



Observatoire régional du tourisme

Analyse de la clientèle touristique affinitaire

Novembre 2007

Présentation de l'étude	03
Données de cadrage	04
Exploration des comportements et attentes des touristes affinitaires	30
Principaux enseignements	119
Préconisations	124

Présentation de l'étude

- L'étude vise à mieux connaître les comportements et les attentes des touristes affinitaires et mieux comprendre leurs critères de décision, afin d'aider à définir un plan d'actions permettant le développement de la consommation touristique par cette clientèle.
- L'étude s'appuie sur :
 - Les données disponibles extraites des enquêtes annuelles de fréquentation (CTR – INSEE) et des enquêtes barométriques sur les touristes (CTR – GB2)
 - 80 entretiens auprès de touristes affinitaires, réalisés entre fin août et début octobre 2007
- Les 80 entretiens ont été répartis entre la fin des vacances estivales de métropole, pour capter le flux des retours sur cette période (51 entretiens), et le début du mois d'octobre pour capter des flux en dehors des vacances estivales.



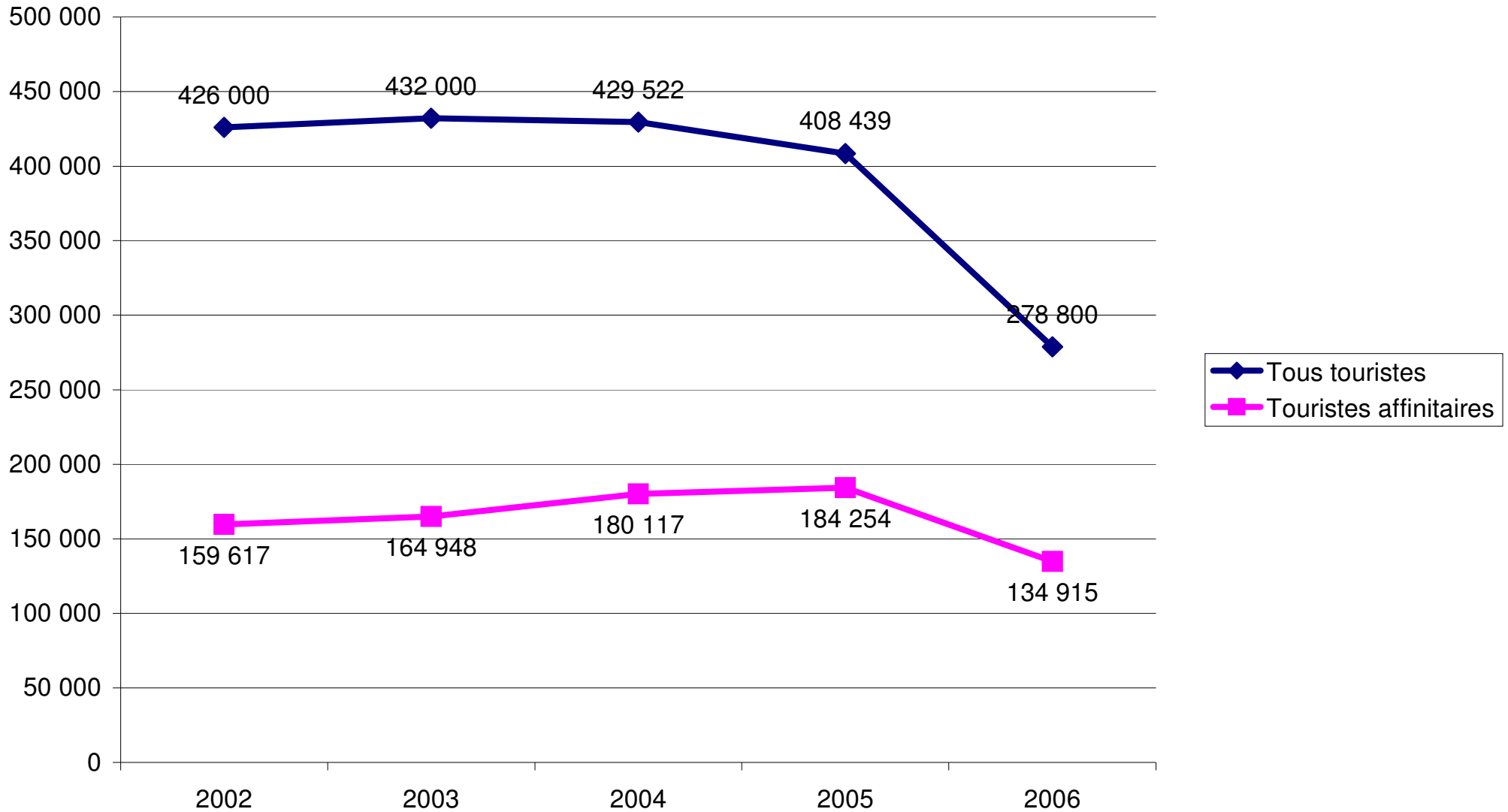
Données de cadrage

Réunion - Maurice - Madagascar - Mayotte - Afrique australe

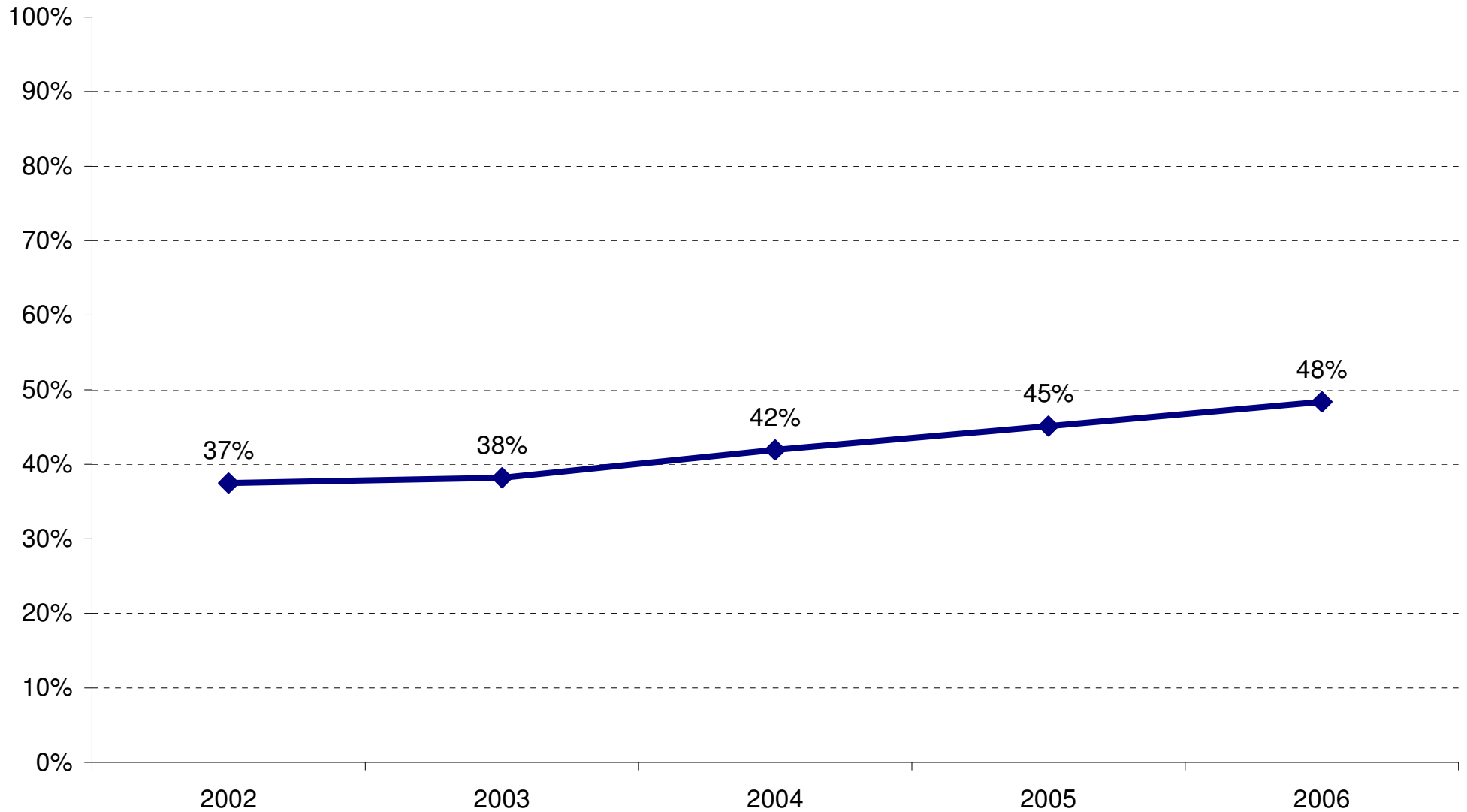
Données de cadrage

- Le tourisme affinitaire a fourni 160 à 180 000 visiteurs à La Réunion entre 2002 et 2005, et s'est maintenu à plus de 130 000 touristes en 2006 malgré la crise liée au chikungunya (-27% pour le tourisme affinitaire contre -50% pour le tourisme d'agrément).
- En 2006 sa part est ainsi passée à près de 50% de la fréquentation touristique, même si son poids, hors période de crise, semble plus proche de 40%.
- Le tourisme d'affinité connaît des variations saisonnières qui ne sont pas toujours corrélées à celles du flux touristique global : le pic observé au premier trimestre se traduit par une part croissante du tourisme affinitaire à cette période (près de 50% de la fréquentation touristique totale au 1er trimestre), alors qu'aux troisième et surtout quatrième trimestre, l'augmentation du tourisme affinitaire est en partie occultée par l'augmentation plus générale du flux touristique qui relativise l'importance des touristes affinitaires au second semestre.

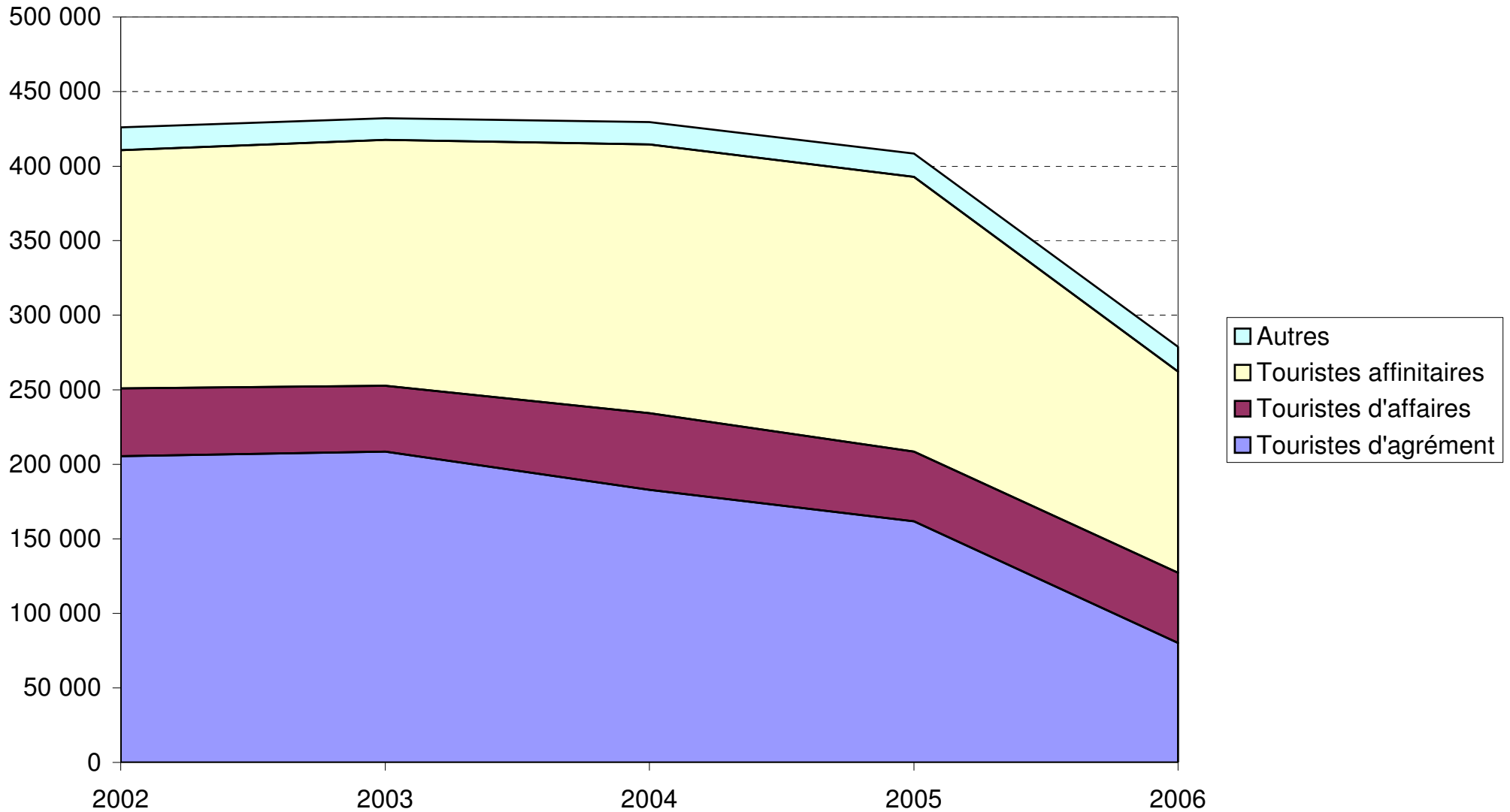
Evolution de la fréquentation touristique



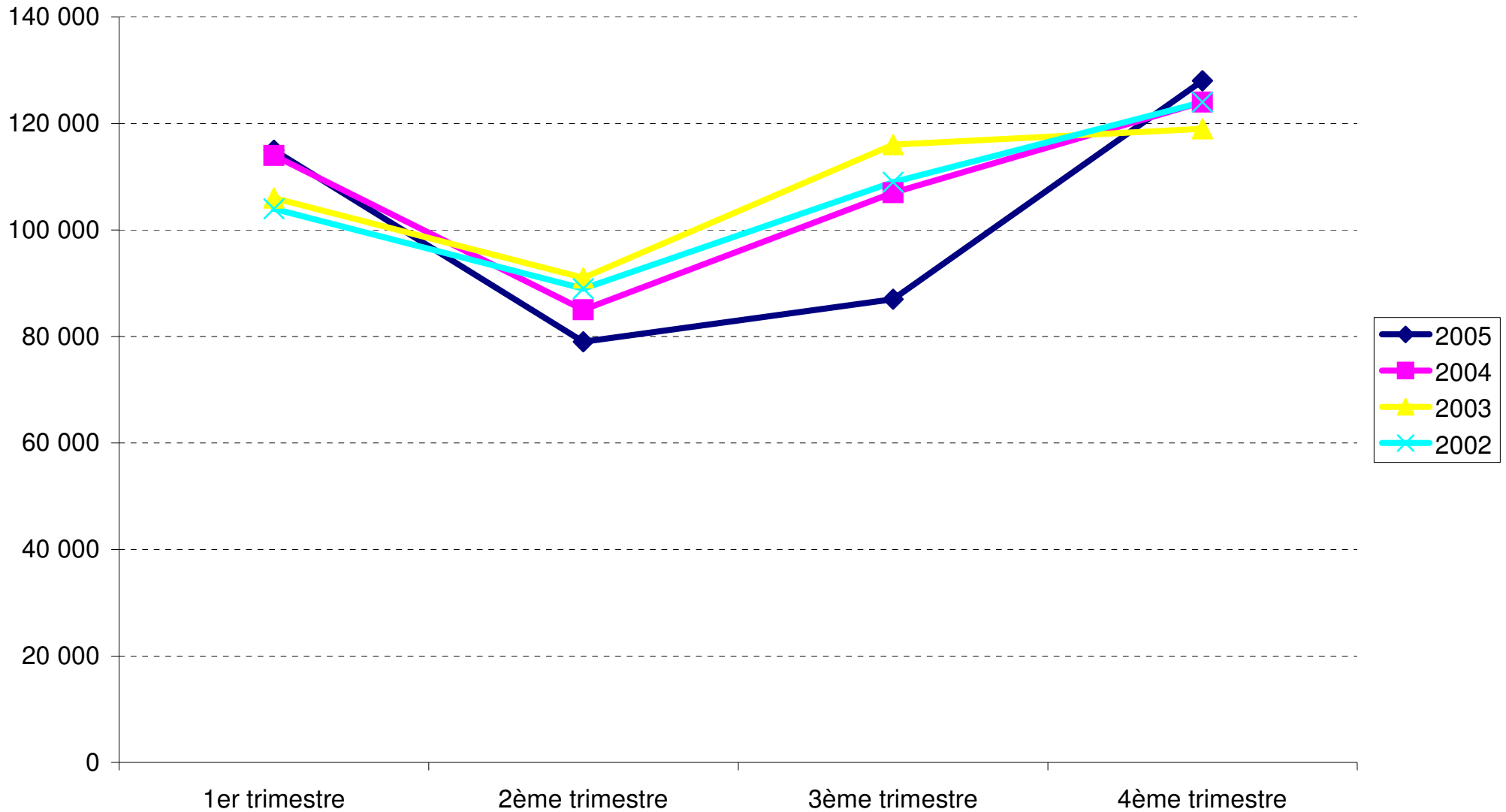
Poids du tourisme affinitaire dans la fréquentation touristique



