

De la visita al celler a l'enoturisme

L'Empordà és el territori que mostra més bé el potencial de l'enoturisme a Catalunya. Quan vaig publicar *la Guia d'enoturisme de l'Empordà* (2012), molts em van preguntar per què no començava pel Penedès o pel Priorat. La resposta era simple: l'Empordà ja és turístic, i amb una petita empenta serà una gran destinació enoturística.

Text > LLUÍS TOLOSA, sociòleg i autor de *la Guia d'enoturisme de Catalunya*

Fotos > JOSEP M. DACOSTA

En molt pocs anys, a Catalunya hem passat de pràcticament no parlar d'enoturisme a parlar-ne tothom. Al principi ho feien alguns cellers i els consells reguladors d'alguna denominació d'origen. Després van arribar les àrees de turisme de la Generalitat, diputacions, consells comarcals i ajuntaments. Es van començar a crear consorcis per agrupar cellers, restaurants, allotjaments, enoteques, museus del vi i tota mena d'empreses de serveis enoturístics.

Tres fases d'evolució

A Catalunya hem passat per tres fases d'evolució de l'enoturisme. El primer impuls es va fer de la forma més bàsica possible: els cellers oferien visites

i les institucions publicaven llistes de cellers visitables. Aviat es va veure que mostrar dipòsits d'acer inoxidable i botes explicant el procés d'elaboració del vi resultava molt repetitiu a tots els cellers. Un producte enoturístic tan simple ens situava en el negoci de la venda d'entrades a deu euros, necessitava recursos humans i inversions en obres i finalment molts enoturistes no compraven vi al final de la visita.

En una segona fase es va voler fer participar l'enoturista. Així van néixer les activitats enoturístiques. Va ser una etapa d'un gran dinamisme i creativitat. Molts cellers van incorporar bicicletes elèctriques, quads i plataformes de manillar (*segways*). A l'enoturisme es van sumar les empreses d'autobusos, caiacs, globus aerostà-

tics, ultralleugers, avionetes i helicòpters. Les hípiques van aportar cavalls, ponis i carruatges per anar a la vinya. Es van fer desenes de cicles de música, poesia i cinema. Veremes populars, tallers de poda i activitats per aprendre a elaborar vi, a més de l'organització de casaments, reunions d'empresa i un llarg etcètera. El problema va ser la comercialització. Moltes activitats es quedaven sense inscripcions i s'havien d'anul·lar. Si tenien èxit, desbordaven l'escàs personal d'enoturisme del celler.

En una tercera fase vam adoptar la tendència del turisme experiencial. Així van néixer les experiències enoturístiques. Tot un fenomen. Ja no visitem cellers, ara tenim experiències enoturístiques. Ja no fem tastos, ara tenim experiències sensorials. Anar en plataforma de manillar (*segway*) a la vinya ja no és una ximpleria, ara ens diuen que és una experiència memorable.

El desconcert

Com qualsevol adolescent, ens movem molt sense saber cap on anem. Pocs tenen clar què és l'enoturisme. El mercat enoturístic català s'està polaritzant. La major part dels cellers no saben com impulsar l'enoturisme; alguns ja diuen que no és tan fàcil ni tan lucratiu com dèiem, però els pocs que ho fan bé entren en saturació en dos o tres anys.

>> *La Jove Confraria de Caves i Vins de l'Empordà visita la finca Clos d'Agon, a Calonge.*





>> Enoturisme solidari a la Masia Serra a favor del Grup Iris (Associació d'Empordaneses Afectades de Càncer de Mama).

El gran punt fort de l'Empordà és pensar com a destinació enoturística

Què és l'enoturisme? Quan ens hem centrat en la visita al celler i a mostrar les instal·lacions de producció hem convertit l'enoturisme en una modalitat de turisme industrial. Inconscientment, som l'únic país del món que centra l'enoturisme a mostrar acer inoxidable i botes.

Quan ens hem centrat a explicar el procés d'elaboració del vi, hem convertit l'enoturisme en sinònim de turisme enològic. L'enologia és només un dels vint temes que envolten el vi, i no pot ser precisament el principal. Hem abusat de la terminologia enològica. Les explicacions tècniques van directes al cervell, i la compra de vi és una compra emocional.

