



Ipsos Marketing
The Innovation and Brand Research Specialists

Diversification des clientèles touristiques des îles de l'océan Indien

Rapport de l'enquête en ligne (29 mars 2012)



François de Sars & Damien Barnier & Elise van den Heuvel
IPSOS 41 QUAI FULCHIRON 69005 LYON TEL. 04 72 77 41 70

Nobody  Unpredictable



1 Contexte et objectifs

2 Méthodologie

3 Résultats détaillés de l'enquête

4 Annexes





Contexte de l'enquête auprès des clientèles européennes

La Réunion, une destination long courrier.

- Le tourisme à l'île de La Réunion, après avoir connu une crise sévère consécutive au Chikungunya, a retrouvé son niveau de fréquentation antérieur, et affiche désormais de nouvelles ambitions : un objectif de 600 000 touristes à l'horizon 2015.
- Atteindre cet objectif implique à la fois de consolider ses positions sur son marché naturel, la métropole, et de conquérir une part de marché sur les autres marchés européens.
- D'autant que sur la métropole, l'on pourrait assister à une érosion de la fréquentation par les affinitaires.

La stratégie touristique de La Réunion vise donc à :

- Maintenir les efforts sur les marchés naturels et prioritaires que sont la France et les pays limitrophes francophones, objet d'une première étude.
- **Diversifier les clientèles, notamment avec les clientèles européennes (Allemagne, Royaume Uni, Espagne et Italie) en ayant à l'esprit la notion de partenariat commercial en s'appuyant sur la complémentarité avec d'autres destinations insulaires (Maurice et les autres îles).**
- Travailler les marchés émergents.



Objectifs de l'enquête auprès des clientèles européennes

La présente enquête s'inscrit dans le cadre de la stratégie marketing décrite précédemment, et porte plus particulièrement sur la connaissance des clientèles européennes par rapport au marché du tourisme long courrier dont fait partie la destination île de La Réunion.

Plus précisément, la présente enquête quantitative vise les objectifs suivants auprès de personnes ayant réalisé un voyage long courrier au cours des 5 dernières années (pays du Maghreb exclus) :

- Caractériser les marchés long courrier au départ des pays émetteurs (profil des voyageurs, usages et attitudes, recours aux opérateurs du voyage, usage d'Internet, attentes rationnelles et émotionnelles vis-à-vis des destinations long courrier...),
- Définir le positionnement concurrentiel de La Réunion par rapport aux autres destinations insulaires (connaissance, image...)
- Définir le niveau d'attraction de l'île de La Réunion et rechercher les raisons de non attraction éventuelles
- Faire réagir au concept des « Iles Vanille » et faire opérer des préférences de regroupement de destinations par rapport à ce concept



1

Contexte et objectifs

2

Méthodologie

3

Résultats détaillés de l'enquête

4

Annexes





ECHANTILLON

L'enquête a été administrée à un échantillon de 825 personnes (contractuellement il avait été prévu 400 personnes) : 208 Allemands, 204 Italiens, 206 Espagnols et 207 britanniques.



METHODOLOGIE DE RECUEIL

Recueil des données "en ligne" auprès du Panel Ipsos.



DATES DU TERRAIN

Du 6 au 8 mars 2012

Structure de l'échantillon (Allemands)



Résultats en %	Total
Bases :	208

Genre	
Homme	50
Femme	50

Age	
Entre 18 et 24 ans	9
Entre 25 et 34 ans	29
Entre 35 et 44 ans	26
Entre 45 et 54 ans	21
Entre 55 et 64 ans	10
65 ans et plus	6

CSP	
Net aisés	32
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	6
Cadre, profession intellectuelle supérieure ou profession libérale	25
Net modestes	49
Agriculteur exploitant	0
Profession intermédiaire (contremaître, ...)	14
Employé	28
Ouvrier	6
Net Inactifs	20
Retraité	9
Lycéen, étudiant	8
Autres inactifs	3

Résultats en %	Total
Bases :	208

Région	
Nielsen I	17
Nielsen II	19
Nielsen IIIa	7
Nielsen IIIb	18
Nielsen IV	15
Nielsen V	4
Nielsen VI	10
Nielsen VII	10

Taille de la commune	
ST Moins de 100 000 habitants	52
Moins de 20 000 habitants	24
20 000 à 99 999 habitants	28
ST 100 000 et plus	48
100 000 à 199 999 habitants	13
200 000 habitants et plus	35

Taille du foyer	
1 personne	36
2 personnes	36
3 personnes	14
4 personnes	12
5 personnes et plus	1



Résultats en %	Total
Bases :	204

Genre	
Homme	50
Femme	50

Age	
Entre 18 et 24 ans	9
Entre 25 et 34 ans	22
Entre 35 et 44 ans	16
Entre 45 et 54 ans	16
Entre 55 et 64 ans	28
65 ans et plus	8

CSP	
Net aisés	29
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	9
Cadre, profession intellectuelle supérieure ou profession libérale	20
Net modestes	37
Profession intermédiaire (contremaître, ...)	3
Employé	27
Ouvrier	7
Net inactifs	34
Retraité	21
Lycéen, étudiant	5
Autres inactifs	8

Résultats en %	Total
Bases :	204

Région	
Nord-Ouest	27
Nord-Est	25
Centre	23
Sud	13
Ile	12

Taille de la commune	
ST Moins de 100 000 habitants	56
Moins de 20 000 habitants	25
20 000 à 99 999 habitants	31
ST 100 000 et plus	44
100 000 à 199 999 habitants	13
200 000 habitants et plus	30

Taille du foyer	
1 personne	12
2 personnes	33
3 personnes	27
4 personnes	20
5 personnes et plus	8



Résultats en %	Total
Bases :	206

Genre	
Homme	50
Femme	50

Age	
Entre 18 et 24 ans	12
Entre 25 et 34 ans	27
Entre 35 et 44 ans	23
Entre 45 et 54 ans	18
Entre 55 et 64 ans	19
65 ans et plus	1

CSP	
Net aisés	23
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	5
Cadre, profession intellectuelle supérieure ou profession libérale	18
Net modestes	45
Profession intermédiaire (contremaître, ...)	9
Employé	32
Ouvrier	4
Net inactifs	32
Retraité	8
Lycéen, étudiant	9
Autres inactifs	15

Résultats en %	Total
Bases :	206

Région	
Nord	29
Centre et Ouest	22
Est	25
Sud	24

Taille de la commune	
ST Moins de 100 000 habitants	42
Moins de 20 000 habitants	16
20 000 à 99 999 habitants	26
ST 100 000 et plus	58
100 000 à 199 999 habitants	12
200 000 habitants et plus	47

Taille du foyer	
1 personne	12
2 personnes	36
3 personnes	30
4 personnes	17
5 personnes et plus	5



Résultats en %	Total
Bases :	207

Genre	
Homme	51
Femme	49

Age	
Entre 18 et 24 ans	8
Entre 25 et 34 ans	13
Entre 35 et 44 ans	14
Entre 45 et 54 ans	18
Entre 55 et 64 ans	25
65 ans et plus	24

CSP	
Net aisés	30
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	3
Cadre, profession intellectuelle supérieure ou profession libérale	28
Net modestes	29
Profession intermédiaire (contremaître, ...)	11
Employé	16
Ouvrier	2
Net Inactifs	40
Retraité	34
Lycéen, étudiant	3
Autres inactifs	2

Résultats en %	Total
Bases :	207

Région	
North & Yorkshire	11
North West	6
Midlands	14
South West & Wales	11
South East & Anglia	32
London	18
Scotland	8

Taille de la commune	
ST Moins de 100 000 habitants	63
Moins de 20 000 habitants	30
20 000 à 99 999 habitants	33
ST 100 000 et plus	37
100 000 à 199 999 habitants	12
200 000 habitants et plus	25

Taille du foyer	
1 personne	25
2 personnes	56
3 personnes	10
4 personnes	8
5 personnes et plus	1



1 Contexte et objectifs

2 Méthodologie

3 **Résultats détaillés de l'enquête**

4 Annexes



ENSEIGNEMENT N° 1

A l'instar des résultats de l'enquête réalisée auprès des clientèles européennes francophones, le potentiel de clientèle de l'île de La Réunion est à rechercher prioritairement parmi les voyageurs long courrier actuels. Pour preuve, les 2/3 des voyageurs LC allemands, italiens, espagnols et anglais déclarent réaliser au moins 1 voyage destination lointaine par an.

L'Amérique du Nord est la destination long courrier de prédilection de ces 4 populations européennes mais il est à noter un capital de séduction plus fort des destinations pour lesquelles l'on a des affinités linguistiques (l'Amérique du Nord et l'Amérique du Sud respectivement pour les Anglais et les Espagnols).

La fréquentation effective de l'île de La Réunion est marginale pour ces cibles (5 dernières années) mais beaucoup plus conséquente en termes d'intention de voyage (Italiens plus particulièrement).

