

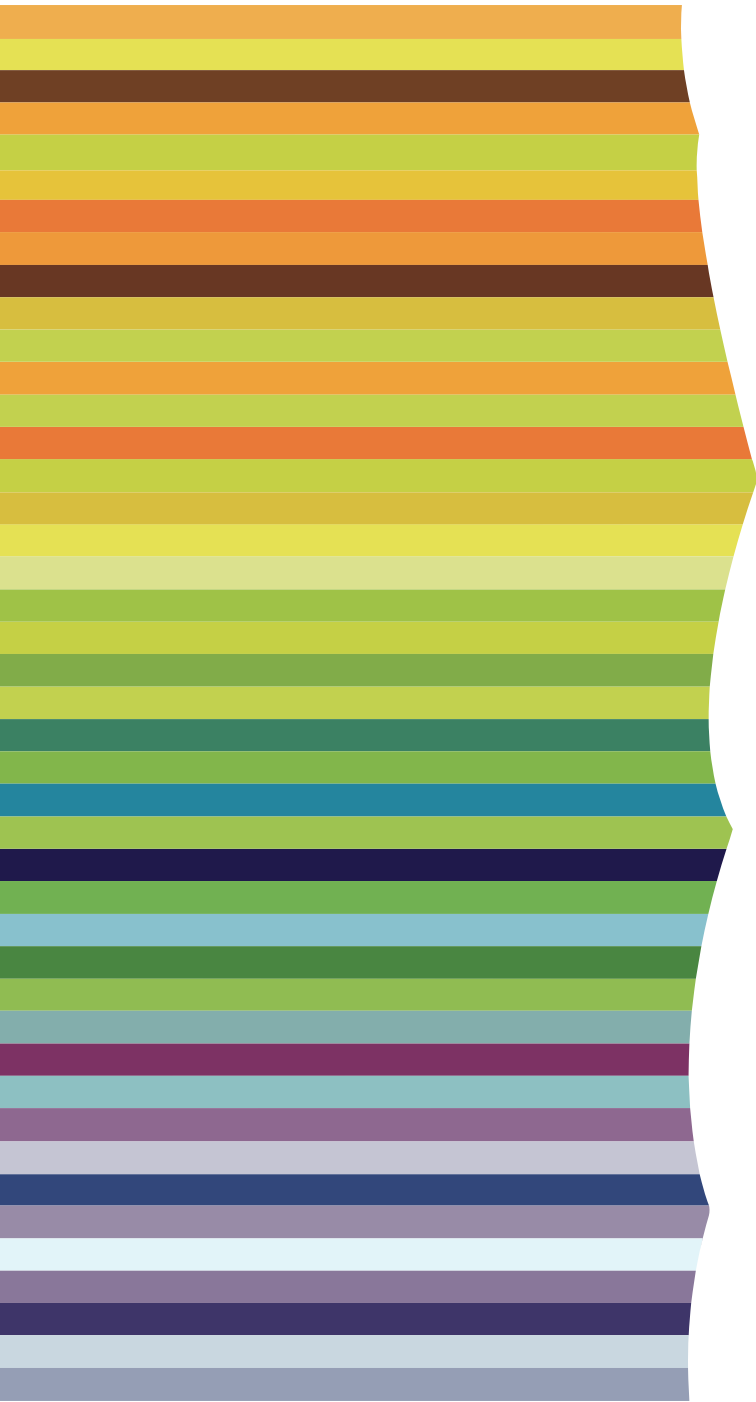


# INICIATIVAS Y SUGERENCIAS PARA LA ACTIVIDAD ENOTURÍSTICA DURANTE Y POST COVID-19

Recopilación de acciones a nivel  
internacional por país

MAYO 2020





El presente documento ha sido desarrollado por Enoturismo Chile con el objetivo de apoyar al sector y empresarios locales relacionados con la actividad enoturística, en la incorporación de nuevas formas de comunicación y de relación con sus clientes en época de Covid-19. Para lo anterior, se realizó una revisión de variadas iniciativas internacionales en países con desarrollo enoturístico, tanto privadas como de entidades públicas, las que se ponen a disposición de nuestros colaboradores.

# BUENAS PRÁCTICAS A NIVEL GLOBAL



# EUROPA

1.

# PORTUGAL

## Impulso al mejoramiento de sección de venta de vinos en sitios web existentes

- » Las ventas de vino en línea en Portugal han aumentado considerablemente en las últimas semanas.
- » Actualización de carros de compra enfocada a la nueva demanda y a vender además de vinos, souvenirs de la tienda, y E-Tasting Kits.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

**José Maria da Fonseca** (Península de Setúbal) <https://jmf.pt/loja/>

**Ravasqueira** (Alentejo) <https://www.ravasqueira.com/loja/categoria-produto/vinhos/>

**Quinta dos Valles** (Algarve) <https://quintadosvales.ecwid.com/Wine-Packs-c34910697>

**Quinta do Gradil** (Lisboa) <https://www.loja.quintadogradil.wine/catalog>

**Quinta das Arcas** (Vinho Verde) <https://www.lojadaquinta.pt/pt/>

**Churchill's** (Douro) <https://churchills-port.com/shop/>

**Rocim** (Alentejo) [https://rocim.pt/produto-categoria/gift\\_shop/](https://rocim.pt/produto-categoria/gift_shop/)

## Nuevos sitios web especializados en la venta online

- » Web de las viñas enfocadas solamente a la venta online de todos sus productos: vinos, aceite, enoturismo, productos de la zona.
- » Realizadas por la contingencia

