona, ens fa descobrir noves habilitats i emocions i ens connecta amb la terra i la natura.

El PECT Turístic en família, dins els estudis realitzats en el seu programa “Vinya en família” ens mostra que un 60% dels visitants interessats en enoturisme són famílies. No és d’estranyar, ja que els seus atractius són nombrosos i l’enoturisme ens ofereix tots els elements necessaris per gaudir-ne de manera intergeneracional. Les fires relacionades amb el cicle del vi són un dels punts d’atracció turística més importants d’aquests territoris, i els darrers anys han anat diversificant la seva oferta fins a convertir-se en autèntics referents per la seva comarca.

El projecte “*Repensem els esdeveniments enoturístics*” ha treballat amb els organitzadors dels principals esdeveniments enològics de la Costa Daurada i Terres de l’Ebre, analitzant, des d’un punt de vista familiar, les potencialitats i oportunitats de cadascun. La Festa del vi de Gandesa, la Fira del vi de Falset, la Festa del vi i la verema antiga de Poboleda, la Festa del Trepal, la Festa de la Verema de Tarragona i la Xarel·lada de Cunit han sigut els esdeveniments amb qui hem treballat intensament durant aquest projecte, primer en una fase de recerca i diagnòsi i posteriorment amb un anàlisi i treball personalitzat i focalitzat a les potencialitats de cadascun d’ells.

Basant-nos en quatre grans blocs, Espai, Programació, Hospitalitat, Sostenibilitat i Comunicació, hem aportat propostes concretes en el que ha sigut un camí d’aprenentatge comú i descoberta molt enriquidor.

### Espai

*Ubicació*. Entorn. Repensem l’espai, descobrim llocs alternatius, ampliem la mirada. Relació amb el territori, el seu paisatge, la seva arquitectura. La ubicació de l’esdeveniment s’ha de relacionar també amb la resta del territori, ser sostenible i mantenir l’equilibri.

Disseny de l’espai a nivell arquitectònic. Preveure l’espai vital, circulació de la gent, mida dels elements, espais amb ombra, millorar l’accessibilitat

**Disseny visual** dins de l'esdeveniment, senyalització dels espais, diferenciació de zones, facilitats, serveis

**Arquitectura efímera.** Decoració de l'espai. Impliquem artistes locals, involucrem a la comunitat ( escoles, associacions)

**Facilitats** - canviadors, pàrquing de cotxets, zones de descans, de lactància, lloguer de motxilles per poder aparcar els cotxets i millorar la mobilitat..

**Múltiples espais.** Esdeveniment itinerant o amb diferents escenaris. Pot incloure també propostes descentralitzades que ajudin a promocionar el territori.

**Seguretat.** Avantposar-nos a aquells elements / espais susceptibles de ser un perill per als més petits. Espai per nens perduts.

**Preveure inclemències meteorològiques.** Pla per protegir equips i punts elèctrics i tenir emplaçaments alternatius

## Programació

**Programació diversa.** Pensar en programar activitats per a totes les edats.

Incloure **espais creatius lliures** que permetin fer aflorar la creativitat de nens i també dels adults. Creem experiències compartides.

**Cocreació.** Fem esdeveniments enològics però incloem i treballem conjuntament amb artistes, creadors, artesans, músics, arquitectes del nostre territori. Som la suma de tot.

Difonem la **cultura del vi** en sentit ampli (el vi com aliment, com a conreu, paisatge, artesanal, que es transforma, que transmet valors..)

Posem en relleu els personatges locals referents i ens recolzem en el nostre **llegat cultural.**

**Horaris** adaptats

Afegir a la programació **activitats complementàries.** Activitats d'altres agents que treballen a la zona (empreses de turisme actiu, museus, activitats específiques dels cellers..)

## Serveis turístics. Hospitalitat

Ens aliem amb el sector d'hospitalitat. **Treballem amb els restaurants** per oferir menús pensats per a famílies. Reinventem el menú infantil. Oferim el mateix plat però mida més petita i preu més baix. Menú Familiar per compartir. Oferim "pícnics" per emportar. Ampliem els horaris.

**Treballem amb els allotjaments,** adaptant-nos a les necessitats de les famílies. Creem ofertes de cap de setmana lligades a l'esdeveniment

**Activitats paral·leles.** Treballem en xarxa. Obrim espais, incloem dins la programació els agents culturals, guies turístics, creadors, artesans, empreses de turisme actiu.

**Punt d'informació turística** de la nostra comarca present a l'esdeveniment. Som punt de partida i descoberta.

## Sostenibilitat

**Ambiental:** - La viticultura està estretament relacionada amb el lloc físic on es conrea, amb la seva ubicació.

Mirada introspectiva. Posar en valor allò que ens és propi, les nostres varietats de vinya tradicionals.

**Social:**- El món del vi està format per tota la gent que hi treballa: pagesos, bodeguers, enòlegs, embotelladors, boters...

Tradicions. La nostra cultura parla de nosaltres i la nostra història. Festes locals i festes al voltant del vi. •

**Econòmic:**- Públic familiar com a públic a explotar: els adults beuen vi ara, però si als nens se'ls inculca i es treballa el respecte i admiració per la viticultura, seran els nostres consumidors del futur.

Ampliem les estades també per reduir l'impacte ambiental: Responsabilitat vers territori. Generem activitats complementàries col·laborant amb els altres actors del territori.

## Comunicació

**Disseny imatge** i publicitat de l'esdeveniment. Una imatge treballada i contemporània ens apropa a nous públics i genera d'entrada una bona percepció de l'esdeveniment.

Creem un **relat** al voltant del nostre esdeveniment (que el connecti amb la resta del territori), el Vi com part de **cultura mediterrània**, no només com una beguda alcohòlica.

Gestió global de la informació. L'esdeveniment com a punt de partida d'una des-coberta de l'entorn i una estada més llarga. Aliança amb els punts d'informació turística, el sector hospitalitat i altres agents i punts d'interès del nostre territori.

Tenir un **apartat específic** adreçat al públic familiar a la **pàgina web** o mencionar-los a les nostres comunicacions, facilita la visita d'aquestes famílies i les fa sentir benvingudes.

**Plànol** amb els serveis i facilitats. Programa d'activitats on s'agrupi tota la informació.

Col·laboració amb persones influents del territori per donar a conèixer l'esdeveniment.

**Preceptors.**

**Post comunicació.** Tenir en compte generar contingut audiovisual i informatiu el dia de l'esdeveniment per poder utilitzar-lo durant i després de l'esdeveniment i abans de la següent edició.

**Internacionalització.** Treballem el concepte 'Business Travel Family Friendly Aprofitem l'esdeveniment per vendre la nostra destinació com a combinació del turisme de negocis i el turisme en família.