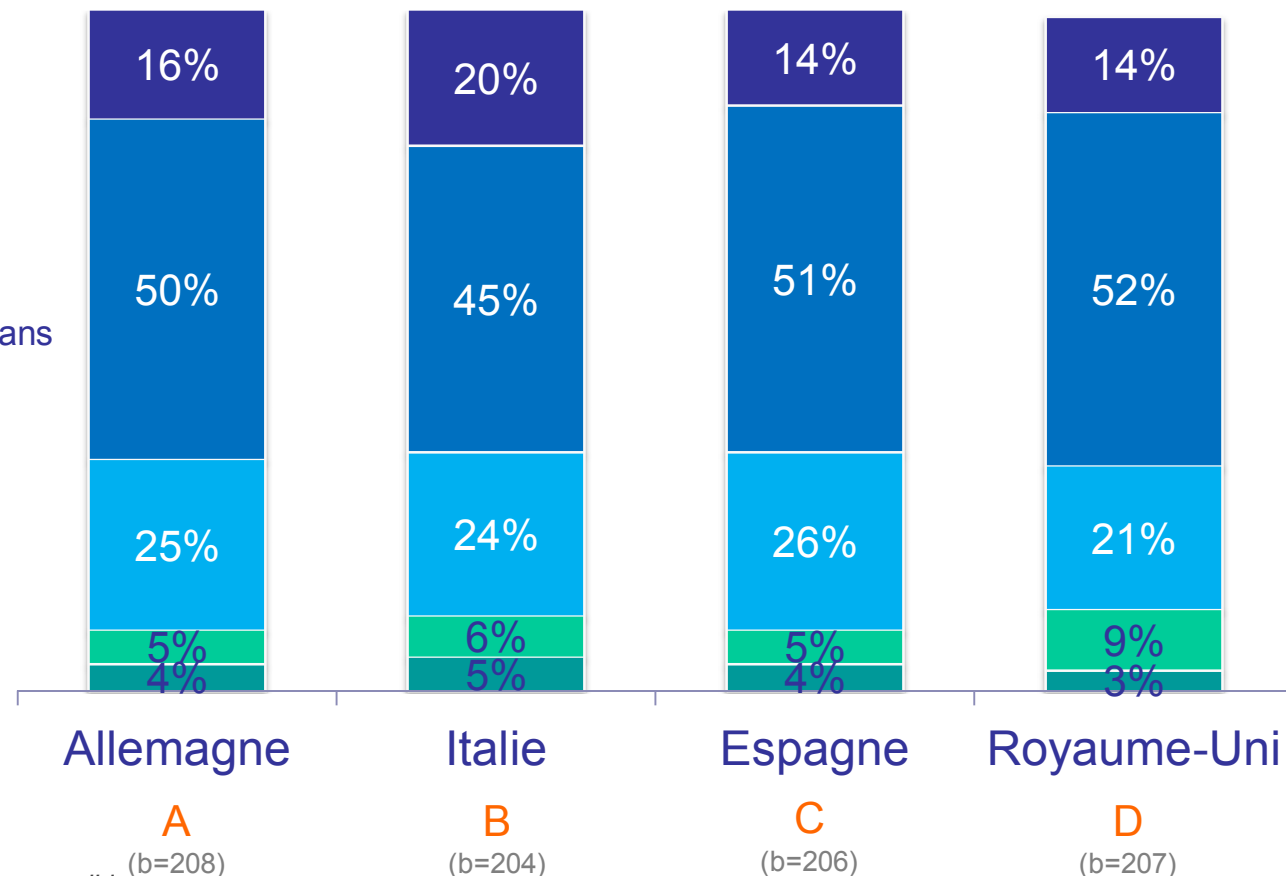
Fréquence de voyage

Q1 : D'une manière générale, tous les combien partez-vous en vacances dans des pays lointains (c'est-à-dire avec 3 heures de vol au minimum) ... ?

Les 2/3 des voyageurs long courrier issus des 4 pays européens affichent des fréquences de voyage LC d'au moins une fois par an, et d'au moins une fois tous les 2 à 3 ans pour l'immense majorité d'entre eux.



- Plusieurs fois par an
- Une fois par an en moyenne
- Une fois tous les deux ou trois ans
- Une fois tous les 4 ou 5 ans
- Moins souvent
- Je n'y suis jamais encore allé



Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible

© 2012 Ipsos



Destinations visitées (1/2)

Q2a : Dans quel(s) pays lointain(s) êtes-vous parti en vacances au moins 1 fois au cours des 5 dernières années ?

L'Amérique du Nord est sans conteste la première destination touristique long courrier plébiscitée par la clientèle européenne interrogée. A noter, un capital de séduction plus fort des destinations pour lesquelles l'on a des affinités linguistiques (Amérique du Nord plus attractive pour les Britanniques et Amérique du Sud pour les Espagnols).

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
Bases	208	204	206	207
Amérique du Nord (Canada, Etats Unis)	45	47	44	63 ABC
Asie du Sud-Est (Cambodge, Inde, Indonésie, Japon, Laos, Macao, Malaisie, Népal, Philippines, Singapour, Sri Lanka, Taïwan, Thaïlande, Vietnam, etc.)	33 BC	20	20	36 BC
Amérique du Sud (Bolivie, Brésil, Chili, Costa Rica, Mexique, Pérou, Venezuela, etc.)	18	28 A	46 ABD	20
Afrique du Sud	16	11	11	16
Autres pays africains (Kenya, Mali, Nigéria, Sénégal, etc.)	16	20 C	11	19 C
Moyen Orient (Bahrein, Dubaï, Iran, Jordanie, Oman, etc.)	14	13	11	18 C
Australie	13	8	8	26 ABC

© 2012 I

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible

Destinations visitées (2/2)

Selon les particularités géographiques, culturelles ou linguistiques, les européens ont visité différentes destinations insulaires : la République Dominicaine est l'île la plus visitée par les Allemands, alors que les Caraïbes ont su attirer les Italiens, Espagnols et surtout les Britanniques. Cuba est une destination favorisée par les Espagnols et Italiens et les Maldives par les Italiens. L'île de La Réunion dispose d'un attrait marginal auprès du public européen interrogé.

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
<i>Bases</i>	208	204	206	207
République Dominicaine (La)	12 D	9 D	13 D	2
Chine, Hong Kong	11	8	14	24 ABC
Caraïbes (autres îles : Barbade, Haïti, Jamaïque, Sainte Lucie, Saint Martin, etc.)	9	14	17 A	24 AB
Cuba	8	16 A	17 AD	11
Nouvelle Zélande (La)	6	4	5	13 BCA
Maldives (Les)	6	13 CAD	5	7
Seychelles (Les)	4	8 D	5	2
Madagascar	3	6 D	4	1
Maurice (Ile)	3	8 A	4	5
Guadeloupe (La)	2	3	1	2
Réunion (Ile de La)	2	1	2	1
Comores (Ile des)	1	2	2	0
Martinique (La)	1	5 A	3	2
Nouvelle Calédonie (La)	1	3	2	1
Tahiti et la Polynésie française	1	4 D	2	0
Autres pays étrangers long courrier	8	10	13	11
Moyenne	2,4	2,6	2,6	3,1 A

Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible



Destinations projetées (1/2)

Q2b : Dans quel(s) pays lointain(s) avez-vous l'intention de partir lors les 12 mois à venir ?

L'Amérique du Nord reste la destination touristique privilégiée pour un voyage futur. L'Asie du Sud-Est semble également assez attractive pour les Allemands, Italiens et Espagnols. Les habitants des pays latins (Italie, Espagne) sont également fortement attirés par l'Amérique du Sud.

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
Bases	208	204	206	207
Amérique du Nord (Canada, Etats Unis)	30	29	23	39 CB
Asie du Sud-Est (Cambodge, Inde, Indonésie, Japon, Laos, Macao, Malaisie, Népal, Philippines, Singapour, Sri Lanka, Taïwan, Thaïlande, Vietnam, etc.)	24 D	21 D	22 D	13
Australie	18	22	15	17
Amérique du Sud (Bolivie, Brésil, Chili, Costa Rica, Mexique, Pérou, Venezuela, etc.)	17	26 DA	26 DA	13
Maldives (Les)	16 CD	13 C	6	7
Afrique du Sud	15	19 CD	9	11
Chine, Hong Kong	15	17 D	17 D	9
Moyen Orient (Bahreïn, Dubaï, Iran, Jordanie, Oman, etc.)	12	12	12	12
Autres pays africains (Kenya, Mali, Nigéria, Sénégal, etc.)	10	21 ADC	12	8

Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible

Destinations projetées (2/2)

L'attrait des Italiens vis-à-vis d'une destination insulaire est plus marqué, les intentions vis-à-vis de l'île de La Réunion se situent à un niveau comparable aux autres îles, alors que les autres populations européennes étudiées se projetteraient moins dans cette destination ...

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
<i>Bases</i>	208	204	206	207
Cuba	13 D	17 D	11	7
Caraïbes (autres îles : Barbade, Haïti, Jamaïque, Sainte Lucie, Saint Martin, etc.)	13	13	13	10
Maurice (Ile)	12 D	13 D	8	5
Nouvelle Zélande (La)	10	15 C	8	10
Madagascar	9	15 CDA	5	4
Seychelles (Les)	9	15 DAC	7	4
Martinique (La)	7 D	10 D	5	2
République Dominicaine (La)	7	13 D	10 D	4
Tahiti et la Polynésie française	7	13 DA	8 D	3
Comores (Ile des)	6 D	11 D	9 D	2
Réunion (Ile de La)	6 D	12 DAC	6 D	2
Guadeloupe (La)	5	11 DA	7 D	3
Nouvelle Calédonie (La)	5	10 D	6	3
Aucun	15	10	17	13
Moyenne	3,1 D	3,9 D	2,9 D	2,2

Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible



Poids du facteur affinitaire dans le choix de la destination (1/2)

Q3 : Parmi les pays que vous avez indiqués, y en a-t-il un avec lequel vous avez des affinités particulières, soit parce vous-même y êtes né(e), soit parce que votre famille en est originaire ?

Les voyageurs long courrier issus d'Allemagne, d'Italie et du Royaume-Uni sont ~1 sur 5 à afficher des affinités particulières avec l'Amérique du Nord. Même constat pour les Espagnols avec l'Amérique du Sud.

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
Bases	208	204	206	207
Amérique du Nord (Canada, Etats Unis)	20	19	11	20
Asie du Sud-Est (Cambodge, Inde, Indonésie, Japon, Laos, Macao, Malaisie, Népal, Philippines, Singapour, Sri Lanka, Taïwan, Thaïlande, Vietnam, etc.)	13	5	2	6
Amérique du Sud (Bolivie, Brésil, Chili, Costa Rica, Mexique, Pérou, Venezuela, etc.)	6	10	20	3
Afrique du Sud	7	3	4	5
Australie	5	3	3	11
Autres pays africains (Kenya, Mali, Nigéria, Sénégal, etc.)	5	2	3	3
Moyen Orient (Bahrein, Dubaï, Iran, Jordanie, Oman, etc.)	4	3	2	2
Autres pays étrangers long courrier	4	1	3	1
Cuba	3	3	3	0
Caraïbes (autres îles : Barbade, Haïti, Jamaïque, Sainte Lucie, Saint Martin, etc.)	3	2	5	3
Chine, Hong Kong	3	0	2	2
République Dominicaine (La)	3	1	2	0

© 2012 Ipsos

Bases : Pays visité

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible



Poids du facteur affinitaire dans le choix de la destination (2/2)

Q3 : Parmi les pays que vous avez indiqués, y en a-t-il un avec lequel vous avez des affinités particulières, soit parce vous-même y êtes né(e), soit parce que votre famille en est originaire ?

En cohérence avec un nombre de visiteurs plutôt confidentiel de l'île de La Réunion, le facteur affinitaire avec l'île est tout aussi confidentiel.