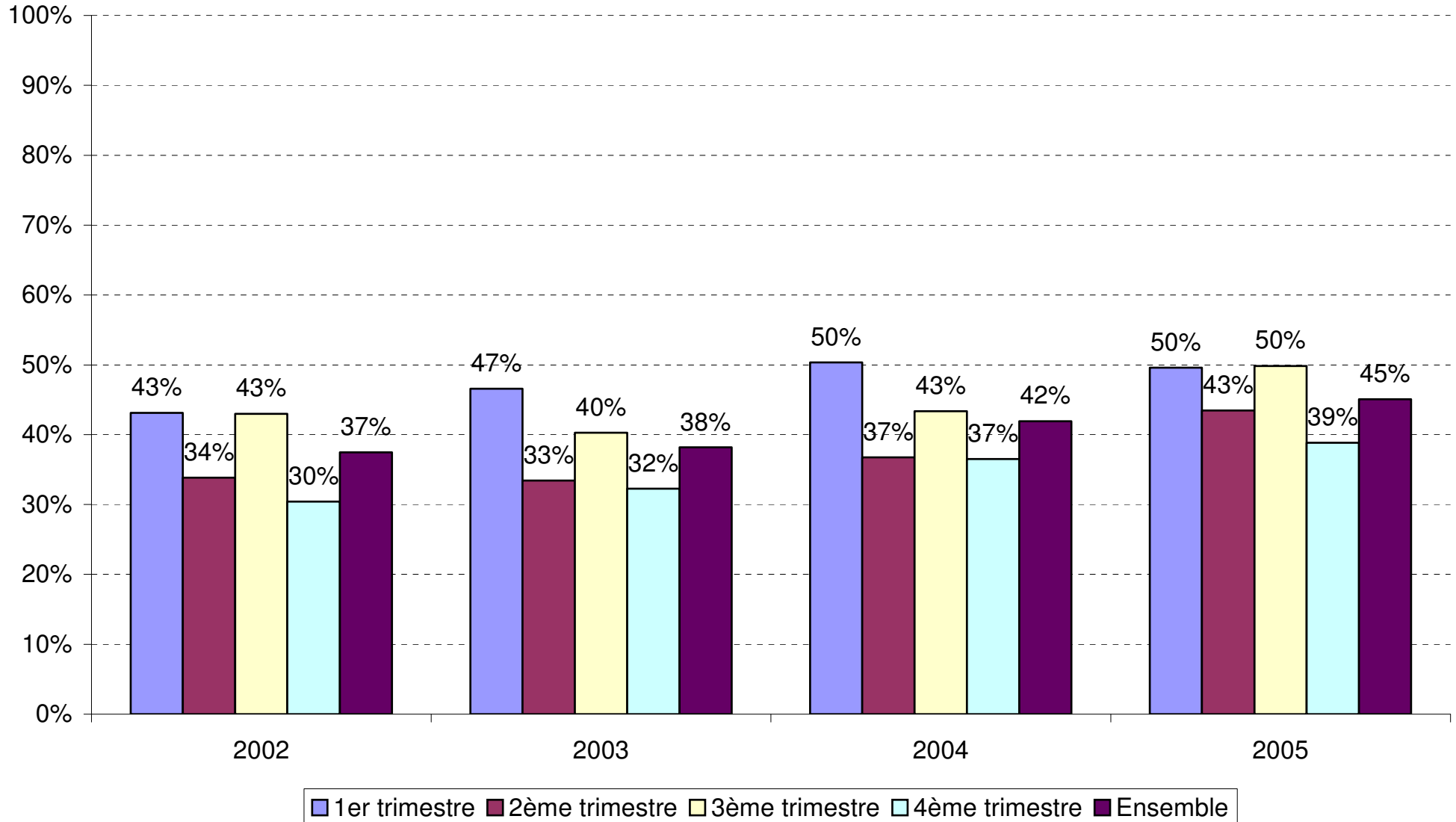
Evolution de la fréquentation touristique à La Réunion



Evolution du tourisme d'affinité



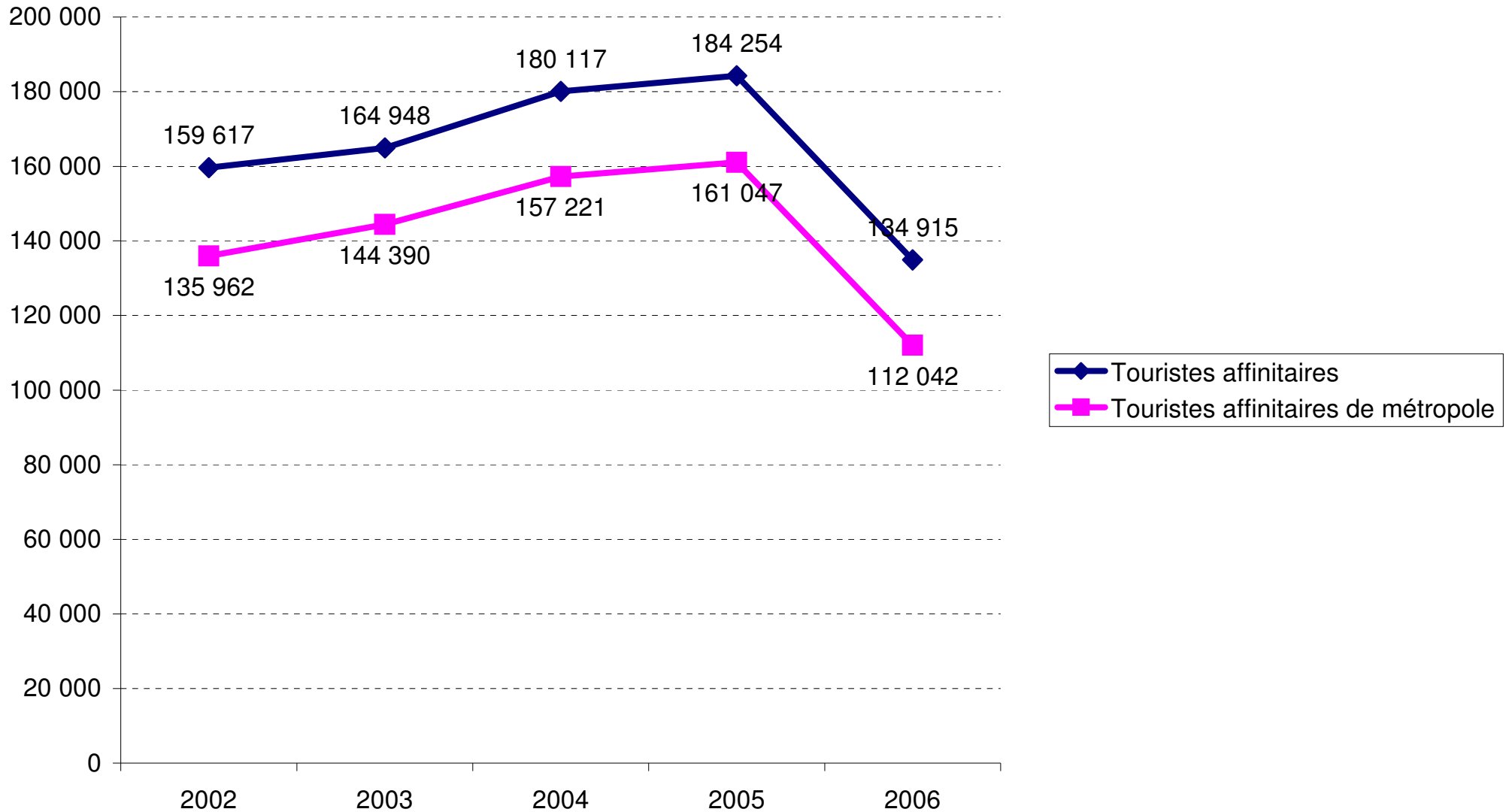
Poids du tourisme affinitaire dans la fréquentation touristique



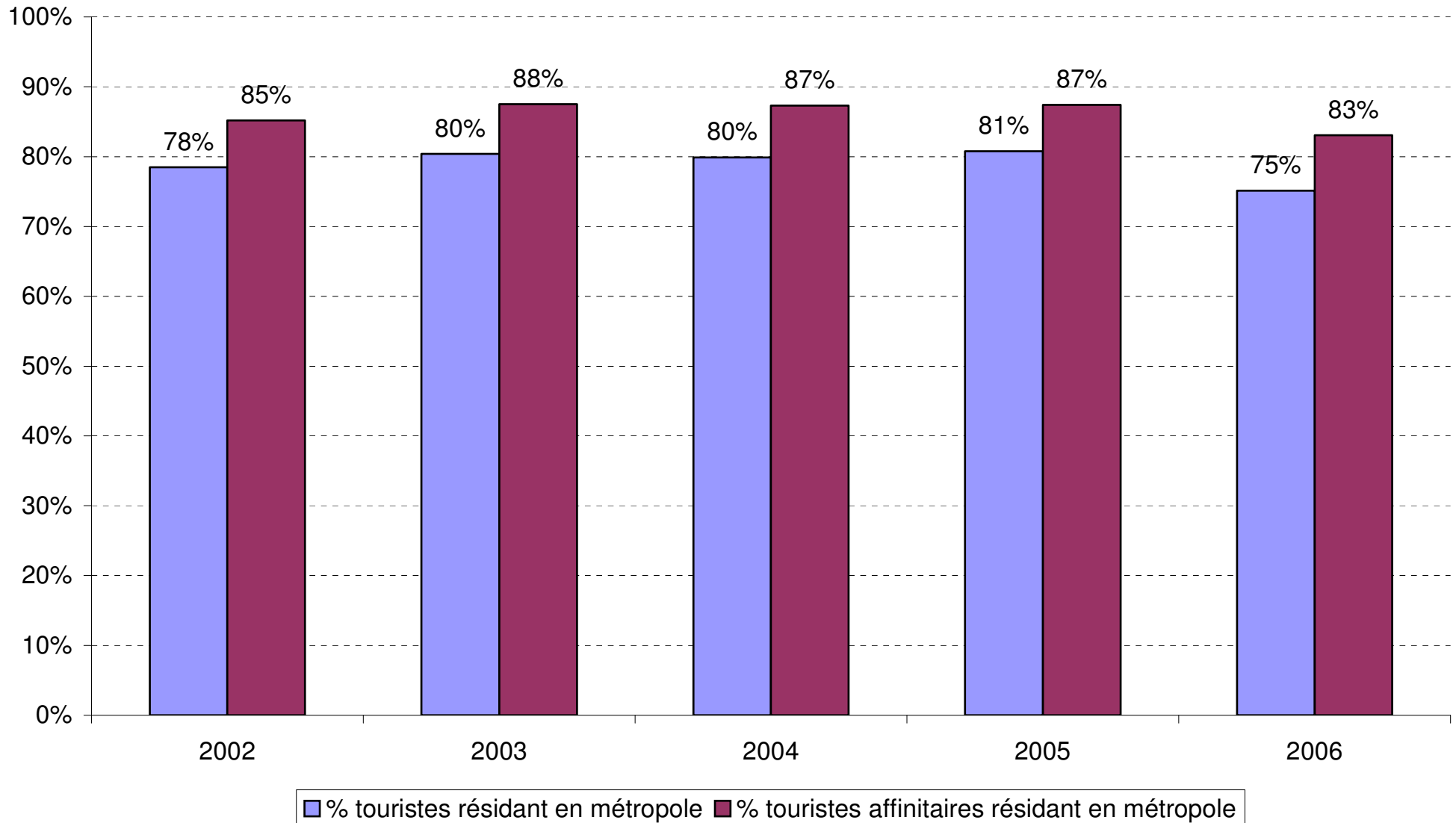
Données de cadrage

- La métropole est le principal pôle générateur de tourisme affinitaire : environ 90% des touristes affinitaires habitent en métropole (dont la part dans le flux touristique affinitaire est ainsi supérieure à son poids dans la fréquentation touristique globale).
- 25 à 30% des touristes affinitaires ont également une relation particulière avec La Réunion dont ils sont originaires.

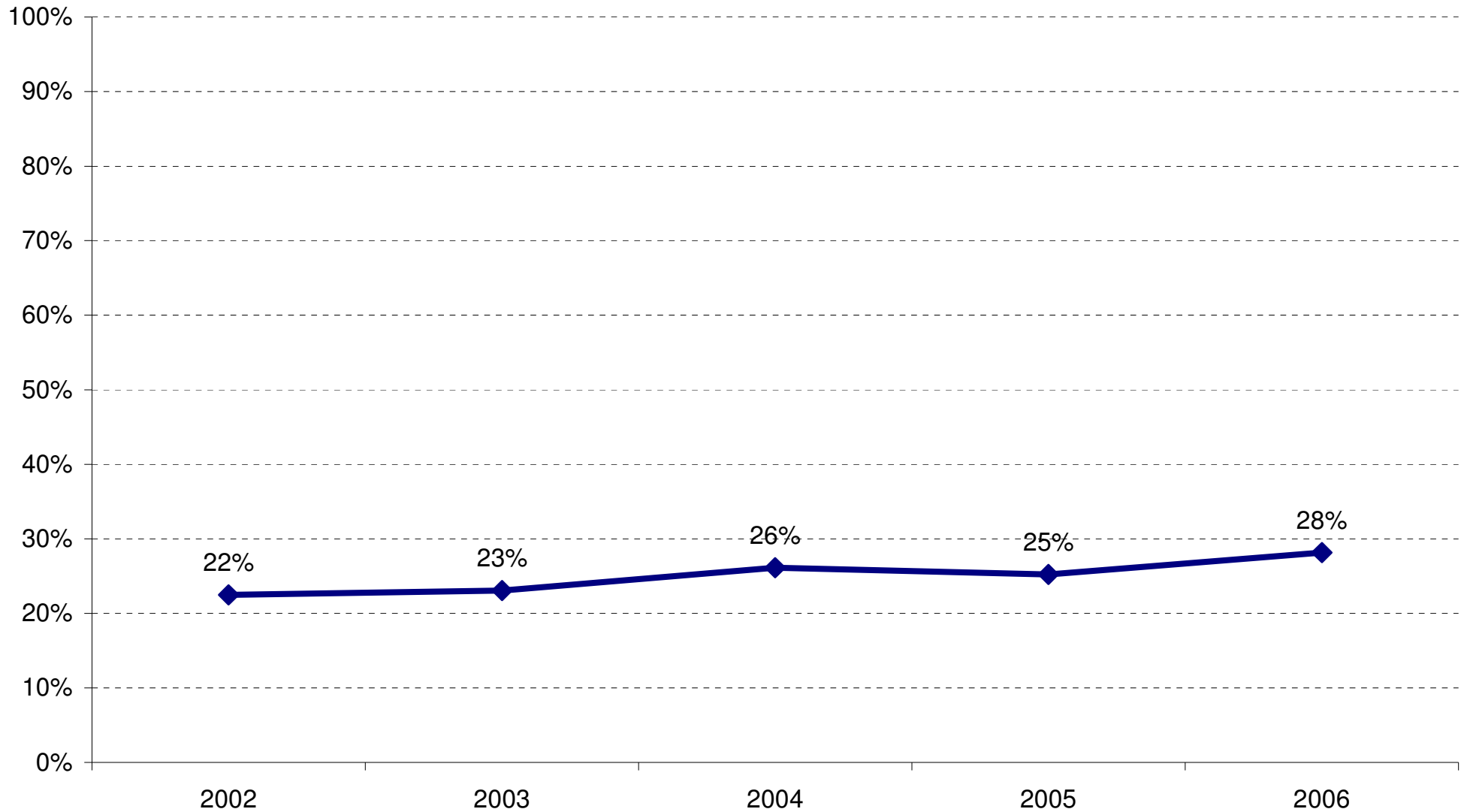
Evolution du tourisme d'affinité



Poids de la métropole dans le flux touristique



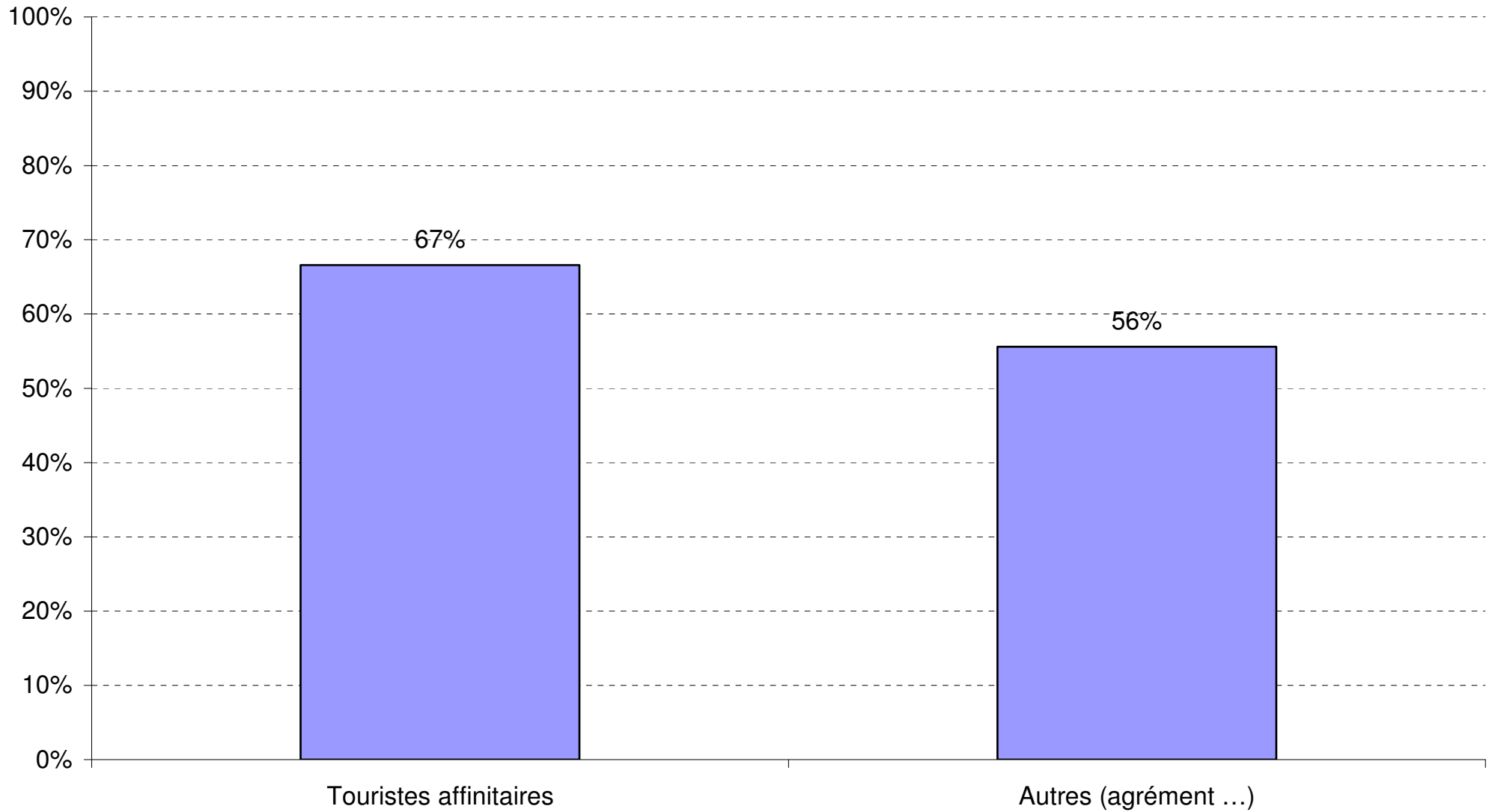
Poids des touristes d'origine réunionnaise parmi les touristes affinitaires



