



OFFICE DE
TOURISME

RAPPORT de FREQUENTATION

**Offices & Maisons de Tourisme
Île de La Réunion – 2011**

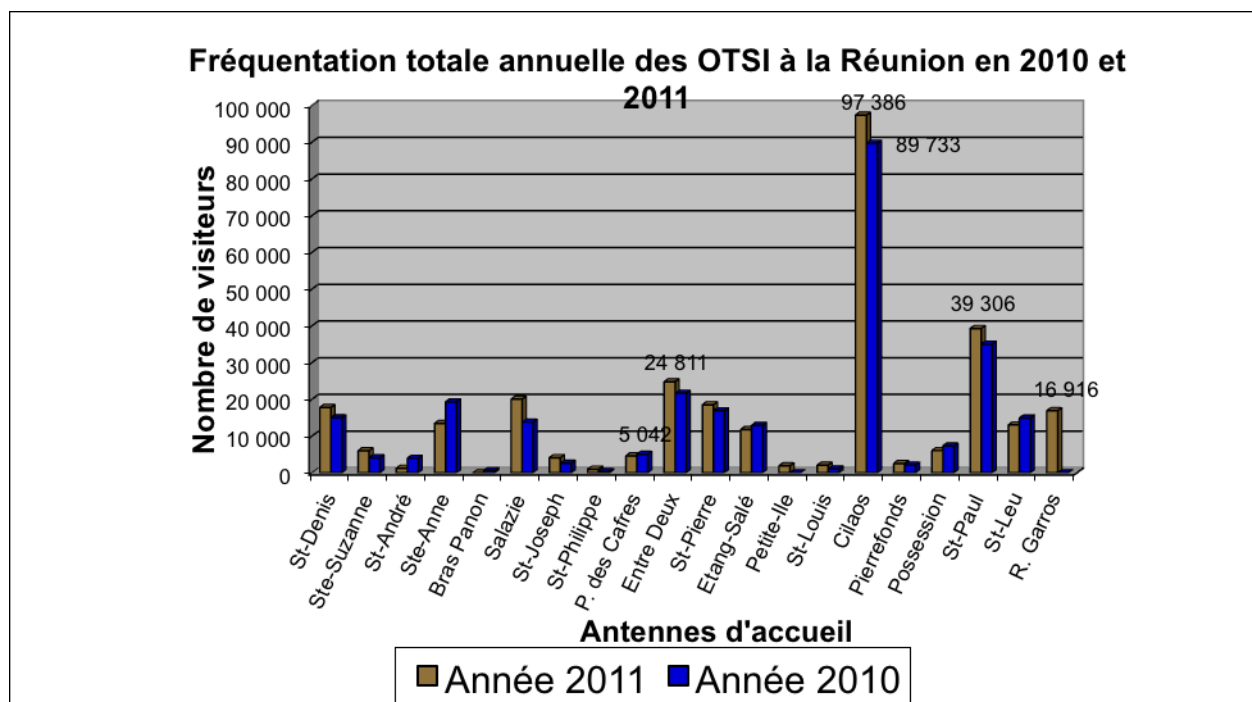
Fédération Réunionnaise de Tourisme

Ce rapport de fréquentation concerne 18 antennes d'Offices et Maisons de Tourisme de l'île de la Réunion. Dans l'analyse des différentes données annuelles, il convient de prendre en compte deux paramètres :

