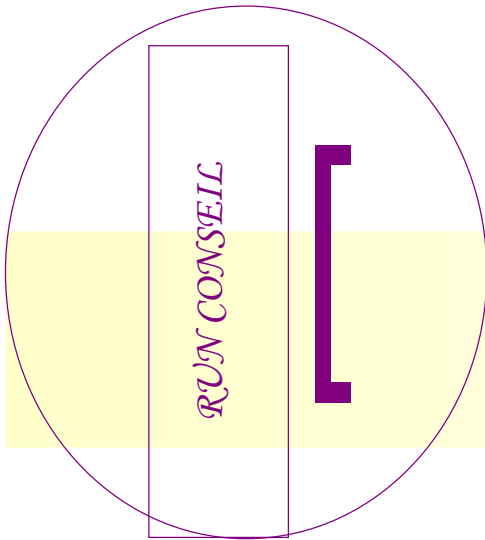


JUILLET 2010



Etude des comportements des touristes extérieurs



Rapport annuel
2009/2010



Synthèse

L'étude sur les comportements des touristes extérieurs a pour but de comprendre leur comportement et d'évaluer leur niveau de satisfaction. 1 600 touristes ont été interrogés entre juillet 2009 et juin 2010 au moment de leur départ à de l'aéroport.

Le profil du touriste extérieur : métropolitain, 40 ans, cadre supérieur ou employé venant seul ou en couple, majoritairement de sexe féminin (56 %).

La durée moyenne du séjour est de 14 jours. 53% d'entre eux sont des primo-visiteurs.

Néanmoins ce profil type varie d'une catégorie de touriste à l'autre.

Le profil type du touriste d'agrément est métropolitain, 42 ans ; cadre supérieur ou employé, venant en couple. La durée de séjour est de 11 jours en moyenne et 78% sont des primo-visiteurs.

Le profil type du touriste affinitaire est féminin (63%) et métropolitain. Ils ont en moyenne 39 ans et sont employés. 43% sont mariés et 38% célibataires. 38% sont primo-visiteurs. Leur durée de séjour est de 16 jours en moyenne

Motivations, choix et attentes : la nature et la montagne devance la mer et la plage

La destination Réunion est une destination choisie, réfléchie pour 86% des personnes qui sont venues à La Réunion n'avaient pas choisi d'alternative. Concernant les touristes d'agrément, seulement 30% ont hésité avec une autre destination. Lorsque La Réunion a fait l'objet d'un choix, elle se trouve dans un tiers des cas en concurrence avec l'Ile Maurice et d'une manière plus générale avec les « Iles exotiques » comme les Seychelles, la Martinique, les Caraïbes...

En termes de motivation, la nature et la montagne devance la mer et la plage

Près d'un touriste sur deux a choisi La Réunion pour la nature et la montagne. La mer et la plage arrivent en seconde position. Son corolaire, le soleil et la chaleur attirent 26% des touristes. Le bouche à oreille et l'expérience des autres voyageurs restent un facteur important puisque 24% des touristes sont venus à La Réunion suite aux échos positifs.

L'attrait majeur de La Réunion : la proximité mer/montagne

81% des touristes ont déclaré vouloir profiter de la mer et la montagne.

Source d'informations : Internet et les agences de voyages

Internet est la première source d'information pour les touristes pour 30% des touristes, suivi des agences de voyages (27%).

Promouvoir les activités : les parents et amis, les guides de voyages et Internet

Si les amis et la famille sont la première source d'information pour les touristes affinitaires, le tourisme d'agrément lui, fait souvent appel aux guides de voyages. Internet devient la seconde source d'information : 21% des touristes y recourent. Les offices de tourisme locaux sont en troisième position.

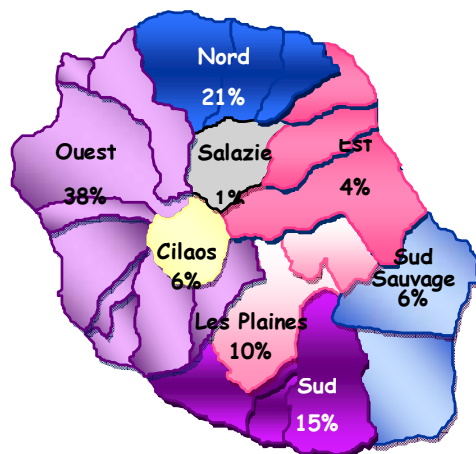
Le parcours des touristes extérieurs

Lieu d'hébergement : la région Ouest est la plus attractive

38 % des nuitées ont été réalisées dans l'Ouest, le Nord représente 21 % et le Sud 15 %.

58% des touristes interrogés ont passé au moins une nuit dans l'Ouest, contre 26% dans le Nord et 20% dans le Sud. En revanche, les touristes qui vont dans le Sud y restent plus longtemps: 11 nuits dans le Sud contre 9 dans l'Ouest.

Répartition des nuitées selon les microrégions



Modes d'hébergement principal

50% des touristes sont hébergés chez leurs amis ou la famille.

32% des touristes ont choisi les hôtels ou les résidences de tourisme comme mode d'hébergement principal.

16% des touristes ont opté pour les chambres d'hôtes ou gîtes, 11 % pour les meublés.

87% des touristes affinitaires logent chez leurs amis et leur famille.

56% des touristes d'agrément choisissent l'hôtel comme mode d'hébergement principal.

Le taux de satisfaction moyen de l'hébergement est bon. Il obtient une moyenne de 4,56 sur 5. Les hébergements du Sud sont les plus appréciés (4,61/5). L'Ouest, le lieu le plus fréquenté par les touristes d'agrément, n'apparaît qu'en 3^{ème} place. La satisfaction reste bonne (4,32/5). A l'opposé, les hébergements de Salazie et de l'Est sont considérés comme moyens (3,95 et 3,78/5).

Modes de restauration

Un touriste sur deux déjeune principalement chez ses amis ou sa famille et 42%

d'entre eux se rendent principalement au **restaurant**. La **Restauration rapide et les camions bars** séduisent 23% des touristes.

Les plages : une forte fréquentation

Le taux de fréquentation des plages est de 83% sur l'ensemble de l'année contre 79% en 2003.

La plage de l'Hermitage est la plus populaire : un touriste sur deux qui s'y est rendue. Boucan Canot est en seconde position et a été fréquentée par 29% des touristes, suivie de très près par La Saline avec un taux de fréquentation de 28%. Les Roches Noires avait accueilli 37% des touristes en 2003, seulement 17% ont fréquenté cette plage en 2009/2010.

D'une manière générale, les touristes ont une bonne appréciation des plages (4,16/5).

Une préférence marquée pour les activités dites culturelles

Les touristes ont réalisé en moyenne 2,28 activités durant leur séjour.

Près de 80% des touristes participent à des activités culturelles (les musées ont été fréquentés par 37% des touristes, les jardins par 24% d'entre eux et enfin les activités concert, pièce de théâtre, cinéma par 13% des touristes.

Les activités liées à la montagne ont occupé 69% des touristes, notamment les randonnées. Les activités ayant trait à la mer n'ont concerné qu'un peu plus d'un tiers des touristes (37%). La promenade en mer est l'activité préférée et a concerné 13% des touristes. La plongée a été pratiquée par 10% des touristes.

Les touristes ont trouvé la qualité de leurs activités bonne (4,48/5). 94% des touristes ont donné une note supérieure ou égale à 4. Parmi les sites culturels les plus visités : la Maison du Volcan ou l'Aquarium de La Réunion.

Le Volcan et les coulées de lave constituent l'attraction majeure de La Réunion

Les touristes ont visité en moyenne 4 sites naturels (contre 4,6 en 2003) et 81% d'entre eux ont visité au moins un site naturel (contre 82% en 2003).

Plus d'un touriste sur deux s'est rendu sur les coulées de lave et/ou le volcan.

Les deux cirques sont aussi fréquentés : Salazie et Cilaos ont un taux de fréquentation de 49%. **Le taux de satisfaction relatif aux sites naturel est bon** : 62% des touristes ont donné une note supérieure à 4,5.

Bien qu'ils soient moins fréquentés, Mafate et le Piton des Neiges séduisent les visiteurs. Le volcan et les coulées de lave, largement fréquentées, sont aussi très appréciés par les visiteurs : 70% des touristes qui se sont rendus au volcan ont jugé le site excellent.

Les 4 principales villes qui attirent les touristes

La station balnéaire de **Saint Gilles** a attiré un touriste sur 2, suivie du **Saint Pierre** (45%).

Saint Denis et **Saint Paul** attirent 43 et 42% des touristes. Les touristes visitent en moyenne 4,88 villes.

Également très fréquentés, les villes comme **Cilaos**, **Hell-Bourg** et **Salazie** attirent les touristes qui vont passer une journée ou quelques jours (2 en moyenne) et profiter de

leur visite pour faire quelques randonnées.

Le taux de satisfaction global concernant les villes est bon : les touristes mettent une note de 4,13 en moyenne pour l'ensemble des villes de La Réunion. En tête, les villages des Hauts de l'île. Ces villages et bourgs recueillent les taux de satisfaction les plus élevés bien qu'ils n'attirent qu'un tiers des touristes.

En revanche, 12 villes ont un taux de satisfaction inférieur à la moyenne, notamment les villes les plus fréquentées comme Saint Denis.

Visite de lieux : le marché de Saint Paul le plus fréquenté

Avec 43% des touristes, le marché de Saint Paul est le plus attractif pour les touristes. Le marché de Saint Pierre est visité par 31% des touristes contre 23% en 2003. Le marché de Saint Denis, moins populaire, a attiré seulement 16% des touristes; En 2009/2010, les touristes extérieurs ont visité 2,41 lieux contre 3,6 en 2003. Le taux de satisfaction général des lieux visités est de 4,22/5. 50% des touristes jugent les sites « bons » ou « excellents ».

Des achats de souvenirs sur les marchés

93% des touristes ont effectué un achat lors de leur visite (contre 89% en 2003).

Les marchés sont les principaux lieux d'achat de souvenirs. 89% des touristes ont réalisé leurs achats sur le marché forain de Saint-Paul, 87% sur Saint Pierre et 78% sur le marché couvert de Saint-Denis.

Les principaux types de souvenirs achetés

Le punch et le rhum sont les principaux souvenirs achetés : 60% des touristes ont ramené ces deux produits avec eux. Les livres, les t-shirt, la vanille et les épices sont aussi très prisés avec près d'un touriste sur 2 qui acquiert ces produits.

Satisfaction du produit réunion

Le rapport qualité/prix est jugé moyen par le touriste : 3,29/5 pour l'année. 39% des touristes le considèrent comme moyen et 36% le qualifie de bon. L'indicateur de satisfaction générale de la visite est de 3,63/5, soulignant **un niveau de satisfaction globale moyen**. 39% des touristes trouvent leur dernier séjour meilleur que le précédent, 57 % le jugent équivalent. Par ailleurs, ils sont **88% à souhaiter y revenir** et **97% conseilleraient La Réunion** à leur entourage. Ils étaient 94% en 2003 à déclarer vouloir conseiller La Réunion.

L'accueil des professionnels salué et le patrimoine naturel plutôt bien valorisé

- L'accueil chez les professionnels reçoit la meilleure appréciation
- La mise en valeur du patrimoine naturel est également bien appréciée

A l'opposé, une médiocre appréciation est faite de :

- *L'animation, insuffisante en début de soirée*
- *La signalisation touristique jugée mauvaise*
- *Les conditions de circulation, associées à une mauvaise signalisation touristique gênent considérablement les visites des touristes*
- *La propreté des plages et des villes qui laisse à désirer*

L'animation en début de soirée : un axe de progrès

69% des touristes n'ont pas participé à une animation en début de soirée. Lorsqu'ils ont participé à des activités, ils se sont rendus dans des bars (15%).

La répartition géographique montre que les activités sont concentrées sur les 3 grandes villes (Saint Paul/Saint Gilles ; Saint Denis et Saint Pierre).

Lorsque les touristes participent à des animations, ils sont largement satisfaits.

Les attentes en matière d'animations en soirée :

Si les touristes déplorent dans leur majorité, le manque d'animations, seulement 23% des d'entre eux ont exprimé leurs attentes en matière d'animation de soirées.

37% des touristes souhaiteraient participer à des **concerts ou des festivals**. Des touristes sont déçus de ne pas avoir participé à des activités programmées.

22% des touristes ont souhaité **aussi avoir plus d'animations autour de la culture créole** : des spectacles de rues, les marches sur le feu, assister aux cérémonies religieuses, mises en scènes des histoires et anecdotes créoles ou de grandes fresques historiques.

Tribune libre: ce que pensent les touristes extérieurs de La Réunion

Les atouts de La Réunion

L'accueil : le sourire mais la barrière de la langue demeure

L'accueil des réunionnais, leur sourire ; leur gentillesse; leur courtoisie sont toujours évoqués par les touristes. Les touristes déplorent que peu de personne ne parle anglais par exemple.

Les paysage : le contraste mer/montagne un véritable atout

Deuxième point fort de La Réunion, les touristes ont souligné ses paysages uniques. Les termes diversité, mixité ou proximité sont souvent utilisés pour qualifier les paysages de l'île. Cette proximité mer/montagne, les changements rapides dans les paysages, la diversité des décors sont autant de critères qui séduisent les visiteurs de La Réunion

Les microclimats

De la proximité mer/montagne naît un climat particulier qui amuse les touristes. Ainsi les changements de temps, la pluie et le soleil plaisent à la plupart des touristes qui s'en amusent. Mais le soleil et la chaleur restent les éléments de séduction incontestables.

La gastronomie toujours un plaisir

En été, ils évoquent les saveurs des fruits (Mangues, Ananas, Litchis), la fraîcheur des légumes (Brèdes Chouchou...). Les épices permettent de faire découvrir de nouveaux goûts et les caris et les rougails sont des souvenirs.

Cependant, les touristes souhaitent plus d'ambiance dans les restaurants ou encore des restaurants ouverts plus tard le soir et offrant une plus grande diversité.

Des points à améliorer

La circulation, la signalisation routière et le manque de transports en commun : des thèmes récurrents

Les problèmes de circulation et de transports demeurent. Ajoutés aux difficultés de

circulation, les embouteillages rendent les trajets en voiture pénibles et longs. Les routes sinueuses des montagnes et une météo capricieuse peuvent faire ressentir un sentiment de danger.

Le coût de la vie dans un contexte de crise

La question des prix est systématiquement abordée : prix des denrées alimentaires ; prix des activités, des restaurants, des hôtels, prix des billets d'avion, taxes...

La propreté des villes et des lieux touristiques : une guerre à mener

12% des touristes soulignent le manque de propreté. Les plages et les villes sont le plus souvent citées (poubelles, odeurs, déchets, mégots...). Les lieux naturels semblent moins touchés par ce fléau.

En résumé la destination Réunion est appréciée par 65% des visiteurs. Si quelques points noirs sont relevés (circulation, propreté des lieux touristiques ; les prix...), leur jugement global met en avant des atouts qu'ils jugent incontestables et dont ils ont profité comme l'accueil de la population, la richesse culturelle et la beauté des paysages. Il est incontestable que la proximité mer/montagne fait de La Réunion une destination unique au monde qui séduit le plus les touristes.

SOMMAIRE

OBJECTIF, METHODOLOGIE ET PROFIL DE L'ECHANTILLON.....	10
L'objectif de l'étude.....	10
Méthodologie.....	10
Période, lieu et mode d'administration de l'enquête.....	10
Trame d'entretien.....	11
Echantillonnage et redressement.....	11
Les limites de l'étude.....	11
Le profil du touriste.....	13
Des femmes de 40 ans en moyenne.....	13
Des métropolitains essentiellement.....	13
Des cadres supérieurs et des employés.....	13
Des touristes qui viennent en couple ou seul.....	15
53% sont des primo-visiteurs.....	17
Une durée moyenne du séjour de 14 jours.....	17
MOTIVATIONS, CHOIX ET ATTENTES : LA MONTAGNE DEVANCE LA MER ET LA PLAGE.....	21
Un positionnement sur le marché du tourisme difficile à établir.....	21
La nature, la montagne, la mer et la plage.....	23
Le tourisme d'agrément : la nature et la montagne.....	23
Le tourisme affinitaire : la famille et les amis avant tout.....	23
La proximité mer montagne : l'attrait majeur de La Réunion.....	25
Un atout méconnu : le Parc National de La Réunion.....	25
Sources d'information : être bien référencé sur Internet, un impératif.....	27
Promouvoir les activités : les guides de voyages et Internet.....	29
LE PARCOURS DES TOURISTES.....	31
Hébergement et restauration.....	31
Hébergement : l'Ouest.....	31
Les hébergements et les taux de satisfaction selon les régions.....	43
Un touriste sur deux déjeune chez ses amis ou sa famille.....	46
Les plages : une forte fréquentation.....	48
Les activités : une préférence pour les activités culturelles.....	54
Les visites des sites naturels : le Volcan l'attraction majeure de La Réunion.....	58
Les 4 grandes villes qui attirent les touristes.....	64
Visite des lieux : le marché de Saint Paul le plus fréquenté.....	71
Visite et achat de souvenirs.....	77
SATISFACTION.....	80
Un rapport qualité prix jugé moyen.....	80
Des touristes moyennement satisfaits.....	82
L'indicateur de satisfaction générale de la visite.....	82
39% des touristes trouvent leur dernier séjour meilleur que le précédent.....	82
Des touristes qui souhaitent revenir à La Réunion et qui conseilleront La Réunion.....	82
L'accueil des professionnels salué et le patrimoine naturel plutôt bien valorisé.....	84
L'animation en début de soirée : un axe de progrès.....	86
La Réunion : une destination riche pour la détente et le sport.....	92
Tribune libre : qu'en pensent les touristes - Extraits de citations.....	94
L'accueil : le sourire mais la barrière de la langue à dépasser.....	94
Les paysages : le contraste mer/montagne un véritable atout.....	94
Les microclimats.....	94
La Réunion : la gastronomie toujours un plaisir.....	94
La circulation, la signalisation routière et le manque de transports en commun : des thèmes récurrents.....	96
Le coût de la vie dans un contexte de crise.....	96

La propreté des villes et des lieux touristiques : une guerre à mener.....	96
LES EUROPEENS.....	98
Profil des touristes européens.....	98
La Réunion attire les nord-européens.....	98
Une durée de séjour relativement longue.....	100
Des touristes d'agrément.....	102
La Réunion, une destination choisie.....	102
Pour la nature et la montagne.....	102
Hébergement et restauration.....	105
Les européens préfèrent être hébergés dans les hôtels.....	105
Plus nombreux dans l'Ouest mais plus longtemps dans le Nord.....	105
Un hébergement jugé bon.....	105
Restaurant et restauration rapide : modes de restauration préférés des européens.....	108
Leur parcours : leurs visites, leurs activités.....	110
Les outils pour choisir les activités.....	110
Les plages.....	111
Les européens préfèrent la montagne aux activités culturelles.....	112
Le Volcan et les coulées de lave attirent également les européens.....	115
Les villes visitées : Saint Gilles, Saint Denis et Saint Pierre attirent la moitié des européens.....	117
Les lieux visités.....	119
Une satisfaction moyenne.....	123
Rapport qualité/prix : des efforts à faire.....	123
Animer les soirées un impératif.....	123
Une perception similaire à celle des autres touristes.....	123
La tribune libre des européens : des atouts et des déceptions peut différents des autres touristes.....	126
LES CROISIERISTES.....	128
Méthodologie.....	128
Le profil des croisiéristes.....	128
Qui ne restent qu'une journée sur l'île.....	130
Pourquoi ont-ils choisi La Réunion ?.....	130
Leur parcours.....	132
Comment ont-ils choisi leurs activités ?.....	132
La plage.....	132
Les autres activités.....	132
Les sites naturels visités.....	132
Tous les touristes interrogés se sont rendus au moins dans une ville.....	134
Les lieux les plus visités.....	135
T-shirt et paréo.....	136
La restauration.....	137
La satisfaction des croisiéristes.....	137
Un rapport qualité/prix bon.....	137
L'accueil des professionnels encore une fois salué.....	137
Mais peu de temps pour percevoir La Réunion.....	137
Des croisiéristes qui pensent revenir.....	139
Tribune libre : spécial croisiéristes.....	140
ANNEXE : LE QUESTIONNAIRE.....	141



OBJECTIF, METHODOLOGIE ET PROFIL DE L'ECHANTILLON

L'objectif de l'étude

Cette étude a pour double objectif :

- De comprendre les comportements des touristes extérieurs
- D'évaluer le niveau de satisfaction des touristes extérieurs lors de leur séjour à La Réunion.

Cette enquête doit être un outil de décision à l'attention des décideurs afin :

- *D'identifier le ou les avantages concurrentiels* : il s'agit ici de s'assurer que le produit Réunion satisfait les demandes des consommateurs
- *De développer la filière tourisme* : en s'assurant de répondre à la demande, la filière attirera les nouveaux consommateurs. Il faudra alors créer les structures susceptibles de les accueillir.
- *D'assurer une communication efficace* : il est possible de cibler les touristes en fonction de leur intérêt.

Méthodologie

Pour cela, Run Conseil a mis à la disposition de l'IRT ses compétences pour mener une enquête auprès des touristes extérieurs et assurer le traitement des résultats.

1 600 touristes ont été interrogés entre juillet 2009 et fin juin 2010, ce qui fait 400 personnes en moyenne par trimestre. Chaque trimestre, Run Conseil a présenté les résultats de l'enquête. Les jours d'enquête ont été choisis en fonction de l'INSEE afin d'éviter que les enquêtes se déroulent simultanément. Ce rapport est une présentation synthétique des résultats sur l'année d'étude.

Période, lieu et mode d'administration de l'enquête.

Durant le premier trimestre d'étude allant du 1^{er} juillet à la fin Septembre 2009, 406 touristes extérieurs ont été interrogés au moment de leur départ sur l'île.

Le second trimestre s'étale de début octobre à fin décembre et 398 touristes extérieurs ont également été interrogés.

L'enquête au troisième trimestre s'est déroulée de janvier à mars 2010. 403 touristes ont été interrogés.

Le quatrième trimestre va d'avril à juin 2010, soit 411 touristes ont été interrogés. Parmi ces touristes, 50 sont des croisiéristes. Pour ces derniers, les questionnaires ont été administrés essentiellement en anglais.

Deux enquêteurs (homme et femme) ont été dépêchés à l'aéroport Roland Garros de Sainte Marie, 2 fois par semaine pour administrer le questionnaire en face à face. Toutes les destinations ont été interrogées au moins une fois. L'enquête auprès des croisiéristes s'est

déroulée en une après-midi. Deux enquêteurs se sont rendus au Port en compagnie de l'Office de Tourisme de La Possession.

Ce questionnaire a été administré soit en français, soit en anglais.

Trame d'entretien

L'entretien dure une vingtaine de minutes et porte sur les thèmes suivants :

- **Profil de l'interviewé** : CSP, l'âge, lieu de résidence... Ces variables nous permettent d'identifier les facteurs influençant les comportements
- **Les motivations, les choix et les attentes** : il s'agit ici d'identifier les facteurs qui ont déclenché l'achat du produit « Réunion »
- **Parcours du touriste** : quelles sont les activités pratiquées, les lieux visités, où a-t-il dormi...
- **Satisfaction et insatisfaction de son séjour** : A l'aide d'indicateurs, il s'agit de connaître l'appréciation des différentes étapes de la visite par le touriste.

Echantillonnage et redressement.

La comparaison entre l'échantillon et les statistiques de l'INSEE montre qu'il existe un décalage entre les types de tourisme.

De même, la méthodologie postule 400 observations par trimestre. Les flux trimestriels de touristes observés par l'INSEE montrent des fluctuations.

Aussi, nous avons procédé à des redressements au regard de ces deux variables. Les résultats présentés dans les chapitres suivants tiennent compte de cette pondération.

Les limites de l'étude

L'étude ne sonde que les touristes extérieurs venus sur le territoire réunionnais. En conséquence, l'étude reflète le comportement et les impressions des touristes lors de leur visite à La Réunion. Elle n'est en aucun cas, une étude socio-économique permettant d'identifier et de déterminer les comportements des touristes d'une manière globale et générale.

Taille de l'échantillon et nombre de modalités des questions

Le questionnaire comprend 400 personnes interrogées sur l'année ; soit 1 600 personnes sur l'année. Cependant, certaines questions offrent un nombre important de réponses possibles (les villes visitées, les activités réalisées...). En conséquence, peu de réponses peuvent être collectées sur certaines modalités (chaque réponse possible correspond à une modalité) ; rendant ainsi l'interprétation des résultats fragiles. Aussi, pour permettre au lecteur une analyse critique des résultats, nous avons ajouté les effectifs pour chacune des réponses dans les tableaux concernés.

Définition des régions

L'analyse des résultats selon les villes peut nuire à la lisibilité des résultats et à leur interprétation. Aussi, nous avons regroupé les villes en région. Sept « régions » ont été retenues, en plus des 3 cirques. Le regroupement s'est fait de la manière suivante :

- Nord : Saint Denis ; Sainte Marie ; Sainte Suzanne
- Est : Saint André ; Bras Panon ; Saint Benoit
- Sud-Sauvage : Sainte Rose ; Sainte Anne ; Saint Philippe ; Saint Joseph ; Petite Ile
- Les Plaines : Plaine des Cafres ; Plaine des Palmistes ; Le Tampon
- Sud : Saint Pierre ; Saint Louis ; Etang Salé
- Ouest : Saint Leu ; Saint Gilles ; Trois Bassins, Saint Paul ; La Possession ; Le Port

Note de satisfaction et choix sémantique

Afin de saisir la satisfaction du touriste, nous lui avons demandé de qualifier sa visite à l'aide de 5 adjectifs : mauvais, passable, moyen, bon, excellent.

Afin de faciliter la lecture des réponses et avoir une vision globale, nous avons attribué à chacun de ces qualificatifs une note allant de 1 pour une appréciation mauvaise à 5 pour une appréciation excellente. Ainsi, une note moyenne comprise en 4 et 5 signifie que le touriste moyen a qualifié la prestation de bonne. Une note comprise entre 3 et 4 souligne une appréciation moyenne et peut être associée à un axe de progrès. Une note inférieure à 3 traduit une appréciation passable ou mauvaise du produit.

Comparaison avec les études antérieures

La comparaison avec les études antérieures, bien que possible, doit être faite avec discernement. En effet, le contexte a fortement évolué. Alors qu'en 2003, l'étude de GB2 observait que 48% des visiteurs étaient des touristes d'agrément, aujourd'hui, ils ne représentent plus qu'un tiers. De même, en 2009/2010, nous avons plus de visiteurs de l'Océan Indien et plus de familles que dans l'échantillon de 2003. En conséquence, les différences de résultats peuvent être attribuées à des différences d'échantillon¹.

Par ailleurs, les modalités et les regroupements ont pu être également modifiés pour tenir compte de l'évolution de l'environnement. Nous le soulignons dès que cela est nécessaire dans les commentaires.

¹ Pour mesurer les effets liés à un changement d'échantillon, il faudrait disposer de la base de données originale.

Le profil du touriste

Des femmes de 40 ans en moyenne

Les résultats nous montrent que La Réunion attire un public féminin : 56% des personnes interrogées étaient des femmes. En effet, l'analyse détaillée nous montre également que ces femmes sont le plus souvent célibataires et/ou ont moins de 24 ans.

Les touristes ont en moyenne 40 ans (± 11 ans). 57% d'entre eux ont entre 25 et 49 ans. 12% ont moins de 24 ans. L'analyse par trimestre montre que les interviewés du premier trimestre (Juillet à Septembre) étaient statistiquement plus jeunes (38 ans) par rapport aux autres trimestres (41 ans).

Des métropolitains essentiellement...

75% des touristes extérieurs résident en métropole. Sur l'année, on compte 7% de mauriciens, 5% de mahorais et 4% de malgaches. Les taux de fréquentation de ces deux régions de l'Océan indien sont constants au fil des trimestres.

On note que **10% des touristes proviennent d'autres régions du monde** :

- 50% d'entre eux résident dans l'Union Européenne (Allemands, Belges, Espagnols, Italiens...). Ils viennent essentiellement de l'Europe du Nord. Nous ferons un zoom spécifique sur ce type de touristes. 15% viennent du reste de l'Europe (Suisse essentiellement) ;
- On constate aussi des flux de touristes en provenance d'Asie (13%) : Australie, Thaïlande, Chine, Nouvelle Calédonie, Singapour. Même si la plupart des touristes sont venus rendre visite à leurs amis ou à leur famille ; on observe quelques touristes d'affaires. Il semble que l'ouverture d'une ligne aérienne vers ces destinations a permis de voir apparaître les prémises d'un tourisme asiatique ;
- Enfin, 12% sont originaires d'Afrique. L'enquête a fait l'objet en juin 2010 d'interviews auprès de croisiéristes. Ceux-ci provenaient essentiellement d'Afrique du Sud et des Etats-Unis. Il semble que la part prépondérante de cette région soit un effet d'échantillon plutôt qu'une attractivité réelle de La Réunion.

La comparaison de l'échantillon avec celui de 2003 montre que la part des métropolitains a quelque peu diminué (75% contre 83% en 2003) au profit des voyageurs venant de l'Océan Indien (7% de mauriciens et 4% de malgaches contre 3,5% et 2% en 2003). Malgré cette évolution, il s'agit de changements à la marge. Les influences sur les résultats seront mineures.

Des cadres supérieurs et des employés

Les employés est la CSP qui fréquentent le plus l'île : il s'agit essentiellement d'un tourisme affinitaire.

Les cadres supérieurs, les professions libérales, les chefs d'entreprise représentent 26% des flux de touristes. Ces catégories sont plus nombreuses dans le tourisme d'affaires. A l'opposé, ils sont moins nombreux parmi les touristes affinitaires.

Les retraités sont la troisième CSP (16%). Les étudiants et les professions intermédiaires représentent 9 et 10% du flux. Cependant, concernant les étudiants, on constate des variations saisonnières importantes. Ils sont beaucoup plus nombreux en juillet et janvier durant la période des vacances scolaires.

INTRODUCTION

Sexe

	Nb	% cit.
Homme	711	44%
Femme	904	56%
Total	1 614	100%

Age

Moyenne = 40,39 Ecart-type = 11,10

	Nb	% cit.
Moins de 24 ans	198	12%
De 25 à 49 ans	913	57%
Plus de 50 ans	488	31%
Total	1 598	100%

Lieu de résidence

	Nb	% cit.
Métropole	1 208	75%
Mayotte	73	5%
Maurice	117	7%
Madagascar	57	4%
Autre(précisez)	159	10%
Total	1 614	100%

Autre lieu de résidence

	Nb	% cit.
Union Européenne	80	50%
Autre Europe	24	15%
Asie	21	13%
Afrique	20	12%
Amérique	8	5%
Autre Océan Indien	6	4%
Autres	1	<1%
Total	159	100%

CSP

	Nb	% cit.
Employé	461	29%
Cadre sup, prof libérale /chef d'entreprise	424	26%
Retraité	264	16%
Prof.intermédiaire	154	10%
Etudiant	146	9%
Autre	91	6%
Artisan/commerçant	54	3%
Ouvrier	10	<1%
Agriculteur	6	<1%
Total	1 611	100%

Des touristes qui viennent en couple ou seul

36% des touristes sont venus en couple et 31% sont venus seuls.

Les touristes d'affaires ont tendance à venir seuls (78%).

Les touristes d'agrément viennent plutôt en couple. (54% des touristes d'agrément sont venus en couple, 39% à plus de 2 personnes et seulement 7% sont venus seuls.

La comparaison avec l'échantillon 2003 montre également une évolution. Alors que l'étude précédente soulignait que 41% de touristes qui sont venus en couple, et 16% en famille, cet échantillon comporte un peu moins de couples (36%) et plus de familles (22%). **Cette différence peut cependant influencer sur les résultats observés et conduire à des différences avec l'étude de 2003.**

Tout au long de l'année, on a pu constater la faible présence des voyages organisés puisque seulement moins de 1% des personnes interrogées correspondent à ce critère.

Les touristes qui se rendent à La Réunion appartiennent à des ménages de taille modeste.

Le foyer moyen est de 2,62 personnes ($\pm 1,37$) et 74% des personnes interrogées appartiennent à des ménages de moins de 3 personnes.

Lorsqu'ils sont venus en famille, ils étaient 3,44 personnes en moyenne ($\pm 1,25$). 50% des familles sont venues à moins de 3 personnes.

Quand les touristes sont venus entre amis, le groupe était de 3,41 personnes en moyenne ($\pm 1,97$). 50% des touristes étaient accompagnés de moins de 3 amis également.

INTRODUCTION

A La Réunion, vous êtes venu :

	Nb	% cit.
Seul	490	31%
En couple	575	36%
En famille	357	22%
Entre amis	151	9%
En voyage organisé	10	<1%
Autre	22	1%
Total	1 604	100%

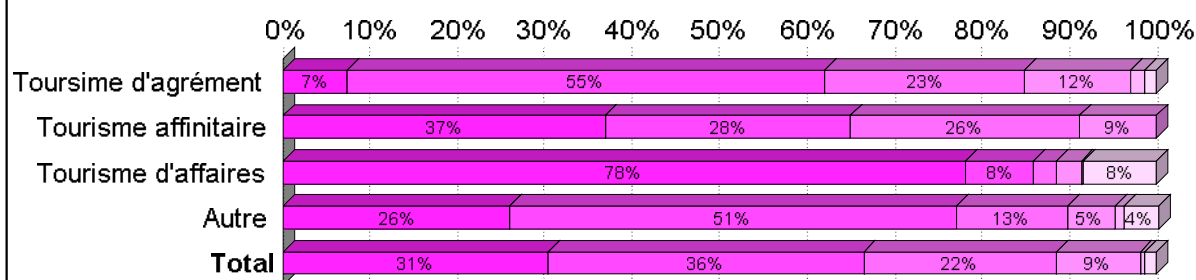
Situation familiale

	Nb	% cit.
Marié(e)/ pacsé(e)	841	52%
Célibataire	457	28%
Concubinage	187	12%
Divorcé(e)/séparé(e)	64	4%
Veuf(ve)	54	3%
Total	1 602	100%

L'accompagnement selon l'objet du voyage

	Seul	En couple	En famille	Entre amis	En voyage organisé	Autre	Total
Tourisme d'agrément	40	298	124	66	9	8	545
Tourisme affinitaire	312	236	222	76	0	0	845
Tourisme d'affaires	123	12	4	5	0	13	158
Autre	15	28	7	3	1	2	56
Total	490	575	357	150	10	23	1 604

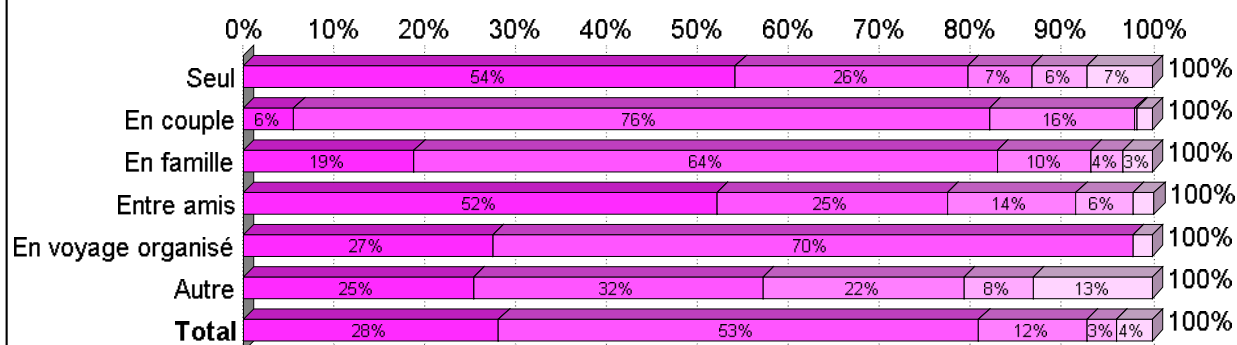
p = <1% ; chi2 = 462,08 ; ddl = 15 (TS)



Nombre de personnes venues à La Réunion selon la situation familiale

	Célibataire	Marié(e)/ pacsé(e)	Concubinage	Veuf(ve)	Divorcé(e) /séparé(e)	Total
Seul	264	125	34	30	35	488
En couple	33	438	91	1	10	574
En famille	65	224	35	12	12	348
Entre amis	77	37	21	9	3	147
En voyage organisé	3	7	0	0	0	10
Autre	6	7	5	2	3	23
Total	448	838	186	54	64	1 590

p = 0% ; chi2 = 502,02 ; ddl = 20 (TS)



53% sont des primo-visiteurs

53% des touristes découvrent pour la première fois La Réunion. Cependant, ce taux augmente à 78% dès qu'il s'agit des touristes d'agrément. Seulement 38% des touristes affinitaires sont des primo-visiteurs.

Une durée moyenne du séjour de 14 jours

Les touristes sont restés en moyenne 14,65 jours (± 19). Cependant la moitié d'entre eux est restée moins de 10 jours. La durée de séjour entre 2003 et 2009 s'est légèrement réduite (2 jours de moins) et ceci malgré une augmentation du tourisme affinitaire réputé rester plus longtemps. Pour ceux-ci, la durée de séjour s'est considérablement réduite passant de 20 à 16 jours.

Des fluctuations selon les trimestres

On observe des fluctuations de la durée du séjour des touristes au cours des trimestres. Ainsi le premier trimestre, correspondant aux vacances d'été en métropole, la durée de séjour est de 17 jours en moyenne. A l'opposé, les visiteurs du second trimestre (octobre/novembre/décembre) sont restés seulement 13 jours.

Mais des comportements différents selon les types de tourisme

Il existe des différences statistiques en fonction du type de tourisme. Ainsi les touristes d'agrément restent en moyenne 11 jours (± 7 jours), contre 16 jours (± 14 jours) pour les touristes affinitaires.

Par ailleurs, 50% des touristes affinitaires restent 14 jours et 10 jours si l'on considère les touristes d'agrément.

Enfin, la durée de séjour moyenne des touristes d'affaires est de 20 jours (± 45 jours). Cependant 50% des touristes d'affaires restent moins de 6 jours.²

Première visite

(Tourisme affinitaire)

	Nb	% cit.	
Oui	321	38%	
Non	533	62%	
Total	854	100%	

² Cette différence peut s'expliquer par des effets d'échantillon. En effet, on observe pour certains touristes d'affaires une durée du séjour moyennement longue, poussant la moyenne à la hausse. Si on les élimine, la moyenne tombe à 10 jours.

