

RESUM ESTADÍSTIC VISITES CELLERS RUTA DEL VI DEL PRIORAT 2018

Oficina de Turisme del Priorat



L'any 2018 ha estat el primer any, des que l'any 2009 vam començar a recollir dades, que els nombre d'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 ha sofert una davallada. Veníem d'un any rècord de visitants (37.490), fins i tot amb dades proporcionades per menys quantitat de cellers col·laboradors. Enguany la xifra registrada és de 34.390 persones, el que suposa un 8,3% menys de visitants. 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 2018 han estat 27 cellers els que ens les han proporcionades, tres més que el 2017, però cal precisar que dos dels qual no ens ha passat dades de l'any sencer.

Hi ha hagut un minúscul augment de visitants catalans en percentatge (1%), mentre que han baixat força (2%) els enoturistes de la resta de l'estat. Els europeus també baixen en números absoluts, que no en percentatge, mantenint-se en el 25 % i repunta el públic de fora d'Europa (1%), situant-se en el 13 %, gràcies, sobretot, a la contínua pujada del públic d'EUA, que el 2017 ja va experimentar un gran salt. Com demostren les xifres, EUA és un mercat estratègic en el món de l'enoturisme a la comarca, ja que configura un 12% de la quota, molt per davant del segon mercat estranger més nombrós, enguany l'alemany, amb un 3%.

Entre els catalans, Barcelona i la seva àrea metropolitana, com no podia ser d'una altra manera, és la que envia més visitants a la comarca (40%), seguida de Tarragona (sobretot de Tarragona ciutat i Reus (21%), Girona (5%) i Lleida (2%). Es mantenen tots igual, tret dels gironins, que puguen 2 punts. D'altra banda, tenim un 32% de visitants catalans dels què desconeixem la procedència perquè no ens ha estat especificada.

Pel que fa als visitants de la resta de l'Estat, continua encapçalant el primer lloc el públic valencià, amb un 31%, pujant 4 punts. El públic aragonès es manté igual amb un 2% i el basc augmenta dos punts fins al 8 %. De l'altre 54%, no s'especifica la procedència.

En el cas europeu, cal destacar l'increment per segon any consecutiu d'enoturistes alemanys, 2 punts més, que els situen en l'11%, el dels belgues, que puguen 3 punts, situant-se al 9%, el dels britànics, 1 punt (11%) i el dels suïssos, 1 punt (10%). Els danesos es mantenen en el mateix percentatge (5%) però incrementen força en números absoluts i els russos també es mantenen en percentatge (8%), però baixen una mica. Baixa la resta de mercats, França, Holanda, un punt, situant-se en el 10% i 8% respectivament. Els suecs són els que acusen un descens més important, passant del 15% al 9%.

Com ja hem dit abans, Estats Units continua liderant el rànquing del total del públic estranger i de fora d'Europa i continua pujant. Ha passat del 6 % del 2016 al 12 % aquest any, amb quatre vegades més de visitants que el segon públic europeu, conformant el 68% dels enoturistes de procedències més llunyanes. Els canadencs baixen 1 punt i es queden en l'1% de tots els mercats estrangers i el 6% del públic de procedències més llunyanes, patint una davallada de gairebé el 50% en números absoluts.

El 26% 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 2017: un 26% a través d'Internet, un 16% per recomanació d'establiments turístics de la comarca, un 16 % a través del boca-orella, pujant cinc punts, un altre 10% a través d'agències especialitzades en enoturisme, que baixa un punt, un 15%, pujant tres punts, són clients del celler (consumidors dels seus vins, repetidors, clients allotjats als seus establiments, etc.), i un 4% a través de la pàgina web de l'Oficina de Turisme del Priorat o de la mateix oficina, baixant un punt, un 1% per la publicitat que troben a la botiga del mateix celler, en el cas que en tinguin, que baixa quatre punts i un 4%, pujant un punt per segon any consecutiu, per mitjà de caixes regal. Un 8 % 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 91%, mentre que el de les no concertades és del 9% 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, tres continuen assolint la xifra rècord de visitants al 2018. 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.