

Com és l'enoturista a Catalunya?

Un estudi elaborat per l'Agència Catalana de Turisme constata que el 54% dels visitants dels cellers d'arreu de Catalunya provenen de fora del territori català



Turisme familiar al Penedès. | Penedès Enoturisme.

Gairebé la meitat dels visitants d'enoturisme a Catalunya són catalans (46%), de la resta de l'Estat són l'11%, mentre que un 43% són internacionals, sobretot europeus (37%). Hi ha una important diferenciació del públic segons si visita els cellers entre setmana o el cap de setmana. Entre setmana gairebé sempre el públic és internacional, mentre que durant el cap de setmana, el públic majoritari és català. D'altra banda, **hi ha una clara relació entre la distància al celler des del lloc d'origen i el nivell d'expertesa i relació amb el món del vi**. En aquest sentit, com més lluny més expert, com més a prop més curiós. Aquestes són algunes de les observacions que es desprenen del segon estudi sobre el perfil dels visitants als cellers de Catalunya realitzat durant el 2023.

Les conclusions d'aquest estudi s'han donat a conèixer durant una jornada celebrada al **Vinseum** de Vilafranca del Penedès on també s'han presentat dades d'interès sobre la notorietat de Catalunya com a destinació enogastronòmica i nous mercats amb potencial de desenvolupament i s'ha explicat quina és la reputació online de l'enogastronomia a Catalunya.



Experiència enoturística al Centre d'Interpretació de la Malvasia de Sitges. Foto: Núria Escalona.

"L'engastronomia catalana és una referència internacional"

L'any 2018, l'Agència Catalana de Turisme del Departament d'Empresa i Treball va elaborar l'estudi "*El perfil dels visitants als cellers de Catalunya*" amb l'objectiu de conèixer millor les característiques dels nostres visitants enoturístics i, poder així, aprofundir en el seu comportament i millorar les eines de captació i fidelització. Després de cinc anys, s'han actualitzat les dades per tal que el sector pugui estructurar més adequadament la seva oferta i atendre millor el visitant enoturístic durant l'estada.

"Donem impuls iniciatives que ens han de situar com a destinació enogastronòmica de referència a escala mundial", ha explicat la directora general de Turisme, **Marta Domènech** durant l'acte de presentació de l'estudi. I afegia: "Estem treballant de valent en aquesta direcció i les dades que avui presentem han de servir-nos per entendre les motivacions, expectatives i motius d'elecció dels nostres visitants per proposar una oferta de més qualitat".



Visita enoturística al celler Vall Llach de Porrera Foto: Núria Escalona.

La importància de quantificar els diferents perfils d'enoturistes

Segons l'estudi, dut a terme a partir d'entrevistes personals realitzades en cellers de totes les Denominacions d'Origen (DO), **el visitant enoturista de Catalunya té més de 40 anys** (80%) amb una **mitjana d'edat de 50 anys**. Els visitants catalans són més joves que la resta, amb un gran percentatge d'entre 31 a 50 anys. Viatja principalment amb amics (36%), tot i que també destaquen els viatges en parella (31%), i un 65% ho fa en grups organitzats.

La majoria dels visitants no són experts ni altament vinculats al món del vi però, comparat amb l'estudi de 2018, han augmentat la seva experiència prèvia en enoturisme (aquesta no és la seva primera visita). Els que venen de la resta d'Europa i resta del món tenen una vinculació i expertesa amb el món del vi més elevada que el públic català i el de la resta de l'Estat. Tot i que per a la meitat dels visitants aquesta és la seva primera visita a un celler a Catalunya (52%), ha augmentat, respecte el 2018, el percentatge de visitants repetidors passant del 31% al 48%. **Els catalans repeteixen més la visita a cellers de Catalunya**, i per tant, és un perfil amb alt potencial de repetició. En aquest sentit, el 62% de catalans ja havia visitat algun celler de Catalunya i, tot i que no és un públic expert en el món del vi.



Tast de vins en una visita enoturística del Celler Bàrbara Forés (Terra Alta) Foto: Núria Escalona.

"Les principals fonts de coneixement de l'enoturisme català són les recomanacions d'amics i Internet"

En tots els casos la **motivació principal per visitar un celler català és conèixer el món del vi i provar nous vins**, a excepció del públic de la resta del món que es considera gran amant i busca millorar el seu coneixement. D'altra banda, **la diversió és el segon element més important de la visita**, juntament amb el fet de **complementar la seva estada amb una activitat de la zona**.

Pel que fa a la font de coneixement, **s'informen a través d'amics (44%) i internet (39%)**. Comparat amb el 2018, ha augmentat molt l'ús d'internet tant per a inspirar-se com per la reserva i compartir les seves experiències. **El principal canal per fer reserves és la pàgina web del celler (53 en global i 61% per als catalans)**. El 78% han visitat el web abans d'anar-hi, esdevenint un canal de comunicació clau. Aquesta xifra augmenta en 50 punts respecte l'any 2018. Un 67% l'ha visitat per buscar informació de les activitats, un 56% per fer la reserva i un 41% per fer el pagament d'una reserva. **La gran majoria compartirà la seva experiència a les xarxes socials, principalment a Instagram**.



Habitació de l'Ora. Foto: Òscar G. Morillas.

"L'enoturista català dorm a casa"

Quant a l'allotjament i el transport, **els catalans que visiten els cellers es desplacen amb cotxe propi i dormen a casa seva**. Els estrangers dormen principalment en hotels de 4 estrelles i en allotjaments rurals, i un 51% ho fa a Barcelona, mentre que un 33% dorm en una població propera al celler. El transport principal dels estrangers és l'autocar i el cotxe de lloguer. La visita al celler és l'objecte principal de la sortida per a la meitat dels visitants, mentre que és una activitat complementària per a l'altra meitat, que també busquen gastronomia i visitar pobles.

El tipus d'experiència que més es realitza en els cellers és la visita i tast. La mitjana de la despesa que fan els visitants en activitat és de **29 euros**. Aquesta ha augmentat respecte el 2018, que era de 20 euros. La despesa en botiga també ha augmentat passant de 25 euros l'any 2018 a 37 euros el 2023. **El públic internacional és el que fa major despesa en la compra de productes a la botiga**. En el cas dels europeus la mitjana és de 46 euros i per al públic de la resta del món la mitjana és de 58 euros. Els estrangers estan acostumats a comprar en línia i també fan més despesa en botiga.



Tast de vins a les vinyes del celler Mas Alta (Priorat) Foto: Núria Escalona.

Segons el director de l'Agència Catalana de Turisme, **Narcís Ferrer**, de l'estudi sobre el perfil dels visitants als cellers de Catalunya "se'n deriven algunes oportunitats de negoci, com adaptar l'oferta a dos públics, el català en cap de setmana que és un públic poc expert, i a l'estranger durant la setmana que sí que ho és; buscar col·laboracions amb altres agents de l'entorn, com ara la restauració i la cultura; fer venda creuada, impulsar experiències on l'aprenentatge amb diversió sigui l'eix principal o incentivar la compra en botiga i la compra posterior en línia del públic internacional per intensificar la fidelització". **"Són dades de valor que permetran planificar millor l'estratègia empresarial dels cellers** per tal de millorar la seva competitivitat", ha afirmat Ferrer.