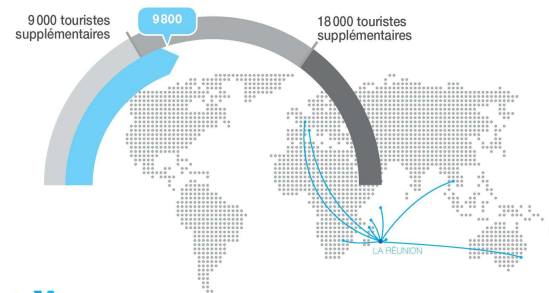


# TOURISME RÉUNIONNAIS : LES INDICATEURS SOCIO-ÉCONOMIQUES CLÉS (septembre 2012)

## PREMIER SEMESTRE 2012 : UNE CROISSANCE DE LA FRÉQUENTATION CONFORME À LA TENDANCE MONDIALE

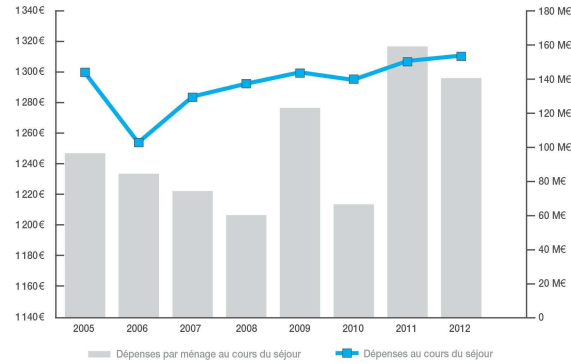
Après une année 2011 marquée par le record de 471 268 touristes extérieurs, le 1<sup>er</sup> semestre 2012 présente des résultats encourageants. En effet, avec 210 800 touristes extérieurs au cours du 1<sup>er</sup> semestre, La Réunion affiche une progression, équivalente à la croissance de la fréquentation touristique mondiale de 5%. Cette croissance est étroitement liée à la progression de la clientèle affinitaire et de la clientèle d'affaires.



**Fréquentation touristique en hausse : 210 800 touristes.**  
+ 4,9% de croissance (+ 9 200 touristes)

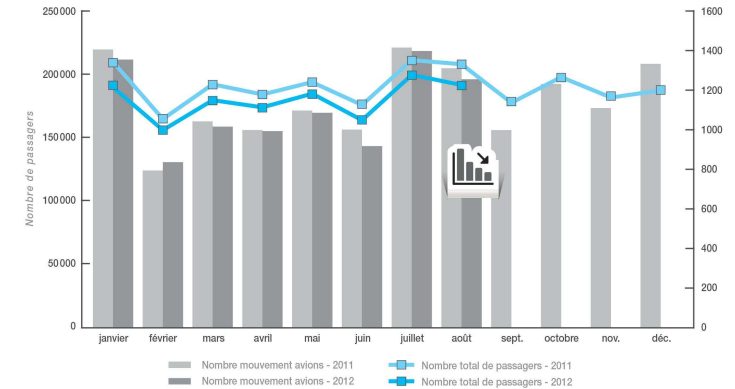
Source : enquête de fréquentation touristique IRT/INSEE

## DÉPENSES AU COURS DU SÉJOUR



**Dépenses touristiques en hausse au 1<sup>er</sup> semestre 2012 (+3%) : 152,7 millions d'euros.** Après un 1<sup>er</sup> semestre 2011 où les dépenses moyennes par ménage avaient atteint le chiffre record de 1317 euros, celles-ci fléchissent légèrement (-1,5% en 2012) tout en restant à un niveau élevé (1 297 euros). Concernant les dépenses au cours du séjour, la destination enregistre en 2012, le meilleur résultat semestriel des 8 dernières années (152,7 millions d'euros).

