

RESUM ESTADÍSTIC VISITES CELLERS RUTA DEL VI DEL PRIORAT 2017

Oficina de Turisme del Priorat



Com l'any passat, 2017 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 2016 ha estat del 8%, el que suposa 2.739 enoturistes més que l'any anterior, xifra que ha arribat a les 37.490 persones. L'increment aquest any ha estat menor que el del 2016, que va ser del 14 %. La mostra es realitza a partir de les dades que ens proporcionen periòdicament alguns dels 50 cellers que formen part d'aquesta ruta. Cal dir, però, que malauradament només solen passar dades la meitat d'aquests. El 2017 han estat tan sols 24 cellers els que ens les han proporcionades, 5 menys que el 2016.

L'increment de visitants ha estat motivat per l'augment d'enoturistes estrangers com ja veient tendència en els dos darrers anys, ja que el públic català ha baixat del 58% al 52%, essent el segon any consecutiu que experimenta un descens. Pel que fa al públic espanyol, podem dir que es troba al 8 %, un punt més que el 2016. El públic europeu es manté en un 25 % i el que experimenta un increment més important, és el procedent de destinacions no europees, que passa del 10% al 15 %, motivat en gran mesura per la recuperació del mercat d'Estat Units.

Entre els catalans, Barcelona i la seva àrea metropolitana és la que envia més visitants a la comarca (40%), seguida de Tarragona (sobretot de Tarragona ciutat i Reus (21%), Girona (3%) i Lleida (2%). Baixen respecte el 2016 els gironins i lleidatans. D'altra banda, tenim un 34% de visitants catalans dels que desconeixem 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%, mantenint el mateix percentatge. Es contreu del 12 % al 10 % el públic de Madrid, que havia augmentat força el 2016, es manté el públic basc en un 6 % i puguen lleugerament la resta, el 55 % dels quals no s'especifica la procedència.

En el cas europeu, cal destacar el gran increment de sis punts del públic holandès (12%), que passa a ocupar el segon lloc del rànquing. La resta de mercats es mantenen o baixen, excepte el rus que augmenta 3 punts, del 5 % al 8 %. La davallada més important l'experimenta el públic suec, que tot i ser, per tercer any consecutiu, el més nombrós, cau 7 punts, del 22 % al 15 %. En tercer lloc, trobem França amb un 10 %, seguida d'Alemanya amb un 9%. França ha perdut un punt respecte el 2016 i Alemanya s'ha mantingut igual. En quart lloc trobem el Regne Unit i Rússia, amb un 8 % cadascun. Cal dir però, que el Regne Unit perd dos punts. Suïssa es manté en el 7% i Bèlgica en el 6 %, que ha baixat tres punts respecte l'any passat, seguit d'Holanda (6%). El 15 % restant correspon, sobretot, a països nòrdics (10 %), destacant aquest any Finlàndia a diferència de l'any anterior en què era Noruega, i països de l'est.

Com és habitual, Estats Units continua liderant el rànquing del total del públic estranger i continua pujant. Ha passat del 6 % del 2016 al 10 % aquest any amb més del doble de visitants que el segon públic europeu, conformant el 60% dels enoturistes de procedències més llunyanes. El segueix amb diferència Canadà amb un 13 %, que ha augmentat 5

punts respecte el 2016. El 27% restant és molt variat, continuant la tendència a l'alça del públic de Brasil i Mèxic, seguits d' Austràlia.

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 26% a través d'Internet, tres punts més (no s'especifica en la majoria dels casos en quin web), un 16% per recomanació d'establiments turístics de la comarca, un 11 % a través del boca-orella, pujant dos punts, un altre 11% a través d'agències especialitzades en enoturisme, que recupera un punt, un 12%, pujant dos punts, són clients del celler (consumidors dels seus vins, repetidors, clients allotjats als seus establiments, etc.), i un 5% a través de la pàgina web de l'Oficina de Turisme del Priorat o de la mateix oficina, baixant els quatre punts que havia recuperat el 2016, un 5% per la publicitat que troben a la botiga del mateix celler, en el cas que en tinguin, que baixa un punt i un 3%, pujant un punt, per mitjà de caixes regal. Un 16 % 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 89%, mentre que el de les no concertades és del 11% continuant amb la tendència a l'alça de les visites concertades.

Per acabar, comentar que dels catorze cellers que ens han facilitat dades periòdicament en aquests cinc últims anys, cinc continuen assolint la xifra rècord de visitants al 2017. Dels catorze, cinc ratllen o superen el llindar dels 2.000 visitants, mentre que uns altres quatre s'apropen molt o superen els 1.000 visitants.