

L'oleoturisme s'adapta per arribar als turistes que cerquen natura, gastronomia i sostenibilitat

La Terra Alta ha acollit la tercera jornada d'iniciatives oleoturístiques de Catalunya amb una versió en línia on s'ha presentat un estudi que ha aportat dades sobre les preferències del turista que cerca natura, gastronomia i sostenibilitat.



La Terra Alta ha acollit aquest dimarts, amb una versió en línia, la tercera jornada d'iniciatives oleoturístiques de Catalunya. Els requisits per gestionar el risc de contagi dels visitants i per reactivar la seva oferta, en molts casos de manera virtual, són les adaptacions que ha compartit el sector. La situació derivada de la pandèmia pot ser una oportunitat per a l'oleoturisme davant un perfil de turista que busca experiències molt personalitzades, en destins sostenibles, de natura i covidfree.

En aquest marc, s'han presentat els resultats de l'enquesta feta per *TourisLab* on es preguntava sobre les preferències dels visitants i turistes per als pròxims mesos. De l'enquesta presentada per **David Estaller**, director de *TourisLab*, en destaquen les següents dades:

- Les dades són positives per al turisme oleícola, ja que més de la meitat dels enquestats



asseguren que escolliran Catalunya per les seves vacances i escapades.

- Les Terres de l'Ebre, Lleida i els Pirineus -destinacions de natura i sense aglomeracions- estan entre les destinacions més escollides.

- Més del 30% dels enquestats, preveuen viatjar pel país després de l'estiu, "i això suposa una oportunitat per desestacionalitzar l'oferta".

- Els viatgers prioritzen experiències i destins on es garanteixi la seguretat sobre el risc de contagi de la covid, "element que preocupa a 7 de cada 10 enquestats".

- El turista està buscant molt les destinacions on la pandèmia s'ha controlat i amb un ventall ampli d'oferta per a grups reduïts i experiències personalitzades.

- Els turistes cerquen noves experiències i contacte amb la natura i aquesta és una tendència que pot beneficiar el sector oleoturístic.

A partir d'aquí els experts consideren clau posicionar-se a les webs de promoció de les destinacions, les plataformes de reserva online i tenir molt en compte la tendència a l'alça del turisme d'autocaravana o el turisme gastronòmic. "La covid ha accelerat dinàmiques que ja es donaven abans. Entre els consumidors, com també apunta l'estudi, es valora el consum de proximitat i la sostenibilitat però la digitalització és un element clau per millorar i garantir la competitivitat de les empreses. Cal innovació en estructurar el producte turístic, com els tastos d'olis virtuals que s'han impulsat aquests mesos", ha destacat Esteller.

El director general de l'Agència Catalana de Turisme, **David Font**, ha explicat en les jornades, que han comptat amb més de 70 inscrits, que durant els mesos de confinament l'organisme s'ha centrat a definir "cap on van les noves tendències" del turista en el futur pròxim i trobar les eines per posicionar-hi el sector oleícola. "Sabem que som una destinació líder en molts aspectes, que el nostre atractiu per al turista local i internacional és molt gran, però també sabem que existiran canvis en els comportaments, en les maneres de descobrir casa nostra i canviarà l'element de la seguretat", ha remarcat. Per aquest motiu les jornades s'han centrat especialment en els requisits, protocols i les mesures per garantir i generar confiança als visitants que vulguin gaudir de les experiències oleoturístiques.