

RESUM ESTADÍSTIC VISITES CELLERS RUTA DEL VI DEL PRIORAT 2014

Les visites als cellers de la Ruta del vi han superat les xifres del 2013 amb un 6%, el que suposa 1.332 enoturistes més d'un total del 23.105. La mostra es realitza a partir de les dades que ens proporcionen periòdicament 25 dels 46 cellers que formen part d'aquesta ruta.

Pel que fa a la procedència dels visitants, les xifres es mantenen molt similars a les de l'any 2013, amb un descens de públic de la resta de l'estat, menys acusat que al 2013 (un punt de diferència) i un augment de l'1 % del públic català. El públic estranger es manté amb el mateix percentatge però registra 459 enoturistes més.

Els números demostren un clar interès pels nostres vins fora de les fronteres de l'estat, amb un públic estranger que conforma un 24% del total de visitants (5.176 persones), el qual supera en un 16 % el de la resta d'Espanya. Evidentment, la proximitat fa que el públic català, que és el més nombrós en general al Priorat, sigui el principal client d'aquests cellers (68%).

Entre els catalans, Barcelona i la seva àrea metropolitana és la que envia més visitants (32%), seguida de Tarragona (sobretot de Tarragona ciutat i Reus (18%), Girona (3%) i Lleida (1%). D'altra banda, tenim un 46% 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, remarcar un descens important del públic valencià, que perd onze punts respecte el 2013, configurant el 29% dels visitants de fora de Catalunya. Els segueixen la Comunitat de Madrid amb un 10%, el País Basc amb un 7%, Aragó amb un 4 % i el restant 50% es reparteix entre diverses comunitats o no s'especifica.

En el cas europeu, aquest any França, principal mercat estranger al Priorat, es veu desbancada pel Regne Unit (14%) en temes d'enoturisme, quedant en segon lloc (13%). En tercer lloc figura Alemanya amb un 11%, empatada amb Suècia, que puja lleugerament. Per darrere, Bèlgica (8%), Rússia (8%) i Dinamarca (8%), tot i que Rússia en números es troba una mica per sota de Bèlgica i Dinamarca de Rússia. A continuació, trobem Suïssa (6%), Holanda (4%) Finlàndia (3%) i Noruega (2%). Cal destacar l'increment notable del públic escandinau en els últims anys, que ja configura un 24% del total del públic europeu. El restant 12% ve proporcionat pels enoturistes de països de l'est, principalment Polònia, Estònia i Ucraïna, Àustria i Itàlia.

El públic provinent de fora d'Europa augmenta un 2% respecte el 2013 amb 2.080 persones. Estats Units continua liderant el rànquing amb superioritat (1.245 persones) i puja 8 punts, conformant un 60 % dels enoturistes de procedències llunyanes. Els segueix amb diferència Canadà amb un 9%. El 31% restant és molt variat, començant a enlairar-se amb força els visitants de Brasil i Mèxic, seguits d'Austràlia. Cal destacar la irrupció d'un nou públic fins fa un parell d'anys desconegut com és l'asiàtic: Singapur, Xina, Taiwan, Corea, Hong Kong. Fins ara el mercat asiàtic es limitava al públic japonès i amb menor quantitat, xinès. Ara per ara els enoturistes xinesos i de Singapur podem dir que passen per davant de públics que havien estat tradicionals com l'argentí, el sud-africà o l'israelià. Sobretot acusa una recessió molt important el públic sud-africà i augmenten els visitants sud-americans (exceptuant Argentina) com ara xilens, veneçolans i colombians.

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: un 19% a través d'Internet, un 18% per recomanació d'establiments turístics de la comarca, un 14% per la pàgina web de Turisme Priorat o a través de l'Oficina de Turisme del Priorat, un 11% a través d'agències especialitzades en enoturisme, que puja 5 punts respecte el 2013, un 10 % pel boca-orella, un 9% són clients del celler, un 6% per la publicitat que hi ha a la botiga del mateix celler i un 4% a través de caixes regal, cada vegada més nombroses i de moda. Un altre 9 % no s'especifica.

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 78% mentre que el de les no concertades és del 22%.

Podeu veure els gràfics a [Descàrregues.](#)