

œnotourisme

œnotourisme

Fréquentation des caves en 2008



CHIFFRES CLÉS

CHIFFRES CLÉS

2000 : Inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO de notre histoire, de notre culture et de nos paysages.

Le Val de Loire est le plus grand site inscrit en France avec 280 km.

7 : un des sept vignobles européens du patrimoine mondial de l'UNESCO.

1er vignoble en vente directe aux particuliers

2 régions (Pays-de-la-Loire et Centre) au fort potentiel touristique.

800 km de route du vignoble.

142 communes.

300 caves dites " touristiques " :

- 49 en pays nantais (16%),
- 99 en Anjou-Saumur (33%),
- 92 en Indre-et-Loire (31%)
- 60 en Loir-et-Cher (20%).



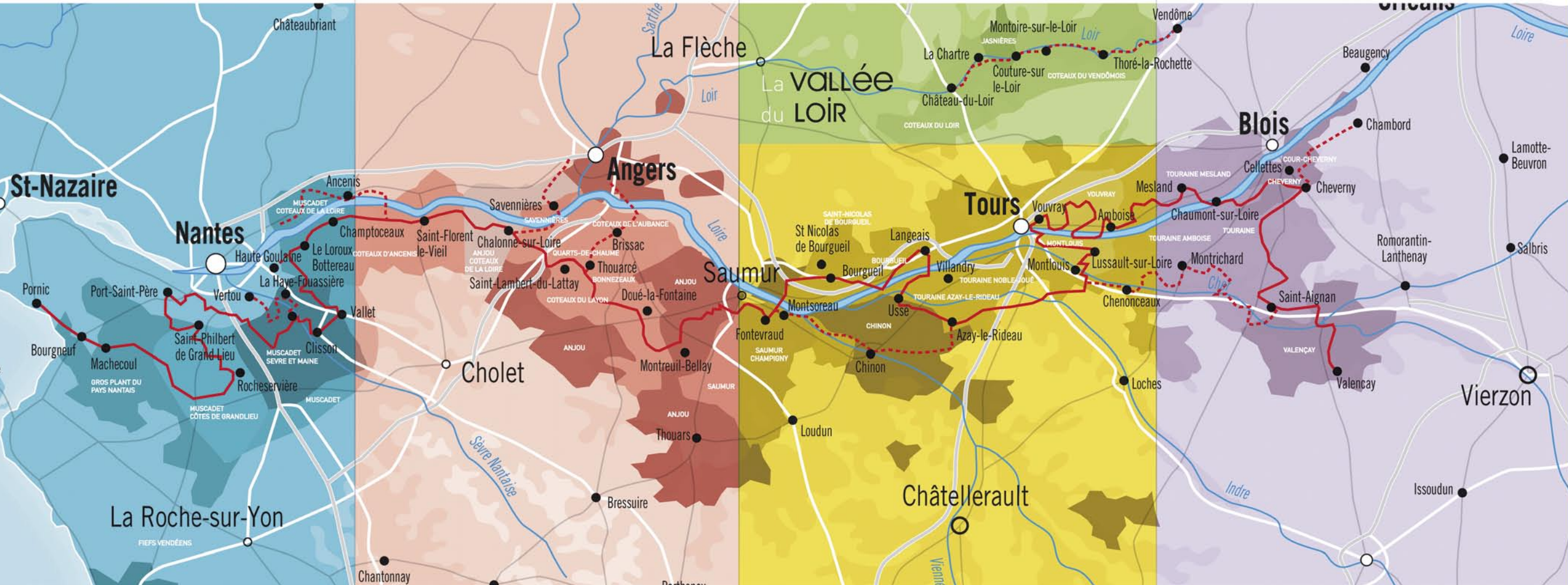
10 engagements signés dans la Charte Qualité du Vignoble de Loire.

Entre **L'océan**
et **CHAMPTOCEAUX**

Entre **CHAMPTOCEAUX**
et **SAUMUR**

Entre **SAUMUR**
et **CHENONCEAUX**

Entre **CHENONCEAUX**
et **SAINT-AIGNAN**





La fréquentation des caves touristiques en 2008

Rappel méthodologique :

En partenariat avec l'OE2T (Observatoire de l'Economie et des Territoires de Touraine) et la SEM des Pays-de-la-Loire, un outil d'observation a été proposé par InterLoire (observatoire économique) aux 300 caves touristiques de la Loire.

Cet outil permet de renseigner mensuellement le nombre de visiteurs particuliers et le montant de leurs dépenses.

