

PLAN NACIONAL DE ENOGASTRONOMÍA

Maria Velasco González
Asesora SecretarÍA de Estado de Turismo
Ministerio de Industria, Comercio y Turismo
Gobierno de España

CONTEXTO

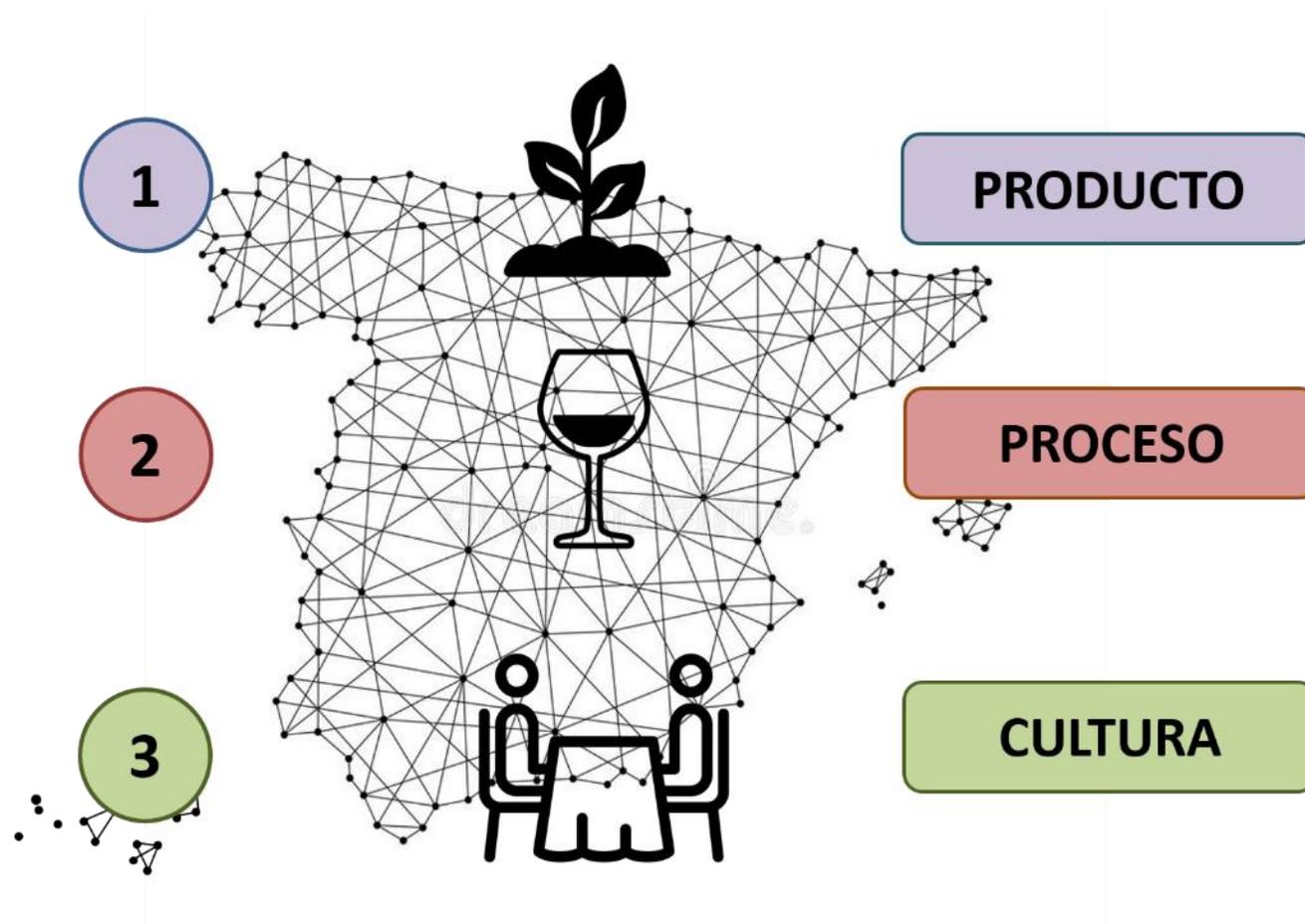
Componente 14 - Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia