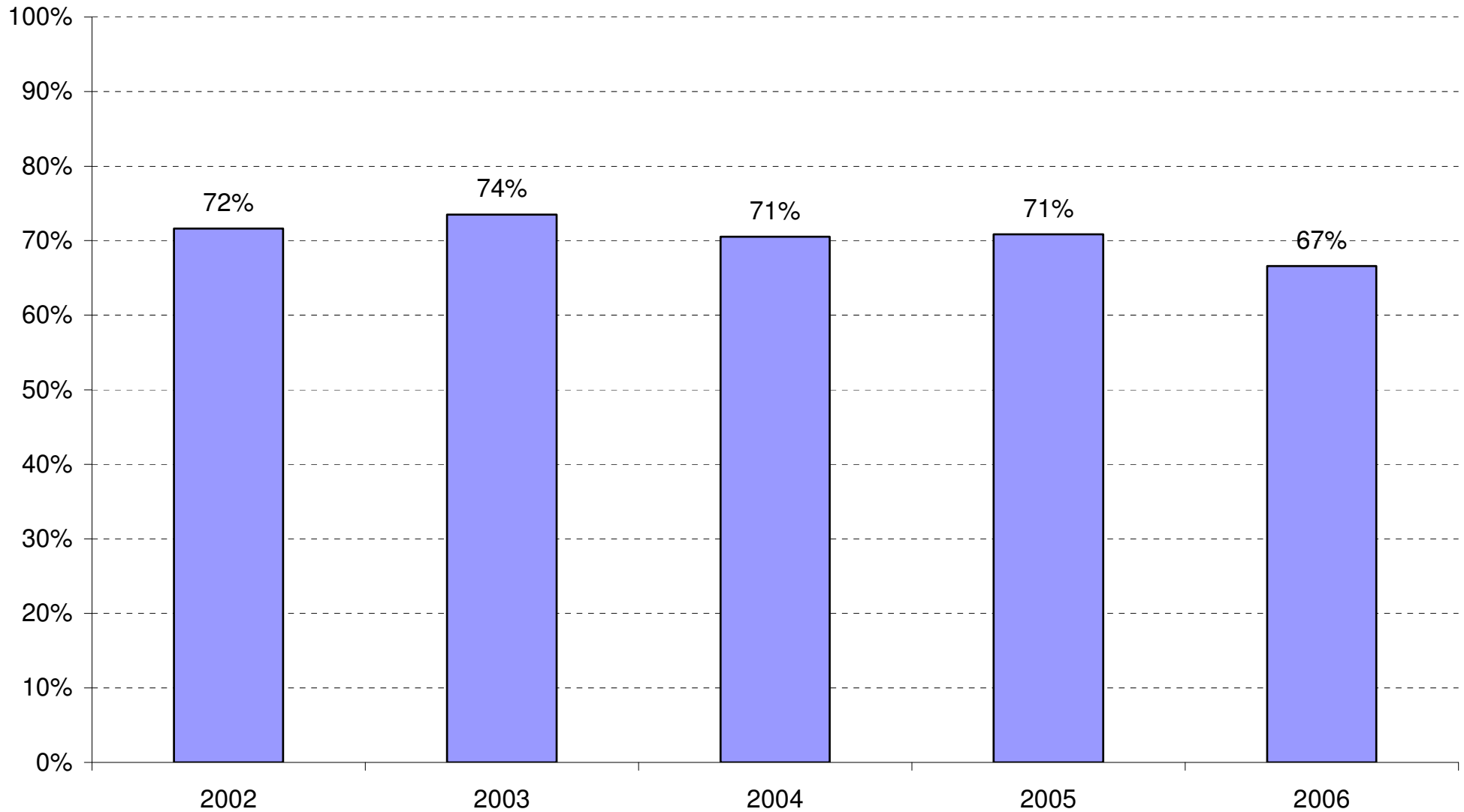
Données de cadrage

- Les touristes affinitaires voyagent souvent en famille (2 personnes voire plus), plus souvent que les autres touristes.
- Le phénomène a eu tendance à s'infléchir en 2006 mais l'épisode "chikungunya" donne un caractère probablement ponctuel à l'inflexion constatée, et cette période a quand même confirmé le caractère familial plus fréquent des séjours affinitaires par rapport aux séjours d'agrément ou d'affaires.

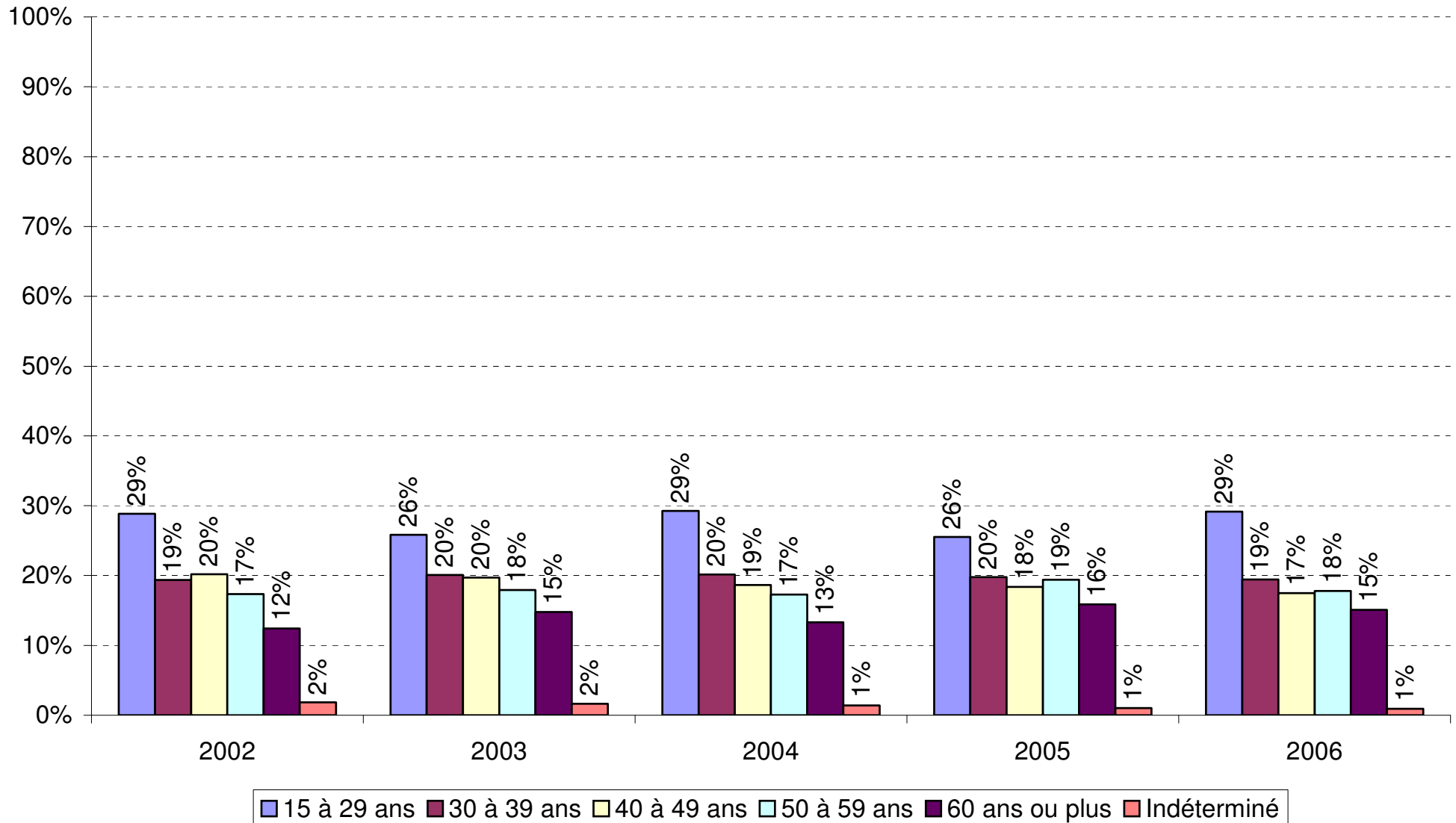
Voyage en famille de plusieurs personnes (année 2006)



Touristes affinitaires voyageant en famille de plusieurs personnes



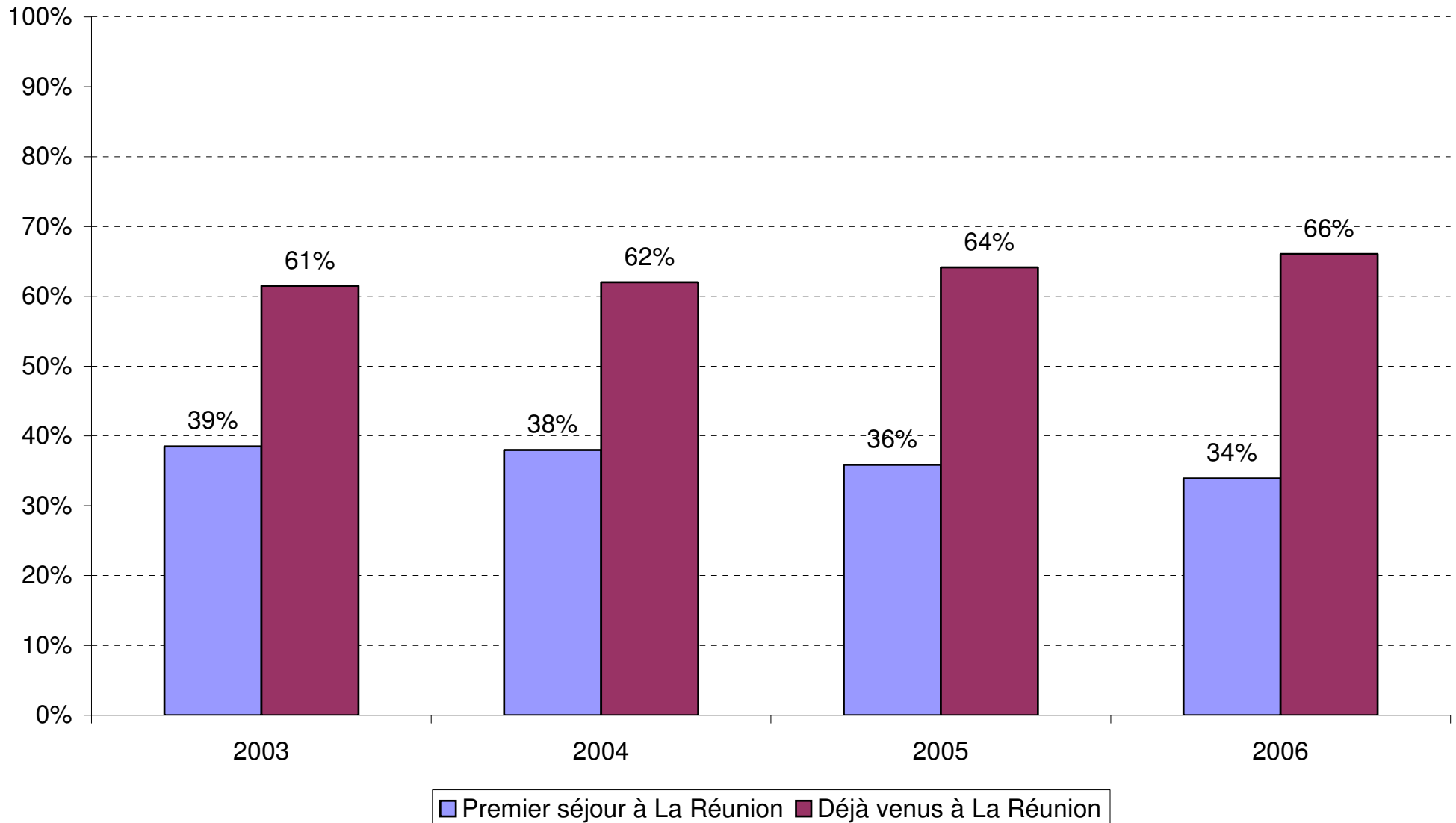
Répartition des familles de touristes affinitaires selon l'âge du chef de famille



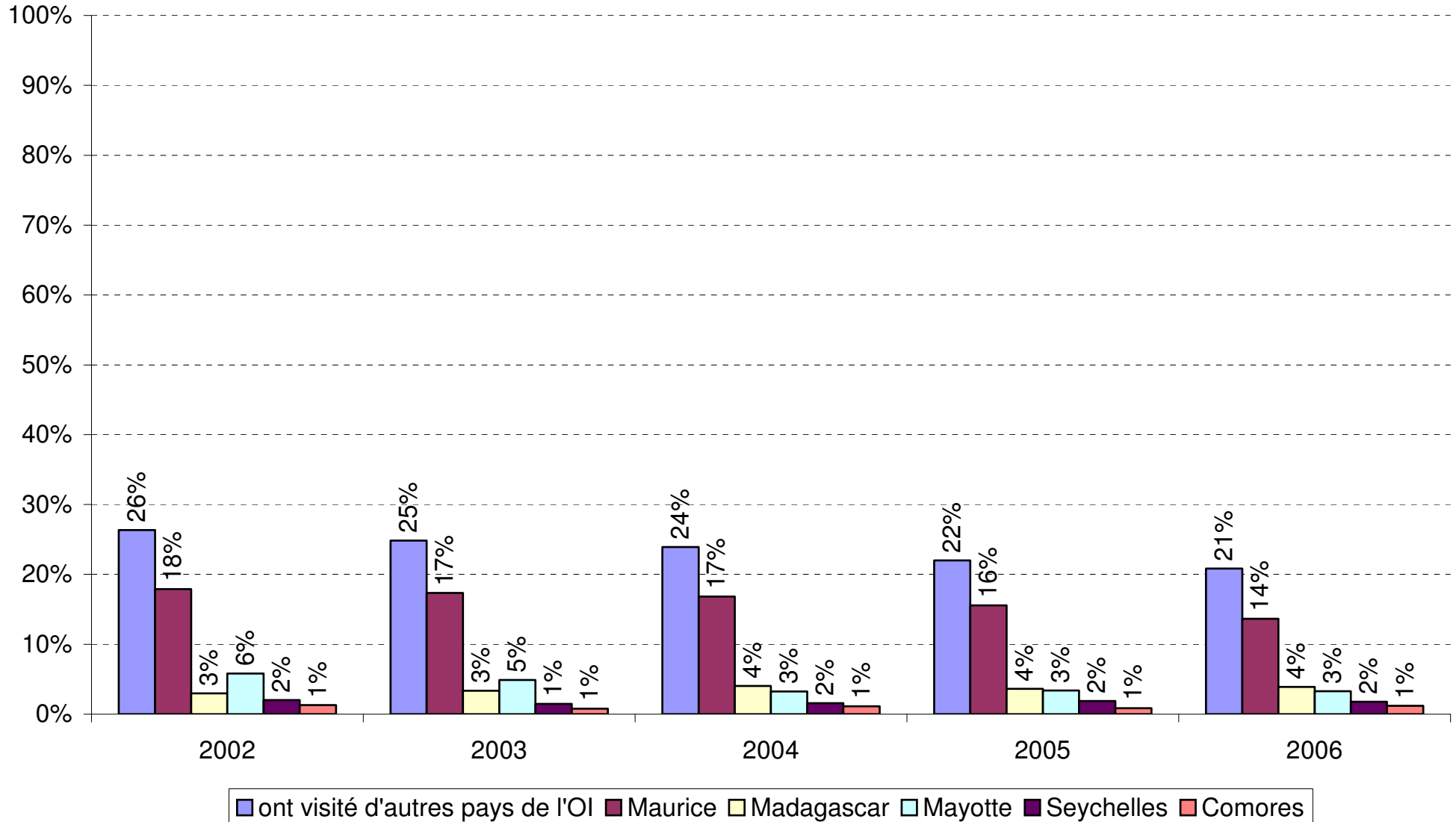
Données de cadrage

- Chaque année, 6 touristes affinitaires sur 10 indiquent être déjà venus précédemment sur l'île.
- 20 à 25% combinent leur visite à La Réunion avec un séjour dans d'autres pays de la zone Océan Indien.
- 75 à 80% limitent leur déplacement à un séjour sur l'île.
- En cas de destinations couplées, Maurice reste la destination la plus souvent associée à La Réunion.

