



Enquête de clientèle

2016

Zoom sur l'œnotourisme

L'œnotourisme en Hérault

QUELQUES CHIFFRES...

- L'Hérault, **1^{er}** département viticole de la région Occitanie et **2^{ème}** département français après la Gironde, avec environ **100 000 ha** de vignes, soit 11 % de la superficie viticole nationale
- **288** communes viticoles offrant des paysages favorables au développement de l'œnotourisme
- **55 %** de la surface agricole du département dédiée au vignoble, avec 7 IGP et 12 AOP
- **61** caves coopératives et **800** caves particulières ouvertes au public
- **4** destinations labellisées « Vignobles et Découvertes » et **400** professionnels adhérents
- **12** œnorandos et **20** itinéraires (voiture et moto) pour découvrir le vignoble
- Plus de **300** manifestations pour une mise en valeur originale des vins héraultais



Enquête de clientèle

RAPPEL DES OBJECTIFS

L'enquête de clientèle, initiée par la Direction du Tourisme de la Région, a été réalisée en partenariat avec Hérault Tourisme et ses partenaires, de mai 2015 à avril 2016.

Elle répond aux objectifs suivants :

- Identifier le **profil** des touristes : CSP, motif de séjour, fidélité, ...
- Mieux connaître leur **comportement** et leurs **activités** : hébergement , durée du séjour, sites visités, activités pratiquées, sources d'information, utilisation des outils numériques, ...
- Appréhender leur niveau de **satisfaction** : satisfaction globale sur le séjour et détaillée (accès, signalisation, accueil, restauration, propreté, hébergement, ...)
- Évaluer leurs **dépenses** par poste : hébergement, loisirs , achats, ...

MÉTHODOLOGIE

L'enquête a été réalisée par Internet auprès des touristes, à l'issue de leur séjour en Hérault.

Les touristes ont été recrutés à partir de trois sources complémentaires : diffusion de flyers invitant à répondre à l'enquête, enquêtes face à face + envoi par e-mail de l'enquête satisfaction en fin de séjour, exploitation des bases clients des territoires et des acteurs du tourisme.

Des statistiques de cadrage régionales et départementales ont été exploitées pour le redressement : sexe, âge, français/étrangers, hébergement marchand/non marchand.

Zoom sur l'œnotourisme

L'analyse qui suit porte sur un échantillon de 536 touristes ayant séjourné en Hérault et ayant pratiqué des activités œnotouristiques.

Certains éléments sont traités en comparaison avec l'ensemble des touristes séjournant dans le département, ou « autres clientèles touristiques ».

• Profil de la clientèle	p.	7
• Profil des séjours	p.	8
• Motifs	p.	9
• Activités	p.	10-11
• Satisfaction	p.	12
• Dépense et budget	p.	13



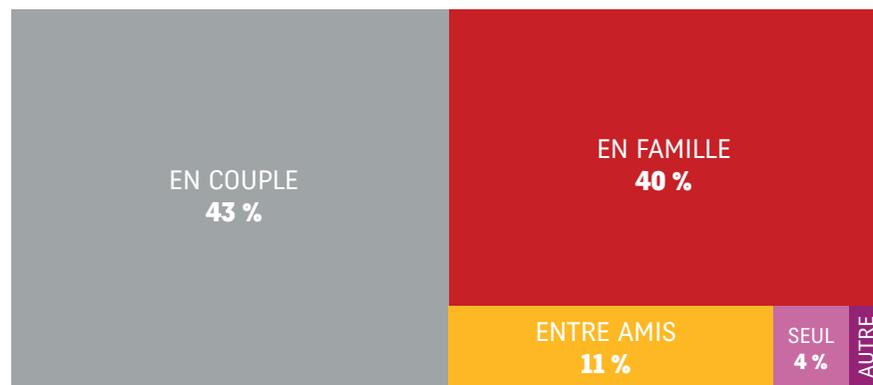
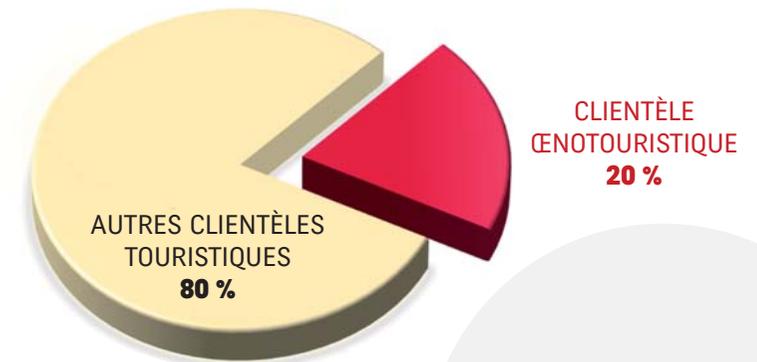
Photo : APTF 34

