

ETUDE SUR LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE 2019

# LES TOURISTES PRATIQUANT LA DEGUSTATION DE VINS ET LA VISITE DE CAVES

**22% des touristes pratiquent la dégustation de vins et la visite de caves**  
**66% des séjours sont réalisés par des touristes français**

## EN BREF

- Durée moyenne de séjour de **6 nuits**
- **55%** des séjours sont des longs séjours
- Dépense moyenne de **73€/jour/personne**
- **Le locatif** (gîte, appartement, maison) est le 1er mode d'hébergement marchand
- Poids plus important que la moyenne du **classement au Patrimoine mondial de l'UNESCO** et du **bouche à oreille** dans les raisons du choix de la destination
- Poids plus important que la moyenne dans l'utilisation des **guides spécialisés** pour préparer le séjour

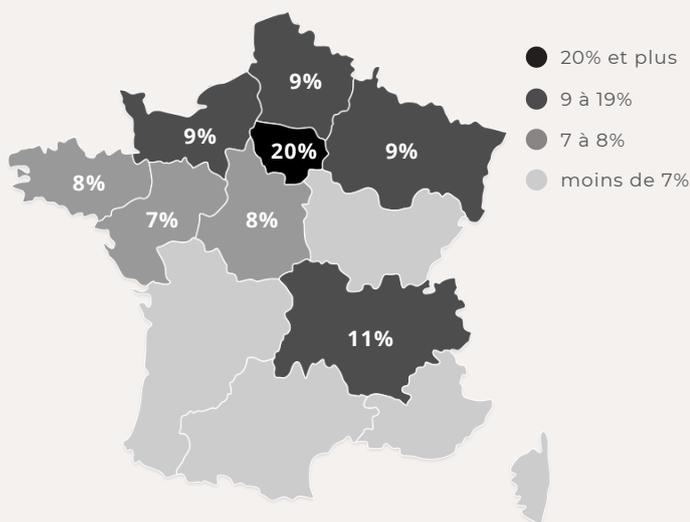
## LES EVOLUTIONS PAR RAPPORT À 2014

- Clientèle qui apprécie davantage le calme, la tranquillité et la douceur de vivre (+12 pts)
- Pratique plus importante que la moyenne des activités en extérieur : visites de parcs et jardins (+4 pts), observation de la nature (+4 pts), balade à vélo (+6 pts), balade pédestre (+3 pts)
- Progression des locations, gîtes, appartements, maisons parmi les hébergements marchands (+11 pts)
- Progression des camping-caristes parmi les hébergements non marchands (+6 pts)
- Augmentation du poids des clientèles de 55 ans et plus (+5 pts)

## ORIGINE DES TOURISTES FRANÇAIS

Répartition des touristes français en séjour %

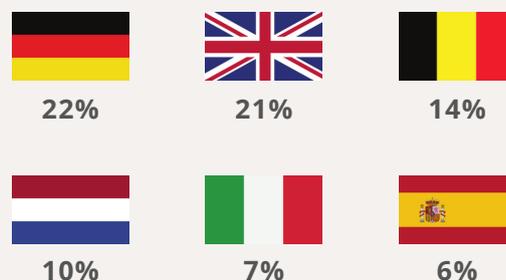
**66% de touristes français**



## ORIGINE DES TOURISTES ETRANGERS

Répartition des touristes étrangers en séjour en %

**34% de touristes étrangers**  
dont plus 9 sur 10 sont européens.



## TYOLOGIE DE LA CLIENTÈLE

TRANCHE D'ÂGE	DURÉE DE SÉJOUR *	PÉRIODE DE SÉJOUR **	FIDÉLITÉ	
55 - 64 ans 27%	Long séjour 55%	Printemps 40%	Déjà venu 55%	
65 ans et plus 25%	Court séjour 28%	Été 40%	Primo-visiteur 45%	
45 - 54 ans 19%	Moyen séjour 18%	Automne 20%	<b>TYPE DE GROUPE</b>	
35 - 44 ans 14%	*Court séjour : 1 à 3 nuits Moyen séjour : 4 à 5 nuits Long séjours : 6 nuits et plus	**Printemps : avril, mai, juin Été : juillet et août Automne : septembre, octobre, novembre		En couple 48%
25 - 34 ans 12%				En famille 31%
18 - 24 ans 3%				Entre amis 17%
			Seul 4%	



