



## Más de la mitad de los visitantes enoturísticos son de fuera de Cataluña

- La mayoría de los viajeros no son expertos ni altamente vinculados al mundo del vino, pero, comparado con el 2018, han aumentado su experiencia previa en enoturismo
- Estas son algunas de las conclusiones del segundo estudio sobre el perfil de los visitantes en las bodegas de Cataluña realizado durante el año 2023

*Martes, 9 de abril de 2024.*— Casi la mitad de los visitantes de enoturismo en Cataluña son catalanes (46%), del resto del Estado son el 11%, mientras que un 43% son internacionales, sobre todo europeos (37%). Existe una importante diferenciación del público según si visita las bodegas entre semana o el fin de semana. Entre semana casi siempre el público es internacional, mientras que durante el fin de semana, el público mayoritario es catalán. Por otra parte, existe una clara relación entre la distancia a la bodega desde el lugar de origen y el nivel de experiencia y relación con el mundo del vino. En este sentido, cuanto más lejos más experto, cuanto más cerca más curioso. Estas son algunas de las observaciones que se desprenden del segundo estudio sobre el perfil de los visitantes en las bodegas de Cataluña realizado durante el 2023.

El Govern, por medio de la Agència Catalana de Turisme del Departamento de Empresa y Trabajo, elaboró en 2018 el estudio *El perfil de los visitantes en las bodegas de Cataluña*, con el objetivo de conocer mejor las características de nuestros visitantes enoturísticos, y así poder profundizar en su comportamiento y mejorar las herramientas de captación y fidelización. Después de cinco años, se han actualizado los datos para que el sector pueda estructurar más adecuadamente su oferta y atender mejor al visitante enoturístico durante su estancia.

**“Ayer dábamos el pistoletazo de salida a las adhesiones a la Región Mundial de la Gastronomía, un gran escaparate que nos permitirá tener más visibilidad para que en todo el mundo nos conozcan como destino enogastronómico; hemos impulsado la Estrategia de turismo enogastronómico 2022-2027, hemos creado los premios Bite y Mos, y hemos promovido 58 festivales culturales que fomentan el producto agroalimentario local y el turismo de proximidad. Todas ellas iniciativas que deben situarnos como destino enogastronómico de referencia a escala mundial”,** ha explicado la directora general de Turismo, Marta Domènech i Tomàs durante el acto de presentación del estudio. **“Estamos trabajando duro en esta dirección y los datos que hoy presentamos deben servirnos para entender las motivaciones, expectativas y motivos de elección de nuestros visitantes para proponer una oferta de mayor calidad”.**

### Estudio para identificar y cuantificar los distintos perfiles de visitantes de las bodegas catalanas

Según este estudio, que se ha llevado a cabo a partir de entrevistas personales realizadas en bodegas de todas las Denominaciones de Origen (DO), el visitante enoturista de Cataluña tiene más de 40 años (80%) con una media de edad de 50 años.



Los visitantes catalanes son más jóvenes que el resto, con gran porcentaje de entre 31 a 50 años. Viaja principalmente con amigos (36 %), aunque también destacan los viajes en pareja (31%), y un 65% lo hace en grupos organizados.

La mayoría de visitantes no son expertos ni altamente vinculados al mundo del vino pero, comparado con el estudio de 2018, han aumentado su experiencia previa en enoturismo (esta no es su primera visita). Los que vienen del resto de Europa y del resto del mundo tienen una vinculación y experiencia con el mundo del vino más elevada que el público catalán y el del resto del Estado. Aunque para la mitad de los visitantes esta es su primera visita a una bodega en Catalunya (52%), ha aumentado, respecto a 2018, el porcentaje de visitantes repetidores, pasando del 31% al 48%. Los catalanes repiten más la visita a bodegas de Cataluña, y por tanto, es un perfil con alto potencial de repetición. En este sentido, el 62% de catalanes ya había visitado alguna bodega de Catalunya aunque no es un público experto en el mundo del vino.

En todos los casos, la principal motivación para visitar una bodega catalana es conocer el mundo del vino y probar nuevos vinos, a excepción del público del resto del mundo, que se considera gran amante y busca mejorar su conocimiento. Por otra parte, la diversión es el segundo elemento más importante de la visita, junto con complementar su estancia con una actividad de la zona.

Por lo que respecta a la fuente de conocimiento, se informan a través de amigos (44%) e internet (39%). Comparado con 2018, ha aumentado mucho el uso de internet tanto para inspirarse como para la reserva y para compartir sus experiencias. El principal canal para realizar reservas es la página web de la bodega (53% en global y 61% para los catalanes). El 78% han visitado la web antes de ir, convirtiéndose en un canal de comunicación clave. Esta cifra aumenta en 50 puntos respecto al año 2018. Un 67% la ha visitado para buscar información de las actividades, un 56% para realizar la reserva y un 41% para realizar el pago de una reserva. La gran mayoría compartirá su experiencia en las redes sociales, principalmente en Instagram.

En cuanto al alojamiento y transporte, los catalanes que visitan las bodegas se desplazan en coche propio y duermen en su casa. Los extranjeros duermen principalmente en hoteles de 4 estrellas y en alojamientos rurales, y un 51% lo hace en Barcelona, mientras que un 33% duerme en una población cercana a la bodega. El transporte principal de los extranjeros es el autocar y el coche de alquiler. La visita a la bodega es el objeto principal de la salida para la mitad de los visitantes, mientras que es una actividad complementaria para la otra mitad, que también buscan gastronomía y visitar pueblos.

El tipo de experiencia que más se realiza en las bodegas es la visita y cata. La media del gasto que realizan los visitantes en actividad es de 29 euros. Esta ha aumentado respecto al 2018, que era de 20 euros. El gasto en tienda también ha aumentado, pasando de 25 euros en 2018 a 37 euros en 2023. El público internacional es el que hace mayor gasto en la compra de productos en la tienda. En el caso de los europeos, la media es de 46 euros y para el público del resto del mundo la media es de 58 euros. Los extranjeros están acostumbrados a comprar online y también hacen más gasto en tienda.

Según el director de la Agència Catalana de Turisme, Narcís Ferrer i Ferrer, del estudio sobre el perfil de los visitantes en las bodegas de Cataluña **“se derivan algunas**



**oportunidades de negocio, como adaptar la oferta a dos públicos, el catalán en fin de semana, que es un público poco experto, y el extranjero durante la semana, que sí lo es; buscar colaboraciones con otros agentes del entorno, tales como la restauración y la cultura; hacer venta cruzada, impulsar experiencias donde el aprendizaje con diversión sea el eje principal o incentivar la compra en tienda y la compra posterior online del público internacional para intensificar la fidelización". "Son datos de valor que permitirán planificar mejor la estrategia empresarial de las bodegas para mejorar su competitividad", ha afirmado Ferrer.**

Las conclusiones de este estudio se han dado a conocer durante una jornada celebrada en el Vinseum de Vilafranca del Penedès, donde también se han presentado datos de interés sobre la notoriedad de Cataluña como destino enogastronómico y nuevos mercados con potencial de desarrollo y se ha explicado cuál es la reputación *online* de la enogastronomía en Cataluña.

#### Síguenos en las redes

---

- Twitter: [@turismecat](#) | [@empresacat](#) | [@treballcat](#)
- Youtube: <https://www.youtube.com/turismecat>