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
Bases	208	204	206	207
Maldives (Les)	3	1	1	0
Seychelles (Les)	2	2	2	0
Nouvelle Zélande (La)	2	1	2	4
Réunion (Ile de La)	1	0	0	0
Maurice (Ile)	1	2	1	0
Madagascar	0	1	2	0
Martinique (La)	0	0	1	0
Tahiti et la Polynésie française	0	0	1	0
Comores (Ile des)	0	0	1	0
Nouvelle Calédonie (La)	0	0	0	0
Guadeloupe (La)	0	0	0	0

Bases : Pays visité

A/B/C/D : score significativement supérieur à la autre cible



Autres analyses issues des résultats précédents

- Les **fréquences de voyage destination lointaine** (5 dernières années) des voyageurs enquêtés en Allemagne, Italie, Espagne et Royaume-Uni sont **assez homogènes** ($\pm 2/3$ de voyageurs au moins 1 fois par an, et tous les 2 à 3 ans pour l'immense majorité) ...
- Ils présentent cependant des **attraits différenciés envers les destinations touristiques, expliqués notamment par des affinités linguistiques ou historiques** :
 - ◆ **L'Amérique du Nord** reste un **incontournable** pour tous :
 - Première destination touristique visitée, sauf pour les Espagnols : un peu moins de la moitié des Allemands, Italiens et Espagnols et près des 2/3 des Britanniques s'y sont déjà rendus.
 - Première destination projetée pour les Britanniques, Italiens et Allemands : 39% des Britanniques, 30% des Allemands, 29% des Italiens et 23% des Espagnols projettent d'y aller dans le futur.
 - L'Allemagne, l'Italie et le Royaume-Uni comptent par ailleurs $\pm 20\%$ d'affinitaires (lieu de naissance ou liens familiaux) avec cette destination.
 - ◆ **L'Amérique du Sud** attire davantage les **latins**, notamment les **Espagnols** :
 - Pays visité par près de la moitié des voyageurs espagnols, soit un niveau comparable à la fréquentation de l'Amérique du Nord pour cette nationalité
 - Destination projetée par plus d'un quart des Italiens et Espagnols
 - 20% d'affinitaires espagnols avec cette destination
 - ◆ Les **destinations insulaires** sont globalement **peu attractives** (sauf pour 24% de Britanniques s'étant rendu aux Caraïbes dans les 5 dernières années), et les **visites ou intentions de visite à La Réunion sont confidentielles (sauf pour les Italiens)**.

ENSEIGNEMENT N° 2

Destination lointaine = longs séjours. Plus des trois quarts des voyageurs long courrier sont partis au moins 2 semaines et, pour plus d'un tiers, trois semaines ou davantage. Les périodes de départ sont assez bien réparties tout au long de l'année et la configuration choisie, en termes d'accompagnement, est le couple pour plus de la moitié d'entre eux.

Pour ce dernier voyage encore, la tendance est un achat « à la carte », particulièrement au Royaume-Uni où l'on a beaucoup moins acheté de séjours comprenant le billet d'avion et l'hébergement et où l'on a davantage profité de tarifs préférentiels que dans les autres pays enquêtés.



Dernier pays visité

Q4 : Nous allons maintenant parler du dernier pays lointain dans lequel vous êtes parti en vacances. De quel pays s'agit-il ?

L'Amérique du Nord constitue le dernier pays visité pour ~ 1 personne sur 3 ~ qu'il soit Allemand, Italien, Espagnol ou Britannique.

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
Bases	208	204	206	207
Amérique du Nord (Canada, Etats Unis)	27	31	31	35
Asie du Sud-Est (Cambodge, Inde, Indonésie, Japon, Laos, Macao, Malaisie, Népal, Philippines, Singapour, Sri Lanka, Taïwan, Thaïlande, Vietnam, etc.)	19 BC	8	7	14 BC
Autres pays africains (Kenya, Mali, Nigéria, Sénégal, etc.)	9 C	8 C	3	4
Afrique du Sud	7 BD	2	3	2
Amérique du Sud (Bolivie, Brésil, Chili, Costa Rica, Mexique, Pérou, Venezuela, etc.)	6	14 AD	21 AD	6
Australie	4	2	2	11 ABC
Moyen Orient (Bahrein, Dubaï, Iran, Jordanie, Oman, etc.)	4	5	4	3
Chine, Hong Kong	3	2	4	5
Cuba	3	6	6	3
République Dominicaine (La)	3	1	2	0
Caraïbes (autres îles : Barbade, Haïti, Jamaïque, Sainte Lucie, Saint Martin, etc.)	2	3	4	6
Maldives (Les)	2	3 C	0	2
Seychelles (Les)	2 C	1	0	0
Madagascar	0	1	0	1
Maurice (Ile)	0	1	0	0
Nouvelle Zélande (La)	0	0	1	2
Réunion (Ile de La)	0	0	0	0
Autres pays étrangers long courrier	6	6	7 D	3

Bases : ensemble

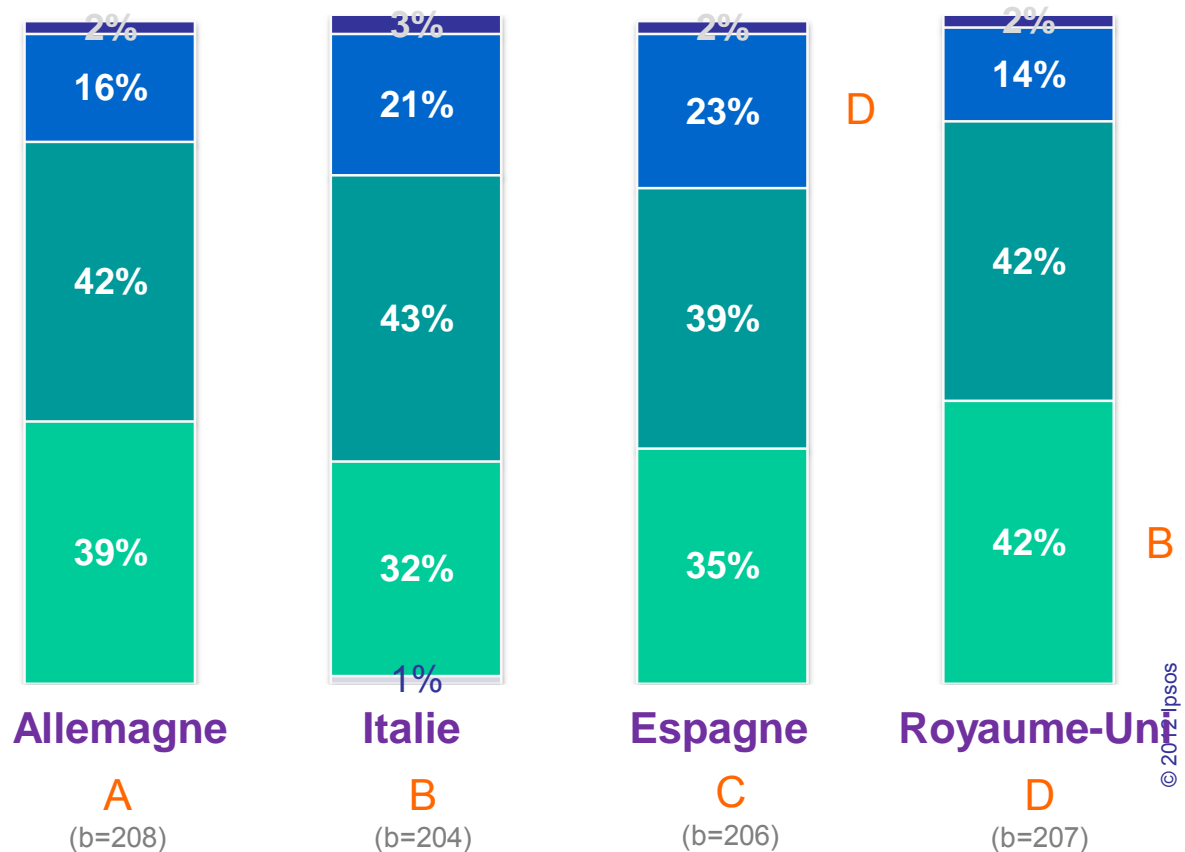
A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible

Durée du dernier séjour

Q5 : S'agissait-il d'un séjour... ?

Pour l'immense majorité, la durée du dernier voyage a été d'au moins deux semaines : plus de 80% des Allemands et Britanniques et 75% des Italiens et Espagnols.

- D'un week-end ou court séjour (3-4 jours)
- D'une semaine
- De 2 semaines
- De 3 semaines ou plus
- Je ne sais pas



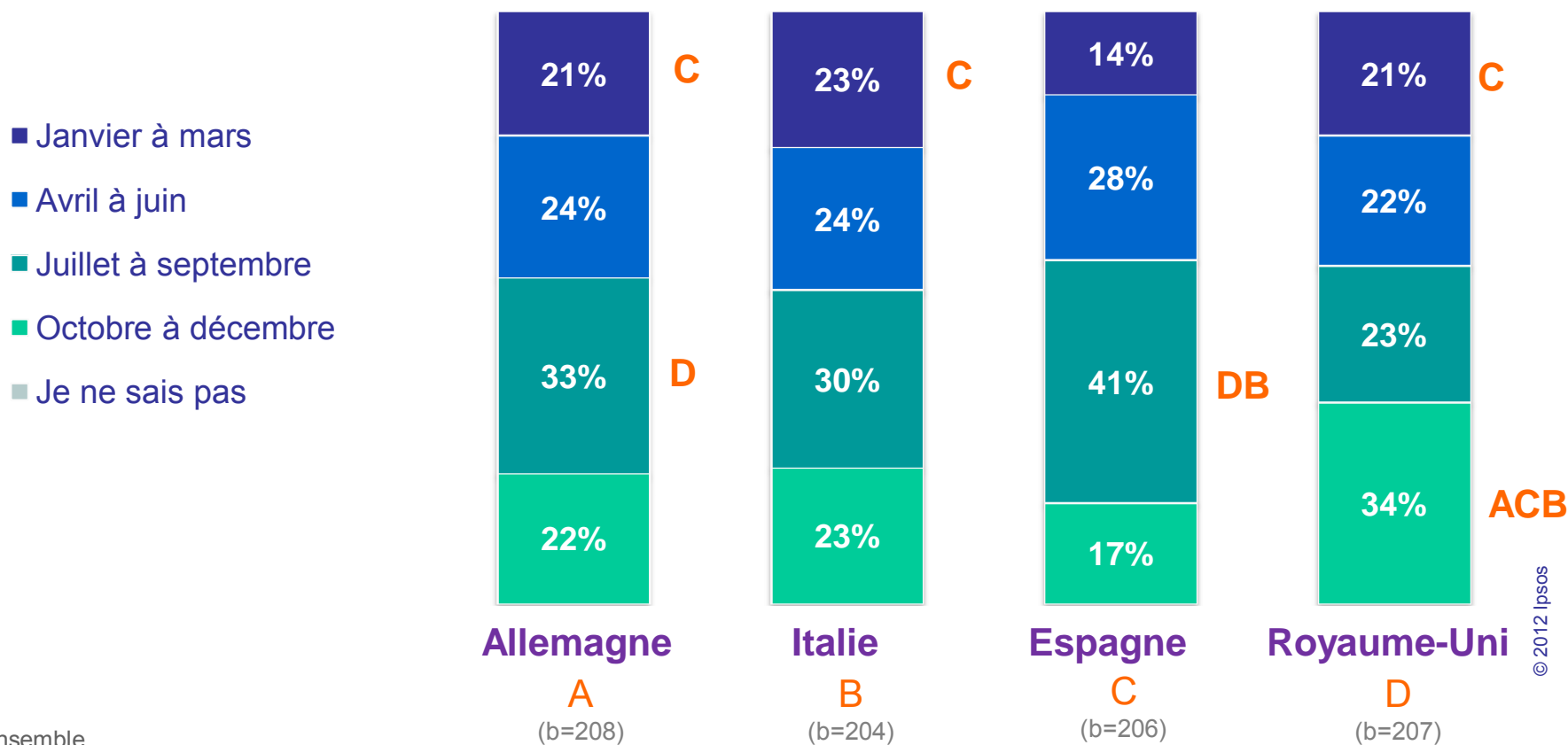
Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à toute cible

Période de départ

Q6 : A quelle période de l'année êtes-vous parti(e) ?

