

ETATS-UNIS Les oenotouristes ont dépensé 1,4 milliard \$ en 2012 dans la Napa Valley

L'année dernière, 2,94 millions de touristes ont visité la Napa Valley, y dépensant au passage 1,4 milliard de dollars. Deux études viennent d'apporter un éclairage intéressant sur le profil des visiteurs.

Réalisées par *Destination Analysts* pour le compte de *Visit Napa Valley*, les études montrent que les visiteurs ont été attirés principalement (82%) par les caveaux de vente, suivis de la restauration sur place (77%) et les achats (53%). Basés sur des sondages, les résultats révèlent également que près de 93% des visiteurs allaient «*probablement*» ou «*très probablement*» renouveler leur visite

ultérieurement. La majorité des visites portaient sur un aller et retour dans la journée (66,2%) tandis que les touristes passant au moins une nuit sur place ont représenté près de 30% des visiteurs ; 4% d'entre eux rendaient visite à des amis ou à la famille. La ville de St Helena était la plus fréquentée (66,6%) suivie de la ville de Napa (63,2%) puis Yountville, Calistoga, Oakville

et Rutherford. En moyenne, les visiteurs se sont rendus dans 4,1 wineries, chiffre qui passe à 3,5 pour des visites d'une journée à la Napa Valley. Les visiteurs ont été attirés principalement par la beauté naturelle du site (37,3%), suivie des vins, des wineries et des dégustations ; le climat est arrivé en quatrième place. Si les visites d'une journée ont représenté la principale catégorie, ce sont les oenotouristes séjournant sur place qui ont dépensé le plus, avec 73,6% du total : la dépense moyenne par jour pour ces visiteurs s'est élevée à 355,28 \$, ce qui est considérable.