Les objectifs sont doubles :

- mesurer la fréquentation de la clientèle au caveau, l'analyser et connaître son évolution,
- évaluer l'impact économique de cette clientèle au sein de la filière viticole et au sein de la filière touristique.

Le détail entre « visiteurs français », « visiteurs étrangers » et « clients fidèles, habitués » était souhaité. En revanche, les professionnels (restaurateurs, cavistes, importateurs, acheteurs pour grandes surfaces, etc.) s'approvisionnant directement au domaine ainsi que tout particulier commandant du vin par téléphone, fax ou Internet ont été exclus de l'analyse.

Une cinquantaine de caves ont répondu aux questionnaires soit un taux de retour de près de 20 %. Mais, les éléments ci-dessous porteront sur les 34 caves ayant apporté des réponses exploitables.

Pour une première année de lancement d'observation, le taux de réponse est plutôt satisfaisant et encourageant mais l'extrapolation de ces données à l'échelle du vignoble n'est toutefois pas encore envisageable à ce stade.

La période d'analyse portera sur les mois d'avril à décembre 2008.



Un quart des caves répondantes ont une fréquentation supérieure à 10 000 visiteurs

D'avril à décembre 2008, les caves du vignoble de Loire ont reçu 70% de leurs visiteurs au cours des mois de mai à septembre.

Les mois de mai et août sont les plus fréquentés.

→ A noter qu'un certain nombre de caves ont déclaré ne recevoir aucun touriste. Leur clientèle est composée uniquement d'habituels en raison principalement d'une localisation en dehors des zones d'affluence touristique.

A titre de comparaison, la fréquentation de musées liés à la gastronomie et au vin est la suivante.

	Nb de visiteurs
Economusée du Véron (Savigny en Véron - 37)	9 210
La Devinière – Musée Rabelais (Seuilly – 37)	13 223
Musée des Vins de Touraine (Tours – 37)	2 507
Musée du Vignoble Nantais (Le Pallet – 44)	6 246
Musée de la Vigne et Vin d'Anjou (St Lambert du Lattay – 49)	6 624

La plupart des caves répondantes reçoivent principalement des Français

Une très large majorité des caves reçoit plus de 2/3 de Français. Pour les Français, les deux mois privilégiés pour visiter les caves du Val de Loire sont mai et surtout août. Juillet vient en 3^{ème} position.

Les mois de prédilection pour la fréquentation des étrangers sont juillet et août.

Rappels : échantillon d'analyse = 21 caves ayant apporté une information sur ce critère

Une cave répondante sur trois enregistre un montant d'achat moyen par visiteur supérieur à 100 euros

CA / Nb de visiteurs acheteurs	%
Moins de 50 €	35%
Entre 51 € et 99 €	35%
Plus de 100 €	30%

Répartition des caves répondantes selon leur montant moyen d'achat par visiteur.

(Echantillon d'analyse = 17 caves ayant apporté une information sur ce critère).



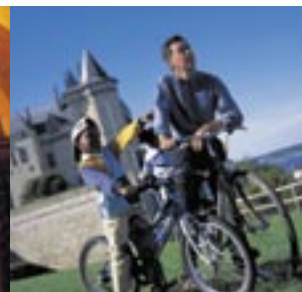
Nb de visiteurs	%
Moins de 1 000	32%
Entre 1001 et 9 999	41%
10 000 et plus	27%

Répartition des caves répondantes selon leur nombre de visiteurs.
(Echantillon d'analyse = 34 caves)

Remarque : le taux de retour pour les caves recevant plus de 10 000 visiteurs est quasi-exhaustif.

Fréquentation 2008 de musées publics en rapport avec le vin et la gastronomie.

Sources : OE2T, CDT 44 et CDT 49



Profil des visiteurs des caves touristiques en Touraine

Rappel méthodologique :

Dans le cadre de sa démarche de qualification touristique des caves du Val de Loire, Interloire a jugé nécessaire de disposer d'informations plus précises sur les visiteurs de ces propriétés viticoles.

Un questionnaire de huit questions a donc été établi en partenariat avec l'OE2T (Observatoire de l'Economie et des Territoires de Touraine).

Il a été déposé dans les 300 caves touristiques (du vignoble de Loire) et mis à disposition des visiteurs qui les remplissaient par eux-mêmes.

A la fin de l'année 2008, 601 questionnaires exploitables ont été collectés en Indre et Loire. Ces derniers proviennent de caves de différentes tailles et réparties harmonieusement sur le territoire départemental ce qui permet d'envisager une analyse. Les résultats ont une marge d'erreur à plus ou moins 4%.

