

Índex

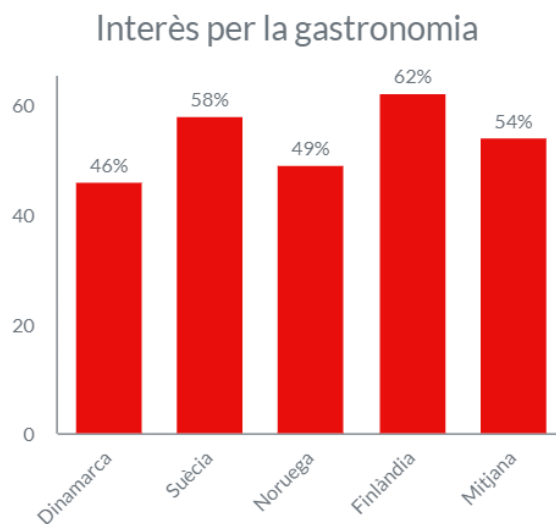
1	Interès dels nòrdics per la gastronomia	03
2	La importància de la gastronomia a l'hora de viatjar	08
3	La importància de la gastronomia local	10
4	Comportament futur del consumidor	14
5	Conclusions	16



1. Interès dels nòrdics per la gastronomia

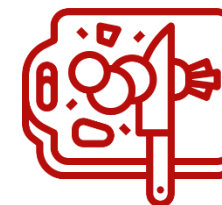
1. Interès dels nòrdics per la gastronomia

Els mercats dels Països nòrdics estan interessats en la gastronomia.



Finlàndia

Mercat amb major interès per la gastronomia



Interessos

Països nòrdics:
Gastronomia
Cuinar
Noves receptes



Tradició

Països nòrdics:
Cultura
gastronòmica

Dades de perfil

**L'edat influeix
en l'interès per
la gastronomia.**



35 a 64 anys

Més interès per la
gastronomia

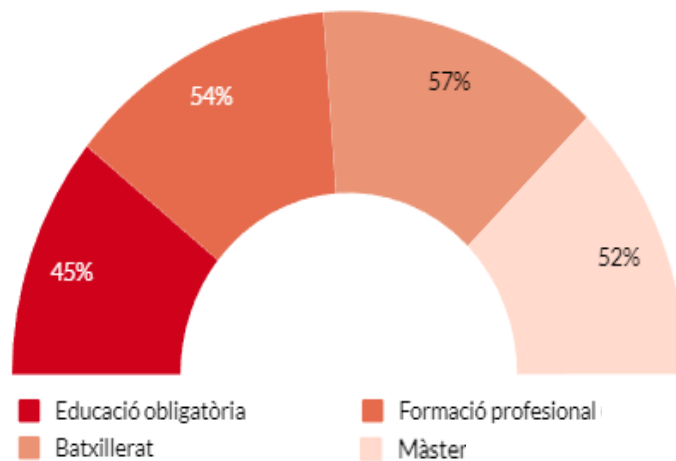


Diferències significatives entre els mercats:

- ❑ 60% dels suecs i finlandesos entre 35 a 64 anys major interès per la gastronomia
- ❑ 50% per als noruecs i danesos
- ❑ Els joves danesos són els menys interessats (34%)
- ❑ En els noruecs de major edat cau l'interès (37%)

Dades de perfil

El nivell d'estudis sembla augmentar l'interès per la gastronomia.