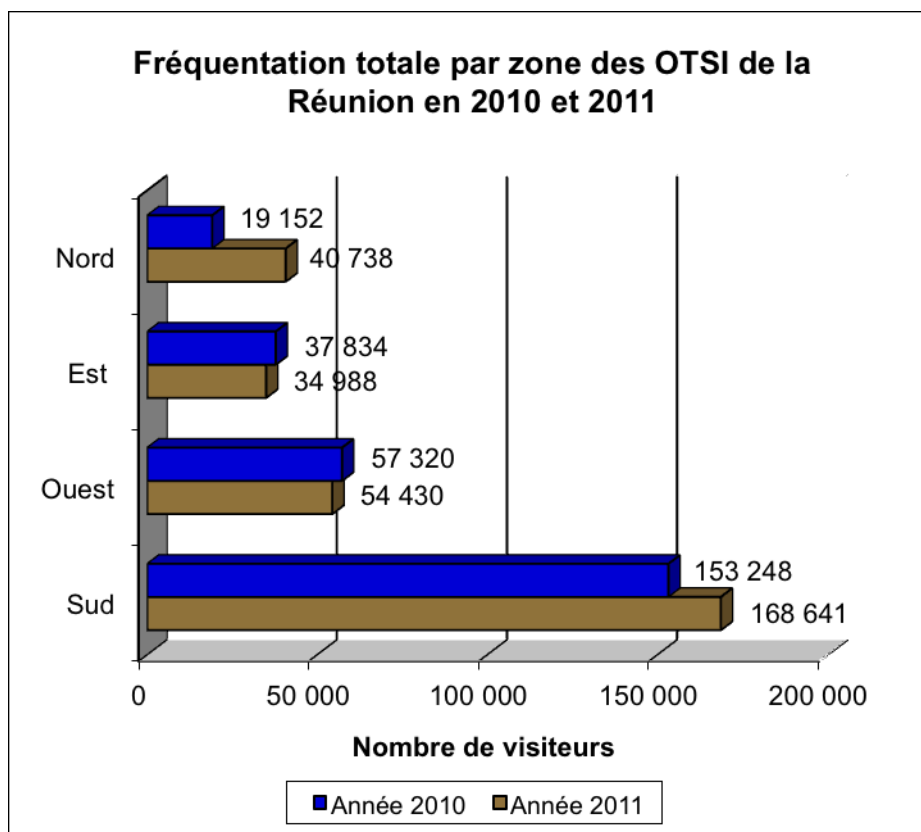
- (1) Pit marché de Saint-Benoît : 3 mois de fréquentation référencé
- (2) Saint-André : l'absence de chiffres pour le second semestre (vol de matériel et des données)
- (3) Aéroport de Roland Garros: 8 mois de fréquentation chiffrés

La fréquentation totale est de l'ordre de **302 392 visiteurs en 2011 soit 13% d'augmentation** par rapport à 2010 (267 554 visiteurs). Dans la même configuration de 2010 c'est à dire sans les chiffres de l'antenne de l'aéroport, l'augmentation de fréquentation est de 7%.

12 antennes sur 17 voient leur fréquentation augmenter de 2010 à 2011.



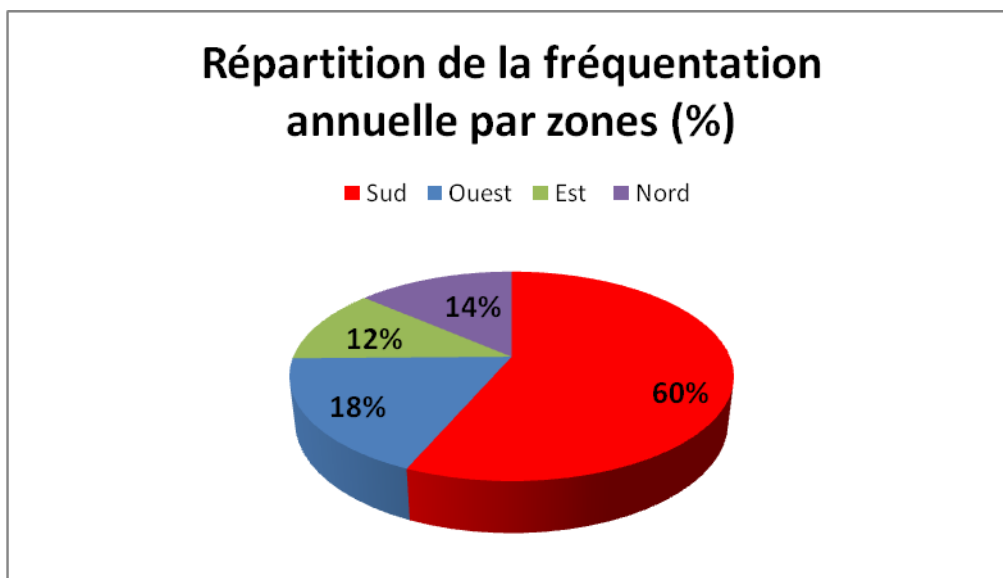
La répartition totale des visiteurs sur chacune des antennes laisse apparaître une hétérogénéité. En effet, par ordre décroissant, entre Cilaos (soit 32% de la fréquentation totale) et le deuxième office Saint-Gilles (13%), on observe une différence de plus de 50 000 personnes.



