

LES DONNÉES PRÉ-COVID SUR L'ŒNOTOURISME EN NOUVELLE-AQUITAINE



Enquête réalisée en 2019 auprès des visiteurs et des professionnels.

L'ACCUEIL VU PAR LES ACTEURS DE LA FILIÈRE

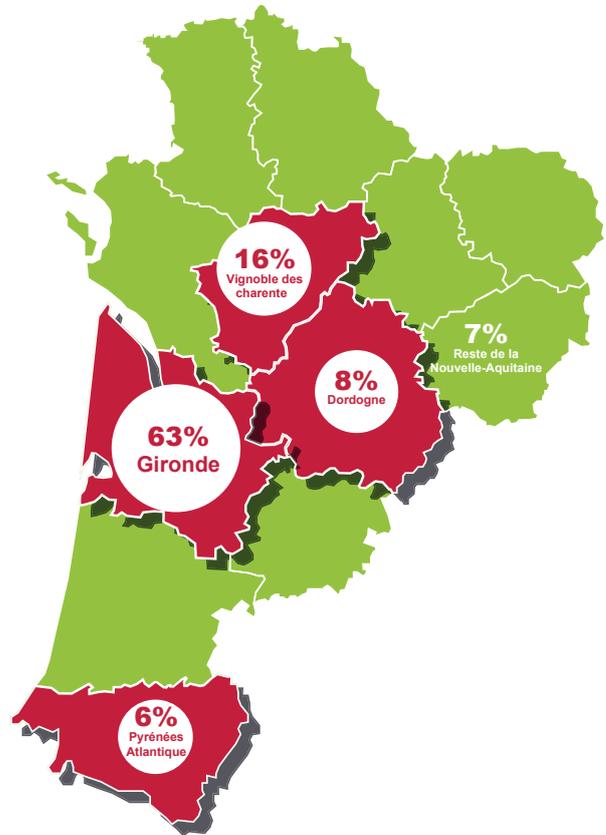
DONNÉES DE CADRAGE*

4,1 millions de visiteurs dont 3,1 millions d'œnotouristes estimés en 2018.

Répartition des œnotouristes sur le territoire régional.



Un œnotouriste passe au moins 1 nuit en dehors de son domicile.**



Les acteurs de la filière accueillent des visiteurs, des touristes et des clients à la propriété.

89%
des visiteurs sont des particuliers



12%
sont des professionnels du vin et des spiritueux

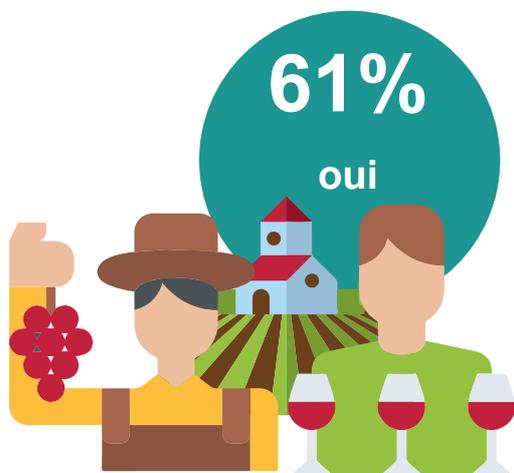


* Source : enquête auprès des acteurs de la filière.