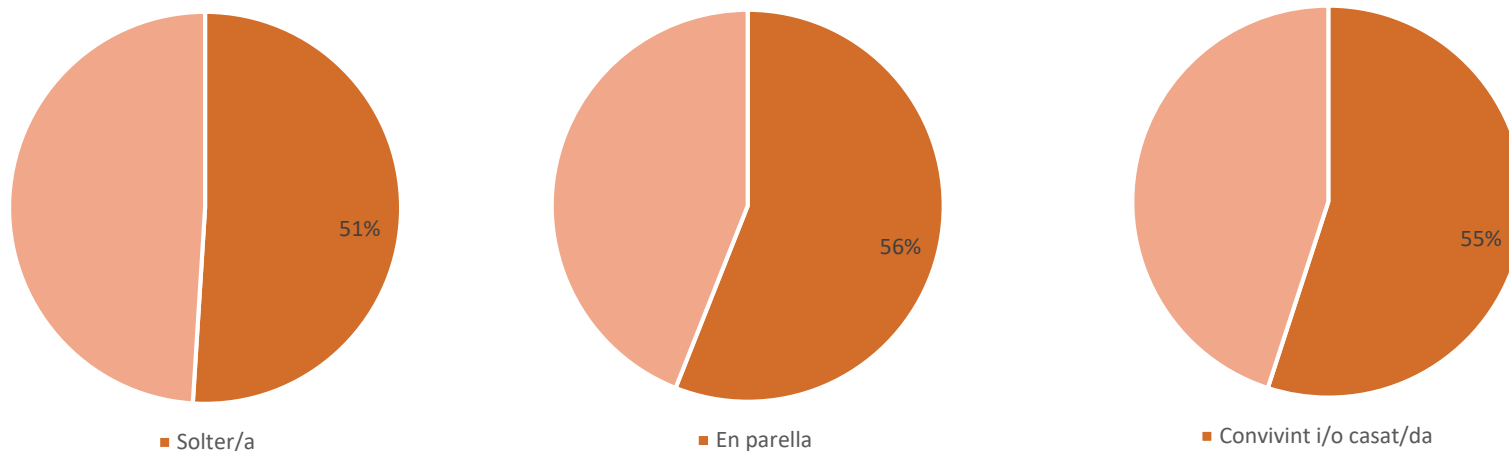
Factors influents:

- ❑ Els nòrdics amb estudis superiors tenen major interès per la gastronomia
- ❑ Influència dels factors econòmics
- ❑ Les persones amb alt nivell d'estudis tendeixen a seguir una alimentació sana i diversa, el que indica un major interès per la gastronomia

L'efecte de les relacions en la percepció de la gastronomia

Les relacions de parella poden influir en l'actitud i comportament cap a l'alimentació i la cuina.

Interès en la gastronomia (mitjana dels països nòrdics)



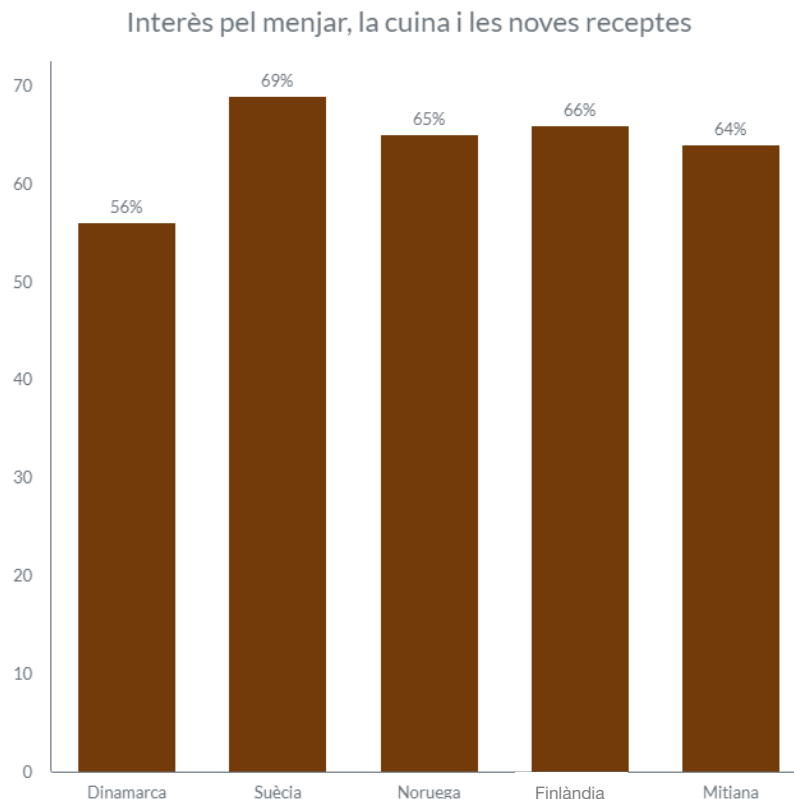
- ❑ Les persones solteres tenen la tendència a menjar soles, disminuint la importància de les experiències gastronòmiques.
- ❑ En el cas de Finlàndia, l'estat civil sembla no tenir un efecte directe en la percepció de la gastronomia.
- ❑ Les parelles solen compartir experiències gastronòmiques.
- ❑ Element clau de socialització.

