

FOOD TRAVEL MONITOR 2020

El FTM és l'estudi més ampli sobre la indústria del turisme gastronòmic i té com a objectiu ajudar a destinacions i empreses a aconseguir l'excel·lència i promoure la innovació, desenvolupament i promoció dels seus productes. L'estudi es basa en els resultats d'una enquesta a 4.500 turistes de França, R.Unit, EUA, Canadà, Xina i Mèxic, analitzant les dades per país de residència, edat i motivació del viatge. La mostra inclou turistes vacacionals que han fet un viatge amb pernoctació o un viatge de més de 80km de casa en l'últim any.

1. Turisme gastronòmic

53%

Turistes vacacionals es consideren
Turistes gastronòmics

49%

"Beverage travelers" enoturistes,
interessats per la cervesa o licors

Valoren l'oferta i activitats gastronòmiques amb un **8,8**

2. Mercats d'interès



MÈXIC i XINA

Increment del número de turistes
que viatgen per gaudir de la gastro-
nomia.

L'experiència gastronòmica determi-
na la destinació.

3. Noves generacions

GENERACIÓ X: **51%**

MILLENNIALS: **59%**

GENERACIÓ Z (18-22a): **46%**

La Generació Z, influenciats per pares
Millennials, s'identifiquen com a "Súper
Foodies Emergents"



4. Perfil

ECLÈCTIC- AUTÈNTIC- REFERENT- AMB VALORS



Busca gran varietat d'experiències

S'interessa per la gastronomia local

Innovar en activitats i vivències gastronò-
miques, mantenint el què les fa úniques.

Busca ser "Influencer"

5. Com s'informa

FAMILIARS - AMICS - "BOCA-ORELLA" DIGITAL

Tria de la destinació:

64% Programa TV o revista especialitzada

76% Exper.gastronòmica i restaurants

84% Busca informació abans de viatjar

80% Compareix en XXSS



6. L'experiència



67% Anar a un restaurant per gaudir d'una
experiència única

52% Menjar en un restaurant gourmet

Millennials, Festivals i activitats cerveseres

UNA BONA EXPERIÈNCIA GASTRONÒMICA INCRE-
MENTA LA SATISFACCIÓ DEL VIATGE

7. Despesa

El turista gastronòmic gasta un **24% més**
que el turista vacacional.

L'impacte del turisme gastronòmic s'es-
tén més enllà de la inversió en activitats
i experiències gastronòmiques.



8. El cercle virtuos



GAUDIR de l'experiència

COMPARTIR directament o en XXSS

MOTIVACIÓ a tercers

Aquests COMENCEN A VIATJAR

EL CERCLE TORNA A COMENÇAR