### MÁS INFORMACIÓN EN:

**ÚNICA** (Adega Cooperativa do Algarve) <https://unica-adega-algarve.lojasonlinectt.pt/catalog>

**Quinta da Tôr** (Algarve) <http://www.quintador.com/en/encomendas-orcamentos/>

**Cartuxa** (Alentejo) <https://loja.cartuxa.pt/categories>

**Tapada do Chaves** (Alentejo) <http://www.tapadadochaves.pt/categoria-produto/products/?v=35357b9c8fe4>

**Vinos Pico** (Azores) <https://www.picowines.com/vinhos/brancos/#sliderView>

**Manzwine** (Lisboa) [http://manzwine.com/manzwine\\_emsuacasa/](http://manzwine.com/manzwine_emsuacasa/)

**Herdade dos Templários** (Tejo) <https://www.herdadedostemplarios.pt/category/vouchers-de-oferta>

**Herdade de Coelheiros** (Alentejo) <https://loja.coelheiros.pt/pt/>

## Otras iniciativas

- » Producción de litros de desinfectante para ser entregados a las unidades de salud en todo el país.
- » Participar en campañas de solidaridad en las que parte de las ventas de vino se destinan a instituciones como Cruz Roja o Red de Emergencia Alimentaria.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://antonio-macanita-winemaker.shopk.it>

<https://www.morgadodoquintao.pt/pt/loja>

<https://ervideira.pt/destaques/ajudar-nao-pode-parar/>

## Experiencias virtuales José Maria da Fonseca

- » Experiencias virtuales disponibles
- » Se selecciona la experiencia, se reciben los vinos y se programa el día.
- » Incluye degustación de 30 minutos en vivo dirigida por el productor exclusivamente para el cliente, envío gratuito de las botellas a domicilio, un sacacorchos y un cupón para visita privada presencial.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

José Maria da Fonseca <https://jmf.pt/loja/>

## Packs digitales de degustación en varias bodegas

- » Degustación virtual en forma de *kit* entregado a casa
- » El *kit* consta de las botellas de vino incluidas en la degustación, un video de la degustación relatada, un sacacorchos, hojas técnicas de vino y un cupón para una visita a la bodega para 2 personas

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://enoturismo.soalheiro.pt/inventory/a-conversa-com-o-enologo-luis-cerdeira>

[https://pt.symington.com/visit\\_online.php?id=3](https://pt.symington.com/visit_online.php?id=3)

## Degustación de vinos en vivo, sesiones educativas y talleres en redes sociales

### Algunos ejemplos de lo que están haciendo viñas y bodegas de Portugal:

- » *Symington Family Estates* filmó testimonios de los guías turísticos, que puso a disposición en las historias de Instagram.
- » Quinta Olival da Murta ofrece un recorrido virtual gratuito a los clientes que realizan compras superiores a 40 euros.
- » Churchill realizó catas virtuales con enólogos en vivo en Instagram, que ahora están disponibles en el canal de Churchill en You Tube.
- » Quinta do Gradil presenta una miniserie: **“Educación sobre el vino”**, que está disponible todos los lunes en las páginas de Facebook e Instagram de la marca.
- » Esporão realizó varios talleres en vivo en Instagram, con diferentes temas: gastronomía, vinos, aceites de oliva y cerveza artesanal.
- » Ravasqueira presenta en vivo en su Instagram todos los martes y jueves, a las 10 pm, el ítem **“Notas de Cata”**, con Vasco Rosa.
- » La bodega Mayor presenta **“Wine Expert Sessions”** todos los sábados a las 6 pm en sus redes sociales, con Bárbara Quiroga.
- » Aveleda, con su relacionadora pública, Francisca van Zeller, presenta todos los lunes, miércoles y viernes a las 7 pm, una entrada en vivo en Instagram **“Catas en casa”**. Todos los martes a las 4 pm se realiza un mini recorrido virtual en Quinta da Aveleda, en vivo en historias de Instagram.

## Iniciativas a nivel institucional

Algunas asociaciones e instituciones relacionadas con el vino han realizado distintas acciones para apoyar al sector, como por ejemplo:

- » La Comisión Regional Vitivinícola de Alentejo creó un portal en línea que reúne las tiendas/ventas en línea de todos los productores de la región <https://www.vinhosdoalentejo.pt/pt/vinhos/compre-o-seu-vinho-do-alentejo-online/>
- » La Comisión de Vinos de Setúbal, además de tener una tienda en línea disponible con los vinos de los productores, desarrolló la acción **“Tasted with Producers”**, que está disponible los martes y jueves en sus redes sociales. <http://rotavinhospsetubal.com/loja/>, <http://rotavinhospsetubal.com/experiencias>
- » Rota da Bairrada lanzó una comunicación, por video **“¡Hoy, más que nunca, es importante permanecer UNIDOS! ¡Portugal sabe que puede contar con Bairrada y, en Bairrada, sabemos que podemos contar con Portugal!”** [https://www.youtube.com/watch?v=jB8enn57azo&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=jB8enn57azo&feature=emb_logo). Las ventas en línea de vinos y productos de productores de la región también están disponibles. [https://loja.rotadabairrada.pt/produtos/produtos-regionais\\_pt\\_1\\_3](https://loja.rotadabairrada.pt/produtos/produtos-regionais_pt_1_3)
- » Vinhos do Tejo creó la campaña **“Vinhos do Tejo estamos en ON”**, que además de incluir en vivo en instagram los martes, jueves y sábados a las 7pm, también tiene venta de vinos en línea de todos los productores disponibles. <https://www.cvrtejo.pt/media/unidos-os-vinhos-do-tejo-estao-cada-vez-mais-online>
- » Turismo Centro de Portugal lanzó la campaña **“E-noturismo, Tour por Centro de Portugal Wines”**, una iniciativa para dar a conocer los vinos de las cinco regiones vinícolas de la región centro. <https://www.youtube.com/watch?v=h8NXAS4aEgq>
- » La Asociación Portuguesa de Municipios del Vino (AMPV) propone el ítem “Degustaciones 6/6”: todos los viernes a las 6 pm se realizan 6 degustaciones de vinos, en línea y en vivo, a través de la aplicación Zoom, con dos enólogos, dos invitados y un moderador. <http://ampv.pt/noticias/ampv-propoe-provas-de-vinho-online-e-em-direto-todas-as-sext/>