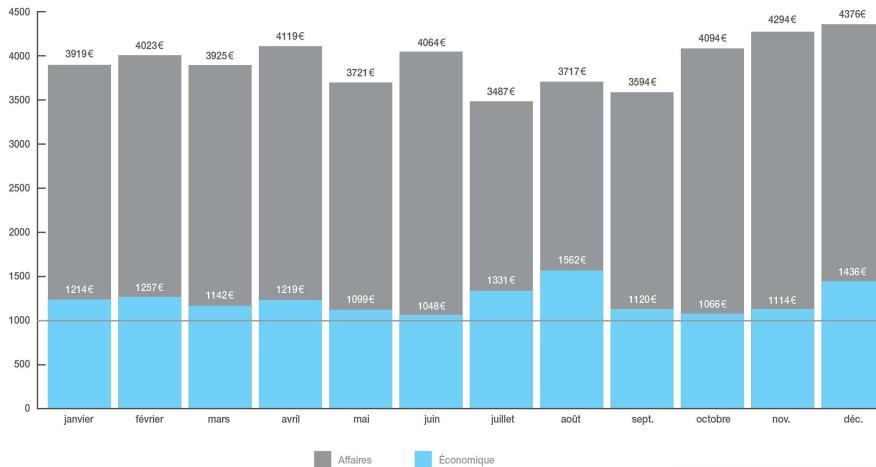
## FRÉQUENTATION AÉROPORT ROLAND GARROS - 2011/2012



Source : aéroport Roland Garros - La Réunion

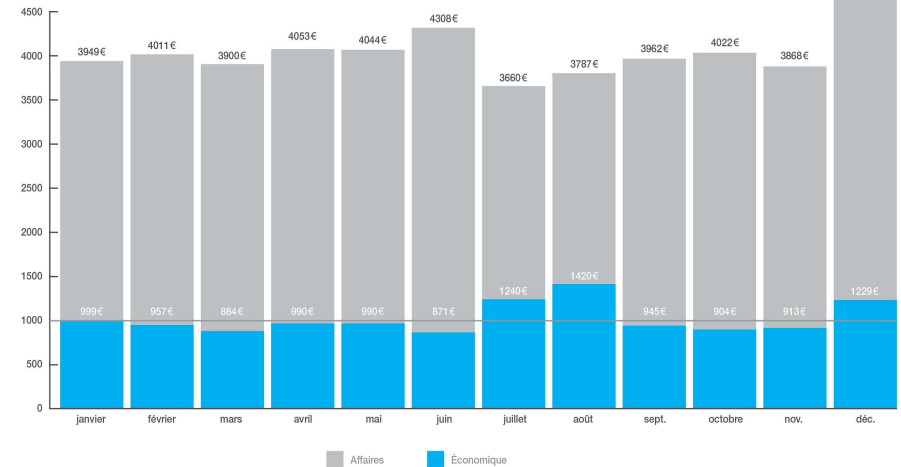
En 2012, le fléchissement pourrait s'expliquer par la stratégie des compagnies opérant sur l'axe métropole-La Réunion qui tend à réduire les départs en provenance des villes de province.

## MOYENNE DES TARIFS AÉRIENS PARIS-MAURICE - 2012 classe économique et classe affaire



Source : IRT (observation des tarifs sur les sites internet des compagnies aériennes et agences de voyage en ligne)

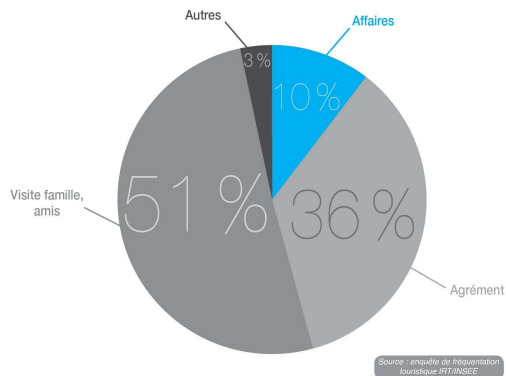
## MOYENNE DES TARIFS AÉRIENS PARIS-RÉUNION - 2012 classe économique et classe affaire



Source : IRT (observation des tarifs sur les sites internet des compagnies aériennes et agences de voyage en ligne)

## OBJET PRINCIPAL DU VOYAGE

(1<sup>er</sup> SEMESTRE 2012)



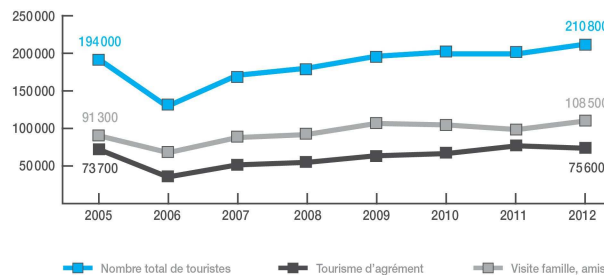
Source : enquête de fréquentation touristique IRT/INSEE