1/ PROFIL DE LA CLIENTÈLE

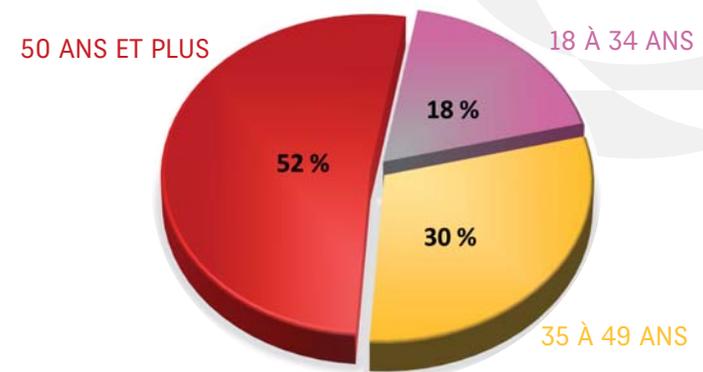
La clientèle qui pratique des activités œnotouristiques représente **20 %** de la clientèle touristique en séjour en Hérault.

La part des primo visiteurs, de 8 %, se situe en deçà de la moyenne départementale (12 %). Les œnotouristes sont des clients fidèles.

Par rapport à la clientèle touristique totale, la part des étrangers, des retraités et des catégories socio professionnelles supérieures, est plus marquée.



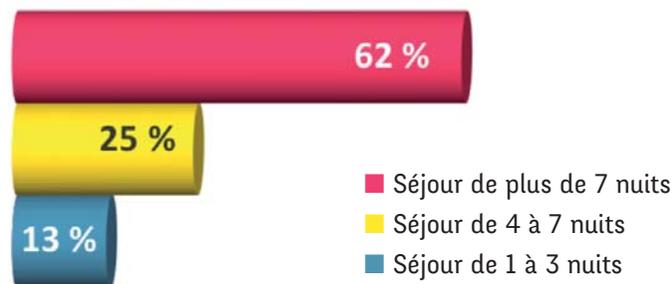
La part des touristes venus en couple est plus importante que pour les autres clientèles touristiques.



La moitié des œnotouristes ont 50 ans et plus.

2/ PROFIL DES SÉJOURS

Même si la clientèle en œnotourisme est présente prioritairement en Hérault durant l'été et sur le littoral, la part des séjours en espace rural (16 %) est deux fois plus élevée que pour l'ensemble des touristes (7 %).