** Source : enquête auprès des visiteurs de la filière.

L'ŒNOTOURISME EN NOUVELLE-AQUITAINE

UNE FILIÈRE QUI S'EST PROFESSIONNALISÉE

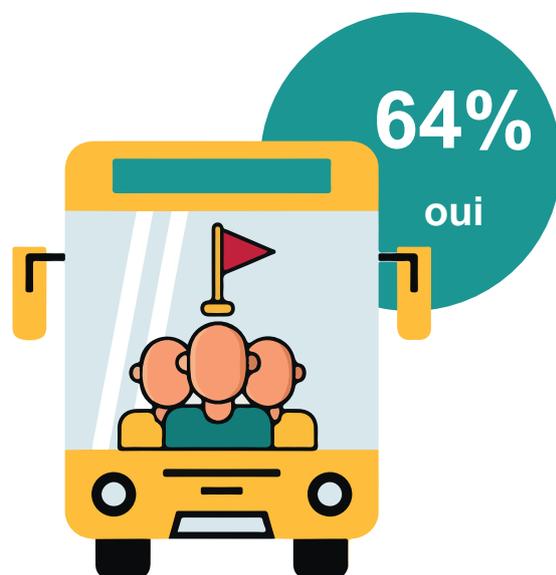


6 professionnels sur 10 accueillent du public sans rendez-vous.

? Recevez-vous du public uniquement sur rendez-vous ?

Les deux tiers accueillent des groupes organisés en autocar.

? Recevez-vous des groupes organisés venus en autocar ?



Presque 9 professionnels sur 10 disposent d'un lieu de dégustation.

? Disposez-vous d'un espace de dégustation dédié ?

