

RESUM ESTADÍSTIC VISITES CELLERS RUTA DEL VI DEL PRIORAT 2015

Oficina de Turisme del Priorat



2105 ha estat un any rècord pel que fa als enoturistes que han visitat els cellers de la Ruta del vi de la comarca que es promociona des de l'Oficina de Turisme del Consell Comarcal del Priorat. L'increment respecte el 2014 ha estat del 31%, el que suposa 7.302 enoturistes més que l'any anterior, xifra que ha arribat a les 30.407 persones. La mostra es realitza a partir de les dades que ens proporcionen periòdicament 28 dels 46 cellers que formen part d'aquesta ruta. Cal matisar, tanmateix, que el 2015 hi ha hagut un celler més que ens ha facilitat dades.

Pel que fa a la procedència dels visitants, les xifres es mantenen molt similars a les de l'any 2014, amb un 59 % de públic català, un 7% de públic espanyol, un 20 % de públic europeu i un 6,3% de visitants internacionals de procedències no europees. Tots excepte els enoturistes procedents de destins més llunys experimenten un augment significatiu, el 24,6 % en el cas del català, el 30,25% en l'espanyol i el 40 % en l'europeu.

Entre els catalans, Barcelona i la seva àrea metropolitana és la que envia més visitants a la comarca (36%), seguida de Tarragona (sobretot de Tarragona ciutat i Reus (19%), Girona (3,3%) i Lleida (1,6%). D'altra banda, tenim un 7,7% de visitants catalans dels que desconexim la procedència perquè no ens ha estat especificada.

Pel que fa als visitants de la resta de l'Estat, continua liderant el públic valencià amb un 28%, un punt menys que el 2104, i remarcar un descens de tres punts del públic de Madrid (6,8%), que fa que el públic basc passi davant per primera vegada amb un 8,2%. Els segueixen Aragó amb un 1,9% i el restant 30% es reparteix entre diverses comunitats o no s'especifica.

En el cas europeu, aquest any trobem coses curioses. Per primera vegada Suècia es posiciona com a principal públic enoturista, per davant del Regne Unit i França, que ocupaven les primeres posicions al 2014 i 2013 respectivament, configurant un 13%. En segon lloc, trobem Alemanya amb un 12%, que el 2014 ocupava el tercer lloc empatada amb Suècia. El cas més sorprenent, però, és el del públic que ocupa el tercer lloc, el rus (11,7%), que ha passat de ser un públic pràcticament desconegut a irrompre amb força el 2014 i posicionar-se al podi el 2105. Per darrere, segueixen França (10%), que continua sent en termes generals el principal mercat emissor estranger al Priorat, Suïssa (10%), amb una pujada espectacular de quatre punts, el Regne Unit (9,2%), Holanda (5,8%), que puja tímidament, Bèlgica (5,5%), que baixa dos punts i mig i Dinamarca (2,9%), que baixa fins a cinc punts. El 12% restant correspon, sobretot, a països de l'est i Noruega.

Estats Units continua liderant el rànquing amb superioritat, tant dels països més allunyats com dels europeus, amb 1.423 persones, gairebé el doble dels visitants que venen dels principals mercats europeus. Puja un 14% respecte el 2014, conformant el 75% dels enoturistes de procedències llunyanes. Els segueix amb diferència Canadà amb un 10%. El 9% restant és molt variat, continuant la tendència a l'alça del públic de Brasil i Mèxic, seguits d'Austràlia. Continuem rebent de manera testimonial públic asiàtic com el de Singapur, Xina, Taiwan, Corea o Hong Kong. Com ja apuntàvem l'any passat, aquests mercats no entrenen a l'estadística fins fa un parell d'anys a excepció del públic japonès.

Una altra dada significativa que podem extreure del balanç és que un 97% de les visites són individuals, ja siguin persones soles, en parella o petits grups de 3 o 4 persones. Tan sols un 3% correspon a grups organitzats de més de 20 persones.

Pel que fa el canal que han utilitzat per informar-se de l'existència de les visites guiades, la distribució és força igual i poc ha variat respecte el 2014: un 19% a través d'Internet (no s'especifica en la majoria dels casos en quin web), un 18% per recomanació d'establiments turístics de la comarca, un 13% a través d'agències especialitzades en enoturisme, que puja dos punts respecte el 2014 i set respecte el 2013, un 11% són clients del celler (consumidors dels seus vins, repetidors, etc.), un 9 % pel boca-orella, un 7% per la publicitat que troben a la botiga del mateix celler, un 6% a través de la pàgina web de l'Oficina de Turisme del Priorat o de la mateix oficina i un 4% per mitjà de caixes regal. Un altre 13 % no s'especifica ja que aquesta és la dada que més costa obtenir als responsables de les visites i que no tothom ens facilita.

Les visites a la gran majoria d'aquests cellers es realitzen sota reserva prèvia. Tan sols un 6% dels cellers ho fa sense reserva. El percentatge de visites concertades és del 79% mentre que el de les no concertades és del 21%.

Per acabar, comentar que dels 22 cellers que ens han passat constantment dades en aquest tres últims anys, 9 han assolit la xifra rècord de visitants al 2015 i que 11 dels 28 que ens han facilitat les dades aquest any han superat els 1.000 visitants.