INTRODUCTION

Durée du séjour

Moyenne = **14,63** Ecart-type = **18,74**
Médiane = **10,00**

	Nb	% cit.
Moins de 10	608	38%
De 10 à 19	720	45%
De 20 à 29	142	9%
De 30 à 39	74	5%
De 40 à 49	18	1%
50 et plus	52	3%
Total	1 614	100%

Durée du séjour selon les trimestres

	Durée du séjour
Deuxième trimestre	12,59
Premier trimestre	17,38
Quatrième trimestre	14,15
Troisième trimestre	14,98
Total	14,63

$p = <1\%$; $F = 4,78$ (TS)

Durée du séjour

(Tourisme affinitaire)

Moyenne = **16,36** Ecart-type = **14,73**
Médiane = **14,00**

	Nb	% cit.
Moins de 10	222	26%
De 10 à 19	421	49%
De 20 à 29	100	12%
De 30 à 39	63	7%
De 40 à 49	15	2%
50 et plus	31	4%
Total	853	100%

La durée du séjour selon le type de tourisme

	Durée du séjour
Tourisme d'agrément	11,09
Tourisme affinitaire	16,36
Tourisme d'affaires	20,53
Autre	6,52
Total	14,63

$p = <1\%$; $F = 18,21$ (TS)

Durée du séjour

(Tourisme d'agrément)

Moyenne = **11,09** Ecart-type = **7,75**
Médiane = **10,00**

	Nb	% cit.
Moins de 10	243	44%
De 10 à 19	260	47%
De 20 à 29	34	6%
De 30 à 39	4	<1%
De 40 à 49	2	<1%
50 et plus	5	<1%
Total	548	100%

Durée du séjour

(Tourisme d'affaires)

Moyenne = **20,53** Ecart-type = **45,82**
Médiane = **6,00**

	Nb	% cit.
Moins de 10	102	65%
De 10 à 19	26	16%
De 20 à 29	7	4%
De 30 à 39	6	4%
De 40 à 49	1	<1%
50 et plus	16	10%
Total	158	100%

Durée du séjour

(Tourisme d'affaires pur)

Moyenne = **10,54** Ecart-type = **27,26**
Médiane = **5,00**

	Nb	% cit.
Moins de 10	102	74%
De 10 à 19	23	17%
De 20 à 29	6	4%
De 30 à 39	4	3%
De 40 à 49	0	<1%
50 et plus	3	2%
Total	138	100%

D'autres facteurs influençant la durée du séjour

Les tableaux croisés montrent également que, outre les types de tourisme et la période, d'autres facteurs influencent la durée de séjour des touristes :

- *L'âge* : les moins de 24 ans restent beaucoup plus longtemps (23 jours) que leurs aînés. A l'opposé, les touristes entre 24 et 50 ans restent moins longtemps (12 jours) ;
- *La CSP* : les étudiants restent également plus longtemps à La Réunion, pratiquement 1 mois (26 jours). Les touristes en activité professionnelle (Artisans/commerçants, CSP++, employés et professions intermédiaires) ont tendance à rester moins longtemps, soit moins de 13 jours ;
- *La situation familiale* : les célibataires restent également en moyenne plus longtemps (17 jours). Les couples ont tendance à rester moins longtemps (13 jours en moyenne) ;
- *Le type d'hébergement* : Ainsi les touristes qui se rendent à l'hôtel restent 9 jours en moyenne alors que ceux qui louent un meublé séjournent près de 25 jours. De même, les touristes qui se rendent dans leur famille ou chez des amis restent relativement longtemps (18 jours en moyenne).

INTRODUCTION

La durée du séjour selon l'âge

	Durée du séjour
Moins de 24 ans	<u>22,83</u>
De 25 à 49 ans	12,07
Plus de 50 ans	15,86
Total	14,56

p = <1% ; F = 29,90 (TS)

La durée du séjour selon le lieu de résidence


	Durée du séjour
Agriculteur	13,17
Artisan/commerçant	9,75
Cadre sup, prof libérale /chef d'entreprise	11,74
Prof.intermédiaire	12,32
Employé	12,93
Ouvrier	17,60
Retraité	16,47
Etudiant	<u>26,58</u>
Autre	19,09
Total	14,65

p = <1% ; F = 11,45 (TS)

La durée du séjour selon la situation familiale

	Durée du séjour
Célibataire	<u>17,76</u>
Marié(e)/ pacsé(e)	13,04
Concubinage	13,26
Veuf(ve)	17,26
Divorcé(e)/séparé(e)	15,48
Total	14,65

p = <1% ; F = 5,30 (TS)



MOTIVATIONS, CHOIX ET ATTENTES : LA MONTAGNE DEVANCE LA MER ET LA PLAGE

Un positionnement sur le marché du tourisme difficile à établir

La destination Réunion est une destination choisie, réfléchie. Il ne s'agit pas pour les personnes interrogées d'étudier un ensemble de destinations possibles compte tenu d'un budget et de faire son choix parmi elles. **86% des personnes qui sont venues à La Réunion n'avaient pas choisi d'alternative.**

Si on se concentre sur les touristes d'agrément, seulement 30% ont hésité avec une autre destination. Ce taux n'a cessé de se renforcer au fil des trimestres : les consommateurs font de plus en plus d'arbitrage. Alors que seulement 27% des touristes d'agrément du premier trimestre (juillet à Septembre 2009) ont affirmé avoir hésité, ils étaient 33% au dernier trimestre (avril à juin 2010).

Lorsque La Réunion a fait l'objet d'un choix, elle se trouve dans **un tiers des cas en concurrence avec l'Ile Maurice.**

La Réunion est aussi en concurrence avec les « Iles tropicales » pour 22% des cas. Les touristes ont hésité avec les Seychelles, la Martinique, la Guadeloupe, la Nouvelle Calédonie ou encore Mayotte et Rodrigue, les Caraïbes... **La Réunion est en concurrence avec les destinations « plages et cocotiers » assez éloignées de ce qu'elle a offrir.**

La Réunion s'est trouvée aussi en concurrence avec les pays africains pour 15% des touristes qui ont hésité : avec son environnement proche (Madagascar, Comores, Afrique du Sud) et des contrées plus éloignées comme le Kenya, l'Ouganda ou encore le Maroc ou l'Egypte.

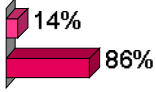
Enfin, on note aussi une concurrence asiatique. 14% des touristes qui ont choisi La Réunion, hésitaient avec Bali, la Thaïlande ou le Japon.

Il est important de noter que cette analyse montre un aspect très particulier de la concurrence puisqu'elle ne cible que les touristes qui se sont rendus à La Réunion. Elle ne rend pas compte de la diversité de la concurrence et doit être complétée par une étude plus large intégrant des personnes qui ont hésité entre La Réunion et d'autres destinations, mais qui, au final, ont choisi une autre destination.

MOTIVATIONS, CHOIX ET ATTENTES

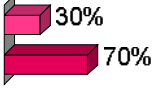
Concurrence destination

	Nb	% cit.
Oui	225	14%
Non	1 366	86%
Total	1 591	100%



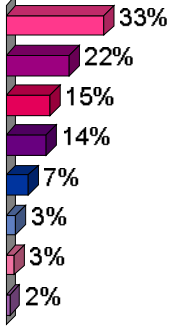
Concurrence destination (Tourisme d'agrément)

	Nb	% cit.
Oui	165	30%
Non	379	70%
Total	544	100%



Avec quelles destinations avez-vous hésité ?

	Nb	% cit.
L'Ile Maurice	97	33%
Autres iles	65	22%
Afrique	45	15%
Asie	40	14%
Amérique Latine	22	7%
Amérique du Nord	10	3%
Europe	9	3%
Autres	6	2%
Total	292	100%



La nature, la montagne, la mer et la plage

L'analyse des motivations se fait en fonction du type de tourisme (affinitaire ou agrément). Le tourisme d'affaires a été exclu de l'analyse : le choix de La Réunion s'étant imposé pour des raisons professionnelles. Il serait peut être intéressant d'envisager une étude spécifique sur ce type de tourisme.

Le tourisme d'agrément : la nature et la montagne

Près d'un touriste sur deux a choisi La Réunion pour la nature et la montagne. Ce critère n'a pas cessé de se renforcer au fil des trimestres. 46% des touristes d'agrément du premier trimestre (juillet à septembre) ont avancé cette raison, il concerne 62% des interviewés du dernier trimestre (avril à juin). En effet, suivant la tendance actuelle, le tourisme revêt une **composante verte qui séduit les clients**. On constate une évolution des produits incluant les principes de l'éco-tourisme. Le principal concurrent de La Réunion, l'Ile Maurice, développe actuellement des projets d'éco-tourisme et valorise son patrimoine ainsi que sa forêt primaire (projets de Lodge, restaurant panoramique...).

La mer et la plage n'arrivent qu'en seconde position et ne sont citées que par un peu moins d'un tiers des touristes. Son corolaire, le soleil et la chaleur ne concerne que 26% des touristes.

Le bouche à oreille et l'expérience des autres voyageurs restent un facteur important puisque 24% des touristes sont venus à La Réunion suite aux échos positifs.

Le tourisme affinitaire : la famille et les amis avant tout

La famille et les amis sont la première motivation du tourisme affinitaire (76%).

Hormis la famille, les touristes affinitaires ont les mêmes facteurs d'attractivité que les touristes d'agrément. Même si ce critère ne concerne que 20% des touristes affinitaires, la nature et la montagne est le second critère, suivies de la mer et de la plage (15%).

MOTIVATIONS, CHOIX ET ATTENTES

**Critères de choix
(Tourisme d'agrément)**

	Nb	% obs.	
La nature, la montagne	290	53%	53%
La mer, la plage	171	31%	31%
Le soleil/la chaleur	145	26%	26%
L'expérience positive à La Réunion d'autres voyageurs	134	24%	24%
L'ambiance des îles	129	24%	24%
Autre (précisez)	92	17%	17%
La langue française	54	10%	10%
Le repos et la détente	52	10%	10%
La culture	46	8%	8%
Les activités sportives	39	7%	7%
La sécurité d'un espace européen	22	4%	4%
Parc national des Hauts	13	2%	2%
Le prix	8	1%	1%
La disponibilité des places	6	1%	1%
Famille/amis	6	1%	1%
Total	549		

**Critères de choix
(Tourisme affinitaire)**

	Nb	% obs.	
Famille/amis	651	76%	76%
La nature, la montagne	171	20%	20%
La mer, la plage	132	15%	15%
L'ambiance des îles	94	11%	11%
Le soleil/la chaleur	88	10%	10%
Le repos et la détente	55	6%	6%
Autre (précisez)	54	6%	6%
L'expérience positive à La Réunion d'autres voyageurs	46	5%	5%
Les activités sportives	32	4%	4%
La culture	22	3%	3%
La langue française	15	2%	2%
La sécurité d'un espace européen	6	<1%	<1%
Parc national des Hauts	6	<1%	<1%
Le prix	4	<1%	<1%
La disponibilité des places	3	<1%	<1%
Total	854		

La proximité mer montagne : l'attrait majeur de La Réunion

Lorsqu'on demande aux touristes s'ils souhaitaient profiter de la mer ou de la montagne, **ils sont 81% à déclarer vouloir profiter des deux**. Par ailleurs, ils ont été un peu plus de la moitié à être indifférents entre les deux attractions. Comme le résume un touriste « *La Réunion c'est super, il y a la mer et la montagne et il y fait chaud* »

Lorsque les touristes ont effectué un choix, la montagne est préférée à la mer (32% contre 17%).

Enfin, lorsqu'on croise les choix et les préférences, on s'aperçoit que 27% des touristes extérieurs qui sont venus à La Réunion pour la mer et la montagne ont finalement préféré la montagne. Seulement 10% ont, à leur départ, déclaré préférer la mer.

Un atout méconnu : le Parc National de La Réunion

Alors que la nature et la montagne sont les deux principaux facteurs d'attractivité, **seulement 25% des touristes connaissent le Parc National de La Réunion avant de venir à La Réunion**. 56% quittent l'île sans en avoir attendu parlé.

On constate que le type de tourisme influence la connaissance ou non du Parc National. En effet, les affinitaires sont relativement plus nombreux à le connaître (59%). A l'opposé, 48% des touristes qui quittent La Réunion en connaissant le Parc National sont des touristes d'agrément.

Il est important de noter que l'étude s'est faite avant la déclaration du cœur de l'île au Patrimoine Mondial de l'Humanité. Il y a tout lieu de croire que ces résultats soient aujourd'hui modifiés.

MOTIVATIONS, CHOIX ET ATTENTES

Choix montagne / mer

	Nb	% cit.
Mer et montagne	1 220	81%
Montagne uniquement	154	10%
Mer uniquement	129	9%
Total	1 503	100%

Avez-vous préféré :

	Nb	% cit.
Indifférent	776	52%
Montagne	473	32%
Mer	249	17%
Total	1 498	100%

Choix et préférence entre montagne et mer

	Indifférent		Montagne		Mer		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Mer et montagne	760	63%	331	27%	120	10%	1 212	100%
Montagne uniquement	6	4%	142	92%	7	4%	154	100%
Mer uniquement	7	6%	0	0%	121	94%	129	100%
Total	774	52%	473	32%	248	17%	1 495	

p = 0% ; chi2 = 888,12 ; ddl = 4 (TS)

Connaissez-vous l'existence du Parc national des Hauts de La Réunion avant de venir?

	Nb	% cit.
Non, et je ne le connais toujours pas	897	56%
Oui	390	25%
Non mais je le connais maintenant	301	19%
Total	1 587	100%

Connaissance du parc et type de tourisme

	Non, et je ne le connais toujours pas		Oui		Non mais je le connais maintenant		Total	
	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.	N	% cit.
Tourisme affinitaire	484	54%	230	59%	131	43%	845	53%
Tourisme d'agrément	282	31%	117	30%	145	48%	544	34%
Tourismes d'affaires	94	11%	34	9%	20	7%	148	9%
Autre	36	4%	8	2%	6	2%	50	3%
Total	897	100%	390	100%	301	100%	1 587	

p = <1% ; chi2 = 38,11 ; ddl = 6 (TS)

MOTIVATIONS, CHOIX ET ATTENTES

Sources d'information : être bien référencé sur Internet, un impératif.

Internet est la première source d'information pour les touristes. Pour 30%, le net a été un outil d'information, suivi de l'agence de voyages (27%).

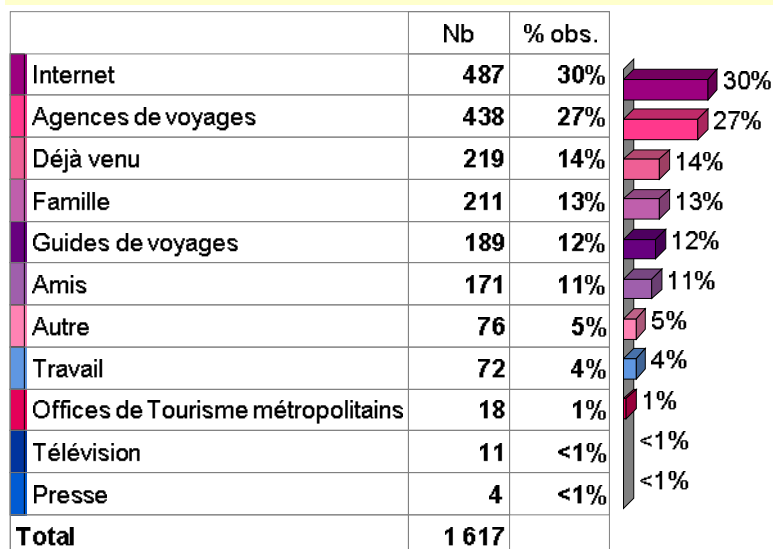
Si l'on se concentre sur les touristes d'agrément, 41% ont choisi la destination Réunion suite aux conseils de leur agence de voyages, suivi de très près par Internet (40%). Un bon référencement en lien avec la nature, la montagne, la randonnée accroîtrait considérablement la destination Réunion.

Les guides de voyages sont également très présents puisque pour 23% des touristes, ils sont également une source d'information.

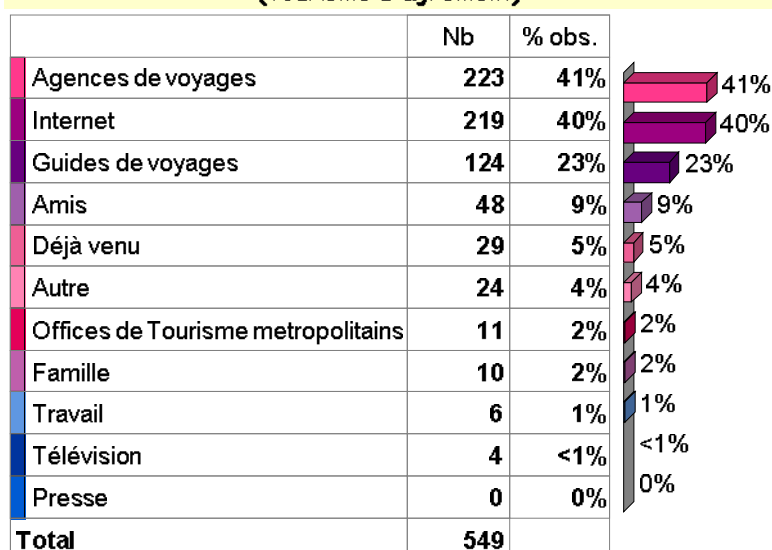
Enfin, pour 11% des touristes d'agrément, la famille et les amis leur ont fait une promotion de l'île. 5% étaient déjà venu et connaissaient La Réunion, ce qui a été décisif dans leur choix.

MOTIVATIONS, CHOIX ET ATTENTES

Outils choix de destination



Outils choix de destination (Tourisme d'agrément)



Promouvoir les activités : les guides de voyages et Internet

Si les amis et la famille semblent être la première source d'information pour choisir ses activités, ce résultat est le fait d'un tourisme affinitaire relativement important.

Le tourisme d'agrément fait souvent appel aux guides de voyages : Le Guide du Routard et le Lonely Planet sont les plus populaires. Il est donc important qu'ils soient à jour, qu'ils relaient une information fiable et de qualité.

Internet devient la seconde source avec un taux de 21%. **La place d'Internet n'a cessé de progresser au fil des trimestres.** Ainsi, au premier trimestre (juillet à septembre), seulement 19% des touristes d'agrément avaient déclaré utiliser Internet, 28% utilisaient ce moyen en 3^{ème} trimestre (janvier à mars). D'une manière tout à fait surprenante, ils n'ont été que 8% au dernier trimestre (avril à juin).

Les offices de tourisme locaux sont en troisième position. La sollicitation des offices de tourisme a varié d'un trimestre à l'autre.

Par ailleurs, **les lieux d'hébergement ont été un relais plus important dans la diffusion des informations de loisirs.** Alors que seulement 6% des touristes s'y sont référés au premier trimestre, ils ont été 16% à s'informer auprès de leur hébergeur au 3^{ème} trimestre et 12% au dernier trimestre.

Sur l'ensemble de l'année, on constate que la presse locale n'est pas une source ciblée des touristes. Ils n'ont pas l'habitude d'utiliser les journaux pour identifier les activités et les événements. Cela s'observe sur les commentaires : des touristes étant déçus de ne pas participer à des événements qui ont pourtant un bon écho dans la presse : concerts ; festivals ; foires et salons...

Les touristes d'affaires font assez peu d'activités durant leur séjour. Cependant, ils privilégient 3 sources d'informations :

- Internet
- Les amis et la famille
- Leur travail (modalité autre)

MOTIVATIONS, CHOIX ET ATTENTES

Outils choix des activités

	Nb	% obs.
Amis/famille	882	55%
Guides de voyages	420	26%
Internet	205	13%
Offices du Tourismes locaux	158	10%
Autres (précisez)	112	7%
Informations disponibles à l'hébergement	82	5%
Presse locale	25	2%
Total	1 617	

Outils choix des activités (Tourisme d'agrément)

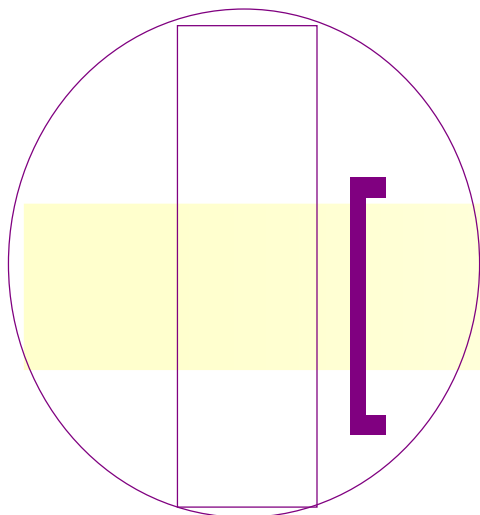
	Nb	% obs.
Guides de voyages	290	53%
Internet	114	21%
Offices du Tourismes locaux	108	20%
Amis/famille	97	18%
Informations disponibles à l'hébergement	58	11%
Autres (précisez)	56	10%
Presse locale	6	1%
Total	549	

Outils choix des activités (Tourisme affinitaire)

	Nb	% obs.
Amis/famille	756	88%
Guides de voyages	100	12%
Internet	62	7%
Offices du Tourismes locaux	36	4%
Autres (précisez)	28	3%
Presse locale	11	1%
Informations disponibles à l'hébergement	1	<1%
Total	854	

Outils choix des activités (Tourisme d'affaires)

	Nb	% obs.
Internet	21	13%
Amis/famille	19	12%
Autres (précisez)	19	12%
Guides de voyages	17	11%
Informations disponibles à l'hébergement	14	9%
Offices du Tourismes locaux	10	6%
Presse locale	7	4%
Total	158	



LE PARCOURS DES TOURISTES

Hébergement et restauration

Hébergement : l'Ouest

Un touriste sur 2 loge dans sa famille ou chez ses amis

Un touriste sur deux loge chez ses amis ou dans sa famille. Cependant, ce résultat cache des disparités entre les différents types de tourisme :

- 87% des touristes affinitaires logent chez leurs amis et leur famille. Ils fréquentent certes les chambres d'hôtes et les gîtes à l'occasion de randonnées ou les hôtels de l'Ouest pour une ou deux nuits durant leur séjour ;
- Les touristes d'agrément ont un comportement plus diversifié :
 - 56% d'entre eux choisissent l'hôtel comme mode d'hébergement principal ;
 - Ils fréquentent également assidûment les chambres d'hôtes et les gîtes (29%). Ce mode d'hébergement vient souvent en complément de l'hôtel lors des séjours dans l'intérieur de l'île ;
 - 18% louent des meublés lors de leur séjour sur l'île ;
- 73% des touristes d'affaires choisissent l'hôtel comme mode d'hébergement principal.

On constate aussi que les modes d'hébergement sont liés à d'autres critères. Les femmes ont tendance à plus aller chez les amis ou la famille, comme les célibataires. Alors que les hommes ou encore les couples ont tendance à se rendre plus souvent dans les hôtels.

La comparaison avec 2003 implique une attention particulière, elle ne peut être directement faite¹. L'uniformisation des modes de calcul montre que si l'hôtel était le mode d'hébergement préféré en 2003 (42%), les touristes ont préféré loger chez les amis ou la famille en 2009/2010. L'évolution des flux de clientèle qui laisse une part plus grande au tourisme affinitaire explique largement ce constat.

¹ La comparaison avec les résultats de 2003 ne peut se faire directement, les pourcentages étant calculés de manière différente. Il nous a semblé plus pertinent de les calculer par rapport au nombre de répondants plutôt que par rapport au nombre de réponses. Cependant, pour assurer une comparaison, nous avons calculé à nouveau les indicateurs avec la méthode retenue en 2003 (par rapport au nombre de réponses). Les tableaux des résultats ne sont pas inclus dans le présent rapport.

LE PARCOURS DES TOURISTES

Hébergement principal durant le séjour

	Nb	% obs.
Famille/amis	810	50%
Hôtel/résidence hôtelière	520	32%
Chambres d'hôtes / gîtes	260	16%
Meublé	185	11%
Autre	49	3%
Village de vacances	14	<1%
Total	1 617	

Hébergement selon l'objet du voyage
(Tourisme affinitaire)

	Nb	% obs.
Famille/amis	744	87%
Chambres d'hôtes / gîtes	90	11%
Meublé	66	8%
Hôtel/résidence hôtelière	65	8%
Autre	10	1%
Village de vacances	1	<1%
Total	854	

Hébergement selon l'objet du voyage
(Tourisme d'agrément)

	Nb	% obs.
Hôtel/résidence hôtelière	307	56%
Chambres d'hôtes / gîtes	157	29%
Meublé	100	18%
Famille/amis	44	8%
Autre	19	4%
Village de vacances	11	2%
Total	549	

Hébergement selon l'objet du voyage
(Tourisme d'affaires)

	Nb	% obs.
Hôtel/résidence hôtelière	115	73%
Meublé	16	10%
Famille/amis	15	10%
Autre	9	6%
Chambres d'hôtes / gîtes	7	4%
Village de vacances	0	<1%
Total	158	

LE PARCOURS DES TOURISTES

Des touristes peu mobiles durant leur séjour

Les touristes ont 1,74 lieu d'hébergement durant leur séjour. 69% d'entre eux n'ont qu'un seul lieu.

Si l'on se concentre sur les touristes d'agrément, ils ont eu 2,4 lieux d'hébergement durant leur séjour mais 57% d'entre eux n'ont qu'un seul lieu d'hébergement.

La comparaison avec l'étude de 2003 montre que le comportement des touristes a peu évolué entre les deux intervalles.

On constate que certains facteurs influencent la mobilité du touriste :

- *L âge* : les moins de 24 ans ont en moyenne 1,45 lieu d'hébergement ;
- *Le lieu de résidence* : mauriciens et mahorais ont en moyenne 1,22 lieu d'hébergement ;
- *La CSP* : les cadres supérieurs ont en moyenne 2 lieux d'hébergement ;
- *La situation familiale* : les célibataires et les veufs sont moins mobiles (1,58 et 1,35) que les couples en concubinage (2,16) ;
- *La période de visite* : les touristes d'octobre à décembre ont 1,97 lieu d'hébergement alors que ceux du trimestre suivant (janvier à mars) n'ont que 1,47 lieu d'hébergement.

Nombre de lieux d'hébergement selon le type de tourisme	
	nombre de lieux d'hébergement
Autre type de tourisme	1,75
Tourisme affinitaire	1,47
Tourisme d'affaires	1,18
Tourisme d'agrément	2,37
Total	1,76

p = <1% ; F = 52,50 (TS)

Nombre de lieux d'hébergement selon l'âge	
	nombre de lieux d'hébergement
Moins de 24 ans	1,45
De 25 à 49 ans	1,79
Plus de 50 ans	1,84
Total	1,76

p = <1% ; F = 5,07 (TS)

Nombre de lieux d'hébergement selon le lieu de résidence	
	nombre de lieux d'hébergement
Métropole	1,76
Mayotte	1,91
Maurice	1,22
Madagascar	1,02
Autre(précisez)	2,36
Total	1,76

p = <1% ; F = 14,08 (TS)

LE PARCOURS DES TOURISTES

Nombre de lieux d'hébergement selon la CSP

	nombre de lieux d'hébergement
Agriculteur	2,20
Artisan/commerçant	1,34
Cadre sup, prof libérale /chef d'entreprise	2,01
Prof.intermédiaire	1,86
Employé	1,71
Ouvrier	2,18
Retraité	1,70
Etudiant	1,40
Autre	1,62
Total	1,76

p = <1% ; F = 3,58 (TS)

Nombre de lieux d'hébergement selon la situation familiale

	nombre de lieux d'hébergement
Célibataire	1,58
Marié(e)/ pacsé(e)	1,81
Concubinage	2,16
Veuf(ve)	1,35
Divorcé(e)/séparé(e)	1,58
Total	1,76

p = <1% ; F = 6,45 (TS)

Nombre de lieux d'hébergement selon la période de visites

	nombre de lieux d'hébergement
Deuxième trimestre	1,93
Premier trimestre	1,84
Quatrième trimestre	1,77
Troisième trimestre	1,47
Total	1,76

p = <1% ; F = 7,70 (TS)

Des touristes plus nombreux dans l'Ouest

58% des touristes interrogés ont passé au moins une nuit dans l'Ouest, contre 26% dans le Nord et 20% dans le Sud. La part de l'Ouest est encore plus importante si l'on ne considère que le tourisme d'agrément où 82% des touristes sont passés par une structure d'accueil de l'Ouest.

Si les touristes d'agrément sont largement hébergés dans l'Ouest, on constate que les cirques sont aussi plébiscités. 26% d'entre eux ont passé au moins une nuit à Cilaos, aux Plaines ou encore à Salazie. La durée moyenne des séjours (2 jours) montre clairement qu'il s'agit d'un hébergement ponctuel suite aux visites des lieux et non pas un lieu de résidence sur la durée du séjour.

Un tourisme d'affaires concentré sur le Nord

Les touristes d'affaires ont, pour 57% d'entre eux, passé une nuit dans le Nord contre 33% dans l'Ouest. Cela s'explique par le fait que Saint Denis soit le chef-lieu et le principal centre d'affaires de l'île. La plupart des grandes entreprises et des administrations y ont leur siège.

Un hébergement concentré sur les grandes villes

Quand on analyse en détail les lieux de résidence, on observe que 3 villes se démarquent : Saint Gilles pour près d'un tiers des touristes, suivie de Saint-Denis avec 23% des touristes. Enfin, 14% des touristes résident sur Saint-Pierre durant leur séjour.

Des touristes qui restent plus longtemps dans le Sud et le Nord

Le nombre moyen de nuits du Sud et du Nord sont presque identiques (11 nuits). Néanmoins, ce résultat cache des disparités entre les différents types de tourisme. Les touristes d'agrément passent en moyenne 7 nuits dans les hébergements de l'Ouest et 5 nuits en moyenne dans le Sud.

Les touristes d'affaires passent en moyenne 11 nuits dans le Sud, contre presque 9 dans l'Ouest et le Nord. Comme les autres formes de tourisme, ils passent peu de temps dans les cirques : 1 à 2 nuits en moyenne.

Comparaison avec 2003 : l'Ouest moins attractif au profit des hauts

L'agrégation des micro-régions entre cette étude et celle de 2003 est quelque peu différente. Nous avons cependant recalculé certains indicateurs afin d'identifier et analyser une possible évolution. Dans un souci de clarté, nous ne reproduisons pas les résultats en détail, mais soulignons les principaux changements.

Ainsi, l'Ouest¹ semble légèrement moins attractif. Alors que 59% des touristes avaient passé au moins une nuit dans l'Ouest en 2003, ils ne sont plus que 54% en 2009/2010. En revanche, les hauts de l'île² ont attiré plus de touristes, puisque 34% des touristes y ont passé au moins une nuit contre 27% en 2003.

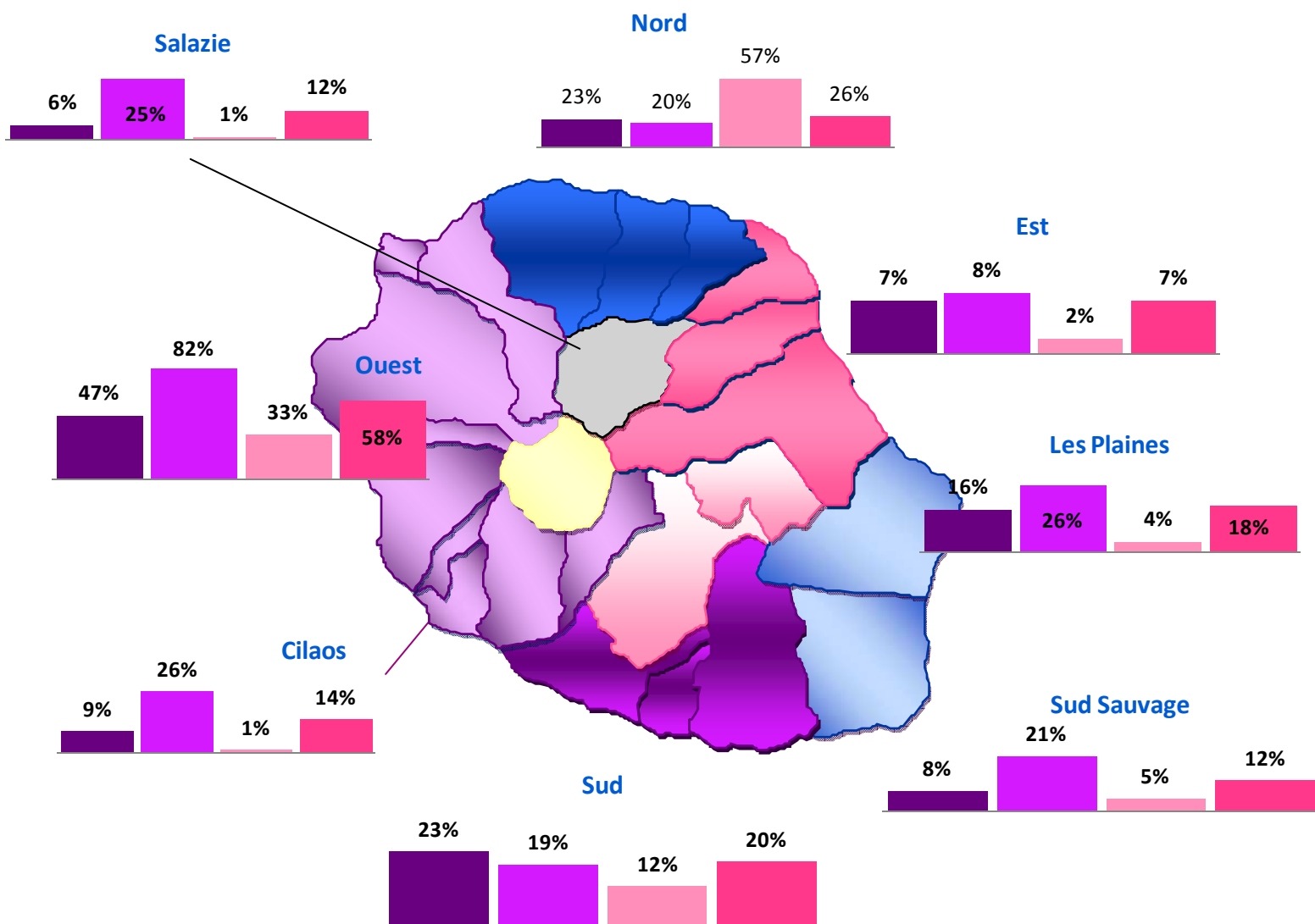
Si on compare la répartition du nombre de nuits, on constate que l'Ouest ne regroupe de 37% (contre 42% en 2003) des nuits passées à La Réunion au profit du Nord et du Sud (respectivement 25 et 21% en 2009/2010 contre 23 et 19% en 2003). **Cette différence s'explique essentiellement par le recul du tourisme d'agrément qui habituellement séjourne dans l'Ouest.**

¹ Dans l'étude de 2003, l'Ouest comprend les communes de Saint Paul, Saint Gilles, Saint Leu, Les Avirons et l'Etang-Salé

² Dans l'étude de 2003, les Hauts de l'île comprennent les 3 cirques, Les Plaines, Saint-Philippe, Saint Joseph et Petite Ile.

LE PARCOURS DES TOURISTES

Part des touristes ayant passé au moins une nuit dans la région selon le type de tourisme

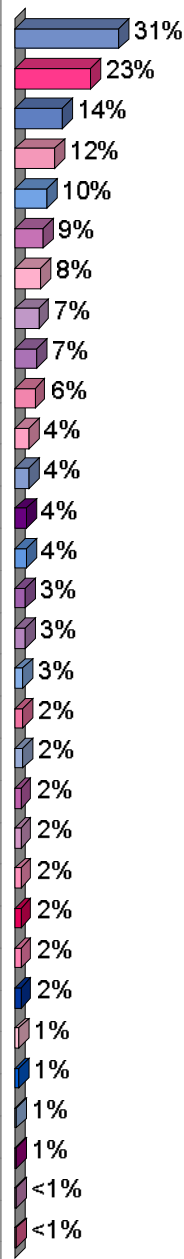


- Tourisme affinitaire ■ Tourisme d'agrément
- Tourisme d'affaires ■ Ensemble

LE PARCOURS DES TOURISTES

Dans quelle ville avez-vous passé une ou plusieurs nuits?

	Nb	% obs.
Saint Gilles	497	31%
Saint Denis	366	23%
Saint pierre	234	14%
Cilaos	194	12%
Saint Leu	162	10%
La plaine des cafres	140	9%
Hell Bourg	127	8%
Le Tampon	117	7%
Mafate	110	7%
Les hauts de Saint Paul	99	6%
Saint Paul	72	4%
Salazie	71	4%
Saint André	61	4%
Petite Ile	60	4%
Saint Joseph	56	3%
La Possession	55	3%
Le Port	43	3%
Etang Salé	40	2%
La plaine des Palmistes	39	2%
Saint Philippe	37	2%
Entre Deux	36	2%
Saint Louis	36	2%
Sainte Marie	33	2%
Sainte Rose	30	2%
Saint Benoit	29	2%
autres (précisez)	21	1%
Bras Panon	21	1%
Les Avirons	16	1%
Sainte Suzanne	16	1%
Trois Bassins	14	<1%
Saint Anne	11	<1%
Total	1 617	



LE PARCOURS DES TOURISTES

Nombre moyen de nuits et répartition des nuitées selon la région d'hébergement

	Moyenne	Ecart-type	%
Sud	<u>10,86</u>	12,40	15%
Nord	<u>10,82</u>	22,93	21%
Ouest et les hauts de l'Ouest	<u>9,37</u>	12,43	38%
Est	8,46	25,89	4%
Les plaines	7,87	13,50	10%
Sud Sauvage	6,95	14,20	6%
Cilaos	<u>3,23</u>	4,62	3%
Mafate	<u>2,14</u>	1,65	1%
Salazie	<u>1,60</u>	1,18	1%

Nombre moyen de nuits et répartition des nuitées selon la région d'hébergement

(Tourisme affinitaire)

	Moyenne	Ecart-type	%
Sud	<u>13,20</u>	12,39	19%
Sud Sauvage	13,12	20,96	6%
Les plaines	12,90	17,08	13%
Ouest et les hauts de l'Ouest	11,94	14,39	35%
Nord	11,79	10,14	18%
Est	<u>7,48</u>	6,22	3%
Cilaos	<u>5,95</u>	7,09	3%
Mafate	<u>2,11</u>	1,59	<1%
Salazie	<u>2,06</u>	1,90	<1%

Nombre moyen de nuits et répartition des nuitées selon la région d'hébergement

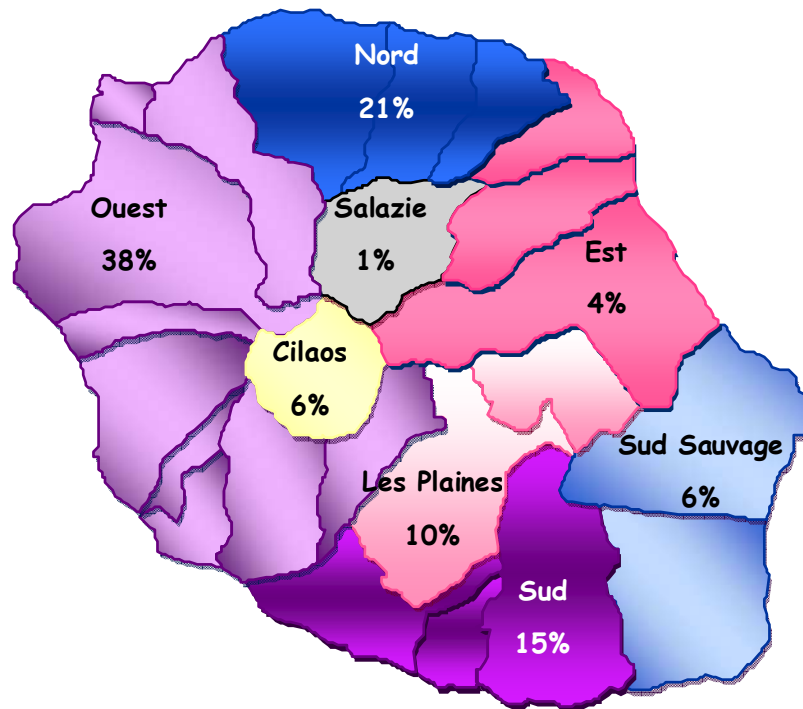
(Tourisme d'agrément)

	Moyenne	Ecart-type	%
Ouest et les hauts de l'Ouest	<u>7,17</u>	7,82	55%
Sud	<u>5,53</u>	4,82	10%
Nord	4,82	5,54	10%
Est	4,25	9,01	3%
Sud Sauvage	<u>3,31</u>	3,74	7%
Les plaines	<u>2,64</u>	3,37	6%
Mafate	<u>2,12</u>	1,70	2%
Cilaos	<u>1,89</u>	1,44	5%
Salazie	<u>1,45</u>	0,73	3%

LE PARCOURS DES TOURISTES

Nombre moyen de nuits et répartition des nuitées selon la région d'hébergement (Tourisme d'affaires)			
	Moyenne	Ecart-type	%
Sud	<u>10,65</u>	11,64	18%
Ouest et les hauts de l'Ouest	8,83	9,03	42%
Nord	8,71	10,16	20%
Les plaines	7,49	12,12	11%
Est	6,45	8,31	4%
Sud Sauvage	5,79	6,78	6%

Nombre moyen de nuits et répartition des nuitées selon la région d'hébergement (Tourisme d'affaires pur)			
	Moyenne	Ecart-type	%
Sud	<u>10,65</u>	11,64	17%
Ouest et les hauts de l'Ouest	<u>8,83</u>	9,03	40%
Nord	<u>8,71</u>	10,16	18%
Les plaines	7,49	12,12	10%
Est	6,45	8,31	3%
Sud Sauvage	5,79	6,78	5%
Cilaos	3,23	4,62	4%
Mafate	2,13	1,63	1%
Salazie	1,60	1,18	2%

Répartition des nuitées selon les micro-régions

LE PARCOURS DES TOURISTES

Le taux de satisfaction moyen de l'hébergement est bon. Il obtient une moyenne de 4,56 sur 5. Cependant, les touristes d'affaires et d'agrément sont plus sévères : 4,15 et 4,31 respectivement. Notons également que les CSP++ sont également plus sévères que la moyenne et donne une note moyenne égale à 4,40/5.