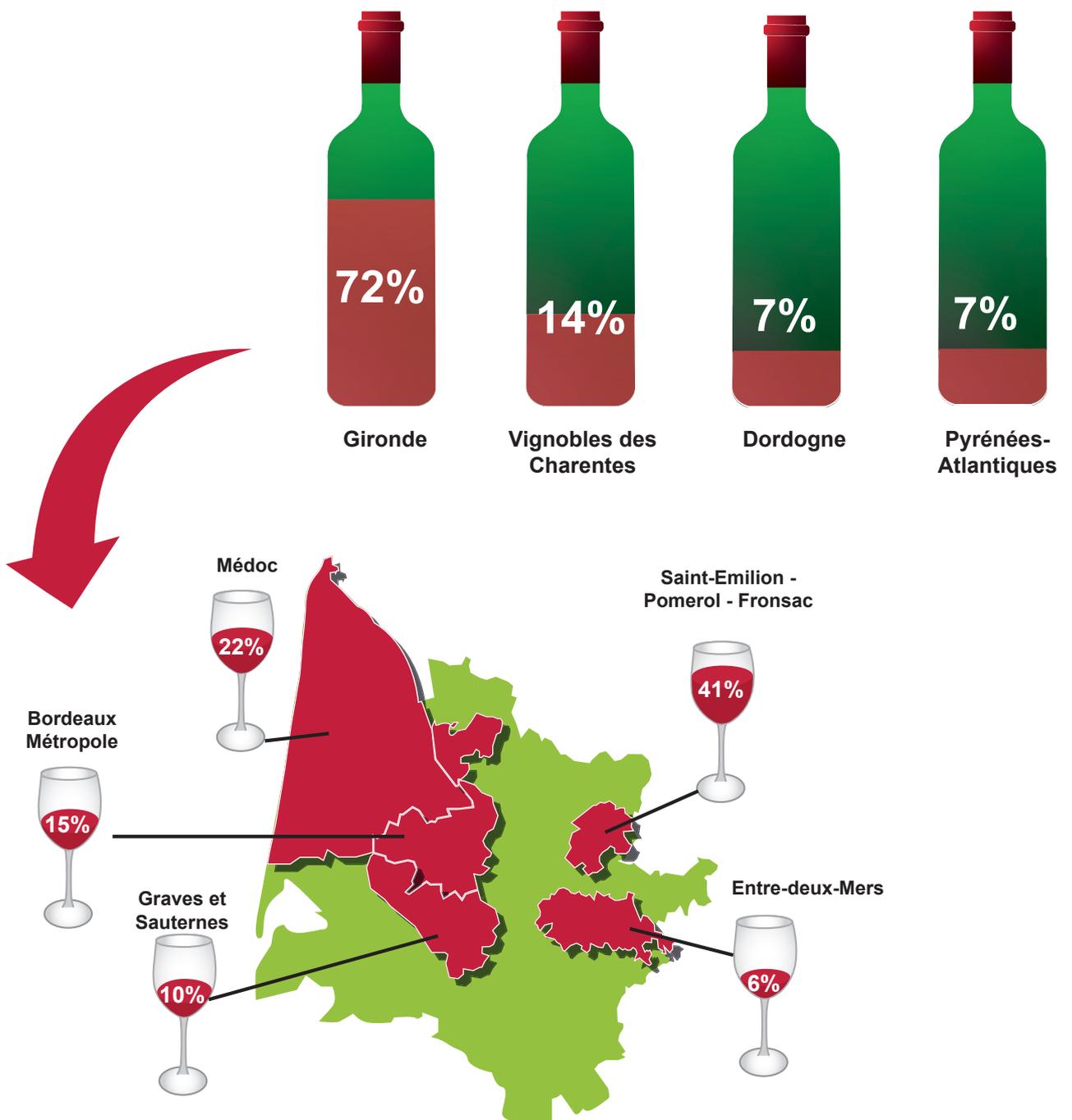
L'ŒNOTOURISME EN NOUVELLE-AQUITAINE

DONNÉES DE CADRAGE*

Près de 3/4 des visiteurs dans le vignoble en Nouvelle-Aquitaine se rendent dans des propriétés en Gironde.

Les touristes se répartissent de façon similaire sur le territoire régional.

Quel est le département de votre lieu de visite ?



* Les vignobles régionaux non indiqués n'ont pas participé à cette partie de l'étude

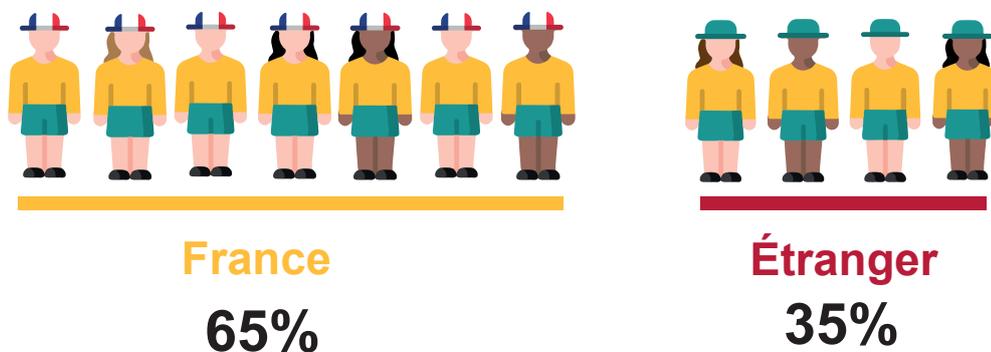
* Source : enquête auprès des visiteurs de la filière.