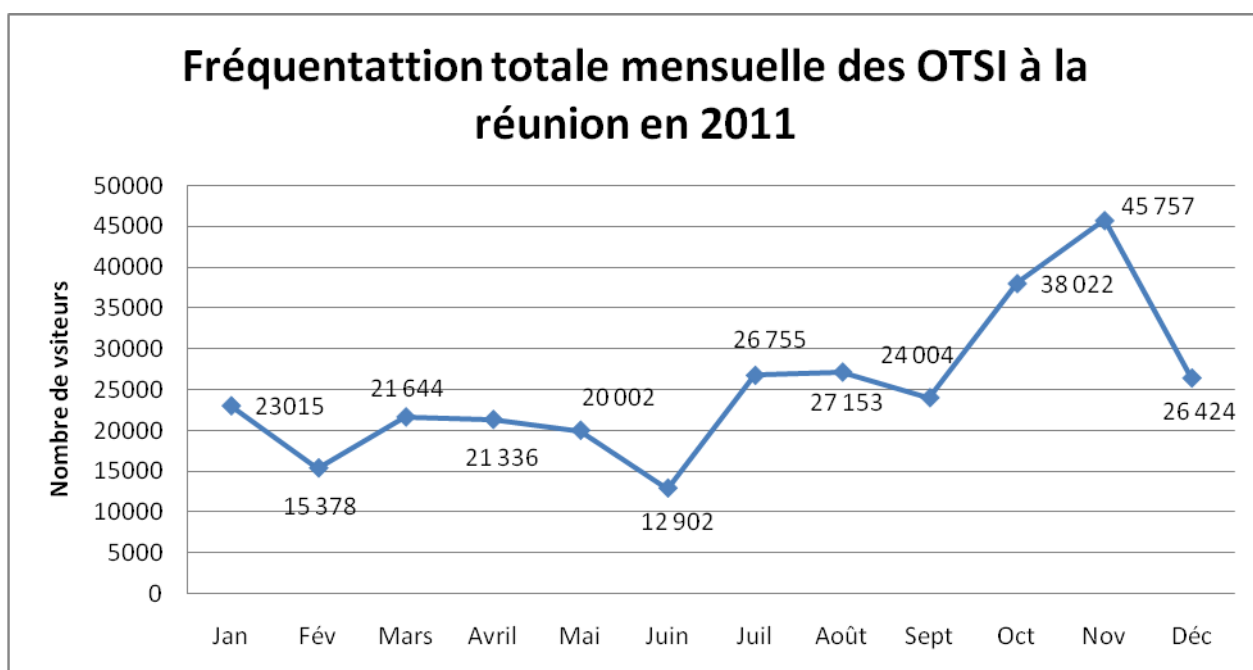
La fréquentation est plus forte dans le Nord (avec l'antenne de l'aéroport en plus en 2011) et dans le Sud en 2011. A contrario, elle est légèrement plus forte en 2010 pour l'Est et l'Ouest.

Ces chiffres de fréquentation par zone géographique ne sont pas significatifs du fait que la répartition des antennes est hétérogène :