Les périodes de départ se répartissent assez bien tout au long de l'année, notamment pour les Allemands et Italiens, alors que les Espagnols sont plus nombreux à partir de juillet à septembre et les Britanniques d'octobre à décembre.



Bases : ensemble

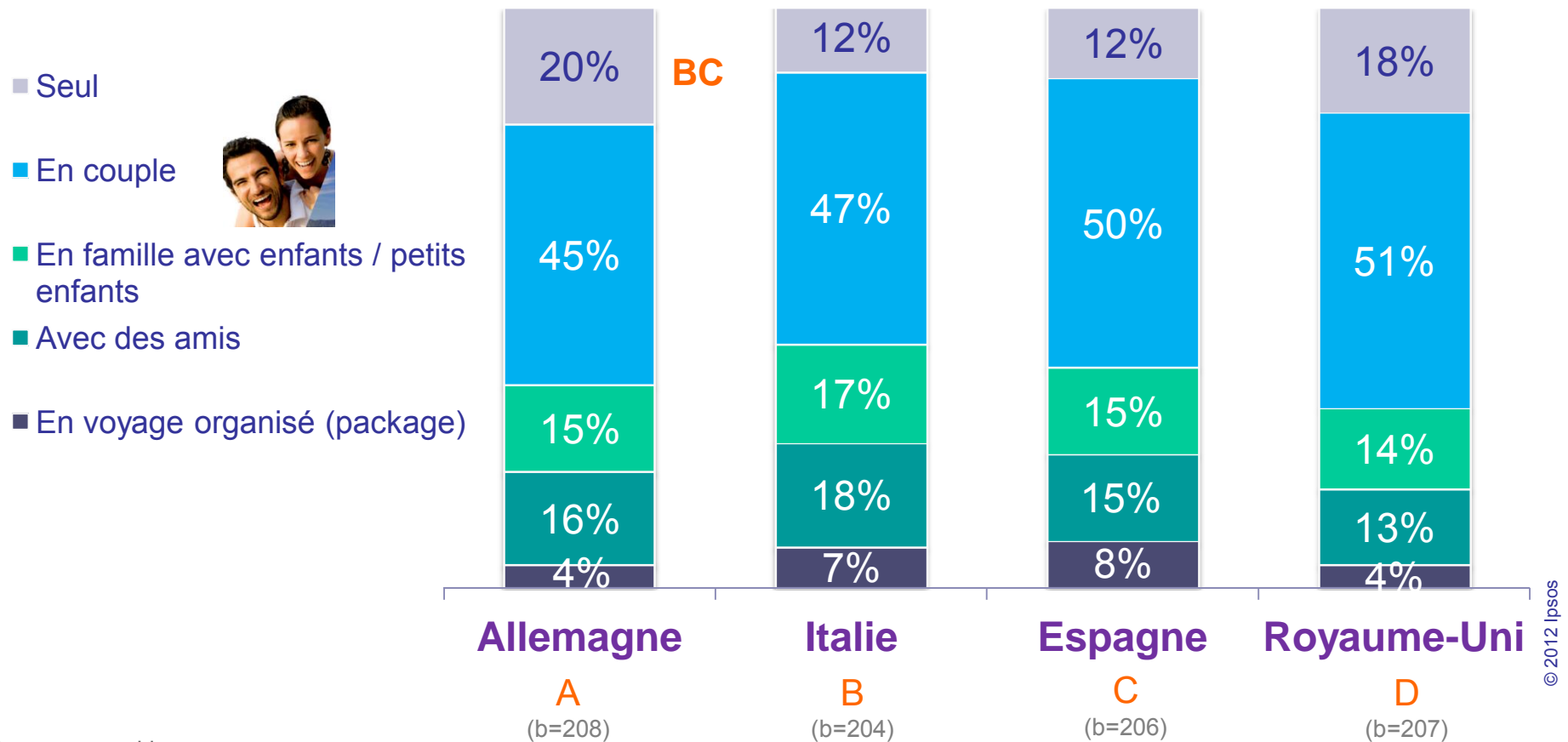
A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible

© 2012 Ipsos

Accompagnement lors du voyage

Q8 : Etiez-vous venu(e) ... ?

Le dernier voyage long courrier s'est majoritairement réalisé accompagné : en couple pour près de la moitié des voyageurs de chaque pays et en famille ou avec des amis de façon plus marginale. Les Allemands sont plus nombreux à avoir voyagé seuls.



© 2012 Ipsos

Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à toute cible

Q11 : Comment avez-vous organisé ce dernier voyage dans les pays lointains ?

Les voyageurs long courrier ont plutôt eu tendance à acheter leur dernier voyage à la carte, surtout au Royaume-Uni, où l'on a beaucoup moins acheté de séjours comprenant billet d'avion et hébergement et profité de tarifs préférentiels que dans les autres pays enquêtés.



Résultats en %

Bases

	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
Bases	208	204	206	207
Par achat séparé du billet d'avion et des autres prestations	57	58	56	66 C
Par achat d'un séjour sous forme de forfait comprenant l'avion et l'hébergement	38 D	39 D	33 D	21
Par achat d'un circuit organisé	23	18	28 B	20
En bénéficiant d'un tarif très préférentiel (promotion, dernière minute)	22 D	23 D	20 D	11
Ne sait pas	1	1	1	1

© 2012 Ipsos

Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible



Autres analyses issues des résultats précédents

- Logiquement, **l'Amérique du Nord** se place comme la **destination la plus fréquentée lors du dernier voyage** (entre 27 et 35% des voyageurs de chaque pays européen).
- **L'île de La Réunion** constitue la **dernière destination visitée** pour **aucun des voyageurs longs courriers** européens interrogés.
- Les voyages vers des destinations longs courriers des européens se caractérisent par...
 - ◆ Des **séjours plutôt longs** (au moins deux semaines pour la majorité)
 - ◆ Des **départs répartis tout au long de l'année**, avec un peu plus de départ de juillet à septembre pour les Espagnols et d'octobre à décembre pour les Britanniques.
 - ◆ Des **voyages en couple**, ou du moins accompagné
 - ◆ Une **organisation du voyage principalement à la carte**, c'est à dire par **achat séparé du billet d'avion et des autres prestations**, notamment pour les britanniques.

ENSEIGNEMENT N° 3

Les motivations de choix de la dernière destination fréquentée ne sont pas tout à fait identiques entre les voyageurs long courrier européens enquêtés, même si l'on retrouve transversalement le tropisme du soleil (un peu moins pour les Espagnols), tout comme la quête d'une destination de rêve où l'on oublie le quotidien.

Internet est un moyen incontournable pour la recherche d'informations pour préparer son voyage, tout comme les guides touristiques pour les Allemands et Britanniques et les agences de voyage pour les Italiens et Espagnols. Parmi les sources d'inspiration citées pour le choix de la destination, outre le bouche à oreille très prépondérant et les raisons personnelles (des personnes qui y vivent, l'attrait pour la langue...), à noter le rôle les médias (reportages, presse...) et de la littérature (romans, récits de voyage...).

Motivations du choix de la dernière destination

Q7 : Par ordre décroissant d'importance citez les 3 raisons principales de votre choix pour cette destination touristique précisément ?

Des motivations au voyage différentes selon les pays ... les Espagnols, accoutumés à un climat relativement clément, semblent moins privilégier ce critère que les autres populations européennes. De leur côté, les Italiens semblent avoir un réel attrait pour l'environnement naturel et les paysages.

Résultats en %

Cité en 1er, 2ème ou 3ème

	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume- Uni - D
<i>Bases</i>	208	204	206	207
Pour le climat, le soleil	38 C	32 C	21	45 BC
Pour l'environnement naturel et les paysages	36	51 ACD	33	29
Pour son image « destination de rêve où l'on oublie le quotidien »	29	35 CD	24	25
Pour le patrimoine, les activités culturelles proposées	28	31	36 D	27
Pour le rapport qualité/prix	27 B	16	22	20
Pour la qualité d'accueil de la population locale	24	17	17	22
Pour rendre visite à la famille ou participer à un événement familial	18	16	20	33 ABC
Parce que c'est une destination dont je connais la langue	15 D	16 D	19 D	7
Par habitude de fréquenter cette destination	13	10	8	13
Parce que c'est une destination sûre (sur les plans politique et sanitaire)	13	15	17	11
C'est en fait une destination choisie par les personnes m'accompagnant	13 B	6	16 BD	9
Pour le type d'hébergement proposé	9	9	9	12
Pour l'offre promotionnelle	7	11 D	17 AD	4
Parce que c'est une destination qui fait des efforts pour le tourisme durable	7	7	9	5
Pour les possibilités de randonnée ou de trekking	5	10 C	5	5
Pour les activités sportives et de loisirs possibles	5	7	10	11 A
Pour la cuisine, la restauration	5	5	10	10
Autre	8	4	6	14 BC

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible

Motivations du choix de la dernière destination

Q7 : Parmi les raisons suivantes, par ordre décroissant d'importance citez les 3 raisons principales de votre choix pour cette destination touristique précisément ?

Résultats en %
Cité en 1er

	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
<i>Bases</i>	208	204	206	207
Pour le climat, le soleil	16 C	12 C	5	14 C
Pour l'environnement naturel et les paysages	13	21 CDA	11	9
Pour son image « destination de rêve où l'on oublie le quotidien »	12	14 D	9	6
Pour le patrimoine, les activités culturelles proposées	13	14	16 D	9
Pour le rapport qualité/prix	5	4	4	4
Pour la qualité d'accueil de la population locale	2	6	3	3
Pour rendre visite à la famille ou participer à un événement familial	13	10	17 B	27 ABC
Parce que c'est une destination dont je connais la langue	2	2	7 ABD	2
Par habitude de fréquenter cette destination	3	3	2	4
Parce que c'est une destination sûre (sur les plans politique et sanitaire)	1	1	2	1
C'est en fait une destination choisie par les personnes m'accompagnant	5 B	1	6 B	3
Pour le type d'hébergement proposé	1	0	1	2
Pour l'offre promotionnelle	3	4 D	6 D	0
Parce que c'est une destination qui fait des efforts pour le tourisme durable	2 D	1	1	-
Pour les possibilités de randonnée ou de trekking	2	0	2	1
Pour les activités sportives et de loisirs possibles	1	0	2	3
Pour la cuisine, la restauration	0	0	1	0
Autre	5	4	4	9 BC

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible

Moyens utilisés pour se renseigner lors de la préparation du séjour

Q9 : Par quel(s) moyen(s) vous êtes-vous renseigné(e) pour préparer ce dernier voyage ?