PLAN NACIONAL DE ENOGASTRONOMÍA



DIMENSIONES



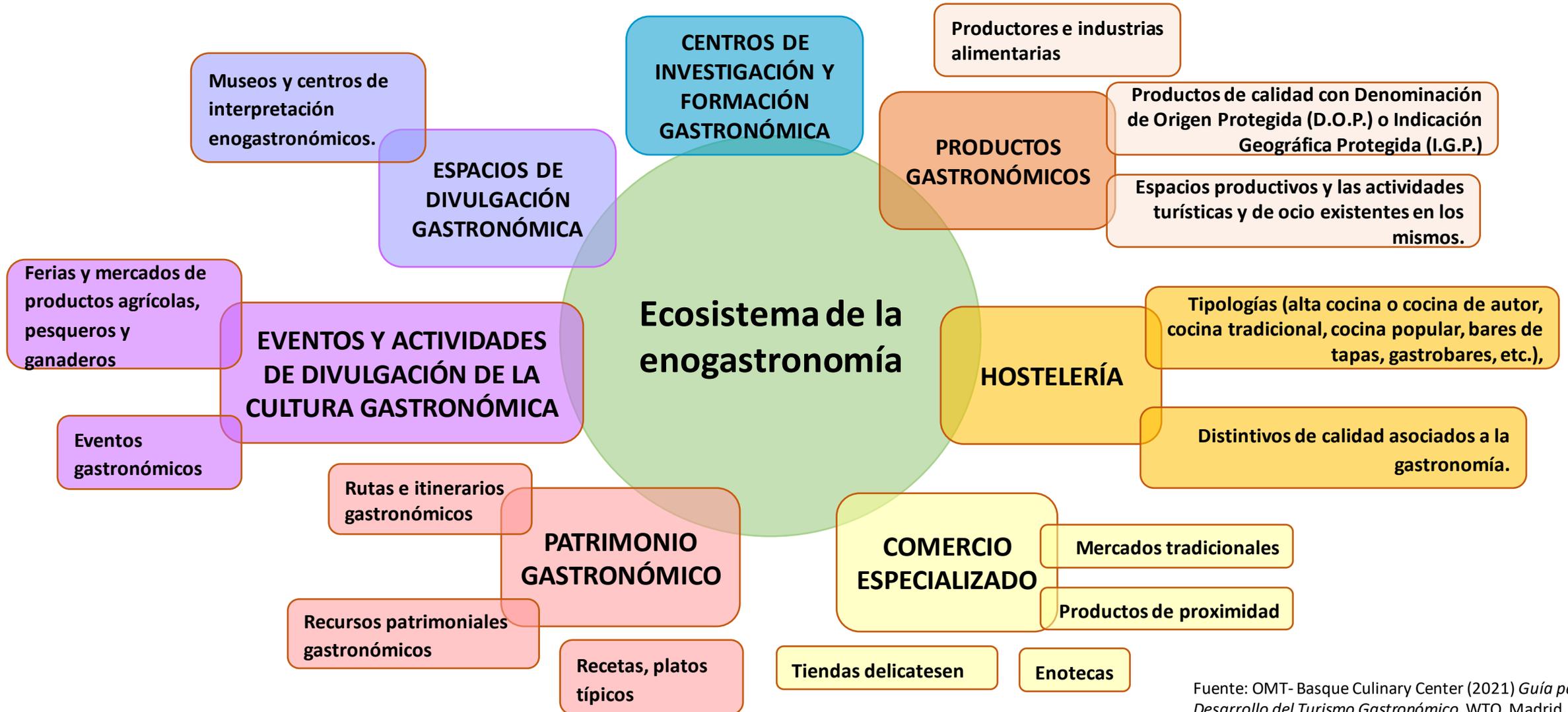
ENOGASTRONOMÍA

PLAN TURÍSTICO
NACIONAL

Plan de Recuperación,
Transformación y Resiliencia



CADENA DE VALOR



OBJETIVO

Potenciar los **destinos enogastronómicos** de nuestro país.

INSTRUMENTO

PLANES DE SOSTENIBILIDAD EN DESTINO.

ACCIONES

- | | |
|------------------------------------|--|
| TRANSICIÓN VERDE Y SOSTENIBLE | <ul style="list-style-type: none">- Recuperación de razas o variedades autóctonas o de recetas tradicionales- Actuaciones que aborden la reducción del desperdicio alimentario... |
| MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA | <ul style="list-style-type: none">- mejora de la eficiencia energética de la cadena de valor, reduciendo el consumo de recursos- Propuestas para el uso de combustibles sostenibles |
| TRANSICIÓN DIGITAL | <ul style="list-style-type: none">- Desarrollo de entornos inteligentes- Casos de uso para desarrollo de IA- Tecnología aplicada a la transición verde... |
| COMPETITIVIDAD | <ul style="list-style-type: none">- Mejora de programas y protocolos de seguridad e higiene en el turismo enogastronómico.- Desarrollar planes formativos en turismo gastronómico |

