

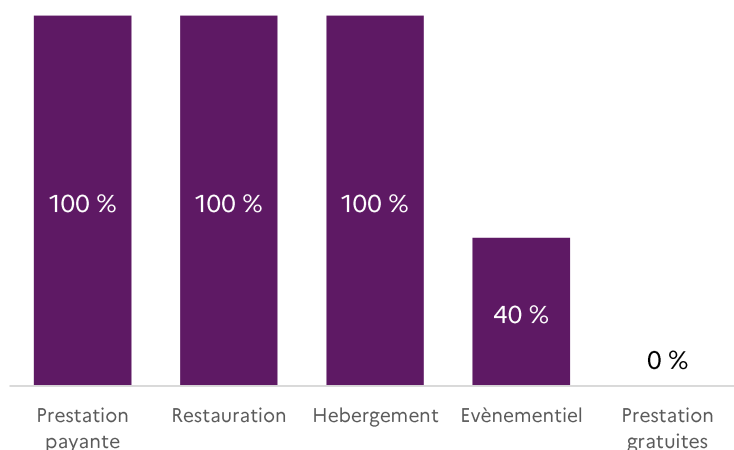
Structures ayant construit une offre œnotouristique à 360° avec a minima une offre structurée de prestations payantes, une offre de restauration et une offre d'hébergement. Pour certaines éventuellement de l'événementiel.

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES

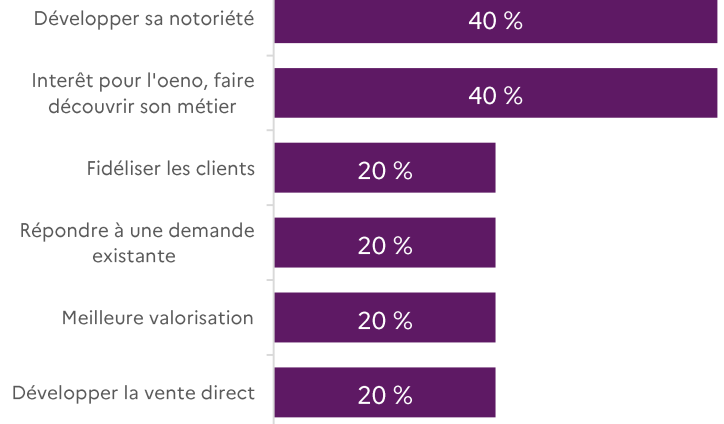
Indicateurs généraux	Moyenne	Indicateurs œnotourisme	Moyenne
Production moyenne (nb de bouteilles)	144 000	Nombre de visiteurs / an	15 250
Chiffre d'affaires moyen (€)	4 130 000 €	% des effectifs dédiés œnotourisme	59 %
Effectif total moyen (en ETP)	23,8	% du CA en vente directe	18 %
Prix moyen en vente directe (€/bouteille)	32 €	% du CA œnotourisme	38 %
		CA œnotourisme par ETP (€)	78 127€
		% ayant réalisé un investissement	100 %

OFFRES & MOTIVATIONS

Offres œnotouristiques

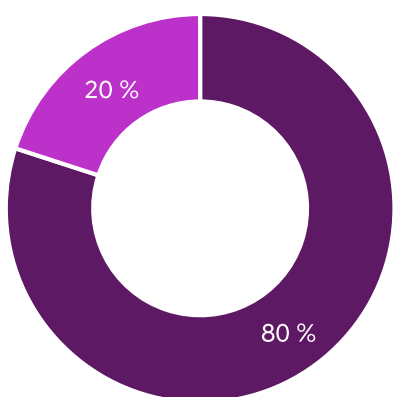


Principales motivations

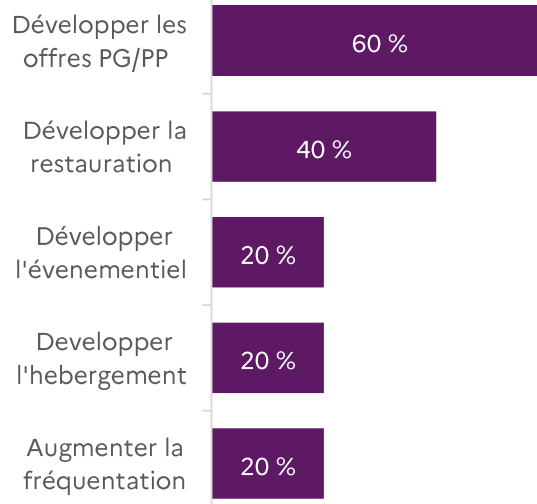


BILAN & PERSPECTIVES

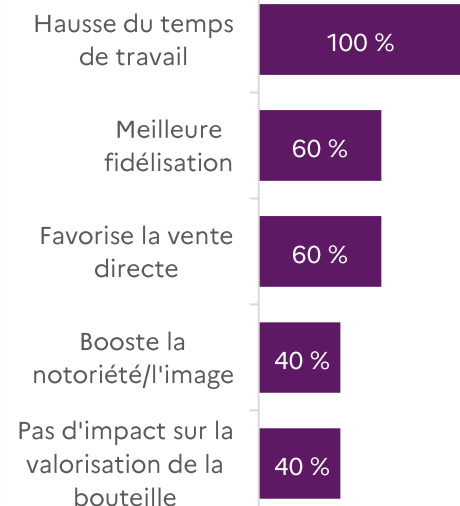
Satisfaction sur l'activité œnotouristique



Principales perspectives



Principaux impacts



STRUCTURE DE L'ÉCHANTILLON : 5 structures – 40 % Caves particulières, 60 % Négoces – 40 % Bordeaux, 60 % Champagne, 0 % Vallée du Rhône

Cette fiche appartient à la synthèse de l'étude Place de l'œnotourisme dans le modèle économique des propriétés vitivinicoles, 2025. Retrouvez la synthèse de l'étude ainsi que l'ensemble des fiches typologiques sur le site de FranceAgriMer.