Connaissance de La Réunion par les touristes affinitaires



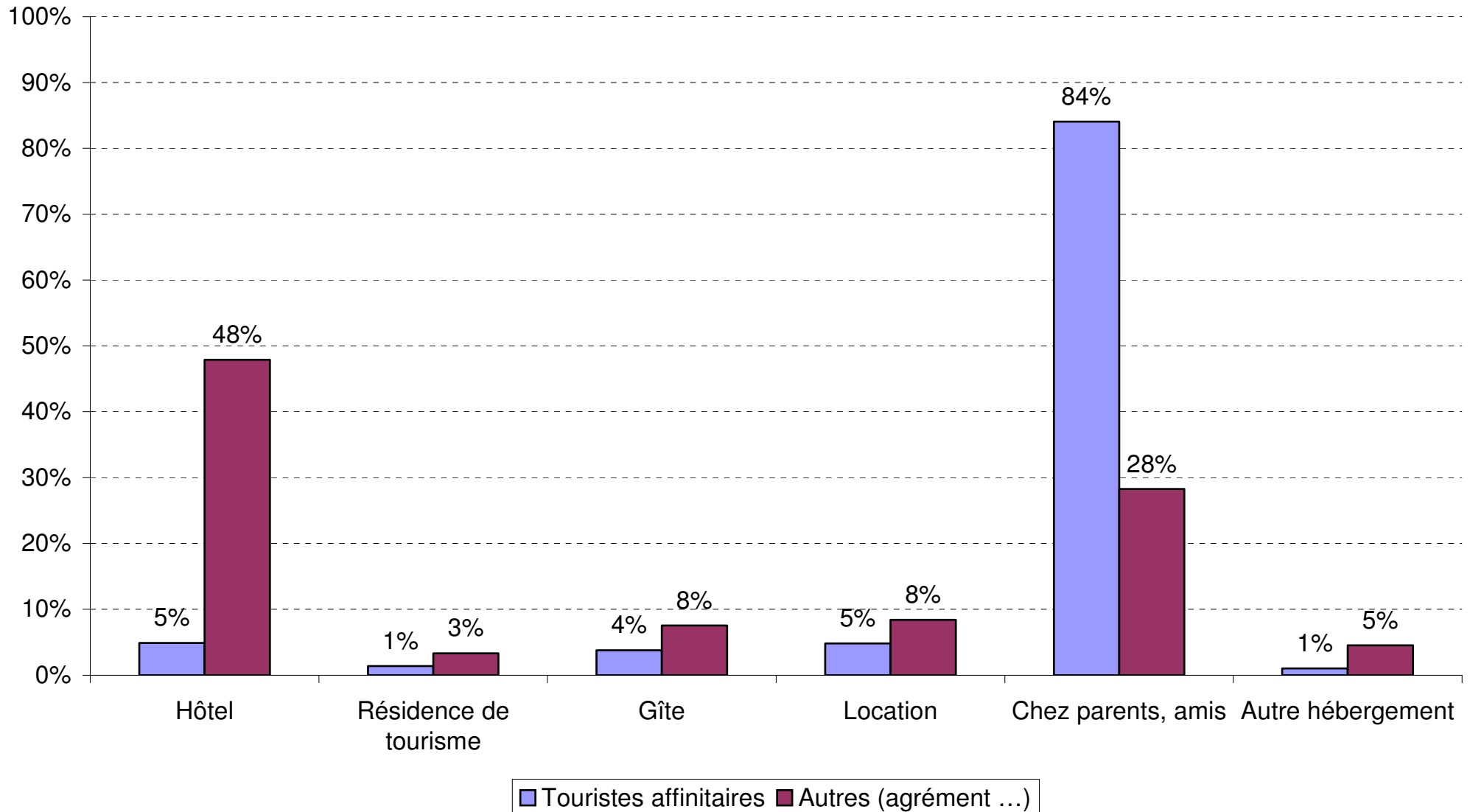
Touristes affinitaires combinant leur séjour avec un séjour dans d'autres pays de l'Océan Indien



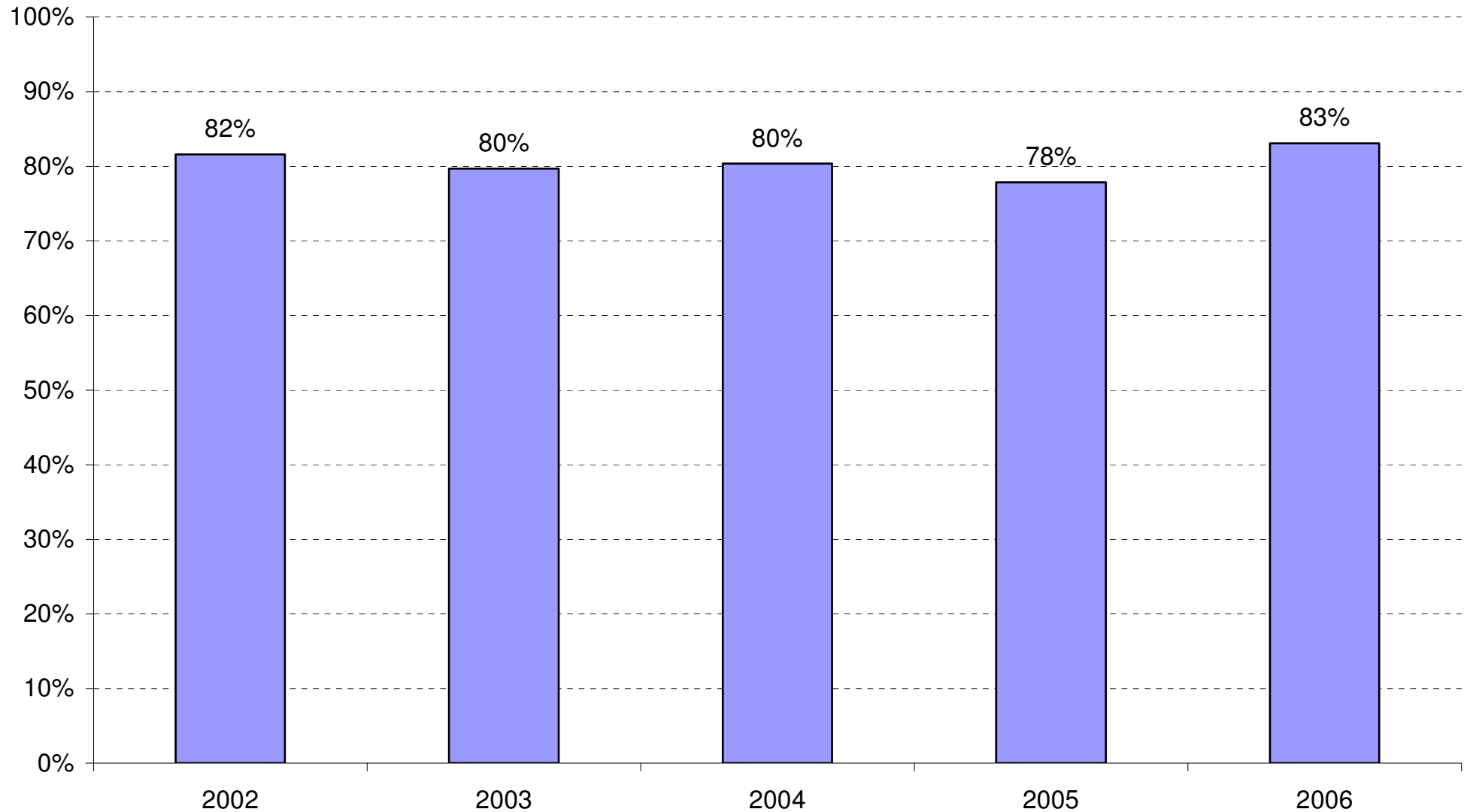
Données de cadrage

- Les touristes affinitaires allongent leur séjour par rapport aux autres touristes. Ils restent ainsi plus de 20 jours sur l'île, voire près de 30 jours pour ceux qui en sont originaires.
- Les touristes affinitaires profitent des possibilités d'hébergement offertes par les proches installés sur l'île.
- Ils sont à peine 10% à dormir à l'hôtel, qui constitue le mode d'hébergement principal d'à peine 5% des touristes affinitaires.
- En cas de séjour à l'hôtel, les durées des séjours dans ces structures sont toutefois comparables entre les touristes affinitaires (6 à 7 nuits) et celles des touristes d'agrément (7 à 8 nuits).

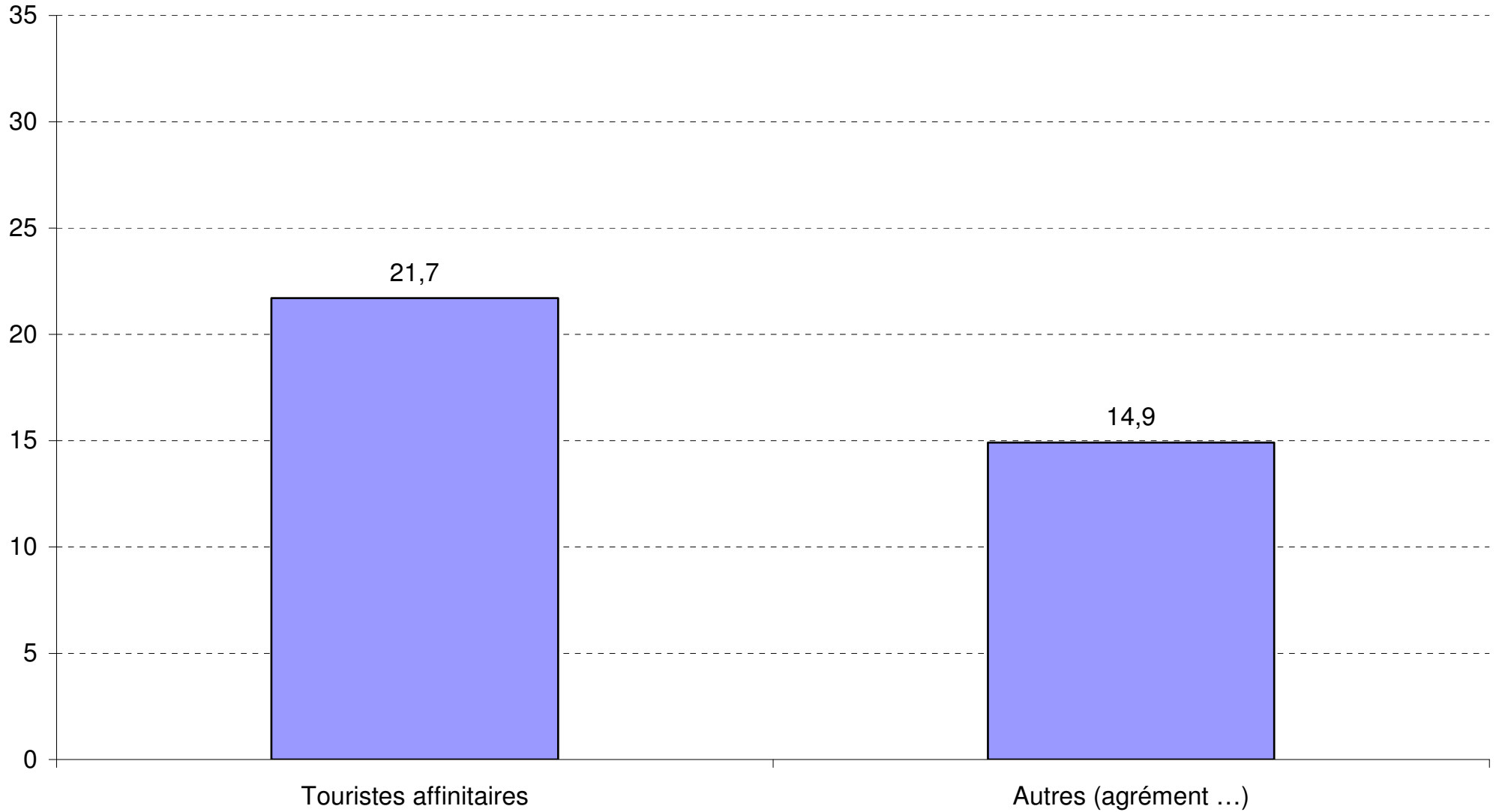
Mode d'hébergement principal lors du séjour à La Réunion (année 2006)



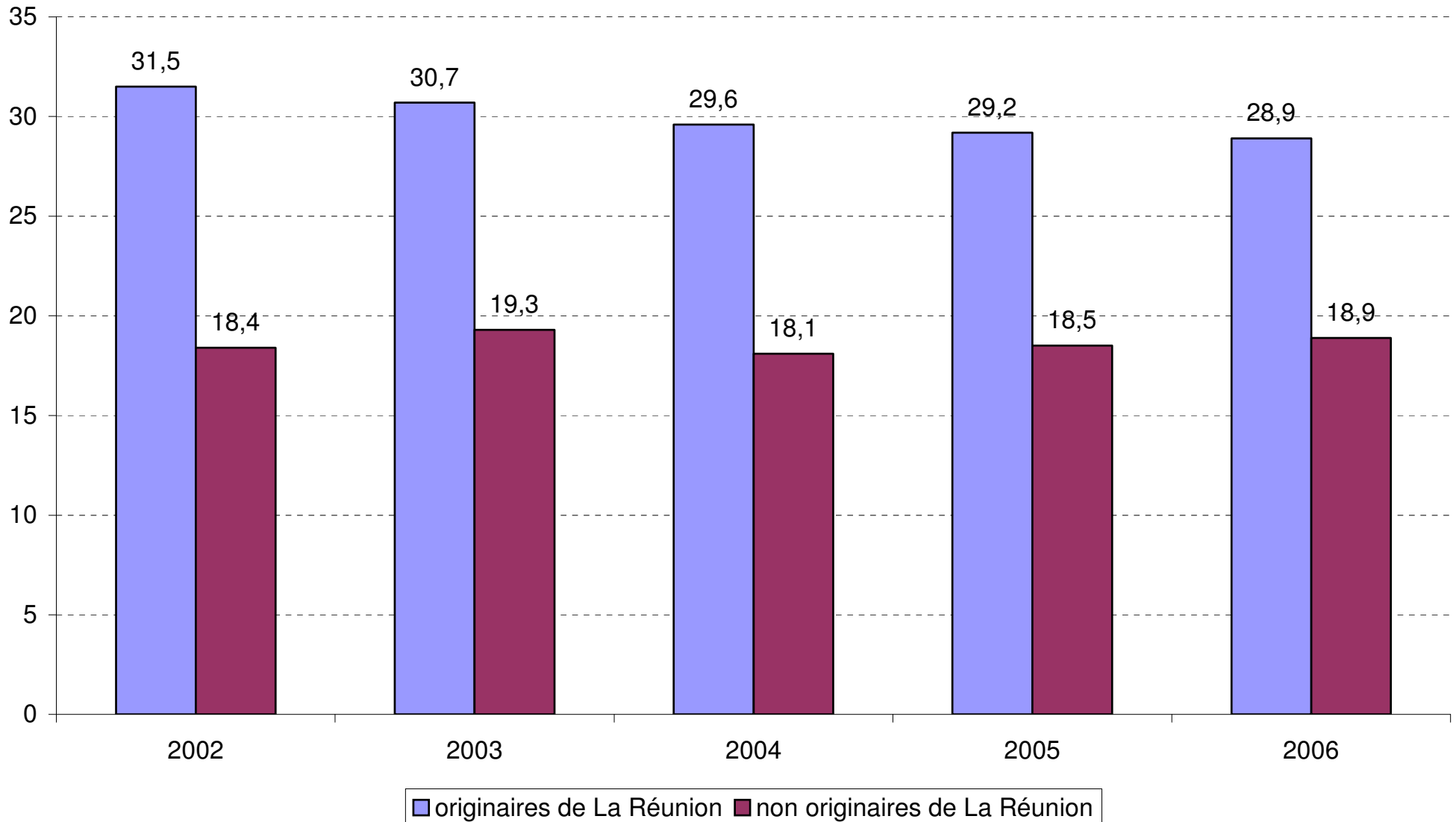
Recours à la famille ou aux amis pour l'hébergement principal des touristes affinitaires



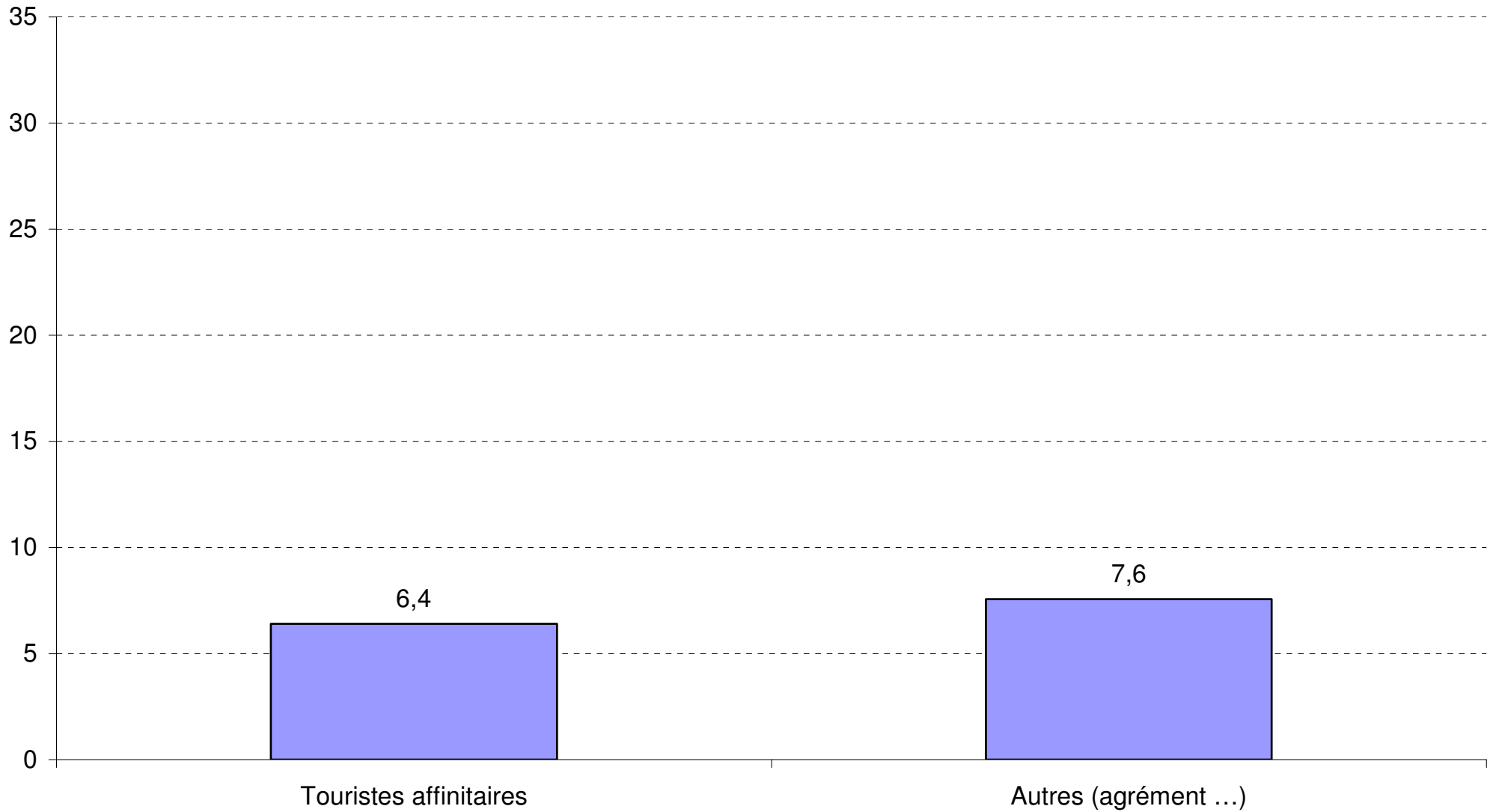
Durée du séjour à La Réunion (année 2006)