ETUDE SUR LES CLIENTÈLES TOURISTIQUES EN RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE 2019

ORGANISATION DU SÉJOUR

MODE D'HEBERGEMENT

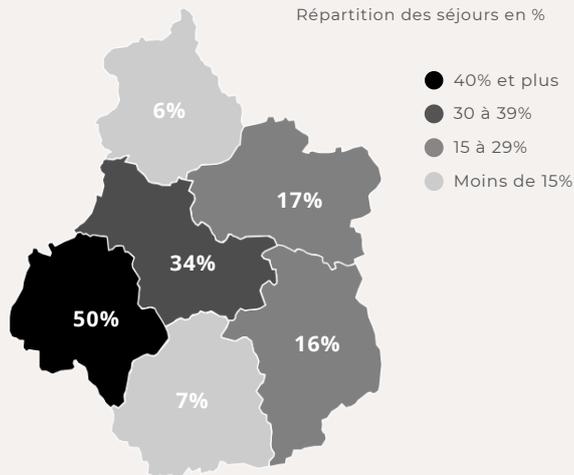
PRÉPARATION DU SÉJOUR		RÉSERVATION DU SÉJOUR	
Site web de la destination, du territoire	53%	69% des séjours sont réservés à l'avance dont 82% sont réservés sur internet	
Site web d'un hébergement, d'un site touristique	38%		
Brochures ou dépliants gratuits	28%	> Directement sur le site web du prestataire	42%
Guides spécialisés	27%	> Par un site spécialisé (Booking, Expedia, Oui.sncf...)	31%
Avis d'autres voyageurs (Tripadvisor, Google...)	21%	> De particulier à particulier (Airbnb, Aritel, Le Bon Coin...)	20%
Contacts directs avec un office de tourisme	19%	> Centrale de réservation (Destinations, Gîtes de France...)	15%
Réseaux sociaux	5%		
Agence de voyage ou tour opérateur	4%		

HÉBERGEMENT MARCHAND		HÉBERGEMENT NON MARCHAND	
en % des séjours marchands		en % des séjours non-marchands	
Location, gîte, appartement, maison	32%	Parents ou amis	54%
Hôtel	30%	Camping car	31%
Camping	21%	Votre résidence secondaire	14%
Chambres d'hôtes	17%		
Résidence hôtelière ou de tourisme	7%		
Village de vacances	6%		
Autres hébergements marchands	0,3%		



DEPARTEMENT DE SÉJOURS

Répartition des séjours en %



DEPENSES

pratiquant la dégustation de vins et la visite de caves

	Français	Étrangers	Total
Dépense moyenne par jour et par personne	63 €	96 €	73 €
Budget global du séjour	734€	1 459 €	933 €
Durée moyenne de séjour	5,5 nuits	7,5 nuits	6 nuits

CARACTÉRISTIQUES

POURQUOI ONT-ILS CHOISI LA RÉGION ?		QU'APPRECIENT-ILS LE PLUS ?		QUE FONT-ILS ?	
Un site, une activité, un lieu en particulier	31%	Les châteaux et le patrimoine historique et culturel	82%	Visite de monuments, de châteaux	91%
Le bouche à oreille	20%	Les vins, les produits du terroir et la gastronomie	56%	Visites de parcs et jardins	64%
Des informations vues sur Internet (site web, blog...)	18%	Le calme, la tranquillité, la douceur de vivre	54%	Achat ou dégustation de produits du terroir	53%
Des attaches (amis, famille, résidence secondaire)	18%	La nature et l'environnement	35%	Visite de musées	40%
Le classement au patrimoine mondial UNESCO	16%	L'adaptation à la pratique du vélo	16%	Balade à pied, randonnée pédestre	36%
Un hébergement disponible et répondant à mes attentes	15%			Balade à vélo, cyclotourisme, VTT	27%
Un reportage sur la destination, un site, une activité (TV, web, presse...)	14%			Observation de la nature (flore, faune)	26%
Un peu par hasard	11%			Shopping	25%
				Activités culturelles (expositions, festivals, spectacles)	22%