Internet est un moyen incontournable pour la recherche d'informations pour préparer son voyage, tout comme les guides touristiques pour les Allemands et Britanniques et les agences de voyage pour les Italiens et Espagnols. Les voyageurs du Royaume-Uni privilégient également le bouche à oreille.



Résultats en %

	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
Bases	208	204	206	207
Par consultation de sites Web	56	59	50	68 AC
Par les guides touristiques	39 BC	26 C	7	38 BC
Par une agence de voyage	31	47 AD	41 DA	23
Par le bouche à oreille (amis, famille, relations)	28 B	18	26	37 BAC
Par les médias (reportage TV, articles dans la presse, publicités)	14 BCD	4	6	7
Je ne me suis pas renseigné spécialement	11 B	3	7 B	13 B
Par échanges sur le Web (réseaux sociaux, blogs ou forum)	10	13	14	13
Directement auprès de l'office du tourisme du pays ou de la destination touristique	6	5	7	5
Par une association	1	2	1	2
Autre	5	2	1	3

© 2012 Ipsos

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible Bases : ensemble



Source d'inspiration pour le choix de la destination

Q10/10bis : Avez-vous eu d'autres sources d'inspiration pour choisir la destination ? Quelles sources d'inspiration ?

Outre les modes d'information standards, 23 à 41% des voyageurs affirment avoir eu d'autres sources d'inspiration : principalement Internet pour les Allemands, le bouche à oreille pour les Italiens et Espagnols et d'autres raisons propres à la destination pour les Italiens, Espagnols et Britanniques.

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
Bases	208	204	206	207
A EU D'AUTRES SOURCES D'INSPIRATION (en %)	23	33 A	41 A	32 A
Bases à eu d'autres sources d'inspiration	47	68	85	67
Par internet / le web/ les sites de voyage	17 DC	15 D	6 D	0
Par le bouche à oreille (amis, famille, relations)/ voyage déjà effectué par des proches	15	25 D	31 DA	4
Cite une raison d'y aller : l'histoire, la langue, la découverte, le soleil, le prix, le rêve..	15	25	24	45 ACB
Par les médias (reportage TV, presse, publicités..)	13 D	16 D	15 D	0
Les livres/ romans/ récits de voyages	13 D	9 D	7 D	0
Par une agence de voyage	6	1	4	3
J'y suis déjà allé / je connais	6 C	9 C	0	22 CAB
Par les guides touristiques	4	3	1	0
Les films/ le cinéma	4	1	0	0
Par les catalogues / catalogues d'agence	4	1	1	0
Je connais des personnes qui vivent là-bas	2	3	8	15 AB
Cite une destination (le Canada, pays Scandinaves..)	2	4	4	4
Réseaux sociaux/ forums	0	1	0	0
Lecture	0	1	4	0
Autres	9	7	5	18 C
NSP	4	10 D	6	1

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible



Autres analyses issues des résultats précédents

- Les **principales motivations au choix** d'une destination sont assez diversifiées selon la nationalité des voyageurs long courrier interrogés :
 - ◆ Les **Allemands** et **Espagnols**, évoquent des motivations diverses, **sans** qu'un **réel consensus** ne se crée sur l'une d'entre elle en particulier : **le climat, le soleil** (surtout pour les Allemands), **l'environnement naturel / les paysages**, le **patrimoine / les activités culturelles** et le facteur « **destination de rêve** pour oublier le quotidien ».
 - ◆ Les **Italiens** sont près de la moitié à se dire motivés par **l'environnement naturel / les paysages**, et sont ensuite ~ 1/3 à évoquer le climat, le soleil, le facteur « destination de rêve » et le patrimoine / les activités culturelles.
 - ◆ Le **climat**, le **soleil** est la **principale motivation des Britanniques**, seul pays européen à également mettre en avant **les visites dans le cadre familial** (37%).
- **Internet** est **largement utilisé** comme source d'information pour préparer le voyage (et plus fortement par les Britanniques). D'autres sources jouent également un rôle important pour les voyageurs des différents pays : les guides touristiques pour les Allemands et Britanniques, les agences de voyages pour les Italiens et Espagnols, et le bouche à oreille pour les Britanniques.
- **De autres sources d'inspirations** sont évoquées par 23 à 41% des voyageurs européens : **Internet**, le **bouche à oreille** ou encore une **raison propre à la destination** (histoire, langue, découverte, ...), notamment par les **Britanniques**.

ENSEIGNEMENT N° 4

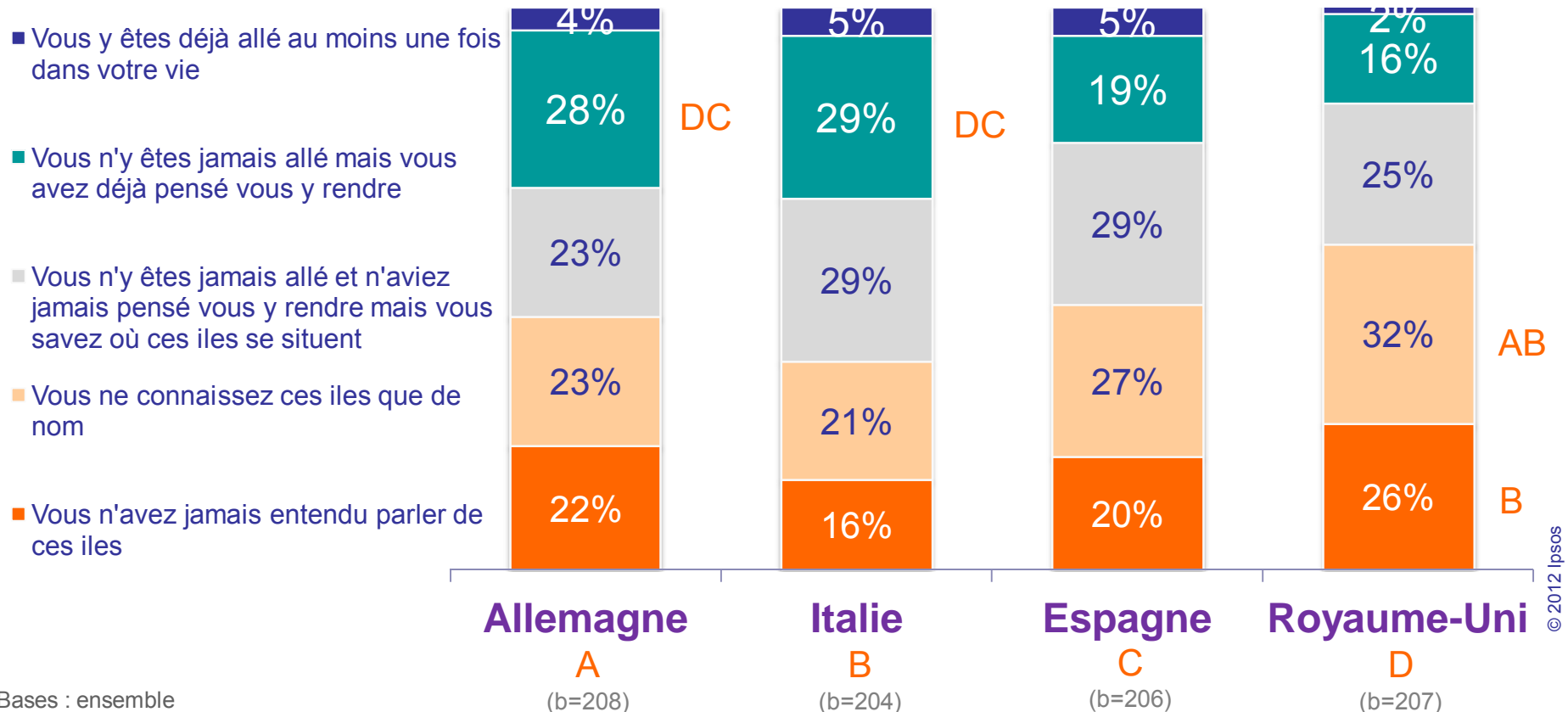
Il existe un très fort décalage entre les scores d'attrance de La Réunion mesurés auprès des populations européennes francophones (précédente enquête : Français 84% attirés dont 38% très attirés, Belges 81%/34% et Suisses 78%/27%) et ceux mesurés auprès des autres populations européennes (Allemands 49%/17%, Italiens 48%/18%, Espagnols 44%/14% et Britanniques 40%/10%). D'ailleurs une très faible proportion (2%) dit y avoir déjà séjourné.

En l'état, le potentiel de touristes pour l'île est peu élevé (16% disent n'y être jamais allés mais avoir déjà pensé s'y rendre), le plus faible des autres destinations insulaires testées, la palme revenant aux Seychelles (45%), aux Maldives (43%) ou à l'île Maurice (42%). La faible présence à l'esprit et attrance suscitée par La Réunion est corrélée au déficit de connaissance de l'île.

Relation avec les îles – Ile de La Réunion

Q12 : En ce qui concerne chacune des îles suivantes, en tant que destination touristique, diriez-vous que... ?

Les différentes clientèles européennes interrogées ont pour la plupart des relations assez distantes avec l'île de La Réunion : si les Allemands et Italiens sont ~1/3 à avoir au moins déjà envisagé se rendre sur l'île, les Espagnols et Britanniques sont moins d'1/4. par ailleurs, leur connaissance de l'île est même très limitée pour 58% des Britanniques, 47% des Espagnols, 45% des Allemands et 37% des Italiens, qui n'en ont jamais entendu parlé ou ne connaissent La Réunion que de nom.



© 2012 Ipsos

Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible



Q12 : En ce qui concerne chacune des îles suivantes, en tant que destination touristique, diriez-vous que... ?



Résultats en %

	L'île de La Réunion	L'île Maurice	Les Seychelles	Les Antilles françaises (Guadeloupe, Martinique)	Tahiti et la Polynésie française	La république dominicaine, Cuba et les autres îles des Caraïbes	Les Maldives
Vous y êtes déjà allé au moins une fois dans votre vie	4	4	8	4	3	25 +	11 +
Vous n'y êtes jamais allé mais vous avez déjà pensé vous y rendre	28	49 +	48 +	32	38 +	43 +	50 +
Vous n'y êtes jamais allé et n'aviez jamais pensé vous y rendre mais vous savez où ces îles se situent	23	26	25	34 +	35 +	18	23
Vous ne connaissez ces îles que de nom	23	21	18	27	23	14 -	17
Vous n'avez jamais entendu parler de ces îles	22	- (-)	2 -	3 -	1 -	- (-)	- (-)

Base ensemble : 208 allemands

© 2012 Ipsos



Q12 : En ce qui concerne chacune des îles suivantes, en tant que destination touristique, diriez-vous que... ?