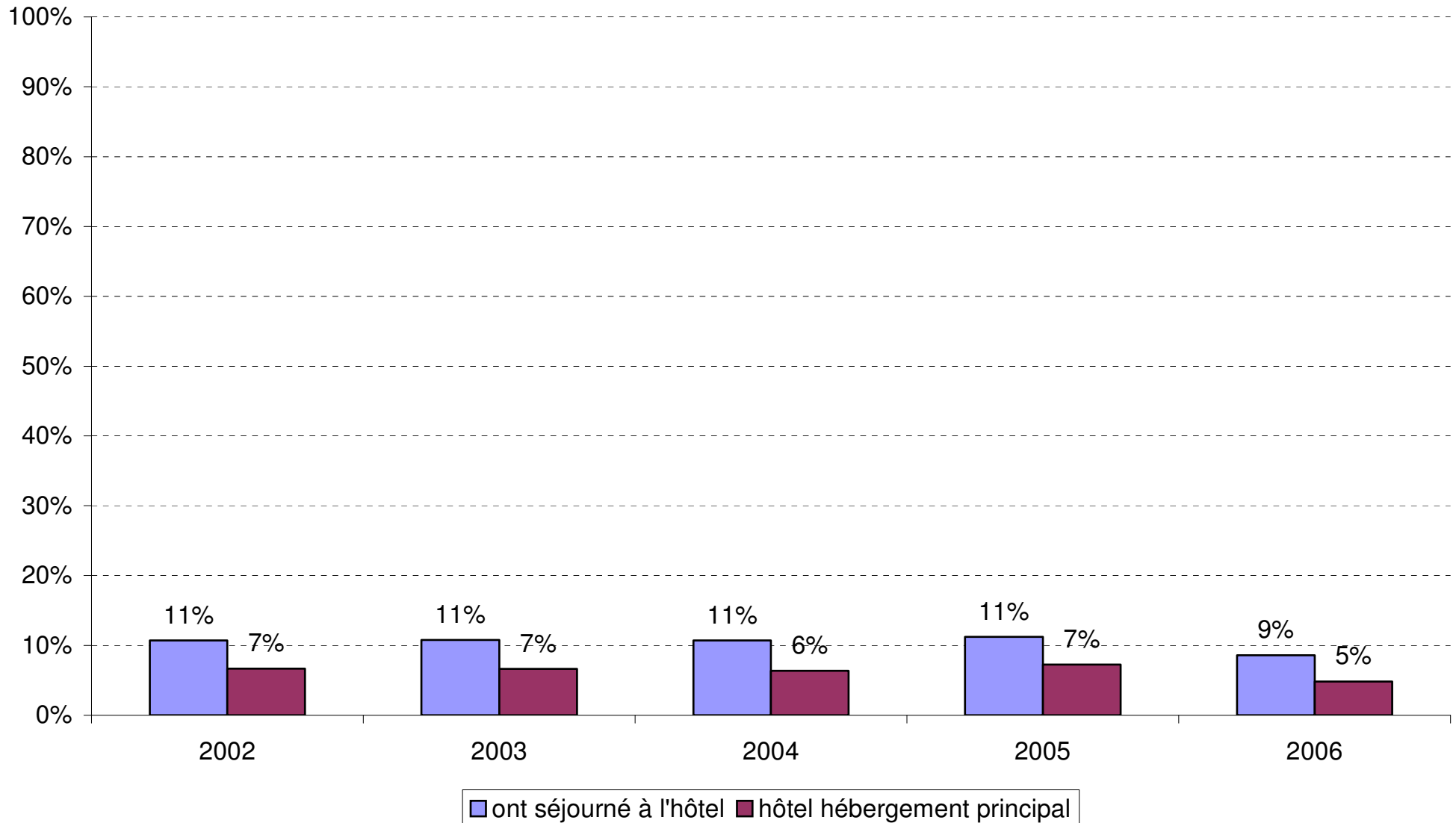
Durée du séjour des touristes affinitaires, selon leur origine



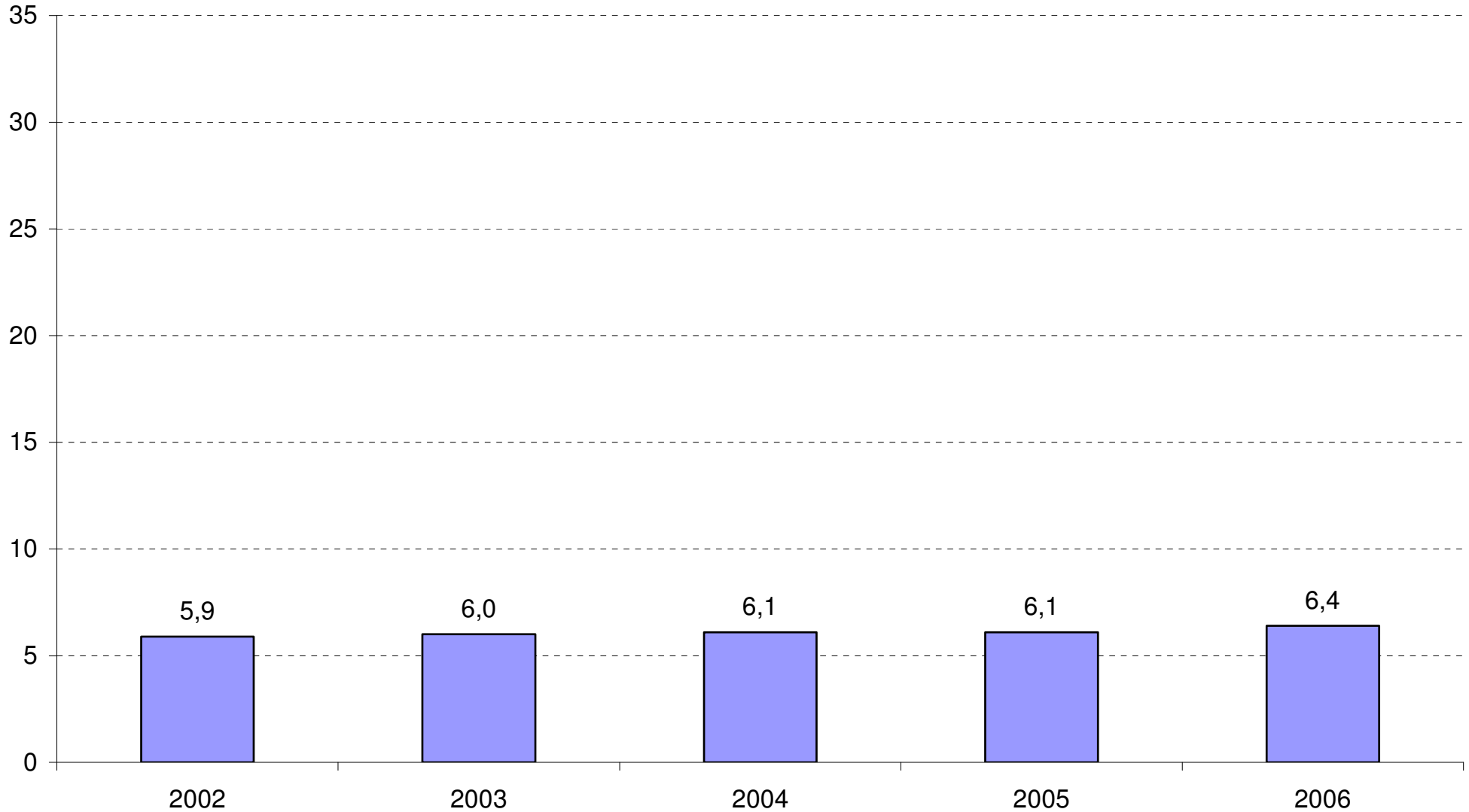
Durée du séjour à l'hôtel (année 2006)



Recours à l'hôtellerie pour l'hébergement des touristes affinitaires



Durée du séjour à l'hôtel pour les touristes affinitaires



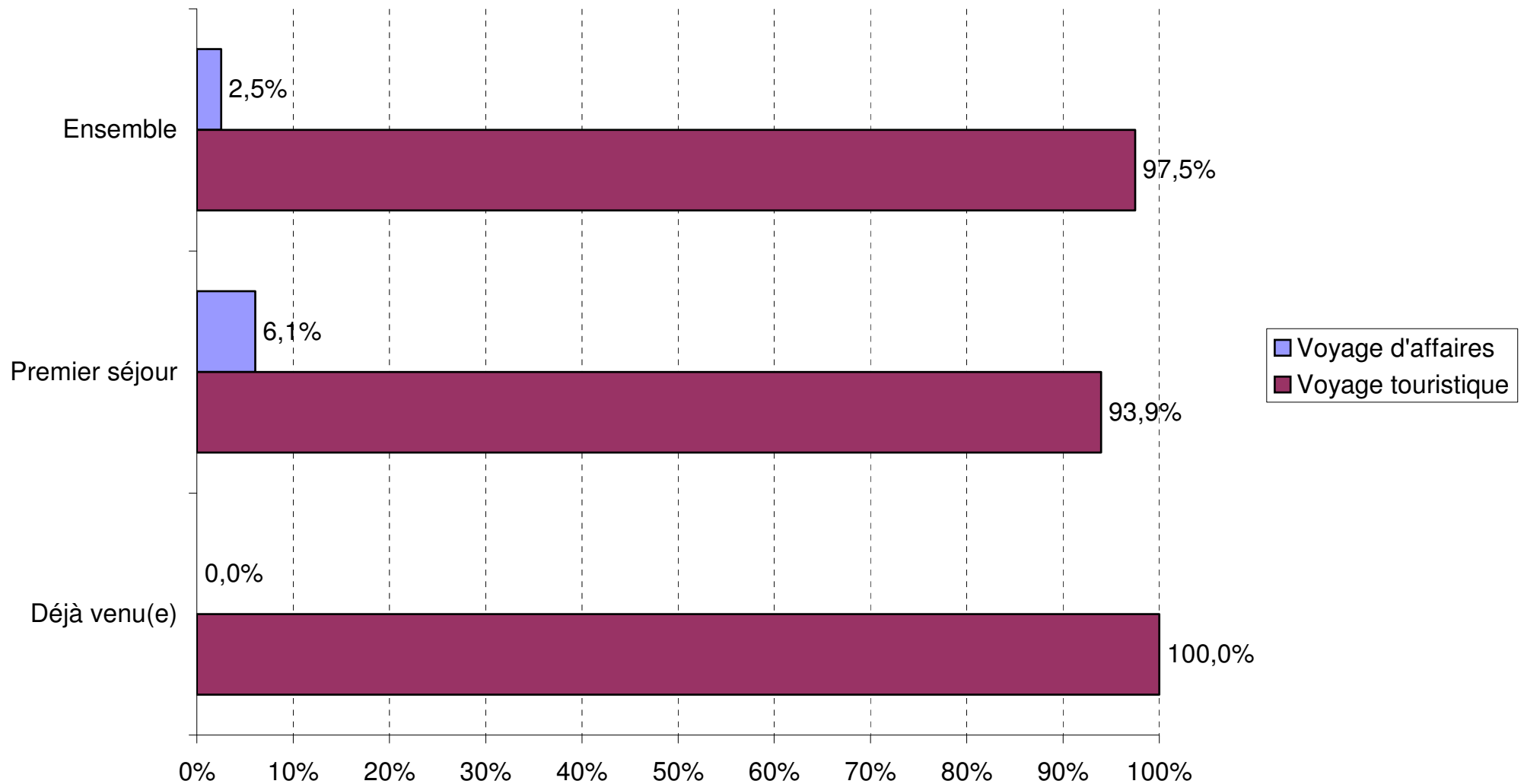


Exploration des comportements et attentes des touristes affinitaires

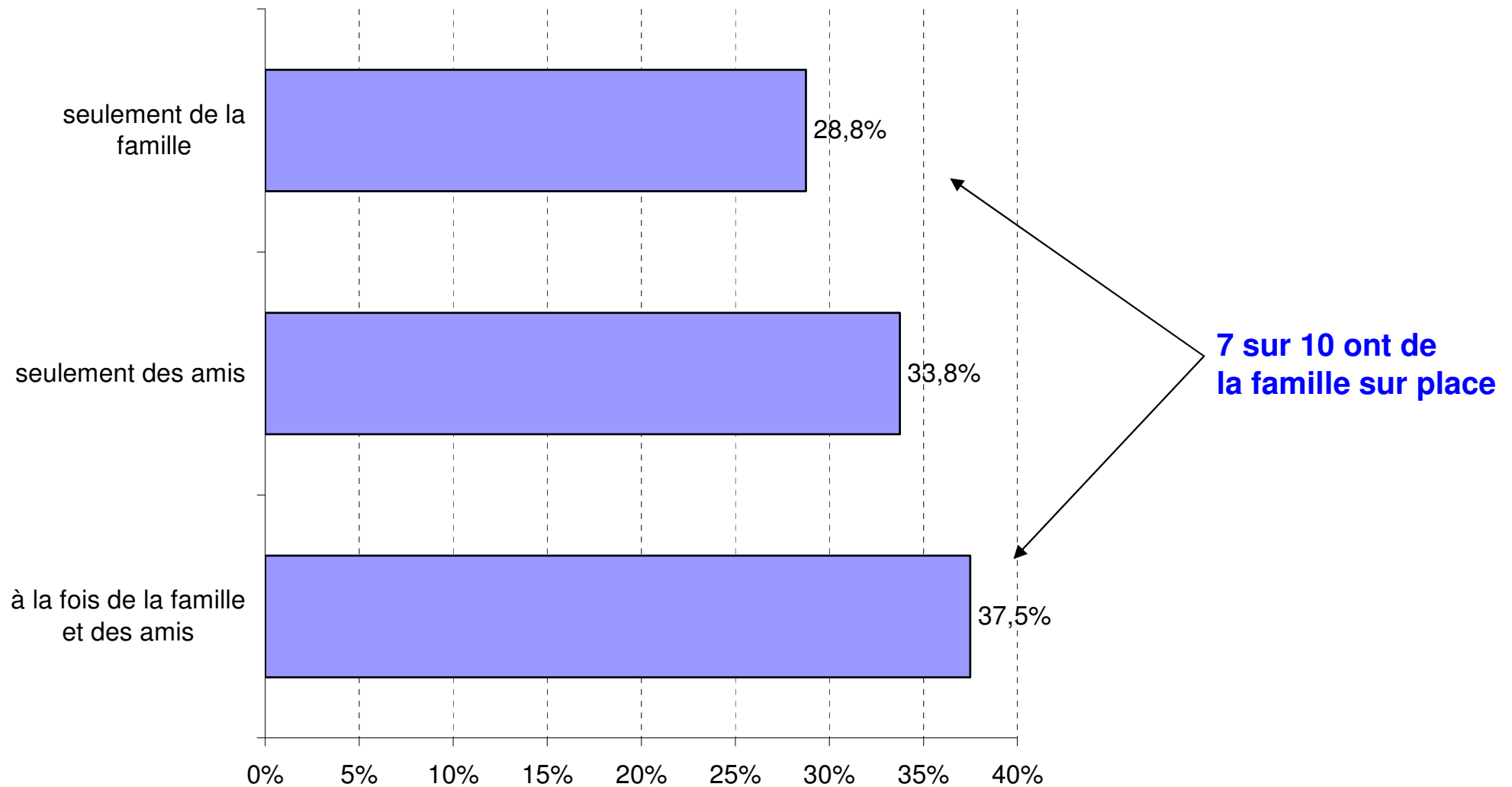
Réunion - Maurice - Madagascar - Mayotte - France

- Les touristes affinitaires viennent quasi uniquement pour raisons personnelles (une petite minorité profite d'un motif professionnel pour se rapprocher à cette occasion de ses proches installés sur place).
- La relation affinitaire est majoritairement liée à la présence sur place de membres de la famille, souvent elle-même originaire de la Réunion.
- Les touristes affinitaires qui découvrent La Réunion y sont attirés par la présence d'amis, installés sur place soit pour raisons professionnelles, soit pour raisons personnelles, et qui les attirent ainsi sur une destination que les touristes concernés n'auraient peut-être pas fréquenté en l'absence de ces proches.
- Les touristes affinitaires qui sont déjà venus (environ 6 sur 10), signalent des séjours précédents souvent récents (précédent séjour datant de 1 ou 2 ans), et viennent pour la plupart rendre visite à de la famille.
- Parmi les touristes affinitaires déjà venus, la plupart sont déjà venus à plusieurs reprises, et la moitié ont eux-mêmes habité à la Réunion (20 ans en moyenne).

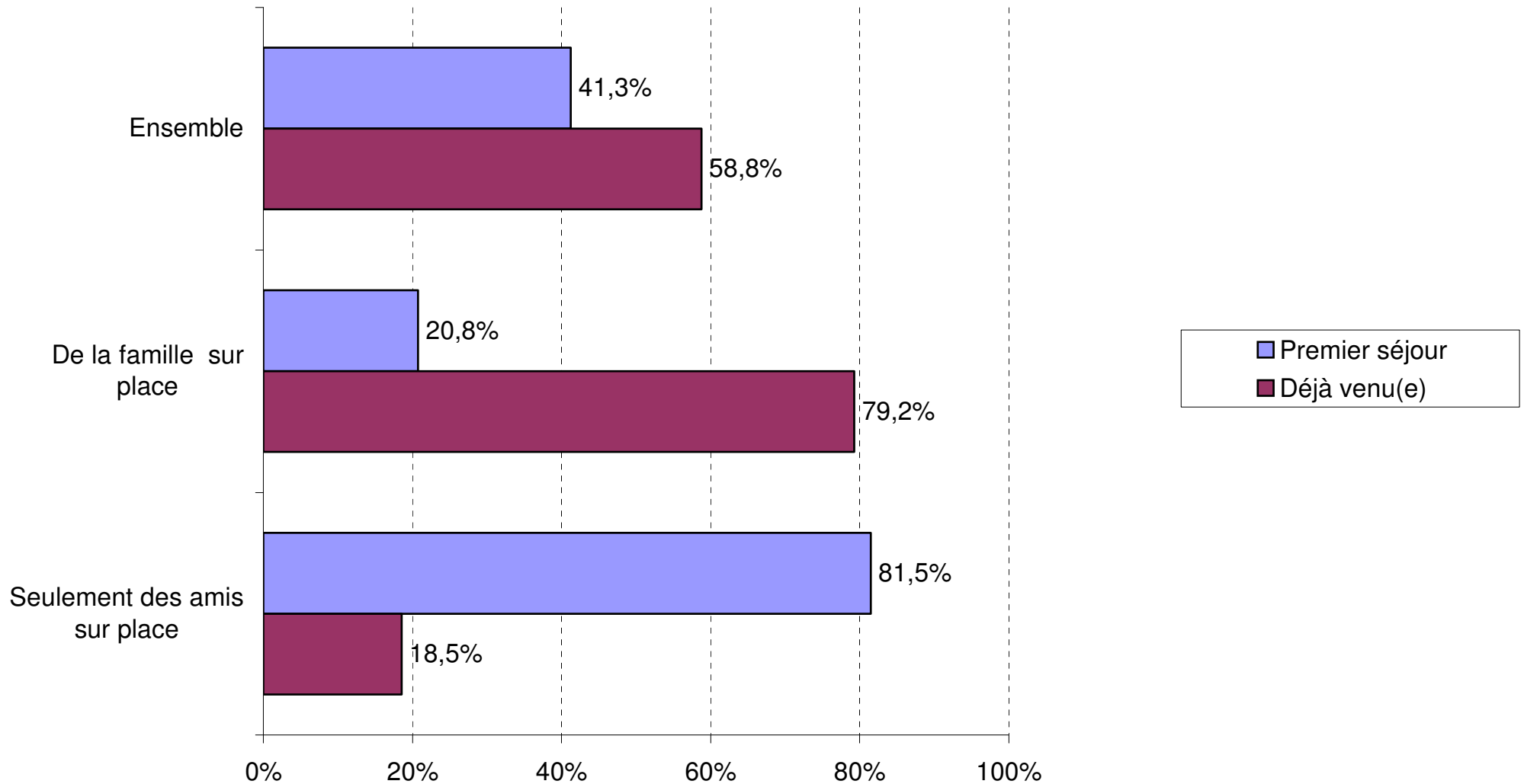
Circonstances du séjour (motif de présence des touristes affinitaires)