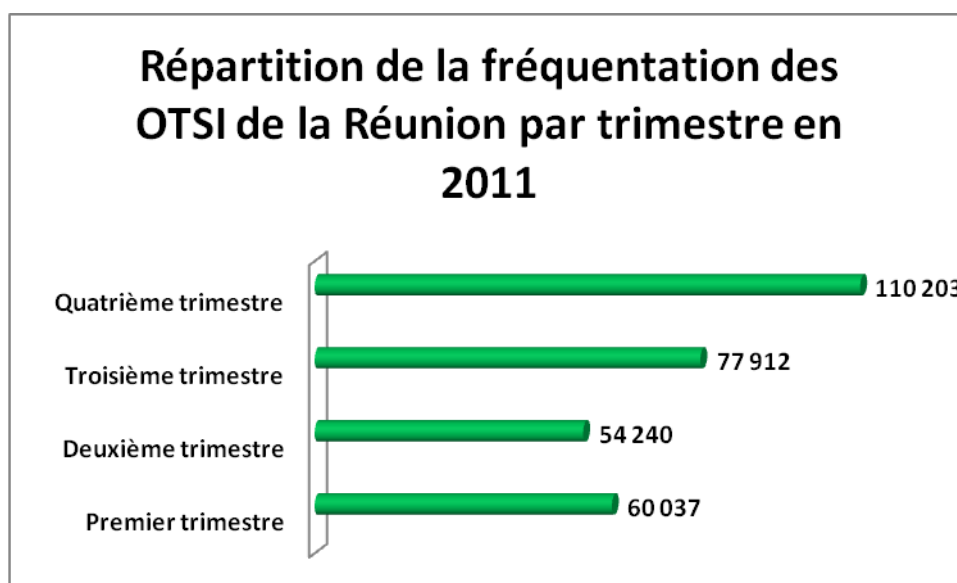
- 3 dans l'Est
- 9 dans le Sud
- 3 dans l'Ouest
- Et 3 dans le Nord



60% de la fréquentation concerne le Sud qui comprend la moitié des antennes de l'île. Plus de la moitié des visiteurs du Sud correspond à la seule antenne de Cilaos.

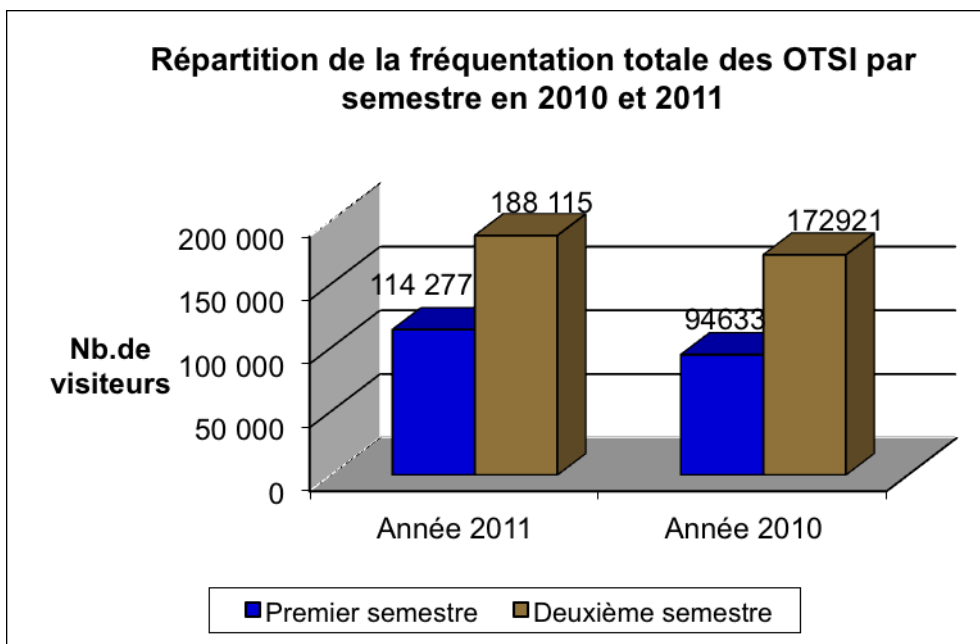


On retrouve ici le pic de fréquentation du mois de novembre et des mois creux de février et de juin. On reste dans le schéma classique annuel de fréquentation type comme tous les ans.

