

Moises Braverman, el primer Embajador de La Milla de Oro del Vino, ha sido el principal impulsor de este FAMTRIP tras su visita de hace dos años

Agencias de lujo mexicanas y Aeroméxico visitan la Milla de Oro del Vino / provincia de Valladolid

- **Agentes de viajes de lujo de México y directivos de Aeroméxico conocen in situ estos días el potencial de este importante recurso turístico vallisoletano tras haber duplicado sus ventas en el mercado azteca en el último año.**
- **La Milla de Oro del Vino se extiende por 40 kilómetros a lo largo del río Duero y aglutina la mayor cantidad de bodegas de alta calidad, monasterios, castillos medievales, restaurantes con Estrella Michelin y hoteles de 5 estrellas.**
- **En la actualidad, el turista mexicano ocupa el segundo lugar de los visitantes internacionales a la Milla de Oro del Vino / provincia de Valladolid, solo por detrás del mercado estadounidense.**

Ciudad de México - Valladolid, 31 de mayo de 2023.- Por segunda vez en los últimos tres años, un grupo de agencias de viajes de lujo mexicanas, acompañados por parte de la directiva de la compañía aérea Aeroméxico, han tenido la oportunidad de visitar los principales enclaves de la **marca de turismo Milla de Oro del Vino / provincia de Valladolid.**

De la mano de la Diputación de Valladolid y con la importante colaboración de restaurantes, hoteles, bodegas y agencias de viaje de la provincia, diez prescriptores del turismo y los eventos en México han podido vivir experiencias con directivos, chefs y trabajadores de todos los recursos turísticos de la zona.

Entre ellos se encuentra el impulsor de esta iniciativa de familiarización, Moises Braverman, propietario de Creative Travel, una de las más importantes agencias de viajes de lujo mexicanas, quien se convirtió en el primer Embajador de la Milla de Oro del Vino de la provincia de Valladolid en la presentación mundial de la marca enoturística, celebrada en Ciudad de México en octubre de 2021. Dos años después, enamorado de la zona y tras haber duplicado los viajes de turistas mexicanos de lujo, este directivo se ha traído a sus principales asesores de viajes a conocer "la mejor zona enoturística del mundo". También, les acompaña la responsable de agencias de viajes y eventos del Grupo Aeroméxico, quien se ha propuesto desarrollar la marca en el importante mercado mexicano.

De hecho, este viaje se enmarca en las acciones de promoción que Aeroméxico realiza en España de los nuevos vuelos que unen las ciudades mexicanas de Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey con Madrid, que el año pasado se elevaban a 20 conexiones semanales, y a partir del verano serán 28 vuelos semanales. Ello supone un importante tráfico semanal de viajeros que buscan nuevos destinos de excelencia turística. Además, dos de los vinos de La Milla de Oro del Vino se sirve en la clase premier de la compañía aérea.

La Milla de Oro del Vino / provincia de Valladolid

La Milla de Oro del Vino comprende un tramo de 40 kilómetros a lo largo del río Duero y está ubicada en la provincia de Valladolid, a una hora de Madrid en tren de alta velocidad (AVE). En esta zona histórica del Valle del Duero se encuentra la mayor concentración de bodegas de alta calidad de España, además de emblemáticos monasterios y castillos medievales.

Asimismo, cuenta con hoteles de 5 estrellas, algunos de ellos reconocidos entre los mejores de Europa, y con varios restaurantes con Estrellas Michelin y Repsol.

En este viaje de familiarización han participado activamente la Gastrobodega Martín Berasategui; el Museo del Vino de Peñafiel; el Taller de restauración de la Fundación Las Edades del Hombre; los hoteles: AC Palacio de Santa Ana, Le Domaine, Castilla Termal Monasterio de Valbuena; y las bodegas: Pago de Carraovejas, Matarromera, Protos, Dehesa de los Canónigos, Arzuaga e Yllera.

Iniciativa reconocida mundialmente

Esta iniciativa para la puesta en valor de la Marca Milla de Oro del Vino / Provincia de Valladolid ha supuesto que algunos restaurantes y hoteles de la zona consideren al turista mexicano como uno de los más deseados, llegando, en algunos casos, a triplicar el número de visitantes y la facturación respecto al año anterior.

Hay que recordar que el turista mexicano ocupa el segundo lugar entre los visitantes a esta zona de la provincia de Valladolid, solo por detrás del mercado estadounidense. Cabe destacar que el gasto turístico medio de este público objetivo se sitúa entre los 800 y 1000 euros diarios, frente a los 400 del turista español.

Por último, esta iniciativa ha sido considerada como caso de éxito de promoción enoturística a nivel mundial en el 43 Congreso de la Viña y el Vino celebrado en Baja California (México), el pasado mes de noviembre de 2022.