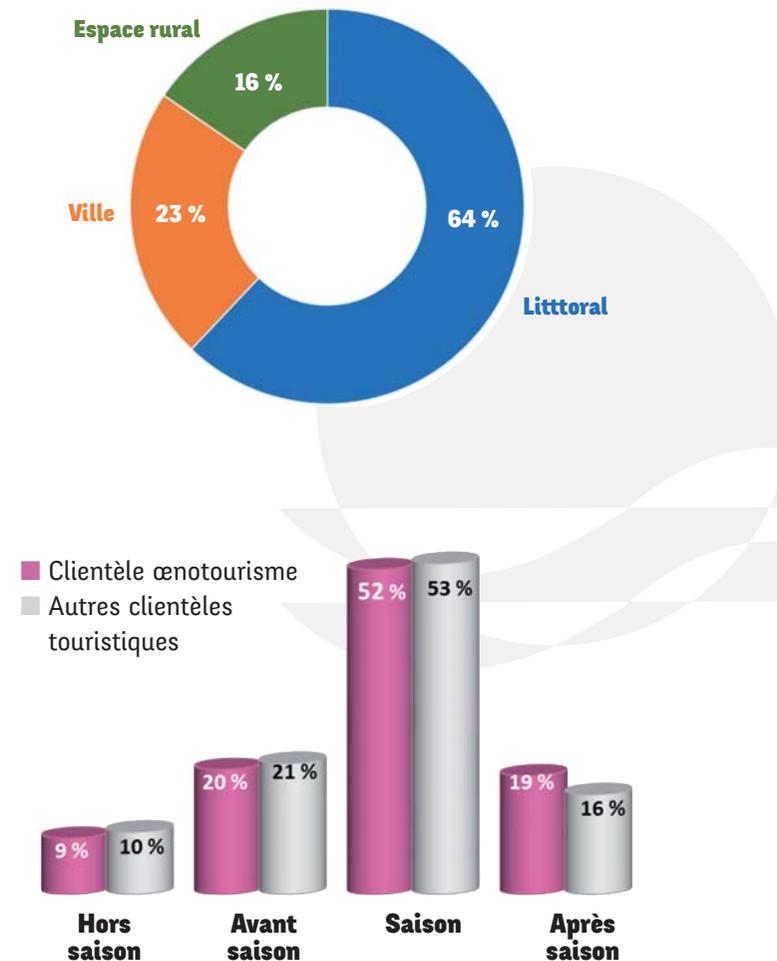
Avec 62 % de séjours de plus de 7 nuits, la clientèle pratiquant l'œnotourisme est une clientèle de long séjour.

Les séjours ont une durée moyenne de 13,2 jours.

A noter que la part des séjours en après-saison est supérieure de 3 points à ceux réalisés par l'ensemble des touristes en Hérault.

Trois sources d'information prédominent dans la préparation du séjour. Cette clientèle consulte, de façon plus significative que les autres clientèles touristiques, les brochures et guides touristiques, le site internet de la région ainsi que celui d'Hérault Tourisme.

7 touristes sur 10 se connectent à internet pendant leur séjour. 35 % recherchent des informations sur des hébergements ou restaurants.



3/ MOTIFS DE SÉJOUR

Question : « Quelles sont toutes les raisons qui ont motivé votre séjour en Hérault ? »

Le nombre de citations est supérieur à 100 % car plusieurs raisons peuvent être citées.

• LES 4 PREMIERS MOTIFS :

Le soleil, le climat



La mer, la plage



**La découverte
des vignobles et des vins**



**Les grands espaces naturels,
les Grands Sites naturels**



* Motifs de l'ensemble des touristes en séjour en Hérault

• LES AUTRES MOTIFS :

	CLIENTÈLE ENOTOURISME	AUTRES CLIENTÈLES TOURISTIQUES
Les monuments, sites historiques	38 %	26 %
Les produits de terroir, artisanat	37 %	19 %
La gastronomie, restauration	35 %	19 %
Visite à la famille, à des amis	31 %	29 %
Une résidence secondaire	28 %	23 %
Le rapport qualité / prix	18 %	17 %
Proximité, facilité d'accès, de passage	15 %	19 %
Un festival, spectacle, évènement	15 %	12 %
Les activités culturelles (musées...)	15 %	10 %
Les sports de nature terrestre ou aériens	14 %	9 %
Les sports nautiques	10 %	8 %

Le soleil et le climat, la mer et la plage sont des éléments qui ont largement motivé les amateurs d'œnotourisme à séjourner dans le département.