Le nombre de questionnaires retournés par les caves des autres départements est insuffisant pour permettre une analyse de la clientèle.

Une clientèle avant tout française avec...

Cette répartition aux 2/3-1/3 est conforme aux répartitions communément constatées en Touraine.

Les étrangers qui sont les plus nombreux sont originaires des Iles Britanniques, du Bénélux et des Etats-Unis. D'après les chiffres disponibles sur les clientèles étrangères dans certains hébergements marchands (Hôtels classés, campings classés et gîtes ruraux en centrale de réservation Gîtes de France), les Allemands s'insèrent dans ce peloton de tête devant les Américains.

France
64 %

Autres Pays
36 %



Répartition des visiteurs selon leur nationalité



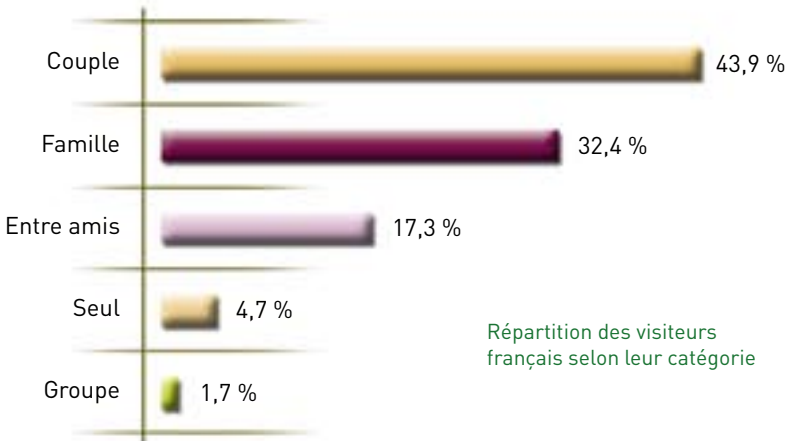
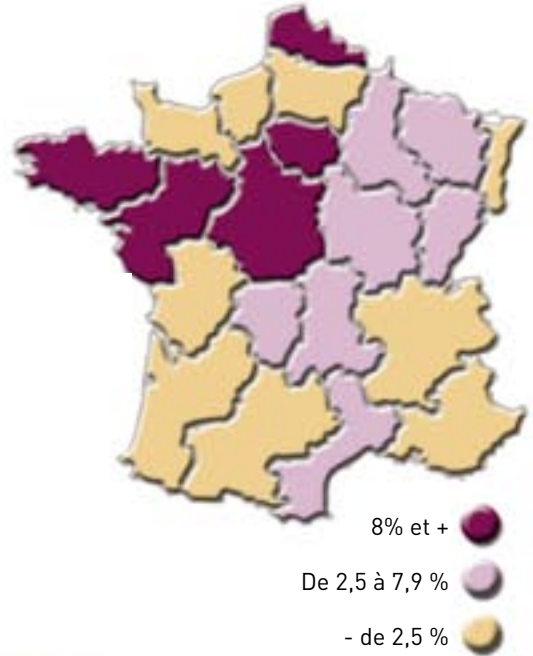
Répartition des visiteurs français selon leur région de domicile

... la domination d'un grand quart Nord Ouest

Les 3/4 des vins de la Touraine sont consommés dans le quart Nord-Ouest de la France, selon le panel Consoscan de TNS-Worldpanel. L'essentiel de la clientèle touristique des caves provient du bassin de consommation des vins tourangeaux. Par ailleurs, parmi les répondants, 1 sur 10 dispose de sa résidence principale ou secondaire à moins de 60 kms de la cave qu'il a visité.

Près de la moitié des visiteurs viennent en couple

Les 3/4 des clients viennent en famille au sens statistique du terme (famille+couple) pour réaliser leur visite dans les caves touristiques. Cette proportion est plus élevée que pour l'ensemble de la clientèle touristique du département. 20% des répondants sont venus avec des enfants. Ils étaient le plus souvent accompagnés d'un seul enfant ou de deux.