LE PROFIL DES ŒNOTOURISTES EN NOUVELLE-AQUITAINE

UNE CLIENTÈLE PLUTÔT HEXAGONALE

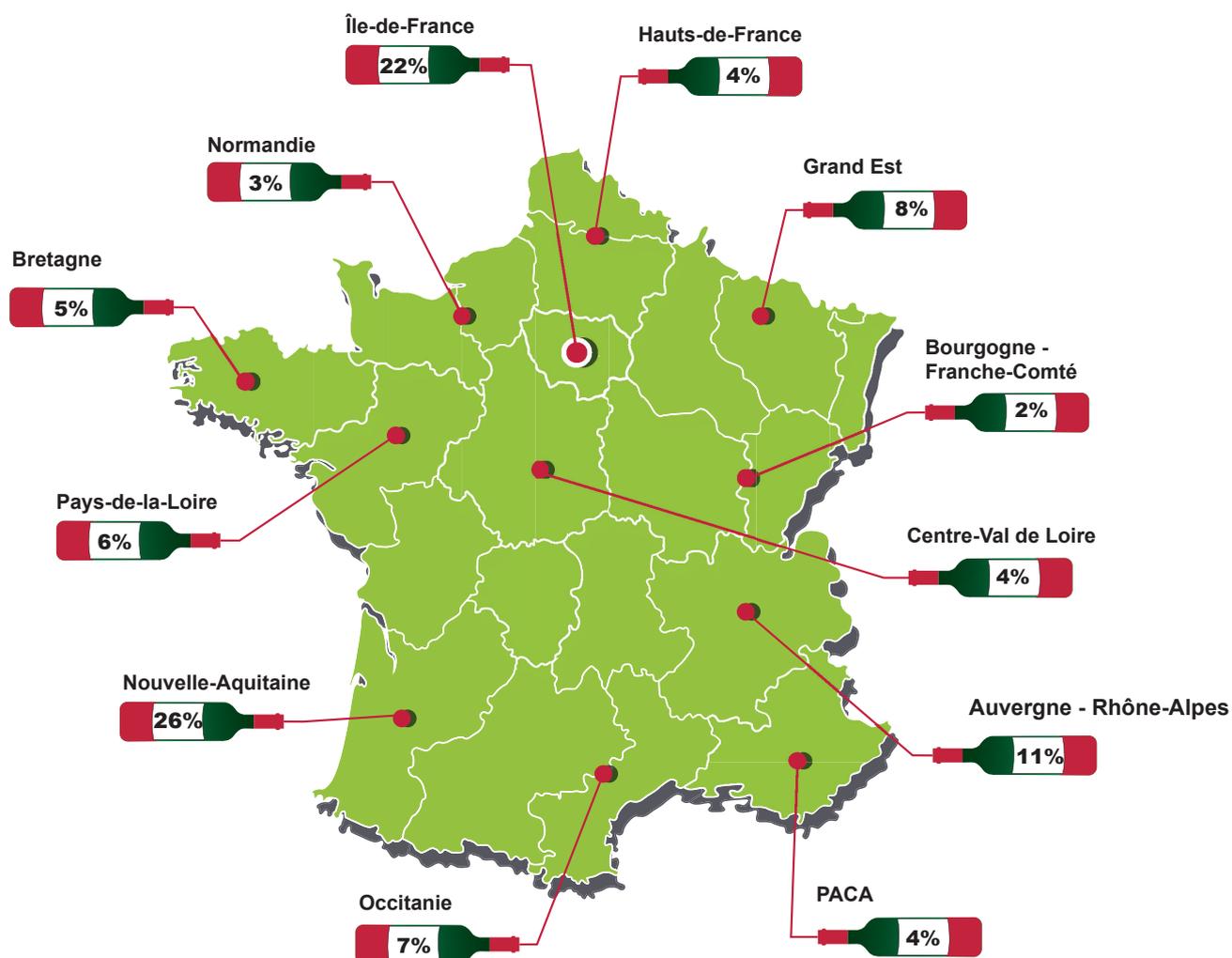
Près de 7 visiteurs du vignoble sur 10 sont des Français.

👉 Où résidez-vous habituellement ?



Un visiteur sur 5 est d'Île-de-France, et plus d'un quart de la Nouvelle-Aquitaine.

👉 Où résidez-vous habituellement ?



Base : clientèle française.

Source : enquête auprès des visiteurs de la filière.

LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DE L'ŒNOTOURISME EN NOUVELLE-AQUITAINE

84% DES VISITES GÉNÈRENT UN ACHAT

Une dépense moyenne de 66€ par acheteur en Nouvelle-Aquitaine.

 Panier moyen des acheteurs par territoire de visite



Des visiteurs qui contribuent au chiffre d'affaires des propriétés viticoles.

 Quelle est la part des ventes aux visiteurs dans votre chiffre d'affaires ?



 Quasiment tous les répondants (96%) pratiquent la vente à la propriété.

LES CRITÈRES DE CHOIX POUR VENIR

CONSEILS ET NOTORIÉTÉ

Un rôle indéniable de la recommandation par l'office du tourisme au moment du choix, qui vient relayer le poids de la notoriété.



Comment avez-vous connu le site sur lequel vous êtes aujourd'hui ?



