

# Els clients de restaurants de luxe els trien per la satisfacció i no pel postureig

## Un estudi de la UdL insta a incloure la gastronomia d'alt nivell com a recurs turístic significatiu

Al contrari del què es creu popularment, el postureig o demostrar cert estatus social no és el principal motor d'atracció dels restaurant de luxe, sinó el gaudi i la satisfacció que proporcionen aquestes experiències gastronòmiques que són les què fan que els clients que els visiten els recomanin ja sigui als seus contactes o en les xarxes socials. Així ho posa de manifest un estudi de la Universitat de Lleida (UdL) amb participació de la Universitat Jaume I de Castelló (UJI), recentment publicat a la revista *International Journal of Gastronomy and Food Science*.

"L'objectiu principal d'aquests consumidors no és generar admiració o reconeixement per part dels altres sinó gaudir d'una experiència innovadora i satisfactòria, ja que aquests restaurants són massa cars perquè les visites estiguin motivades per la cerca de reconeixement", explica la professora de la UdL, Natalia Daries que, juntament amb Eduard Cristóbal-Fransi (UdL), Javier Sánchez (UJI) i Estela Mariné (UdL) signen l'article. [\[Ampliar notícia\]](#) [<https://www.udl.cat/ca/serveis/oficina/Noticies/Els-clients-de-restaurants-de-luxe-els-trien-per-la-satisfaccio-i>]



**Text: Premsa UdL**

### **MÉS INFORMACIÓ:**

Article complet: *Customers' behavioral intentions when visiting upscale restaurants: Enjoying the experience or posturing?* [<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100840>]