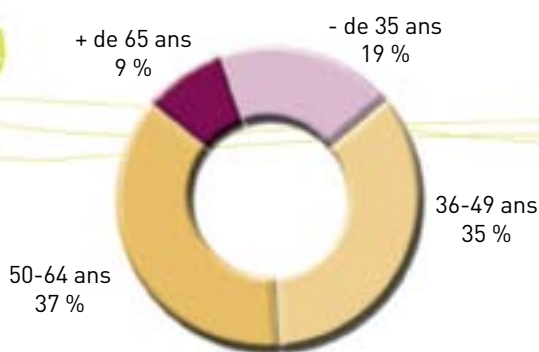


Répartition des visiteurs français selon leur catégorie

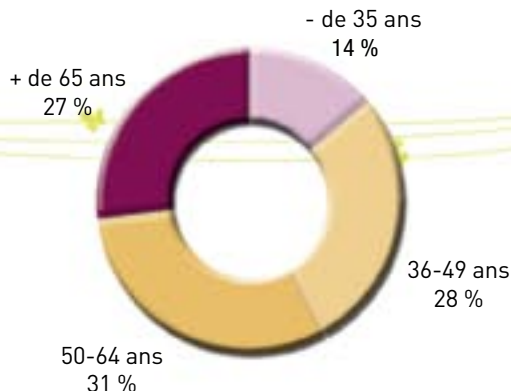


2/3 des visiteurs ont entre 36 et 64 ans

La population fréquentant les caves de la Touraine est plus jeune que l'ensemble des consommateurs des vins tourangeaux. Néanmoins, la tranche d'âge la plus représentée reste celle des 50/64 ans (plus de 30 %) suivie des 36/49 ans.



Répartition des visiteurs selon leur tranche d'âge.



Répartition des ménages français par tranche d'âge pour leur consommation à domicile des vins de la Touraine.

(source : TNS-Worldpanel / panel Consoscan)

Les relations sont un vecteur important de connaissance des caves

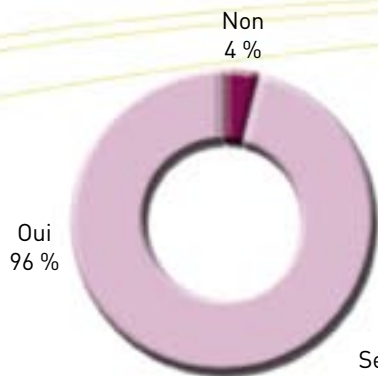
Le bouche à oreille est le facteur le plus couramment cité par les répondants lorsqu'ils indiquent pourquoi ils sont venus dans cette cave. La qualité de la prestation proposée aux oenotouristes est donc primordiale.

Les guides (spécialisés dans le vin ou le tourisme), les livres et les brochures sont aussi des vecteurs de connaissance des propriétés viticoles à ne pas négliger. La signalétique est aussi un facteur d'attrait important.

→ A noter que les éditions d'InterLoire ont permis d'attirer une personne sur 10 dans les caves de la Touraine.

Comment les visiteurs ont connu la cave ?	%
La famille, les amis ou d'autres relations	28%
Un guide, un livre ou une brochure	24%
dont le livre " Invitation dans le vignoble de Loire " et la carte « Sur la route des vins de Loire »	9%
dont le guide Hachette	6%
Le fait de passer devant la cave, sa signalétique	17%
Une étiquette (restaurant, autres prestataires touristiques...)	8%
L'habitude	7%
Un office de tourisme	6%
Un site web	3%
Un autre site touristique	1%
Un salon, une exposition, une foire...	1%
L'organisateur du séjour	1%
Autres	3%
Total	100%

96% des visiteurs repartent avec des achats....



Seuls 4% des visiteurs repartent sans achat à l'issue de leur visite...