Conseil de l'office du tourisme

32%



Notoriété du site / du vignoble / du producteur

18%



Bouche à oreille

17%

Brochures touristiques

13%

Média : presse, télévision et internet

13%

8%

Une précédente visite

7%

Réseaux sociaux

7%

Conseil de mon hébergeur

6%

Guide touristique (Michelin, Routard, etc)

5%

Par un vin et / ou spiritueux dégusté chez moi ou au restaurant

5%

Affichage en bord de route, fléchage

3%

Guide sur le vin (Hachette, Parker, etc.)

2%

Agence de voyages

2%

Rencontre du producteur / vigneron sur un marché

1%

Visite d'un salon (agriculture, tourisme, foires aux vins)

LES RAISONS DE LA PRÉSENCE SUR PLACE

«DÉCOUVRIR L'OFFRE»

L'attractivité du paysage et des villages viticoles est clairement plébiscitée, avec un intérêt majeur pour la dégustation.



Quelle sont les principales raisons de votre présence sur le site?



Découvrir les paysages et les villages viticoles

62%



Déguster du vin et / ou spiritueux

54%



Visiter les caves, distilleries et propriétés viticoles

54%

Acheter du vin et / ou spiritueux

29%

14%

Rencontrer un viticulteur / vigneron / distillateur

7%

Faire une halte sur une route des vins

6%

Vous restaurer

6%

Par hasard / opportunité

4%

Participer à un évènement lié au vin / spiritueux



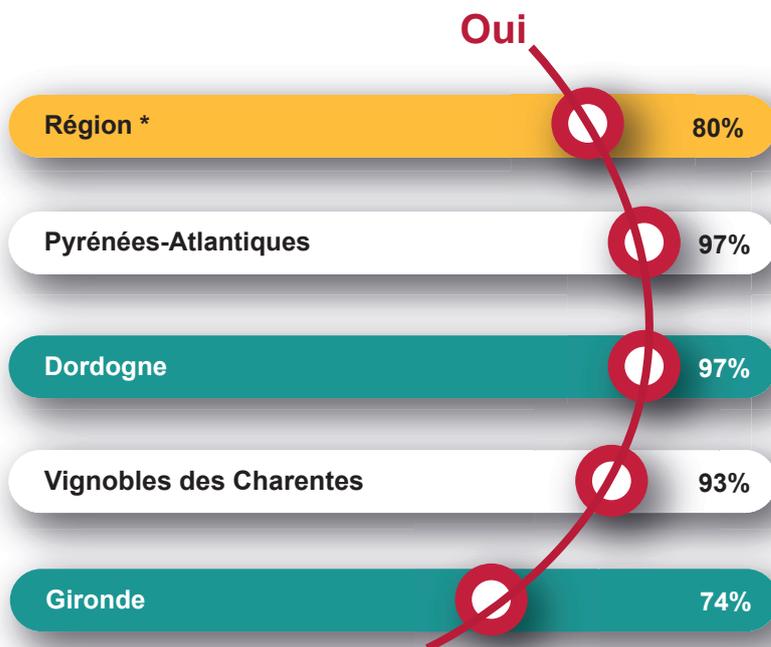
1/4 des répondants envisageaient un achat au préalable de la visite.

LE MODE D'ORGANISATION PEU D'INTERMÉDIAIRES

8 visiteurs sur 10 organisent eux-même leur visite.



Votre présence sur ce site s'inscrit-elle dans le cadre d'une visite organisée par vous même ? (vous vous déplacez seul, en famille, entre amis et par vos propres moyens).