Les hébergements du Sud : le meilleur taux de satisfaction

Les hébergements du Sud remportent la première place avec un taux de 4,61 sur 5. Ce résultat est lié à l'influence du tourisme affinitaire. En effet, le Sud apparaît en 4^{ème} place pour les touristes d'agrément (4,31/5) et en 6^{ème} place pour le tourisme d'affaires (4,17/5).

Mafate séduit les touristes d'agrément

Les touristes d'agrément jugent l'hébergement à La Réunion comme relativement bon : 4,23/5.

Comme à chaque trimestre, Mafate obtient le meilleur taux de satisfaction avec 4,44/5. L'Ouest, le lieu le plus fréquenté, n'apparaît qu'en 3^{ème} place avec un indice de satisfaction bon (4,32/5).

L'Est : moyen

Les hébergements de Salazie et de l'Est sont considérés comme moyens (3,95 et 3,78/5) et statistiquement inférieurs à la moyenne.

Les touristes d'affaires : les plus sévères

Les hommes et les femmes d'affaires ont été les plus sévères, même si le taux de satisfaction des hébergements reste bon : 4,16 sur 5. En revanche, l'Ouest et le Nord, les deux régions les plus fréquentées par ce type de tourisme, apparaissent en fin de tableau : 4,09 et 4,01/5.

Satisfaction générale de l'hébergement

Moyenne = 4,56 Ecart-type = 0,69

Médiane = 5,00

	Nb	% cit.	
Moins de 1,00	0	0%	0%
De 1,00 à 2,00	11	<1%	<1%
De 2,00 à 3,00	17	1%	1%
De 3,00 à 4,00	139	9%	9%
4,00 et plus	1 422	90%	90%
Total	1 588	100%	

LE PARCOURS DES TOURISTES

Satisfaction de l'hébergement selon la région			
	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Sud	<u>4,61</u>	0,69	310
Ouest et les Hauts de l'ouest	4,50	0,77	858
Sud Sauvage	4,50	0,74	174
Nord	4,47	0,89	404
Cilaos	4,40	0,78	211
Les Plaines	4,39	0,91	270
Est	4,36	0,94	99
Mafate	4,30	0,78	106
Salazie	<u>4,05</u>	1,02	175

Satisfaction de l'hébergement selon la région			
(Tourisme d'agrément)			
	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Mafate	4,44	0,79	50
Sud Sauvage	4,33	0,80	99
Ouest et les Hauts de l'ouest	4,32	0,84	404
Sud	4,31	0,86	99
Cilaos	4,26	0,81	128
Nord	4,21	0,99	104
Les Plaines	4,09	1,02	119
Salazie	<u>3,95</u>	1,05	118
Est	<u>3,78</u>	1,17	36

Satisfaction de l'hébergement selon la région			
(Tourisme d'affaires)			
	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Est	4,63	0,82	3
Salazie	4,61	0,66	2
Les Plaines	4,60	0,66	7
Sud Sauvage	4,50	0,86	7
Mafate	4,21	1,41	4
Sud	4,17	0,83	18
Ouest et les Hauts de l'ouest	4,13	0,95	48
Nord	4,09	1,00	89
Cilaos	4,01	1,73	1

LE PARCOURS DES TOURISTES

Les hébergements et les taux de satisfaction selon les régions

La répartition géographique des modes d'hébergement montre que :

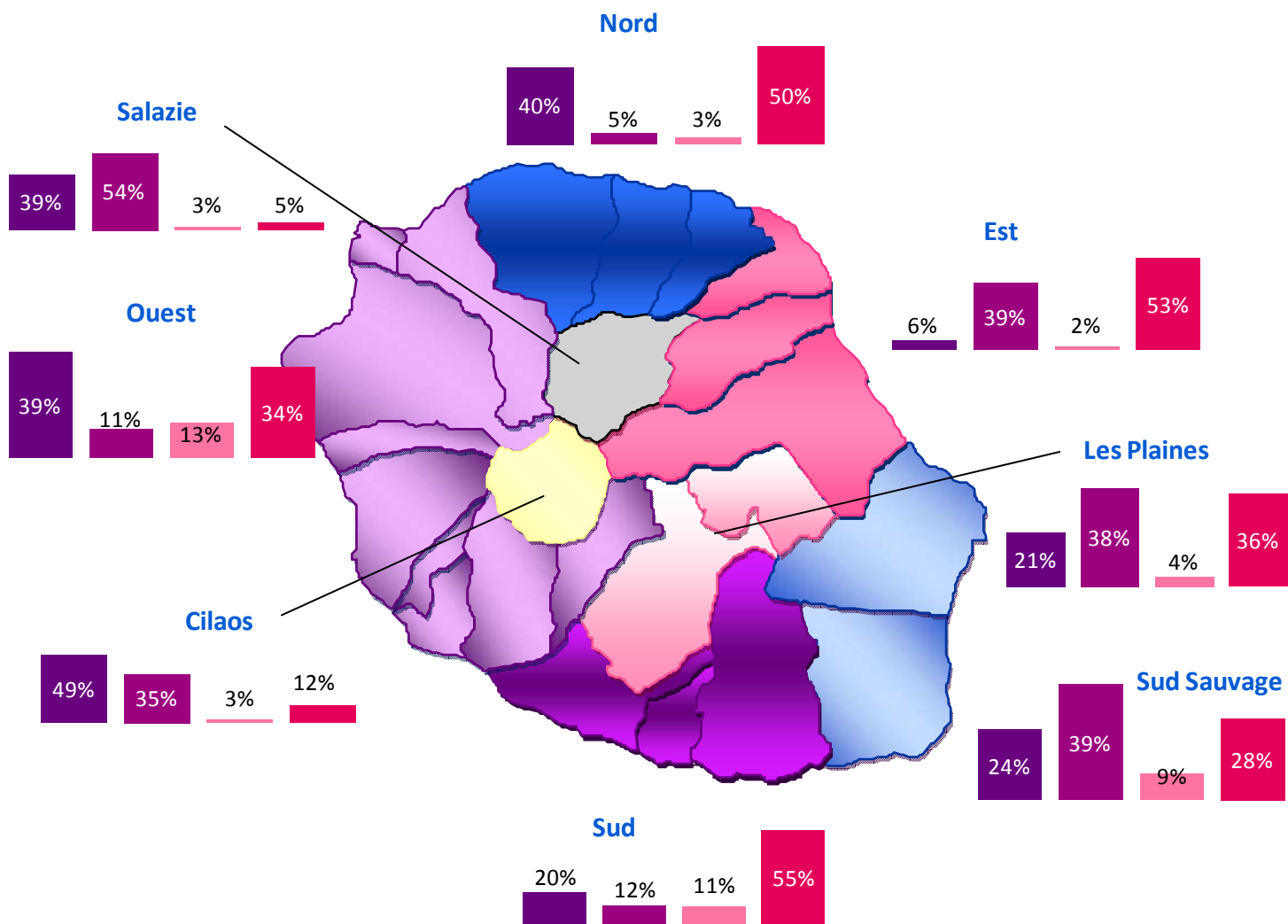
- Les hôtels sont plus fréquentés dans l'Ouest et le Nord de l'île ;
- Que les gîtes sont fréquentés de manière préférentielle dans les régions comme Salazie ou l'Est de La Réunion, régions sous-équipées en hôtel ;
- Au contraire, les touristes préfèrent se rendre dans les hôtels de Cilaos, plutôt que dans les gîtes qui restent l'apanage des affinitaires.

Les taux de satisfaction montrent que les touristes ont préféré les hébergements dans les gîtes plutôt que les hôtels. Même constat pour le Nord, l'Est, le Sud Sauvage, les Plaines et le Sud. Il semble qu'à l'exception de ceux du Nord et du Sud Sauvage, les hôtels de l'île aient une note de satisfaction inférieure à 4 (Ouest, Est et Sud)

Seuls Salazie et Cilaos font exception : les hôtels ont un taux de satisfaction supérieur à celui des gîtes et des chambres d'hôtes : 4,51 contre 4,32 pour Cilaos et 4,04 contre 4,02 à Salazie.

LE PARCOURS DES TOURISTES

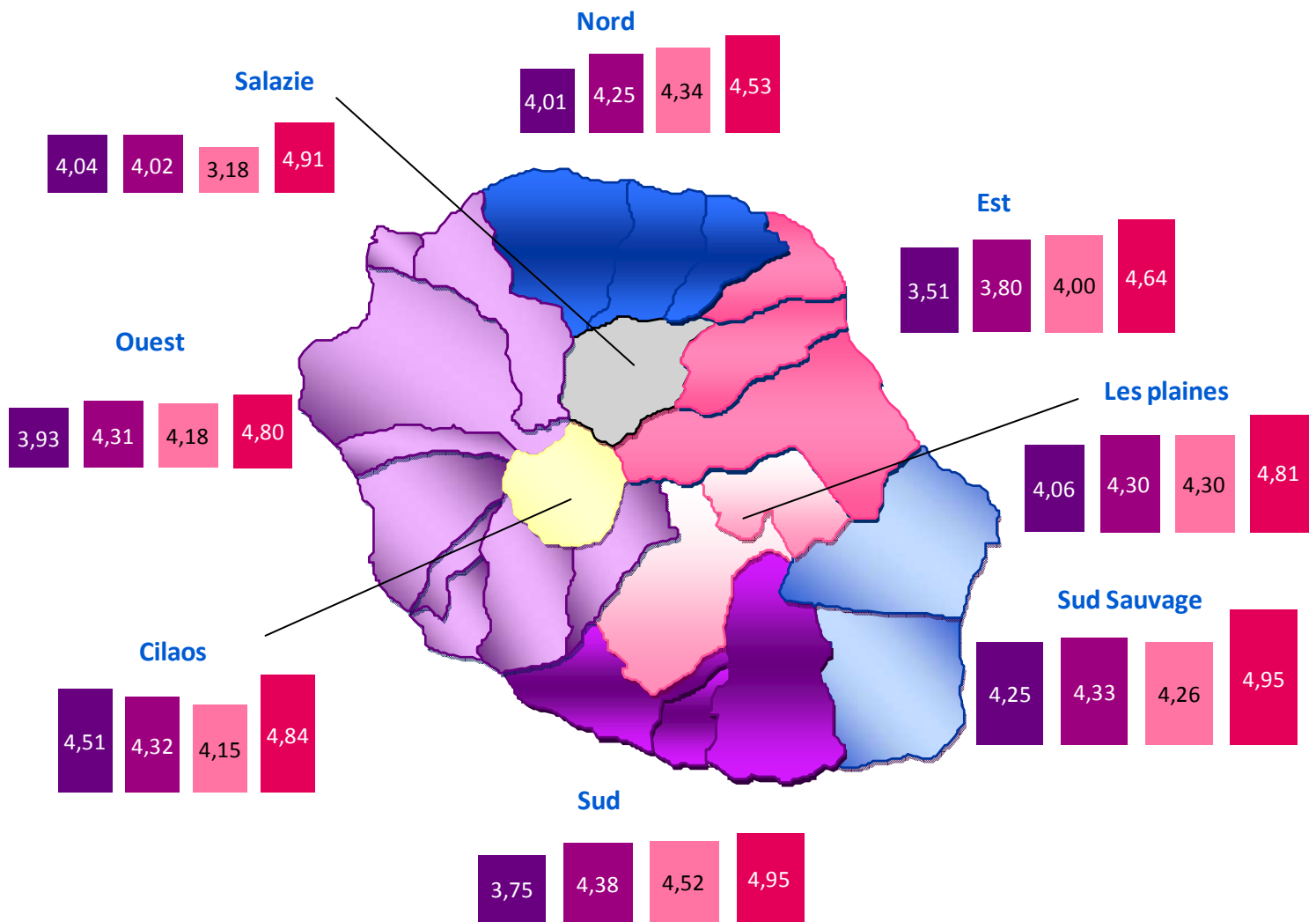
Types d'hébergements suivant les régions



- hôtel
- Chambre d'hôtes / gîte
- Meublé
- Famille / Amis

LE PARCOURS DES TOURISTES

Satisfaction selon les types d'hébergements suivant les régions



- hôtel
- Chambre d'hôtes / gîte
- Meublé
- Famille / Amis

LE PARCOURS DES TOURISTES

Un touriste sur deux déjeune chez ses amis ou sa famille

Un touriste sur deux déjeune principalement chez ses amis ou sa famille. 42% d'entre eux se rendent principalement au restaurant. La Restauration rapide et les camions-bars qui font le charme de La Réunion ne séduisent que 23% des touristes qui en font un mode de restauration principal.

Cependant, ce constat cache des disparités entre les types de tourisme. Ainsi :

- **Les touristes affinitaires se restaurent à 87% dans leur famille ou chez les amis et seulement 32% vont au restaurant ;**
- **50% des touristes d'agrément choisissent le restaurant comme mode de restauration principal. Un tiers se rend dans les snack-bars et les camions-bar.** Paradoxalement, seulement 18% des affinitaires fréquentent ce type d'établissements. Un peu moins d'un tiers choisit une mode d'hébergement en pension complète ou demi-pension. Le snack-bar vient alors compléter la restauration en demi-pension lors des excursions ;
- **Les touristes d'affaires prennent, de manière préférentielle, leur repas au restaurant (67%).** 27% choisissent la pension complète et seulement 16% les camions-bars.

La comparaison avec 2003 nécessite quelques attentions particulières¹, mais reste possible. On constate que le mode principal qui était le restaurant (43% des réponses) passe en seconde position (37% en 2009/2010). Le mode de restauration privilégié devient les amis ou la famille (32% des réponses en 2009/2010 contre 19% en 2003). Ce constat s'explique par l'évolution des flux de tourisme en faveur du tourisme affinitaire.

¹ La comparaison avec les résultats de 2003 ne peut se faire directement, les pourcentages étant calculés de manière différente. Il nous a semblé plus pertinent de les calculer par rapport au nombre de répondants. Cependant, pour assurer une certaine comparaison, nous avons recalculé les indicateurs avec la méthode retenue en 2003 (par rapport au nombre de réponses). Les tableaux des résultats ne sont pas présentés dans le présent rapport. Enfin, les modalités ne sont pas exactement identiques.

LE PARCOURS DES TOURISTES

Mode de restauration

	Nb	% obs.
Chez les amis ou la famille	810	50%
Restaurant	684	42%
Restauration rapide (snack et camion bar)	376	23%
Pension complète ou demi-pension	261	16%
Repas préparés par vous-même	206	13%
Table d'hôtes	165	10%
Autre	20	1%
Total	1 617	

Restauration selon l'objet du voyage
(Tourisme affinitaire)

	Nb	% obs.
Chez les amis ou la famille	742	87%
Restaurant	274	32%
Restauration rapide (snack et camion bar)	153	18%
Repas préparés par vous-même	90	11%
Table d'hôtes	47	6%
Pension complète ou demi-pension	22	3%
Autre	1	<1%
Total	854	

Restauration selon l'objet du voyage
(Tourisme d'agrément)

	Nb	% obs.
Restaurant	274	50%
Restauration rapide (snack et camion bar)	182	33%
Pension complète ou demi-pension	175	32%
Table d'hôtes	110	20%
Repas préparés par vous-même	93	17%
Chez les amis ou la famille	44	8%
Autre	15	3%
Total	549	

Restauration selon l'objet du voyage
(Tourisme d'affaires)

	Nb	% obs.
Restaurant	106	67%
Pension complète ou demi-pension	43	27%
Restauration rapide (snack et camion bar)	25	16%
Repas préparés par vous-même	19	12%
Chez les amis ou la famille	18	11%
Table d'hôtes	3	2%
Autre	3	2%
Total	158	

Les plages : une forte fréquentation

Le taux de fréquentation des plages est de 83% sur l'ensemble de l'année contre 79% en 2003. Les touristes d'agrément et les touristes affinitaires sont très nombreux à fréquenter nos plages (respectivement 89 et 86%)⁷. Même si la plage n'est pas la principale motivation à leur venue, ils profitent pleinement du littoral.

Les hommes et les femmes d'affaires ne sont que 48% à profiter des plages. 60% résident dans le Nord, où il n'y en a pas. Cependant, certains nous confient avoir profité de la piscine de leur hôtel.

L'analyse détaillée nous montre que :

- Les moins de 24 ans sont plus nombreux parmi les touristes à se rendre à la plage ;
- Les femmes sont plus attirées par la plage que les hommes ;
- Les mauriciens et les malgaches sont moins nombreux à se rendre sur les plages ;

La plage la plus fréquentée : l'Hermitage,

Un touriste sur deux s'est rendu à l'Hermitage. A proximité des hôtels, avec ses restaurants sur son littoral, l'Hermitage attire largement les touristes. Peu profonde, c'est aussi une plage idéale pour les familles.

Boucan Canot est en seconde position et a été fréquentée par 29% des touristes, suivie de très près par La Saline avec un taux de fréquentation de 28%. Les plages du Sud (Etang Salé, Saint Pierre et Grand Anse) attirent entre 18 et 24% des touristes.

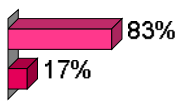
La comparaison des taux de fréquentation entre 2003 et 2009/2010 montre une évolution. Alors que Boucan Canot était fréquentée par 57% des touristes, seulement 29% s'y sont rendus en 2009/2010. Ce constat peut s'expliquer par l'évolution des types de tourisme où il y a plus de familles et plus d'affinitaires. De même, Roches Noires avait accueilli 37% des touristes en 2003, seulement 17% ont fréquenté cette plage en 2009/2010.

⁷ En 2003, 88% des touristes d'agrément se sont rendus à la plage et 79% des touristes affinitaires.

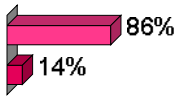
LE PARCOURS DES TOURISTES

Fréquentation des plages

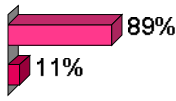
	Nb	% cit.
Oui	1 335	83%
Non	282	17%
Total	1 617	100%


Fréquentation des plages
(Tourisme affinitaire)

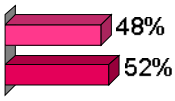
	Nb	% cit.
Oui	734	86%
Non	120	14%
Total	854	100%


Fréquentation des plages
(Tourisme d'agrément)

	Nb	% cit.
Oui	489	89%
Non	60	11%
Total	549	100%

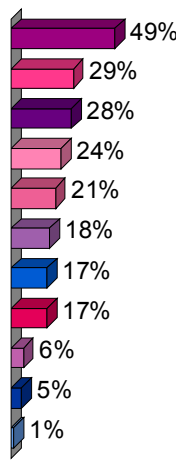

Fréquentation des plages
(Tourisme d'affaires)

	Nb	% cit.
Oui	76	48%
Non	81	52%
Total	157	100%

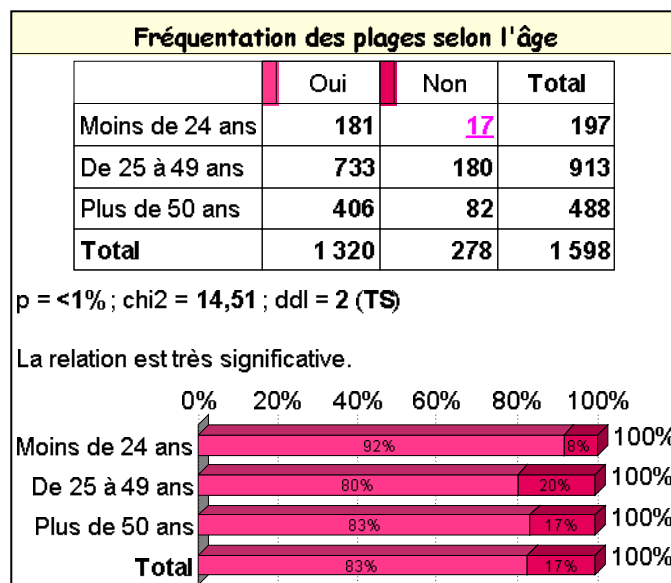
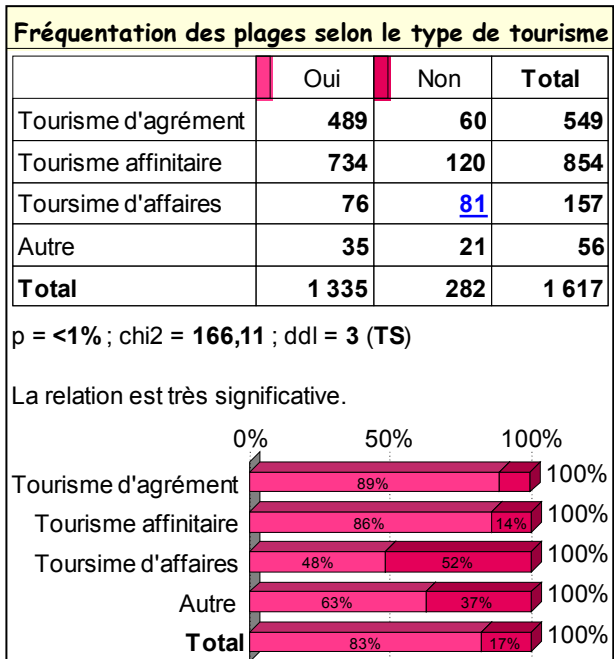


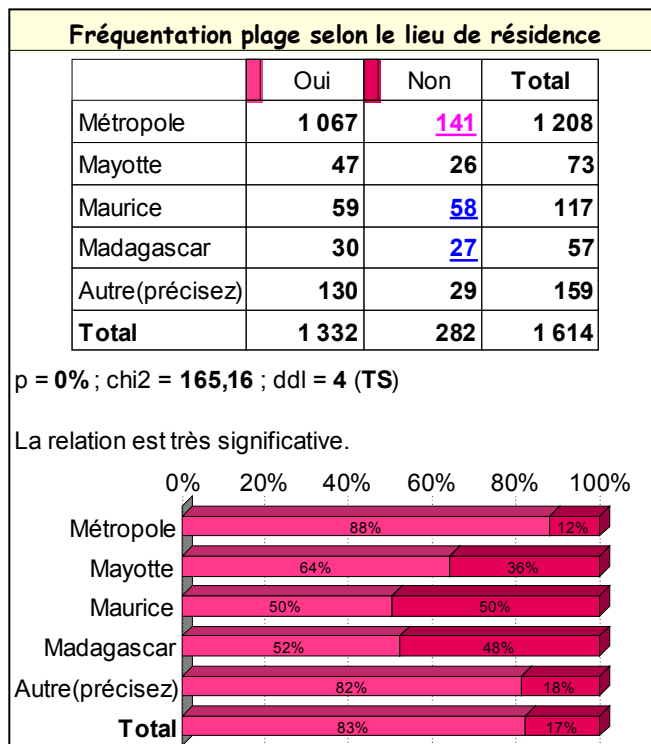
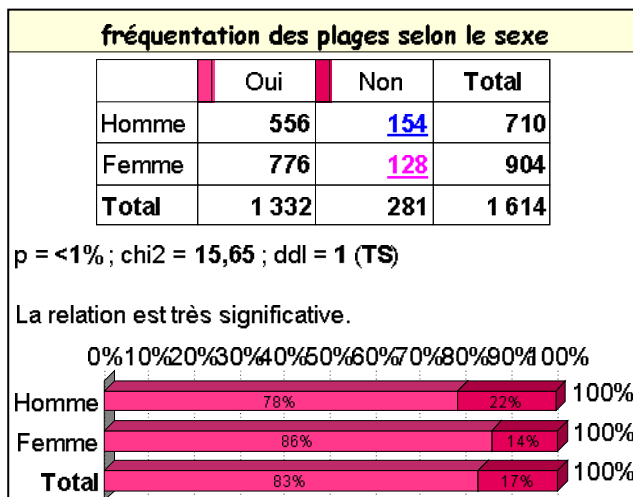
Les plages les plus fréquentées

	Nb	% obs.
Hermitage	790	49%
Boucan Canot	477	29%
La Saline	456	28%
Etang Salé	385	24%
Saint Pierre	348	21%
Grand Anse	295	18%
Saint Leu	280	17%
Roches Noires	278	17%
Manapany	92	6%
Trois Bassins	88	5%
Autres	21	1%
Total	1 617	



LE PARCOURS DES TOURISTES





Un niveau de satisfaction bon

Le taux de satisfaction global des plages est de 4,16 ($\pm 0,63$) sur 5. 82% des touristes ont mis une note égale à 4 et plus. **D'une manière générale, les touristes ont une bonne appréciation des plages.**

Le classement des plages nous montre que Boucan Canot est très appréciée des touristes qui l'ont fréquentée (4,28/5). 41% ont jugé le lieu excellent. A l'opposé, l'Hermitage qui a été fréquentée par un touriste sur 2, n'apparaît qu'en 5^{ème} place avec une note de 4,14/5. L'appréciation reste bonne.

Deux plages apparaissent en fin de classement avec une appréciation moyenne : Manapany et Saint Leu. 22% des touristes ont trouvé la plage de Manapany moyenne et 5% ont trouvé celle de Saint Leu passable.

Par rapport à 2003, on constate que le taux de satisfaction a globalement augmenté. Pour les deux premières plages du classement, on constate que 89% des touristes ont qualifié leur visite à Boucan Canot bonne ou excellente contre 76% en 2003 qui l'avait qualifiée de bonne⁸.

⁸ Nous rappelons ici que la mesure de la satisfaction s'est faite de manière plus détaillée en 2009/2010. En 2003, l'interviewé avait le choix entre bon, moyen ou mauvais ; en 2009/2010, il avait le choix entre mauvais, passable, moyen, bon et excellent. Cependant, il est possible de comparer les résultats en agrégeant les modalités « bon » et « excellent » d'une part ; et « mauvais » et « passable », d'autre part.

LE PARCOURS DES TOURISTES

Satisfaction générale des plages fréquentées

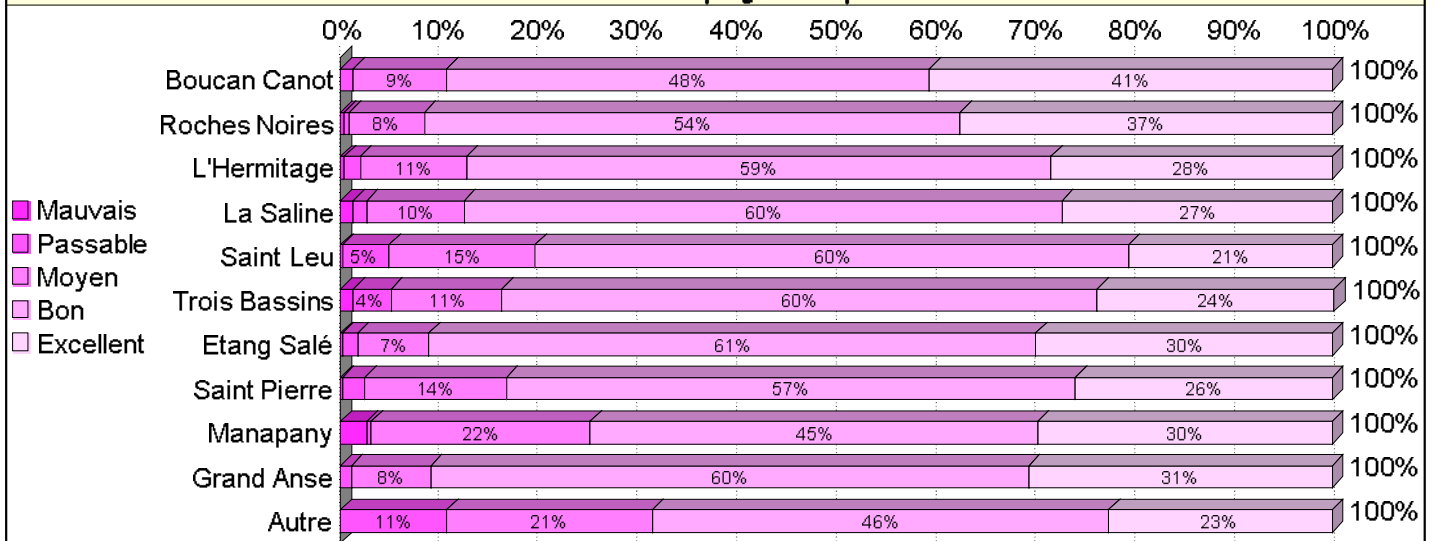
Moyenne = 4,16 Ecart-type = 0,63

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	6	<1%
De 2,00 à 3,00	20	1%
De 3,00 à 4,00	208	16%
4,00 et plus	1 092	82%
Total	1 326	100%

Satisfaction des plages fréquentées

	Moyenne	Ecart -type	Effectif
Boucan Canot	<u>4,28</u>	0,70	474
Roches Noires	<u>4,27</u>	0,66	276
Grand Anse	4,20	0,63	290
Etang Salé	4,19	0,66	375
L'Hermitage	4,13	0,70	782
La Saline	4,10	0,74	455
Saint Pierre	4,06	0,72	343
Trois Bassins	4,01	0,80	88
Manapany	3,98	0,89	88
Saint Leu	<u>3,96</u>	0,75	279
Autre	3,80	0,94	19

Satisfaction des plages fréquentées



LE PARCOURS DES TOURISTES

Les activités : une préférence pour les activités culturelles⁹

Les touristes ont réalisé en moyenne 2,28 activités durant leur séjour. Seulement 16% n'ont participé à aucune activité¹⁰.

Près de 80% des touristes participent à des activités culturelles

Durant leur séjour, les touristes participent largement aux activités culturelles (79%). Les musées ont été fréquentés par 37% des touristes et 24% d'entre eux ont visité les jardins. 13% des touristes ont assisté à un concert ou à une pièce de théâtre ou encore se sont rendus au cinéma.

La randonnée : un atout pour La Réunion

Largement populaires, les activités liées à la montagne ont occupé 69% des touristes. 26% des vacanciers ont fait une randonnée pédestre d'une journée, 22% d'une demi-journée et 19% de plus d'une journée. Les autres activités (randonnées équestres, canyoning, parcours acrobatiques en forêt) ont concerné moins de 1% des touristes.

Les activités ayant trait à la mer n'ont concerné qu'un peu plus d'un tiers des touristes (37%). La promenade en mer est l'activité préférée et a concerné 13% des touristes. La plongée a été pratiquée par 10% des touristes.

Des intérêts en fonction de l'âge

Les activités liées à la mer intéressent plus les moins de 24 ans ; alors que les activités culturelles sont réalisées essentiellement par les séniors. Ces derniers sont moins attirés par les activités liées à la mer.

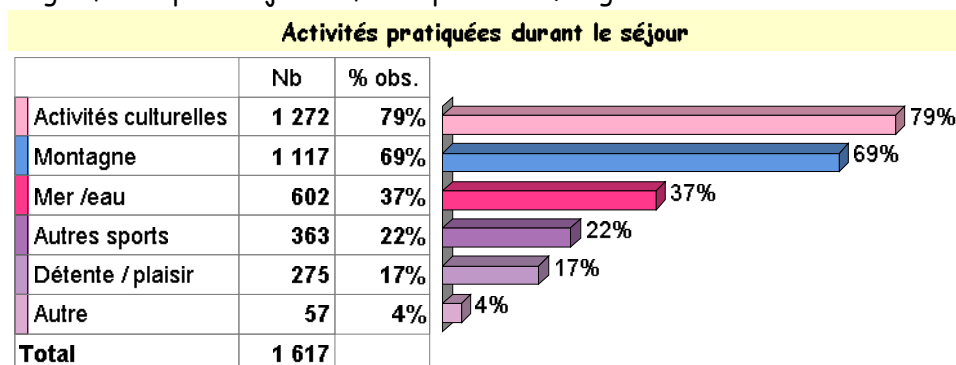
Des activités de qualité

Les touristes ont trouvé la qualité de leurs activités bonne (4,48/5). 94% des touristes ont donné une note supérieure ou égale à 4. Les résultats ont évolué au fil des trimestres. Les résultats du premier trimestre étaient meilleures, 4,71 sur 5 contre 4,40 par la suite.

Parmi les activités les plus pratiquées, le survol en hélicoptère et le parapente obtiennent la meilleure note : 4,88 sur 5. Les activités de randonnées obtiennent des taux de satisfaction compris entre 4,56 et 4,73. A l'opposé, les musées et les jardins, activités les plus pratiquées, sont en bas du tableau et ont une note statiquement inférieure à la moyenne, même si les taux sont supérieurs à 4. Les jardins ont une note comprise entre 4,34/5 et 4,23/5 pour les musées. Une seule activité est qualifiée de moyenne : il s'agit des casinos qui ont une note de 3,94/5.

Les professionnels incontournables pour des activités spécialisées

Enfin, seules les activités qui nécessitent un matériel spécialisé font appel à des professionnels : 76% pour la plongée ; 87% pour le jet ski ; 88% pour le rafting...



⁹ On appelle par activités culturelles : la participation aux festivals, concerts, spectacles, musées, jardins....

¹⁰ Il est impossible de comparer ces résultats avec ceux de 2003 ; l'étude de 2009/2010 comportant plus de modalités du fait de l'enrichissement des activités

Activités pratiquées durant le séjour

	Nb	% obs.	
Musées	593	37%	37%
Randonné pédestre (1 j)	417	26%	26%
Jardin	396	24%	24%
Randonnée pédestre (1/2 j)	357	22%	22%
Randonnée pédestre (+1 j)	300	19%	19%
Cinéma, théâtre, spectacle, concert, activités culturelles	212	13%	13%
Promenade en mer	208	13%	13%
Discothèque	172	11%	11%
Plongée	162	10%	10%
Survol en hélicoptère	125	8%	8%
Surf, Bodyboard, Long Board	90	6%	6%
Parapente	82	5%	5%
Autre	57	4%	4%
Spa/thalasso, centres de remise en forme	52	3%	3%
Casino	52	3%	3%
VTT	47	3%	3%
Pêche au gros	41	3%	3%
Excursion découverte en bus	38	2%	2%
Rafting, canoé, randonnée aquatique	36	2%	2%
ULM	34	2%	2%
Excursion touristique (guide péi)	33	2%	2%
Canyoning	32	2%	2%
Jet ski	21	1%	1%
4x4	19	1%	1%
Randonnées équestres	16	1%	1%
Parcours acrobatiques en forêt	16	<1%	<1%
Kayak	15	<1%	<1%
Quad	15	<1%	<1%
Voile	12	<1%	<1%
Ski nautique	11	<1%	<1%
Escalade	11	<1%	<1%
Golf	10	<1%	<1%
Planche à voile, Kite surf	6	<1%	<1%
Total	1 617		

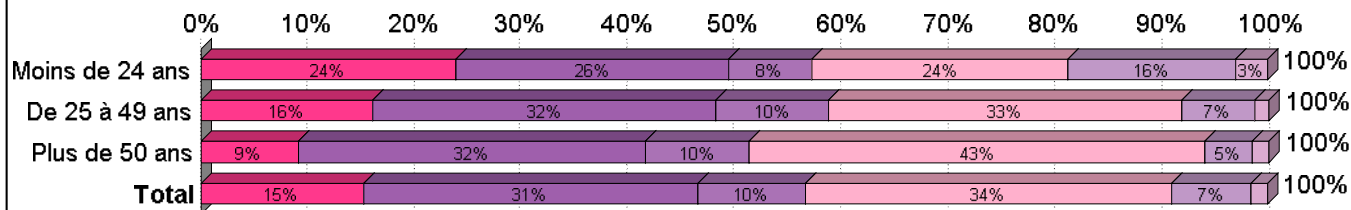
LE PARCOURS DES TOURISTES

Activités pratiquées durant le séjour selon l'âge

	Mer	Montagne	Autres sports	Activités culturelles	Détente	Autres	Total
Moins de 24 ans	131	140	43	132	86	16	548
De 25 à 49 ans	340	676	220	696	143	27	2 101
Plus de 50 ans	92	325	98	426	45	14	1 002
Total	563	1 142	361	1 254	274	57	3 651

$p = 0\%$; $\chi^2 = 168,14$; $ddl = 10$ (TS)

La relation est très significative.



Evolution de la satisfaction au cours des trimestres

	satisfaction activité
Premier trimestre	4,71
Troisième trimestre	4,41
Deuxième trimestre	4,41
Quatrième trimestre	4,40
Total	4,48

$p = <1\%$; $F = 30,69$ (TS)

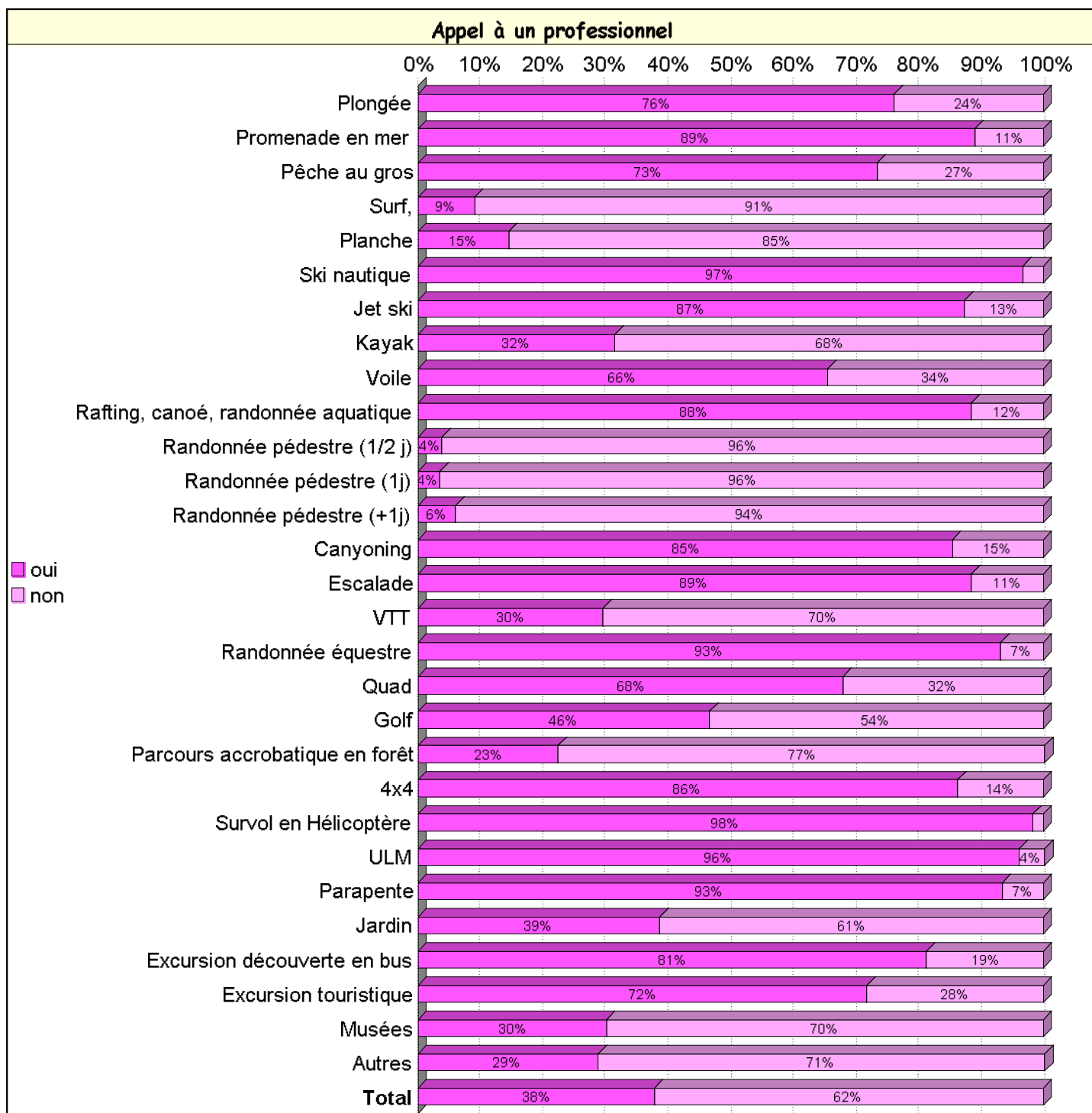
Satisfaction générale des activités pratiquées

Moyenne = 4,48 Ecart-type = 0,52
Médiane = 4,50

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	3	<1%
De 2,00 à 3,00	4	<1%
De 3,00 à 4,00	70	5%
4,00 et plus	1 276	94%
Total	1 353	100%

Satisfaction des activités pratiquées durant le séjour

	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Golf	4,95	0,23	10
Parapente	4,88	0,37	87
Survol en hélicoptère	4,88	0,46	125
Rafting, Canoé, randonnée aquatique	4,87	0,44	36
ULM	4,85	0,36	32
Canyoning	4,75	0,86	33
Randonnée pédestre (+1j)	4,73	0,51	283
Quad	4,70	0,47	15
Planche à voile, kitesurf	4,67	0,52	6
Plongée	4,66	0,70	164
Randonnée pédestre (1j)	4,64	0,53	422
Escalade	4,64	0,51	9
Spa/thalasso, centres de remise en forme	4,64	0,54	53
Parcours acrobatiques en forêt	4,63	0,65	16
4x4	4,62	0,66	19
Promenade en mer	4,61	0,69	205
Surf, Body Board, Long Board	4,60	0,68	88
Voile	4,57	0,52	12
Randonnée pédestre (1/2 j)	4,56	0,55	359
Excursion touristique	4,54	0,64	32
Autres	4,52	0,68	57
Randonnée équestre	4,51	0,84	18
VTT	4,49	0,75	47
Jet Ski	4,48	0,73	20
Ski nautique	4,37	0,82	11
Kayak	4,37	1,39	16
Pêche au gros	4,36	1,02	41
Discothèque	4,34	0,76	172
jardin	4,34	0,63	392
Musées	4,23	0,60	590
Excursion découverte en bus	4,20	0,83	38
Cinéma, théâtre, spectacle, concert, activités culturelles	4,10	0,91	211
Casino	3,94	0,85	51



Les visites des sites naturels : le Volcan l'attraction majeure de La Réunion

Les touristes ont visité en moyenne 4,1 sites naturels (contre 4,6 en 2003) et 81% d'entre eux ont visité au moins un site naturel (contre 82% en 2003).

