

# EL TURISMO DE EMPRESA LLEGA A LAS BODEGAS

La DOC Rioja se postula para acoger a visitantes profesionales ● La entidad inicia un plan de formación específica

▀ Pablo José Pérez

**LAGUARDIA** - Un total de 61 bodegas de la DOC Rioja se reunieron ayer por la mañana en la sede del Consejo Regulador para echar a andar su Plan MICE - Meetings (Encuentros), Incentivos (Incentivos), Conferencias (Conferencias) and Exhibitions (Ferias) -, una iniciativa de turismo de negocios cuyo objetivo es favorecer la comercialización del producto de las bodegas de la Denominación.

Dentro del plan de promoción del Consejo Regulador, el departamento de marketing y comunicación continúa desarrollando diversas iniciativas con el objetivo de seguir mejorando y promocionando el enoturismo de calidad de la Denominación. Por ello, dentro de la línea de trabajo de impulso de la actividad enoturística en las bodegas, ayer dio comienzo el Plan Eno MICE, una iniciativa cuyo objetivo es favorecer la comercialización del territorio de las bodegas de la Denominación y que permitirá el desarrollo de un manual de trabajo para un posterior encuentro comercial con una selección de profesionales de agencias y portales de intermediación del ámbito de los negocios.

Durante la sesión formativa, en la que se han dado cita 61 bodegas de la Denominación, la experta en turismo empresarial Alicia Estrada explicó las bases de un plan 360º que arranca con una píldora de formación y que se verá completada con la elaboración de un manual

## ACUERDO

### VALDEMAR Y LA CIENCIA DEL VINO

● Washington. Bodegas Valdemar y la Universidad Wine Science Center (WSC) de Washington han firmado un convenio para la formación y colaboración internacional en el desarrollo de la ciencia del vino. La WSC es un centro especializado de EEUU, líder en investigación y educación sobre las ciencias del vino, y referente en el estado de Washington, donde está ubicada la bodega americana de Valdemar. La responsable del WSC, Sandra Haynes, apunta que "estamos encantados de llegar a un acuerdo con Valdemar Family ya que brinda amplias oportunidades de aprendizaje para los estudiantes". Jesús Martínez Bujanda, CEO de Valdemar en EEUU, destaca "la posibilidad de brindar a los estudiantes locales una experiencia internacional en Rioja, y traer a este lado del océano uvas de Rioja como Maturana o White Tempranillo". - P.J.P.

## DOCRIOJA

● Encuentro. 61 bodegas de la DOC Rioja se reunieron para activar una iniciativa de turismo de negocios cuyo objetivo es favorecer la comercialización del vino.



**RIOJA ALAVESA, "MUCHO MÁS QUE VINO"**. El viceconsejero de Agricultura del Gobierno Vasco, Bittor Oroz, se reunió ayer con los alcaldes de Rioja Alavesa, el presidente de la Cuadrilla y representantes de la Asociación de Desarrollo Rural, Abra y otros colectivos para dialogar con ellos sobre el borrador de la nueva ley de Desarrollo Rural, así como las oportunidades de desarrollo económico y social de esta zona del territorio. Foto: P.J.P.

de trabajo. Tal herramienta servirá para presentar la oferta enoturística del destino a los profesionales de la industria a través de actividades generadoras de negocio como un FAM TRIP de agencias especializadas en octubre y un posterior encuentro en el mes de noviembre con event planners de las industrias más punteras.

Por su parte, José Luis Lapuente, director general del Consejo Regulador, abrió la sesión subrayando "la gran acogida que ha recibido la actividad por parte del sector bodeguero y ratificando así los datos que arroja el monitor de Rioja sobre el fenómeno enoturístico de la región, Denominación que ofrece un destino turístico ya maduro y de alta calidad, y que se traduce en un impacto socio económico de 166 millones de euros en la Denominación, del que más de 55 millones se genera en las bodegas.

Alicia Estrada resaltó la importancia de un proyecto de tales dimensiones y desgarnó el nicho especia-

lizado que supone el MICE en nuestro país, animando a las bodegas a darse a conocer ya que, actualmente, "el sector corporativo conoce poco, o nada, el mundo del enoturismo y por lo tanto el potencial de negocio para las bodegas de una Denominación referente como es Rioja es enorme y es el momento perfecto para profesionalizarlo".

Estrada puntualizó "cómo Rioja ha demostrado ser capaz de enamorar al visitante vacacional con paisaje, arquitectura, historia y gastronomía en un ámbito en el que ya recibe más de 810.000 visitas a bodegas al año, y ahora se abre la oportunidad de trabajar de manera diferente el turismo corporativo". La experta resaltó "la importancia de que al hablar a este público en concreto, las bodegas deben saber adaptar su mensaje y realizar un mayor énfasis en aspectos diferenciales y atractivos, así como la sostenibilidad o la responsabilidad social corporativa, para dar a conocer el destino como región referente en turismo de máxima calidad". ●

## Añana une fuerzas contra la violencia machista

Los diez ayuntamientos de la Cuadrilla ponen en marcha una campaña conjunta de sensibilización

**VALDEGOVIA** - Los ayuntamientos de Armiñón, Añana, Berantevilla, Iruña Oka, Kuartango, Lantarón, Ribera Alta, Ribera Baja, Valdegovía y Zambrana, junto con el servicio de Igualdad de la Cuadrilla de Añana, han puesto en marcha la campaña de sensibilización para unas fiestas libres de agresiones sexistas Ez ezetz da.

Según un comunicado colectivo, "la violencia machista tiene su raíz en la desigualdad, y ante cualquier actitud machista es fundamental actuar de manera conjunta para frenarla y así poder disfrutar libremente de las fiestas". El objetivo de esta campaña es promover el respeto y la igualdad en los espacios festivos y sumarse a la actitud de "tolerancia cero" ante situaciones y comentarios machistas.

La campaña de sensibilización para unas fiestas libres de agresiones sexistas está dirigida a la población en general y a la gente joven en particular, y se compone de folletos, con algunas pautas de actuación y recursos de interés ante una posible situación de violencia machista, carteles, pegatinas y mochilas, que se repartirán en los espacios festivos locales.

Los diez municipios han decidido poner en marcha la campaña y dar una imagen común con el fin de visibilizar el compromiso de los ayuntamientos con las políticas de igualdad y con la lucha contra la violencia machista.

Esta campaña está patrocinada desde los fondos del pacto de Estado contra la violencia de género, Laia Eskola, la escuela para la igualdad y el empoderamiento de las mujeres de Álava de la Diputación, la Cuadrilla de Añana y los diez ayuntamientos que la componen. Además, el mensaje está alineado con el programa Beldur Barik de Emakunde. - E.J.R.

ELIMINACIÓN DE BARRERAS  
PORTALES COTA CERO  
FACHADAS  
TERRAZAS  
REFORMA DE VIVIENDAS  
INFORMES PERICIALES  
PRESUPUESTOS ON-LINE

Tel: 945 032 810  
C/Aranzabal Nº3

REFORMAS VITORIA

W: www.reformasvitoria.com

30

Campaña Vida Riesgo

JUNIO - JULIO 2019