Proches présents sur la Réunion

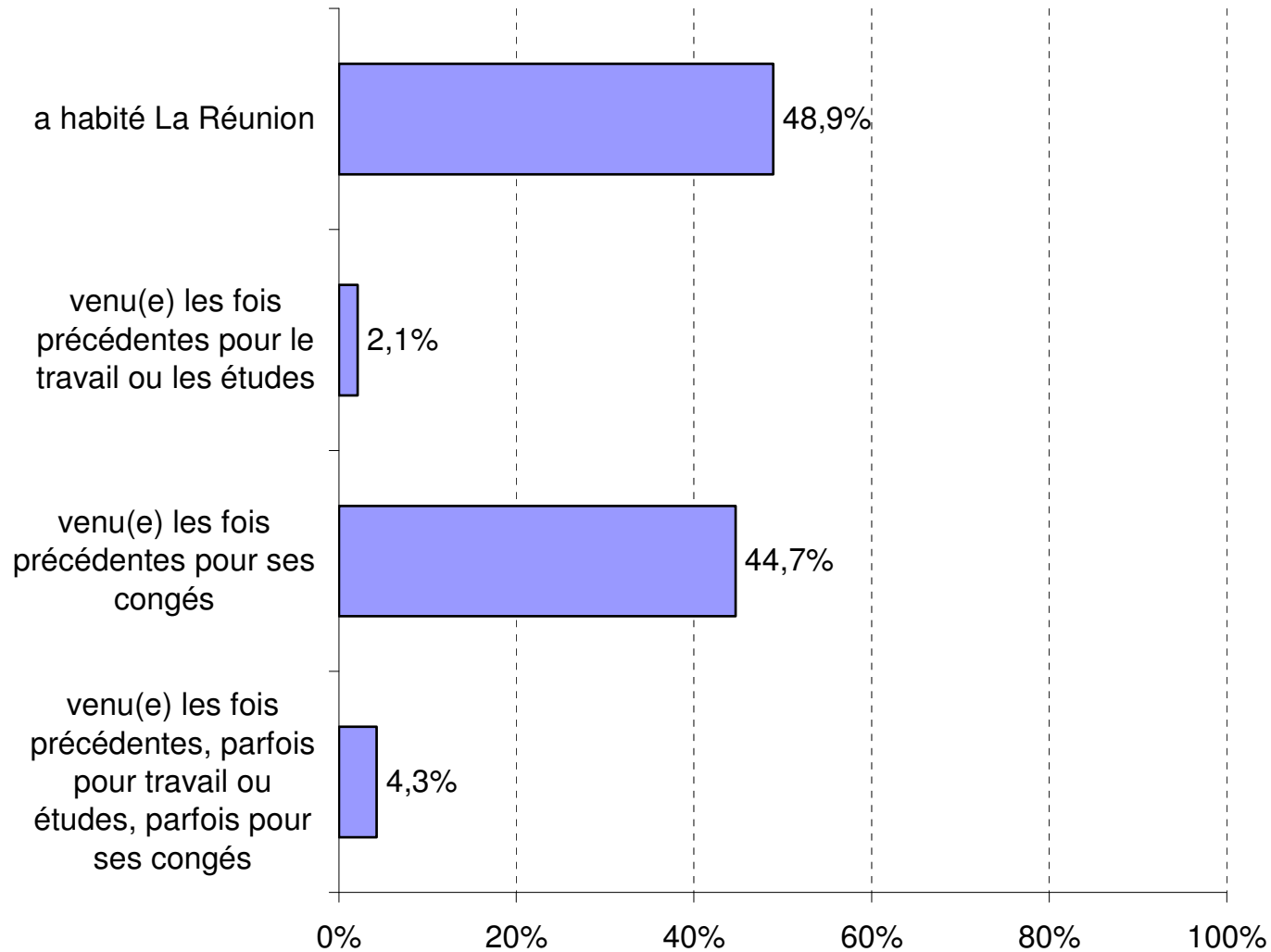


Expérience de la Réunion

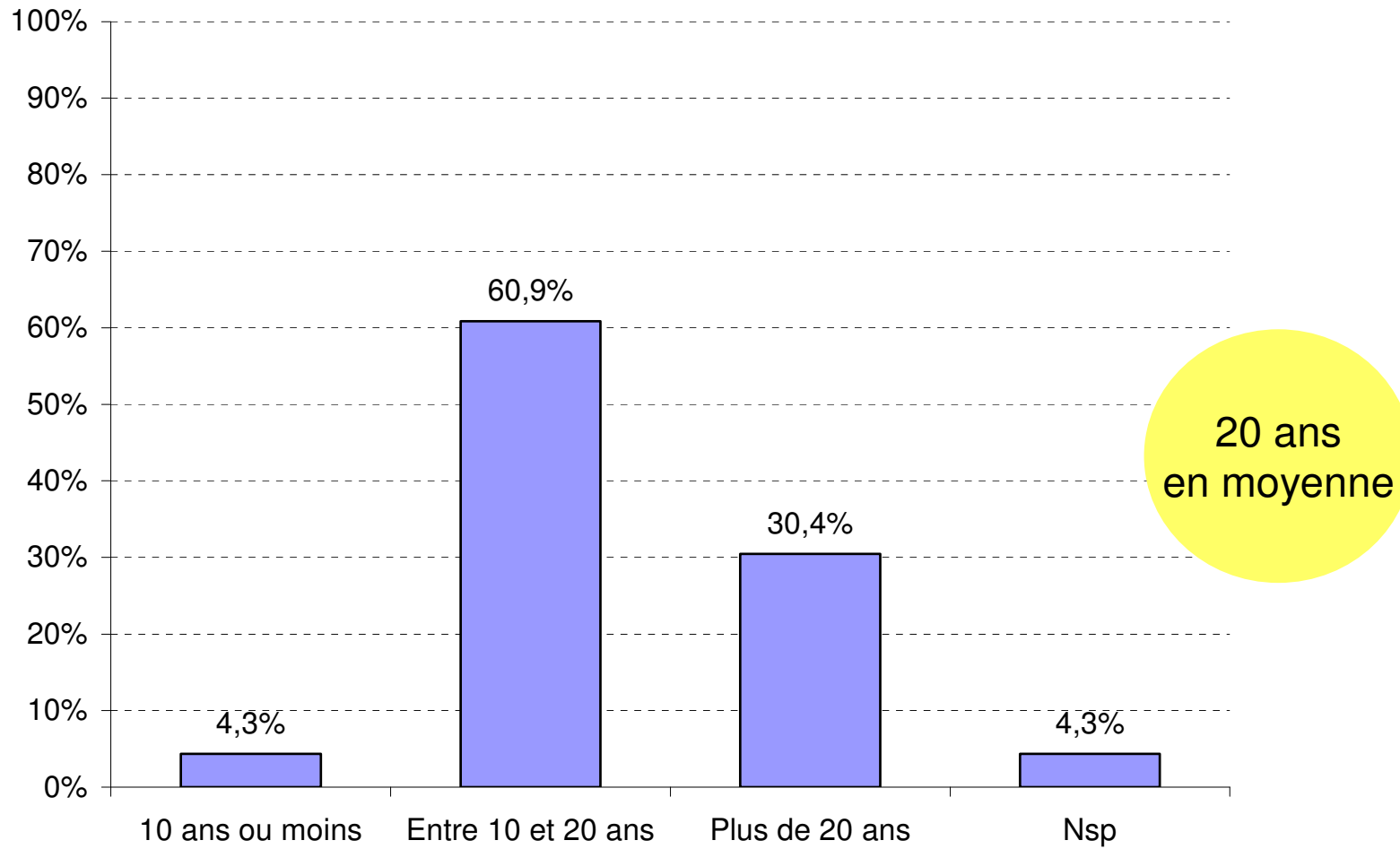


Motifs du ou des précédents séjours

(Base% : Déjà venu(e) à la Réunion)

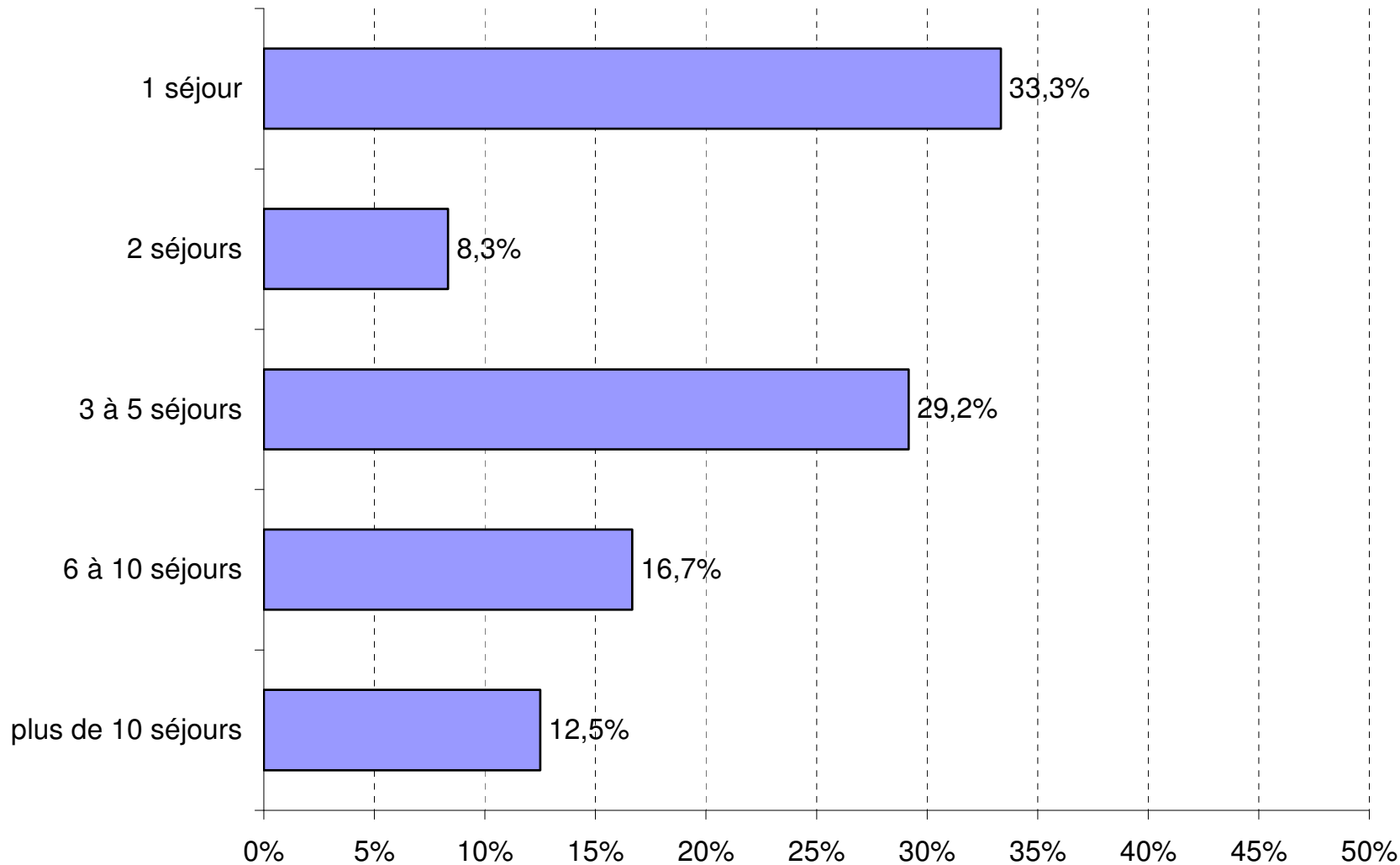


Nombre d'années habitées à la Réunion (Base% : Ayant habité à la Réunion)



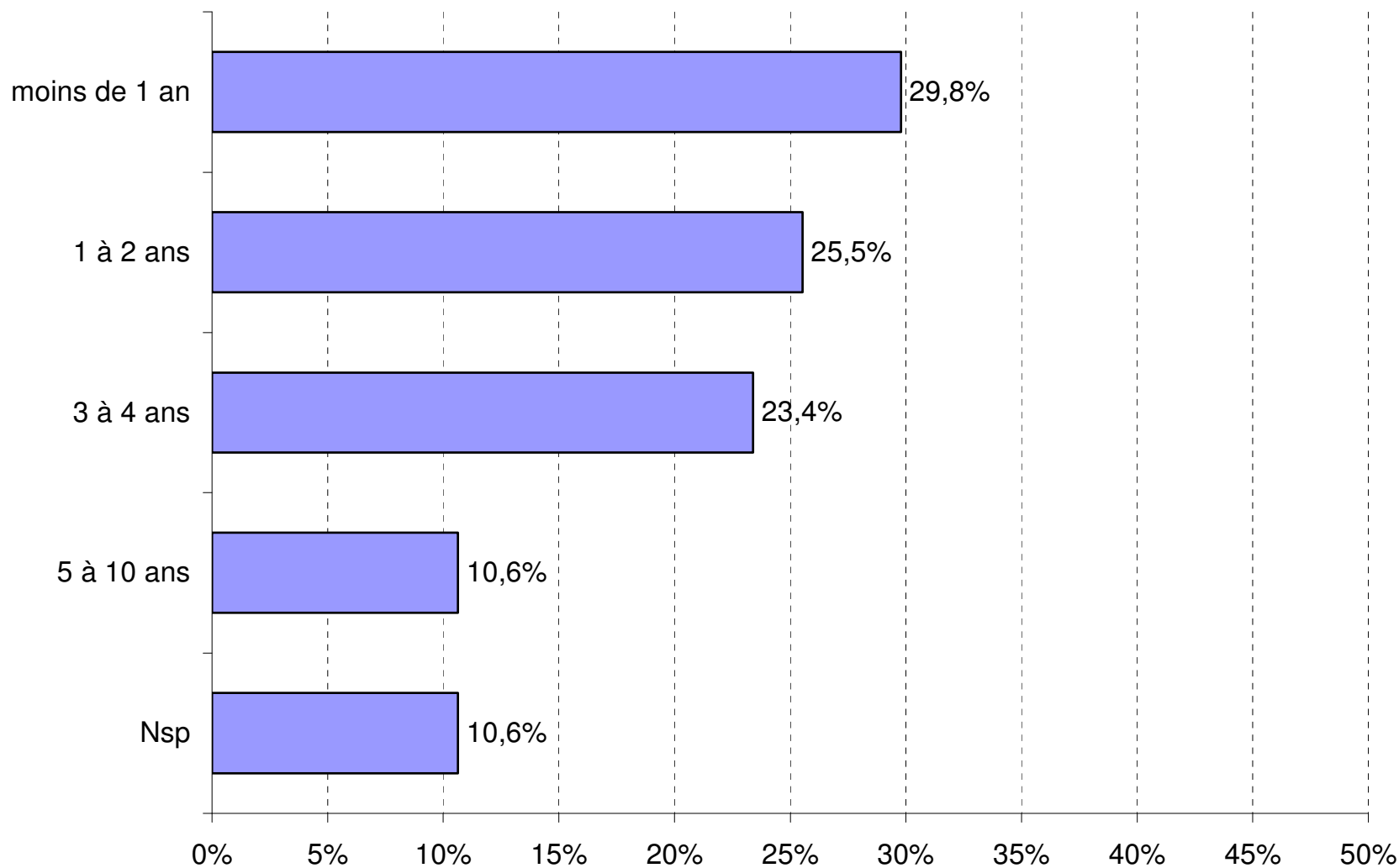
Nombre de séjours précédents à la Réunion

(Base% : Déjà venu(e) à la Réunion)

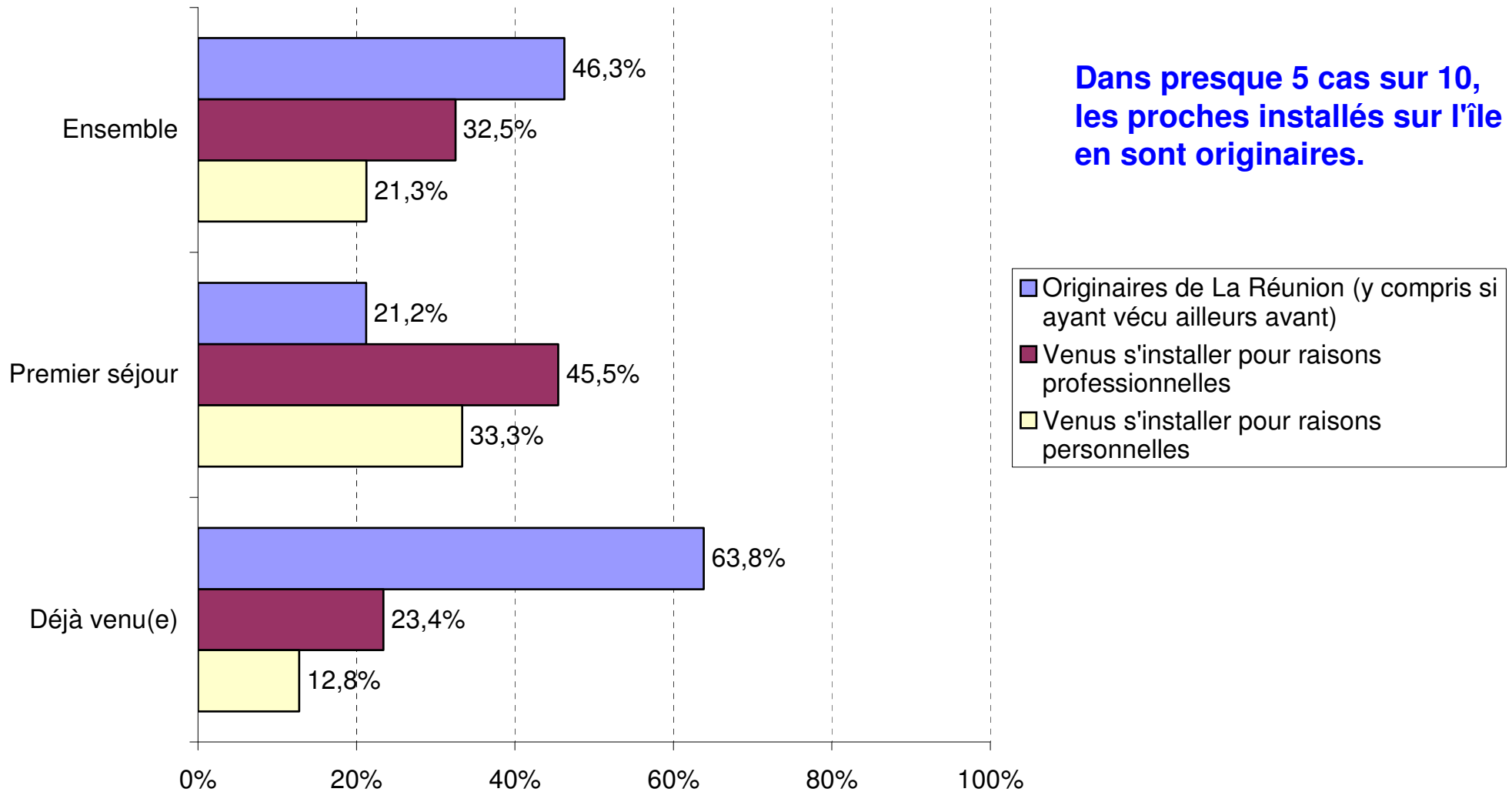


Ancienneté du précédent séjour à la Réunion

(Base% : Déjà venu(e) à la Réunion)