Plusieurs éléments influencent le nombre de visites :

- *Les types de tourisme* : les agréments visitent plus de lieux naturels (5,08, contre 6 en 2003) que les affinitaires (2,72) ou les touristes d'affaires (1,69) ;
- *La CSP* : les professions intermédiaires et les retraités (4,62 et 4,81) visitent plus de lieux que les artisans (2,78) ou les étudiants (3,12) ;
- *La situation familiale* : les personnes qui viennent seules comme les célibataires et les veufs visitent en moyenne 3,58 et 3,10 lieux naturels alors que les couples en visitent 4,93 ;
- *Le lieu de résidence* : les métropolitains visitent 4,49 sites naturels en moyenne. Les visiteurs de l'Océan Indien en visitent entre 2 et 3 en moyenne ;
- *L'âge* : les plus de 50 ans sont plus attirés par les sites naturels (4,57), les jeunes de moins de 24 ans visitent 3,34 sites naturels en moyenne.

Le Volcan et les cirques rassembleurs

Tout au long de l'année, le volcan reste l'attraction principale des sites naturels. Plus d'un touriste sur deux s'est rendu sur les coulées de lave et/ou le volcan.

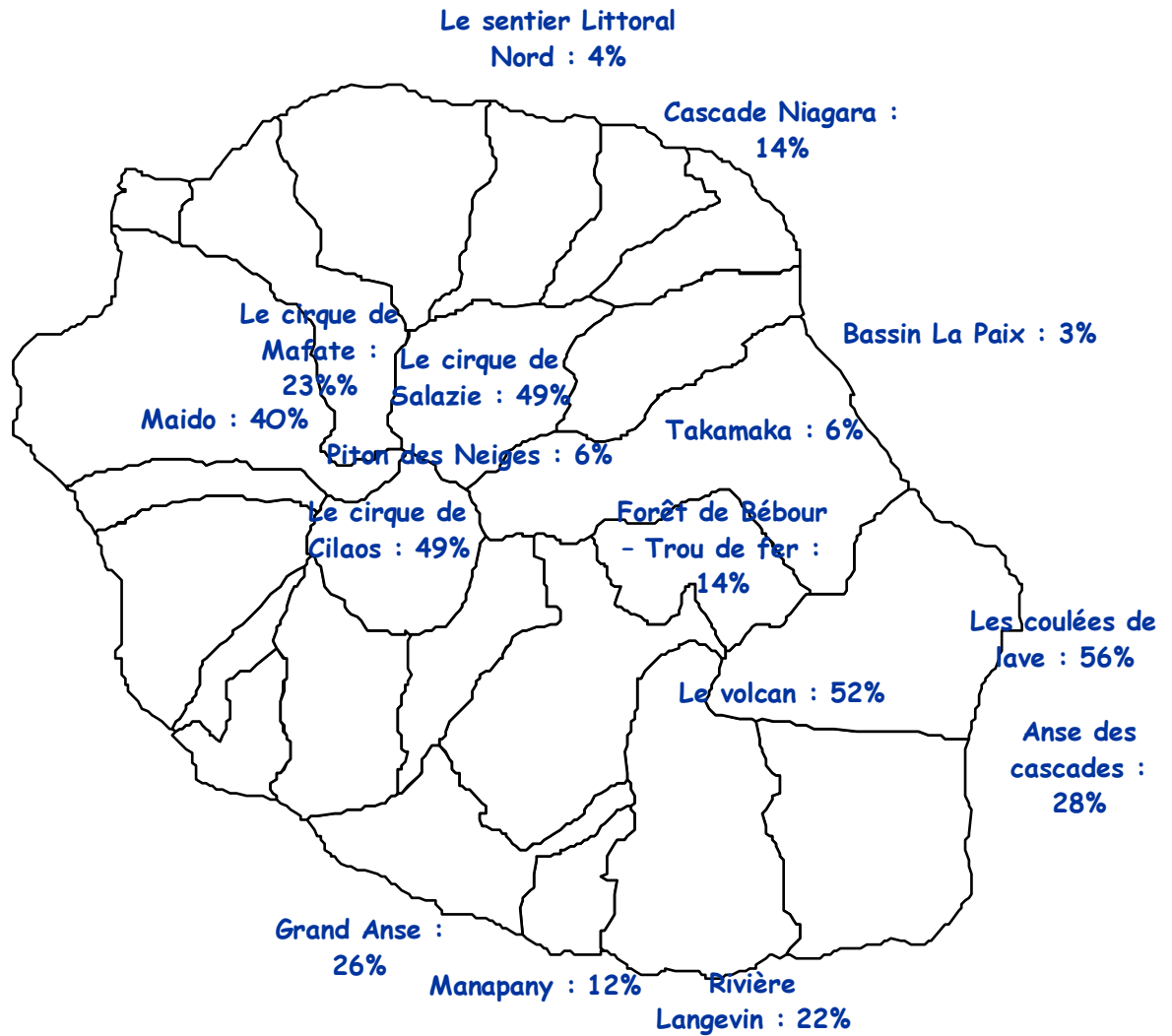
Seconde attraction de La Réunion, les deux cirques sont aussi fréquentés : le cirque de Salazie et le cirque de Cilaos ont un taux de fréquentation de 49%. Moins facile d'accès Mafate, n'attire que 23% des touristes.

Le volcan et les cirques, en plus d'être populaires, sont aussi rassembleurs : tous les âges, toutes les origines et ceci quel que soit l'objet du voyage se rendent sur le site. Il semble qu'il n'y ait pas de profil particulier.

A l'opposé, les lieux atypiques comme Mafate ou le Piton des Neiges attirent les moins de 24 ans. De même, on constate que les touristes d'affaires ont relativement plus tendance à se rendre sur les sites à proximité de St Denis (Cascade Niagara ou Sentier littoral).

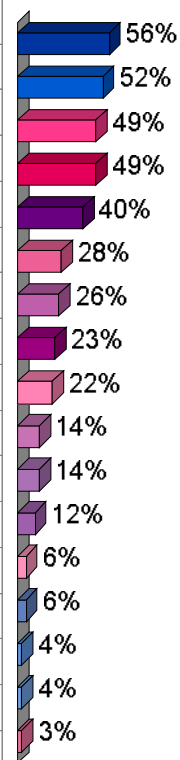
Comparaison avec 2003 : les principaux centres d'intérêt identiques avec un taux de fréquentation légèrement plus faible

Le classement entre 2003 et 2009/2010 des principaux lieux visités montre que les touristes restent intéressés par le volcan et les coulées de lave ; les cirques et le Maito. Ils restent dans le trio de tête. Le taux de fréquentation baisse légèrement : 62% des touristes se sont rendus au Volcan en 2003 contre 52% en 2009/2010. Cette évolution s'explique par le fait que les touristes affinitaires sont plus importants en 2009/2010 et ils ont tendance à moins visiter les sites que certains connaissent déjà.

Les sites naturels les plus visités

Les sites naturels les plus visités

	Nb	% obs.
Coulées de lave	905	56%
La plaine des Sables/ Pas de Bellecombe / Volcan	847	52%
Cirque de Salazie	797	49%
Cirque de Cilaos	790	49%
Maido	652	40%
Anse des Cascade	445	28%
Grand Anse	427	26%
Cirque de Mafate	373	23%
Rivière Langevin	358	22%
Cascade Niagara	234	14%
Forêt de Bébour/Trou de Fer	232	14%
Manapany les bains	188	12%
Piton des Neiges	103	6%
Takamaka	99	6%
Sentier Littoral Saint Denis / Sainte Suzanne	64	4%
autre (précisez)	64	4%
Bassin La paix	48	3%
Total	1 617	



LE PARCOURS DES TOURISTES

Nombre de lieux naturels visités selon le type de tourisme

	nombre sites naturels
Autre type de tourisme	2,72
Tourisme affinitaire	4,00
Tourisme d'affaires	1,69
Tourisme d'agrément	5,08
Total	4,10

$p = <1\%$; $F = 52,89$ (TS)

Nombre de lieux naturels visités selon la situation familiale

	nombre sites naturels
Célibataire	3,58
Marié(e)/ pacsé(e)	4,27
Concubinage	4,93
Veuf(ve)	3,10
Divorcé(e)/séparé(e)	3,89
Total	4,10

$p = <1\%$; $F = 7,94$ (TS)

Nombre de lieux naturels visités selon la CSP

	nombre sites naturels
Agriculteur	5,55
Artisan/commerçant	2,78
Cadre sup, prof libérale /chef d'entreprise	4,30
Prof.intermédiaire	4,62
Employé	3,87
Ouvrier	3,73
Retraité	4,81
Etudiant	3,12
Autre	3,54
Total	4,09

$p = <1\%$; $F = 5,90$ (TS)

Nombre de lieux naturels visités selon le lieu de résidence

	nombre sites naturels
Métropole	4,49
Mayotte	3,04
Maurice	2,37
Madagascar	2,03
Autre(précisez)	3,64
Total	4,10

$p = <1\%$; $F = 21,92$ (TS)

Nombre de lieux naturels visités selon l'âge

	nombre sites naturels
Moins de 24 ans	3,34
De 25 à 49 ans	4,00
Plus de 50 ans	4,57
Total	4,09

$p = <1\%$; $F = 10,88$ (TS)

LE PARCOURS DES TOURISTES

Les sites naturels sont largement appréciés des touristes

Le taux de satisfaction est bon : les touristes évaluent les lieux naturels réunionnais à 4,56/5. 62% des touristes ont donné une note supérieure à 4,5.

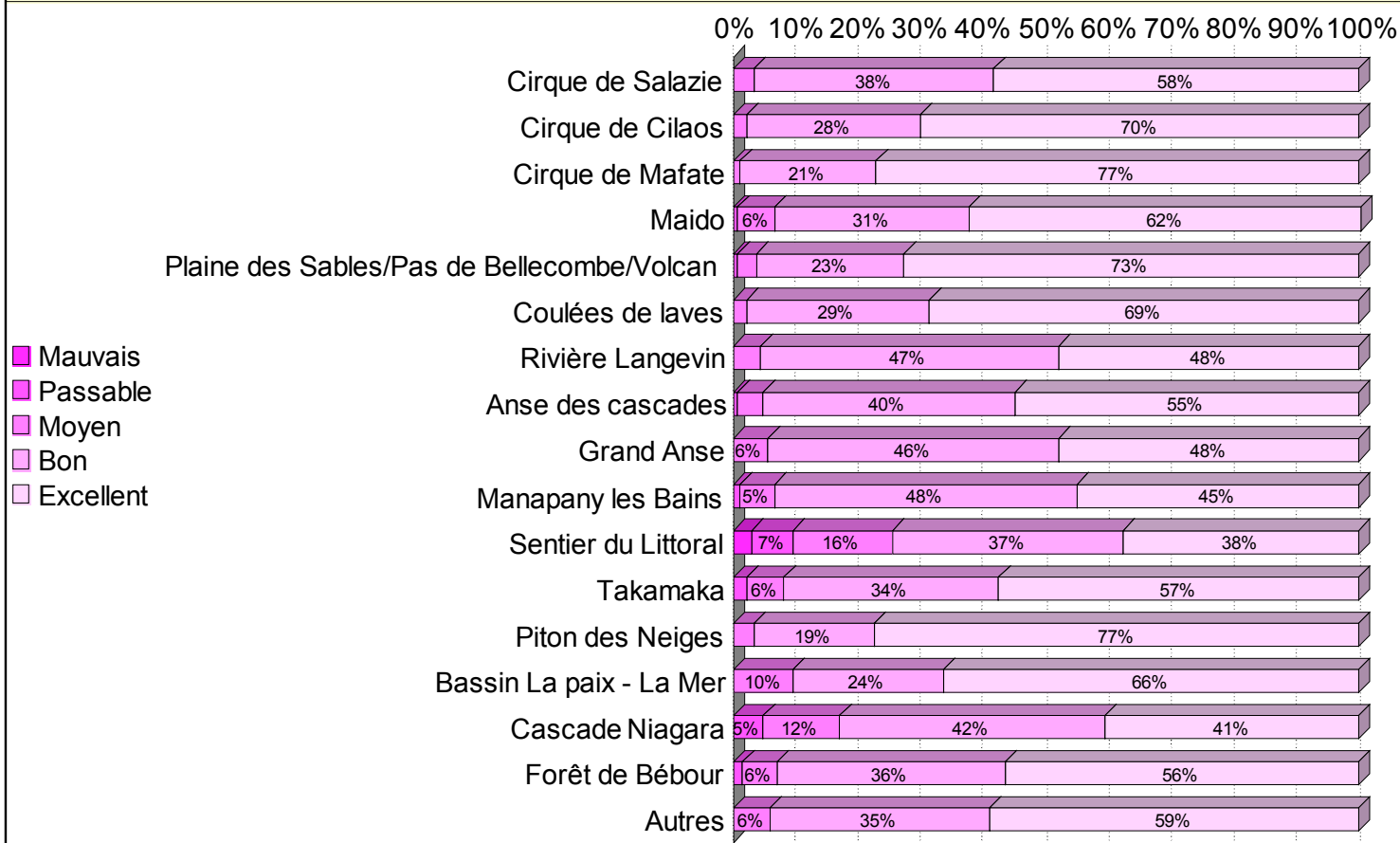
Moins fréquentés, Mafate et le Piton des Neiges ont les taux de satisfaction les plus élevés : 4,76 et 4,74/5. 83% des touristes ont jugé le Piton des Neiges comme excellent.

Le volcan et les coulées de lave sont aussi appréciés par les visiteurs : 4,67 et 4,66/5. 70% des touristes qui se sont rendus au volcan ont jugé le site excellent également.

Seul un site enregistre une note inférieure à 4 : Le sentier littoral Nord : 3,99/5. Néanmoins, la satisfaction des touristes a augmenté au fil des trimestres et les efforts pour le valoriser semblent porter les fruits. 27% ont jugé le lieu moyen.

En comparant les résultats avec 2003, on constate que les touristes ont toujours une bonne appréciation des sites naturels : les cirques et le volcan faisant l'objet de plus de 90% de visiteurs satisfaits.

Satisfaction des sites naturels visités



Satisfaction générale des sites naturels visités

Moyenne = 4,56 Ecart-type = 0,47
Médiane = 4,67

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	0	0%
De 2,00 à 3,00	3	<1%
De 3,00 à 4,00	75	6%
4,00 et plus	1 228	94%
Total	1 306	100%

Satisfaction des sites naturels visités

	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Cirque de Mafate	4,76	0,46	374
Piton des neiges	4,74	0,52	101
Cirque de Cilaos	4,68	0,53	787
Volcan	4,67	0,59	848
Coulée de lave	4,66	0,52	898
Bassin la paix	4,57	0,67	50
Maido	4,55	0,64	651
Cirque de Salazie	4,55	0,58	795
Anses des cascades	4,49	0,63	448
Bébour / forêt de Bélouve	4,47	0,69	233
Takamaka	4,47	0,71	101
Cascade langevin	4,43	0,59	354
Grand Anse	4,42	0,60	425
Manapany les Bains	4,37	0,65	193
Cascade Niagara	4,18	0,84	238
Sentier littoral nord	3,99	1,05	63

Les 4 grandes villes qui attirent les touristes

La plupart des touristes se rendent dans les 4 grandes villes de l'île. La station balnéaire, Saint Gilles a attiré un touriste sur 2, suivie du St Pierre (45%). Saint Denis et Saint Paul attirent 43 et 42% des touristes.

Les touristes visitent en moyenne 4,88 villes et 6% n'ont visité aucune ville.

Nous constatons que 3 critères influencent le comportement des touristes :

- *Le lieu de résidence*: les métropolitains visitent en moyenne 5,23 villes alors que les touristes de la région Océan indien n'en visitent qu'entre 2 et 3 villes durant leur séjour ;
- *La période de vacances*: les touristes qui se rendent sur notre île entre octobre et décembre visitent moins les villes (4,25) que ceux qui viennent entre janvier et mars (5,45 villes) ;
- *Les types de tourisme*: Les touristes d'affaires visitent 2,98 villes contre 5,48 pour les touristes d'agrément.

Le charme des villages des hauts

Egalement très fréquentés (avec près d'un tiers des touristes), les villes comme Cilaos, Hell Bourg et Salazie attirent les touristes qui vont y passer une journée ou quelques jours (2 en moyenne) et profiter de leur visite pour faire quelques randonnées.

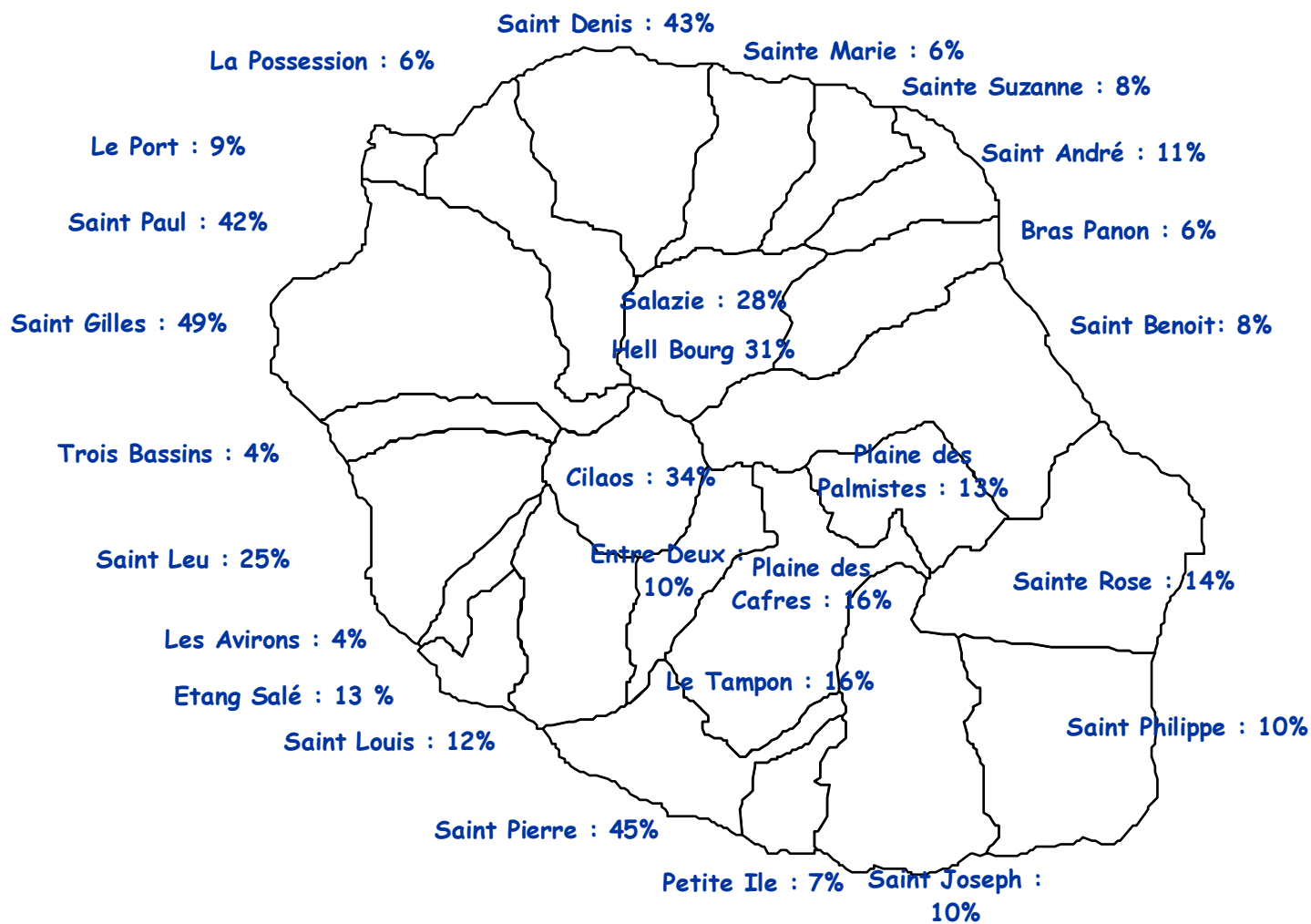
Les types de tourisme influencent la ville fréquentée.

Le Sud semble être préféré des affinitaires. En effet, Saint Pierre accueille deux fois plus de touristes affinitaires que des touristes d'agrément. Au contraire, Saint Gilles attire relativement plus de touristes d'agrément que de touristes affinitaires. Ce constat s'observe également pour les villes des Hauts ; relativement plus fréquentées par les touristes d'agrément que les affinitaires.

Les visites des touristes d'affaires se concentrent sur deux villes : Saint Denis et Le Port au détriment des villages des Hauts de l'île.

Comparaison avec 2003 : une baisse globale de la fréquentation des villes.

Si l'on compare les résultats obtenus avec ceux de 2003, on constate que les touristes fréquentent moins les villes. Le taux de fréquentation de Saint Gilles passe de 60 à 49% ; Saint Denis de 64 à 43%. Saint Pierre et Saint Paul enregistrent une baisse plus modérée (passant de 49 à 45% pour Saint Pierre et de 46 à 42% pour Saint Paul). Seule Hell Bourg se démarque et voit son taux de fréquentation augmenter significativement pour passer de 9 à 31%.

Les taux de fréquentations des villes

Les villes les plus visitées

	Nb	% obs.	
Saint Gilles	785	49%	49%
Saint Pierre	732	45%	45%
Saint Denis	700	43%	43%
Saint Paul	683	42%	42%
Cilaos	542	34%	34%
Hell Bourg	499	31%	31%
Salazie	450	28%	28%
Saint Leu	406	25%	25%
La plaine des Cafres	255	16%	16%
Le Tampon	251	16%	16%
Sainte Rose	232	14%	14%
La plaine des palmistes	218	13%	13%
Etang Salé	203	13%	13%
Saint Louis	187	12%	12%
Saint André	180	11%	11%
Saint Philippe	168	10%	10%
Entre-deux	163	10%	10%
Saint Joseph	163	10%	10%
Sainte Anne	145	9%	9%
Le Port	140	9%	9%
Saint Benoit	136	8%	8%
Sainte Suzanne	129	8%	8%
Petite Ile	117	7%	7%
Bras Panon	98	6%	6%
Sainte Marie	93	6%	6%
La Possession	92	6%	6%
Les avirons	68	4%	4%
Trois bassins	59	4%	4%
Total	1 617		

Nombre de villes visitées selon le lieu de résidence

	Nombre de villes visitées
Métropole	<u>5,23</u>
Mayotte	4,60
Maurice	<u>3,42</u>
Madagascar	<u>2,68</u>
Autre(précisez)	4,26
Total	4,88

$p = <1\%$; $F = 9,11$ (TS)

Nombre de villes visitées selon la période de visite

	Nombre de villes visitées
Deuxième trimestre	<u>4,25</u>
Premier trimestre	4,73
Quatrième trimestre	5,29
Troisième trimestre	<u>5,45</u>
Total	4,88

$p = <1\%$; $F = 6,36$ (TS)

Nombre de villes visitées selon le type de tourisme

	Nombre de villes visitées
Autre type de tourisme	<u>3,11</u>
Tourisme affinitaire	4,96
Tourisme d'affaires	<u>2,98</u>
Tourisme d'agrément	<u>5,48</u>
Total	4,88

$p = <1\%$; $F = 15,75$ (TS)

Satisfaction : les touristes d'affaires sont plus sévères

Le taux de satisfaction global des villes est bon : les touristes mettent une note de 4,13 en moyenne pour l'ensemble des villes de La Réunion. 50% des touristes donnent une note supérieure ou égale à 4.

Le taux de satisfaction est de l'ordre de 3,96 ($\pm 0,57$) sur 5 en moyenne contre 4,07 pour les touristes d'agrément et 4,16/5 pour les touristes affinitaires

La qualité des villes : de nombreux axes de progrès.

Sept villes se démarquent par leur niveau de satisfaction. En tête, les villages des Hauts de l'île : Cilaos (4,56/5), l'Entre Deux (4,48) ; Hell Bourg (4,43) ou encore Salazie (4,34). Ces villes qui ont les taux de satisfaction les plus élevés, n'attirent qu'un tiers des touristes.

En revanche, 12 villes ont un taux de satisfaction inférieur à la moyenne. Parmi celles-ci, Saint-Denis, une ville où un touriste sur deux se rend. La note est de 3,82/5. En effet, « *il manque de vie nocturne à Saint-Denis* » ; « *les restaurants de Saint-Denis ferment tôt* » « ou « *encore les conditions de circulation* » de la ville « *sont difficiles* ». Enfin « *Saint-Denis est sale* ». Pourtant, les touristes rêvent d'un « *Saint-Denis animé* » avec « *une baie exploitée* » et un « *front de mer aménagé* »....

Si l'on compare les résultats à ceux de 2003, l'appréciation des villes réunionnaises s'est améliorée entre les deux périodes. Saint Denis qui affiche 72% d'appréciation bonne et excellente en 2009/2010, n'en affichait que 35% en 2003. La perception de Saint Paul et de Saint Pierre s'est également améliorée. On retrouve le même phénomène pour les villes des Hauts comme Hell Bourg, Salazie ou Cilaos.

Satisfaction générale des villes visitées

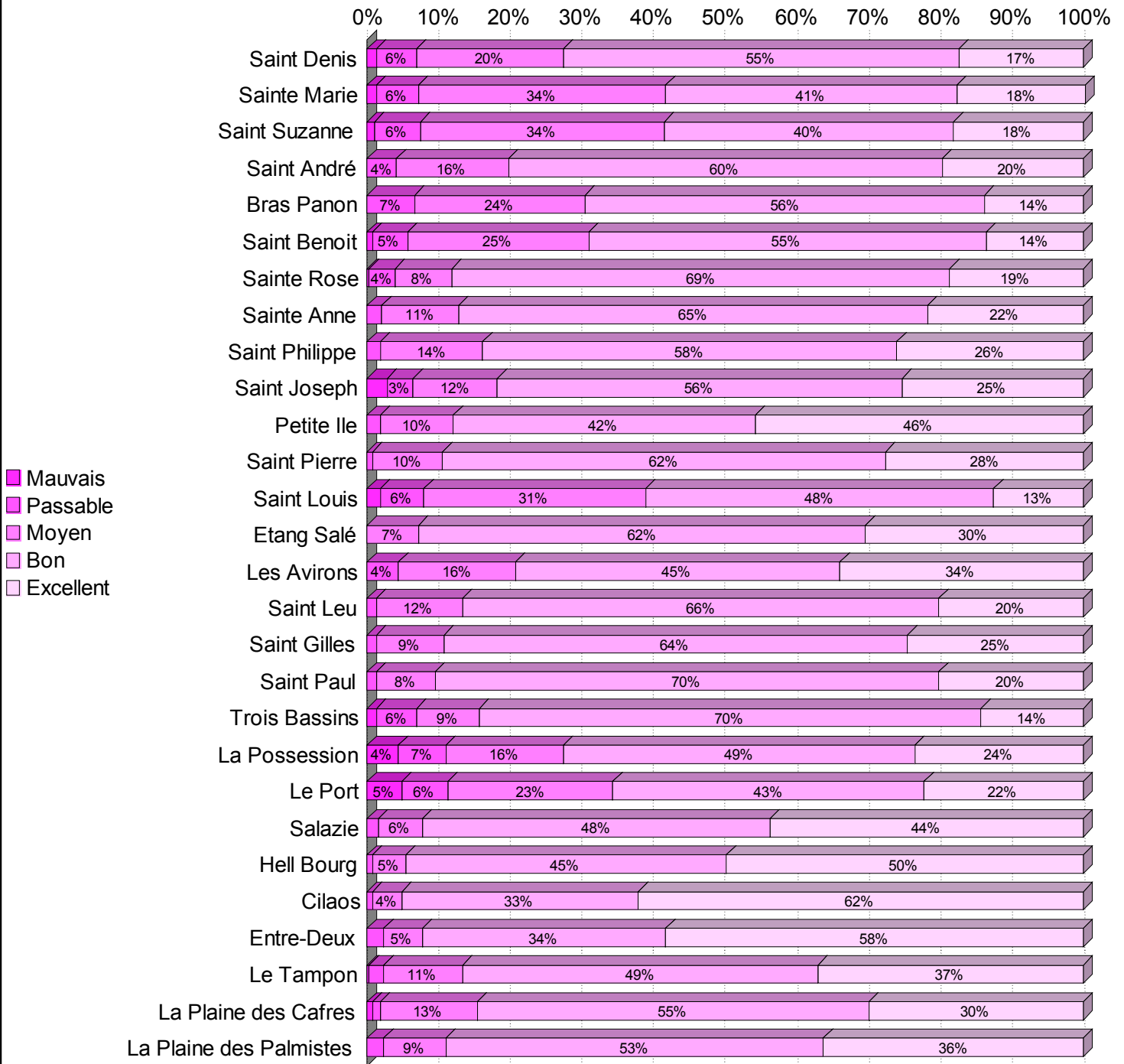
Moyenne = 4,13 Ecart-type = 0,59
Médiane = 4,00

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	5	<1%
De 2,00 à 3,00	28	2%
De 3,00 à 4,00	305	20%
4,00 et plus	1 177	78%
Total	1 515	100%

Satisfaction des villes visitées			
	Moyenne	Ecart -type	Effectif
Cilaos	4,56	0,62	543
Entre-Deux	4,48	0,71	162
Hell Bourg	4,43	0,63	496
Salazie	4,34	0,67	448
Petite Ile	4,32	0,73	115
Etang Salé	4,23	0,58	197
La Plaine des Palmistes	4,23	0,71	212
Le Tampon	4,21	0,75	249
Saint Pierre	4,16	0,62	721
Saint Gilles	4,12	0,63	776
La Plaine des Cafres	4,12	0,74	255
Saint Paul	4,09	0,59	674
Les Aviron	4,09	0,83	70
Saint Philippe	4,08	0,69	170
Sainte Anne	4,07	0,64	144
Saint Leu	4,06	0,61	403
Sainte Rose	4,02	0,67	231
Saint Joseph	3,98	0,89	161
Saint André	3,96	0,72	173
Trois Bassins	3,90	0,76	63
Saint Denis	3,82	0,83	692
La Possession	3,81	1,02	90
Bras Panon	3,77	0,77	97
Saint Benoit	3,76	0,78	135
Le Port	3,72	1,04	135
Saint Suzanne	3,68	0,89	126
Sainte Marie	3,67	0,89	88
Saint Louis	3,64	0,85	184

Satisfaction des villes visitées

p = <1% ; chi2 = 1 257,77 ; ddl = 108 (TS)



- Mauvais
- Passable
- Moyen
- Bon
- Excellent

Visite des lieux : le marché de Saint Paul le plus fréquenté

En 2009/2010, les touristes extérieurs ont visité 2,41 lieux contre 3,6 en 2003. Il est important de noter, qu'entre les deux études, l'offre s'est élargie. 81% des touristes ont visité au moins un lieu (contre 84% en 2003). Par ailleurs, l'étude 2009/2010 comporte plus d'affinitaires.

Les comportements sont influencés par un ensemble de variables :

- *L'âge* : les moins de 24 ans visitent 1,78 lieu en moyenne contre 2,83 pour les séniors ;
- *Le lieu de résidence* : les métropolitains visitent 2,73 lieux contre moins de 2 pour les autres origines ;
- *La CSP* : les retraités prennent plus de le temps de visiter (3,06 lieux en moyenne) ;
- *La situation familiale* : les célibataires sont moins enclins à visiter des lieux (moins de 2 en moyenne) que les jeunes couples (2,91) ;
- *Le type de tourisme* : les touristes d'agrément visitent 2,90 lieux en moyenne (contre 4,7 en 2003), les touristes d'affaires n'ont le temps d'en visiter un seul (1,4 en 2003).

Avec 43% des touristes contre 51% en 2003, le marché de Saint Paul est toujours aussi attractif auprès des touristes. Le marché de Saint Pierre est visité par 31% des touristes contre 23% en 2003. Le marché de Saint Denis, moins populaire, a attiré seulement 16% des touristes (contre 28% en 2003) autant que la Maison du Volcan ou l'Aquarium de La Réunion.

Les lieux les plus visités

	Nb	% obs.	
Marché de Saint Paul	703	43%	43%
Marché couvert de Saint Pierre	505	31%	31%
Marché couvert de Saint Denis	290	18%	18%
Kélonia	263	16%	16%
Maison du Volcan	260	16%	16%
Aquarium de La Réunion	238	15%	15%
Maison Folio	176	11%	11%
Museum Stella Matutina	176	11%	11%
Jardin d'Eden	169	10%	10%
Autre	134	8%	8%
Coopérative de la vanille	130	8%	8%
Musée Villèle	110	7%	7%
Jardin des parfums et des épices	100	6%	6%
Conservatoire Botanique National des Mascareignes	76	5%	5%
Maison de la broderie	74	5%	5%
Village de l'Eperon	71	4%	4%
Usine sucrière de Bois Rouge	64	4%	4%
Parc du Colosse	61	4%	4%
Croc Parc	55	3%	3%
Museum d'Histoire Naturelle	49	3%	3%
Chais de Cilaos	47	3%	3%
Usine sucrière du Gol	39	2%	2%
Saga du rhum	34	2%	2%
Observatoire des Makes	30	2%	2%
Domaine des Tourelles	24	1%	1%
Musée Léon Dierx	22	1%	1%
Labyrinthe Champ thé	5	<1%	<1%
Total	1 617		

LE PARCOURS DES TOURISTES

Nombre de lieux visités selon l'âge

	nombre de lieux visités
Moins de 24 ans	<u>1,78</u>
De 25 à 49 ans	2,30
Plus de 50 ans	<u>2,83</u>
Total	2,39

$p = <1\%$; $F = 16,09$ (TS)

Nombre de lieux visités selon le lieu de résidence

	nombre de lieux visités
Métropole	<u>2,73</u>
Mayotte	<u>1,45</u>
Maurice	<u>1,13</u>
Madagascar	<u>1,05</u>
Autre(précisez)	<u>1,88</u>
Total	2,41

$p = <1\%$; $F = 24,72$ (TS)

Nombre de lieux visités selon la CSP

	nombre de lieux visités
Agriculteur	3,80
Artisan/commerçant	<u>1,85</u>
Cadre sup. prof libérale /chef d'entreprise	2,55
Prof.intermédiaire	2,64
Employé	2,24
Ouvrier	2,16
Retraité	<u>3,06</u>
Etudiant	<u>1,75</u>
Autre	<u>1,75</u>
Total	2,41

$p = <1\%$; $F = 6,09$ (TS)

Nombre de lieux visités selon la situation familiale

	nombre de lieux visités
Célibataire	<u>1,95</u>
Marié(e)/ pacsé(e)	2,52
Concubinage	<u>2,91</u>
Veuf(ve)	2,63
Divorcé(e)/séparé(e)	2,86
Total	2,42

$p = <1\%$; $F = 7,42$ (TS)

Nombre de lieux visités selon le type de tourisme

	nombre de lieux visités
Autre type de tourisme	<u>1,79</u>
Tourisme affinitaire	2,40
Tourisme d'affaires	<u>1,02</u>
Tourisme d'agrément	<u>2,90</u>
Total	2,41

$p = <1\%$; $F = 28,02$ (TS)

Un taux de satisfaction bon

Le taux de satisfaction général des lieux visités est de 4,22/5. **50% des touristes jugent les sites « bons » ou « excellents ».**

Les lieux à caractère pédagogique et culturel très appréciés

Les taux de satisfaction les plus importants s'enregistrent sur les lieux ayant à la fois un caractère pédagogique et culturel. Paradoxalement, ces lieux n'ont pas des taux de fréquentation particulièrement élevés. La Maison Folio a un taux de 4,54/5 et est fréquentée par 11% des touristes (15% en 2003) ; le Jardin des Parfums et des Epices 4,42 mais fréquenté seulement par 6% des touristes ; enfin l'Observatoire des Makes 4,52/5 par 2% des touristes.... Ces lieux sont plus souvent visités par un public initié ou averti, mais leurs taux de satisfaction témoignent de la qualité des prestations.

Les marchés : Saint Paul et Saint Pierre satisfaisants, Saint Denis à faire évoluer

Le marché le plus populaire, Saint Paul présente un taux de satisfaction bon (4,25/5) ; le marché de Saint Pierre également (4,16/5).

Le marché couvert de Saint Denis reste globalement apprécié (4,04/5). Cependant, on constate un recul régulier de la satisfaction. 4,14/5 au premier trimestre (juillet à septembre), l'appréciation devient moyenne au ce troisième trimestre (janvier à mars) et quatrième trimestre (avril à juin), soit respectivement 3,93/5 et 3,85/5.

L'ordre dans lequel les marchés sont visités peut également influencer les taux de satisfaction. En effet, les marchés offrant des produits similaires, une certaine lassitude peut s'installer.

Des sites touristiques peu satisfaisants

Enfin, nous constatons que le Village de l'Eperon, lieux de valorisation de l'artisanat local, enregistre un taux de satisfaction moyen depuis le début de l'étude. 9% des visiteurs qualifient le site de passable et 17% le jugent moyen Il serait intéressant de mener une étude complémentaire sur site pour faire évoluer « le produit ». La situation ne semble guère avoir évolué depuis 2003.

