

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

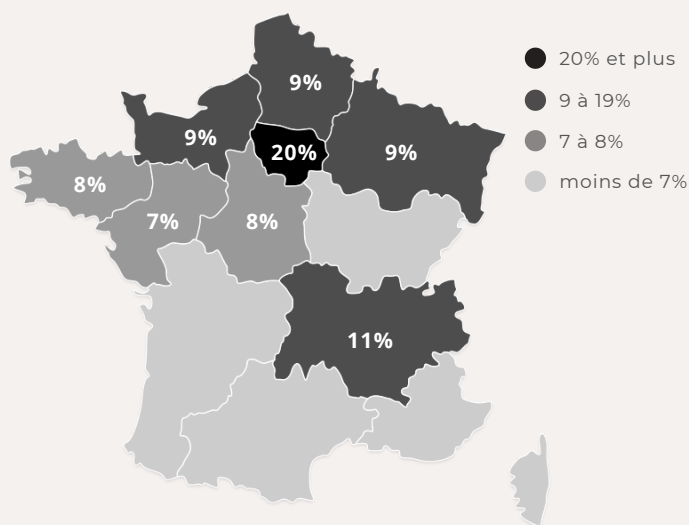
## LES EVOLUTIONS PAR RAPPORT À 2014

- 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 %

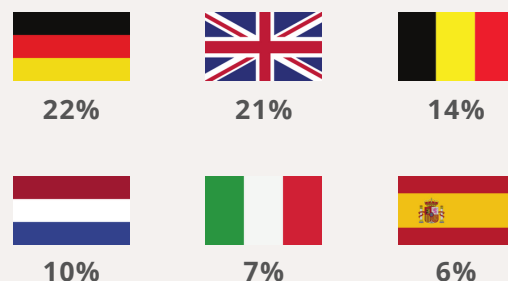
**66% de touristes français**



## ORIGINE DES TOURISTES ÉTRANGERS

Répartition des touristes étrangers en séjour en %

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



## TYPLOGIE DE LA CLIENTÈLE

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




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

ORGANISATION DU SÉJOUR

MODE D'HEBERGEMENT

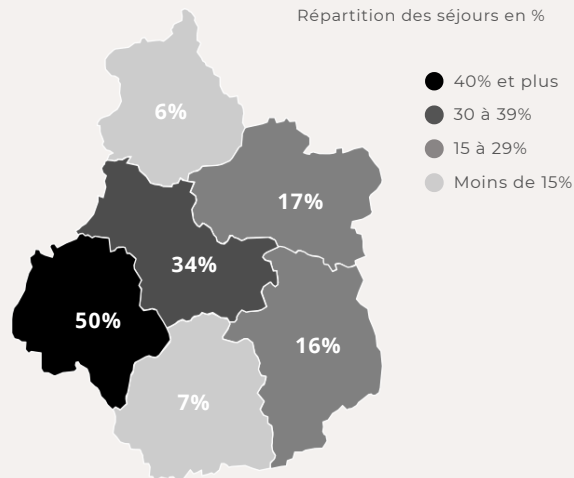
PRÉPARATION DU SÉJOUR	RÉSERVATION DU SÉJOUR
Site web de la destination, du territoire <b>53%</b>	69% des séjours sont réservés à l'avance dont 82% sont réservés sur internet
Site web d'un hébergement, d'un site touristique <b>38%</b>	
Brochures ou dépliants gratuits <b>28%</b>	> Directement sur le site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

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



DEPARTEMENT DE SÉJOURS

Répartition des séjours en %



DEPENSES

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