

DOSSIER INFORMATIVO PARA O DESEÑO

A vide e o viño forman parte da identidade histórica, cultural e paisaxística de Galicia, sendo o sector vitivinícola unha peza crave do complexo agroalimentario galego. As tendencias de consumo do viño e a relación dos cidadáns con este produto cambiaron moito nos últimos anos, observándose que o consumo dos viños comúns diminuíu notablemente pero que se compensou parcialmente co aumento do consumo dos viños de calidade, basicamente os acollidos ás Denominacións de Orixe (tipo de indicación de procedencia aplicada a un produto alimenticio cuxa calidade e características débense, fundamental e exclusivamente ao medio xeográfico no que se produce, transforma, elabora e/ou envasa. Distínguese e protexe daqueles produtos alimenticios similares, que se producen noutras rexións). Este cambio de costumes foi acompañado dun aumento do interese dos cidadáns polo coñecemento de todo o que rodea ao mundo do viño: a viticultura, a enoloxía e os valores culturais e naturais asociados aos territorios que os producen. Todo isto favoreceu a aparición dun novo tipo de turista e de turismo -o enoturismo- no que o viaxeiro se achega ás comarcas vitivinícolas co pretexto dun mellor coñecemento do viño e do seu territorio natural de produción, que o leva a interesarse tamén polos seus recursos naturais, culturais, gastronómicos e, en xeral, de lecer.

Turismo de Galicia, consciente desta realidade e do potencial do desenvolvemento do enoturismo, apoiou a creación e promoción das Rutas do Viño de Galicia como instrumentos estables e sustentables de cooperación. Os sectores económicos fundamentalmente implicados foron o vitivinícola e o turístico (neste sector xa existían máis dunha ducia de establecementos que ofertaban aloxamentos rurais relacionados directamente co enoturismo: visita aos viñedos, produción en adegas, catas de viños, museos etnográficos, etc...).

Deste xeito, unha "Ruta do Viño" consiste na integración baixo un mesmo concepto temático dos recursos e servizos turísticos de interese, existentes e potenciais, dunha zona vitivinícola, coa finalidade de construír un produto desde a identidade propia do destino, de facilitar a comercialización conxunta de toda a zona e de garantir o nivel de satisfacción da demanda, impulsando así o desenvolvemento económico-social integral da área de influencia. Tendo isto en conta, as Rutas dos Viños de Galicia, unha por cada unha das cinco Denominacións de Orixe (Monterrei, O Ribeiro, Rías Baixas, Ribeira Sacra e Valdeorras) están compostas por diversos recursos turísticos (adegas, hoteis, restaurantes, museos, guías especializados, axencias de viaxes, empresas de lecer, viñotecas, etc) que de forma conxunta e coordinada serven para desenvolver os territorios vitivinícolas da súa respectiva área. Propician coas súas actividades repercusións económicas favorables e

xeran fluxos turísticos tanto do interior de Galicia como do exterior desta Comunidade Autónoma.

Desde fai xa trece anos, a Xunta de Galicia, a través de Axencia Turismo de Galicia, organiza esta campaña contando coa colaboración das cinco Asociacións das Rutas dos Viños de Galicia. Con elas leva a cabo un programa completo de actividades de enoturismo, de maneira conxunta e simultánea nos cinco grandes territorios vitivinícolas galegos. Esta estratexia englobase dentro do marco de creación de produtos turísticos que reforzan e dotan de contido á propia marca turística de Galicia.

En que consiste a Primavera de Portas Abertas nas Rutas dos Viños de Galicia?

O programa inclúe entre as súas actividades a oferta de visitas guiadas e gratuítas ás adegas participantes na promoción, que abren as súas portas durante a correspondente fin de semana, en quendas previamente definidas, de maneira que os visitantes poidan elixir a visita dunha ou varias delas segundo a zona na que se atopen, para finalizar recibindo como agasallo unha degustación dos viños de Monterrei, O Ribeiro, Rías Baixas, Ribeira Sacra ou Valdeorras.

Paralelamente, cada Ruta artella unha programación especial para as fins de semana de Portas Abertas, ofrecendo a posibilidade de realizar catas comentadas, visitas guiadas a centros históricos, talleres especiais para nenos, gozar de descontos en aloxamentos, paseos en barco, paseos entre viñedos, etc. Ademais, os restaurantes que participan nesta acción promocional, elaboran menús enogastronómicos especiais con motivo das Xornadas de portas abertas, compostos por un entrante e un prato principal maridados con viños da Denominación de Orixe da zona na que se atope o visitante, e a sobremesa incluída no prezo.

Para promocionar esta campaña edítanse carteis, mapas e folletos coa información de interese sobre a mesma. O cartel, de tamaño A3, debe reflectir a imaxe gráfica proposta para as edicións de 2025 e 2026, que debe ser orixinal en canto á súa creatividade pero tamén de fácil identificación co produto enolóxico promocionado. Ademais debe informar sobre as datas e lugares de celebración das Xornadas, e nel debe figurar, axeitadamente colocado, o logo institucional da Xunta de Galicia, así coma os logotipos das cinco Asociacións das Rutas dos viños galegos e o de Enoturismo Galicia. Ademais, levará o seguinte texto: Primavera de Portas Abertas. Adicionalmente incluíranse no cartel as seguintes referencias: www.turismo.gal e **#primaveradeenoturismo**.

A efectos de ter información necesaria para a colocación dos logos, achégase cartel indicativo.

CARTEL EXEMPLO CON COLOCACIÓN DE LOGOS E TEXTOS A INCLUIR