	L'île de La Réunion	L'île Maurice	Les Seychelles	Les Antilles françaises (Guadeloupe, Martinique)	Tahiti et la Polynésie française	La république dominicaine, Cuba et les autres îles des Caraïbes	Les Maldives
Résultats en %							
Vous y êtes déjà allé au moins une fois dans votre vie	5	9	11 +	9	6	29 +	18 +
Vous n'y êtes jamais allé mais vous avez déjà pensé vous y rendre	29	50 +	53 +	44 +	56 +	40 +	48 +
Vous n'y êtes jamais allé et n'aviez jamais pensé vous y rendre mais vous savez où ces îles se situent	29	30	28	32	26	25	27
Vous ne connaissez ces îles que de nom	21	10 -	7-	15	11 -	6 -	6 -
Vous n'avez jamais entendu parler de ces îles	16	0 -	0 -	0 -	- (-)	- (-)	1 -

Base ensemble : 204 italiens

© 2012 Ipsos



Q12 : En ce qui concerne chacune des îles suivantes, en tant que destination touristique, diriez-vous que... ?



Résultats en %

	L'île de La Réunion	L'île Maurice	Les Seychelles	Les Antilles françaises (Guadeloupe, Martinique)	Tahiti et la Polynésie française	La république dominicaine, Cuba et les autres îles des Caraïbes	Les Maldives
Vous y êtes déjà allé au moins une fois dans votre vie	5	9	8	5	5	37 +	7
Vous n'y êtes jamais allé mais vous avez déjà pensé vous y rendre	19	33 +	35 +	27 +	35 +	34 +	29 +
Vous n'y êtes jamais allé et n'aviez jamais pensé vous y rendre mais vous savez où ces îles se situent	29	30	32	38 +	37	19 -	37
Vous ne connaissez ces îles que de nom	27	23	18 -	23	19 -	7 -	23
Vous n'avez jamais entendu parler de ces îles	20	6 -	6 -	7 -	3 -	2 -	4 -

Base ensemble : 206 espagnols

© 2012 Ipsos



Q12 : En ce qui concerne chacune des îles suivantes, en tant que destination touristique, diriez-vous que... ?



Résultats en %

	L'île de La Réunion	L'île Maurice	Les Seychelles	Les Antilles françaises (Guadeloupe, Martinique)	Tahiti et la Polynésie française	La république dominicaine, Cuba et les autres îles des Caraïbes	Les Maldives
Vous y êtes déjà allé au moins une fois dans votre vie	2	10 +	5	8 +	3	34 +	10 +
Vous n'y êtes jamais allé mais vous avez déjà pensé vous y rendre	16	42 +	45 +	22	23	30 +	43 +
Vous n'y êtes jamais allé et n'aviez jamais pensé vous y rendre mais vous savez où ces îles se situent	25	29	30	37 +	36 +	25	27
Vous ne connaissez ces îles que de nom	32	18 -	19 -	27	34	11 -	19 -
Vous n'avez jamais entendu parler de ces îles	26	2 -	1 -	6 -	4 -	0 -	1 -

Base ensemble : 207 britanniques

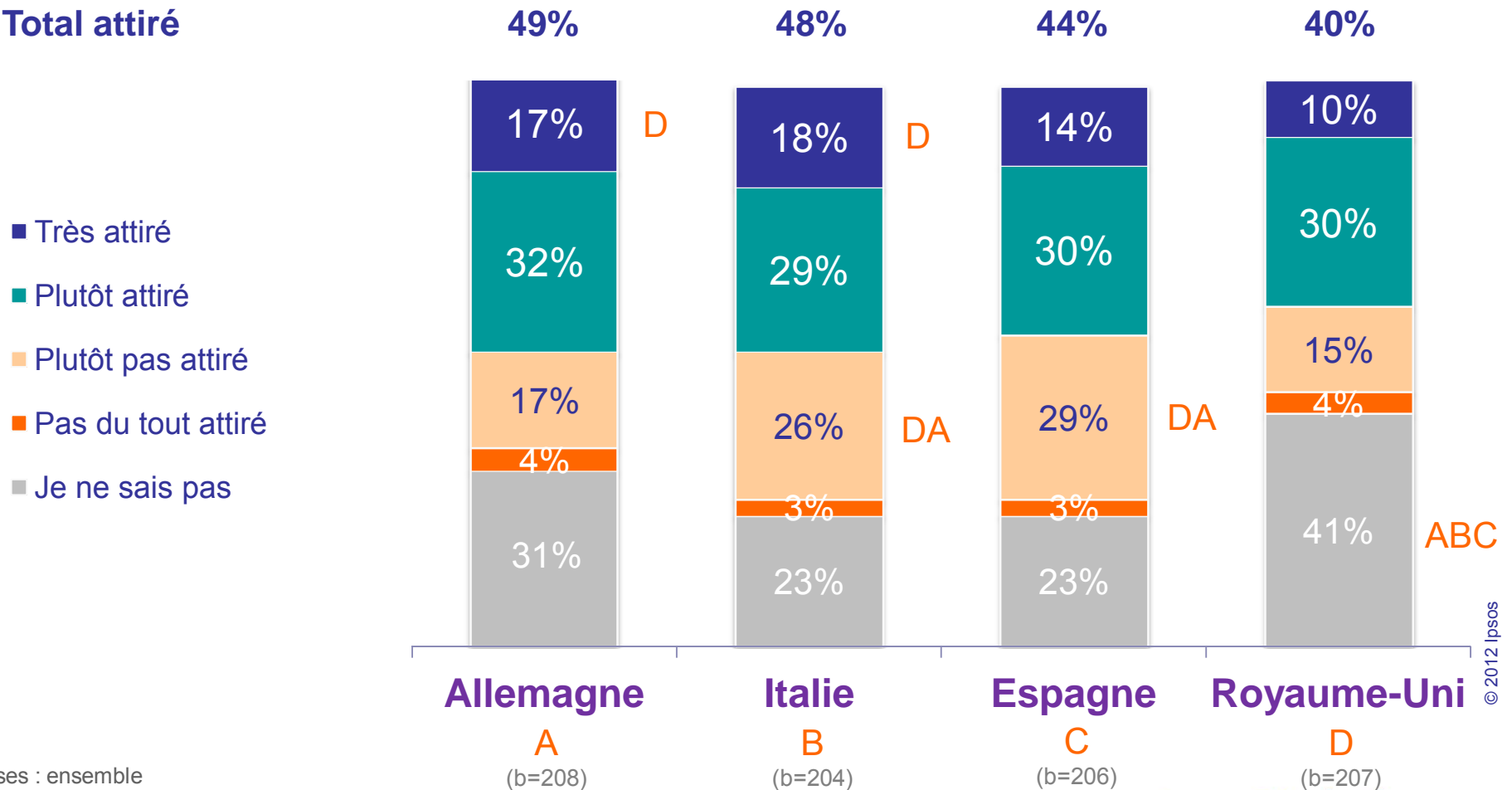
© 2012 Ipsos

Attrance envers les îles – Ile de La Réunion

Q13 : D'après l'image ou l'expérience que vous en avez, êtes-vous attiré par les destinations suivantes ?

La « côte d'amour » de La Réunion est mitigée : si 40 à 49% se disent attirés par l'île, ils sont 23 à 41% à ne pas être en mesure de se positionner, vraisemblablement par manque de connaissance de l'île.

Total attiré



© 2012 Ipsos

Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à la autre cible

Attrance envers les îles

Q13 : D'après l'image ou l'expérience que vous en avez, êtes-vous attiré par les destinations suivantes ?

Résultats en %



	Allemagne - A		Italie - B		Espagne - C		Royaume-Uni - C	
	TOTAL ATTIRE	Très attiré	TOTAL ATTIRE	Très attiré	TOTAL ATTIRE	Très attiré	TOTAL ATTIRE	Très attiré
<i>Bases</i>	208		204		206		207	
Île de La Réunion	49	17 D	48	18 D	44	14	40	10
L'île Maurice	79 C	33	75 C	35	66	28	77 C	29
Les Seychelles	79	32	79	41	75	33	83	37
Les Antilles françaises (Guadeloupe, Martinique)	64	18	75 CAD	28 DAC	58	18	58	15
Tahiti et la Polynésie française	63	23	79 AD	52 ACD	75 AD	35 AD	62	24
La république dominicaine, Cuba et les autres îles des Caraïbes	79	32	78	40	78	40	80	34
Les Maldives	83 C	38 C	76 C	44 C	62	22	81 C	37 C

A/B/C/D : score significativement supérieur à la autre cible

Raisons de non attirance de l'île de La Réunion (1/2)

Q13bis : Pour quelles raisons n'êtes-vous pas attiré par l'île de La Réunion ?

Après des personnes se déclarant non attirées par l'île de La Réunion, les raisons invoquées sont très dispersées ... Seuls les voyageurs issus du Royaume-Unis affichent de réelles réserves quant au manque potentiel d'activités sur l'île.

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
Bases	43	61	66	39
Net Répondants	84	92	91	97 A
CE QUE L'ON PEUT FAIRE/ VOIR				
ACTIVITES	5	7	6	21 AC
Manque d'activités / peur de m'ennuyer / il n'y a que de la plongée, pas de visites culturelles / n'aime pas rester au bord de la plage / c'est trop petit..	2	7	5	18 AC
On ne peut pas se baigner / attaques de requins / baignades pas sûres	2	0	0	0
Manque de plages / plages pas agréables/ plus de rochers que de sable	0	0	2	3
Les paysages / trop volcanique	0	3	0	0
CLIMAT	0	2	0	3
Le climat / trop chaud / trop pluvieux	0	0	0	3
Séismes/ tempêtes	0	2	0	0
ACCUEIL / SECURITE	0	0	3	0
Insécurité / violence / problèmes politiques	0	0	2	0
Autres	0	0	2	0

Bases : pas attiré par l'île de La Réunion

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible

Raisons de non attirance de l'île de La Réunion (2/2)

La première raison avouée de non attirance par l'île de La Réunion est le déficit de connaissance de l'île.

