

ÉTUDE DE PERCEPTION DE LA DESTINATION LA CHAMPAGNE...

...AUPRÈS DE CLIENTÈLES TOURISTIQUES FRANÇAISES ET INTERNATIONALES

Sondage réalisé auprès de 2885 personnes :



venus ou comptant venir en France

venus ou comptant venir en Europe

LA CHAMPAGNE, UNE RÉGION CONNUE ET RECONNUE POUR SON ACTIVITÉ VITICOLE

91%

connaissent la Champagne dont **55%** voient de quelle région viticole il s'agit



97%

en ont une bonne opinion, **38%** une très bonne opinion

La connaissance précise de la région par pays :

68%

73%

48%

39%

42%

38%

La très bonne opinion de la région par pays :

38%

42%

38%

43%

30%

2ND

...et en font ainsi la seconde destination viticole française en réputation, après Bordeaux et devant la Bourgogne



LE 1ER ATOUT DE LA CHAMPAGNE :

LE CHAMPAGNE

88%



Car la Champagne, c'est avant tout, pour ceux qui la connaissent, une région...

Produisant des vins renommés

65%



Ayant des vignobles à visiter

61%



Haut de gamme

48%



Mais aussi festive

31%



LA CHAMPAGNE : ENTRE VINS, CULTURE ET GRANDS ESPACES...

Le fait que les Coteaux, Maisons et Caves de Champagne soient inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO donne envie à **74%** des interviewés de visiter cette région.



74%

91%

AIMERAIENT VIVRE DES EXPÉRIENCES TOURISTIQUES LIÉES AU VIN DE CHAMPAGNE



Se promener dans les vignobles et les villages, parcourir la route du champagne

48%



Visiter les caves de producteurs locaux

48%



S'initier à la dégustation du champagne

35%



Aimeraient visiter les villes et leurs monuments

29%



S'y détendre, pouvoir profiter des grands espaces

26%

...DES ACTIVITÉS QUI CORRESPONDENT AUX ATTENTES DE CES CLIENTÈLES POUR LEURS VACANCES

57%

Recherchent de la culture, des visites de sites et de musées

48%

Des possibilités de profiter d'une offre de gastronomie, de vin et d'art de vivre...

75% SONT INTÉRESSÉS PAR L'OENOTOURISME

... LES ACTIVITÉS ATTENDUES



Goûter le vin

75%



Visiter les caves

56%



Visiter les vignes

45%



Pouvoir acheter n'est demandé que par

43%

Etude réalisée en ligne du 19 au 28 janvier 2016 par *opinionway*

Pour l'Agence de Développement et de réservation touristique de l'Aisne, le Comité départemental du tourisme de l'Aube, l'Agence de développement touristique de la Marne, la Maison du Tourisme de Haute-Marne, le Comité départemental du tourisme de Seine-et-Marne, le Comité Régional du Tourisme de Champagne-Ardenne la DIRECCTE Alsace Champagne-Ardenne Lorraine et le Comité Champagne, auprès d'un échantillon de 2885 personnes s'étant rendu au cours des 5 dernières années ou comptant se rendre dans les 2 prochaines années en France* / en Europe** et non réfractaire à l'œnotourisme, âge de 18 ans et plus.

Les personnes interrogées se répartissent comme suit : 860 Français II 502 Britanniques* II 510 Belges* II 500 Chinois** II 513 Japonais**

Les marges d'erreur sont de 1 à 2 points pour un échantillon de 3000 répondants, de 1 à 3 points pour un échantillon de 900 répondants et de 2 à 5 points pour un échantillon de 500 répondants.

Infographie : Allan AUBRY.