**La croissance touristique du premier semestre 2012 est portée par la clientèle affinitaire (108 500) qui reste la principale clientèle touristique de la destination Réunion.**

La clientèle d'agrément (75 600) se maintient à un niveau élevé et représente 36% de la clientèle totale. Enfin, la clientèle d'affaires (20 800) a progressé de 7,2% au premier semestre 2012.

## FRÉQUENTATION TOURISTIQUE SELON MOTIF DE SÉJOUR

(1<sup>ers</sup> SEMESTRES)



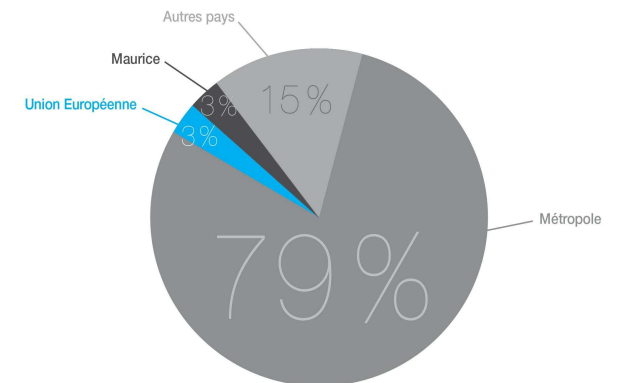
**Le tourisme affinitaire après deux périodes successives de baisse (1<sup>ers</sup> semestres 2010 et 2011) retrouve la croissance.**

La clientèle d'agrément, véritable

marqueur de la clientèle touristique générant des emplois, des recettes et une image de la destination, se maintient à un haut niveau malgré la crise économique qui touche les marchés principaux (Europe et principalement la Métropole).

## FRÉQUENTATION TOURISTIQUE SELON PAYS D'ORIGINE

(1<sup>er</sup> SEMESTRE 2012)



**La clientèle européenne** (résidents de l'UE + Suisse + autres pays d'Europe) (5 700 touristes) diminue légèrement (-3,4%).

**La clientèle mauricienne** marque elle aussi le pas (-4 %).

**La clientèle métropolitaine**, avec 166 900 touristes, subit une légère érosion (baisse de 1,3%).

**La clientèle "autres"** progresse de 68% avec de fortes progressions des clientèles de l'océan Indien.

## NOTORIÉTÉ DE LA DESTINATION EN EUROPE

	2010	2011
<b>France<sup>1</sup></b>		
Notoriété spontanée**	58%	59%
Notoriété <i>Top of Mind</i> *	13%	15%
<b>Allemagne<sup>2</sup></b>		
Notoriété assistée	-	63%
<b>Suisse<sup>3</sup></b>		
Notoriété assistée	69%	75%
Notoriété spontanée	15%	10%

<sup>1</sup> Source : IPSOS - 500 répondants - 2010 (Ile Maurice : 11% / 37% - Martinique / Guadeloupe : 56% / 69 %)  
<sup>2</sup> Source : Direct panel (600 répondants - mars 2011) - 98% pour Maurice et 99% pour les Mayottes  
<sup>3</sup> Source : 1467 répondants - 2010 - 400 Suisse âgés de 16 et 65 ans - 2011 : 200 Suisse âgés de 16 et 65 ans  
 \* Le taux de notoriété assistée est le pourcentage de personnes qui disent connaître une marque présente dans une liste ou citée par l'enquêteur.  
 \*\* Le taux de notoriété spontanée est le pourcentage de personnes qui citent spontanément une marque.

**L'île de La Réunion est numéro 4 dans le Top 10 des destinations les plus attractives pour les français.**

Selon une étude menée par Interface Tourisme, 3 des 6 îles Vanille sont classées dans le top 10 des destinations les plus attractives pour et selon les Français. La Réunion se classe quant à elle comme 4<sup>e</sup> destination la plus attractive.