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
Bases	43	61	66	39
GENERALITES	30	23	24	23
Ne m'attire pas / pas envie / pas d'intérêt	23 D	11	14	5
Trop loin / trop d'heures d'avion	2	5	5	5
Pas attiré par les îles	2	0	0	-
Sa situation / sa position	0	0	3	-
Mauvaise qualité des installations touristiques / de l'hébergement	0	0	0	3
Autres	2	7	3	10
DIVERS	49	64	62	59
Par manque de connaissance de cette île	47	54	53	54
Préfère une autre destination / plus attiré par Tahiti, la Guadeloupe..	0	5	5	0
Mauvais échos de cette destination / des amis m'en ont dit du mal	0	0	2	3
Autres	2	5	5	3
NSP	16 D	9	10	3

© 2

Bases : pas attiré par l'île de La Réunion

A/B/C/D: score significativement supérieur à l'autre cible



Autres analyses issues des résultats précédents

- La majorité des répondants **connait l'île de La Réunion** au moins de nom. Cependant 1/3 seulement des Allemands et des Italiens et moins de 1/4 des Espagnols et des Britanniques auraient déjà pensé s'y rendre.
- Outre l'île de La Réunion, **la République Dominicaine, Cuba et les autres îles des Caraïbes** semblent être les destinations insulaires **les plus populaires** auprès des différents publics européens : plus des 2/3 s'y sont déjà rendus ou ont déjà envisagé s'y rendre.
- En relation avec une mauvaise connaissance affichée de l'île, **La Réunion dispose d'un attrait limité** (moins de la moitié des répondants 'très' ou 'assez' attirés), notamment en comparaison avec d'autres destinations insulaires, dont l'attrait se situe à minima à 58% (Antilles françaises pour les Espagnols et Britanniques) et au maximum à 83% (Seychelles pour les Britanniques et Maldives pour les Allemands)
- Assez logiquement, la **connaissance limitée de La Réunion** constitue la **principale raison de non attirance** de celle-ci, même si ~ 1 Britannique sur 5 perçoit également un manque d'activités sur l'île.

ENSEIGNEMENT N° 5

Alors que les Français (enquête précédente) valorisaient l'île de La Réunion par rapport aux autres destinations insulaires en soulignant le cadre authentique préservé où l'on peut faire autre chose que de profiter des plages..., aucun de ces points ne ressort pour les autres populations européennes enquêtées. Pire, l'attribut « où il y a de belles plages » est sensiblement moins bien évalué (Italiens mis à part) que pour les autres destinations insulaires,

Environ 1 interviewé sur 3 est incapable d'associer à la destination « île de La Réunion » une autre destination insulaire dans le cadre du concept des Iles Vanille (méconnaissance de la géographie ?) mais pour les répondants, l'association la plus fréquente est l'île Maurice pour les Allemands et les Espagnols et Madagascar pour les Italiens. Les Anglais citent presque indifféremment ces deux îles ainsi que les Maldives et les Seychelles..



Image comparative – Ile de La Réunion

Q14 : Sur la base de chacun des critères suivants et d'après l'image que vous en avez, merci d'évaluer chacune des îles suivantes, pouvez-vous positionner l'île de La Réunion par rapport à d'autres îles, en utilisant une note de 1 à 10. 1 signifie que le critère ne convient pas du tout à l'île en question, 10 qu'il convient parfaitement., Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement .

Intrinsèquement, La Réunion a plutôt une image d'île où il fait toujours beau, avec de belles plages et du dépaysement. En mineur, la multitude de lieux à visiter et des activités possibles et la facilité d'accès sont les points les moins bien évalués.



Résultats en notes moyennes

	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
<i>Bases</i>	208	204	206	207
Où il fait toujours beau	6,5 C	6,0	5,9	6,3
Où il y a de belles plages	6,3	6,6 D	6,3	6,1
Où l'on est très dépaycé	6,2 B	5,1	6,3 BD	5,8 B
Où les gens sont accueillants	5,8	6,0	5,9	5,9
Où l'on trouve un cadre authentique, préservé	5,6	6,3 AC	5,8	6,0
Où l'on peut faire autre chose que de profiter des plages	5,4	5,2	5,2	5,1
Où il y a beaucoup de lieux à visiter	4,9	5,1	5,2	4,9
Où il est facile de se rendre	4,2	4,9 A	4,6	4,5

© 2012 Ipsos

Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible



Q14 : Sur la base de chacun des critères suivants et d'après l'image que vous en avez, merci d'évaluer chacune des îles suivantes, pouvez-vous positionner l'île de La Réunion par rapport à d'autres îles, en utilisant une note de 1 à 10. 1 signifie que le critère ne convient pas du tout à l'île en question, 10 qu'il convient parfaitement., Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement .

A défaut de lui attribuer des forces concurrentielles vs les autres îles, les Allemands mettent La Réunion au même niveau que les autres îles sur 3 aspects (cadre authentique préservé, activité en dehors des plages, multitudes de lieux à visiter). La Réunion est par ailleurs associée fortement aux Antilles françaises, avec des notes d'image comparables pour les deux îles.

Résultats en notes moyennes	L'île de La Réunion	L'île Maurice	Les Seychelles	Les Antilles Françaises	Tahiti et la Polynésie Française	Les Maldives
<i>Base ensemble : 208</i>						
Où il fait toujours beau	6,5	7,0 +	7,1 +	6,7	6,8	7,4 +
Où il y a de belles plages	6,3	7,3 +	7,4 +	6,7	6,8	7,4 +
Où l'on est très dépaysé	6,2	6,7	6,9 +	6,6	6,7	6,9 +
Où les gens sont accueillants	5,8	6,3	6,3 +	6,0	6,4 +	6,3+
Où l'on trouve un cadre authentique, préservé	5,6	5,7	5,8	5,8	5,7	6,0
Où l'on peut faire autre chose que de profiter des plages	5,4	5,8	5,3	5,4	5,5	5,1
Où il y a beaucoup de lieux à visiter	4,9	5,0	4,9	5,1	5,3	4,8
Où il est facile de se rendre	4,2	4,7 +	4,9 +	4,5	4,2	5,1 +

© 2012 Ipsos

+ / - : différences significatives vs La Réunion



Les italiens ne font pas non plus état de forces concurrentielles pour l'île de La Réunion, le dépaysement est le seul critère attribué à toutes les îles. En termes de profil, La Réunion n'est comparée à aucune autre île de manière transversale sur tous les items.

Résultats en notes moyennes	L'île de La Réunion	L'île Maurice	Les Seychelles	Les Antilles Françaises	Tahiti et la Polynésie Française	Les Maldives
<i>Base ensemble : 204</i>						
Où il y a de belles plages	6,6	7,4 +	7,5 +	7,1 +	7,7 +	7,7 +
Où l'on trouve un cadre authentique, préservé	6,3	6,4	6,4	6,4	6,9 +	6,4
Où il fait toujours beau	6,0	6,5 +	6,7 +	6,3	6,6 +	6,6 +
Où les gens sont accueillants	6,0	6,5 +	6,6 +	6,5 +	6,9 +	6,7 +
Où l'on peut faire autre chose que de profiter des plages	5,2	5,1	5,2	5,7 +	5,8 +	4,9
Où l'on est très dépaycé	5,1	5,0	5,2	5,2	5,6	5,2
Où il y a beaucoup de lieux à visiter	5,1	5,0	5,1	5,6 +	5,9 +	5,0
Où il est facile de se rendre	4,9	5,4 +	5,6 +	5,4 +	5,2	5,9 +



Même constat pour les Espagnols que pour les Italiens ...

Résultats en %	L'Ile de La Réunion	L'Ile Maurice	Les Seychelles	Les Antilles Françaises	Tahiti et la Polynésie Française	Les Maldives
<i>Base ensemble : 206</i>						
Où il y a de belles plages	6,3	6,9 +	7,2 +	6,7	7,1 +	6,6
Où l'on est très dépaycé	6,3	6,5	6,8 +	6,2	6,7	6,7
Où il fait toujours beau	5,9	6,1	6,5 +	6,0	6,4 +	6,2
Où les gens sont accueillants	5,9	6,1	6,3	6,1	6,5 +	6,0
Où l'on trouve un cadre authentique, préservé	5,8	6,0	6,1	6,0	6,4 +	6,3 +
Où il y a beaucoup de lieux à visiter	5,2	5,1	5,3	5,5	5,9 +	5,4
Où l'on peut faire autre chose que de profiter des plages	5,2	5,4	5,6	5,5	5,7	5,6
Où il est facile de se rendre	4,6	5,0	5,4 +	5,2 +	5,2 +	5,4 +

© 2012 Ipsos

+ / - : différences significatives vs La Réunion



Les voyageurs long courrier du Royaume-Uni dressent une image de La Réunion en phase avec celle donnée par les Italiens et Espagnols.

Résultats en %	L'Ile de La Réunion	L'Ile Maurice	Les Seychelles	Les Antilles Françaises	Tahiti et la Polynésie Française	Les Maldives
<i>Base ensemble : 207</i>						
Où il fait toujours beau	6,3	7,2 +	7,3 +	6,7	6,9 +	7,4 +
Où il y a de belles plages	6,1	7,7 +	7,9 +	6,8 +	7,1 +	8,0 +
Où l'on trouve un cadre authentique, préservé	6,0	6,5 +	6,4	6,1	6,5 +	6,6 +
Où les gens sont accueillants	5,9	6,8 +	6,7 +	6,1	6,6 +	6,8 +
Où l'on est très dépaysé	5,8	6,5 +	6,6 +	6,3 +	6,4 +	6,6 +
Où l'on peut faire autre chose que de profiter des plages	5,1	5,6 +	5,5	5,6 +	5,7 +	5,2
Où il y a beaucoup de lieux à visiter	4,9	5,2	5,2	5,3	5,5 +	5,0
Où il est facile de se rendre	4,5	5,5 +	5,5 +	5,1 +	4,8	5,8 +

© 2012 Ipsos

+ / - : différences significatives vs La Réunion



Intérêt à l'égard des voyages combinés – Ile de La Réunion

Q15 : Sous le terme « Iles Vanille », certaines institutions et organismes de voyage envisagent de proposer des séjours combinés entre plusieurs destinations de l'océan Indien. Si vous deviez partir en vacances pour un séjour combiné dans 2 de ces îles, en choisissant comme île d'entrée ... à quelle île la combineriez-vous ?

L'exercice d'association de La Réunion avec une autre île ne semble pas évident pour tous : 28% des Espagnols à 50% des Britanniques ne se positionnent pas, et aucune île ne se démarque vraiment des autres dans ce jeu d'association, mise à part une tendance plus prononcée pour Madagascar pour les Italiens ou l'Ile Maurice pour les Espagnols



Iles combinées à La Réunion Å

Résultats en notes moyennes

	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
<i>Bases</i>	208	204	206	207
Ile Maurice	19 D	19 D	23 D	12
Madagascar	16	25 DA	19	13
Les Maldives	13	11	12	14
Les Seychelles	12	14	17 D	11
Je ne sais pas	39 C	31	28	50 BCA

© 2012 Ipsos

Bases : ensemble

A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible

Intérêt à l'égard des voyages combinés



Q15 : Sous le terme « Iles Vanille », certaines institutions et organismes de voyage envisagent de proposer des séjours combinés entre plusieurs destinations de l'océan Indien. Si vous deviez partir en vacances pour un séjour combiné dans 2 de ces îles, en choisissant comme île d'entrée ... à quelle île la combineriez-vous ?