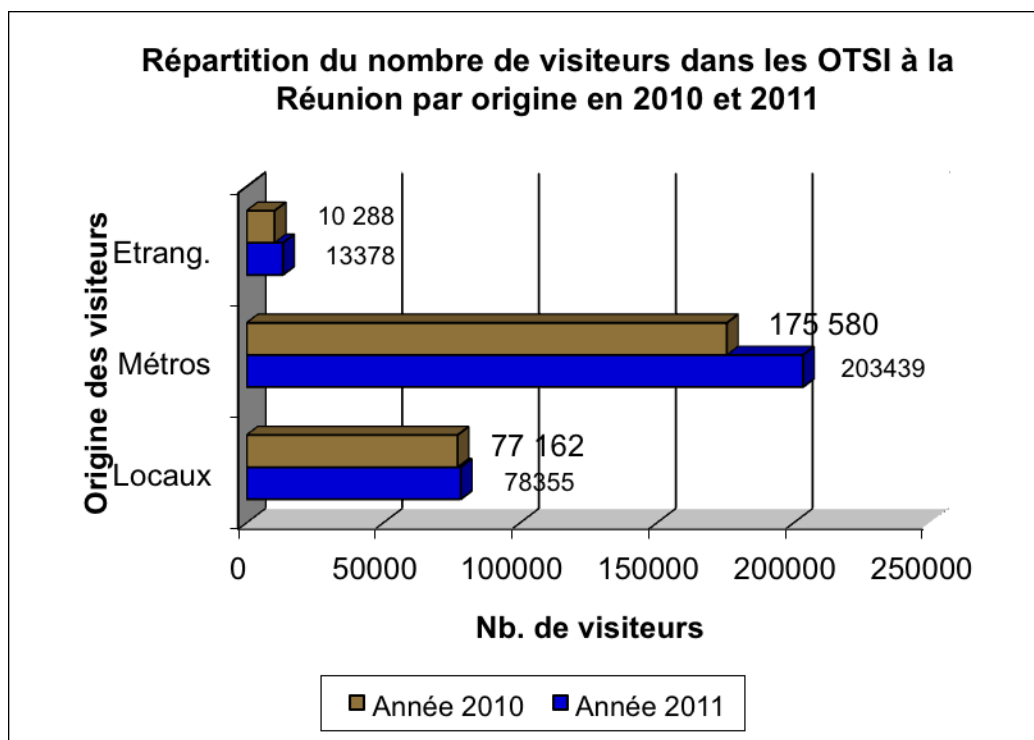


Au vu des totaux mensuels, c'est le quatrième trimestre qui rassemble le plus de visiteurs. A contrario, le 1er et le second trimestre sont les plus creux. Le dernier trimestre est aussi celui qui regroupe le plus d'événementiels organisés par les offices du fait de la transmission des conventionnements financiers généralement en août ou septembre. Une augmentation de la fréquentation sur le premier semestre passe aussi une répartition différente dans le calendrier des actions financées.

Aussi, une répartition plus homogène des actions sur l'année peut aussi concourir à une augmentation du taux de remplissage de structures touristiques.

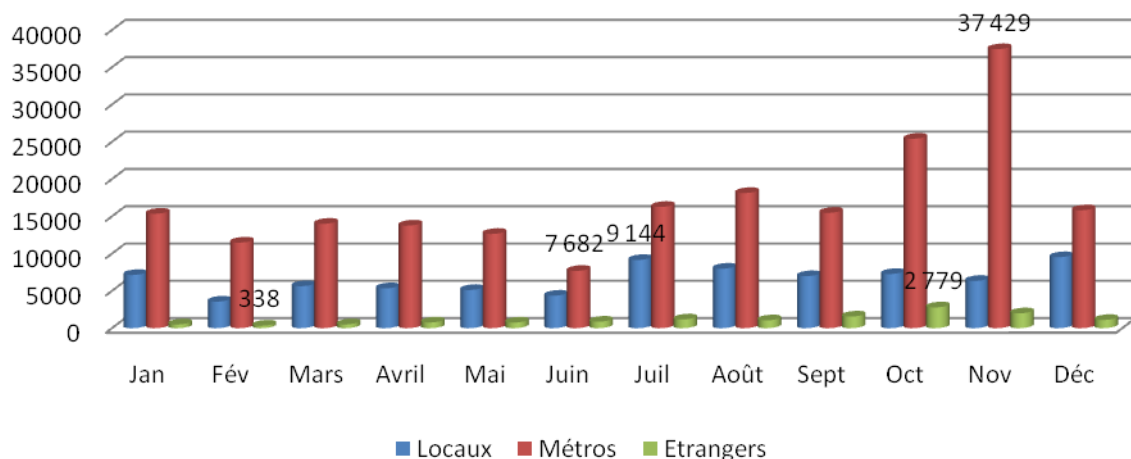


Dans les 2 cas, on note une augmentation de fréquentation de plus de 60% du premier au second semestre.