# ESPAÑA

## Campaña #TeMerecesUnRioja

- » Nuevo sitio web creado por la Junta Reguladora de Rioja
- » Promoción del destino Rioja y sus bodegas
- » Apoyo de venta online directo a viñas o en tiendas de vinos
- » Se sortean 15.000 visitas gratuitas a 70 bodegas de Rioja

### MAS INFORMACIÓN EN:

<https://www.temerecesunrioja.com>

## Enoturismo para Sanitarios - #EnoturismoParaSanitarios

- » **Visitas gratis en bodegas de España para personal sanitario y acompañante.**
  - » Inscripción a través de formulario.
  - » Se enviará listado de bodegas adheridas para que al finalizar la cuarentena puedan elegir un destino.
  - » La propuesta ha sido lanzada en Twitter por Carlos Águila, fundador de Guardian of Wine, desde Alella (Barcelona) y con esta idea ya se han involucrado otros profesionales del sector:
  - » La empresa Ocio Vital para gestionar los desplazamientos y las visitas.
  - » Los comunicadores que colaboran en la difusión:
    - Zoltan Nagy: escritor de vinos, columnista en diferentes medios digitales, hiperactivo en las redes sociales y miembro de la Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino (AEPEV).
    - Marta González: comunicadora y productora especializada en eventos gastronómicos desde hace más de 20 años
    - Ester Bachs: máster en Comunicación Empresarial y posee el *Advanced – Wine and Spirit Education Trust* (WSET).
    - La agencia de comunicación PCATS Comunicación en la gestión de medios.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<http://welcome.guardianofwine.com>

## Campaña en RRSS #YoSoyEnoturismodeEspaña

- » Campaña de HERMANAMIENTO entre Comunidades Autónomas a través de sus actores enoturísticos, haciéndose seguidores unos de otros en las redes sociales, con el fin de mostrarse apoyos, recomendaciones y prescripciones mutuas a través de retuits, “me gusta”, etc.
- » La Campaña tendrá una duración de siete meses y estará abierta a toda la cadena de valor enoturística española: bodegas, DOs, enoteles, museos, restauración, asociaciones, monumentos, intermediación turística, *stakeholders* y demás oferta de ocio relacionada con la cultura del vino, incluyendo, además, el enoturismo urbano.

## EnoGuías

- » Aplicación que podrá ser utilizada desde el *smartphone* del enoturista para visitar las instalaciones con narraciones, textos, fotos, videos, etc. en su propio dispositivo y sin necesidad de tener que ir con un grupo de personas o con el guía.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.vinetur.com/2020042360136/crean-una-aplicacion-para-hacer-enoturismo-individual-cuando-termine-el-confinamiento.html?platform=hootsuite>  
<https://apps.apple.com/es/app/enoguia/id897446490>

## Campaña No estáis solos

- » Bodegas Muga y Bodegas Arzuaga se unen en la iniciativa **‘No estáis solos’**, en apoyo a Cáritas (Adultos mayores) en estos momentos de coronavirus.
- » Premiarán con una visita enoturística cada donación que se realice en la plataforma destinada a este fin.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.noestaisolos.com>

## Enoturismo Virtual - Varias Bodegas

- » Recorridos virtuales por bodegas y viñedos

### MÁS INFORMACIÓN EN:

Grupo Matarromera <https://matarromera.es/grupo-matarromera-ofrece-visitas-virtuales-360o-traves-nueva-web/>

**Marqués de Riscal**, Rioja [http://www.360vista-studio.com/marquesderiscal360/bodegas\\_catedral.html](http://www.360vista-studio.com/marquesderiscal360/bodegas_catedral.html)

**Bodegas Murillo Viteri** <https://www.bodegasmurilloviteri.com/una-bodega-familiar/>

**Cavas Llopart**, Cava (Penedès) <https://www.llopart.com/es/tour-virtual/>

**Bodegas Cepa 21**, Ribera del Duero <https://www.cepa21.com/tour-virtual/>

**Marqués de Murrieta**, Rioja [https://www.marquesdemurrieta.com/bodegas-rioja/es/tour\\_murrieta/](https://www.marquesdemurrieta.com/bodegas-rioja/es/tour_murrieta/)

**Bodegas Emilio Moro**, Ribera del Duero <https://www.emiliomoro.com/tour-virtual/>

**Bodegas Barbadillo**, Jerez-Manzanilla <https://my.matterport.com/show/?m=y5tYrUVF9Zp>

## Programas Vinos y vivencias Instagram Live - Rutas del Vino de España

- » Las rutas del vino conectarán con su público, dando a conocer las bondades y los atractivos del enoturismo: vinos, paisajes, bodegas, pueblos, gentes, patrimonio, historia, naturaleza.
- » Sesiones "live" tomarán forma de tertulias o diálogos distendidos y desenfadados entre la figura del entrevistador / moderador, que será una persona allegada al mundo del enoturismo y las personas entrevistadas o colaboradores invitados propuestos por las rutas del vino, que serán sus presidentes, vocales o gerentes.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.instagram.com/rutasvinoespana/>  
[@rutasvinoespana](https://www.instagram.com/rutasvinoespana/)