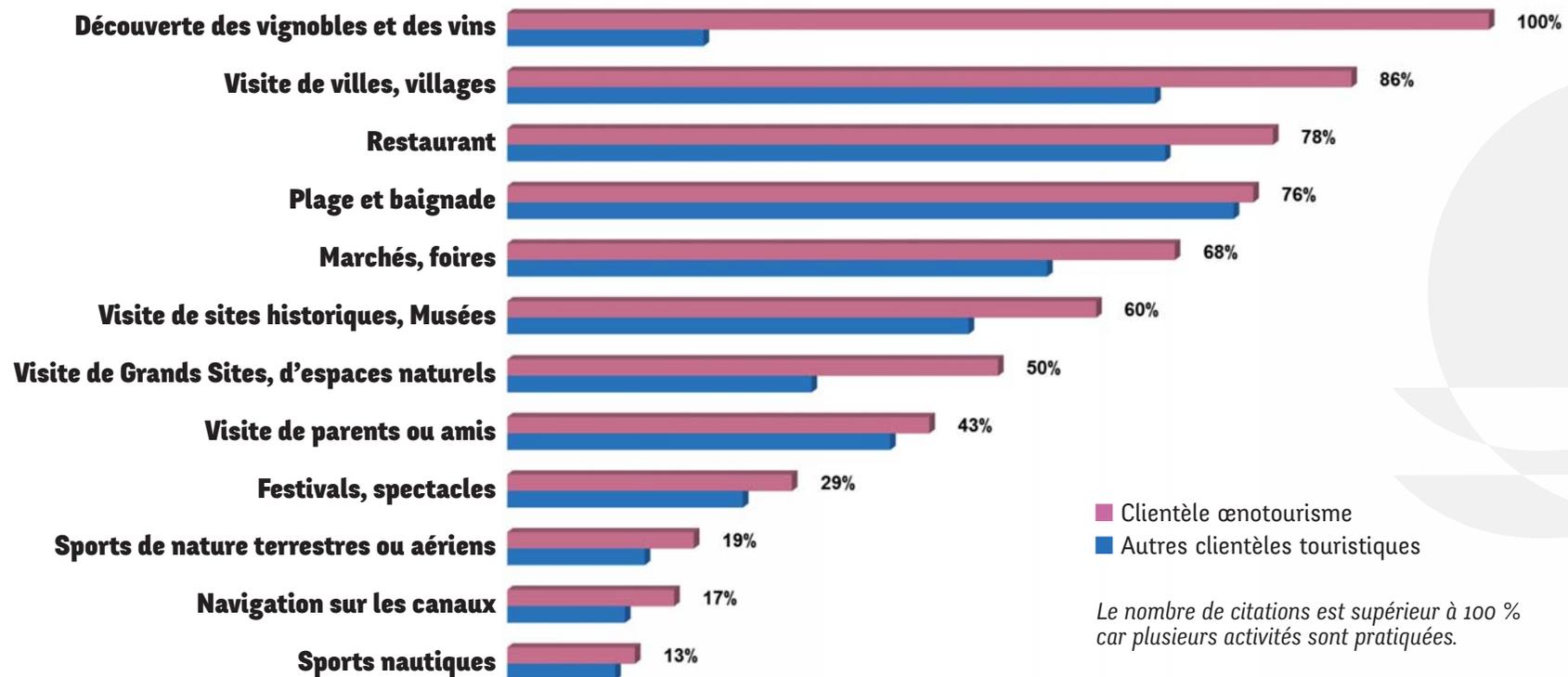
Mais, ils sont plus d'un sur deux à citer la découverte des vignobles et des vins comme élément déterminant dans le choix de la destination Hérault.

Viennent ensuite le patrimoine naturel et culturel, la découverte des produits du terroir et la gastronomie.

28 % sont propriétaires d'une résidence secondaire.

4/ ACTIVITÉS PRATIQUÉES

Question : « Durant votre séjour, quelles sont les activités que vous avez pratiquées ? »



En complément de la découverte des vins et des vignobles, la clientèle œnotouristique apprécie la gastronomie et le patrimoine.

En effet, 78 % vont au restaurant et 68 % découvrent les marchés et les foires.

8 sur 10 visitent des villes et villages, 6 sur 10 des sites touristiques et 5 sur 10 des sites naturels.

Parmi les sites les plus visités par cette clientèle, on retrouve la ville de Sète et les Grands Sites Héraultais.

DÉTAIL DES ACTIVITÉS AUTOUR DES VIGNOBLES ET DU VIN

Question : « Durant votre séjour, quelles activités autour des vignobles et du vin, avez-vous pratiquées ? »



Le nombre de citations est supérieur à 100 % car plusieurs activités sont pratiquées.

