

Foodie



Qui són?

L'influència de l'enogastronomia a l'hora d'escollir la destinació és mitja-alta.

Estan familiaritzats amb el procés d'elaboració del vi, són compradors ocasionals de vi.

Les seves motivacions són tastar productes, plats tradicionals, visitar cellers, mercats, comprar productes locals, participar a classes de cuina, assistir a esdeveniments i fires enogastròniques, etc. En definitiva, descobrir la destinació a través de l'oferta enogastronòmica.

Acostumen a fer una investigació prèvia amb recomanacions i inclouen des de "cuinetes" a autèntics experts en gastronomia i vins.

Els interessen a més activitats: culturals, i actiu.

Generació

- Babyboomers (59-71)
- Gen X (45-58)
- Millennials (26-44)

Mercat d'origen

- Catalunya (enoturisme)
- Espanya
- França
- DACH
- Regne Unit i Irlanda
- Estats Units
- Bèlgica
- APAC
- Xina
- Amèrica del Sud
- Taiwan i Hong Kong
- Països Nòrdics

Mobilitat

- ✓ Destinació única
- ✓ Multidestinació

Canal de reserva

- ✓ Sense reserva
- ✓ Reserva autònoma
- ✓ Reserva paquetitzada

Companyia



Amics

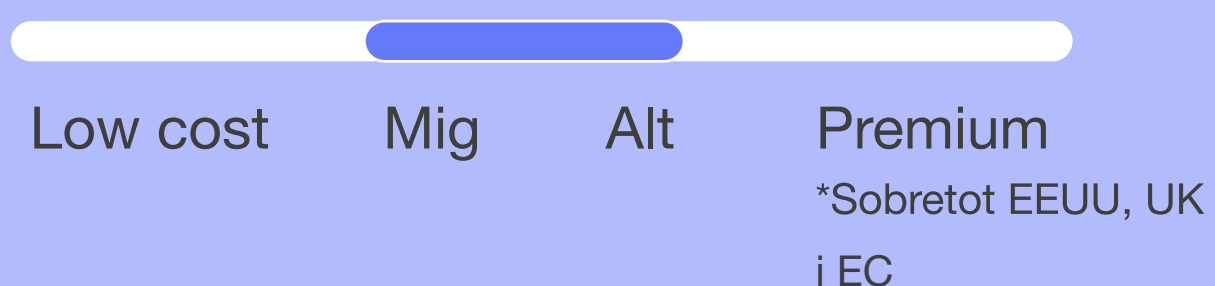


Parella

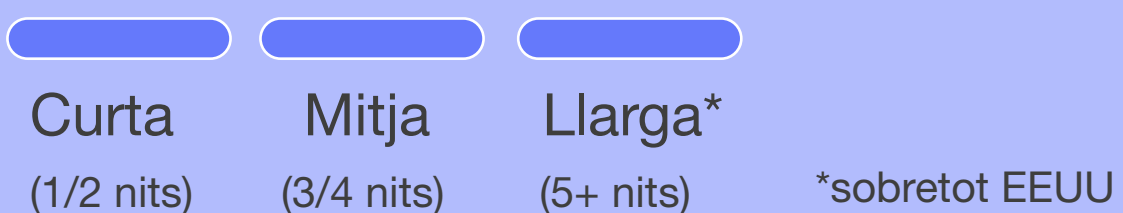


Solo

Nivell de despesa



Durada de l'estada



Inspiració i cerca

Revistes especialitzades, web destinació, portals de recomanació i blogs especialitzats, operadors especialitzats, plataformes de comercialització d'experiències, amics i coneguts.



Recomanació

XXSS, amics i coneguts, ressenyes



Desestacionalització · despesa desconcentració · diversificació



Motivació tractora

Gaudir de l'enogastronomia