## Ruta del Vino DO Empordà promociona la oferta enoturística de la Costa Brava

- » Programación de cuatro paseos por sus rincones más bonitos a través del perfil @empordawine de Instagram.
- » Presenta una serie de entrevistas en directo a protagonistas del mundo del vino en el Empordà.
- » La iniciativa persigue difundir la oferta enoturística del territorio mediante historias y curiosidades que se esconden detrás de la producción vitivinícola, dando a conocer los rostros de los protagonistas y mostrando los paisajes más emblemáticos.
- » La programación de paseos se mantendrá activa cada jueves hasta finales de julio para dar visibilidad a más lugares enoturísticos del Empordà.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.instagram.com/empordawine/>

## Protocolo de actuación en empresas turísticas postcrisis coronavirus - Junta de Castilla y León

- » Sesiones formativas en la que un profesional experto del sector sanitario dio las pautas y protocolos de actuación a seguir en el sector turístico.
- » Ana Isabel García Onieva, destacada neumóloga que ejerce en el Hospital Clínico Universitario de Valladolid y Miembro de la Sociedad Española de aparato respiratorio (SEPAR) brindó pautas para la vuelta a la actividad del enoturismo recuperando la confianza de la demanda y del personal.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/informaciones/webinar-protocolo-actuacion-empresas-turisticas-post-crisis>

## Acciones y medidas recomendadas por la AEE - Asociación Española de Enoturismo

En Comunicación / promoción

- » Para mantenerse vivos hay que dar señales de ello: si no comunicamos, nadie sabrá sobre nosotros. En momentos como este, los enoturistas están deseando saber en qué estamos trabajando para sorprenderles.
- » La herramienta está en el entorno digital. Se ha de trabajar *online* en la estimulación del encanto a la vuelta de la vivencia presencial: *website contents*, *apps*, *e-commerce*, campañas 'amigables' de e-mail y redes sociales.
- » En Productos / comercialización
- » Visitas y degustaciones enogastronómicas virtuales.
- » En Formación / profesionalización
- » Generar formatos *online* de capacitación.

### MÁS INFORMACIÓN EN

<https://www.enoturismodeespaña.es/web/index.php>

# FRANCIA

## Recorridos virtuales de 360 grados

### MÁS INFORMACIÓN EN:

Découvrez la Champagne à 360°

<https://www.champagne.fr/en/discovering-champagne-region/unesco/360-champagne-unesco>

[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=16&v=F6nDsCziTdg&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?time_continue=16&v=F6nDsCziTdg&feature=emb_title)

Virtual tour Bordeaux 360° <https://www.bordeaux-tourism.co.uk/Discover-Bordeaux/Virtual-tour-Bordeaux-360>

## Subasta de vino francés para ayudar al personal de atención del Covid-19

- » Subasta de vinos franceses de alta gama a través de sitio web especializado
- » El dinero recaudado se destinará a la organización benéfica médica **“Protège Ton Soignant”**, que ayuda al personal de atención médica.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.idealwine.com>

## Sección de material audiovisual para ver en cuarentena en sitios web de promoción de destinos

- » Videos de rutas y atractivos turísticos
- » Material descargable para niños
- » Eventos online

### MÁS INFORMACIÓN EN:

Agencia de Desarrollo Turístico de Nièvre <https://www.nievre-tourisme.com/evadez-nievre-canape-restezchezvous/>

Agencia de Desarrollo Turístico de Yonne <https://www.tourisme-yonne.com/le-mag/>

# ITALIA

## Proyecto "Valore Gavi" - Consorcio para la Protección de DOC Gavi.

- » Proyecto de promoción de la marca y del territorio Gavi para crear valor económico y social para los productores y la comunidad de los 11 municipios de la DO.
- » Promover profesionalmente las diferentes experiencias que lo caracterizan, desde el enoturismo hasta las compras, desde el patrimonio cultural hasta los senderos naturales, gracias al acuerdo con un operador turístico que opera a nivel nacional e internacional.
- » También se está llevando a cabo una encuesta entre productores de vino y servicios de turismo (restaurantes, hoteles y B & B) con el objetivo de crear ofertas turísticas específicas y experimentales, dedicadas tanto al área de captación procedente de las áreas milanesa, ligure y piamontesa como a los más de seis millones de visitantes anuales del *Outlet Serravalle*.
- » Para complementar la acción de promoción territorial, se lanzará un plan multimedia (video + web + redes sociales) dirigido al público, operadores y winelovers del sector, para apoyar a los productores en la promoción de DOC Gavi.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://consorziogavi.com/index.php/it/news/216-valore-gavi-contro-gli-effetti-del-coronavirus>

## Propuestas Asociación Nacional de Ciudades del Vino

- » Reducción de impuestos a la actividad enoturística
- » Campaña #iobevoitaliano (Yo bebo italiano) en Facebook e Instagram, de incentivo al comercio local, invita a los italianos a compartir fotos de los vinos que están bebiendo en cuarentena.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<http://www.cittadelvino.it/articolo.php?id=NDkwNw==>

# REINO UNIDO

## Shop Local

- » Listado en sitio web de todas las viñas que tienen venta *online* y su enlace para compra
- » Filtros por viña o por lugar donde comprar de acuerdo a ubicación

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.winegb.co.uk/vineyards-with-offers/>

## Weekly English and Welsh Wine 'Socials' - Actividades semanales programadas online y RRSS

- » Evento semanal con foco en regiones vitivinícolas
- » El enólogo de Black Chalk, Jacob Leadley, llevó a la nación a unirse a la mayor cata colectiva en línea de vinos ingleses y galeses en #theBIGenglishwinegoodfriday
- » Cada viernes se destaca una de nuestras regiones vinícolas. Esto incluye invitar a un productor representativo de la región.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

Instagram, Twitter, Facebook, Youtube #EnglishWineNight #WelshWineNight #theBIGenglishwinegoodfriday

<https://www.winegb.co.uk/visitors/winefriday/>

[https://www.winegb.co.uk/wp-content/uploads/2020/04/English-and-Welsh-Wine-Nights\\_Final.pdf](https://www.winegb.co.uk/wp-content/uploads/2020/04/English-and-Welsh-Wine-Nights_Final.pdf)

## Virtual wine tasting workshops (talleres de catas virtuales)

- » Tres opciones de compra de tíquets o paquetes.
- » Se entrega a domicilio con 72 horas, vino y acompañamientos para la degustación.
- » Un experto en un horario y fecha predefinida realiza la clase.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.thewineworkshop.club>

# NORTEAMÉRICA

2.