2. La importància de la gastronomia a l'hora de viatjar



2. La importància de la gastronomia a l'hora de viatjar

La gastronomia té un paper rellevant en els viatges dels Nòrdics.



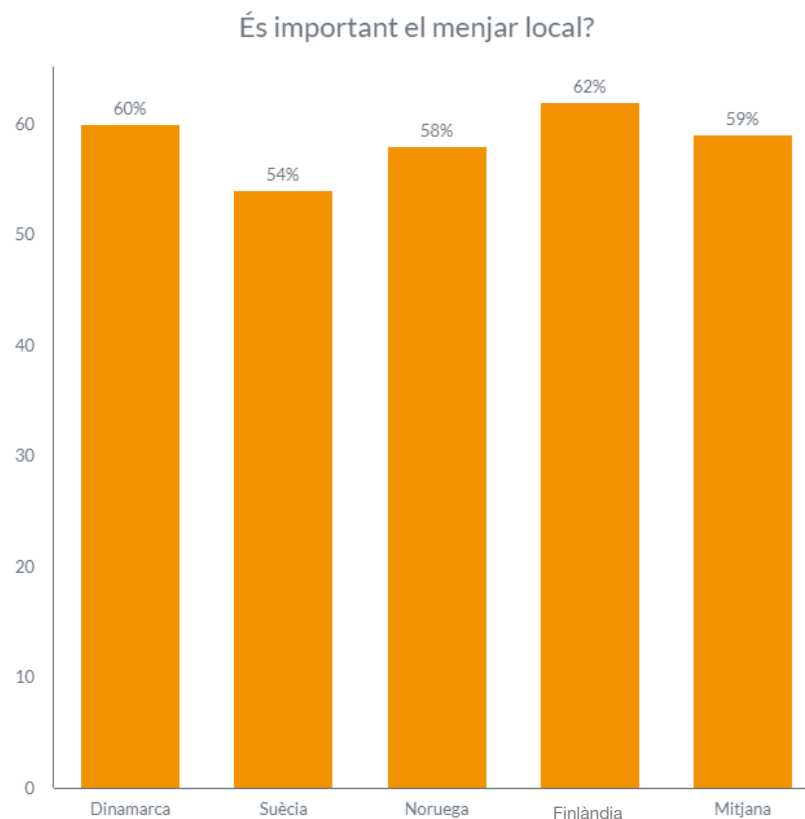
- ❑ De mitjana, el 64% dels turistes nòrdics consideren que la gastronomia és un aspecte important durant les seves vacances.
- ❑ A mesura que augmenta l'edat, també augmenta l'interès per la gastronomia.
- ❑ L'educació influeix en la percepció de la gastronomia.
- ❑ L'interès per la gastronomia en general i els esdeveniments culinaris està en augment.
- ❑ La gastronomia actua com a catalitzador de records i experiències.

A close-up photograph of a hand skewering a sandwich on a wooden board. The sandwich is filled with various meats, including sliced salami and ham, and melted cheese. The wooden board is placed on a white surface, and other food items are visible in the background.