Croc Parc et le Parc du Colosse ont également des taux de satisfaction relativement faibles : 2,90 et 3,83 respectivement. 13% des touristes ont jugé la visite de Croc Parc mauvaise et 29% passable. L'étude de 2003 avait souligné l'insatisfaction des touristes.

Néanmoins, mis à part ces sites, l'appréciation des touristes vis-à-vis des sites touristiques reste bonne et s'est même renforcée par rapport à 2003. Par exemple, on observe 93% de visiteurs du marché de Saint Paul satisfaits en 2009/2010, contre 87% en 2003.

Satisfaction générale des lieux visités

Moyenne = **4,22** Ecart-type = **0,62**
Médiane = **4,00**

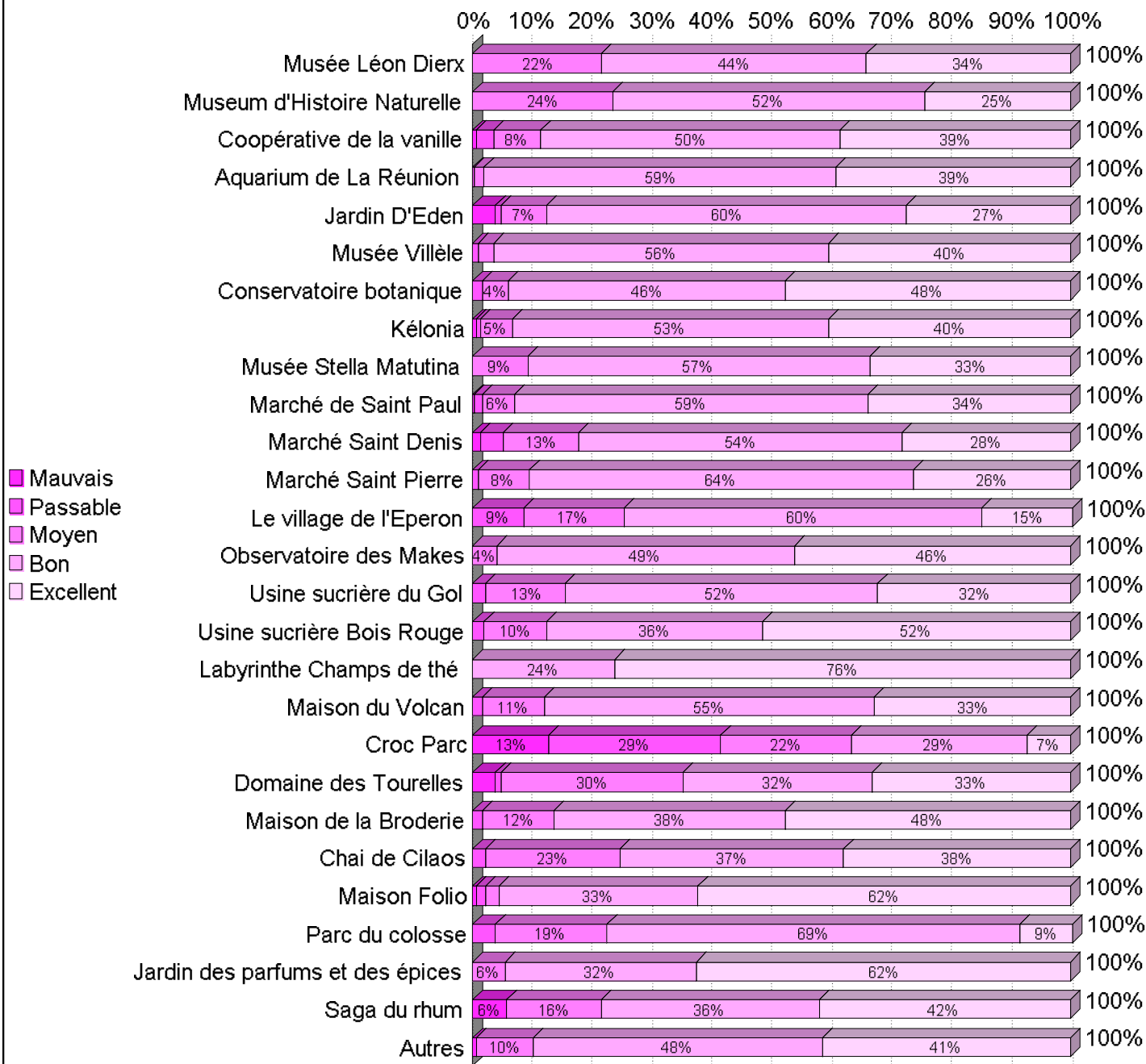
	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	9	<1%
De 2,00 à 3,00	15	1%
De 3,00 à 4,00	164	13%
4,00 et plus	1 109	86%
Total	1 296	100%

Satisfaction des lieux visités

	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Labyrinthe Champs de thé	4,76	0,47	5
Jardin des parfums et des épices	4,57	0,60	102
Maison Folio	4,54	0,69	172
Observatoire des Makes	4,42	0,58	29
Conservatoire botanique	4,40	0,66	79
Usine sucrière Bois Rouge	4,37	0,75	66
Aquarium de La Réunion	4,37	0,54	236
Musée Villèle	4,36	0,59	106
Maison de la Broderie	4,32	0,76	73
Kélonia	4,32	0,67	258
Autres	4,30	0,69	132
Marché de Saint Paul	4,25	0,66	696
Musée Stella Matutina	4,24	0,61	177
Coopérative de la vanille	4,23	0,77	127
Maison du Volcan	4,19	0,68	257
Marché Saint Pierre	4,16	0,62	499
Usine sucrière du Gol	4,14	0,74	36
Musée Léon Dièrx	4,13	0,75	22
Chai de Cilaos	4,11	0,84	47
Saga du rhum	4,09	1,06	38
Jardin D'Eden	4,06	0,86	169
Marché Saint Denis	4,04	0,83	292
Museum d'Histoire Naturelle	4,01	0,70	49
Domaine des Tourelles	3,89	1,03	25
Parc du colosse	3,82	0,64	58
Le village de l'Eperon	3,81	0,80	71
Croc Parc	2,90	1,18	54

Satisfaction des lieux visités

p = <1% ; chi2 = 721,93 ; ddl = 104 (TS)



Visite et achat de souvenirs

93% des touristes qui se sont rendus sur ces lieux, ont aussi effectué un achat lors de leur visite (contre 89% en 2003).

Les marchés sont les lieux privilégiés d'achat

Les marchés sont les principaux lieux d'achat de souvenirs. 89% des touristes ont réalisé leurs achats sur le marché forain de Saint-Paul, 87% sur Saint Pierre et 78% sur le marché couvert de Saint-Denis.

Deux autres lieux se démarquent : 60% des touristes qui se sont rendus à Bois Rouge ont acheté un souvenir et 79% à la coopérative de la vanille. L'agencement de ces deux lieux explique les bons résultats, malgré le peu de visites enregistrées (66 visites pour Bois Rouge sur l'année).

Comparaison avec 2003 : des touristes plus enclins à acheter

La comparaison avec 2003 montre que les taux d'achat des touristes sont plus importants en 2009/2010 qu'en 2003. Alors que 78% des visiteurs du marché de Saint Paul avaient acheté un souvenir en 2003, ils sont 89% en 2009/2010¹¹.

Trois exceptions toutefois : le Conservatoire Botanique National de Mascarin dont le taux d'achat reste constant (14%) ; le Jardin d'Eden dont le taux chute de 11 à 2% et enfin l'Eperon avec un taux qui passe de 42 à 37%.

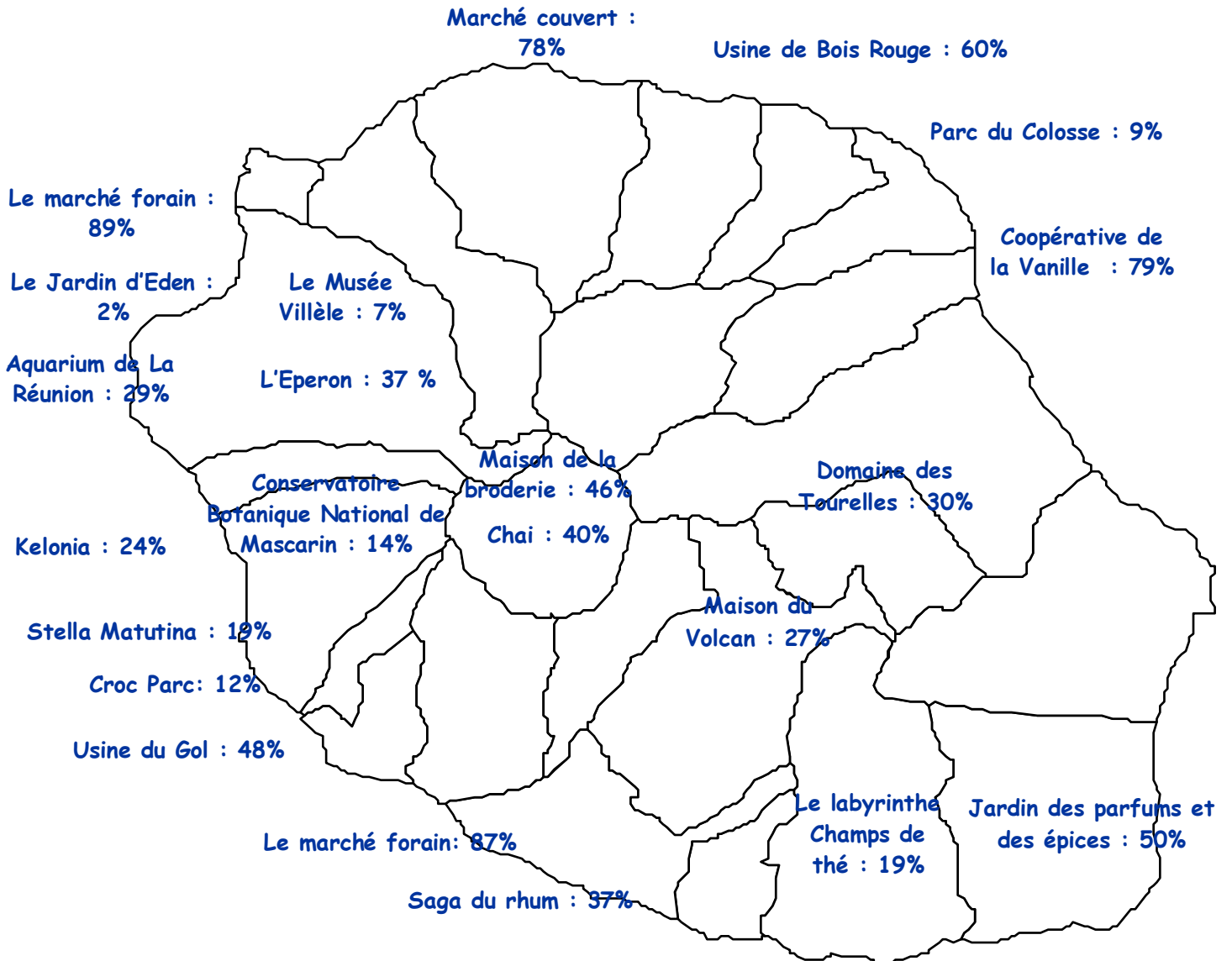
Les principaux types de souvenirs achetés

Le punch et le rhum sont les principaux souvenirs achetés : 60% des touristes ont ramené ces deux produits avec eux. Si on compare avec 2003, ce produit reste le souvenir le plus acheté. En revanche, moins de touristes ont fait ce choix : 77% en 2003 et 60 en 2009/2010.

Les livres, les t-shirt, la vanille et les épices sont aussi très prisés avec près d'un touriste sur 2 qui acquiert ces produits. Par rapport à 2003, les touristes se sont plus intéressés aux livres qui sont devenus le second produit acheté : 48% des touristes ont ramené avec eux un livre contre 32% en 2003.

¹¹ Marché de Saint Denis ; 62% en 2003 et 78% en 2009/2010 ; Marché de Saint Pierre 67% en 2003 et 87% en 2009/2010.

Taux d'achat dans les lieux visités



LE PARCOURS DES TOURISTES

Type de souvenirs achetés

	Nb	% obs.	
Rhum, punch	970	60%	60%
Livres	775	48%	48%
T shirt/paréo	749	46%	46%
Vanille	743	46%	46%
Epices	742	46%	46%
Confitures	395	24%	24%
Fruits	388	24%	24%
Vannerie	346	21%	21%
Objet d'art en bois	242	15%	15%
Bijoux	237	15%	15%
Chocolat	213	13%	13%
Linge de maison	187	12%	12%
Autres (précisez)	174	11%	11%
Sucre	164	10%	10%
Vin de Cilaos	109	7%	7%
Broderie de Cilaos	88	5%	5%
Musique	72	4%	4%
Total	1 617		



SATISFACTION

Un rapport qualité prix jugé moyen

Le rapport qualité/prix est jugé moyen par le touriste : 3,29/5 pour l'année. 39% des touristes le considèrent comme moyen et 36% le qualifie de bon. On note aussi que ce taux de satisfaction varie considérablement selon les trimestres. Les touristes du dernier trimestre de l'étude (avril à juin) ont été les plus satisfaits (3,57/5). Au contraire ceux du second trimestre (Octobre à décembre) sont les plus mécontents avec un taux de satisfaction égal à 3,03/5.

Néanmoins, on constate que d'autres facteurs influencent ces taux :

- *Les types de tourisme* : les touristes affinitaires et les touristes d'affaires jugent le rapport qualité/prix plus faible que les touristes d'agrément. 3,08/5 pour les hommes et les femmes d'affaires ; 3,16/5 pour les affinitaires contre 3,55 pour le tourisme d'agrément ;
- *La CSP* : les cadres supérieurs sont les plus satisfaits : ils jugent le rapport qualité/prix à 3,40/5. Au contraire, les professions intermédiaires et les étudiants sont plus sévères. Ils évaluent le rapport qualité prix à 3,09 et 3,08 respectivement ;
- *Lieu de résidence* : si on ne constate pas de différence entre les différents lieux de résidence, les mauriciens se démarquent et jugent le rapport qualité prix de La Réunion passable (2,85/5) ;
- *Le sexe* : les femmes sont moins sévères que les hommes : 3,33 contre 3,24/5¹².

¹² Cette dernière différence n'est significative qu'au seuil de 10% au lieu de 5 pour les autres

SATISFACTION DES TOURISTES

Rapport qualité / prix

Moyenne = 3,29 Ecart-type = 0,97

	Nb	% cit.
Mauvais	96	6%
Passable	172	11%
Moyen	622	39%
Bon	576	36%
Excellent	126	8%
Total	1 592	100%

Rapport qualité / prix (Tourisme affinitaire)

Moyenne = 3,16 Ecart-type = 1,00

	Nb	% cit.
Mauvais	70	8%
Passable	107	13%
Moyen	350	41%
Bon	268	32%
Excellent	55	6%
Total	850	100%

Rapport qualité / prix (Tourisme d'agrément)

Moyenne = 3,55 Ecart-type = 0,87

	Nb	% cit.
Mauvais	13	2%
Passable	42	8%
Moyen	182	33%
Bon	249	46%
Excellent	58	11%
Total	543	100%

Rapport qualité / prix (Tourisme d'affaires)

Moyenne = 3,08 Ecart-type = 0,96

	Nb	% cit.
Mauvais	12	8%
Passable	20	14%
Moyen	68	47%
Bon	39	27%
Excellent	8	5%
Total	146	100%

Des touristes moyennement satisfaits

L'indicateur de satisfaction générale de la visite

Nous avons défini un indice de satisfaction générale à partir des critères suivants :

- Mise en valeur du patrimoine historique et culturel
- Mise en valeur du patrimoine naturel
- La propreté des plages
- La propreté des sites naturels
- La propreté des villes
- La signalisation touristique
- Les conditions de circulation
- Les animations en début de soirées
- L'accueil chez les professionnels

Cet indice de 3,63/5 souligne **un niveau de satisfaction globale moyen**. 39% des touristes ont mis une note comprise entre 3,5 et 4/5 et 26% ont mis une note supérieure à 4,5.

L'analyse détaillée de cet indicateur montre que les femmes sont globalement plus satisfaites (3,66) que ces messieurs (3,59). De même, le lieu de résidence influence ce taux. Ainsi, les résidents de l'Océan Indien sont plus satisfaits que les autres touristes : 3,94/5 pour les malgaches, 3,84 pour les mahorais et 3,74 pour les mauriciens. Les métropolitains sont plus sévères (3,61/5) suivis des européens qui jugent le rapport qualité prix à 3,35/5.

De même, les touristes du premier trimestre (juillet à Septembre) ont été les plus satisfaits avec une note moyenne de 3,74/5.

39% des touristes trouvent leur dernier séjour meilleur que le précédent

Parmi les touristes qui ont déjà séjourné dans notre île, plus du tiers ont trouvé leur dernier séjour meilleur. 57% l'ont jugé équivalent au précédent.

Des touristes qui souhaitent revenir à La Réunion et qui conseilleront La Réunion

Par ailleurs, ils sont 88% à souhaiter y revenir et 97% conseilleront La Réunion à leur entourage. Ils étaient 94% en 2003.

Parmi ceux qui ne souhaitent pas y revenir (3%), 62% invoquent leur intérêt pour d'autres destinations.

Ceux qui préfèrent ne pas conseiller La Réunion avancent trois types d'arguments :

- *Les prix*
- *Le manque d'animation*
- *L'éloignement géographique*

SATISFACTION DES TOURISTES

Satisfaction générale de la visite

Moyenne = 3,63 Ecart-type = 0,55

Médiane = 3,67

	Nb	% cit.
Moins de 2,00	9	<1%
De 2,00 à 2,50	27	2%
De 2,50 à 3,00	129	8%
De 3,00 à 3,50	384	24%
De 3,50 à 4,00	619	39%
4,00 et plus	411	26%
Total	1 580	100%

Par rapport à vos précédents séjours, diriez-vous que celui-ci était :

	Nb	% cit.
Moins Bon	32	4%
Pareil	421	57%
Meilleur	291	39%
Total	744	100%

Suite à votre séjour, conseillerez-vous à vos proches et amis de venir à La Réunion?

	Nb	% cit.
Oui	1 575	97%
Non	15	<1%
NSP	26	2%
Total	1 616	100%

Et vous, vous reviendrez?

	Nb	% cit.
oui	1 424	88%
nsp	127	8%
non	59	4%
Total	1 611	100%

SATISFACTION DES TOURISTES

L'accueil des professionnels salué et le patrimoine naturel plutôt bien valorisé

L'analyse par items de l'indicateur de satisfaction globale de la visite met en avant deux points forts où l'appréciation des touristes est bonne :

- L'accueil chez les professionnels qui reçoit la meilleure note : 4,07/5.
- La mise en valeur du patrimoine naturel : 4,03/5

A l'opposé, 4 items sont statistiquement inférieurs à la moyenne et marque la nécessité de mener une réflexion :

- *L'animation en début de soirée (3,23/5)* : tout en bas du tableau, le manque d'animations sur l'île est souvent souligné par les touristes. 41% des touristes n'ont pu se prononcer sur le sujet ;
- *La signalisation touristique est jugée mauvaise (3,29/5)*. Ce thème est également récurrent dans les éléments qui ont le plus déçu les touristes ;
- *Les conditions de circulation (3,31/5)* associées à une mauvaise signalisation touristique gênent considérablement les visites des touristes ;
- *La propreté des plages et des villes est souvent soulignée par les touristes comme les points qui les ont le plus déçus. (3,57 et 3,46 respectivement).*

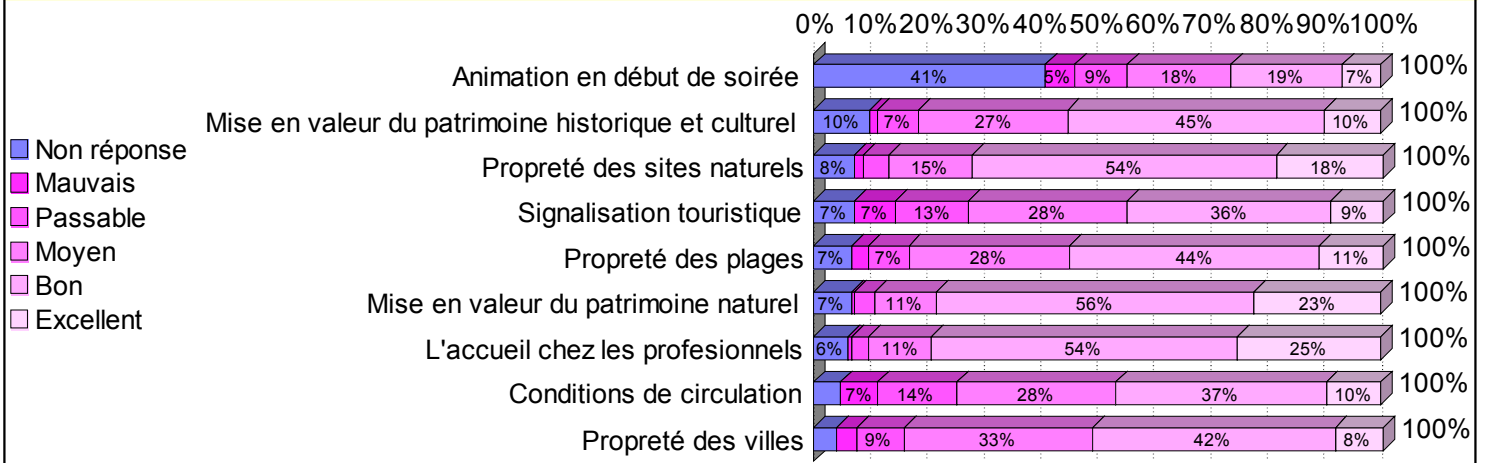
Nous retrouvons certains items communs avec l'étude 2003. Les conditions de circulations sont perçues comme meilleures en 2009/2010 (47% de « bon » et « excellent » contre 21% de « bon » en 2003) mais restent un des points noirs récurrents. La propreté des sites naturels (66% à 72%) s'est également améliorée, mais doit faire l'objet d'un effort. Elle est jugée globalement moyenne.

En revanche, 3 autres items montrent une baisse de la satisfaction des touristes :

- 62% des touristes en 2003 avaient trouvé la signalisation touristique satisfaisante, ils ne sont plus de 45% en 2009/2010.
- La propreté des plages a aussi décliné passant d'un taux de satisfaction de 58% à 54%
- En dépit qu'il obtient le meilleur niveau de satisfaction, la qualité de l'accueil chez les professionnels est moins bien perçue par les touristes. 79% des touristes ont trouvé l'accueil chez les professionnels bon ou excellent, contre 84% en 2003.

SATISFACTION DES TOURISTES

Satisfaction de la destination Réunion



Satisfaction de la destination Réunion

	Moyenne	Ecart-type
L'accueil chez les professionnels	4,07	0,75
Mise en valeur du patrimoine naturel	4,03	0,75
Propreté des sites naturels	3,90	0,82
Mise en valeur du patrimoine historique et culturel	3,62	0,84
Propreté des plages	3,57	0,89
Propreté des villes	3,46	0,90
Conditions de circulation	3,31	1,06
Signalisation touristique	3,29	1,06
Animation en début de soirée	3,23	1,12

SATISFACTION DES TOURISTES

L'animation en début de soirée : un axe de progrès

Des touristes qui ne participent pas aux animations de soirées

69% des touristes n'ont pas participé à une animation en début de soirée. Lorsqu'ils ont participé à des activités, ils se sont rendus dans des bars (15%).

9% ont participé à des concerts, notamment dans les établissements dans lesquels ils étaient hébergés et 7% au cinéma.

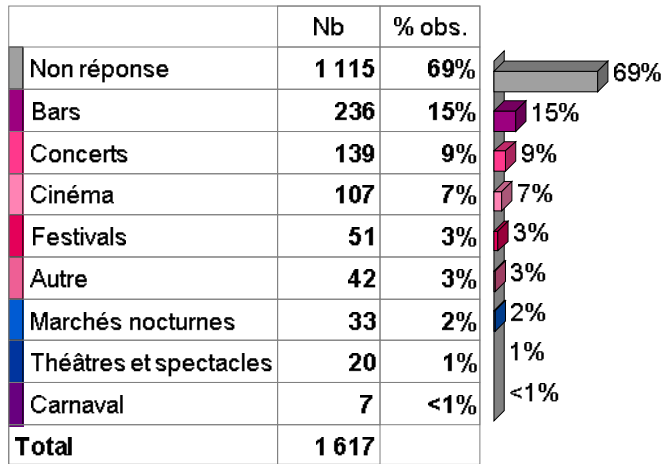
On constate également que des facteurs influencent les comportements. Les résidents de l'Océan Indien ont tendance à plus participer aux événements de soirées que les autres touristes. De même, les touristes affinitaires semblent préférer les soirées dans la famille ou entre amis, ils ont tendance à moins participer aux événements.

On remarque aussi que l'âge influence les activités. Les moins de 24 ans ont tendance à se rendre plus souvent au cinéma et les seniors préfèrent les concerts.

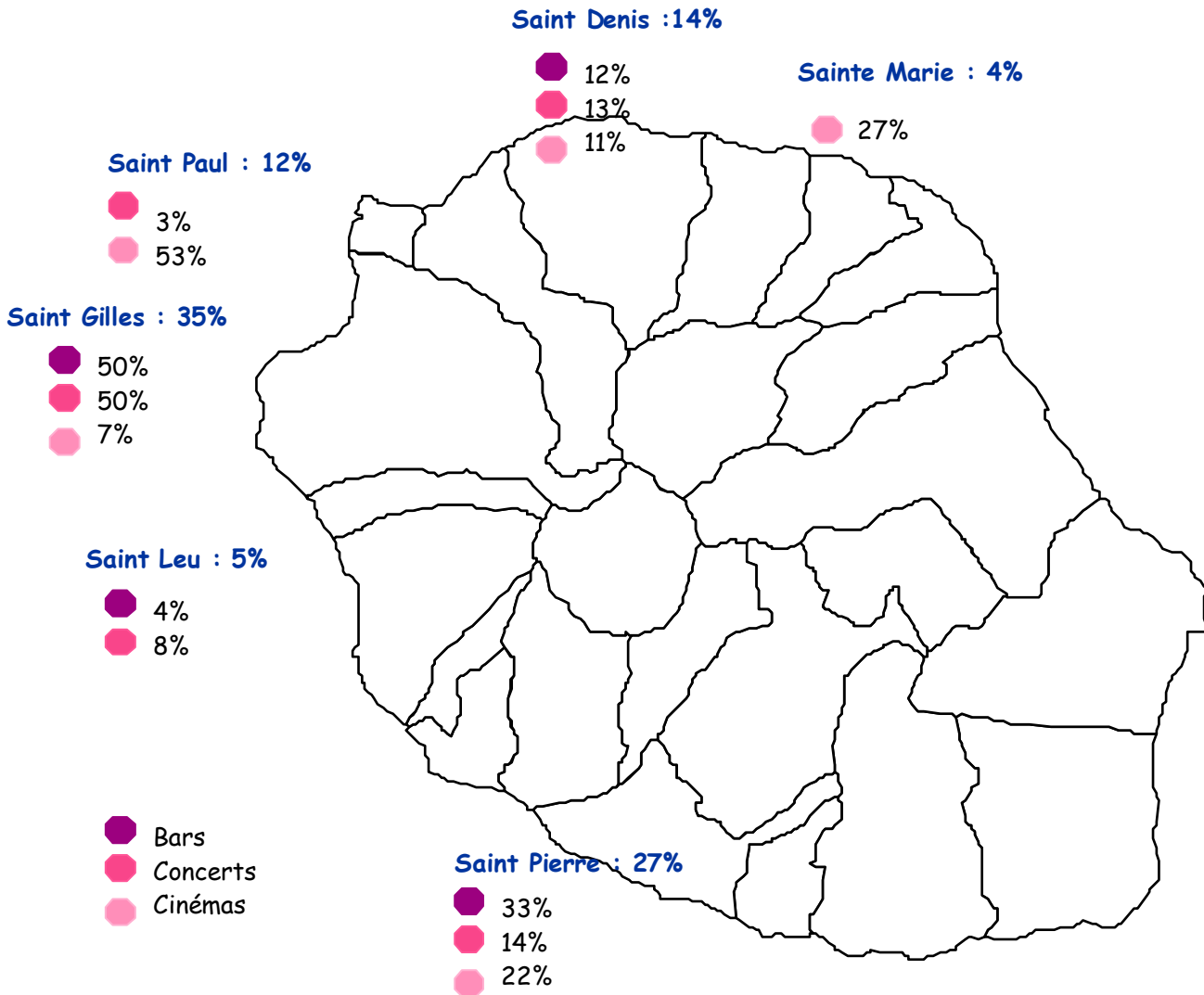
La répartition géographique nous montre que les activités sont concentrées sur les 3 grandes villes (Saint Paul/Saint Gilles ; Saint Denis et Saint Pierre). Saint Leu tire son épingle du jeu, positionné entre l'Ouest et le Sud, elle bénéficie des flux de tourisme.

SATISFACTION DES TOURISTES

Participation aux évènements de soirées



Principale participation aux animations de soirées selon les villes et les types d'évènements



SATISFACTION DES TOURISTES

Avec un niveau de satisfaction élevé

Lorsque les touristes participent à des animations, ils sont largement satisfaits. Le niveau de satisfaction générale est de 4,12/5. Seuls les hommes et les femmes d'affaires sont moins satisfaits, avec un taux de satisfaction de 3,86/5. Ce sont ceux qui participent à moins d'animations.

L'analyse nous montre des résultats contrastés selon les trimestres. Les touristes du premier trimestre (juillet à septembre) sont largement satisfaits de leurs soirées (4,32/5). En revanche, ceux du second trimestre (octobre à Décembre) se montrent plus déçus (3,86/5).

Trois activités sont particulièrement populaires : bars et les pré-boîtes avec un taux de satisfaction bon (4,19/5). Les concerts sont moins bien appréciés avec une satisfaction moyenne (3,87/5). Enfin, le cinéma séduit également les touristes et leur satisfaction est bonne (4,21/5).

Bien que peu fréquentés, mais très appréciés, les festivals ont la meilleure note : 4,34/5.

SATISFACTION DES TOURISTES

Satisfaction des évènements de soirées			
	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Festivals	4,34	0,73	51
Carnaval	4,27	0,78	6
Théâtre et spectacles	4,24	0,73	18
Cinéma	4,21	0,69	107
Bars et pré-boîtes	4,19	0,85	236
Marchés nocturnes	4,03	1,10	33
Autre	3,97	0,71	41
Concerts	3,87	1,02	136

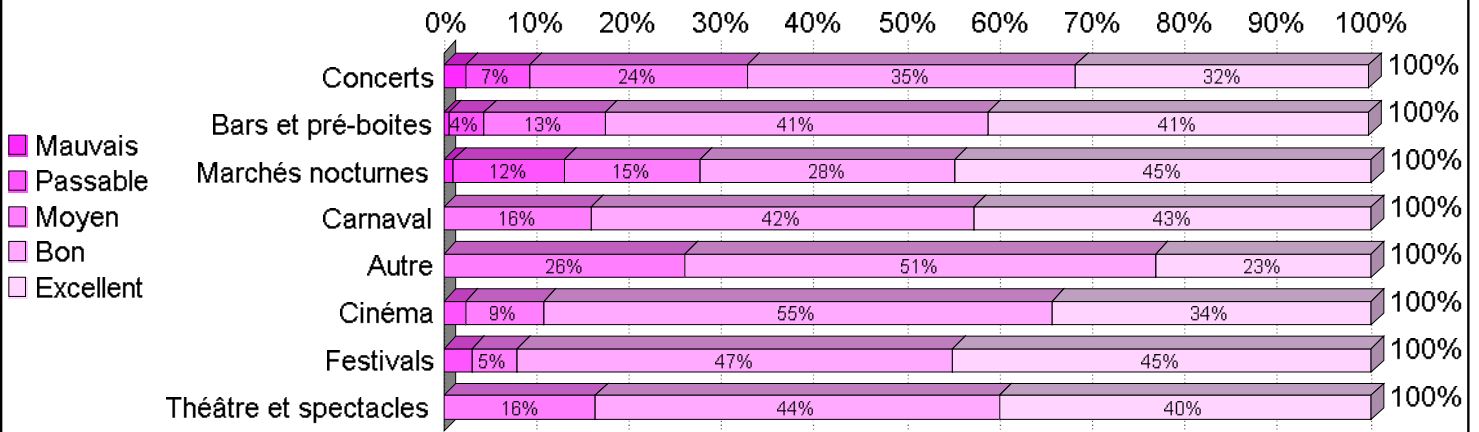
Satisfaction des évènements de soirées

Moyenne = 4,12 Ecart-type = 0,81
Médiane = 4,00

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	4	<1%
De 2,00 à 3,00	16	3%
De 3,00 à 4,00	84	16%
4,00 et plus	417	80%
Total	521	100%

Satisfaction des évènements de soirées

p = <1% ; chi2 = 48,53 ; ddl = 28 (TS)



SATISFACTION DES TOURISTES

Les attentes en matière d'animations en soirée : des soirées musicales

Seulement 23% des touristes interrogés ont exprimé leurs attentes en matière d'animation de soirées. Une partie également des interviewés ont déclaré ne pas avoir d'attente particulière.

Pourtant, les touristes déplorent dans leur majorité, le manque d'animations.

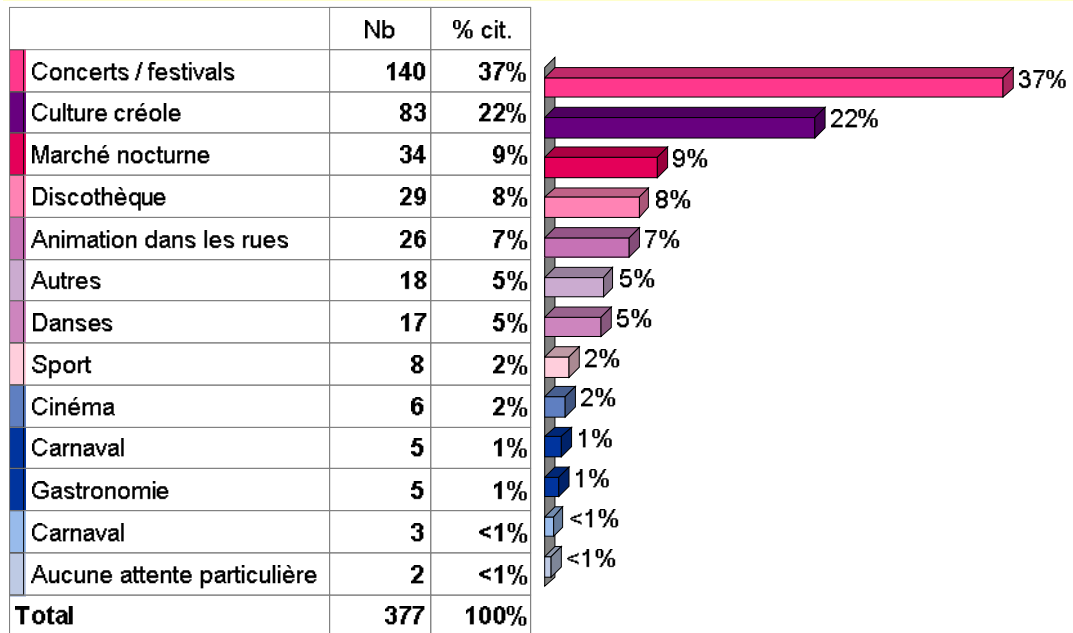
37% des touristes ont des attentes en termes de concerts ou de festivals. On a pu noter des touristes déçus de ne pas avoir participé à des activités programmées : le concert de Cabrel, le Sakifo... La musique a une place fondamentale dans les attentes des touristes : de la musique traditionnelle, au concert de rock, en passant par des prestations de musique classique ou encore des soirées de type brésilien.

22% des touristes ont souhaité aussi avoir plus d'animations autour de la culture créole : des spectacles de rues, les marches sur le feu, assister aux cérémonies religieuses ; mises en scènes des histoires et anecdotes créoles ou de grandes fresques historiques....

Les commentaires font apparaître, d'une manière générale, des attentes en termes d'animations qui existent déjà. Ainsi 9% des touristes attendent des marchés nocturnes, alors que ceux-ci se développent sur la plupart des communes de l'île. On retrouve les mêmes commentaires avec les concerts, les festivals et les foires. Il est très courant que les touristes ne soient pas informés sur les événements et les animations qui se déroulent dans l'île.

SATISFACTION DES TOURISTES

Quelles activités auriez-vous aimé participer en soirée ?



La Réunion : une destination riche pour la détente et le sport

Nous avons également interrogé les touristes extérieurs sur leur perception de La Réunion à partir d'assertions qu'ils validaient ou infirmaient.

Un certain nombre d'assertions font l'objet d'un consensus :

- La Réunion est une expérience enrichissante : 87% des touristes sont tout à fait d'accord
- La Réunion offre une diversité des paysages : 93% des touristes sont également tout à fait d'accord
- La Réunion, une île de métissage : 92% des touristes sont tout à fait d'accord
- La Réunion une destination de détente : 82% sont tout à fait d'accord

En revanche, « La Réunion est une destination haut de gamme » fait débat. 15% sont tout à fait d'accord ; 29% plutôt d'accord et 50% ne sont pas d'accord ou pas du tout d'accord.

Nous constatons aussi une difficulté de la part des touristes pour adhérer aux slogans : 33% ne sont plutôt d'accord avec « La Réunion c'est 360° de plénitude », 45% tout à fait d'accord et 14% n'ont pu se positionner. Il semble que le slogan « Chez nous, c'est chez vous » soit meilleur : 59% sont tout à fait d'accord ; 28% plutôt d'accord. 6% des touristes n'ont pas donné leur avis.

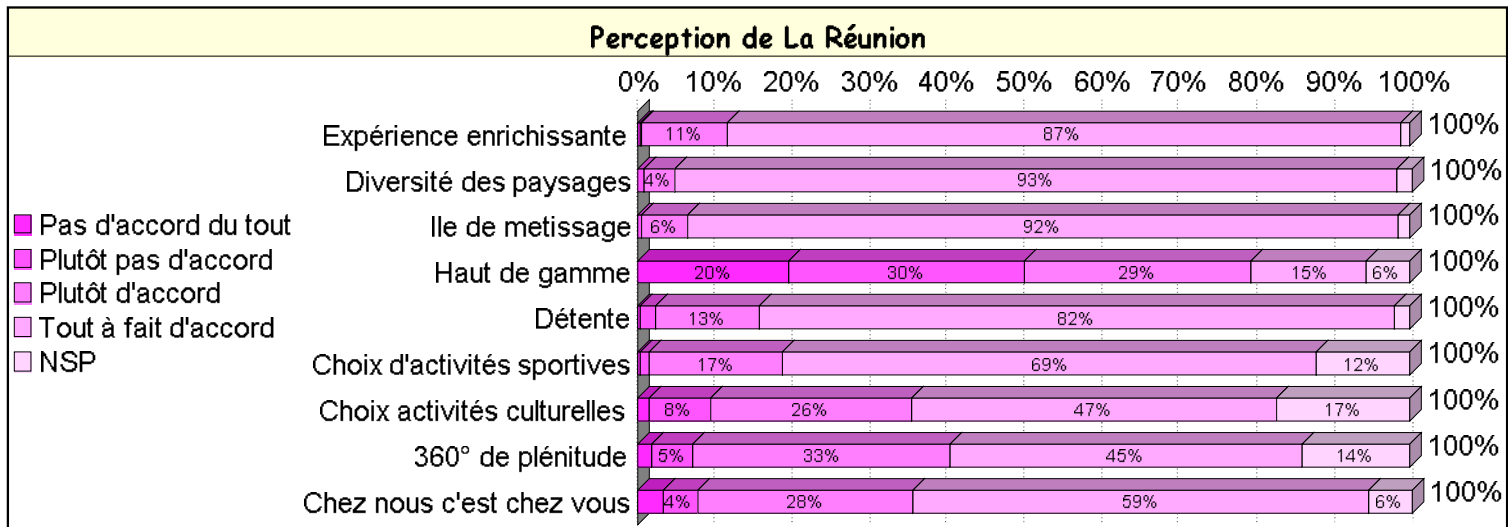
Concernant les activités, 69% des touristes sont tout à fait d'accord avec le fait qu'il y ait un grand choix d'activités sportives et 17% plutôt d'accord¹³. De même, 26% sont plutôt d'accord avec l'affirmation « A La Réunion, il y a un grand choix d'activités culturelles » et 47% tout à fait d'accord¹⁴.