# CANADÁ

## Informe “Estimación del impacto potencial de COVID-19 en BC Wine and Tourism”

- » Análisis que busca cuantificar el posible daño a estos sectores, en términos del sustento de las personas y en términos de pérdida de actividad económica.
- » Realizado para la Columbia Británica y para la región de Thompson-Okanagan.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://winedrops.ca/commentary/2020/4/2/estimating-potential-covid-19-impacts-on-bc-wine-amp-tourism>



## Covid-19 Update, Instituto del Vino de British Columbia

- » Compilación de enlaces a fuentes oficiales y confiables que proporcionan actualizaciones periódicas sobre la situación actual de COVID-19 y proporcionan información específica de la industria del vino.
- » Enlace con gráficas educativas descargables para redes sociales de consumo responsable.
- » Información de webinars con temáticas en respuesta al Covid-19.
- » Encuestas para colaboradores.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://winebc.com/industry/coronavirus-covid-19-updates/>

## Plan de respuesta Covid-19, Kelowna and the Central Okanagan

- » Información actualizada acerca de situación de Covid-19 y actividad turística

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.tourismkelowna.com/coronavirus-update/>

[https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/v1/clients/kelowna/TK\\_COVID\\_19\\_ResponsePlanUpdate\\_Apr2020\\_aa78bd18-fa4d-4abd-b99e-62ded716155c.pdf](https://assets.simpleviewinc.com/simpleview/image/upload/v1/clients/kelowna/TK_COVID_19_ResponsePlanUpdate_Apr2020_aa78bd18-fa4d-4abd-b99e-62ded716155c.pdf)

# ESTADOS UNIDOS

## Catas virtuales - Bodegas varias

- » Por un precio fijo, se incluye despacho de vinos a domicilio y videollamada de representante de la viña, enólogo o dueño con vista a los viñedos.
- » También se organizan catas grupales para amigos que compran el mismo tíquet de vinos.
- » Degustaciones virtuales semanales en horario fijo por Facebook Live

## Rutas y valles generan y difunden calendarios de experiencias virtuales y ofertas especiales de las viñas asociadas

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.wallawallawine.com/event/virtual-experiences/>

<https://willamettewines.com/wvcommunity-virtual-tastings/>

<https://pasorobleswineries.net/purchase-wine-online-special-offers/>

<https://sonomavalleywine.com/sonoma-valley-virtual-tastings/>

<https://napavintners.com/events/>

## Tour virtuales - Distintas bodegas

Matanzas Creek Winery <https://www.matanzascreek.com/virtual-tour>

Chateau Montelena Winery <https://montelena.com/visit/virtual-tour>

Kendall-Jackson Wine Estate & Gardens <https://www.kj.com/virtual-tour>

Louis M. Martini Winery <https://www.louismartini.com/visit-the-winery/virtual-tour>

Explore Archery Summit Vineyard in 360° Video <https://www.youtube.com/watch?v=cy0gJZnxc9c>

14 Hands 360 Winery Tour <https://www.youtube.com/watch?v=20326QIAnWA>

## Subastas de vino en beneficio de trabajadores de restaurantes y sector hospitalidad

- » Rieslingfeier #WineLoversAgainstCorona - <https://rieslingfeier.com/charity-auction>
- » Wine Country for Restaurants #86LostWages - <https://www.86lostwages.org>
- » Zachys: Rare Wines from the Cellars of Gramercy Tavern, The Modern, Union Square Cafe, Maialino & Marta - <https://auction.zachys.com/catalog.aspx?auctionid=64>
- » Acker Merrall for the United Sommeliers Foundation - <https://www.unitedsommeliersfoundation.org/auction>
- » Les Vins de Bordeaux Leur Disent Merci—the Wines of Bordeaux Say Thank You - <https://www.lesvinsdebordeauxleurdisentmerci.com>
- » Relax with Sheep at Shafer Vineyards in Napa Valley -Video de 6 horas en 4K [https://www.youtube.com/watch?v=UrKkchV00As&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=UrKkchV00As&feature=emb_title)

## Encuesta online Asociación Nacional de Bodegas Estadounidenses WineAmerica

- » 727 bodegas en 45 estados
- » Duración de un mes (del 15 de marzo al 15 de abril)
- » Encuesta de impactos en la producción, el empleo, el turismo, las ventas, el impacto financiero total y acciones gubernamentales.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://wineamerica.org/news/covid-19-winery-impact-challenges-and-innovations/>

# OCEANÍA

3.