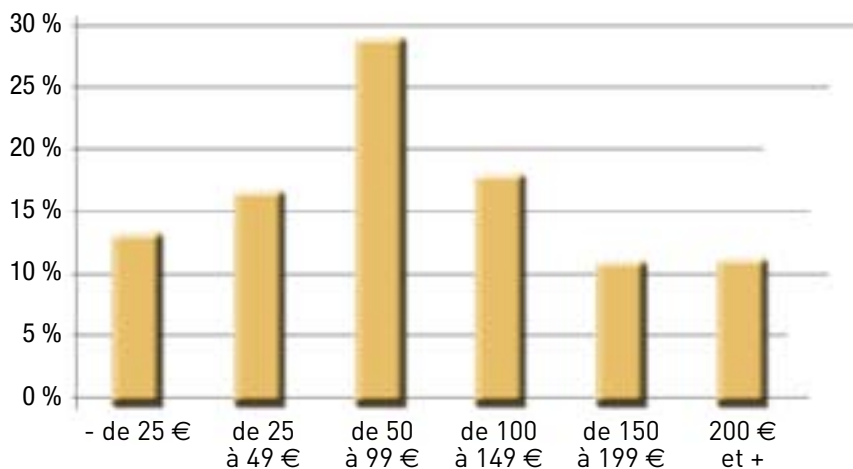


... avec un ticket moyen d'une centaine d'euros

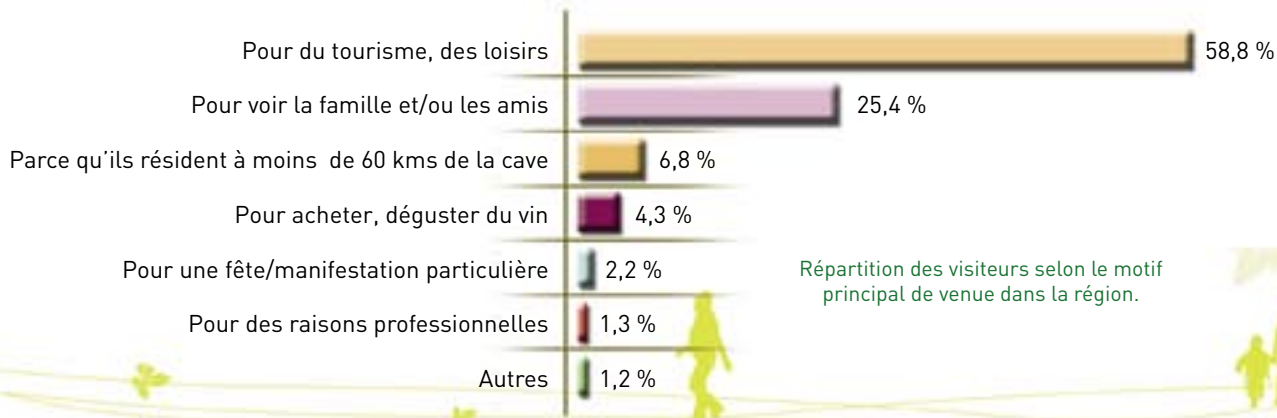
Le ticket moyen pour un visiteur (seul ou accompagné) est d'une centaine d'euros.

Le montant de ticket le plus courant est compris entre 50 € et 99 €. Près d'un répondant sur quatre a acheté du vin pour plus de 150 €.

Répartition des visiteurs français selon leur montant de ticket.



6 visiteurs sur 10 sont dans la région pour leurs loisirs ou du tourisme



Au programme pendant le séjour : la visite des châteaux et des autres monuments et d'autres visites gastronomiques

Traditionnellement, les châteaux et autres monuments apparaissent au 1er rang des activités pratiquées par les touristes en Indre et Loire. Les visiteurs des caves ne font pas exception à la règle. La différence majeure avec l'ensemble des clientèles touristiques est un intérêt plus marqué pour les visites liées à la gastronomie d'où la nécessité d'une mise en réseau des offreurs. L'ordre de citations des autres activités pratiquées ou à pratiquer est par ailleurs relativement conforme avec ce qui est généralement constaté.

→ A noter que 10% des répondants visitent plusieurs caves au cours de leur séjour.

En dehors de la visite de la cave que font les visiteurs pendant leur séjour ou qu'ont-ils prévu de faire ? (Plusieurs citations possibles)	%
Visiter des châteaux et monuments	33%
Faire des visites gastronomiques	20%
dont autres caves	11%
dont autres lieux liés à la gastronomie	1%
dont autres caves et autres lieux liés à la gastronomie	3%
Se reposer	14%
Faire des randonnées	13%
dont randonnée pédestre uniquement	7%
dont randonnée vélo uniquement	1%
dont randonnées pédestre et vélo	2%
dont découverte du parcours Loire à Vélo	3%
Visiter des musées	9%
Réaliser des balades en bateaux	3%
Fréquenter des parcs de loisirs	3%
Pratiquer des activités sportives	2%
Participer à des réunions professionnelles	1%
Autres activités	3%
Total	100%