¹³ Ils étaient 83% en 2003 à être d'accord avec le fait qu'il y a un grand choix d'activités sportives à La Réunion

¹⁴ Ils étaient 46% en 2003.

SATISFACTION DES TOURISTES

Perception de La Réunion		
	Moyenne	Ecart-type
Diversité des paysages	3,87	0,59
Ile de metissage	3,86	0,58
Expérience enrichissante	3,82	0,57
Détente	3,73	0,73
Choix d'activités sportives	3,31	1,31
Chez nous c'est chez vous	3,31	1,08
360° de plénitude	2,94	1,36
Choix activités culturelles	2,84	1,47
Haut de gamme	2,28	1,11



Tribune libre : qu'en pensent les touristes - Extraits de citations

Lors de l'enquête nous demandons aux touristes de citer les 3 points qui les ont le plus séduits ainsi que les 3 points qui les ont déçus. Les touristes sont beaucoup plus bavards concernant les points forts puisque seulement 1% n'ont eu rien à déclarer. En revanche, 18% des touristes n'ont pu citer des éléments négatifs quant à leur séjour.

Nous retrouvons les 4 points forts de La Réunion à savoir l'accueil, les paysages, le climat, la gastronomie. L'ordre a quelque peu différé selon les trimestres.

L'accueil : le sourire mais la barrière de la langue à dépasser

L'accueil reste le point fort avec 19% des réponses.

L'accueil des réunionnais, leur « *sourire* » ; leur « *gentillesse* » ; « *leur courtoisie* » sont toujours évoqués par les touristes. Cette qualité de l'accueil se retrouve aussi bien au niveau des populations qu'au niveau des professionnels. Ainsi, un touriste nous dit que « *certainement je reviendrai, les réunionnais sont accueillants et sympathiques* ». Et un autre renchérit en disant que « *c'est agréable de voir les sourires à La Réunion* ».

Cependant, la langue reste un obstacle au contact des populations. Les touristes déplorent que peu de personnes parlent anglais, allemand, espagnol ou italien dans les lieux touristiques.

Les paysages : le contraste mer/montagne un véritable atout

Deuxième point fort de La Réunion, 14% des touristes ont souligné ses paysages uniques. Les termes diversité, mixité ou proximité sont souvent utilisés pour qualifier les paysages de l'île. Cette proximité mer/montagne, les changements rapides dans les paysages, la diversité des décors sont autant de critères qui séduisent les visiteurs de La Réunion. L'intérieur de l'île et les cirques ou le Sud Sauvage séduisent tout particulièrement les touristes. Ainsi un touriste qualifie La Réunion de « *cadre paradisiaque* » et une autre ajoute que « *les Réunionnais prennent conscience de la richesse de leur île, il faut la protéger* ». « *C'est une île pour bouger, on est près de la nature* »

Les microclimats

De la proximité mer/montagne naît un climat particulier qui amuse les touristes. Ainsi les changements de temps, la pluie et le soleil plaisent à la plupart des touristes qui s'en amusent. Le soleil et la chaleur restent les éléments de séduction incontestables.

Cependant, cette caractéristique peut aussi ennuyer les visiteurs : il faut se lever tôt pour profiter du beau temps et être informé des contraintes climatiques, notamment pendant la saison des pluies.

La Réunion : la gastronomie toujours un plaisir

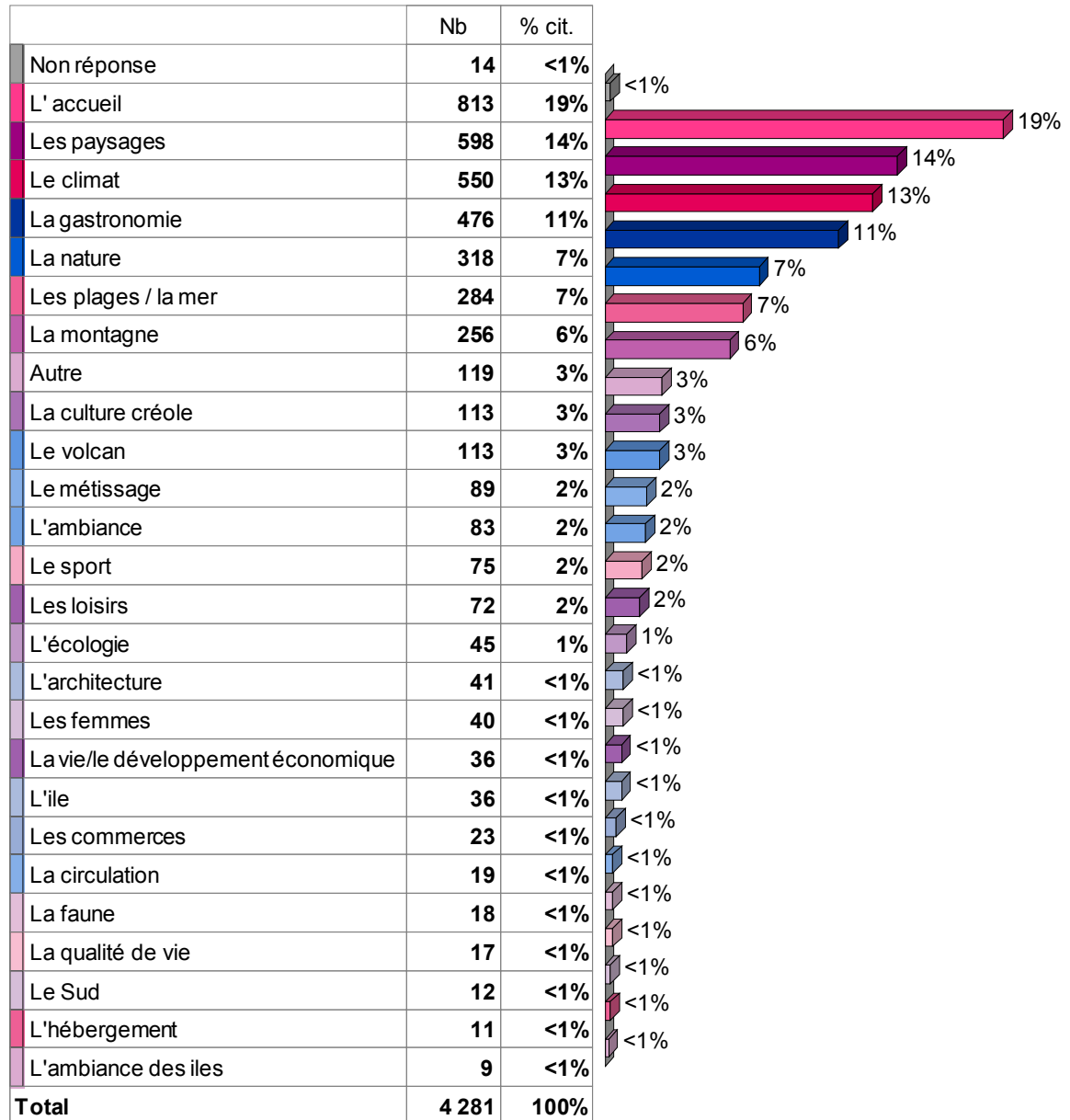
11% des touristes ont apprécié la cuisine réunionnaise. Au fil des trimestres, les commentaires des touristes suivent les saisons... En été, ils évoquent les saveurs des fruits (Mangues, Ananas, Letchis), la fraîcheur des légumes (Brèdes, Chouchoux...). Les épices permettent de faire découvrir de nouveaux goûts et les carris et les rougails sont des souvenirs. D'ailleurs, épices et livres de cuisine font également partie des souvenirs achetés par les touristes et ramenés chez eux. Les boissons comme les rhums et la Dodo séduisent également les touristes. En résumé « *la qualité de la nourriture est vraiment excellente* ».

Cependant, La Réunion peut aller plus loin dans ce domaine de diverses manières. En premier lieu, malgré la qualité de la gastronomie, les touristes souhaitent voir plus d'ambiance dans les

SATISFACTION DES TOURISTES

restaurants ou encore des restaurants ouverts plus tard le soir. En second lieu, les touristes souhaitent également une plus grande diversité de la cuisine réunionnaise. Ils déplorent que les restaurants ont plus ou moins la même carte. Enfin, les touristes apprécieraient de voir apparaître des grands restaurants de cuisine créole.

Quels sont les 3 points qui vous ont le plus séduit?



SATISFACTION DES TOURISTES

Les points qui déçoivent les touristes ont peu évolué durant l'année. Trois points noirs dominant : la circulation/signalisation (24%), le coût de la vie (13%) et enfin le manque de propreté (13%).

La circulation, la signalisation routière et le manque de transports en commun : des thèmes récurrents

Les problèmes de circulation et de transports demeurent. Tout au long de l'année, les problèmes de signalisation routière ont été évoqués. Ajoutés aux difficultés de circulation et les embouteillages, les trajets en voiture sont qualifiés de pénible et long.

Les routes sinueuses des montagnes et une météo capricieuse fait naître chez certains touristes un sentiment de danger.

Le coût de la vie dans un contexte de crise

Comme chaque trimestre, la question des prix est abordée : prix des denrées alimentaires ; prix des activités, des restaurants, des hôtels, prix des billets d'avion, taxes... Deux raisons expliquent ce constat :

- Des touristes métropolitains conservent en partie leur mode de consommation, achetant alors des denrées importées ou des marques plus accessibles en métropole.
- Les touristes de la zone sont aussi surpris par les prix. Les différences de pouvoir d'achat expliquent les écarts, qu'ils ont pourtant du mal à comprendre.

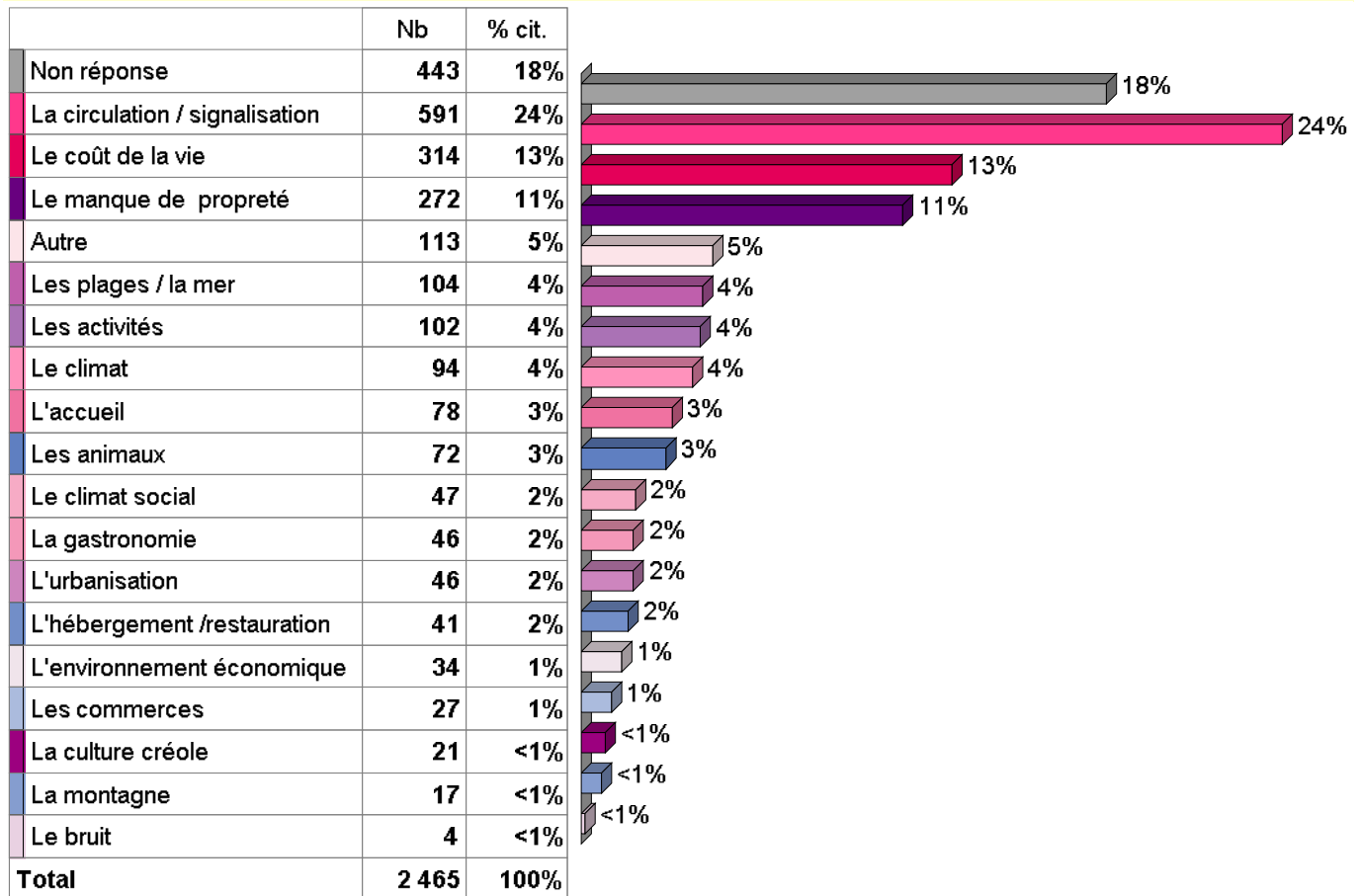
La propreté des villes et des lieux touristiques : une guerre à mener

12% des touristes soulignent le manque de propreté. Les plages et les villes sont le plus souvent citées (poubelles, odeurs, déchets, mégots...). Les lieux naturels semblent moins touchés par ce fléau.

Les coraux sont aussi quelque fois perçus comme un manque d'hygiène. Une communication à l'attention des touristes sur leur rôle dans l'équilibre écologique sera un plus.

SATISFACTION DES TOURISTES

Quels sont les trois points qui vous ont le plus déçu?





LES EUROPEENS

Profil des touristes européens

La Réunion attire les nord-européens

Dans l'étude, nous avons 107 personnes résidant en Europe. Les Allemands, les Belges et les Suisses sont les plus nombreux.

L'échantillon comporte autant d'hommes et de femmes et leur moyenne d'âge est légèrement inférieure à la moyenne générale : 38 ans en moyenne. 53% ont entre 25 et 50 ans.

L'étude des CSP révèle qu'un tiers sont des cadres supérieurs ou chefs d'entreprise, suivis des employés. Les étudiants sont relativement nombreux puisqu'ils représentent près de 20% de l'échantillon.

LES EUROPEENS

Sexe

	Nb	% cit.
Homme	52	49%
Femme	55	51%
Total	107	100%

Age

Moyenne = 38,24 Ecart-type = 12,12

	Nb	% cit.
Moins de 24 ans	22	21%
De 25 à 49 ans	55	52%
Plus de 50 ans	28	27%
Total	105	100%

Lieu de résidence

	Nb	% cit.
Allemagne	28	26%
Belgique	26	24%
Suisse	24	22%
Royaume Uni	10	9%
Italie	4	4%
Espagne	4	4%
République Tchèque	3	3%
Luxembourg	3	3%
Suède	2	2%
Pays Bas	2	2%
Portugal	1	<1%
Total	107	100%

CSP

	Nb	% cit.
Cadre sup, prof libérale /chef d'entreprise	33	31%
Employé	26	24%
Etudiant	20	19%
Retraité	10	9%
Prof.intermédiaire	9	8%
Autre	5	5%
Artisan/commerçant	3	3%
Ouvrier	1	<1%
Agriculteur	0	0%
Total	107	100%

LES EUROPEENS*Une durée de séjour relativement longue*

En moyenne les européens restent 21 jours. Pourtant ce chiffre cache des disparités.

Ce sont les touristes affinitaires et les étudiants qui restent le plus longtemps à La Réunion (23 jours en moyenne). Les touristes d'agrément restent 10 jours et les hommes et les femmes d'affaires 12 jours.

LES EUROPEENS

Durée du séjour

Moyenne = **21,66** Ecart-type = **35,63**
Médiane = **10,00**

	Nb	% cit.
Moins de 10	43	41%
De 10 à 19	42	40%
De 20 à 29	8	8%
De 30 à 39	2	2%
De 40 à 49	1	<1%
50 et plus	10	9%
Total	106	100%

Durée du séjour

(Tourisme affinitaire)

Moyenne = **23,73** Ecart-type = **36,89**
Médiane = **15,00**

	Nb	% cit.
Moins de 10	5	23%
De 10 à 19	11	50%
De 20 à 29	3	14%
De 30 à 39	1	5%
De 40 à 49	0	0%
50 et plus	2	9%
Total	22	100%

Durée du séjour

(Tourisme d'agrément)

Moyenne = **10,33** Ecart-type = **5,04**
Médiane = **10,00**

	Nb	% cit.
Moins de 10	25	48%
De 10 à 19	23	44%
De 20 à 29	4	8%
De 30 à 39	0	0%
De 40 à 49	0	0%
50 et plus	0	0%
Total	52	100%

Durée du séjour

(Tourisme d'affaires)

Moyenne = **57,55** Ecart-type = **59,84**
Médiane = **25,00**

	Nb	% cit.
Moins de 10	6	30%
De 10 à 19	3	15%
De 20 à 29	1	5%
De 30 à 39	1	5%
De 40 à 49	1	5%
50 et plus	8	40%
Total	20	100%

Durée du séjour

(Tourisme d'affaires pur)

Moyenne = **12,00** Ecart-type = **13,33**
Médiane = **5,00**

	Nb	% cit.
Moins de 10	6	55%
De 10 à 19	2	18%
De 20 à 29	1	9%
De 30 à 39	1	9%
De 40 à 49	1	9%
50 et plus	0	0%
Total	11	100%

Des touristes d'agrément

La moitié de ces touristes vivent en couple et un tiers célibataire. Ils sont venus à La Réunion pour 48% en couple et 28% seuls. On constate également que la part des voyages entre amis a sensiblement augmenté pour atteindre les 16%.

Les constats précédents sont cohérents avec le fait que près de la moitié des touristes sont en voyages d'agrément. Seulement 21% sont des touristes affinitaires (dont la moitié est venu rendre visite à la famille) et 10% des touristes d'affaires.

La Réunion, une destination choisie

Pour 80% des touristes européens, il s'agit d'une première visite de La Réunion. Si l'on considère seulement le tourisme d'agrément, ce taux monte à 90%. Un touriste affinitaire sur 2 est également un primo-visiteur.

Pour 68% des européens, La Réunion était une destination choisie. Si l'on se concentre sur le tourisme d'agrément, seulement 43% ont hésité avec d'autres destinations : Maurice essentiellement, l'Asie ou l'Amérique Latine. Ces touristes disposent alors d'un budget et cherchent avant tout l'évasion et le dépaysement.

Pour la nature et la montagne

37% des touristes européens sont venus à La Réunion pour la nature et la montagne. Ce taux atteint les 63% si on considère les touristes d'agrément.

La mer/la plage, le soleil et la chaleur sont aussi des critères de sélection de la destination Réunion, mais dans une moindre mesure : seulement 20% des touristes ont été attiré à La Réunion pour ces raisons.

La modalité « autre » prend ici une place importante et concerne essentiellement « le travail ». Cela tient à la nature même de l'échantillon qui comporte 20% de tourisme d'affaires.

On note enfin, le fait que La Réunion soit un espace francophone intéresse les touristes, eux-mêmes francophones (Belges et Suisses).

LES EUROPEENS

Situation familiale

	Nb	% cit.	
Marié(e)/ pacsé(e)	55	52%	52%
Célibataire	32	30%	30%
Concubinage	14	13%	13%
Divorcé(e)/séparé(e)	4	4%	4%
Veuf(ve)	0	0%	0%
Total	105	100%	

A La Réunion, vous êtes venu :

	Nb	% cit.	
Seul	25	24%	24%
En couple	50	48%	48%
En famille	6	6%	6%
Entre amis	17	16%	16%
En voyage organisé	2	2%	2%
Autre	5	5%	5%
Total	105	100%	

Objet du voyage

	Nb	% cit.	
Tourisme d'agrément	52	49%	49%
Tourisme affinitaire	23	21%	21%
Tourisme d'affaires	20	19%	19%
Autre	12	11%	11%
Total	107	100%	

Première visite

	Nb	% cit.	
Oui	86	80%	80%
Non	21	20%	20%
Total	107	100%	

Concurrence destination

	Nb	% cit.	
Oui	34	32%	32%
Non	71	68%	68%
Total	105	100%	

Concurrence destination
(Tourisme d'agrément)

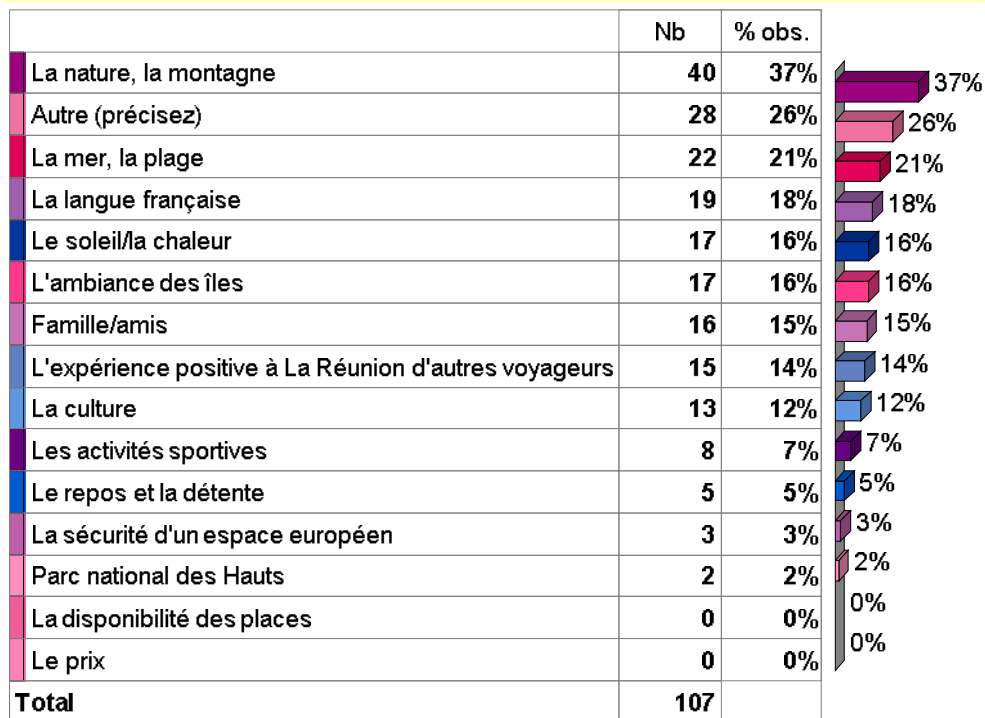
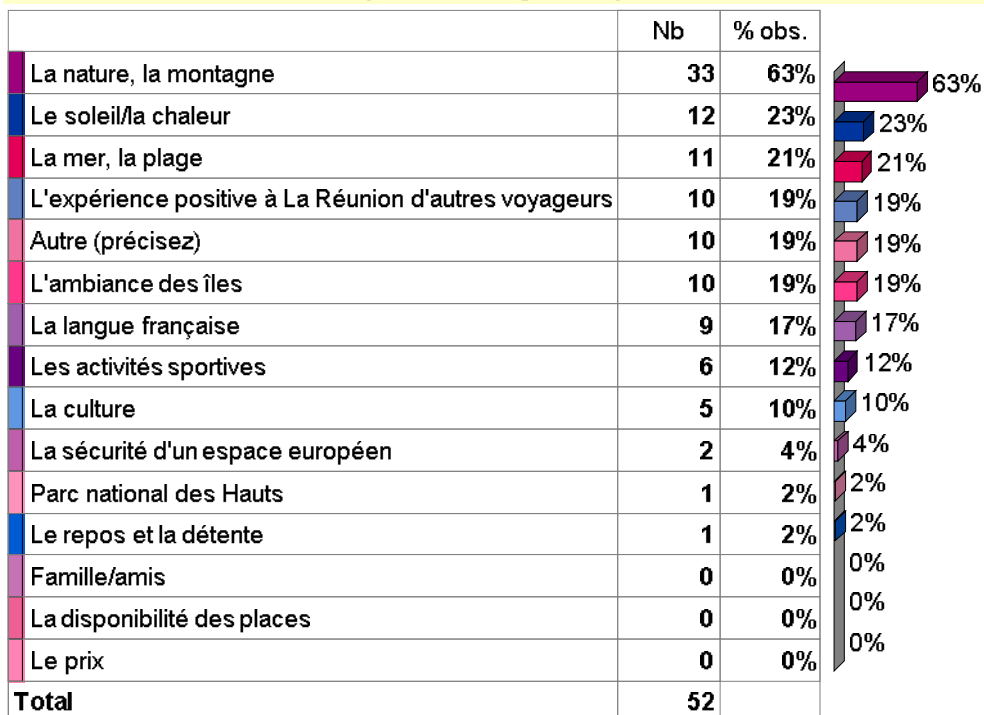
	Nb	% cit.	
Oui	22	43%	43%
Non	29	57%	57%
Total	51	100%	

Avec quelles destinations avez-vous hésitées?

	Nb	% cit.	
L'Ile Maurice	12	27%	27%
Asie	9	20%	20%
Amérique Latine	8	18%	18%
Autres îles	5	11%	11%
Europe	4	9%	9%
Afrique	3	7%	7%
Autres	2	5%	5%
Amérique du Nord	1	2%	2%
Total	44	100%	

LES EUROPEENS

Critères de choix

Critères de choix
(Tourisme d'agrément)

Hébergement et restauration

Les européens préfèrent être hébergés dans les hôtels

45% des touristes européens ont été hébergés dans les hôtels de l'île.

70% des touristes d'agrément se sont rendus dans les hôtels. Un peu plus d'1/3 ont fréquenté les gîtes.

Les touristes affinitaires sont à 83% hébergés par leurs amis ou leur famille

Plus nombreux dans l'Ouest mais plus longtemps dans le Nord

67% des touristes européens passent au moins une nuit dans l'Ouest. Les deux cirques de Salazie et de Cilaos les intéressent également puisqu'un 1/3 va y passer au moins une nuit, comme les plaines avec la proximité du Volcan.

Si ces touristes sont plus nombreux dans l'Ouest, ils restent plus longtemps dans le Nord. En effet, toutes catégories de tourisme confondues, le nombre de nuits moyen dans le Nord est de 23 jours.

L'Ouest et le Sud représentent en moyenne 10 nuits.

Comme pour l'ensemble des touristes, le nombre moyen de nuits dans les cirques est de 2 nuits environ. Là encore, il s'agit d'une escale lors de la visite de l'île, plutôt qu'un lieu de villégiature.

Un hébergement jugé bon

La satisfaction globale de l'hébergement est bonne (4,43/5). Seulement 14% d'entre eux ont mis une note comprise entre 3 et 4, traduisant une appréciation moyenne.

Les hébergements du Sud restent les plus appréciés (4,68/5). A l'opposé, les hébergements des Plaines sont en bas du tableau. L'appréciation reste tout de même bonne (4/5).

LES EUROPEENS

Hébergement

	Nb	% obs.
Hôtel/résidence hôtelière	49	46%
Famille/amis	26	24%
Chambres d'hôtes / gîtes	21	20%
Autre	14	13%
Meublé	14	13%
Village de vacances	0	0%
Total	107	

Hébergement
(Tourisme d'agrément)

	Nb	% obs.
Hôtel/résidence hôtelière	36	69%
Chambres d'hôtes / gîtes	19	37%
Meublé	6	12%
Famille/amis	2	4%
Autre	1	2%
Village de vacances	0	0%
Total	52	

Régions d'hébergement

	Nb	% obs.
Ouest et les hauts de l'Ouest	72	67%
Salazie	35	33%
Les plaines	34	32%
Cilaos	30	28%
Nord	30	28%
Sud	22	21%
Sud Sauvage	18	17%
Mafate	14	13%
Est	5	5%
Total	107	

Région d'hébergement et nombre de nuits moyen

	Moyenne	Ecart-type
Nord	<u>23,27</u>	43,42
Sud	9,87	18,07
Ouest et les hauts de l'Ouest	9,33	25,03
Sud Sauvage	8,83	25,96
Les plaines	4,79	6,78
Mafate	<u>2,79</u>	2,08
Cilaos	<u>2,67</u>	5,01
Salazie	<u>1,61</u>	0,99
Est	<u>1,20</u>	0,45

Région d'hébergement et nombre de nuits moyen

(Hors voyage d'étude)		
	Moyenne	Ecart-type
Nord	8,18	11,24
Ouest et les hauts de l'Ouest	7,65	21,82
Sud	5,86	4,52
Les plaines	4,72	6,87
Mafate	3,08	2,11
Sud Sauvage	<u>2,79</u>	3,42
Cilaos	<u>2,67</u>	5,01
Salazie	<u>1,63</u>	1,00
Est	<u>1,20</u>	0,45

LES EUROPEENS

Satisfaction générale de l'hébergement

Moyenne = 4,43 Ecart-type = 0,62

Médiane = 4,53

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	0	0%
De 2,00 à 3,00	0	0%
De 3,00 à 4,00	14	14%
4,00 et plus	88	86%
Total	102	100%

Satisfaction de l'hébergement selon la région

	Moyenne	Ecart-type
Sud	4,68	0,58
Ouest et les Hauts de l'ouest	4,48	0,67
Mafate	4,36	0,84
Cilaos	4,33	0,83
Sud Sauvage	4,21	0,75
Est	4,20	0,84
Nord	4,13	0,94
Salazie	4,12	0,87
Les Plaines	4,00	1,24

LES EUROPEENS***Restaurant et restauration rapide : modes de restauration préférés des européens***

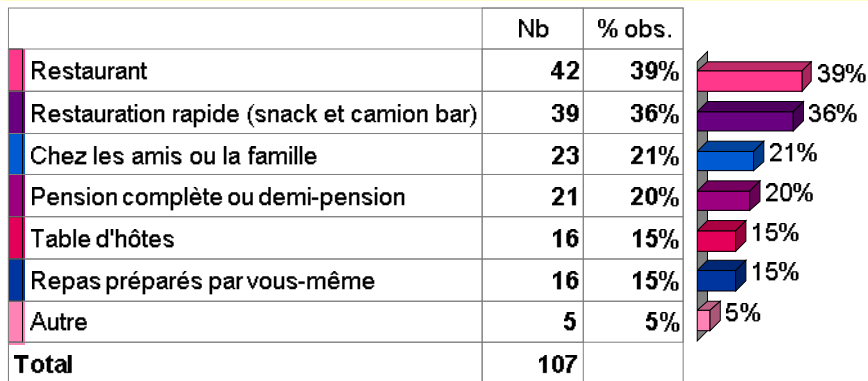
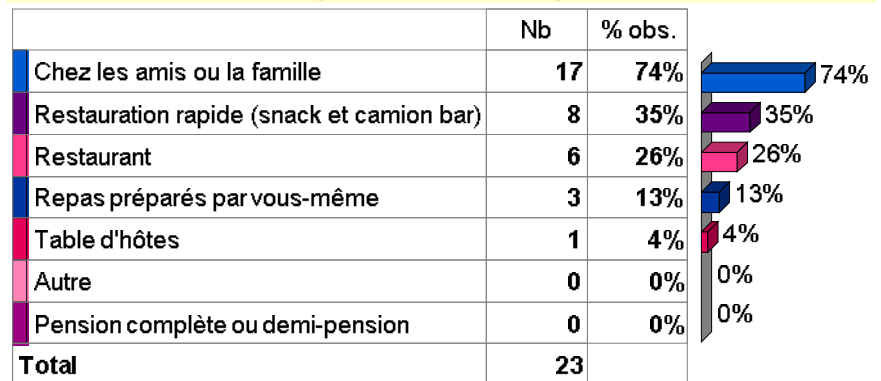
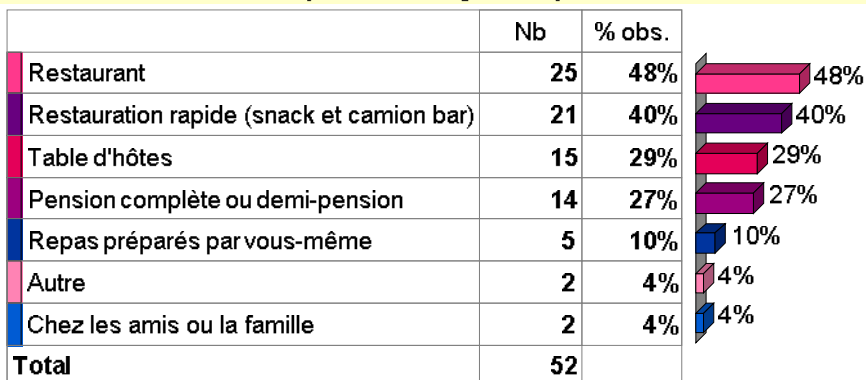
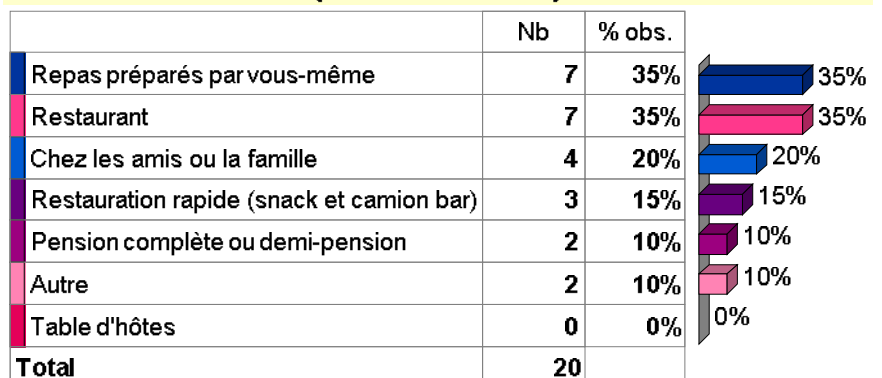
39% des touristes européens se sont restaurés dans les restaurants de l'île et 36% auprès des snack-bars. Ces taux augmentent de manière significative si l'on considère les touristes d'agrément (48 et 40%)

Comme pour l'ensemble des touristes, les affinitaires se sont restaurés principalement dans leur famille ou chez leurs amis (74%).

En revanche, si on se focalise sur le tourisme d'affaires, on constate que pratiquement 1/3 ont préféré se préparer eux-mêmes les repas alors que les autres préfèrent le restaurant (1/3).

LES EUROPEENS

Mode de restauration

Mode de restauration
(Tourisme affinitaire)Mode de restauration
(Tourisme d'agrément)Mode de restauration
(Tourisme d'affaires)

LES EUROPEENS

Leur parcours : leurs visites, leurs activités

Les outils pour choisir les activités

Deux sources d'informations sont les principaux « outils de décision » des touristes européens quant au choix de leurs activités :

- Les amis et la famille pour les touristes affinitaires ;
- Les guides de voyages pour les touristes d'agrément ;
- Internet n'apparaît qu'en 3^{ème} position avec un peu moins de 20% des touristes.

Outils choix des activités

	Nb	% obs.
Amis/famille	37	35%
Guides de voyages	35	33%
Internet	20	19%
Autres (précisez)	16	15%
Informations disponibles à l'hébergement	12	11%
Offices du Tourisimes locaux	10	9%
Presse locale	2	2%
Total	107	

Outils choix des activités (Tourisme d'agrément)

	Nb	% obs.
Guides de voyages	29	56%
Internet	12	23%
Amis/famille	10	19%
Informations disponibles à l'hébergement	7	13%
Offices du Tourisimes locaux	7	13%
Autres (précisez)	7	13%
Presse locale	0	0%
Total	52	

LES EUROPEENS

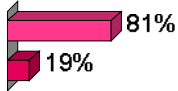
Les plages

81% des touristes ont été au moins une fois à la plage durant leur séjour. Ils sont également satisfaits (4,20/5). Seulement, 1 personne a été déçue.

La plage la plus fréquentée est celle de l'Hermitage puisque près d'un européen sur deux s'y est rendu. Un peu moins d'un tiers a fréquenté Boucan Canot. Les autres plages ont été fréquentées par environ $\frac{1}{4}$ des touristes.

Fréquentation plage

	Nb	% cit.
Oui	87	81%
Non	20	19%
Total	107	100%



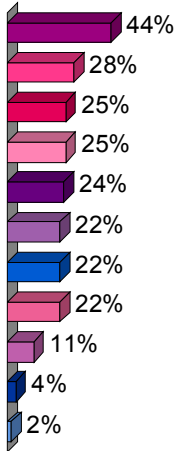
Satisfaction générale des plages fréquentées

Moyenne = 4,20 Ecart-type = 0,64

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	1	1%
De 2,00 à 3,00	0	0%
De 3,00 à 4,00	9	11%
4,00 et plus	74	88%
Total	84	100%

Les plages les plus fréquentées

	Nb	% obs.
Hermitage	47	44%
Boucan Canot	30	28%
Roches Noires	27	25%
Etang Salé	27	25%
La Saline	26	24%
Grand Anse	24	22%
Saint Leu	24	22%
Saint Pierre	24	22%
Manapany	12	11%
Trois Bassins	4	4%
Autres	2	2%
Total	107	



Satisfaction plages fréquentées

	Moyenne	Ecart-type
Trois Bassins	4,50	0,58
Grand Anse	4,36	0,66
Roches Noires	4,36	0,64
Etang Salé	4,33	0,56
Manapany	4,30	0,67
L'Hermitage	4,20	0,63
Saint Leu	4,18	0,73
Boucan Canot	4,14	0,89
Autre	4,00	
Saint Pierre	4,00	0,82
La Saline	3,84	0,85

LES EUROPEENS

Les européens préfèrent la montagne aux activités culturelles

Contrairement aux autres touristes, les européens ont une préférence pour les activités liées à la montagne : les randonnées pédestres d'une journée et plus ont été pratiquées par près d'un tiers d'entre eux.

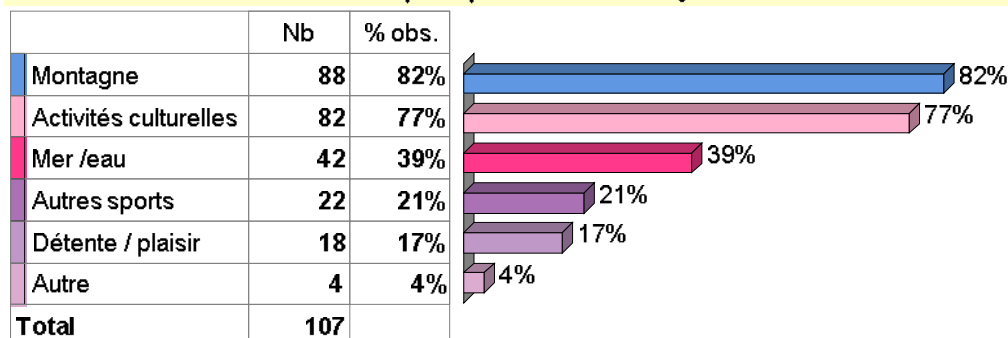
Viennent ensuite, les activités culturelles : près d'un tiers a visité les musées, 20% les jardins et 18% se sont rendus à un spectacle ou au cinéma.

Loin derrière les activités liées à la mer consistent essentiellement à des promenades en mer (11%) et un peu de body board (8%).

Les activités sont bien appréciées (4,55/5) en moyenne pour l'ensemble des activités. Seulement 5% des touristes ont mis une note entre 3 et 4 et jugent la qualité de leurs activités moyenne.