# AUSTRALIA

## Cellardoor Challenge

- » Ayudar a promover y apoyar a bodegas durante el brote de Coronavirus.
- » La misión es promover más de 500 bodegas y 1000 vinos en 180 días.
- » Se anima a los participantes a explicar su vino favorito y desafiar a tres amigos a hacer lo mismo. Luego publicar video o foto en RRSS

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://cellardoorchallenge.com>

<https://www.facebook.com/cellardoorchallenge/?fref=mentions>

[https://www.instagram.com/cellardoorchallenge/?utm\\_source=ig\\_embed](https://www.instagram.com/cellardoorchallenge/?utm_source=ig_embed)



## Iniciativas - Bodegas varias

- » Printhe Wines in Orange ofrece entrega gratuita a domicilio a sus clientes locales para pedidos de seis botellas o más.
- » Mandoon Estate ha facilitado un espacio de 1,5 metros entre las mesas, ha aumentado la desinfección para todas las superficies y áreas de contacto frecuente, y ofrece una política de cancelación flexible.
- » Edenmae Estate permanece abierto para el servicio del vino por botella en el lugar (sin degustaciones ni refrigerios) con un horario comercial reducido, pagos rápidos en lugar de efectivo, protocolos de distanciamiento social y estándares de higiene mejorados.
- » Las sesiones de degustación virtual van en aumento, se promocionan en redes sociales y se ven a través del sitio web, Zoom (o similar) y YouTube.

## 15 Consejos para recepción de visitantes en bodegas de Australia

1. ¡Comunícate con tus clientes! Asegúrale a la gente que, como empresa, están tomando las medidas necesarias para mantener a su equipo seguro y que su empresa operará en el futuro. Demuéstrale a la gente que te importa. Adopte una voz de marca auténtica, haciéndola personal y evitando hablar en lenguaje corporativo.
2. Manténgase informado de los hechos en todo momento. Puede encontrar información actualizada del gobierno australiano aquí: <https://www.health.gov.au>
3. Actualice sus canales de redes sociales y su sitio web para mantener informados a los visitantes y clientes sobre sus horarios y experiencias. Considere la posibilidad de introducir Live Chat en su sitio web y Facebook.
4. Cree un área de recepción donde los visitantes puedan ser recibidos con una cálida bienvenida y una explicación de las experiencias disponibles y su política actual con respecto al mantenimiento de la higiene y el distanciamiento social. Es posible que deba reconsiderar si se pueden realizar recorridos. Si bien (por razones de privacidad) no debe solicitar información de salud directamente a las personas, es completamente razonable exponer los requisitos de ingreso y solicitar a los visitantes que se registren con su nombre y datos de contacto. EJEMPLO: “Bienvenido a XXX, hoy estamos ofreciendo (descripción de las opciones / experiencias de degustación). A la luz de la crisis actual, somos muy conscientes de la salud y el bienestar de nuestro personal y visitantes y solo podemos ofrecer degustaciones a aquellos que no han experimentado ningún síntoma de Covid-19, no han estado en el extranjero en el último mes y no han tenido contacto a través del trabajo o la familia con un paciente confirmado de Covid-19. Si ninguna de esas restricciones se aplica a usted, le invitamos a registrarse a través de nuestro libro de visitas y disfrutar nuestros servicios”.
5. Mantener un libro de visitas. Un registro de visitantes le permitirá proporcionar información a las autoridades en el caso extremo de exposición a Covid-19, y también ofrece la oportunidad de expandir su base de datos (el permiso expreso de los invitados se puede incluir en sus términos de entrada por escrito).
6. Limpio, limpio y más limpio. Formule y promueva una política de limpieza e higiene, y asegúrese de que se cumpla. No confíe en toallitas antibacterianas o detergentes básicos. Se recomienda una solución desinfectante recién hecha para todas las áreas de superficie expuestas, manijas de puertas, etc.
7. A medida que las personas eligen distanciarse socialmente y autoaislarse, aproveche la audiencia masiva y cautiva online desarrollando formas innovadoras de participación, tal vez a través de degustaciones virtuales por videoconferencias o Facebook Live. Deje que su personal brille, animándolos a organizar degustaciones de sus vinos favoritos (de su portafolio, por supuesto).
8. Si proporciona alimentos, piense en cómo puede hacerlo de manera diferente en un intento por reducir el contacto humano. Un concesionario de automóviles de Adelaida está utilizando a un barista capacitado para preparar café para los clientes que esperan que sus autos sean atendidos, en lugar de permitir el autoservicio. Separe las mesas y sillas de acuerdo con las pautas actuales para hoteles <http://health.gov.au>
9. Elimine el manejo de efectivo y solo acepte tarjetas de uso inmediato. Desinfecte el teclado periódicamente según su política de limpieza actualizada. ¡Y haga lo mismo con tu teléfono móvil!

10. Aproveche esta oportunidad para aumentar su capacidad de venta directa a través de su tienda y club online. Comunique ofertas e incentivos especiales para atraer nuevos negocios; el despacho gratuito es obvio. Pruebe su tienda online y su club de vinos para asegurarse de que no tengan fallas y use las redes sociales para aumentar el conocimiento de la marca y generar ventas. Ofrezca tarjetas de regalo (a través del sitio web / teléfono / redes sociales) y promociónelas como futuros regalos de cumpleaños / aniversario.
11. **¡Sea creativo!** Desarrolle combinaciones de entretenimiento para acompañar sus vinos: listas de reproducción, películas, juegos de mesa, podcasts; sus clientes y miembros estarán agradecidos por la distracción.
12. Use el tiempo de inactividad para hacer una lluvia de ideas sobre las ofertas de experiencia turística que pueden promoverse cuando las personas vuelvan a viajar.
13. **Controle sus canales de redes sociales y grupos locales de Facebook.** Una bodega / restaurante del sur de Australia entró en “control de daños” después de una publicación de FB de un local que afirmó que el negocio estaba cerrado debido a una situación de contacto del personal con el coronavirus. La publicación se volvió viral en siete minutos. Consciente de que no existía tal situación, una rápida investigación realizada por el ágil gerente reveló que la fuente de la publicación era un rumor de pasillo de un supermercado. La publicación se eliminó rápidamente, pero, sin detectarla, tenía el potencial de crear graves daños a la marca.
14. **Mejore su equipo.** Formule un plan de capacitación y realice capacitación interna y online para gerentes y personal de primera línea.
15. **¡La gente todavía necesita vino!** Sea como Howard Vineyard y ofrezca un servicio de autoservicio con descuento en la puerta de la bodega.