OBJETIVO

Generar experiencias de turismo gastronómico sostenibles y diversas

INSTRUMENTO

ESTRATEGIA *EXPERIENCIAS TURISMO ESPAÑA*

ACCIONES

REDES DE ACTORES

- Potenciar redes de actores que trabajen en una misma experiencia y que afecten al territorio de, al menos, 3 comunidades autónomas

TRANSICIÓN
VERDE

- Propuesta de iniciativas para reducir el desperdicio alimentario en el sector del turismo enogastronómico local
- Acciones de implantación de economía circular

TRANSICIÓN
DIGITAL

- Incentivar proyectos tecnológicos para la mejora del valor turístico de productos y espacios relacionados con el patrimonio gastronómico.
- Desarrollar indicadores basados en tecnología para la construcción de indicadores de gastronomía sostenible

COMPETITIVIDAD

- Desarrollar relatos auténticos de la gastronomía como experiencia.
- Diseño de un sistema de captación y selección de experiencias enogastronómicas singulares, conforme a un conjunto de indicadores y criterios previamente elaborados.

OBJETIVO

Profundizar en el uso de la Enogastronomía como mensaje básico de la promoción turística de España en el exterior

INSTRUMENTO

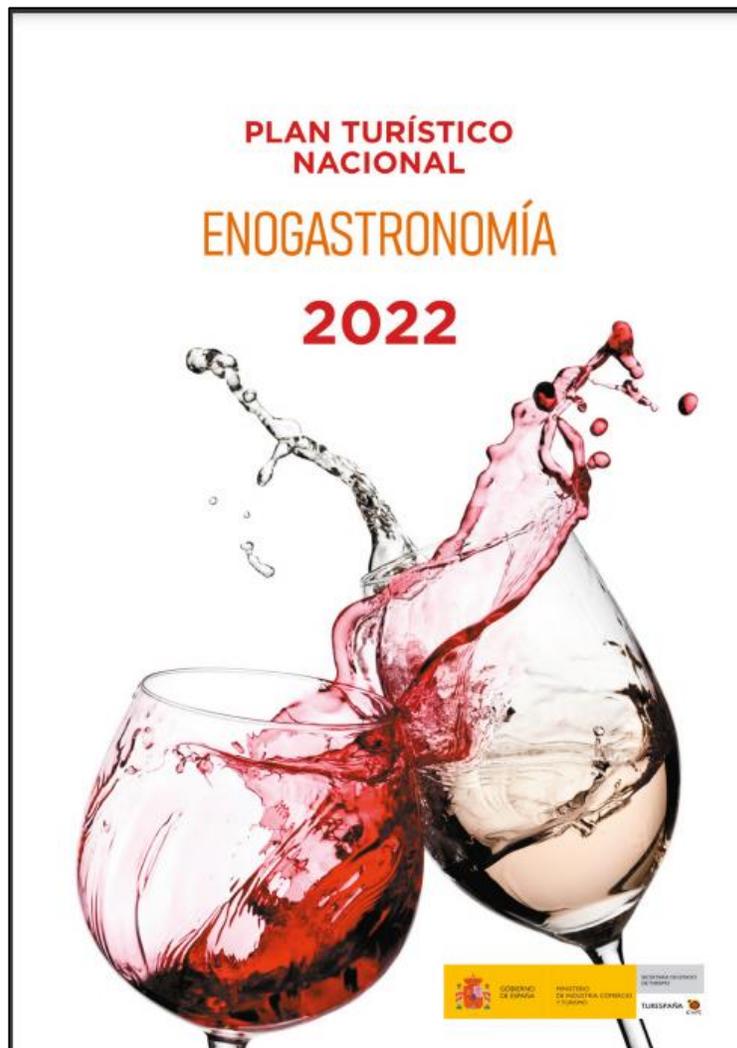
PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING DE TURESPAÑA 2021-2024

VALORES

- Atributo importante en la conformación de la imagen turística de España
- Importancia de la gastronomía en su objetivo de identificar y atraer a un turista más rentable, que contribuya a la sostenibilidad del destino
- Impacto positivo en la sostenibilidad social del turismo por la vertebración del territorio, al atraer turistas a zonas menos conocidas y ayudar a la diferenciación de los diversos destinos.

ESTRATEGIAS

- En todo el catálogo de herramientas: publicidad, imagen y comunicación; creación de contenidos de marca; acciones dirigidas al público local y acciones de apoyo a la comercialización.
- En unos casos como un contenido transversal y en otros con especificidad propia y exclusiva.



[Plan Nacional de Enogastronomía. Ministerio de
Industria, Comercio y Turismo](#)