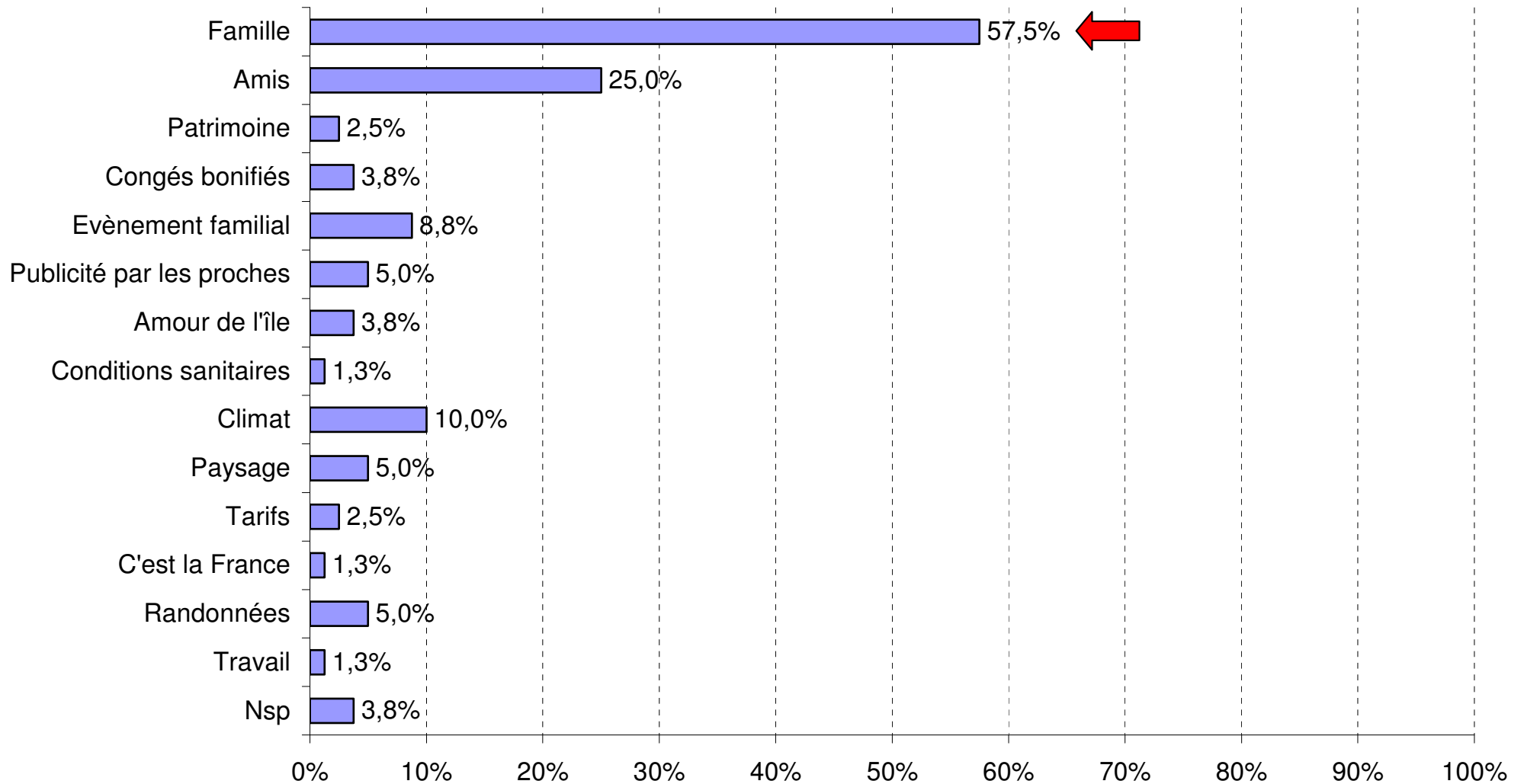


Motifs de présence des proches à la Réunion

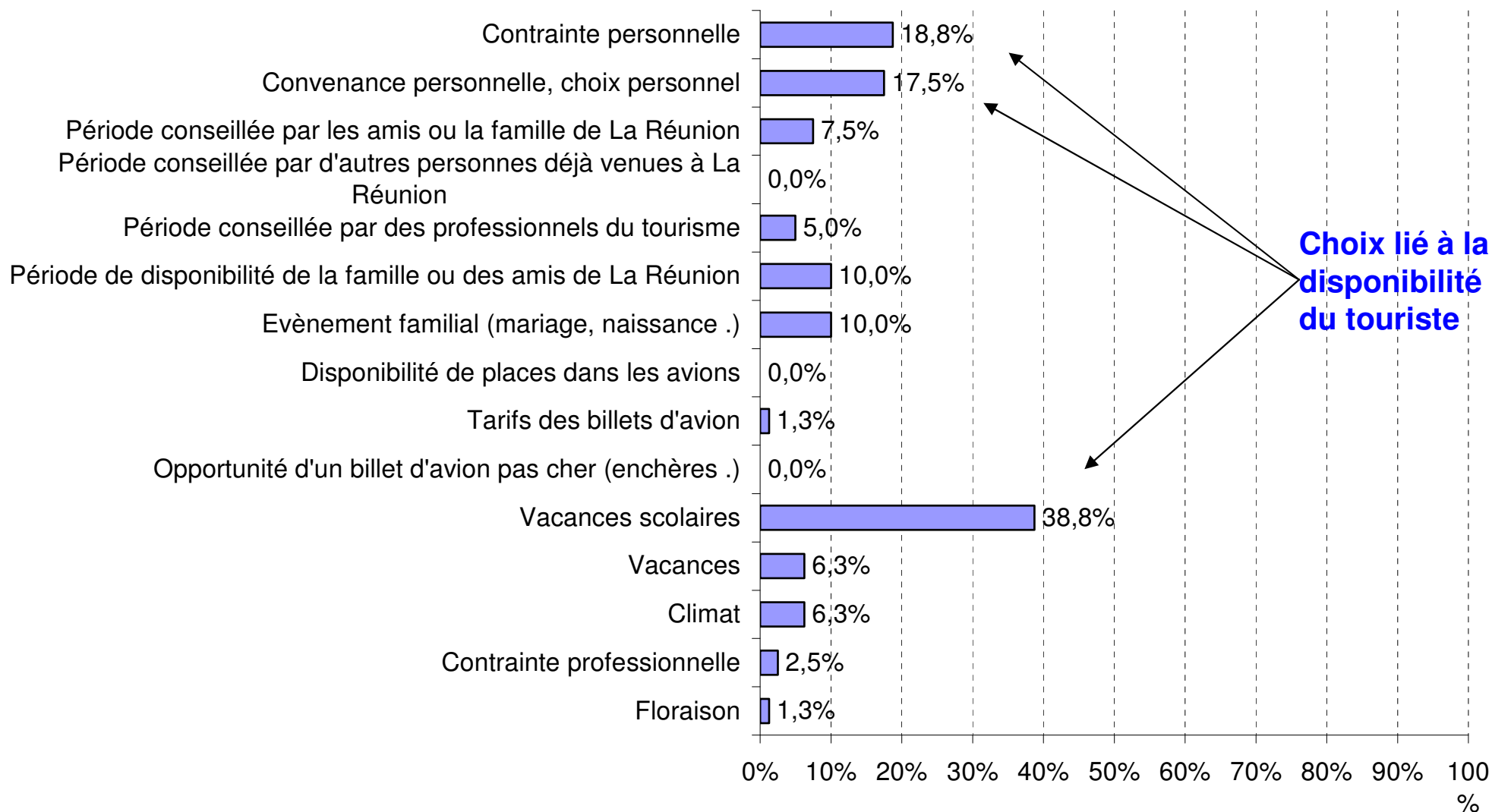


- Lorsqu'ils décident de venir à La Réunion, les touristes affinitaires ne se situent généralement pas dans une logique de choix et n'envisagent pas d'autre alternative.
- Les rares touristes affinitaires ayant été tentés par d'autres alternatives avant d'opter pour La Réunion, ont parfois hésité avec des destinations telles que la Corse, le Canada, l'Égypte ... mais aussi parfois les Antilles, Maurice ...
- Les touristes affinitaires qui viennent donc souvent en raison de la présence de leurs proches dans l'île, programment leur séjour en fonction de leurs propres périodes de disponibilité, généralement indépendamment des contraintes locales.
- Les touristes affinitaires viennent souvent en famille, notamment ceux qui reviennent à la suite de précédentes visites.
- La moitié des touristes affinitaires signalent également la présence d'enfants.