# NUEVA ZELANDA

## Protocolos de seguridad estrictos

- » Las bodegas con más de 20 empleados necesitan un “Manager COVID-19”.
- » Los trabajadores deben demostrar a través de fotografías que están viviendo aislados.
- » Los tiempos de inicio y finalización, así como los descansos, se intercalan para garantizar que las personas no se crucen.
- » Trabajo en “pequeñas burbujas”, comunicación limitada a llamadas telefónicas y compartir fotos, turnándose para trabajar en diferentes viñedos.

## Consejos prácticos para viñedos y bodegas

- » Información de medidas Covid-19
- » Niveles de alerta y su significado para la industria vitivinícola
- » Equipo de respuesta de la industria del vino al Covid-19 New Zealand Winegrowers

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.nzwine.com/en/covid19/>

<https://www.nzwine.com/media/15867/what-do-the-alert-levels-mean-for-winegrowers.pdf>

<https://www.nzwine.com/media/15664/guidelines-for-winegrowers-operating-as-an-essential-business-v3-9-april-2020.pdf>





# ÁFRICA

4.

# SUDÁFRICA

## South African wineries - Preguntas y respuestas COVID-19: Enoturismo

- » Publicación de preguntas y respuestas frecuentes acerca de medidas de las viñas y bodegas frente al Covid-19
- » Difusión de medidas de protección e higiene de las viñas y bodegas

**MÁS INFORMACIÓN EN:**

<https://www.wineland.co.za/covid-19-qa-wine-tourism/>

## The Pinotage '30 Seconds' Lockdown Challenge

- » Desafío en RRSS con videos de 30 segundos
- » Clips diarios de enólogos / escritores en las plataformas de redes sociales de Pinotage. En estos videos, se pidió a los enólogos que describieran cinco palabras de una tarjeta y los usuarios están invitados a adivinar estas palabras.

**MÁS INFORMACIÓN EN:**

<https://www.pinotage.co.za/2020/04/21/pinotage-30-seconds-lockdown-social-media-challenge-launched/>  
[www.instagram.com/pinotagewines](https://www.instagram.com/pinotagewines)

## Clase magistral del Black Cellar Club a través de Zoom y Facebook Live

**MÁS INFORMACIÓN EN:**

<https://www.facebook.com/BLACCSA/>

# AMÉRICA DEL SUR

5.

# ARGENTINA

## Guía para la elaboración de propuestas públicas y privadas - Asociación Ad Hoc de Turismo del Vino de la Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR)

- » **Protocolos de acción y prevención:** En lo urgente y prioritario, los actores del sector definieron como importante la elaboración de una serie de normas y protocolos de acción para empresas que contemple a toda la cadena de prestadores de servicios.
- » **Guía de acción a aplicar en el futuro cercano en caso de turistas que provengan de países denominados de riesgo,** con el lógico daño a la imagen del turismo que puede generar en la comunidad anfitriona, provocando una gran aversión a este tipo de actividad.
- » **Dar garantías de no contagio** a través de la implementación de estrictas normas de higiene y seguridad en toda la cadena de prestaciones.
- » **Asistencia financiera:** En lo urgente, se planteó la necesidad instrumentos que permitan hacerle frente al problema financiero que deberá afrontar todo el sector, hoy paralizado completamente por la cuarentena. Se necesitan medidas económicas, impositivas y de asistencia para ayudar a las empresas a atravesar la crisis, sostener la cadena de pagos y mantener las fuentes de trabajo.
- » **Cooperación:** El sector privado y todo el ecosistema turístico deben generar propuestas de integración, a través de mesas de diálogo y el intercambio de ideas para la colaboración entre transportistas, operadores turísticos, bodegas, hoteles y otros prestadores de servicios.
- » **Trabajar en una marca país:** Se propuso aportar esfuerzos para el diseño y promoción de la Marca Argentina (Tierra) de Vinos, para mantener viva la imagen país en la mente del consumidor tanto nacional como internacional.
- » **Recuperación de mercados:** La etapa de reactivación, a partir del relajamiento y fin de la cuarentena va a estar de la mano del mercado nacional, es decir turistas nacionales que se vuelcan en visitar Argentina, e incluso los propios habitantes que realizarán actividades en la misma provincia. Entonces, se propone elaborar productos orientados a este mercado en la etapa temprana al fin de la cuarentena. Enfocarse en el desarrollo del turismo regional. Al mismo tiempo, en paralelo, se pueden ir diseñando productos para los otros segmentos o mercados regionales o internacionales, lo que corresponde a una eventual segunda o tercera etapa de recuperación.
- » **Big data:** Una interesante propuesta tenía relación con el aprovechamiento del aislamiento y el hecho de que la gente (técnicos de empresas y profesionales del turismo) se encuentran en casa con acceso a redes, para investigar y conocer al turista

post Covid-19. Actuando en conjunto como sector, se pueden orientar y potenciar investigaciones sobre preferencias y motivaciones de viajes en contexto de postpandemia.

- » **Comercio electrónico:** Si de algo podemos estar seguros, advierten desde el enoturismo, es que la comunicación, innovación y comercialización a través de las pantallas llegó para quedarse. La pandemia del coronavirus aceleró el proceso de investigación y consultas en la web, por lo que en el corto plazo habrá que pensar en modelos de comercialización de productos y servicios turísticos vinculados al vino.