## FRÉQUENTATION DU SITE REUNION.FR

(DU 1<sup>er</sup> JANVIER AU 31 AOÛT, SOIT SUR 8 MOIS)

	2010	2011	2012	Évolution N-1
Nombre de visites	500 788	708 364	894 194	26,23%
Visiteurs uniques	374 641	488 123	623 922	27,8%
Pages vues	2 830 061	4 227 735	3 811 344	-9,8%

Source : IRT / Google analytics



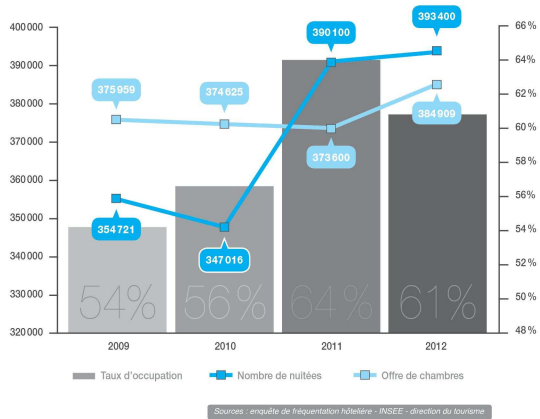
## ORIGINE DES VISITES SUR LE SITE REUNION.FR

(DU 1<sup>er</sup> JANVIER AU 31 AOÛT, SOIT SUR 8 MOIS)

Origine des visites	2010	2011	2012	Évolution N-1
France	363 921	439 046	451 888	2,92%
La Réunion	47 062	126 987	202 228	59,25%
Allemagne	14 383	40 449	87 028	115,15%
Belgique	10 148	15 864	17 919	12,95%
Canada	3 815	8 016	31 717	295,67%
Suisse	8 264	12 360	15 544	25,76%
États-Unis	3 274	4 931	11 735	137,98%
Italie	4 726	8 753	7 507	-14,24%

Source : IRT / Google analytics

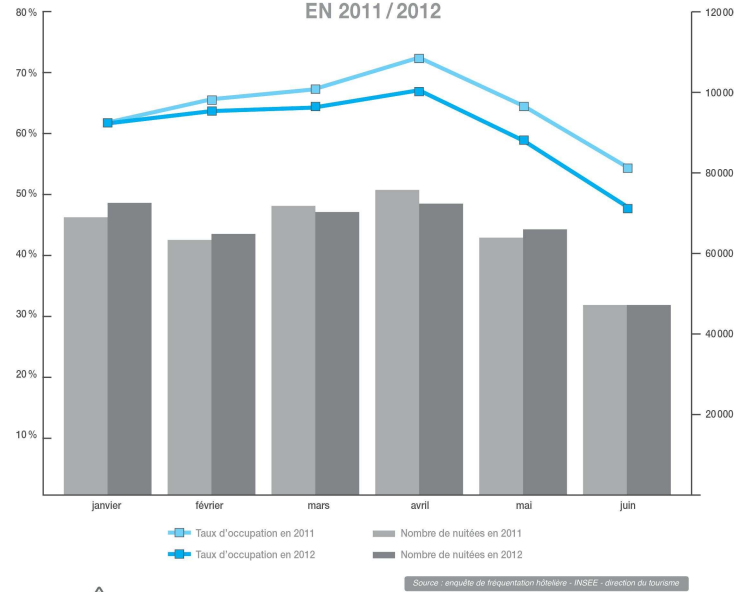
### ACTIVITÉ DE L'HÔTELLERIE CLASSÉE (1<sup>ERS</sup> SEMESTRES 2012)



L'augmentation de l'offre de chambres (+3%) au premier semestre 2012 par rapport au premier semestre 2011 s'accroît plus rapidement que le nombre de nuitées hôtelières (+1%).