Quan ens hem centrat en el turisme experiencial, sovint hem canviat només les paraules. Tot i dir als visitants «Viu l'experiència! Visita el nostre celler», continua essent una visita al celler. L'enoturisme és una modalitat de turisme cultural que inclou paisatge, viticultura, botànica, climatologia, geologia, arqueologia, història, biografies d'emprenedors, estils de vida, etc.

L'Empordà, un cas excepcional

A l'Empordà les coses s'estan fent bé. La bona direcció de la DO Empordà i la potència del Patronat de Turisme Costa Brava Girona han fet possible la creació de la Ruta del Vi DO Empordà. Els cellers no s'han deixat marejar pel boom de l'enoturisme. Són empordanesos, tocats per la tramuntana. Van a la seva. Sense saber-ho, han creat un model d'enoturisme únic a Catalunya.

Els cellers estan arrelats a la terra, gairebé tots tenen vinya pròpia, gairebé tots estan atesos pels propietaris mateixos. Hi ha més proximitat i més autenticitat. Funciona el triangle màgic de l'enoturisme: la combinació de cellers, restaurants i allotjaments. Ara es comença a vincular l'enoturisme amb el patrimoni històric, integrant-hi el jaciment arqueològic d'Empúries o el monestir de Sant Pere de Rodes, tots dos amb vestigis d'una cultura mil·lenària de la vinya i el vi a l'Empordà. Però sobretot hi ha sentiment de destinació. La DO Empordà ha treballat molt bé la cohesió. El Patronat de Turisme en sap molt, de promoció del territori.

No tenim gaires dades d'enoturisme; jo tinc les meves pròpies: esgotada la primera i la segona edició de la *Guia d'enoturisme de Catalunya*; esgotades també l'edició en castellà, l'edició en anglès i l'edició en francès. Prepareu-vos, l'any vinent el Grup Peralada inaugurarà un dels projectes d'enoturisme més potents del sud d'Europa, que sens dubte serà un nou revulsiu per a tota la Ruta del Vi DO Empordà.

El decàleg del vi i de l'enoturisme d'Anna Espelt

Anna Espelt, biòloga i enòloga, condueix Espelt Viticultors. En la seva intervenció en l'homenatge a qui va posar relat als vins de l'Empordà (Eduard Puig Vayreda), que va tenir lloc a Figueres el 5 d'octubre de 2019, va destacar el seu full de ruta per al vi i per a l'enoturisme empordanesos:

1. El vi de l'Empordà ha d'expressar mediterraneïtat, ha de transmetre que neix on els Pirineus moren al mar.
 2. Les varietats de raïm empordaneses són felices vivint aquí i s'hi expressen bé.
 3. Els empordanesos hem d'estar orgullosos dels sòls que tenim.
 4. A l'Empordà hem de saber transmetre l'arrelament al lloc on som.
 5. Hem de conservar els rituals del món del vi, com ara els de la verema i el vi novell.
 6. El vi s'ha de veure com una part dels éssers socials que som les persones.
 7. Hem d'anar a vendre vi a Barcelona i... què hem d'explicar? No tant el que hi ha dins de l'ampolla, sinó la vivència. Hem de parlar de la part més autèntica de ser empordanesos.
 8. Existeix un Empordà de postal, que serveix per al relat dels vins de gamma mitjana; ara bé, per als vins de gamma més profunda hem d'explicar què és ser empordanès, detallant-ne els petits moments sublims, com ara anar a fer garotes o a prendre un bany a Garbet després de la verema.
 9. El consumidor ha de trobar coherència en el relat dels vins empordanesos; per exemple, en les varietats i els mètodes d'elaboració.
 10. Els vins de l'Empordà han de visibilitzar l'imaginari empordanès i el país ha de supurar vi.
- No cal una eclosió d'enoturistes si volem explicar un Empordà «autèntic». No volem l'efecte Museu Dalí, que la gent només vingui a visitar un celler gran i en desconeixi la resta.