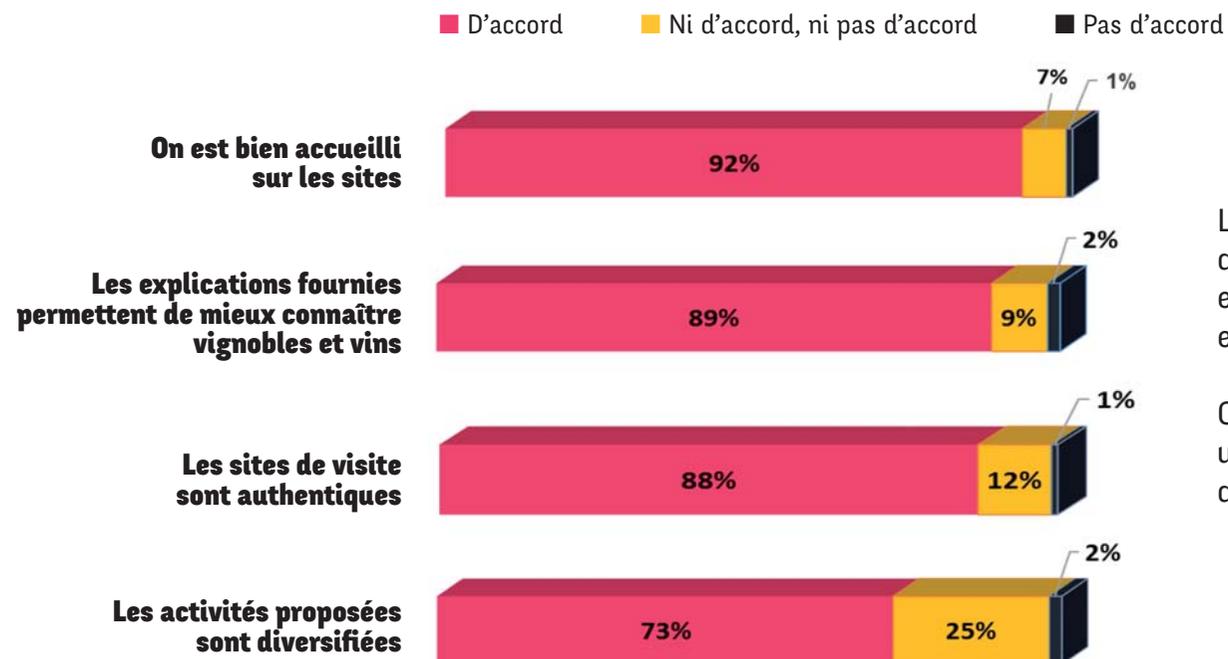
La visite de caves et de caveaux, chez un vigneron ou en coopérative, est l'activité prédominante.
Un touriste sur quatre pratique la randonnée à travers les vignobles. Près de 20 % participe à un évènement sur le thème du vin.
8 touristes sur 10 achètent du vin.
3 % des œnotouristes réservent un hébergement chez un vigneron.

5/ NIVEAU DE SATISFACTION

8,6/10 est la note attribuée par la clientèle œnotouriste à son séjour en Hérault.

Cette note est légèrement supérieure à la moyenne départementale qui est de **8,4 / 10**.

Question : « Pour chacune des opinions suivantes sur les activités liées aux vignobles et aux vins en Hérault, êtes-vous : »



Les touristes sont satisfaits des activités œnotouristiques proposées en Hérault, en particulier l'accueil et la présentation du patrimoine viticole.

Cependant, on note, pour un quart d'entre eux, une attente pour une plus grande diversité des activités proposées.

8,4/10 est la note attribuée par les clients œnotouristes **aux activités liés à l'œnotourisme**.

6/ DÉPENSE ET BUDGET VACANCES

La dépense moyenne des œnotouristes s'élève à **42 €** par jour et par personne.

C'est 3 euros de plus que la dépense moyenne des touristes en séjour en Hérault.

550 € est le budget moyen dépensé par un œnotouriste pendant son séjour en Hérault.

Il est supérieur de près de 100 € au budget moyen des clientèles touristiques qui s'élève à **446 €**.

A noter

- une dépense significative dédiée à l'œnotourisme de 41 €
- un montant de dépense pour les courses alimentaires et le restaurant plus élevé que pour les autres clientèles touristiques
- une dépense sur le poste « activités culturelles » près du double des autres clientèles.

Détail du budget selon les principaux postes de dépense :





PHOTO: ERIC BRUNO



PHOTO: JULIE NOELERQ



PHOTO: ERIC BRUNO



PHOTO: ART 34



Hérault Tourisme

Agence de développement touristique

Maison du Tourisme
avenue des Moulins
34184 Montpellier CEDEX 4
Tél. : +33 (0)4 67 67 71 71

adt-herault.fr

 [@HeraultTourismePro](https://www.facebook.com/HeraultTourismePro)

herault-tourisme.com