Source : enquête de fréquentation INSEE - IRT

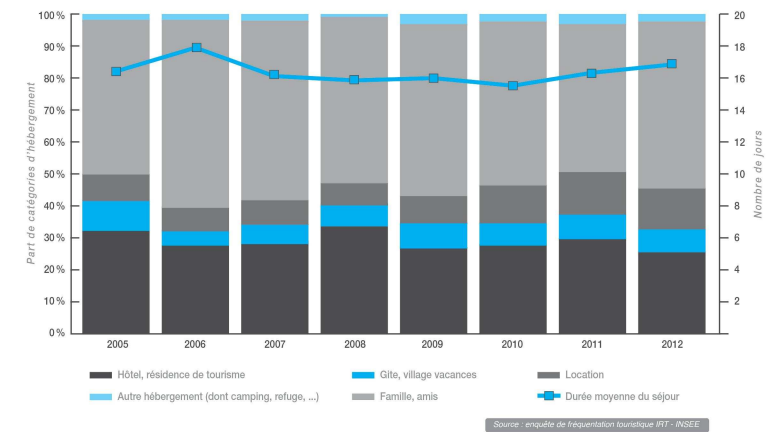
### ÉVOLUTION MENSUELLE DE L'ACTIVITÉ HÔTELLIÈRE CLASSÉE EN 2011 / 2012



Saisonnalité marquée

L'augmentation de l'offre hôtelière en 2012 a permis une augmentation du nombre de nuitées mais a entraîné une légère érosion des taux d'occupation par rapport à 2011.

### FRÉQUENTATION TOURISTIQUE SELON MODE D'HÉBERGEMENT ET DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR

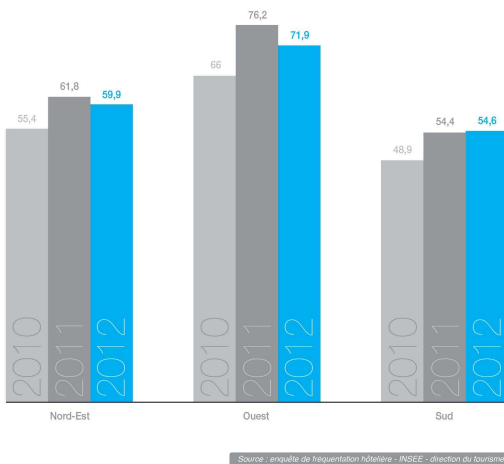


Le mode d'hébergement "chez parents ou les amis" domine et progresse de 17,9% au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2012 (par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2011).

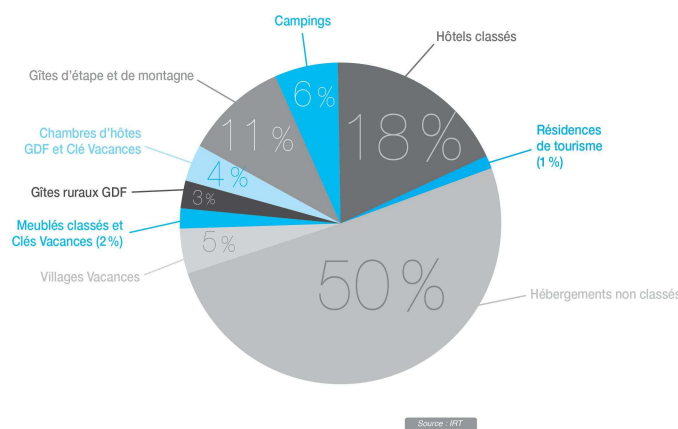
Les locations saisonnières progressent de 4,6%.

L'hôtellerie enregistre une baisse de fréquentation de 10% par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2011.

### ÉVOLUTION DES TAUX D'OCCUPATION PAR ZONES (1<sup>ERS</sup> SEMESTRES 2012)



### CAPACITÉ D'ACCUEIL DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES (SEPTEMBRE 2012)

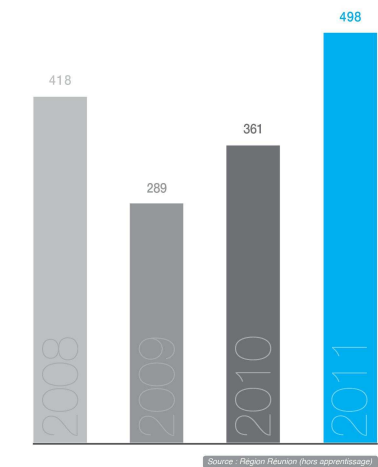


La destination compte 14 700 lits.



