

# Foodie



## Qui són?

La influència de l'enogastronomia a l'hora d'escollir la destinació és mitjana-alta.

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

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

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

Els interessen, a més, activitats culturals i de turisme actiu.

## Generació

- Babyboomers (59-71)
- Generació X (45-58)
- Mil·lennistes (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

- ✓ Unidestinació
- ✓ Multidestinació

## Canal de reserva

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

## Companyia



Amics



Parella



Sol

## Nivell de despesa



Low cost    Mitjà    Alt    Prèmium  
 \*Sobretot Estats Units, Regne Unit i EC

## Durada de l'estada

Curta (1/2 nits)    Mitjana (3/4 nits)    Llargu\* (5+ nits)  
 \*sobretot Estats Units



## Inspiració i cerca

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



## Recomanació

Xarxes socials, amics i coneguts, ressenyes.



Desestacionalització · despesa  
 desconcentració · diversificació



## Motivació tractora

Gaudir de l'enogastronomia