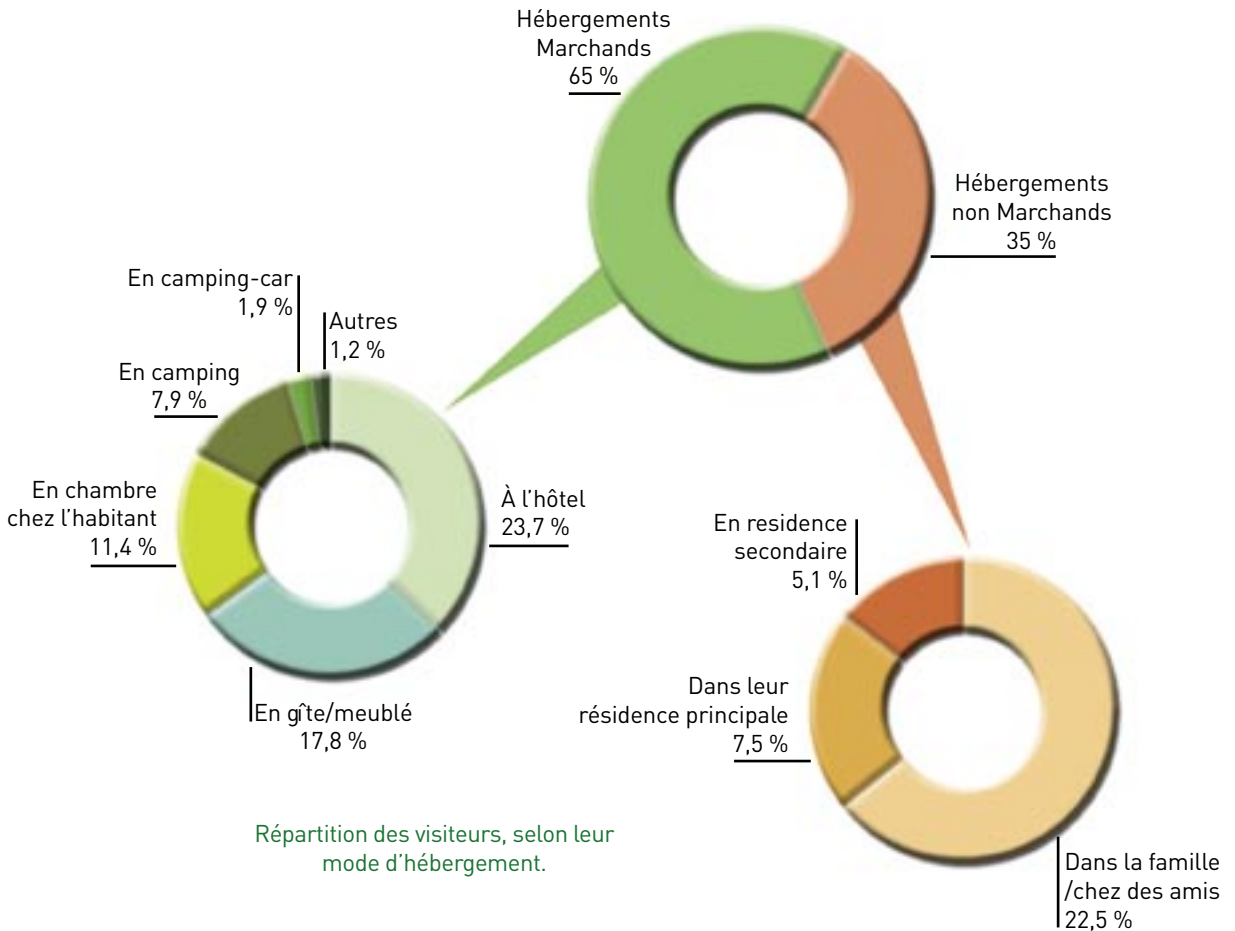


L'hôtel et les parents et amis sont les principaux hébergeurs

3,7% des répondants ne disposaient pas d'un hébergement sur place car ils étaient seulement de passage dans la région.

La majeure partie de ceux qui ont dormi sur place ont opté pour un hébergement marchand (logement proposé contre rémunération).

On note par ailleurs une nette tendance au choix d'hébergements moyens et hauts de gamme : 2 étoiles (ou épis ou clefs...) et plus.



INTERLOIRE
12, rue Etienne Pallu - BP 61921
37019 Tours Cedex 1
Tel: + 33 2 47 60 55 08
Fax : + 33 2 47 60 55 09
www.vinsdeloire.fr



SEM Régionale des Pays-de-la-Loire
1, place de la Galarne - BP 80221
44202 NANTES Cedex 2
Tél: 02 40 89 89 89
Fax: 02 40 89 89 85
www.sem-paysdelaloire.fr



Observatoire de l'Économie et des Territoires de Touraine
4 bis rue Jules Favre - B.P. 41028
37010 TOURS cedex 1
Tél. : 02 47 47 20 45
Fax : 02 47 66 41 54
www.economie-touraine.com