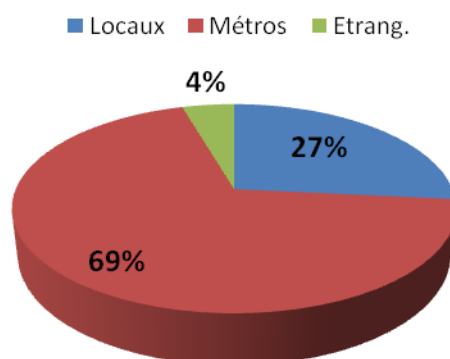


C'est le nombre de visiteurs métropolitains qui influe sur l'augmentation générale de fréquentation de 13% de 2010 à 2011.

Répartition des visiteurs mensuels par catégories en OTSI à la Réunion en 2011



Répartition des visiteurs par origine dans les OTSI de la Réunion en 2011



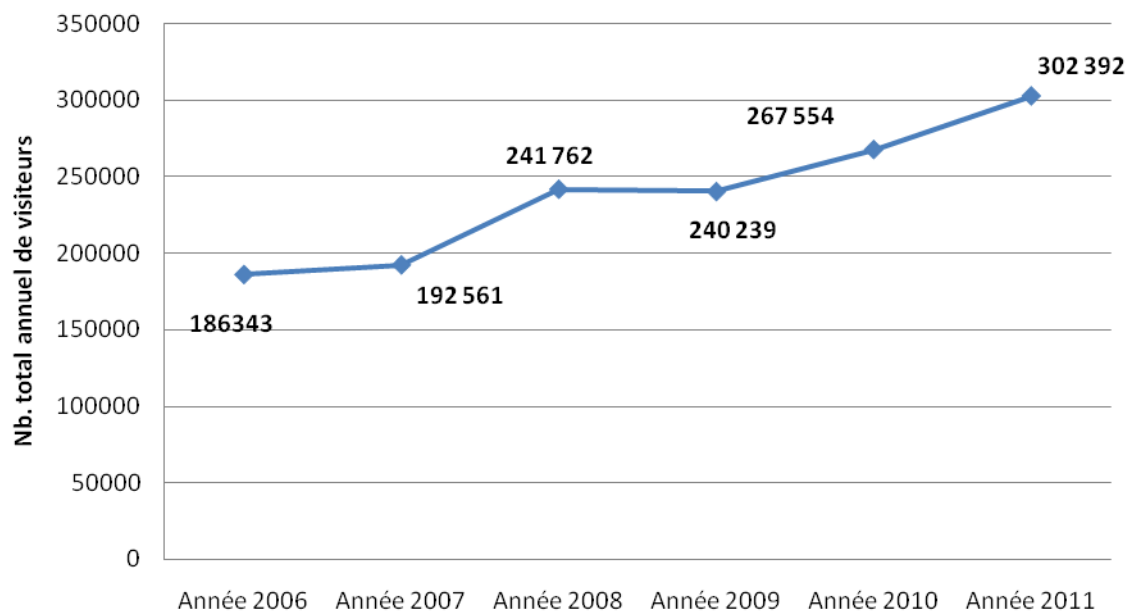
Sur les **302 392** visiteurs de 2011

69% représente une clientèle métropolitaine.

Les étrangers occupent une part minime avec 4%.

Notons une augmentation de la fréquentation de plus de 24 000 personnes par rapport à 2010. Plus de 116 000 visiteurs sépare le total de 2006 et celui de 2011.

Evolution du nombre total de visiteurs dans les OTSI de la Réunion de 2006 à 2011



**OFFICE DE
TOURISME**



Fédération Réunionnaise de Tourisme

Analyse & collecte Info réalisée en février 2012

G. Argien & C. Suzanne