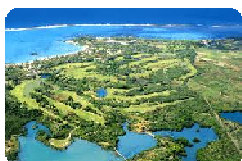


Résultats en %

	L'Ile de La Réunion	L'Ile Maurice	Les Seychelles	Madagascar	Les Maldives
<i>Base ensemble : 208</i>					
Ile de La Réunion	x	14	15	13	12
Ile Maurice	19	x	19	23	18
Madagascar	16	17	16	x	16
Les Maldives	13	26	22	15	x
Les Seychelles	12	15	x	18	25
Je ne sais pas	39	27	28	32	29



Q15 : Sous le terme « Iles Vanille », certaines institutions et organismes de voyage envisagent de proposer des séjours combinés entre plusieurs destinations de l'océan Indien. Si vous deviez partir en vacances pour un séjour combiné dans 2 de ces îles, en choisissant comme île d'entrée ... à quelle île la combineriez-vous ?



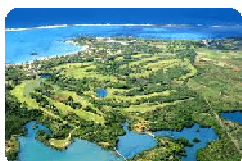
Résultats en %

	L'île de La Réunion	L'île Maurice	Les Seychelles	Madagascar	Les Maldives
<i>Base ensemble : 204</i>					
Ile de La Réunion	x	22	13	20	14
Madagascar	25	21	24	x	16
Ile Maurice	19	x	21	25	16
Les Seychelles	14	22	x	21	29
Les Maldives	11	16	23	14	x
Je ne sais pas	31	19	20	20	25

Intérêt à l'égard des voyages combinés



Q15 : Sous le terme « Iles Vanille », certaines institutions et organismes de voyage envisagent de proposer des séjours combinés entre plusieurs destinations de l'océan Indien. Si vous deviez partir en vacances pour un séjour combiné dans 2 de ces îles, en choisissant comme île d'entrée ... à quelle île la combineriez-vous ?

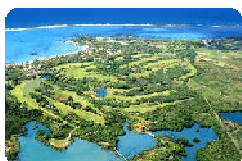


Résultats en %

	L'Ile de La Réunion	L'Ile Maurice	Les Seychelles	Madagascar	Les Maldives
<i>Base ensemble : 206</i>					
Ile de La Réunion	x	20	16	19	15
Ile Maurice	23	x	17	17	15
Madagascar	19	17	24	x	18
Les Seychelles	17	22	x	22	24
Les Maldives	12	16	22	18	x
Je ne sais pas	28	24	21	23	27



Q15 : Sous le terme « Iles Vanille », certaines institutions et organismes de voyage envisagent de proposer des séjours combinés entre plusieurs destinations de l'océan Indien. Si vous deviez partir en vacances pour un séjour combiné dans 2 de ces îles, en choisissant comme île d'entrée ... à quelle île la combineriez-vous ?



Résultats en %

	L'Ile de La Réunion	L'Ile Maurice	Les Seychelles	Madagascar	Les Maldives
<i>Base ensemble : 207</i>					
Ile de La Réunion	-	12	8	14	8
Les Maldives	14	15	19	13	-
Madagascar	13	20	18	-	19
Ile Maurice	12	-	21	17	15
Les Seychelles	11	18	-	18	19
Autre destination éventuelle	-	-	-	-	1
Je ne sais pas	50	35	34	38	37



Raisons de choix d'association de l'île de La Réunion avec une / d'autres île(s)

Q15bis : Pouvez-vous en quelques lignes expliquer votre choix d'association de l'île de La Réunion avec une/d'autre(s) île(s) (celle(s) choisie(s) lors de la question précédente) ?

Les motivations pour associer l'île de La Réunion avec une autre île sont assez variées, et laissent parfois transparaître la difficulté de l'exercice (28% de mentions « je ne connais pas La Réunion » pour les habitants du Royaume-Uni).

Résultats en %	Allemagne - A	Italie - B	Espagne - C	Royaume-Uni - D
<i>Bases</i>	208	204	206	207
Au moins une citation	56	66 A	67 A	67 A
Elles ne sont pas trop éloignées l'une de l'autre	10 D	16 D	11 D	5
Une destination intéressante ou intrigante	9	5	8	4
Pas de préférence, réponse spontanée	8 C	4	3	5
Vont bien ensemble, combinaison intéressante	6	3	5	2
Je veux y aller, j'ai toujours voulu y aller	6	6	13 DAB	5
Elles sont différentes, différence intéressante	5	3	4	4
Flore & Faune magnifique	4	3	3	1
Je ne sais pas où se situe La Réunion, je ne connais pas La Réunion	4	6	4	28 ABC
Je ne connais pas cette île/ ces îles	3	9 A	12 A	8 A
Elles sont similaires	2	6 DA	3	1
Une île suffit	2 D	1	2 D	-
La mer et le soleil / la plage / la vacance	2	2	5 D	0
On peut y faire de la plongée	1	-	-	-
Joignable par bateau, étape de croisière	1	-	-	1
Moins de touristes / Peu connu	0	3 CD	-	-
Île française	-	-	-	2 ABC
Beau, stupéfiant, paradisiaque	-	4 A	4 A	2 A
Autres	2	7	8 AD	2
NSP	42 CD	33	31	33

Bases : ensemble A/B/C/D : score significativement supérieur à l'autre cible



Autres analyses issues des résultats précédents

- Dans le prolongement des enseignements précédents qui nous éclairaient sur une **connaissance limitée de La Réunion** par les voyageurs européens interrogés, **peu de points de saillance** sont mis en avant pour **l'image de l'île en comparaison avec d'autres destinations insulaires** :
 - ◆ Intrinsèquement, **La Réunion a plutôt une image d'île où il fait toujours beau, avec de belles plages et du dépaysement.**
 - ◆ Les différents marchés européens **ne font pas état de forces concurrentielles** de La Réunion par rapport aux autres îles proposées
 - ◆ Au travers de l'évaluation de l'image des îles sur plusieurs critères transversaux, les **Allemands et Espagnols comparent La Réunion aux Antilles françaises.**
- L'exercice **d'association d'une autre île avec La Réunion** dans le cadre du projet « Iles Vanille » semble également **peu aisé** : 28% des Espagnols à 50% des Britanniques préfèrent ne pas se positionner. Aucune île ne se démarque véritablement des autres dans la recherche de l'association idéale pour les « Iles Vanille », mise à part une légère tendance « Réunion & Madagascar » pour les Italiens et « Réunion & Ile Maurice » pour les Espagnols.



Ipsos Marketing

The Innovation and Brand Research Specialists

1 Contexte et objectifs

2 Méthodologie

3 Résultats détaillés

4 **Annexes**



Table des intervalles de confiance

Intervalle de confiance 95%

Taille échantillon	5% ou 95%	8% ou 92%	10% ou 90%	13% ou 87%	15% ou 85%	18% ou 82%	20% ou 80%	23% ou 77%	25% ou 75%	28% ou 72%	30% ou 70%	33% ou 67%	35% ou 65%	38% ou 62%	40% ou 60%	43% ou 57%	45% ou 55%	48% ou 52%	50%
100	4,27	5,32	5,88	6,59	7,00	7,53	7,84	8,25	8,49	8,80	8,98	9,22	9,35	9,51	9,60	9,70	9,75	9,79	9,80
150	3,49	4,34	4,80	5,38	5,71	6,15	6,40	6,73	6,93	7,19	7,33	7,52	7,63	7,77	7,84	7,92	7,96	8,00	8,00
200	3,02	3,76	4,16	4,66	4,95	5,32	5,54	5,83	6,00	6,22	6,35	6,52	6,61	6,73	6,79	6,86	6,89	6,92	6,93
250	2,70	3,36	3,72	4,17	4,43	4,76	4,96	5,22	5,37	5,57	5,68	5,83	5,91	6,02	6,07	6,14	6,17	6,19	6,20
300	2,47	3,07	3,39	3,81	4,04	4,35	4,53	4,76	4,90	5,08	5,19	5,32	5,40	5,49	5,54	5,60	5,63	5,65	5,66
350	2,28	2,84	3,14	3,52	3,74	4,02	4,19	4,41	4,54	4,70	4,80	4,93	5,00	5,09	5,13	5,19	5,21	5,23	5,24
400	2,14	2,66	2,94	3,30	3,50	3,77	3,92	4,12	4,24	4,40	4,49	4,61	4,67	4,76	4,80	4,85	4,88	4,90	4,90
450	2,01	2,51	2,77	3,11	3,30	3,55	3,70	3,89	4,00	4,15	4,23	4,34	4,41	4,48	4,53	4,57	4,60	4,62	4,62
500	1,91	2,38	2,63	2,95	3,13	3,37	3,51	3,69	3,80	3,94	4,02	4,12	4,18	4,25	4,29	4,34	4,36	4,38	4,38
600	1,74	2,17	2,40	2,69	2,86	3,07	3,20	3,37	3,46	3,59	3,67	3,76	3,82	3,88	3,92	3,96	3,98	4,00	4,00
700	1,61	2,01	2,22	2,49	2,65	2,85	2,96	3,12	3,21	3,33	3,39	3,48	3,53	3,60	3,63	3,67	3,69	3,70	3,70
800	1,51	1,88	2,08	2,33	2,47	2,66	2,77	2,92	3,00	3,11	3,18	3,26	3,31	3,36	3,39	3,43	3,45	3,46	3,46
900	1,42	1,77	1,96	2,20	2,33	2,51	2,61	2,75	2,83	2,93	2,99	3,07	3,12	3,17	3,20	3,23	3,25	3,26	3,27
1000	1,35	1,68	1,86	2,08	2,21	2,38	2,48	2,61	2,68	2,78	2,84	2,91	2,96	3,01	3,04	3,07	3,08	3,10	3,10
1200	1,23	1,53	1,70	1,90	2,02	2,17	2,26	2,38	2,45	2,54	2,59	2,66	2,70	2,75	2,77	2,80	2,81	2,83	2,83
1500	1,10	1,37	1,52	1,70	1,81	1,94	2,02	2,13	2,19	2,27	2,32	2,38	2,41	2,46	2,48	2,51	2,52	2,53	2,53
1800	1,01	1,25	1,39	1,55	1,65	1,77	1,85	1,94	2,00	2,07	2,12	2,17	2,20	2,24	2,26	2,29	2,30	2,31	2,31
2000	0,96	1,19	1,31	1,47	1,56	1,68	1,75	1,84	1,90	1,97	2,01	2,06	2,09	2,13	2,15	2,17	2,18	2,19	2,19



Engagements



Engagements : Codes professionnels, Qualité et Protection des données

- Ipsos France est actuellement membre des organismes suivants :
 - **SYNTEC** (Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France)
 - **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research)
- A ce titre, Ipsos France et ses filiales appliquent le code ICC/ESOMAR des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.
- Ipsos France s'engage à respecter l'article 29 de la Loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 modifiée en 2004 et les recommandations de la CNIL;
- Ipsos France et ses filiales sont certifiées ISO 9001: version 2000 par le Bureau Veritas Certification depuis 2000.
- Ipsos France et ses filiales sont certifiées ISO 20252 : version 2006 - Etudes de marché, Sociales et d'Opinion. Ce rapport est élaboré dans le respect de cette norme internationale.



© 2012 Ipsos