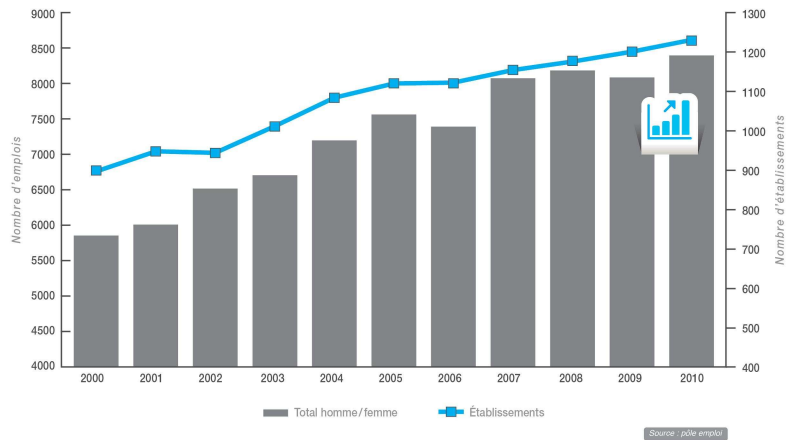
Part des hébergements non classés.

### NOMBRE DE PLACES DE STAGE AGRÉÉES PAR LA RÉGION POUR LES FORMATIONS TOURISME/HÔTELLERIE/RESTAURATION



Relance des programmes sectoriels

## ÉVOLUTION DES ÉTABLISSEMENTS ET EMPLOIS DANS LE SECTEUR DU TOURISME À LA RÉUNION



### Précisions méthodologiques :

Pour évaluer l'évolution des établissements et des emplois salariés dans le secteur touristique à La Réunion, il a été pris en compte les données d'UNISTATIS selon le code NAF 732.

Les champs couverts par l'enquête sont :

- le transport (4939B, 5010Z, 5110Z),
- les hébergements (5510Z, 5520 Z, 5590Z),
- la restauration (5610A, 5610B, 5610C, 5630Z),
- les locations de voitures (7711A),
- les services touristiques (7911Z, 7912Z, 7990Z),
- les loisirs (9102Z, 9103Z, 9104Z, 9321Z, 9329Z).

Les résultats de cette enquête ont des limites, ils ne prennent pas en compte les effectifs des collectivités et de l'État, les salariés des secteurs agricoles, para-agricoles et du secteur de l'artisanat. Aucun taux de touristicité n'est appliqué.

Pour information, à partir d'autres méthodes de calcul (choix des codes NAF et application des taux de touristicité) certains bureaux d'études publient des chiffres beaucoup plus élevés, jusqu'à 13 000 emplois. Un travail méthodologique est mené dans le cadre de l'Observatoire Régional du Tourisme pour harmoniser le calcul de l'emploi touristique.



## MORAL ET CONFIANCE DES PROFESSIONNELLS CONCERNANT LE SECTEUR DU TOURISME (AOÛT 2012)

### MORAL

Situation économique actuelle va "en s'améliorant" / "en se dégradant".

### CONFIANCE

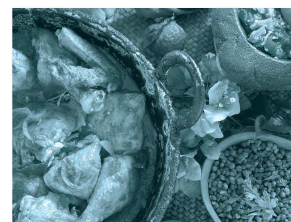
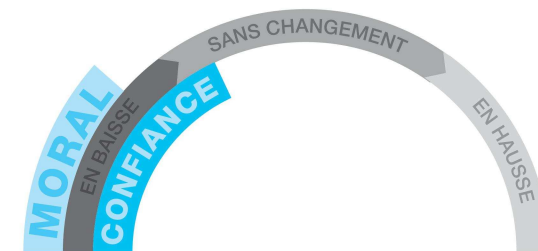
Situation économique dans les mois à venir "optimisme" / "pessimisme".



**Baisse de 12 points pour le moral et redressement de 2 points pour la confiance. (août/juillet)**

L'indicateur de moral vis-à-vis du secteur du tourisme baisse. L'indicateur confiance des professionnels du tourisme se redresse.

