

# Wine & Gastro Tours



## Qui són?

L'influència de l'enogastronomia a l'hora d'escollir la destinació és baixa.  
 No coneixen el procés d'elaboració del vi.  
 Veuen les activitats enogastròniques com una manera d'interaccionar amb el territori i conèixer la cultura local. També com un subproducte de la visita a la destinació i un complement del seu viatge.  
 Els interessen a més activitats: culturals, natura, actiu.

## Generació

- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)
- Amb o sense fills

## Mercat d'origen

- Catalunya
- Espanya
- França
- DACH
- Regne Unit e Irlanda
- Bèlgica
- Països Baixos
- Països Nòrdicos
- Estats Units
- Països de l'Est

## Mobilitat

- Destinació única
- Multidestinació

## Canal de reserva

- Sense reserva
- Reserva autònoma
- Reserva paquetitzada

## Companyia



Amics



Parella



Família

## Nivell de despesa



## Durada de l'estada



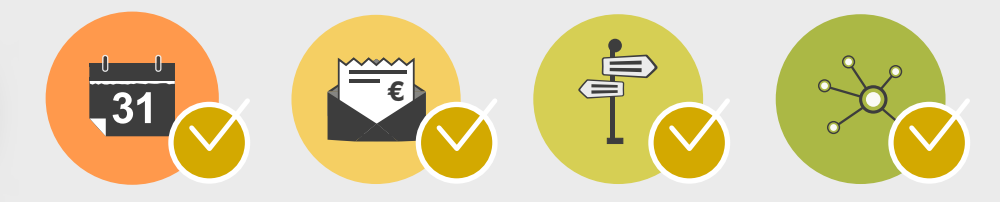
## Inspiració i cerca

Revistes genèriques de viatge, web destinació, amics i coneguts, plataformes de comercialització d'experiències.



## Recomanació

XXSS, amics i coneguts



Desestacionalització · despesa desconcentració · diversificació



## Motivació tractora

Viatjar en Família, Visitar una Ciutat, Anar en Bici, Fer Senderisme, Fer una Ruta en cotxe, Gaudir de la Cultura Local, Gaudir de l'enogastronomia, Gaudir de la meva activitat preferida, Jugar a Golf