



MEMORIA DESCRIPTIVA

1. EL LUGAR
2. EL PROGRAMA
3. LA IDEACIÓN
4. LOS REFERENTES

"NADA HAY EN LA MENTE QUE NO HAYA ESTADO ANTES EN LOS SENTIDOS"

¿Cómo atraer al turista?

Una habitación con vistas, una cata de vinos, un paseo entre viñedos, una exposición, aire fresco...

Un centro enológico situado en este enclave debe potenciar y gestionar su riqueza vitivinícola. Ésta se relaciona con el turismo gastronómico, cultural (arquitectura, arte) y de salud y belleza.

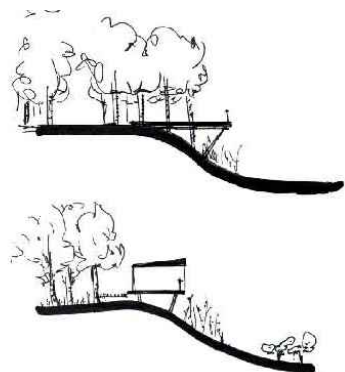
¿Qué ofrecer?

PAISAJE
descanso
CULTURA
Gastronomía

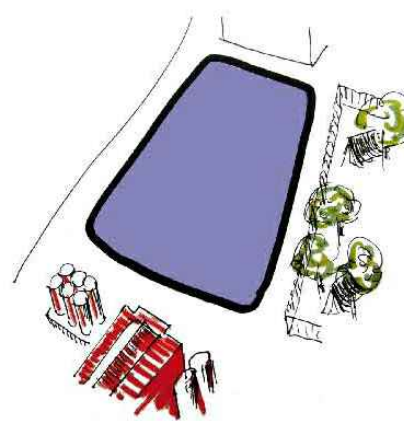
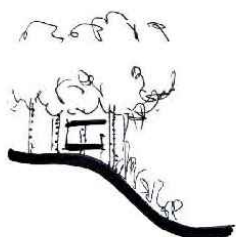
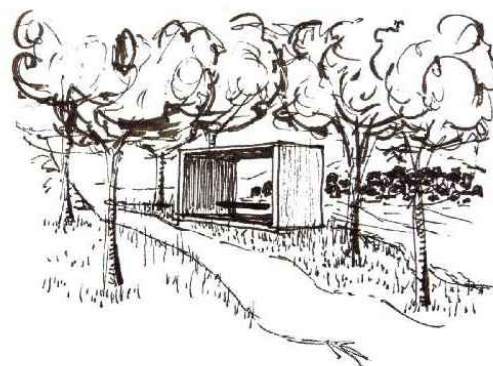
senderismo
NATURALEZA
fiestas del vino
visita a bodegas

¿A quién va dirigido?

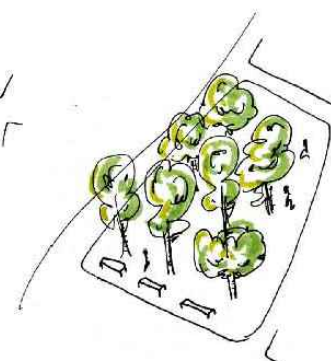
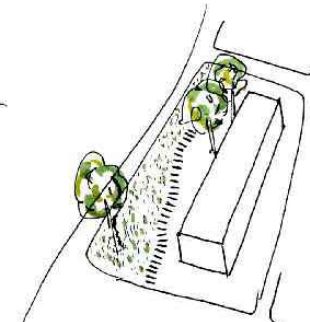
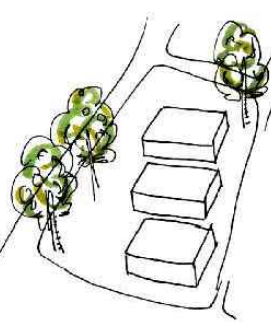
- Enoturista:
Diferentes grupos con edades comprendidas entre los 25 y los 55 años. Grupos de amigos (23- 35 años). Parejas sin hijos. Familias. Grupos de la 3ª edad.
Poder adquisitivo medio/medio-alto. Excursionistas.
Estacionalidad interanual e intersemanal elevada: fines de semana y agosto.



Pasear entre viñedos, un bosque de pinos y, de repente, un **Mirador** en el camino.



Una bodega, una trama incompleta, tres formas de ocupar la parcela.



ANÁLISIS PREVIO DE CONDICIONANTES