L'analyse détaillée de la satisfaction des activités, bien que sujette à caution car le nombre d'observations reste modeste, montre qu'à l'exception des excursions touristiques, les taux moyens de satisfaction sont supérieurs ou égaux à 4.

Activités pratiquées durant le séjour



Satisfaction générale des activités pratiquées

Moyenne = 4,55 Ecart-type = 0,47
Médiane = 4,58

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	0	0%
De 2,00 à 3,00	0	0%
De 3,00 à 4,00	5	5%
4,00 et plus	87	95%
Total	92	100%

Activités pratiquées durant le séjour

	Nb	% obs.	
Musées	34	32%	32%
Randonné pédestre (1 j)	34	32%	32%
Randonnée pédestre (+1 j)	32	30%	30%
Jardin	22	21%	21%
Randonnée pédestre (1/2 j)	20	19%	19%
Cinéma, théâtre, spectacle, concert, activités culturelles	18	17%	17%
Promenade en mer	12	11%	11%
Discothèque	11	10%	10%
Surf, Bodyboard, Long Board	9	8%	8%
Plongée	7	7%	7%
Parapente	6	6%	6%
Survol en hélicoptère	6	6%	6%
Excursion découverte en bus	5	5%	5%
Autre	4	4%	4%
Casino	4	4%	4%
Rafting, canoé, randonnée aquatique	4	4%	4%
VTT	3	3%	3%
Kayak	3	3%	3%
Spa/thalasso, centres de remise en forme	3	3%	3%
Pêche au gros	3	3%	3%
Excursion touristique (guide péi)	3	3%	3%
4x4	3	3%	3%
Randonnées équestres	2	2%	2%
Jet ski	2	2%	2%
Voile	2	2%	2%
Canyoning	1	<1%	<1%
ULM	1	<1%	<1%
Quad	1	<1%	<1%
Escalade	1	<1%	<1%
Parcours acrobatiques en forêt	0	0%	0%
Golf	0	0%	0%
Ski nautique	0	0%	0%
Planche à voile, Kite surf	0	0%	0%
Total	107		

Satisfaction des activités pratiquées durant le séjour			
	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Spa/thalasso, centres de remise en forme	5,00	0,00	3
ULM	5,00		1
Survol en hélicoptère	5,00	0,00	6
4x4	5,00	0,00	3
Quad	5,00		1
Randonnée équestre	5,00	0,00	2
Escalade	5,00		1
Canyoning	5,00		1
Kayak	5,00	0,00	3
Jet Ski	5,00	0,00	2
Promenade en mer	4,92	0,29	12
Plongée	4,86	0,38	7
Parapente	4,83	0,41	6
Surf, Body Board, Long Board	4,78	0,44	9
Rafting, Canoé, randonnée aquatique	4,75	0,50	4
Randonnée pédestre (1j)	4,71	0,46	35
Randonnée pédestre (+1j)	4,71	0,53	31
Pêche au gros	4,67	0,58	3
Randonnée pédestre (1/2 j)	4,65	0,59	20
jardin	4,59	0,59	22
Voile	4,50	0,71	2
Cinéma, théâtre, spectacle, concert, activités culturelles	4,44	0,62	18
VTT	4,33	1,15	3
Casino	4,33	0,58	3
Musées	4,24	0,61	34
Discothèque	4,17	0,58	12
Excursion découverte en bus	4,00	1,26	6
Autres	4,00	1,41	4
Excursion touristique	3,50	0,71	2
Parcours acrobatiques en forêt			0
Golf			0
Ski nautique			0
Planche à voile, kitesurf			0

Le Volcan et les coulées de lave attirent également les européens

Près de 2/3 des touristes européens se sont rendus sur le volcan et les coulées de lave. Les cirques sont aussi très populaires notamment ceux de Cilaos et Salazie puisque près de la moitié des européens se sont rendus sur les lieux. Mafate, moins accessible, attire tout de même 1/3 des européens.

La satisfaction est également bonne : 4,57/5. 10% des touristes européens ont mis une note entre 3 et 4, jugeant les sites naturels moyens.

L'analyse détaillée nous montre que les coulées de lave, l'un des sites les plus visités, est l'un des plus appréciés (4,76/5). Les cirques et le volcan sont également très bien notés : les européens ont jugé leur visite bonne.

Bassin La Paix a eu une note de 5/5, soit un lieu jugé excellent par ses visiteurs. Cependant, seulement 5 personnes se sont rendues sur le site.

LES EUROPEENS

Les sites naturels les plus visités

	Nb	% obs.	
La plaine des Sables/ Pas de Bellecombe / Volcan	64	60%	60%
Coulées de lave	60	56%	56%
Cirque de Cilaos	59	55%	55%
Cirque de Salazie	58	54%	54%
Cirque de Mafate	34	32%	32%
Maido	32	30%	30%
Grand Anse	30	28%	28%
Anse des Cascade	24	22%	22%
Cascade Niagara	21	20%	20%
Rivière Langevin	20	19%	19%
Forêt de Bébour/Trou de Fer	19	18%	18%
Manapany les bains	14	13%	13%
Piton des Neiges	12	11%	11%
Takamaka	11	10%	10%
Bassin La paix	5	5%	5%
autre (précisez)	3	3%	3%
Sentier Littoral Saint Denis / Sainte Suzanne	2	2%	2%
Total	107		

Satisfaction générale des sites naturels visités

Moyenne = 4,57 Ecart-type = 0,50
Médiane = 4,75

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	0	0%
De 2,00 à 3,00	0	0%
De 3,00 à 4,00	9	10%
4,00 et plus	77	90%
Total	86	100%

Satisfaction des sites naturels visités

	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Bassin la paix	5,00	0,00	5
Coulée de lave	4,76	0,50	59
Cirque de Mafate	4,73	0,52	33
Cirque de Salazie	4,71	0,59	58
Anses des cascades	4,69	0,47	26
Cirque de Cilaos	4,68	0,57	59
Volcan	4,66	0,64	65
Maido	4,65	0,66	31
Manapany les Bains	4,63	0,62	16
Piton des neiges	4,58	0,51	12
Grand Anse	4,55	0,62	31
Sentier littoral nord	4,50	0,71	2
Cascade Niagara	4,30	0,86	20
Takamaka	4,27	1,01	11
Cascade langevin	4,26	0,93	19
Bébour / forêt de Bélouve	4,21	0,98	19

LES EUROPEENS

Les villes visitées : Saint Gilles, Saint Denis et Saint Pierre attirent la moitié des européens

Saint Gilles a attiré un touriste sur deux, Saint Denis est la seconde ville visitée avec 41% des européens qui s'y sont rendus. Enfin, Saint Pierre est également populaire avec 38% des touristes européens qui l'ont visitée.

Puis viennent les villes des deux cirques : Cilaos, Salazie et Hell Bourg avec respectivement 36, 32 et 30% des touristes européens. A l'opposé les villes de l'Est n'attirent que peu de visiteurs.

Le taux de satisfaction est de 4,13 sur 5 en moyenne. Cependant, 17% des touristes ont jugé leur visite moyenne. Il s'agit du plus fort taux.

L'analyse détaillée nous montre que Hell Bourg a été la ville préférée des européens, au regard de son taux de fréquentation. A l'opposé, Saint Denis a été moins bien appréciée et a eu une note des plus faibles, soit 3,75/5.

LES EUROPEENS

Les villes les plus visitées

	Nb	% obs.	
Saint Gilles	54	50%	50%
Saint Denis	44	41%	41%
Saint Pierre	41	38%	38%
Cilaos	38	36%	36%
Saint Paul	36	34%	34%
Hell Bourg	34	32%	32%
Salazie	32	30%	30%
Saint Leu	31	29%	29%
La plaine des Cafres	17	16%	16%
Saint Philippe	16	15%	15%
Sainte Rose	15	14%	14%
Le Tampon	14	13%	13%
Etang Salé	14	13%	13%
Saint Joseph	13	12%	12%
La plaine des palmistes	10	9%	9%
Petite Ile	10	9%	9%
Saint Louis	10	9%	9%
Entre-deux	9	8%	8%
Saint Benoit	8	7%	7%
Saint André	8	7%	7%
Sainte Suzanne	8	7%	7%
Sainte Anne	8	7%	7%
La Possession	7	7%	7%
Sainte Marie	7	7%	7%
Le Port	7	7%	7%
Les avirons	6	6%	6%
Bras Panon	5	5%	5%
Trois bassins	3	3%	3%
Total	107		

Satisfaction des villes visitées

	Moyenne	Ecart -type	Effectif
Entre-Deux	4,73	0,47	11
Saint André	4,50	0,53	8
Hell Bourg	4,37	0,69	35
Etang Salé	4,36	0,63	14
Cilaos	4,33	0,87	39
Petite Ile	4,30	0,67	10
Saint Paul	4,22	0,48	36
Saint Pierre	4,22	0,65	41
Le Tampon	4,20	0,86	15
Salazie	4,19	0,86	32
Saint Joseph	4,15	1,14	13
Les Avirons	4,14	0,90	7
Sainte Marie	4,14	0,90	7
Sainte Rose	4,13	0,64	15
Saint Leu	4,03	0,55	31
Trois Bassins	4,00	0,00	3
La Plaine des Palmistes	4,00	1,00	11
Sainte Anne	4,00	0,50	9
Saint Gilles	3,98	0,69	53
La Plaine des Cafres	3,94	0,64	18
Le Port	3,88	0,64	8
Saint Philippe	3,88	0,89	16
Saint Louis	3,80	0,63	10
Bras Panon	3,80	0,45	5
Saint Suzanne	3,75	1,04	8
Saint Benoit	3,75	0,71	8
Saint Denis	3,75	0,97	44
La Possession	3,57	1,27	7

Satisfaction générale des villes visitées

Moyenne = **4,13** Ecart-type = **0,64**
Médiane = **4,00**

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	0	0%
De 2,00 à 3,00	5	5%
De 3,00 à 4,00	17	17%
4,00 et plus	76	78%
Total	98	100%

LES EUROPEENS*Les lieux visités*

Les marchés, notamment ceux de Saint Paul et de Saint Pierre ont été visités par 38% et 20% des européens. Celui de Saint Denis est moins populaire puisque seulement 16% des européens se sont rendus rue Maréchal Leclerc. La plupart d'entre eux se rendent sur ces points de vente pour acheter leurs souvenirs : 88% ont acheté des articles sur le marché de Saint Paul, 86% sur celui de Saint Pierre et 78% sur celui de Saint Denis.

5 types de souvenirs sont régulièrement achetés :

- Les punchs et les rhums ; à l'instar de l'ensemble des touristes ;
- Les livres : la prédominance de touristes francophones explique ce constat. Des versions en langues étrangères sont peut être à envisager ;
- Epices et vanille, achetés sur les marchés ;
- T-shirt et paréos également achetés sur les marchés la plupart du temps.

Les lieux culturels et pédagogiques sont également visités : 20% des touristes se sont rendus à la Maison du Volcan ; 18% à Kelonia et 16% à l'Aquarium de La Réunion.

On constate une bonne satisfaction des touristes (4,23/5). Cependant, et pour la première fois, 3% des européens ont mis une note moyenne entre 2 et 3 ; jugeant la visite des lieux passable. Ces 3 personnes ont toutefois mis des notes supérieures à 4 sur les autres activités du parcours.

LES EUROPEENS

Les lieux les plus visités

	Nb	% obs.	
Marché de Saint Paul	41	38%	38%
Marché couvert de Saint Pierre	22	21%	21%
Maison du Volcan	21	20%	20%
Kélonia	19	18%	18%
Marché couvert de Saint Denis	17	16%	16%
Aquarium de La Réunion	17	16%	16%
Jardin d'Eden	11	10%	10%
Coopérative de la vanille	11	10%	10%
Autre	10	9%	9%
Musée Villèle	9	8%	8%
Museum Stella Matutina	8	7%	7%
Jardin des parfums et des épices	8	7%	7%
Maison Folio	8	7%	7%
Maison de la broderie	5	5%	5%
Croc Parc	5	5%	5%
Saga du rhum	5	5%	5%
Village de l'Eperon	4	4%	4%
Museum d'Histoire Naturelle	4	4%	4%
Musée Léon Dierx	4	4%	4%
Chais de Cilaos	3	3%	3%
Usine sucrière de Bois Rouge	2	2%	2%
Observatoire des Makes	2	2%	2%
Conservatoire Botanique National des Mascareignes	2	2%	2%
Domaine des Tourelles	1	<1%	<1%
Usine sucrière du Gol	1	<1%	<1%
Parc du Colosse	0	0%	0%
Labyrinthe Champ thé	0	0%	0%
Total	107		

LES EUROPEENS

Satisfaction générale des lieux visités

Moyenne = **4,24** Ecart-type = **0,66**
Médiane = **4,00**

	Nb	% cit.
Moins de 1,00	0	0%
De 1,00 à 2,00	0	0%
De 2,00 à 3,00	3	3%
De 3,00 à 4,00	11	12%
4,00 et plus	75	84%
Total	89	100%

Type de souvenirs achetés

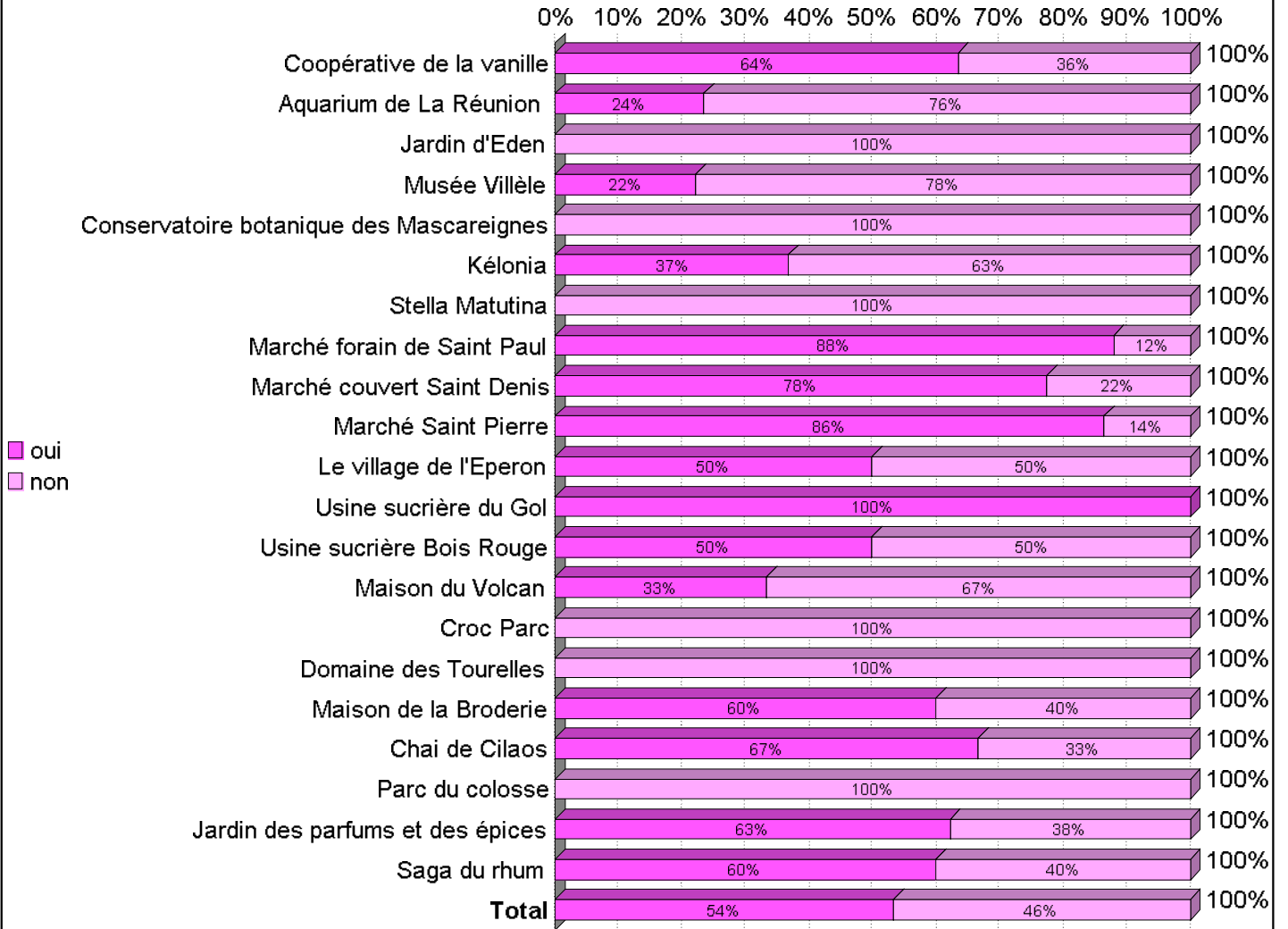
	Nb	% obs.
Rhum, punch	63	59%
Livres	51	48%
Epices	46	43%
Vanille	45	42%
T shirt/paréo	43	40%
Confitures	18	17%
Fruits	18	17%
Objet d'art en bois	17	16%
Vannerie	15	14%
Autres (précisez)	11	10%
Bijoux	9	8%
Vin de Cilaos	7	7%
Broderie de Cilaos	7	7%
Chocolat	6	6%
Sucre	4	4%
Musique	4	4%
Linge de maison	3	3%
Total	107	

Satisfaction des lieux visités

	Moyenne	Ecart-type	Effectif
Jardin des parfums et des épices	5,00	0,00	8
Domaine des Tourelles	5,00		1
Maison Folio	4,63	1,06	8
Musée Villèle	4,63	0,52	8
Autres	4,60	0,52	10
Saga du rhum	4,60	0,55	5
Kélonia	4,53	0,61	19
Usine sucrière Bois Rouge	4,50	0,71	2
Aquarium de La Réunion	4,47	0,51	17
Maison de la Broderie	4,40	0,55	5
Maison du Volcan	4,33	0,58	21
Marché de Saint Paul	4,29	0,75	41
Marché Saint Pierre	4,27	0,55	22
Coopérative de la vanille	4,27	0,79	11
Le village de l'Eperon	4,25	0,50	4
Marché Saint Denis	4,12	0,70	17
Jardin D'Eden	4,09	1,14	11
Usine sucrière du Gol	4,00		1
Conservatoire botanique	4,00	0,00	3
Observatoire des Makes	4,00	0,00	2
Museum d'Histoire Naturelle	4,00	0,82	4
Musée Léon Dièrx	4,00	0,82	4
Musée Stella Matutina	3,75	0,71	8
Chai de Cilaos	3,33	1,15	3
Croc Parc	2,00	1,22	5
Parc du colosse			0
Labyrinthe Champs de thé			0
Total	4,28	0,79	

Achat de cadeaux souvenirs dans les lieux visités

p = <1% ; chi2 = 81,16 ; ddl = 20 (TS)



Une satisfaction moyenne

Rapport qualité/prix : des efforts à faire

Le rapport qualité/prix de la destination Réunion est jugé globalement moyen (3,35/5). 36% l'ont jugé bon et 36% moyen. 17% l'ont jugé passable ou mauvais.

Trois atouts majeurs de La Réunion ont été mis en avant par les touristes :

- La mise en valeur du patrimoine naturel (4,12/5) ;
- L'accueil chez les professionnels (4,04/5) ;
- La propreté des sites naturels (3,95/5).

En revanche, les européens pointent du doigt également les points faibles de La Réunion :

- La propreté des villes (3,40/5) ;
- Les conditions de circulations et la faiblesse de la signalisation touristique (3,31 et 3,16/5) ;
- L'animation en début de soirée, dont la satisfaction est mauvaise (2,91/5).

Animer les soirées un impératif

67% des touristes n'ont pas eu d'activité en soirées. Seulement 9% se sont rendus dans les bars des villes. Cependant, beaucoup de ces touristes sont venus pour faire des randonnées et visiter les lieux naturels. En conséquence, ils ont peu d'attentes. Seulement 19% ont manifesté des souhaits dans ce domaine.

A la différence des autres touristes, les européens attendent plus d'animation de culture créole (26%) : soirées créoles ; films réunionnais ; soirée maloya ; spectacles folkloriques et concerts de musique traditionnelle. Ils ont également des attentes plus spécifiques comme des after-work pour le tourisme d'affaires.

Une perception similaire à celle des autres touristes

La perception de La Réunion par les européens est peu différente de celle des touristes en général :

- 92% pensent que leur voyage est une expérience enrichissante
- 91% ont remarqué la diversité des paysages
- 92% saluent le métissage
- 80% se sont détendus

En revanche :

- 54% ne considèrent pas La Réunion comme une destination haut de gamme ;

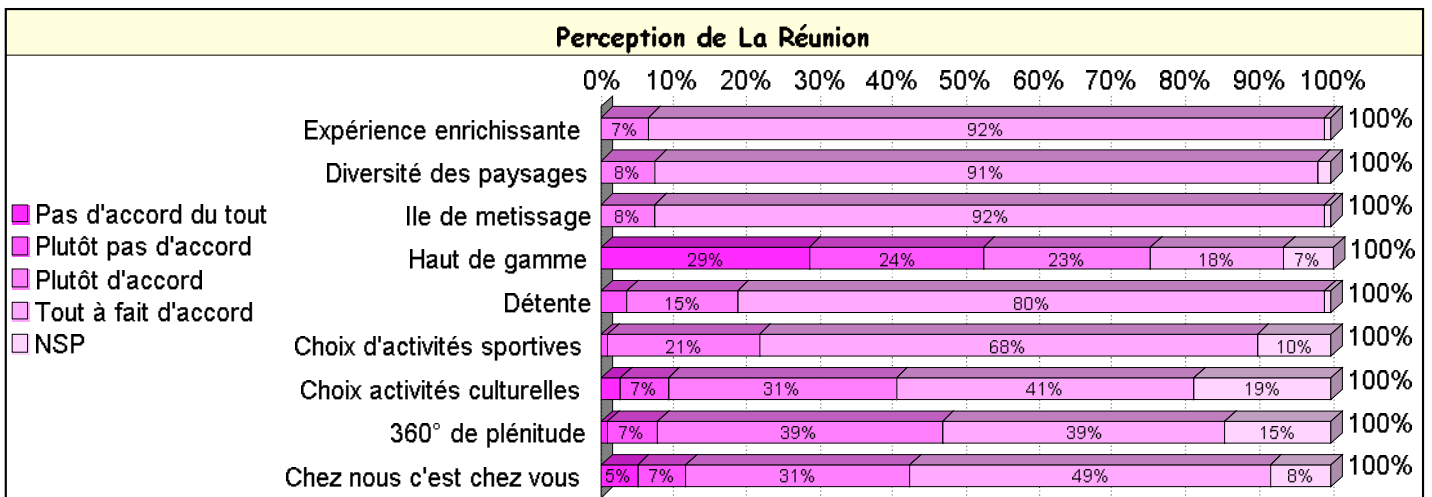
LES EUROPEENS

Rapport qualité / prix

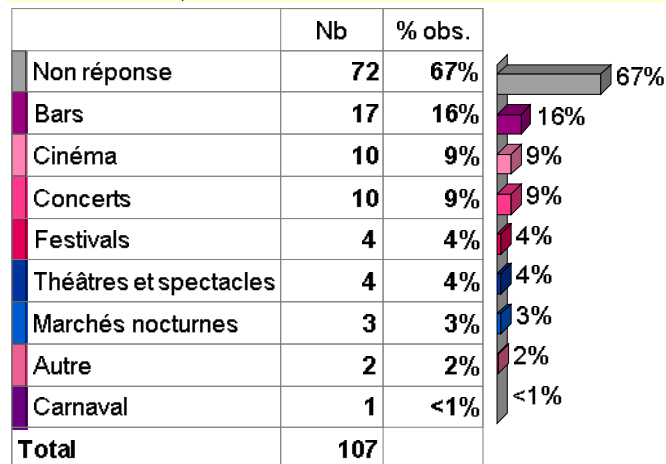
Moyenne = 3,35 Ecart-type = 1,05

	Nb	% cit.
Mauvais	8	8%
Passable	9	9%
Moyen	38	37%
Bon	37	36%
Excellent	12	12%
Total	104	100%

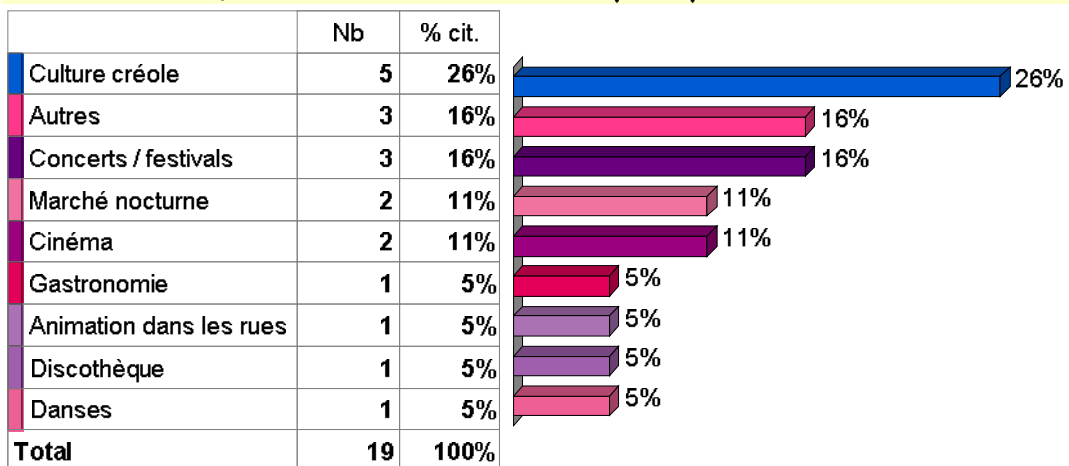
Satisfaction de la destination Réunion		
	Moyenne	Ecart-type
Mise en valeur du patrimoine naturel	4,12	0,73
L'accueil chez les professionnels	4,04	0,88
Propreté des sites naturels	3,95	0,83
Propreté des plages	3,72	0,88
Mise en valeur du patrimoine historique et culturel	3,62	0,95
Propreté des villes	3,40	0,86
Conditions de circulation	3,31	1,14
Signalisation touristique	3,16	0,95
Animation en début de soirée	2,91	1,05



Participation aux événements de soirées



Quelles activités auriez-vous aimé participer en soirée ?

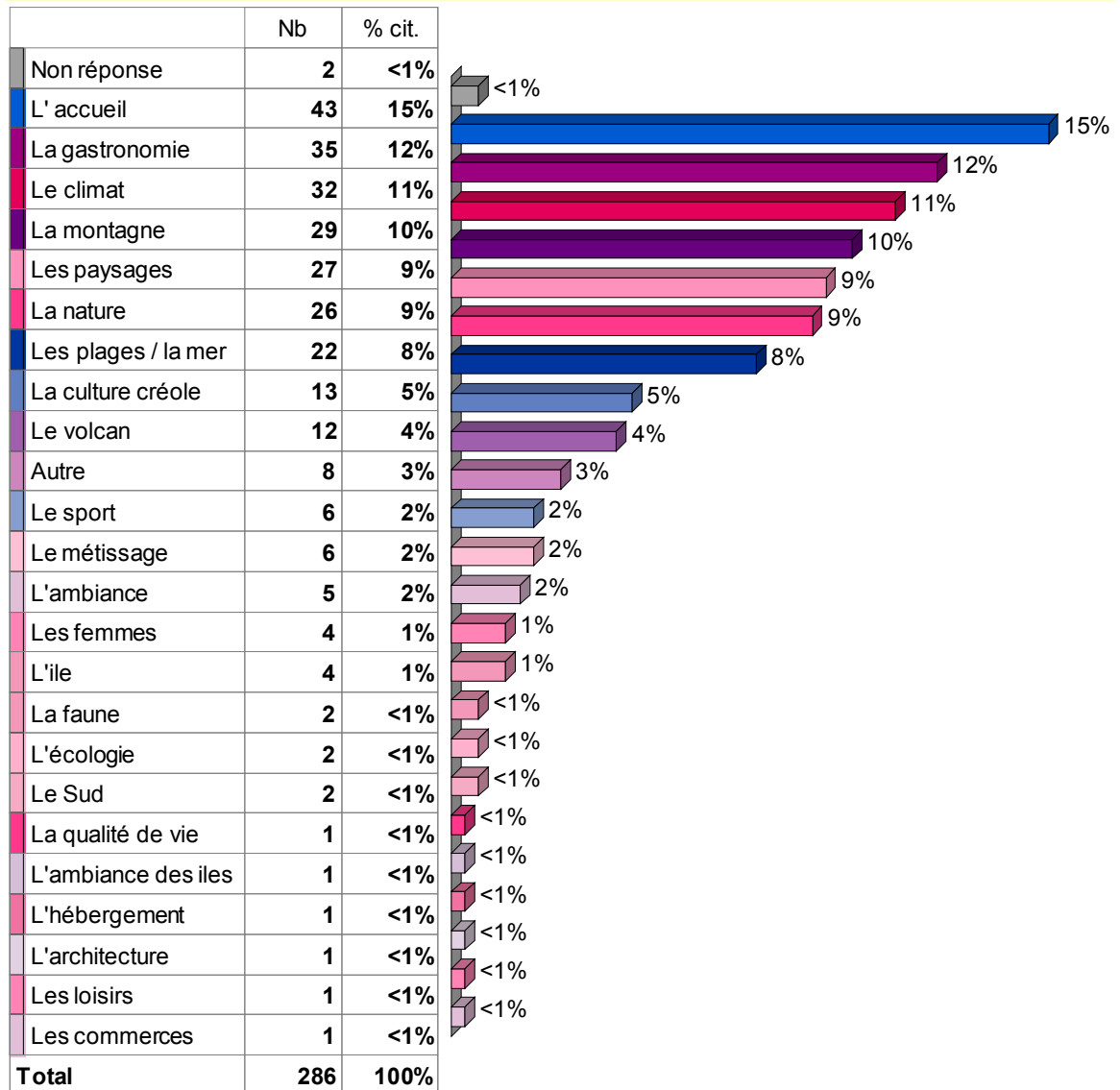


LES EUROPEENS

La tribune libre des européens : des atouts et des déceptions peut différents des autres touristes.

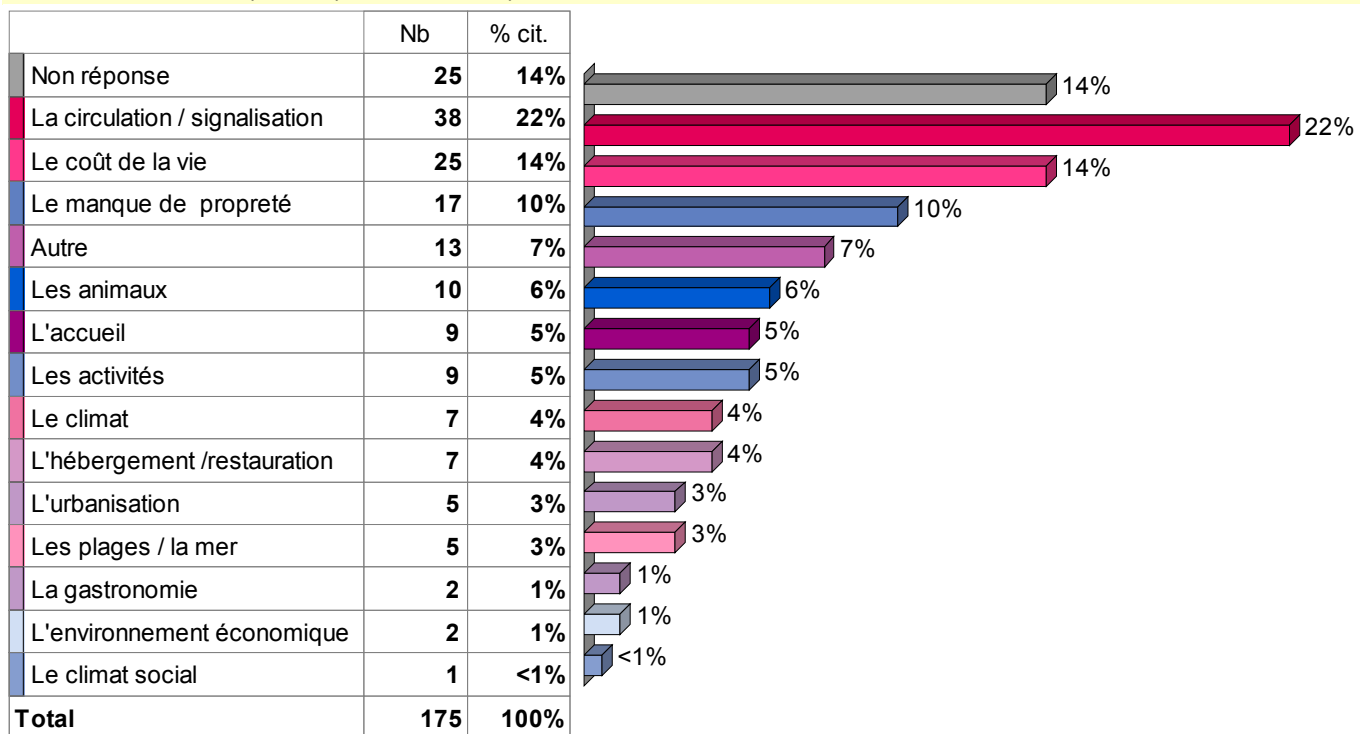
L'accueil, la gastronomie et le climat sont les points forts de La Réunion, au même titre que ses paysages : son patrimoine naturel, ses montagnes si près des plages.

La circulation, le coût de la vie et le manque de propreté des plages et des villes doivent être le cheval de bataille de La Réunion.

Quels sont les 3 points qui vous ont le plus séduit?


LES EUROPEENS

Quels sont les trois points qui vous ont le plus déçu?





LES CROISIERISTES

Méthodologie

Durant un après-midi, nous avons interrogé les croisiéristes sur leurs impressions de leur journée passée à La Réunion. L'échange s'est réalisé lors de leur retour sur le bateau. 50 personnes ont accepté de répondre à notre questionnaire. Les résultats sont présentés ci-après. En revanche, il s'agit d'une tendance de la perception de La Réunion par ces personnes, mais en aucun cas une étude statistique, qui aurait nécessité un échantillon plus large.

Le profil des croisiéristes

55% des personnes interrogées sont des hommes. La moyenne d'âge des croisiéristes est plus élevée que celle des touristes : 44 ans en moyenne. 53% avaient plus de 50 ans. 39% d'entre eux sont des retraités. 70% sont mariés ou pacsés et 50% sont venus en couple. 20% sont venus en famille et 20% entre amis.

68% d'entre eux étaient originaires d'Afrique du Sud. Ce constat est le résultat du jour d'enquête, puisqu'il s'agissait d'une croisière sud-africaine. Cependant, l'origine des croisières fait qu'il y a une plus grande diversité de l'origine géographique des visiteurs par rapport à ce que l'on peut observer habituellement à l'aéroport.

LES CROISIERISTES

Sexe

	Nb	% cit.
Homme	27	55%
Femme	22	45%
Total	49	100%

Age

Moyenne = 44,82 Ecart-type = 11,97

	Nb	% cit.
Moins de 24 ans	5	10%
De 25 à 49 ans	18	37%
Plus de 50 ans	26	53%
Total	49	100%

Lieu de résidence

	Nb	% cit.
Métropole	6	12%
Mayotte	0	0%
Maurice	0	0%
Madagascar	3	6%
Autre(précisez)	41	82%
Total	50	100%

Autre lieu de résidence

	Nb	% cit.
Afrique	34	83%
Amérique	3	7%
Union Européenne	3	7%
Autre Europe	1	2%
Total	41	100%

CSP

	Nb	% cit.
Retraité	19	39%
Employé	12	24%
Cadre sup, prof libérale /chef d'entreprise	8	16%
Artisan/commerçant	4	8%
Etudiant	3	6%
Autre	2	4%
Prof.intermédiaire	1	2%
Ouvrier	0	0%
Agriculteur	0	0%
Total	49	100%

Situation familiale

	Nb	% cit.
Marié(e)/ pacsé(e)	35	70%
Célibataire	10	20%
Divorcé(e)/séparé(e)	3	6%
Veuf(ve)	2	4%
Concubinage	0	0%
Total	50	100%

A La Réunion, vous êtes venu :

	Nb	% cit.
Seul	2	4%
En couple	24	49%
En famille	10	20%
Entre amis	10	20%
En voyage organisé	1	2%
Autre	2	4%
Total	49	100%

Qui ne restent qu'une journée sur l'île

La durée du séjour est extrêmement courte. Le navire arrive le matin et repart en fin d'après-midi. **La durée de séjour se limite à une seule journée.** Ces derniers peuvent alors choisir plusieurs options :

- Rester à bord durant l'escale
- Acheter à bord des excursions
- Acheter sur place des excursions proposées par l'Office du Tourisme de La Possession.

Pourquoi ont-ils choisi La Réunion ?

Pour 54% des touristes, visiter La Réunion était une opportunité du fait que la croisière y faisait escale. Il ne s'agit pas d'un choix délibéré. Ensuite, les critères de sélection de la croisière sont la mer et la plage ainsi que l'ambiance des îles.

A la différence des autres touristes, s'ils font escale à La Réunion pour voir la mer et la montagne, ils sont 48% à préférer la mer et seulement 18% à être séduits par la montagne.

LES CROISIERISTES

Critères de choix

	Nb	% obs.	
Autre (précisez)	27	54%	54%
La mer, la plage	10	20%	20%
L'ambiance des îles	8	16%	16%
La nature, la montagne	6	12%	12%
Le repos et la détente	4	8%	8%
L'expérience positive à La Réunion d'autres voyageurs	2	4%	4%
Le soleil/la chaleur	2	4%	4%
La langue française	1	2%	2%
La culture	1	2%	2%
Parc national des Hauts	0	0%	0%
Famille/amis	0	0%	0%
Les activités sportives	0	0%	0%
La sécurité d'un espace européen	0	0%	0%
La disponibilité des places	0	0%	0%
Le prix	0	0%	0%
Total	50		

Choix montagne / mer

	Nb	% cit.	
Mer et montagne	35	76%	76%
Mer uniquement	8	17%	17%
Montagne uniquement	3	7%	7%
Total	46	100%	

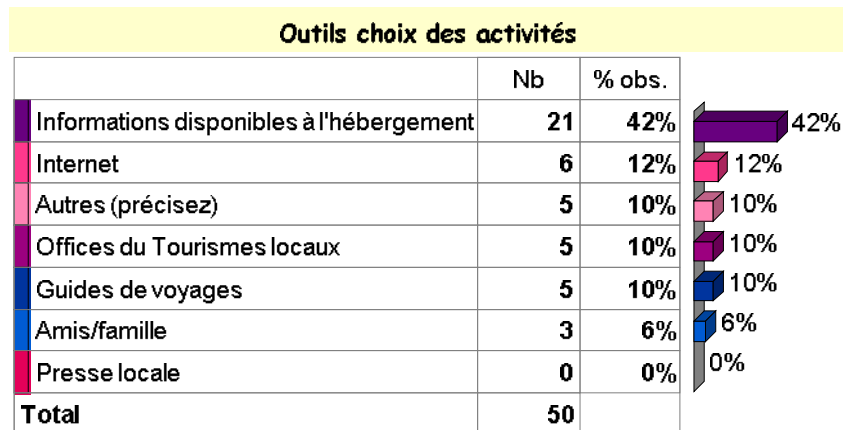
Avez-vous préféré :

	Nb	% cit.	
Mer	21	48%	48%
Indifférent	15	34%	34%
Montagne	8	18%	18%
Total	44	100%	

Leur parcours

Comment ont-ils choisi leurs activités ?

L'information disponible à bord a été pour 42% d'entre eux la source d'information utilisée quand à leur activité. Internet est la seconde source ; loin derrière l'information à bord. Parmi les « autres » sources, on trouve des informations disponibles à l'Agence de voyages qui a vendu la croisière. Une personne est déjà venue et une autre se débrouille seule pour choisir ses activités.



La plage

47% des touristes interrogés se sont rendus à la plage durant leur journée. La majorité se rend à l'Hermitage qui reste la plus populaire, suivie des Roches Noires et Boucan Canot.