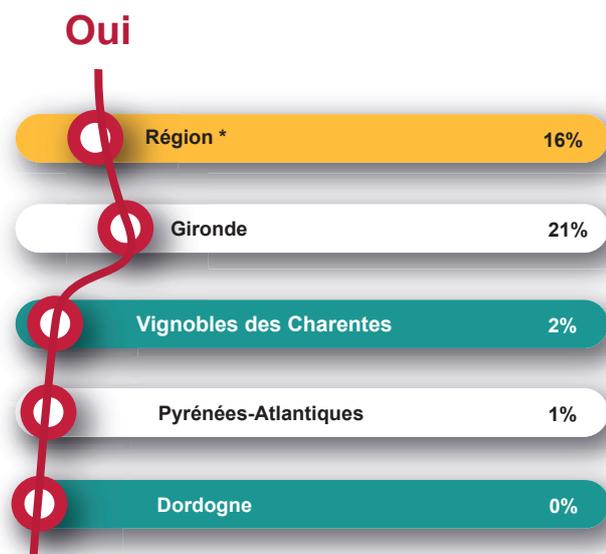


*En Aquitaine en 2009 : 92%

Quelques visites achetées sur place.



Vous vous déplacez au sein d'un groupe constitué par un office de tourisme, une compagnie fluviale, ... ?

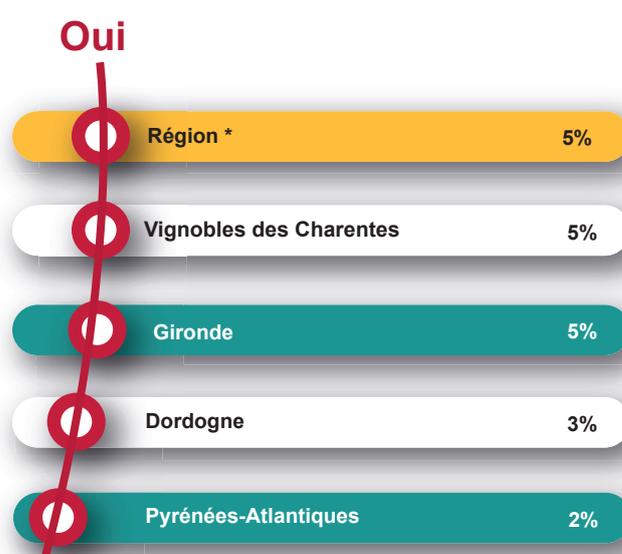


*En Aquitaine en 2009 : 92%

Peu de visites incluses dans un séjour tout compris.



Vous vous déplacez dans le cadre d'un séjour, un circuit tout compris, acheté avant votre départ (agence de voyages, internet, C.E) ?



*En Aquitaine en 2009 : 92%

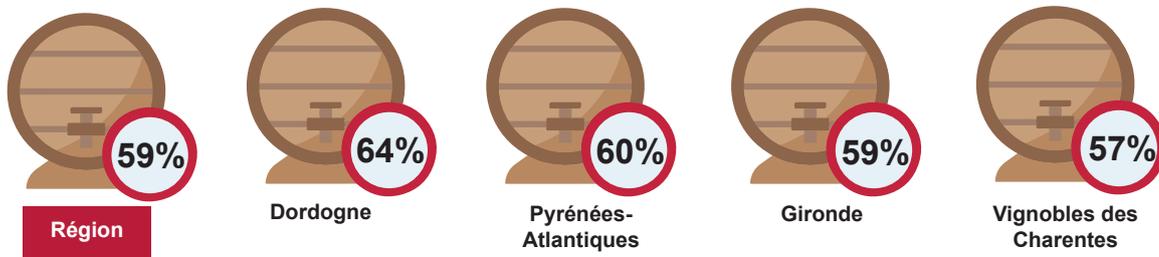
UNE FIDÉLITÉ À LA DESTINATION UN MOINDRE ENGAGEMENT VIS À VIS DU PRODUCTEUR RENCONTRÉ

6 visiteurs sur 10 reviendront, seulement 2 sur 10 pensent à garder le contact avec le producteur rencontré.