3. La importància de la gastronomia local

3. La importància de la gastronomia local

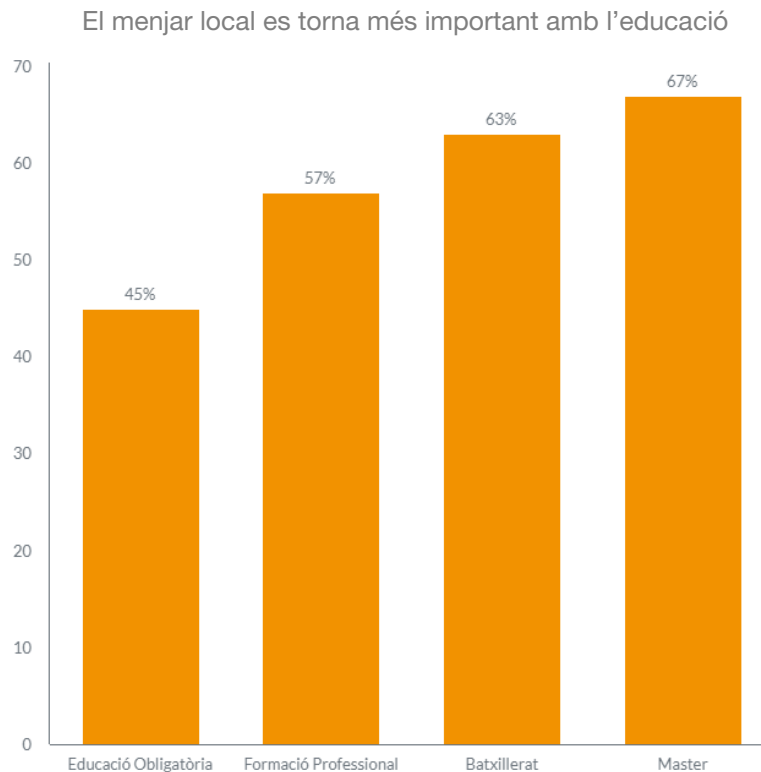
Aproximadament 6 de cada 10 turistes nòrdics prioritzen la gastronomia local.



- ❑ Els turistes finlandesos i danesos destaquen per prioritzar la gastronomia local durant els seus viatges.
- ❑ Creixent interès per part de les persones d'entre 50 i 64 anys en el menjar local, en comparació amb els més joves.
- ❑ Interès en conèixer la cultura de la destinació.
- ❑ Tendència en augment.
- ❑ Cerca de l'autenticitat.

