Aintourisme

Analyse des marchés touristiques - **AIN**
2017

l'Oenotourisme

- Les tendances du marché
- La filière dans l'Ain
- Les clientèles

l'Ain,
créateur d'instants...

édité en octobre 2017
version 1

l'Oenotourisme
Tendances marché, la filière dans l'Ain, les clientèles

Livre blanc du Tourisme de l'Ain 2016-2021

Construire une offre de séjour autour de 4 thématiques fortes, dont la gastronomie et l'oenotourisme

Les tendances du marché

Définition en bref...

L'Oenotourisme est une manière de voyager tout en découvrant un territoire à travers ses vins.
Beaucoup de vignobles accueillent aujourd'hui les touristes et leur proposent des dégustations, des visites guidées, des événements, des participations aux vendanges, à des repas, etc.

Les chiffres clefs en France

10 millions d'oenotouristes en 2016
Un marché en **hausse de 30%** en moins de 10 ans

58% de Français
42% d'étrangers

Un taux de croissance annuel de 4%
+ 5% d'étrangers par an

1 256 € dépensés en moyenne pour un séjour oenotouristique pour un total de **5,2 milliards d'euros** de dépenses en 2016

source : Atout France 2017

Les 4 régions viticoles les plus visitées:
Bordeaux, **Champagne**, **Bourgogne**, **Languedoc**

4 millions de bouteilles vendues

27 % de bio

65% de vente directe dont 70% en direct au caveau

200 emplois directs
100 emplois indirects
300 saisonniers

74 exploitations viticoles ouvertes au public (accueil et caveau de dégustation)

94 vignerons

Analyse des marchés touristiques Ain 2017
Oenotourisme

La filière dans l'Ain : vignoble du Bugey et oenotourisme

« Le vignoble du Bugey est secret par sa taille puisqu'il couvre moins de 500 hectares répartis en 3 îlots de production. On peut produire des vins AOC Bugey dans 68 communes du département de l'Ain. »

Le Bugey, destination Vignobles et Découvertes 2017 !

Le Bugey représente pour les consommateurs connaissant déjà le territoire, une région naturelle, verte, avec un tourisme modéré et des activités nature.
- 38% associent naturellement le Bugey à l'oenologie
- 69% ont déjà entendu parler des vins du Bugey

Les consommateurs identifient les vins du Bugey pour des apéritifs et des instants de consommation facile. Certaines appellations comme le Cerdon et le Montagnieu bénéficient d'une notoriété supérieure aux autres vins.

Partenaires engagés dans la démarche «Vignobles et Découvertes» en 2017

- 23 Caves
- 12 Hébergements (254 lits)
  - 3 maisons d'hôtes
  - 6 meublés
  - 3 hôtels
- 6 Restaurants
- 6 Evénements
- 5 Prestataires d'activité
- 3 Offices de tourisme
- 1 Agence réceptive
- 5 Sites patrimoine / culture / nature

CHIFFRES CLES / Le tourisme de la destination Vignobles et Découvertes

- 17 400 lits touristiques dont 17% de lits marchands
- 558 000 nuitées
- 28 millions d'euros de consommation touristique

source : Syndicat des Vins du Bugey - Aintourisme

Les clientèles : l'œnotouriste en France

« Personne ayant passé au moins une nuit pour un motif de loisirs vacances en dehors de son environnement habituel et ayant eu une pratique de découverte du vin et des vignobles (dégustation, visites de caves, de musées, de vignobles, de routes des vins, de villages viticoles…). »

CSP + (44%)

40% de revenus supérieurs à 3 000 €/mois

Un homme (59%)

46 ans

Consommateur de vin (75%)

Tourisme d'agrément (75%)

Des séjours en hébergement marchand (80%)

- hôtels (29%)
- chambres d'hôtes (19%)
- locatif (15%)

39% de visiteurs internationaux

B : 10%
GB : 10%
NL : 4%
D : 3%

Une visite en couple (43%)

4 séjours viticoles en moyenne en 5 ans

Mode de transport en voiture (85%)

Enclin également à utiliser les modes de déplacements doux : vélo, rando et cheval

Des pratiques liées au vin

- Achat de vin (54%)
- Visites de caves, caveaux, maisons des vins (50%)
- Dégustations (30%)

En dehors du vin, le séjour est aussi l'occasion de découvrir le patrimoine au sens large de la région : villes, musées, monuments, gastronomie…

source : Tourisme et vin - Atout France 2010

4 profils types d'œnotouristes en Auvergne Rhône-Alpes

“La diversification des activités autour du vin est l'une des pistes à aborder pour développer l'Oenotourisme.”

Les Epicuriens

“le plaisir des sensations”

42 %

Essentiellement touristes (72%)

- **47** ans
- 39% de visiteurs internationaux
- 57% de revenus supérieurs à 3 000 €/mois
- Grands consommateurs de vin (82%)
- Une forte proportion de séjours en hébergements marchands (82%)
  campings

Les Experts

“savoir pour maîtriser”

16 %

Touristes (65%) ou déplacements professionnels (11%)

- **44** ans
- 68% de visiteurs français
- 31% de revenus supérieurs à 3 000 €/mois
- Consommateurs réguliers (71%)
- Une forte proportion de séjours en hébergements marchands (79%)
  hôtels, chambres d'hôtes

Les Explorateurs

“ la quête des secrets”

19 %

Touristes (65%) ou proximité (19%)

- **44** ans
- 65% de visiteurs français
- Consommateurs réguliers (73%)
- 52% de revenus supérieurs à 3 000 €/mois
- Une forte proportion de séjours en hébergements marchands (82%)
  hôtels, chambres d'hôtes

Les Classiques

“connaître pour s'enrichir’

23 %

Touristes (70%) ou proximité (19%)

- **46** ans
- 72% de visiteurs français
- moins de consommateurs réguliers (63%)
- 32% de revenus supérieurs à 3 000 €/mois
- Une plus forte proportion de séjours en hébergements non marchands (22%)
  parents, amis

source : Tourisme et vin - Atout France 2010

Benchmark : l'oenotouriste en Bourgogne

"Une région réputée au même titre que le Bordelais mais plus centrée sur le vin et moins éclectique"

Une visite en couple (56%)

50-64 ans

Retraité (25%)

43% de visiteurs internationaux

Des séjours en hébergement marchand (93%)

- hôtels (50%)

Court-séjour (68%)

- 3,6 nuits

20% d'itinérance

152 € de dépense moyenne/nuit

Des pratiques liées au vin

- Visites de caves, dégustations (89%)
- Restaurants gastronomiques (66%)
- Visites de villes (53%)

source : Bourgogne Tourisme, 2010-2012

réalisation : Observatoire d'Aintourisme - octobre 2017
contact : Stéphanie LUQUIN - s.luquin@aintourisme.com