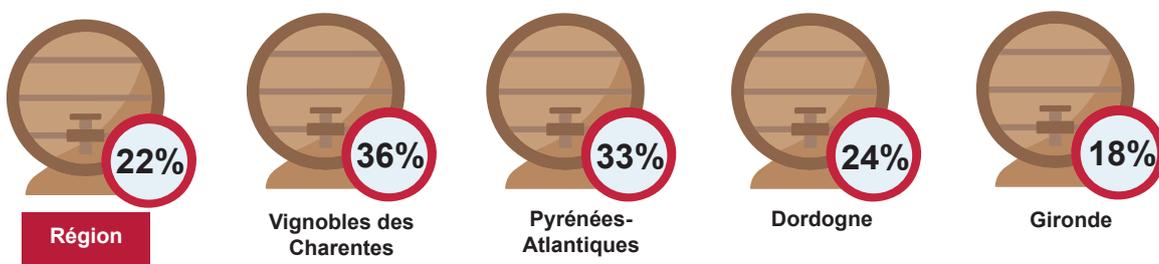
Après cette visite pensez-vous effectuer un nouveau séjour dans la région ?*

Oui
→



Après cette visite pensez-vous garder le contact avec les producteurs rencontrés ?*

Oui
→

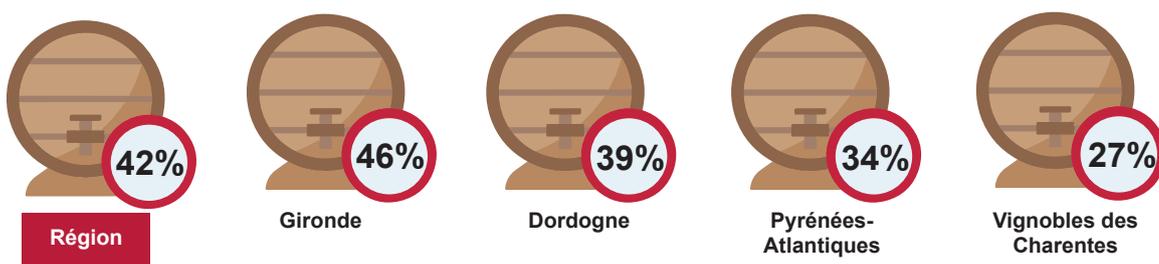


54% des répondants disposés à augmenter leur consommation de vins de la région et/ou des producteurs visités.



Après cette visite pensez-vous consommer plus de vin et / ou de spiritueux de la région ?*

Oui
→



Après cette visite pensez-vous consommer plus de vin et / ou spiritueux provenant des producteurs visités ?*

Oui
→



* Ont répondu oui.

Source : enquête auprès des visiteurs de la filière.



ESPACE PRO

Bienvenue sur le site dédié aux professionnels du tourisme



- Un **portail d'informations** dédié aux partenaires et adhérents du CRT, aux tour-opérateurs et à la presse
- Suivez les **actions et actualités du CRT Nouvelle-Aquitaine**, la mise en valeur des univers de marque et filières touristiques, les dossiers de presse publiés...
- Un **outil d'aide à la décision** avec un accès exclusif pour les adhérents aux données macro et micro-économiques de l'industrie régionale (chiffres clés, études, bilans thématiques, e-réputation...), bilan des actions...



crt-nouvelle-aquitaine.com



[/NAtourisme](https://www.facebook.com/NAtourisme)



[/NA_Tourisme](https://twitter.com/NA_Tourisme)



[/comité-régional-du-tourisme-de-nouvelle-aquitaine](https://www.linkedin.com/company/comite-regional-du-tourisme-de-nouvelle-aquitaine)

MERCI DE VOTRE ATTENTION

Pour plus de détails sur l'enquête oenotourisme et spiritourisme en Nouvelle-Aquitaine, consulter le centre de ressources de notre site pro à l'attention des professionnels :

<http://www.crt-nouvelle-aquitaine.com/>



Brigitte Bloch

Directrice Développement et Innovation

Email : brigitte.bloch@na-tourisme.com

Philippe Tarricq

Chef de pôle « Observation et Ingénierie

Email : philippe.tarricq@na-tourisme.com