

# Tourisme viti-vinicole

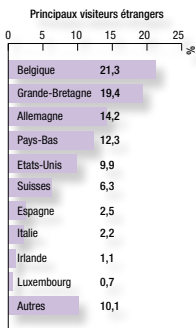
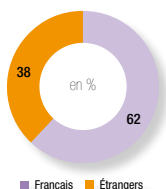
20



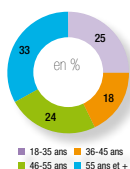
## profil des visiteurs

## motivations

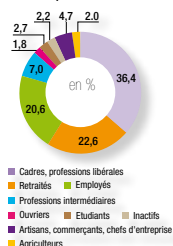
### ► Origine géographique



### ► Age



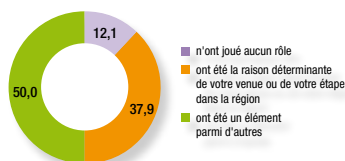
### ► Catégorie socio-professionnelle



### ► Motivations de séjour

- La découverte des vins et des vignobles 43,5%
- La découverte de la gastronomie et des produits du terroir 27,1%
- Le patrimoine culturel 20,5%
- La notoriété de la région ou du site 19,2%
- Des attaches à la région (souvenirs, famille, amis,...) 17,2%
- La pratique de la randonnée, de la balade (en vélo ou à pied) 11,0%
- Le patrimoine naturel 10,6%
- La visite du site sur lequel vous êtes 8,7%
- Vous venez régulièrement sur ce site ou dans la région 8,2%
- Un événement culturel (festival, spectacle, exposition...) 2,3%

### ► Le vin, la vigne et le vignoble



### ► Le vin, c'est





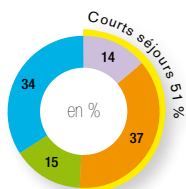
## A retenir

# 2009

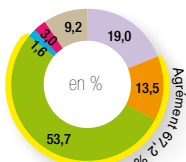
- ▶ **62%** de la clientèle du **tourisme viti-vinicole est française**
- ▶ **Les Belges : 1ère clientèle étrangère** du tourisme viti-vinicole étrangère
- ▶ **81% de touristes** (agrément, affaire, étape), parmi eux :
  - **51%** de courts-séjours
  - **80%** de séjours marchands
  - **33%** de seniors
  - **40%** de CSP +
- ▶ Pour **38%** des touristes, le vin, la vigne et le vignoble ont été une **raison déterminante de leur venue**

## caractéristiques des séjours

### ▶ Durée et motif des séjours

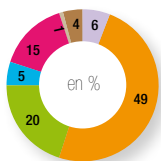


- 1 nuit
- 2 à 3 nuits
- 4 à 5 nuits
- Plus de 6 nuits



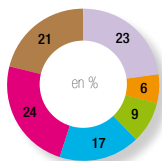
- Excursionniste
- Séjours dans la région sur la thématique du vin
- Week-end, vacances dans la région et ses alentours
- Déplacement professionnel pour acheter du vin
- Profitant d'un déplacement professionnel
- Etape vers une autre destination

### ▶ Composition du groupe



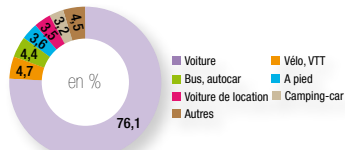
- Seul
- En couple
- En famille
- Entre amis
- Entre professionnels
- Autre groupe

### ▶ Dépenses en vin sur site



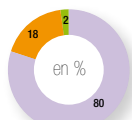
- 0 euros
- de 0 à 30 euros
- de 30 à 50 euros
- de 50 à 100 euros
- de 100 à 170 euros
- Plus de 170 euros

### ▶ Moyen de transport

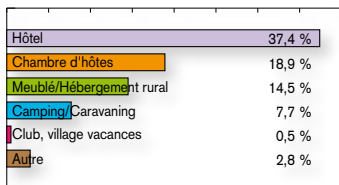
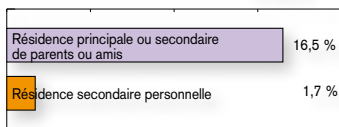


- Voiture
- Bus, autocar
- Voiture de location
- Vélo, VTT
- A pied
- Camping-car
- Autres

### ▶ Mode d'hébergement



- Hébergements marchands
- Hébergements non marchands
- Camping-car



### ▶ Activités pratiquées (multi-réponses)

- Visites de caves 61,6 %
- Découverte des villes, du patrimoine 52,9 %
- Achat de vins 51,0 %
- Visites de musées, monuments, châteaux 47,2 %
- Visites de caveaux de dégustation, de maisons des vins 46,1 %
- Découverte de la gastronomie 41,9 %

### Image de la Bourgogne

Population associant la Bourgogne à des séjours liés au vin (en %)

Français	Néerlandais	Belges	Britanniques	Allemands
48	21	47	57	43

Source : Enquête de notoriété et d'image 2009  
Euroeka Marketing & DGA Conseil / Bourgogne Tourisme