Ils sont satisfaits de la qualité des plages puisqu'ils ont tous mis une note supérieure ou égale à 4.

Les autres activités

20% des touristes interrogés ont choisi une excursion en bus et 20% en taxi privé. Ces derniers ont alors profité de cette option pour aller faire du shopping (près de la moitié), bronzer sur les plages ou encore faire de la « randonnée ».

Là encore, la satisfaction est relativement bonne puisqu'ils ont tous mis une note supérieure ou égale à 4.

Les sites naturels visités

L'excursion en bus prévoyait une visite du Maido. Aussi, il s'agit du lieu naturel le plus visité. 4 touristes se sont rendus à Salazie et 3 au Volcan. La satisfaction est bonne (les notes sont supérieures ou égales à 4).

LES CROISIERISTES

Fréquentation plage

	Nb	% cit.
Oui	23	47%
Non	26	53%
Total	49	100%

Les plages les plus fréquentées

	Nb	% obs.
Hermitage	11	22%
Roches Noires	6	12%
Boucan Canot	5	10%
La Saline	2	4%
Etang Salé	0	0%
Trois Bassins	0	0%
Saint Leu	0	0%
Autres	0	0%
Grand Anse	0	0%
Manapany	0	0%
Saint Pierre	0	0%
Total	50	

Autres activités durant le séjour

	Nb	% cit.
shopping	7	47%
Plage	3	20%
Excursion en taxi	3	20%
marche	2	13%
Total	15	100%

Les sites naturels les plus visités

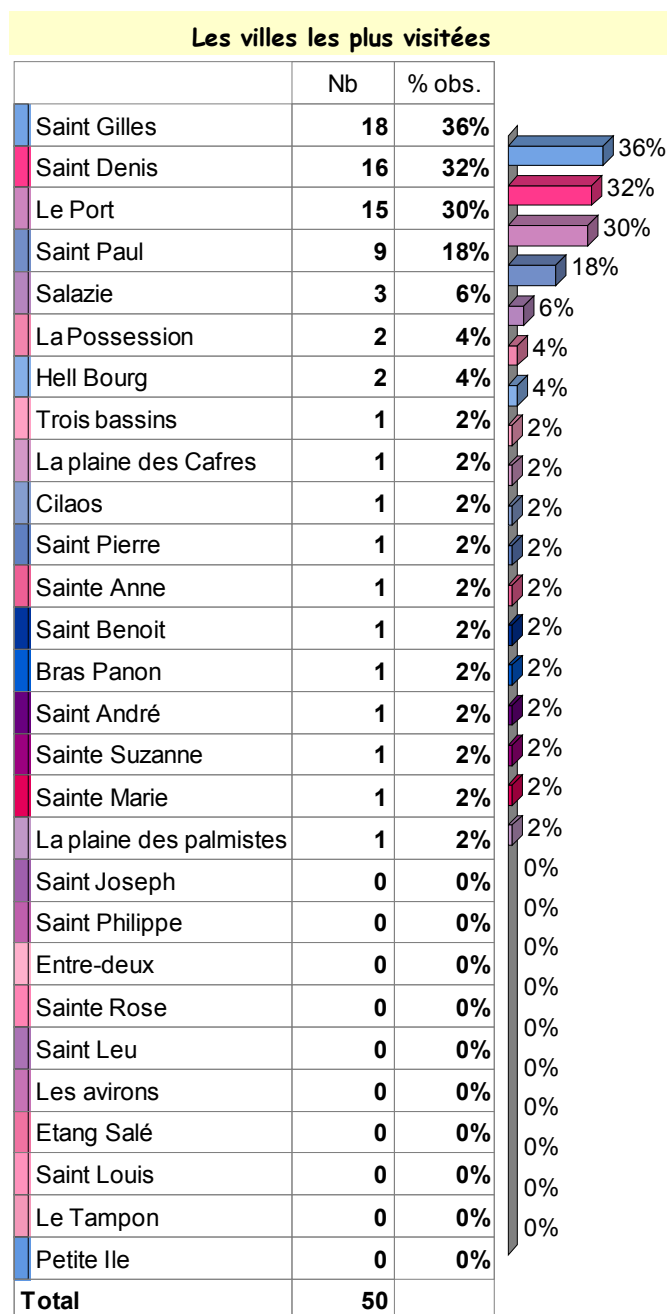
	Nb	% obs.
Maido	10	20%
Cirque de Salazie	4	8%
La plaine des Sables/ Pas de Bellecombe / Volcan	3	6%
Coulées de lave	2	4%
Sentier Littoral Saint Denis / Sainte Suzanne	2	4%
autre (précisez)	1	2%
Grand Anse	1	2%
Cirque de Mafate	1	2%
Cirque de Cilaos	1	2%
Cascade Niagara	1	2%
Rivière Langevin	0	0%
Piton des Neiges	0	0%
Takamaka	0	0%
Forêt de Bébour/Trou de Fer	0	0%
Manapany les bains	0	0%
Bassin La paix	0	0%
Anse des Cascade	0	0%
Total	50	

LES CROISIERISTES

Tous les touristes interrogés se sont rendus au moins dans une ville

Saint Gilles est la première ville visitée avec 18 touristes sur 50, suivie de Saint Denis et Le Port. L'appréciation est bonne (4,16/5). Sept touristes jugent les villes visitées moyennes (note égale à 3).

Saint Gilles a été la ville la plus appréciée (4,44/5). Saint Denis et Le Port sont jugées comme moyenne (3,93 et 3,83 respectivement).



LES CROISIERISTES

Les lieux les plus visités

Le marché couvert de Saint-Denis est le lieu le plus visité des croisiéristes, suivi du Village de l'Eperon.

Les touristes ont globalement apprécié les lieux visités (4,22/5) : 4,20 pour le marché couvert de Saint-Denis et 4 pour le village de l'Eperon.

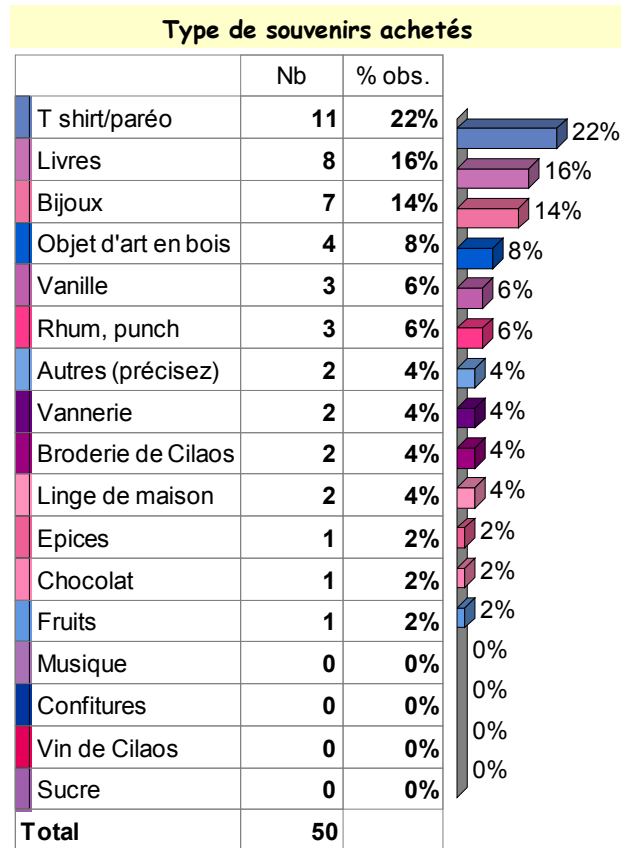
Ils sont également peu dépensiers : 20% ont acheté des souvenirs au marché couvert de Saint-Denis et 1 sur 2 au village de l'Eperon.

Les lieux les plus visités		
	Nb	% obs.
Marché couvert de Saint Denis	5	10%
Village de l'Eperon	4	8%
Autre	3	6%
Marché couvert de Saint Pierre	1	2%
Maison de la broderie	1	2%
Conservatoire Botanique National des Mascareignes	1	2%
Coopérative de la vanille	1	2%
Musée Léon Dierx	1	2%
Croc Parc	0	0%
Maison du Volcan	0	0%
Labyrinthe Champ thé	0	0%
Usine sucrière de Bois Rouge	0	0%
Usine sucrière du Gol	0	0%
Observatoire des Makes	0	0%
Jardin des parfums et des épices	0	0%
Parc du Colosse	0	0%
Maison Folio	0	0%
Marché de Saint Paul	0	0%
Museum Stella Matutina	0	0%
Kélonia	0	0%
Chais de Cilaos	0	0%
Musée Villèle	0	0%
Jardin d'Eden	0	0%
Aquarium de La Réunion	0	0%
Saga du rhum	0	0%
Museum d'Histoire Naturelle	0	0%
Domaine des Tourelles	0	0%
Total	50	

LES CROISIERISTES

T-shirt et paréo

Lorsqu'ils achètent des souvenirs, les t-shirts et les paréos sont les deux principaux produits achetés. Huit personnes ont acheté des livres et enfin 7 des bijoux. Il est à noter que ces produits sont vendus sur place à la descente du bateau.



LES CROISIERISTES

La restauration

80% des touristes qui ont fait escale à La Réunion, ont passé leur journée à l'extérieur. 18% n'ont passé qu'une demi-journée : ils ont alors préféré se restaurer sur le navire.

La moitié de ceux qui se sont restaurés à l'extérieur a choisi un camion-bar et l'autre un restaurant.

Mode de restauration		
	Nb	% obs.
Restauration rapide (snack et camion bar)	21	42%
Restaurant	21	42%
Autre	9	18%
Repas préparés par vous-même	0	0%
Pension complète ou demi-pension	0	0%
Table d'hôtes	0	0%
Chez les amis ou la famille	0	0%
Total	50	

La satisfaction des croisiéristes

Un rapport qualité/prix bon

Le rapport qualité/prix des touristes est jugé bon ou excellent par 83% des croisiéristes. Pour 3 d'entre eux il est jugé mauvais.

L'accueil des professionnels encore une fois salué

L'accueil des professionnels est encore une fois salué.

La propreté des lieux est aussi remarquée par les croisiéristes.

Cependant, les conditions de circulation, la mise en valeur du patrimoine naturel et celle du patrimoine historique et culturel, la propreté des plages et la signalisation touristique sont des axes de progrès. Les croisiéristes les jugent moyens.

Mais peu de temps pour percevoir La Réunion

Les touristes interrogés ne sont restés qu'une seule journée, il est difficile pour eux de nous renseigner sur leur perception de La Réunion. Ils ont toutefois perçu des aspects qui les ont séduits comme la diversité des paysages, qui incitent certains à vouloir revenir. Le métissage, la détente et l'expérience enrichissante sont également perçus malgré la durée du séjour.

En revanche, ils ne qualifient pas La Réunion comme une destination haut de gamme et ceci dès la première impression (1,75/5). Le choix des activités culturelles, sportives leur semble également restreint.

LES CROISIERISTES

Rapport qualité / prix

Moyenne = 4,02 Ecart-type = 1,06

	Nb	% cit.
Mauvais	3	7%
Passable	0	0%
Moyen	4	10%
Bon	20	49%
Excellent	14	34%
Total	41	100%

Satisfaction de la destination Réunion		
	Moyenne	Ecart-type
L'accueil chez les professionnels	4,24	0,68
Propreté des villes	4,21	0,70
Animation en début de soirée	4,00	1,41
Propreté des sites naturels	4,00	0,71
Conditions de circulation	3,97	0,73
Mise en valeur du patrimoine naturel	3,97	0,64
Propreté des plages	3,90	0,70
Mise en valeur du patrimoine historique et culturel	3,69	1,01
Signalisation touristique	3,48	0,77

Perception de La Réunion		
	Moyenne	Ecart-type
Diversité des paysages	3,75	0,67
Ile de metissage	3,74	0,67
Détente	3,67	0,52
Expérience enrichissante	3,67	0,78
360° de plénitude	1,87	1,75
Haut de gamme	1,75	1,64
Choix activités culturelles	1,19	1,59
Choix d'activités sportives	1,02	1,52
Chez nous c'est chez vous	0,86	1,41

LES CROISIERISTES

Des croisiéristes qui pensent revenir

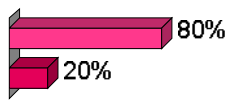
80% d'entre eux n'étaient jamais venus à La Réunion ; Parmi ceux qui connaissaient déjà La Réunion, 4 ont trouvé leur séjour identique, 2 meilleur et 1 moins bon.

La plupart des visiteurs conseilleront également à leurs proches de venir à La Réunion. La personne qui n'a pas souhaité recommander La Réunion trouve la destination trop chère.

Les visiteurs pensent également pour la plupart revenir : près de 70%, 13 sont incertains et 2 préfèrent ne pas revenir.

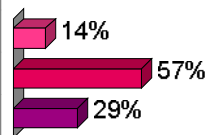
Première visite

	Nb	% cit.
Oui	39	80%
Non	10	20%
Total	49	100%



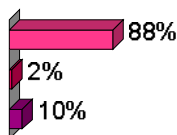
Par rapport à vos précédents séjours, diriez-vous que celui-ci était :

	Nb	% cit.
Moins Bon	1	14%
Pareil	4	57%
Meilleur	2	29%
Total	7	100%



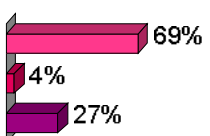
Suite à votre séjour, conseillerez-vous à vos proches et amis de venir à La Réunion?

	Nb	% cit.
Oui	43	88%
Non	1	2%
NSP	5	10%
Total	49	100%



Et vous, vous reviendrez?

	Nb	% cit.
oui	33	69%
non	2	4%
nsp	13	27%
Total	48	100%



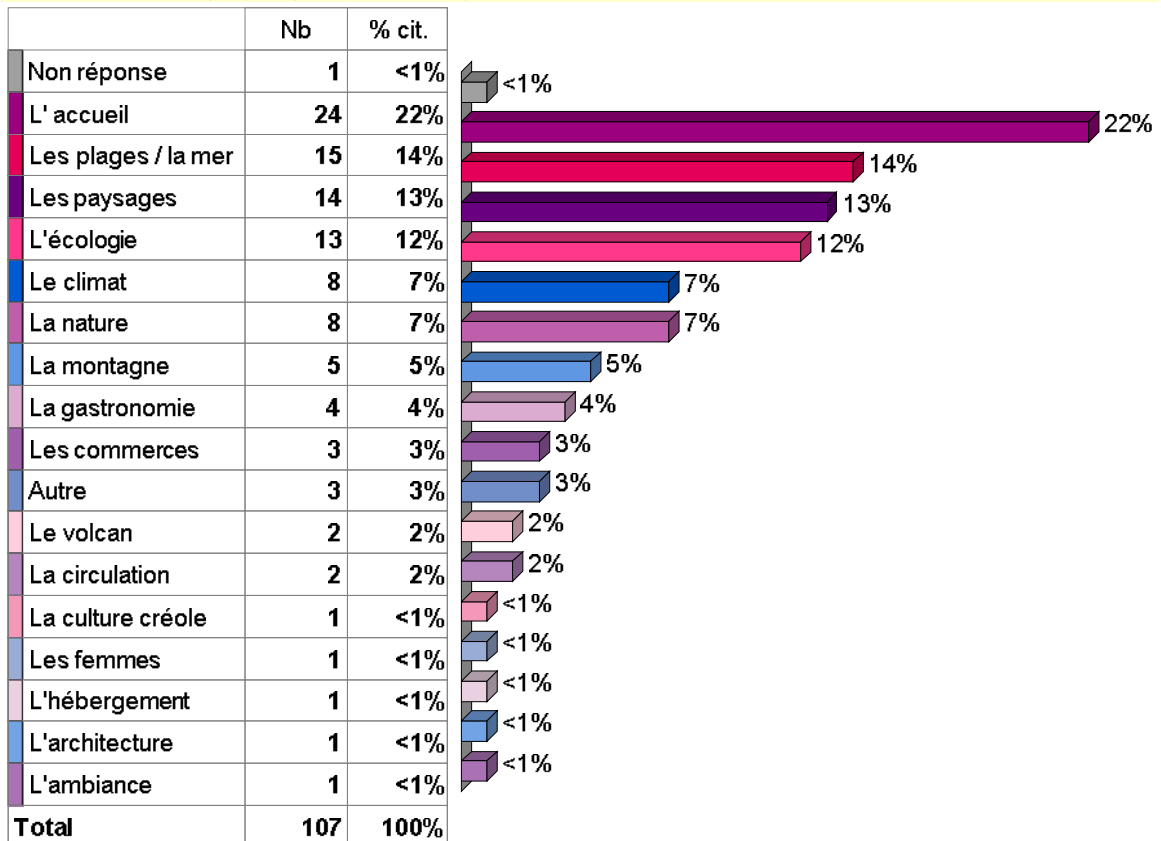
Tribune libre : spécial croisiéristes

Les atouts de La Réunion sont très divers comme en témoigne la multitude de réponses aux points forts de La Réunion.

L'accueil reste en tête des points forts et les croisiéristes ne dérogent pas à la règle.

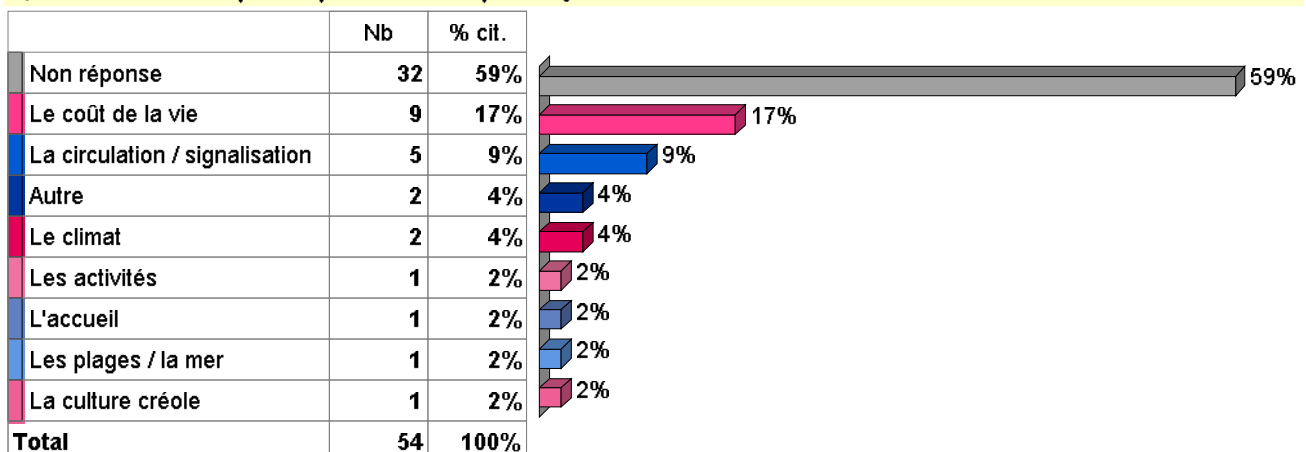
En revanche, on constate là encore les différences de motivation entre les croisiéristes et les autres touristes. Les premiers sont plus sensibles aux plages et à la mer qu'aux paysages (3^{ème} position) ou encore la montagne qui n'intéresse que 5% des croisiéristes.

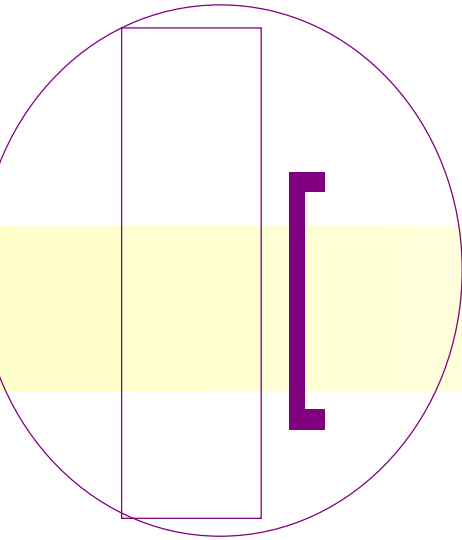
Quels sont les 3 points qui vous ont le plus séduit?



En revanche, il a été difficile pour ces touristes de citer les points qui les ont le plus déçus : presque 60% n'ont pu donner de réponse. Nous retrouvons encore une fois les mêmes « points noirs » : le coût de la vie, et les difficultés de circulation ou la mauvaise signalisation.

Quels sont les trois points qui vous ont le plus déçu?





ANNEXE : LE QUESTIONNAIRE



Comportement des touristes La Réunion 2009

Filtre : Etes-vous résident à la Réunion ? Si oui : Fin du questionnaire ; Si non, Avez-vous séjourné au moins 1 journée à La Réunion ; Si non, fin du questionnaire

Juil.	Aout	Sept	Oct.	Nov.	Déc.	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin
-------	------	------	------	------	------	-------	------	------	-------	-----	------

Profil de la personne interviewée

1. Vous êtes :

1. homme 2. femme

2. Vous avez :

<input type="radio"/> moins de 24 ans	<input type="radio"/> de 25 à 49 ans	<input type="radio"/> plus de 50 ans
---------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------

3. vous résidez :

<input type="radio"/> Métropole	<input type="radio"/> Mayotte
<input type="radio"/> Maurice	<input type="radio"/> Madagascar
<input type="radio"/> Autres (précisez) : _____	

4. Catégorie socioprofessionnelle :

<input type="radio"/> agriculteur	<input type="radio"/> artisan/ commerçant	<input type="radio"/> cadre sup, prof libérale /chef d'entreprise
<input type="radio"/> prof. intermédiaire	<input type="radio"/> employé	<input type="radio"/> ouvrier
<input type="radio"/> retraité	<input type="radio"/> Etudiant	<input type="radio"/> autre

5. Nombre de personnes vivant au foyer (y compris vous) :

6. Quelle est votre situation familiale?

<input type="radio"/> Célibataire	<input type="radio"/> Marié(e)/ pacsé(e)
<input type="radio"/> Concubinage	<input type="radio"/> Veuf(ve)
<input type="radio"/> Divorcé(e)/séparé(e)	

7. a La Réunion, vous êtes venu :

<input type="radio"/> Seul	<input type="radio"/> En couple
<input type="radio"/> En famille (nombre de personnes : _____)	<input type="radio"/> en amis : (nombre de personnes : _____)
<input type="radio"/> En voyage organisé (nom du tour-operator _____)	<input type="radio"/> autre (précisez) _____

8. Combien de jours êtes-vous resté à La Réunion?

_____ jours

Motivations, choix et attentes

9. Quel est l'objet de votre voyage

<input type="radio"/> vacances	<input type="radio"/> visite à la famille
<input type="radio"/> visite d'amis	<input type="radio"/> affaires
<input type="radio"/> étude, stage	<input type="radio"/> Escale
<input type="radio"/> autre (précisez)	

10. Lors du choix de votre destination, avez-vous hésité avec d'autres destinations ?

1. oui 2. non

11. Si oui, lesquelles ?

12. Quelles ont été les critères décisifs qui vous ont fait choisir La Réunion ? (3 réponses maximum)

<input type="checkbox"/> L'ambiance des îles	<input type="checkbox"/> La mer / la plage	<input type="checkbox"/> La nature / la montagne
<input type="checkbox"/> Les activités sportives	<input type="checkbox"/> Le repos et la détente	<input type="checkbox"/> Le soleil/la chaleur
<input type="checkbox"/> Le prix	<input type="checkbox"/> La disponibilité des places dans l'avion et /ou hébergement	
<input type="checkbox"/> La sécurité d'un espace européen	<input type="checkbox"/> La langue française	<input type="checkbox"/> La culture
<input type="checkbox"/> L'expérience positive à La Réunion d'autres voyageurs	<input type="checkbox"/> Le Parc National des Hauts	<input type="checkbox"/> Autre (précisez)

13. A La Réunion, vous vouliez profiter de :

<input type="radio"/> la montagne uniquement	<input type="radio"/> la mer uniquement	<input type="radio"/> la mer et la montagne
---	--	--

14. Et vous avez préféré :

<input type="radio"/> la montagne	<input type="radio"/> la mer	<input type="radio"/> indifférent
-----------------------------------	------------------------------	-----------------------------------

15. Connaissez-vous l'existence du Parc National des Hauts de La Réunion avant de venir ?

<input type="radio"/> oui	<input type="radio"/> Non, mais je le connais	<input type="radio"/> Non, et je ne le connais toujours pas
---------------------------	--	---

16. Parmi les différentes sources d'information, quelles sont celles que vous avez utilisées pour choisir votre destination ? (2 réponses maximums)

<input type="checkbox"/> Agence de voyage	<input type="checkbox"/> Office de Tourisme métropolitain	<input type="checkbox"/> Guide de voyage
<input type="checkbox"/> Presse	<input type="checkbox"/> Télévision	<input type="checkbox"/> Internet
		<input type="checkbox"/> Autres (précisez)

17. Parmi les différentes sources d'informations, quelles sont celles que vous avez utilisées pour choisir vos activités? (2 réponses maximums)

<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Presse locale	<input type="checkbox"/> Amis/famille
<input type="checkbox"/> Information disponible à l'hébergement	<input type="checkbox"/> Office du Tourisme local	<input type="checkbox"/> Guide de voyages
<input type="checkbox"/> autre (précisez)		

Satisfaction générale

18. Sur une échelle allant de 1 (mauvais) à 5 (Excellent), à quel niveau évaluez-vous le rapport qualité/prix de la destination Réunion ?

	1	2	3	4	5
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Sur une échelle allant de 1 (mauvais) à 5, (Excellent) quel est votre niveau de satisfaction des points suivants ?

1 : Mauvais, 2 : Passable, 3 : Moyen, 4 : Bon, 5 : Excellent

	1	2	3	4	5
Mise en valeur du patrimoine historique et culturel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mise en valeur du patrimoine naturel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Propreté des plages	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Propreté des sites naturels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Propreté des villes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Signalisation touristique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conditions de circulation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Animation en début de soirée	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accueil chez les professionnels	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Quels sont les 3 points qui vous ont le plus séduits à La Réunion ?

1. _____

2. _____

3. _____

21. Quels sont les 3 points de La Réunion qui vous ont le plus déçus ?

1. _____

2. _____

3. _____

22. Pour chacune des phrases suivantes, êtes vous :

1 : Pas du tout d'accord, 2 : plutôt pas d'accord, 3 : plutôt d'accord, 4 : tout à fait d'accord,

	1	2	3	4	NSP
Venir à La Réunion, c'est une expérience enrichissante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A La Réunion, il existe une grande diversité des paysages	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La Réunion est une île de métissage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La Réunion est une destination « haut de gamme »	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A La Réunion, il est facile de prendre du bon temps / de se détendre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il existe un grand choix d'activités sportives	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il existe un grand choix d'activités culturelles	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La Réunion, c'est 360° de plénitude	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Parcours du touriste : voyage, hébergement et restauration

23. Avez-vous acheté un voyage à forfait ?

<input type="radio"/> avion et hébergement	<input type="radio"/> avion et activités
<input type="radio"/> avion, hébergement et location de véhicule	<input type="radio"/> avion et location de véhicule
<input type="radio"/> avion, hébergement et activités	<input type="radio"/> je n'ai pas acheté de forfait
<input type="radio"/> croisière	<input type="radio"/> autre (précisez)

24. quels ont été les modes de restauration principalement utilisés durant votre séjour ? (2 réponses maximums)

<input type="checkbox"/> Restaurant	<input type="checkbox"/> Table d'hôtes	<input type="checkbox"/> Chez les amis ou la famille
<input type="checkbox"/> Pension complète ou demi-pension	<input type="checkbox"/> Restauration rapide (snack & camions-bars)	<input type="checkbox"/> Repas préparés par vous-même
<input type="checkbox"/> Autre (précisez)		

25. Quel a été votre mode d'hébergement principal durant votre séjour ? (2 réponses maximums)

<input type="checkbox"/> Hôtel / résidence hôtelière	<input type="checkbox"/> Village de vacances	<input type="checkbox"/> Chambre d'hôtes / gîtes	<input type="checkbox"/> Meublé	<input type="checkbox"/> Famille/amis	<input type="checkbox"/> Autre (précisez)
--	--	--	---------------------------------	---------------------------------------	---

26. Dans quelle région avez-vous passé une ou plusieurs nuits? Combien de nuit et quel a été votre mode d'hébergement ?

Code hébergement : 1 : hôtel, 2 : Village de vacances, 3 : Chambre d'hôtes / gîtes, 4 : meublés, 5 : Famille / Amis, 6 : autres (précisez)

Code satisfaction 1 : Mauvais, 2 : Passable, 3 : Moyen, 4 : Bon, 5 : Excellent

	Nombres de nuits	Hébergement principal	satisfaction		Nombres de nuits	Hébergement principal	satisfaction
<input type="checkbox"/> Saint Denis				<input type="checkbox"/> Mafate			
<input type="checkbox"/> Sainte Marie				<input type="checkbox"/> Saint Leu			
<input type="checkbox"/> Sainte Suzanne				<input type="checkbox"/> Saint Gilles			
<input type="checkbox"/> Saint André				<input type="checkbox"/> Saint Paul			
<input type="checkbox"/> Bras Panon				<input type="checkbox"/> Les hauts de Saint Paul			
<input type="checkbox"/> Saint Benoît				<input type="checkbox"/> Trois Bassins			
<input type="checkbox"/> Sainte Rose				<input type="checkbox"/> La Possession			
<input type="checkbox"/> Saint Anne				<input type="checkbox"/> Le Port			
<input type="checkbox"/> Saint Philippe				<input type="checkbox"/> Salazie			
<input type="checkbox"/> Saint Joseph				<input type="checkbox"/> Hell Bourg			
<input type="checkbox"/> Petite Ile				<input type="checkbox"/> Cilaos			
<input type="checkbox"/> Saint Pierre				<input type="checkbox"/> Entre-Deux			
<input type="checkbox"/> Saint Louis				<input type="checkbox"/> Le Tampon			
<input type="checkbox"/> Etang-Salé				<input type="checkbox"/> Les Avirons			
<input type="checkbox"/> La plaine des Cafres				<input type="checkbox"/> La plaine des Palmistes			
<input type="checkbox"/> autre (précisez)							

Parcours du touriste : activités

27. Etes-vous allé à la plage? 1. oui 2. non

28. Quelles plages avez-vous fréquentées? Code satisfaction 1 : Mauvais, 2 : Passable, 3 : Moyen, 4 : Bon, 5 : Excellent

	satisfaction		satisfaction		satisfaction
<input type="checkbox"/> Boucan Canot		<input type="checkbox"/> Saint Leu		<input type="checkbox"/> Manapany	
<input type="checkbox"/> Roches Noires		<input type="checkbox"/> Trois Bassins		<input type="checkbox"/> Grand Anse	
<input type="checkbox"/> L'Hermitage		<input type="checkbox"/> Etang Salé		<input type="checkbox"/> Autre (précisez)	
<input type="checkbox"/> La Saline		<input type="checkbox"/> Saint Pierre			

30 Parmi les activités existantes dans l'île, quelles sont celles que vous avez pratiquées ? Avez-vous eu recours à un professionnel pour vous accompagner ? Quel est votre satisfaction ? (avec ou sans professionnel)

Code satisfaction 1 : Mauvais, 2 : Passable, 3 : Moyen, 4 : Bon, 5 : Excellent

	satisfaction	Professionnel (oui/non)		satisfaction	Professionnel (oui/non)
<input type="checkbox"/> Plongée			<input type="checkbox"/> Randonnées équestres		
<input type="checkbox"/> Promenade en Mer			<input type="checkbox"/> Quad		
<input type="checkbox"/> Pêche au gros			<input type="checkbox"/> Golf		
<input type="checkbox"/> Surf, Bodyboard, Long Board ;			<input type="checkbox"/> Parcours acrobatique en forêt		
<input type="checkbox"/> planche à voile; kitesurf...			<input type="checkbox"/> 4x4		
<input type="checkbox"/> Ski nautique			<input type="checkbox"/> Survol en hélicoptère		
<input type="checkbox"/> Jet ski			<input type="checkbox"/> ULM		
<input type="checkbox"/> Kayak			<input type="checkbox"/> Parapente		
<input type="checkbox"/> Voile			<input type="checkbox"/> Jardin		
<input type="checkbox"/> Rafting, canoë, randonnée aquatique			<input type="checkbox"/> Excursion découverte en bus		
<input type="checkbox"/> Randonnée pédestre (< ½ journée)			<input type="checkbox"/> Excursion touristique (guide péi)		
<input type="checkbox"/> Randonnée pédestre (1 journée)			<input type="checkbox"/> Spa/thalasso, centres de remise en forme		
<input type="checkbox"/> Randonnée pédestre (+ d'1 journée)			<input type="checkbox"/> Cinéma, théâtre, spectacle, concert, activités culturelles		
<input type="checkbox"/> Canyoning			<input type="checkbox"/> Musées		
<input type="checkbox"/> Escalade			<input type="checkbox"/> Discothèque		
<input type="checkbox"/> VTT			<input type="checkbox"/> Casino		
<input type="checkbox"/> Autre (précisez)					

30. Parmi les sites naturels suivants quels sont ceux que vous avez visités? Sur une échelle allant de 1 à 5, à combien évaluez-vous la satisfaction des sites naturels visités ?

1 : Mauvais, 2 : Passable, 3 : Moyen, 4 : Bon, 5 : Excellent

	satisfaction		satisfaction		satisfaction
<input type="checkbox"/> Cirque de Salazie		<input type="checkbox"/> Rivière Langevin		<input type="checkbox"/> Takamaka	
<input type="checkbox"/> Cirque de Cilaos		<input type="checkbox"/> Anse des Cascade		<input type="checkbox"/> Piton des Neiges	
<input type="checkbox"/> Cirque de Mafate		<input type="checkbox"/> Grand Anse		<input type="checkbox"/> Bassin La Paix	
<input type="checkbox"/> Maido		<input type="checkbox"/> Manapany les bains		<input type="checkbox"/> Cascade Niagara	
<input type="checkbox"/> La plaine des Sables/ Pas de Bellecombe / volcan		<input type="checkbox"/> Sentier Littoral (Saint Denis / Sainte Suzanne)		<input type="checkbox"/> Forêt de Bébour/Trou de Fer	
<input type="checkbox"/> Coulées de Lave		<input type="checkbox"/> Autre (précisez)		<input type="checkbox"/> Autre (précisez)	

31. Parmi les villes suivantes quelles sont celles que vous avez visitées? Sur une échelle allant de 1 à 5, quel est le niveau de satisfaction des villes visitées ?

1 : Mauvais, 2 : Passable, 3 : Moyen, 4 : Bon, 5 : Excellent

	satisfaction		satisfaction		satisfaction
<input type="checkbox"/> Saint Denis		<input type="checkbox"/> Petite Ile		<input type="checkbox"/> La Possession	
<input type="checkbox"/> Saint Marie		<input type="checkbox"/> Saint Pierre		<input type="checkbox"/> Le Port	
<input type="checkbox"/> Saint Suzanne		<input type="checkbox"/> Saint Louis		<input type="checkbox"/> Salazie	
<input type="checkbox"/> Saint André		<input type="checkbox"/> Etang Salé		<input type="checkbox"/> Hell Bourg	
<input type="checkbox"/> Bras Panon		<input type="checkbox"/> Les Avirons		<input type="checkbox"/> Cilaos	
<input type="checkbox"/> Saint Benoit		<input type="checkbox"/> Saint Leu		<input type="checkbox"/> Entre-Deux	
<input type="checkbox"/> Sainte Rose		<input type="checkbox"/> Saint Gilles		<input type="checkbox"/> Le Tampon	
<input type="checkbox"/> Sainte Anne		<input type="checkbox"/> Saint Paul		<input type="checkbox"/> La Plaine des Cafres	
<input type="checkbox"/> Saint Philippe		<input type="checkbox"/> Trois Bassins		<input type="checkbox"/> La Plaine des Palmistes	
<input type="checkbox"/> Saint Joseph					

32. Parmi les lieux suivants quels sont ceux que vous avez visités? Sur une échelle allant de 1 à 5, quelle est votre appréciation des lieux visités ? Avez-vous acheté des souvenirs ?

Code satisfaction : 1 : Mauvais, 2 : Passable, 3 : Moyen, 4 : Bon, 5 : Excellent

Code souvenir : 1 oui 2-non

	satisfaction	Souvenir		satisfaction	Souvenirs		satisfaction	Souvenir
<input type="checkbox"/> Musée Léon Dierx			<input type="checkbox"/> Marché de Saint Paul (front de mer)			<input type="checkbox"/> Croc Parc		
<input type="checkbox"/> Muséum d'Histoire Naturelle			<input type="checkbox"/> Marché couvert de Saint Denis (grand marché)			<input type="checkbox"/> Domaine des Tourelles		
<input type="checkbox"/> Coopérative de la Vanille			<input type="checkbox"/> Marché couvert de Saint Pierre			<input type="checkbox"/> Maison de la broderie		
<input type="checkbox"/> Aquarium de La Réunion			<input type="checkbox"/> Le Village de l'Eperon			<input type="checkbox"/> Le Chai de Cilaos		
<input type="checkbox"/> Jardin d'Eden			<input type="checkbox"/> Observatoire des Makes			<input type="checkbox"/> Maison folio		
<input type="checkbox"/> Musée Villèle			<input type="checkbox"/> Usine sucrière du Gol			<input type="checkbox"/> Parc du Colosse		
<input type="checkbox"/> Conservatoire Botanique National de Mascarin			<input type="checkbox"/> Usine sucrière de Bois Rouge			<input type="checkbox"/> Jardin des parfums et des épices		
<input type="checkbox"/> Kélonia			<input type="checkbox"/> Labyrinthe Champ thé			<input type="checkbox"/> Saga du rhum		
<input type="checkbox"/> Museum Stella Matutina			<input type="checkbox"/> Maison du Volcan			<input type="checkbox"/> Autre (précisez)		

33. Quel type de souvenirs avez-vous achetés ?

<input type="checkbox"/> Rhum /punch / préparation pour rhum arrangé	<input type="checkbox"/> Broderie de Cilaos	<input type="checkbox"/> Confitures	<input type="checkbox"/> Vanille	<input type="checkbox"/> T shirt / paréo	<input type="checkbox"/> Livres / cartes postales
	<input type="checkbox"/> Vannerie	<input type="checkbox"/> Chocolat	<input type="checkbox"/> Sucre	<input type="checkbox"/> Linge de maison	<input type="checkbox"/> Musique
<input type="checkbox"/> Vin de Cilaos	<input type="checkbox"/> Objet d' Art en bois	<input type="checkbox"/> Epices	<input type="checkbox"/> Fruits	<input type="checkbox"/> Bijoux	<input type="checkbox"/> Autre

34. Trouvez-vous les animations en soirée satisfaisantes ?

1. oui 2. Non 3. NSP

35. Avez-vous participé aux animations suivantes ? Sur une échelle allant de 1 à 5, quelle est votre appréciation ?

	<i>satisfaction</i>	<i>Ville</i>		<i>satisfaction</i>	<i>Ville</i>
<input type="checkbox"/> Concert dans les hôtels / restaurants			<input type="checkbox"/> Marchés nocturnes		
<input type="checkbox"/> Participation à des festivals			<input type="checkbox"/> Théâtres et spectacles		
<input type="checkbox"/> Bars et pré-boîtes			<input type="checkbox"/> Cinéma		
<input type="checkbox"/> Carnaval			<input type="checkbox"/> Autres (précisez)		

36. Quelles sont les activités en soirées auxquelles vous auriez souhaité participer ?

Fréquence

37. Est-ce votre première visite de La Réunion?

1. oui 2. non

38. Par rapport à vos précédents séjours, diriez-vous que celui ci était :

- Moins Bon Pareil Meilleur

39. Suite à votre séjour, conseillerez-vous à vos proches et amis de venir à La Réunion?

1. oui 2. non 3. NSP

40. Si non pourquoi ?

41. Et vous, vous reviendrez ?

1. oui 2. non 3. NSP

42. Si non pourquoi ?

Remarques, commentaires et suggestions