**MÁS INFORMACIÓN EN:**

<http://coviar.com.ar/aportes-y-propuestas-del-enoturismo-para-enfrentar-la-crisis-del-covid19/>

## Consulta Nacional de Turismo del Vino

- » Consulta nacional abierta y participativa con el fin de indagar en los consumidores en el actual contexto de pandemia, sobre sus gustos y preferencias a la hora de visitar bodegas en sus respectivas provincias.
- » El objetivo es conocer las inquietudes, posibilidades y gustos de quienes disfrutaban del enoturismo para pensar la oferta que se viene y desarrollar productos acordes al nuevo contexto que se abre a partir de la relajación de la cuarentena una vez que se logre alcanzar.

**MÁS INFORMACIÓN EN:**

<http://coviar.com.ar/efecto-covid19-consulta-nacional-de-turismo-del-vino/>

## Tour Virtual 3D por los Caminos del Vino

- » Campaña **#CórdobaDesdeTuCasa**
- » Dar un paseo por viñedos y bodegas de Córdoba a través de un Recorrido Virtual 3D.

**MÁS INFORMACIÓN EN:**

<https://www.cordobaturismo.gov.ar/experiencia/tours-virtuales-por-los-caminos-del-vino/>

# CHILE

## Protocolo de Actuación para minimizar la Transmisión de Covid-19 en el Sector Turismo

- » Guía de buenas prácticas para establecimientos de Turísticos de Chile – SST
- » Infografía: Protocolo de actuación para minimizar la transmisión del Covid-19 en el sector turismo
- » Preguntas frecuentes

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<http://www.subturismo.gob.cl/covid-19/>

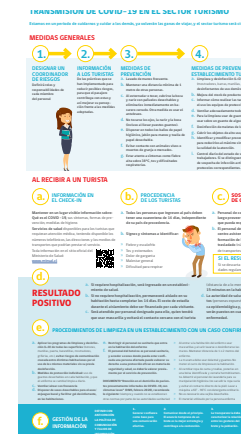
## Activa Turismo Online - Charlas para el sector turismo

- » Espacio virtual que busca conectar al sector mediante espacios de información relevante, charlas de especialistas e instancias de reflexión conjunta de cara a la reactivación que deberá enfrentar la industria.
- » El turismo Enogastronómico postcovid - David Mora, consultor y fundador de Emoturismo y coordinador del Master de Turismo Gastronómico del *Basque Culinary Center*.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.sernatur.cl/activaturismo/>

<https://vimeo.com/413755571/baa32d2387>



## Iniciativas Enoturismo Chile

- » Preparación documento recomendaciones COVID-19 para visitas a viñas y bodegas de Chile
- » Lanzamiento de Curso *online* Guía de Turismo con especialidad en Enoturismo
- » Ciclo de EnoWebinars con temas relevantes para el enoturismo en Chile
- » Sistema Enoticket como apoyo a mejorar el canal de venta online de las viñas de Chile

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.enoturismochile.cl/>

<https://www.enoturismochile.cl/capacitaciones/>

<https://twitter.com/ChileEnoturismo>

<https://www.instagram.com/enoturismochile/>

<https://www.facebook.com/EnoturismoenChile/>

<https://www.linkedin.com/company/enoturismo-chile/>

## Valle de Cachapoal: Enoturismo para profesionales de la salud

- » Ruta y Vinos Cachapoal A.G ofrece visitas gratis en ocho viñas de Cachapoal a profesionales del Hospital regional de Rancagua.
- » Cuando se levante la emergencia sanitaria que atraviesa el país, ocho viñas del Cachapoal ofrecerán durante un período de seis meses tours dentro de bodegas y catas guiadas.
- » Instagram: Rutayvinoscachapoal
- » Facebook: Ruta y Vinos Cachapoal.

## Viña Armidita y producción de alcohol

- » Viña Armidita produce alcohol desinfectante

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.wip.cl/noticias/ejemplo-de-resiliencia-vina-armidita-vende-su-alcohol-etilico/>

## Viña Garcés Silva #vinoXellos, la campaña que te invita a apoyar a los restaurantes en tiempos de pandemia

- » Los clientes que adquieran vinos desde el e-commerce de viña podrán elegir a qué restaurante adherido destinar el 25% de la compra. El aporte irá directamente al equipo (garzones y runners).
- » Al terminar la campaña, que se extenderá entre el 20 de abril y el 20 de mayo, la viña entregará directamente el monto acumulado a cada restaurante, según la elección de los usuarios.
- » Hoy existen 19 establecimientos que se han sumado a la iniciativa.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://tiendavgs.cl/vino-x-ellos>



## Iniciativas Vinos de Chile

- » Resumen para la acción coordinada de las viñas para enfrentar el coronavirus
- » Reportes WoC Covid-19
- » Campaña #VINOXELLOS

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.winesofchile.org/resumen-para-la-accion-coordinada-de-las-vinas-para-enfrentar-el-coronavirus/>

<https://www.winesofchile.org/reportes-woc-covid-19-5-de-mayo/>

<https://nosgustaelvino.cl>

## Iniciativas Nos gusta el Vino

- » Campaña #PideTuVino - Promociones y entrega a domicilio de viñas asociadas
- » Qué hacer hoy – calendario de actividades online, catas, tours virtuales, Instagram live, entre otros.

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://nosgustaelvino.cl/tendencias/pidetuvinovino/>

<https://www.facebook.com/nosgustaelvinoCL/>

<https://www.instagram.com/nosgustaelvinoCL/>





## Iniciativas MOVI

- » Promociones y ofertas especiales Quédate en Casa
- » Sesiones MOVI Instagram Live
- » Hablemos de Vinos Independientes

### MÁS INFORMACIÓN EN:

<https://www.instagram.com/movilatienda/>

<https://www.movilatienda.cl>





Enoturismo  
Chile



Av. Alonso de Córdova 5151, oficina 1203, Las Condes. Santiago  
Enoturismo Chile 2018 - Proyecto apoyado por Corfo  
[www.enoturismochile.cl](http://www.enoturismochile.cl)