Source : Baromètre IRT / IPSOS



# L'OBSERVATOIRE RÉGIONAL DU TOURISME DE L'ILE DE LA RÉUNION

L'OBSERVATOIRE RÉGIONAL DU TOURISME A POUR MISSION :

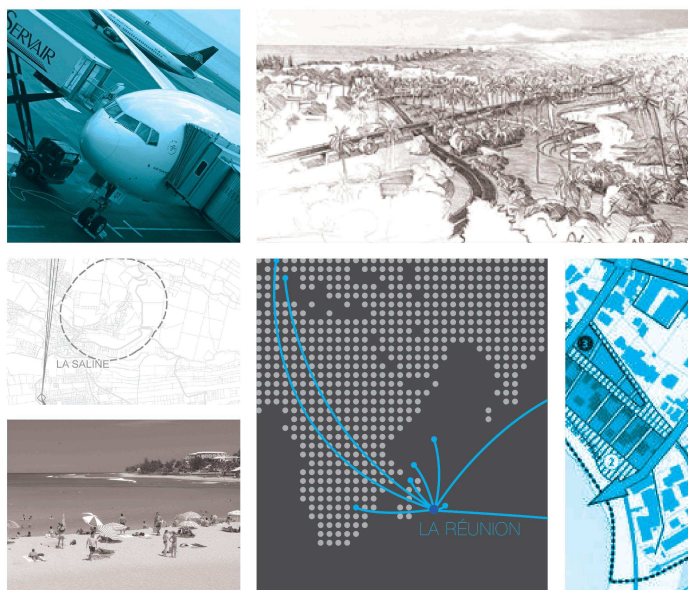
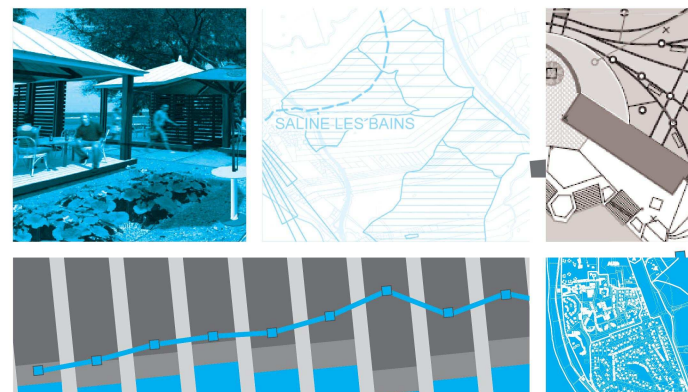
- L'observation, l'analyse et l'évaluation du tourisme réunionnais et plus largement, la connaissance du tourisme français et international.

Cette mission s'exerce en collaboration avec les instances statistiques publiques et professionnelles spécialisées dans la collecte et le traitement de l'information touristique.

- L'aide à la décision pour la conduite des actions et politiques touristiques de la Région, de l'IRT, des professionnels et des différents opérateurs touristiques réunionnais.

- La prospective

À ce titre, l'Observatoire Régional du Tourisme doit répondre aux besoins documentaires de l'IRT, de la Région, des professionnels réunionnais, des organisateurs de voyage, des organismes spécialisés, des instituts d'études publics et privés, des pouvoirs publics nationaux et régionaux, des collectivités locales, des chercheurs et étudiants, du grand public et de la presse et médias divers.



POUR CONDUIRE CETTE MISSION, L'OBSERVATOIRE RÉGIONAL DU TOURISME ASSURE PLUSIEURS ACTIVITÉS :

- Études quantitatives

L'observation, l'étude et l'analyse du tourisme à La Réunion, en métropole et dans le monde par la conduite d'études quantitatives, la création de tableaux de bord, l'établissement de monographies, le recueil et le traitement des informations statistiques récurrentes disponibles.

- Études qualitatives

La poursuite d'études sectorielles à caractère socio-économiques, d'études de marketing ainsi que le recensement, la centralisation et la valorisation des études touristiques existantes dans l'île.

- Fonction prospective

L'organisation de la veille concurrentielle (destinations concurrentes et émergentes, prix, communication), la veille technologique sur les produits (innovations, rentabilité, etc.), et la veille prospective sur les stratégies (management des destinations).

- Fonction documentaire et éducative

La constitution d'un centre de ressources accessibles à tous, l'aide méthodologique et financière aux professionnels collecteurs de données, l'organisation de journées techniques et séminaires de formation.

**Conformément à ses statuts, à la demande de la Région Réunion, L'IRT est chargé d'assurer le suivi de l'observation touristique et à ce titre, assure le portage de l'Observatoire Régional du Tourisme.**