La percepció de la gastronomia local varia en funció del nivell d'estudis

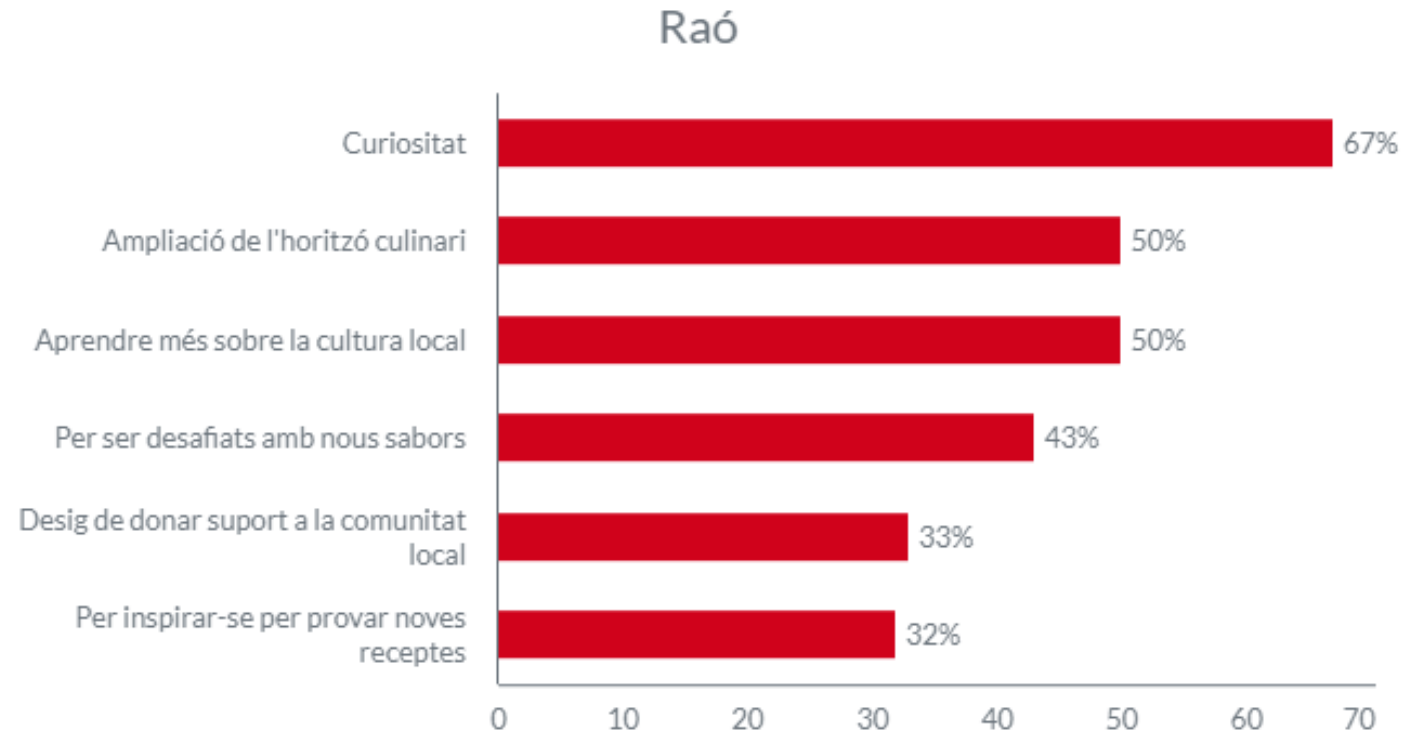
Els estudis superiors estan associada amb un major interès en l'alimentació local.



- Existent correlació entre l'educació i l'interès per la gastronomia local.
- Cerca d'experiències autèntiques.

El turista nòrdic és curiós i aventurer

Interès per descobrir nous sabors locals i ampliar horitzons culinaris.



4. Comportament futur del consumidor



4. Comportament futur del consumidor

Les experiències gastronòmiques inspiren i influeixen en el comportament futur del consumidor.

- El 29% prefereix la gastronomia de llocs que han visitat.
- El 39% se sent inspirat a tastar la gastronomia de la destinació.
- La curiositat durant els viatges condueix a la generació de records positius envers la gastronomia.
- Inspiració a través d'experiències gastronòmiques viscudes: el 40% dels adults de 18 a 64 anys incorporen noves idees a la seva llar.
- L'educació superior té un impacte significatiu, especialment a Dinamarca, Suècia i Noruega.
- Potencial per a destinacions turístiques i productors locals.

5. Conclusions



5. Conclusions

- ❑ Els nòrdics mostren un interès general per la gastronomia i la cuina, tant en el seu propi país com quan viatgem.
- ❑ Curiositat i desig d'ampliar el seu horitzó culinari.
- ❑ La gastronomia local com a facilitadora per conèixer millor la cultura local.
- ❑ El 29% prefereix menjar procedent de destinacions conegudes.
- ❑ Cerca de l'autenticitat.
- ❑ La vivència d'experiències culinàries durant els viatges no només inspira, sinó que també exerceix una influència significativa en el comportament del consumidor en el futur.
- ❑ Solen ser les persones amb un nivell educatiu alt les que mostren un interès més gran per la gastronomia, en comparació amb els nòrdics amb un nivell d'educació més baix.
- ❑ Oportunitat de col·laborar: productors locals i turoperadors.
- ❑ L'entourisme es converteix en una àrea d'interès.

intel·litur.

b2b.catalunya.com

[intel·litur.](http://intel.litur)