

RESUM ESTADÍSTIC VISITES CELLERS RUTA DEL VI DEL PRIORAT 2016

Oficina de Turisme del Priorat



Com l'any passat, 2016 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 2015 ha estat del 14%, el que suposa 4.269 enoturistes més que l'any anterior, xifra que ha arribat a les 34.711 persones. La mostra es realitza a partir de les dades que ens proporcionen periòdicament 29 dels 46 cellers que formen part d'aquesta ruta. Cal matisar, tanmateix, que el 2016 hi ha hagut un celler més que ens ha facilitat dades, però cal dir d'altra banda, que d'aquests 29, n'hi ha cinc que no ens han facilitat dades de tot l'any, si no només d'alguns mesos.

Pel que fa a la procedència dels visitants, les xifres es mostren a l'alça pel que fa als visitants estrangers i es mantenen molt similars pel que fa als nacionals: un 58 % de públic català (un punt menys que al 2015), un 7% de públic espanyol (idèntic), un 25 % de públic europeu (cinc punts més) i un 10% de visitants internacionals de procedències no europees (tres punts i mig més).

Entre els catalans, Barcelona i la seva àrea metropolitana és la que envia més visitants a la comarca (30%), seguida de Tarragona (sobretot de Tarragona ciutat i Reus (16%), Girona (4%) i Lleida (3%). Baixen respecte el 2015 barcelonins i tarragonins i pugen gironins i lleidatans. D'altra banda, tenim un 47% 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 líder el públic valencià, amb un 27%, un punt menys que el 2015, i remarcar un augment de cinc punts del públic de Madrid (12%), i un descens del públic basc de dos punts (6%). El restant 52 % es reparteix entre diverses comunitats o no s'especifica.

En el cas europeu, cal destacar el gran increment de sis punts del públic suec (22%), que torna a encapçalar, per segon any consecutiu, el primer lloc, quedant a tan sols 17 visitants del públic d'Estats Units, rei absolut de l'enoturisme estranger al Priorat. Fem un apunt especial al club de vins suec Munsänkarna, que segons les dades facilitades per aquests cellers, ha portat al Priorat un total 396 visitants. En segon lloc, trobem Alemanya i França amb un 10%. Alemanya ha sofert un descens de dos punts i França es manté igual. En tercer lloc, i pujant mig punt, trobem el Regne Unit (10%). En quart, Suïssa (7%), que ha baixat tres punts respecte l'any passat, seguit d'Holanda (6%), que es manté igual, i Bèlgica (5%), que també. Rússia el 2015 va ser un cas revelació, ocupant el tercer lloc del rànquing, però el 2016 ha retrocedit gairebé set punts situant-se en el 5%. Segueixen Dinamarca (4%), que puja un punt i el 20% restant correspon, sobretot, a països de l'est i Noruega.

Com ja hem apuntat, Estats Units continua liderant el rànquing i incrementa visitants amb un 23,3%, gairebé el triple dels principals mercats europeus, conformant el 58% dels enoturistes de procedències més llunyanes. El segueix amb diferència Canadà amb un 8%, dos punts per sota respecte el 2015. El 34% 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.

Es manté la tendència de visita als cellers 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 2015: un 23% a través d'Internet, quatre punts més (no s'especifica en la majoria dels casos en quin web), un 16% per recomanació d'establiments turístics de la comarca, dos punts menys, un 10% a través d'agències especialitzades en enoturisme, que baixa tres punts, un altre 10%, baixant un punt, són clients del celler (consumidors dels seus vins, repetidors, clients allotjats als seus establiments, etc.), i encara un altre 10% a través de la pàgina web de l'Oficina de Turisme del Priorat o de la mateix oficina, pujant quatre punts, un 9 % pel boca-orella, que es manté igual, un 6% per la publicitat que troben a la botiga del mateix celler, en el cas que en tinguin, i un 2%, baixant dos punts, per mitjà de caixes regal. Un 14 % 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. El percentatge de visites concertades és del 74%, mentre que el de les no concertades és del 26%. El 2016 el percentatge de visites no concertades ha pujat un 5%.

Per acabar, comentar que dels 14 cellers que ens han facilitat dades periòdicament en aquests cinc últims anys, 5 han assolit la xifra rècord de visitants al 2016, amb un increment d'un 0,75% del 2012 al 2013, un 4,15% del 2013 al 2014, un 15,25% del 2014 al 2015 i un 11,35% del 2015 al 2016. D'aquests, 6 ratllen o superen el llindar dels 2.000 visitants, mentre que uns altres quatre s'apropen molt o superen els 1.000 visitants.