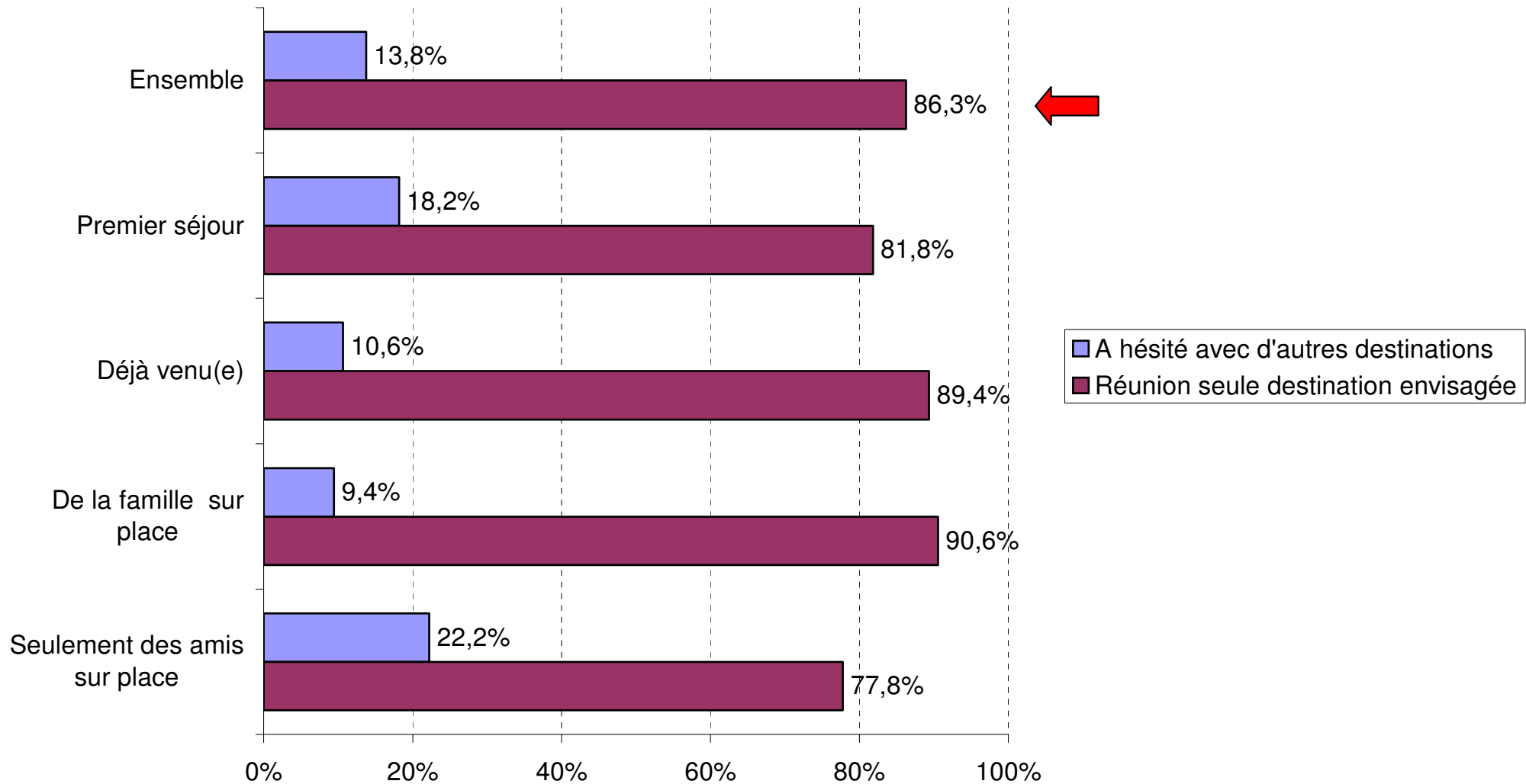
Motivations de la venue à la Réunion



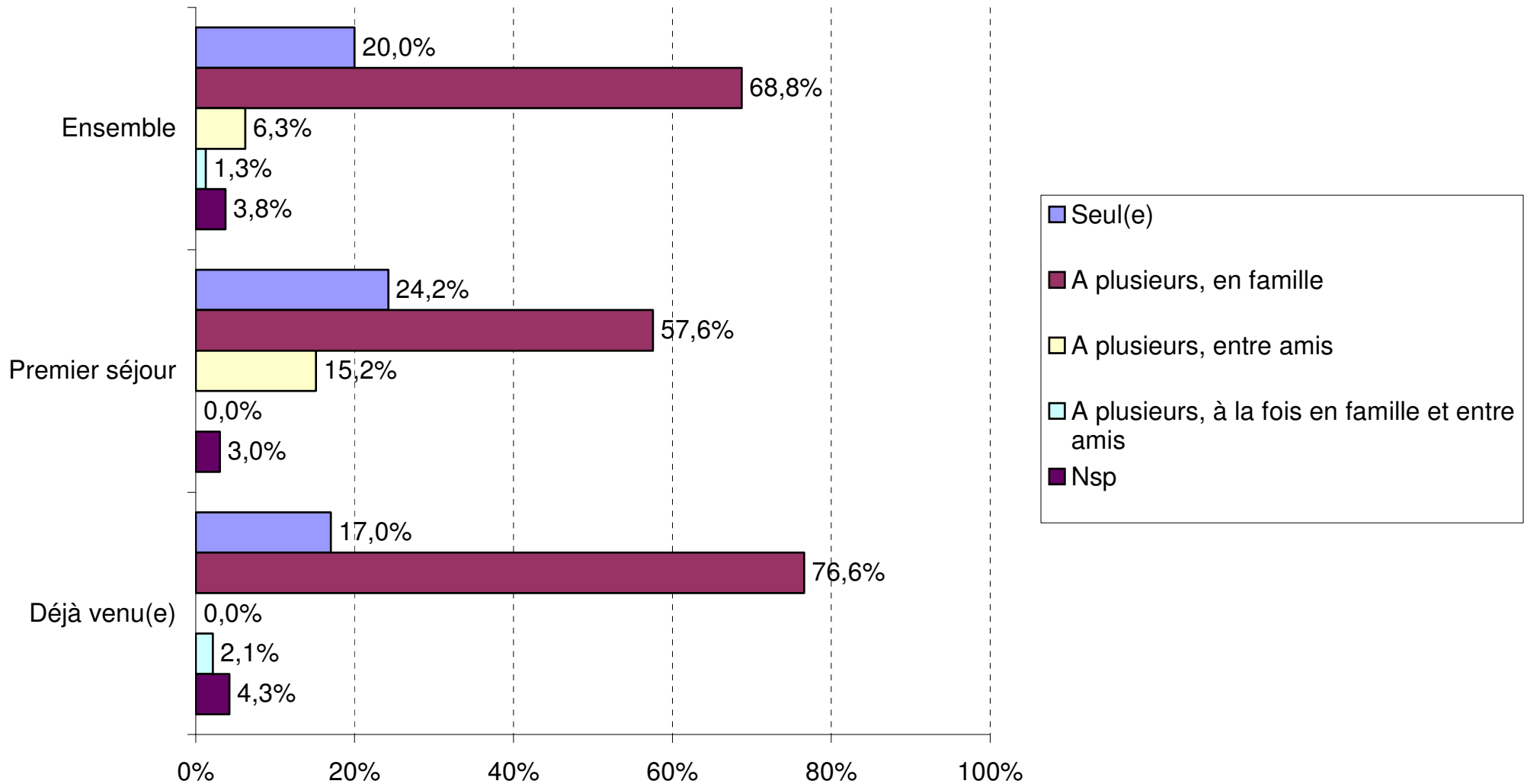
Motifs de choix de la période choisie



Circonstances de choix de la destination Réunion

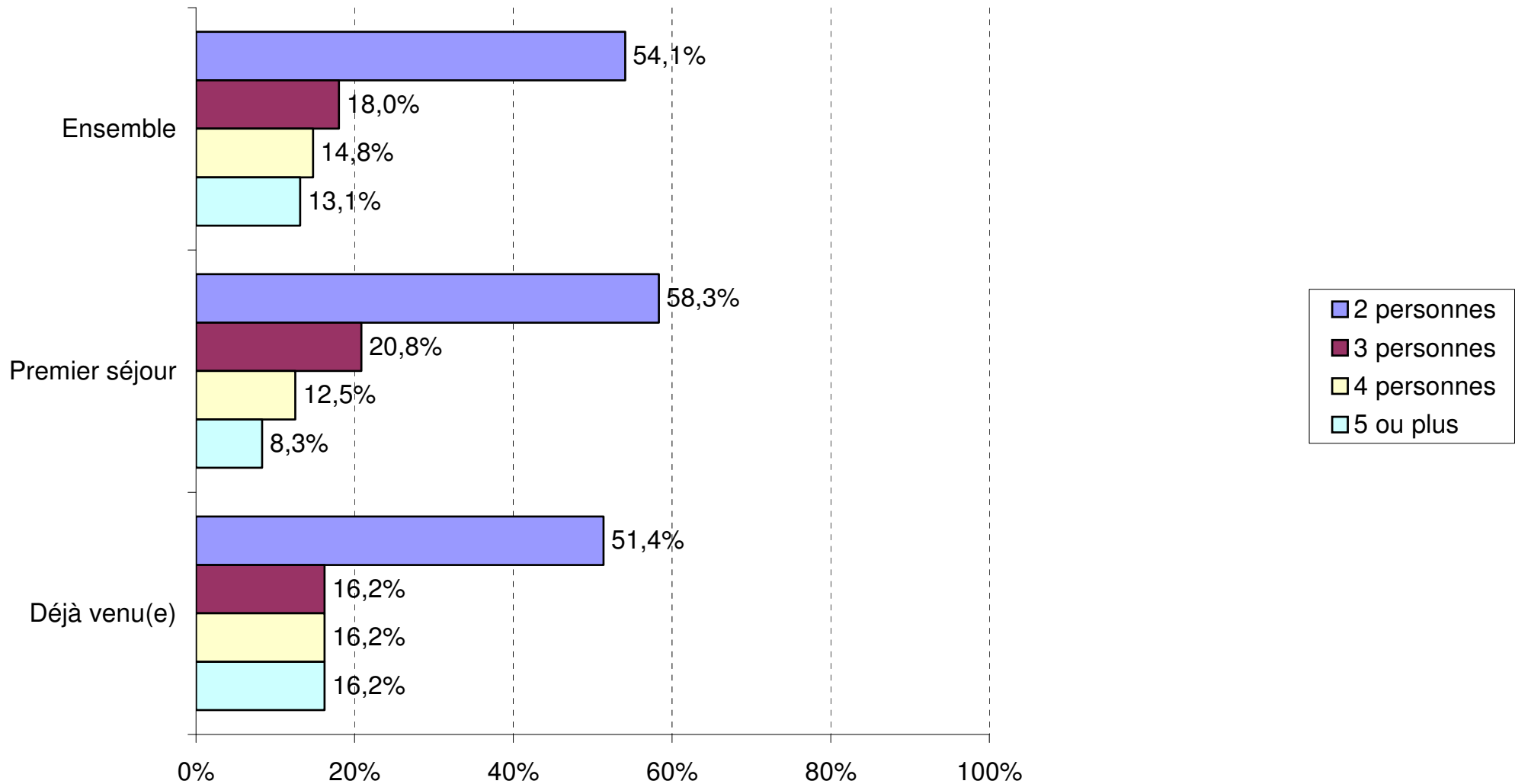


Accompagnement des touristes



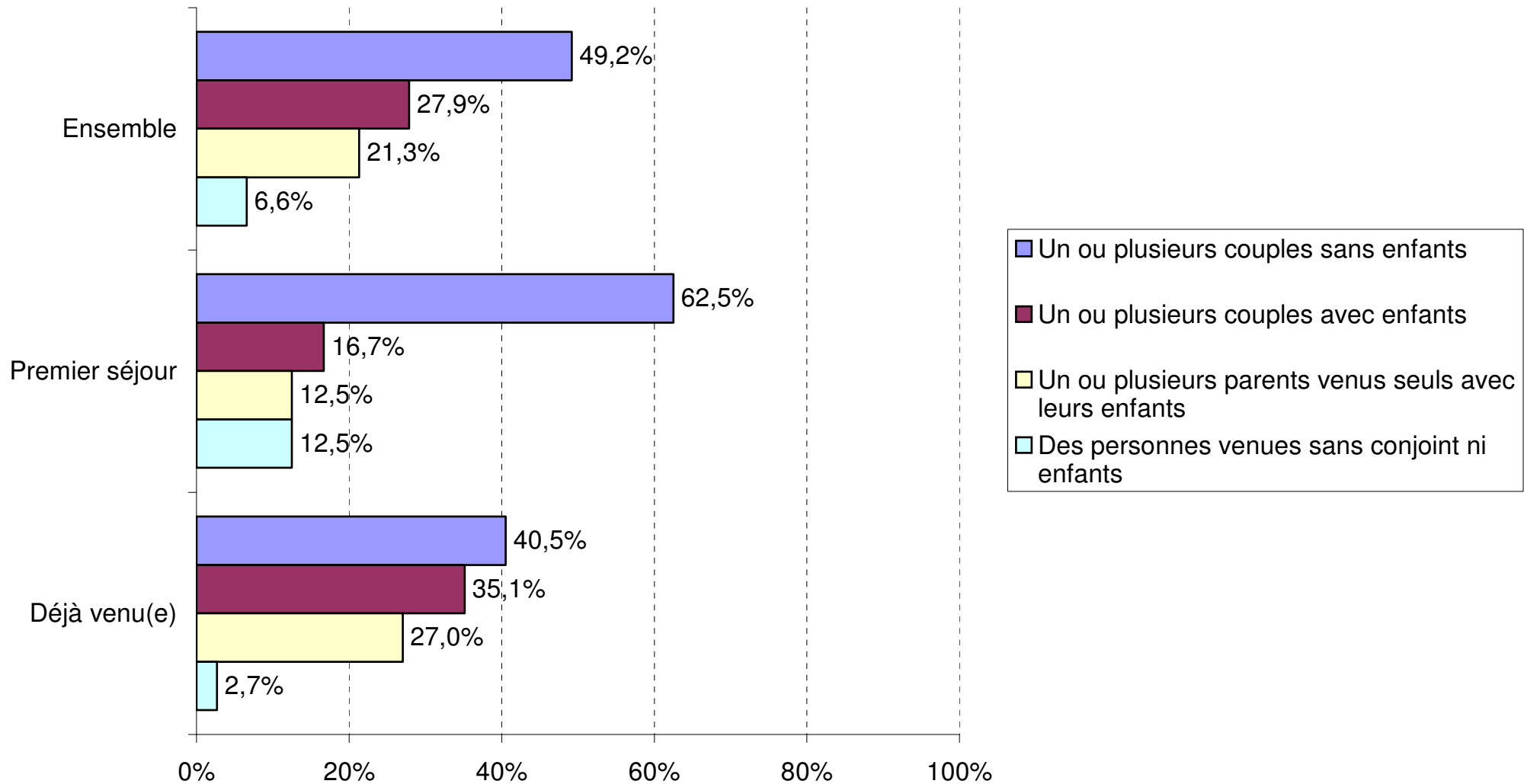
Nombre de personnes effectuant le voyage

(Base% : Si venu à plusieurs)



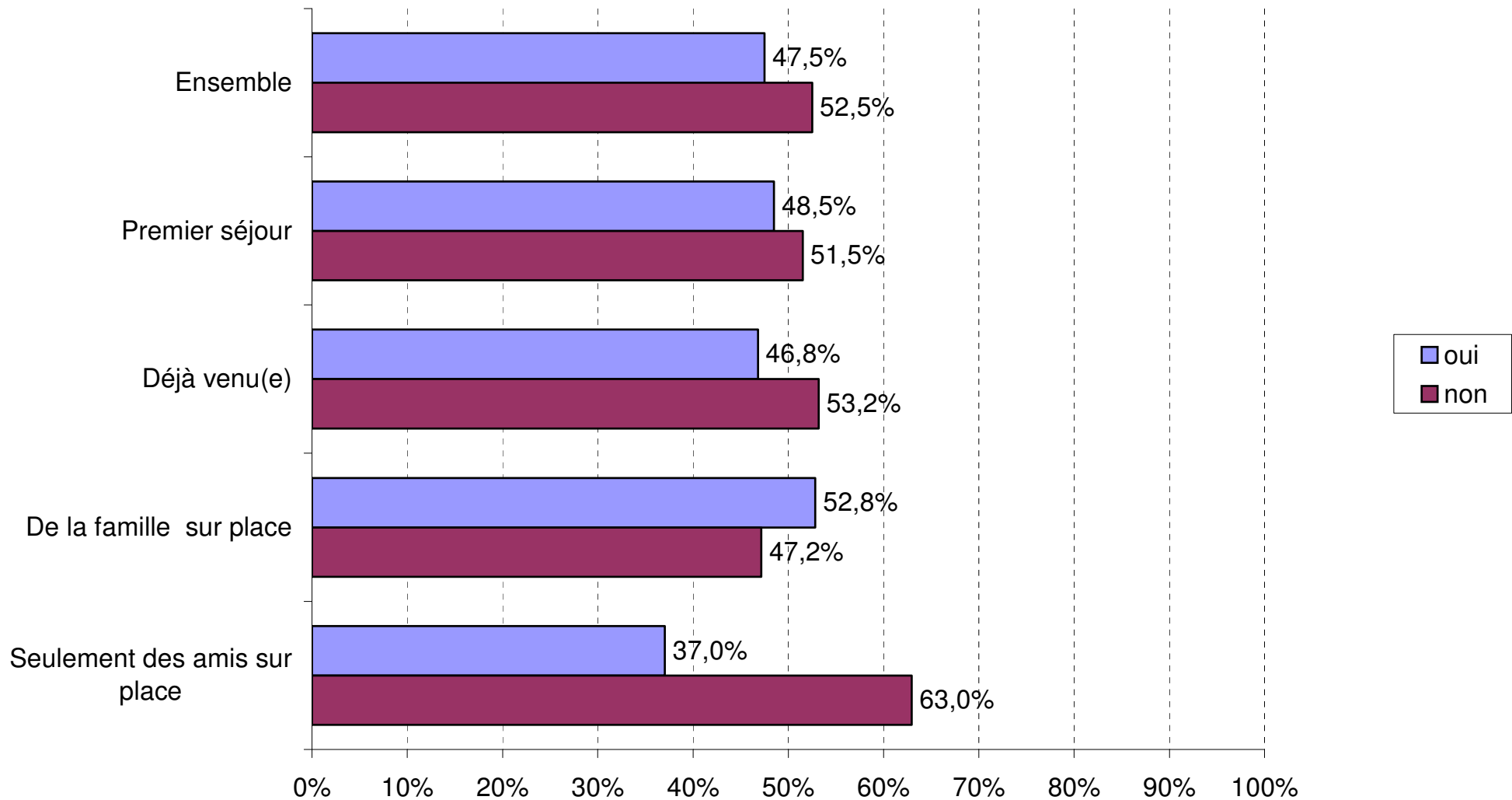
Composition des groupes de voyageurs

(Base% : Si venu à plusieurs)

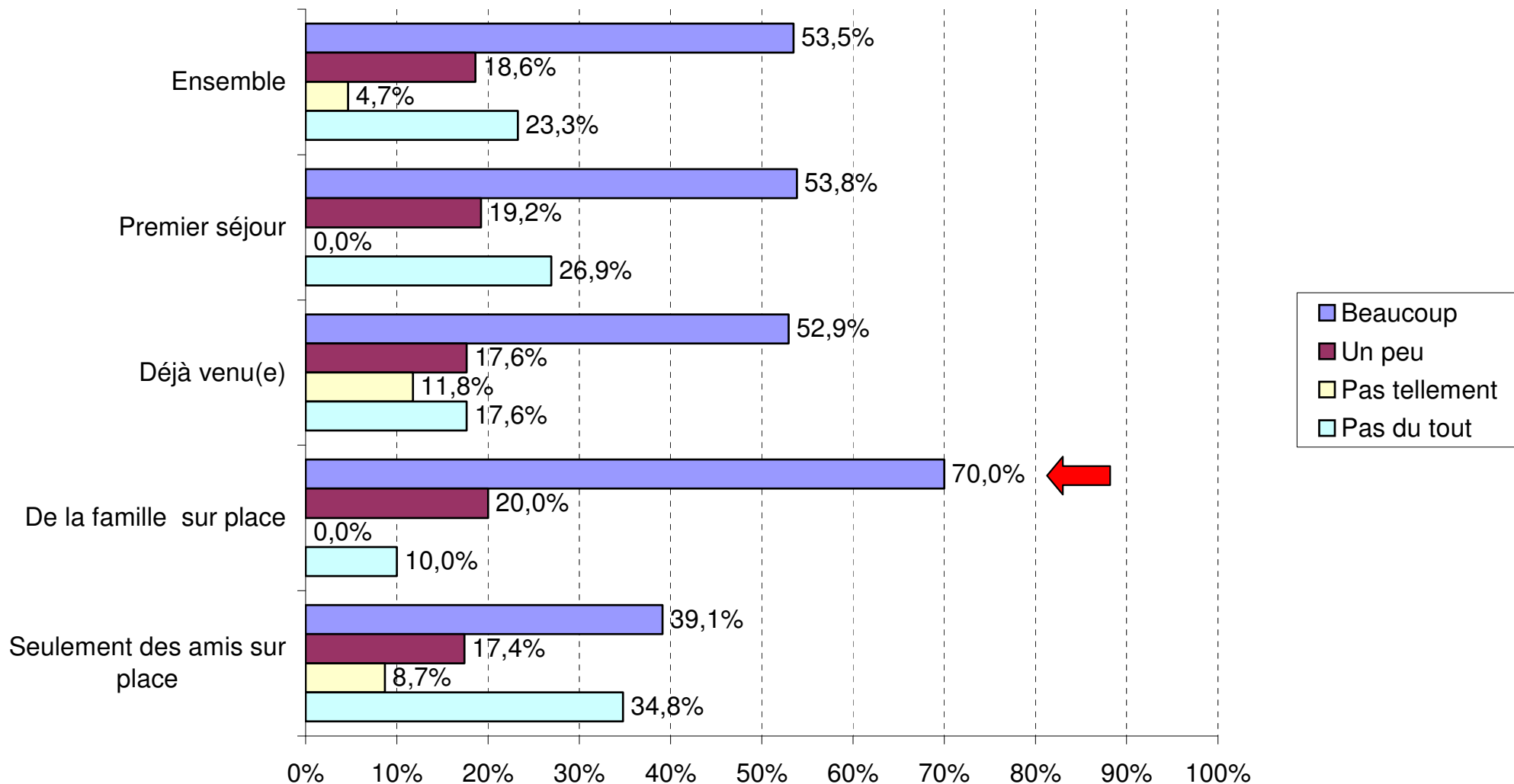


- Les touristes affinitaires sont fortement inspirés dans le choix de leurs destinations par la présence sur place de proches, famille ou amis.
- La moitié disent ainsi être influencés, de manière générale, dans le choix de leurs destinations de vacances.
- Concernant leur séjour à La Réunion, 7 touristes sur 10 indiquent y avoir été incités, souvent fortement, par la présence de proches installés sur l'île.
- L'influence est notamment forte pour les touristes ayant de la famille à La Réunion, le rapprochement familial étant souvent leur motivation principale (voir plus loin).
- Sans la présence de proches à La Réunion, 5 à 7 touristes affinitaires sur 10 auraient pu être amenés à décaler, modifier, voire annuler leur venue à La Réunion.

Influence déclarée de la présence de proches sur les destinations de voyages

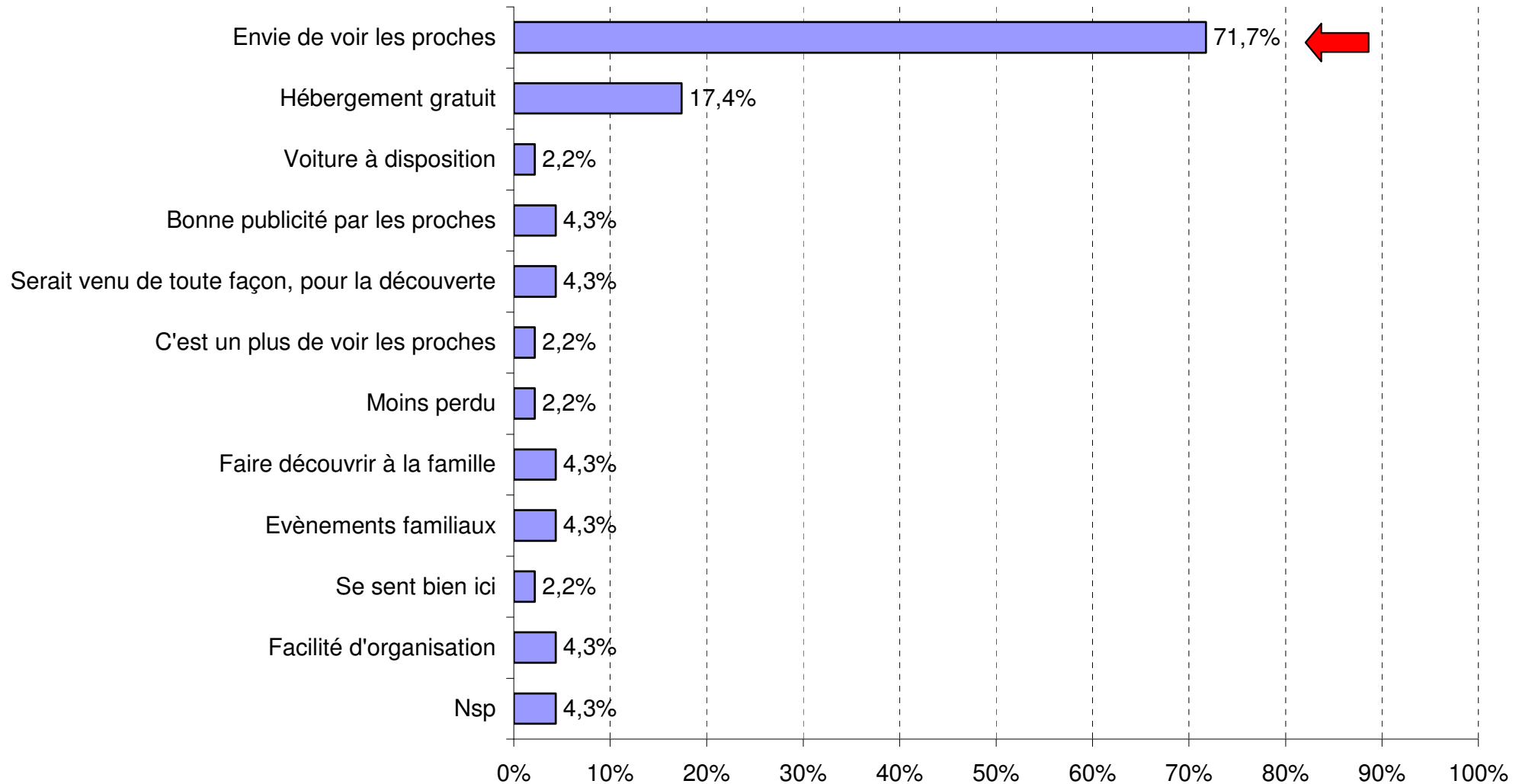


Influence de la présence de proches sur place dans le choix de la Réunion (Base% : Si avant tout ou autant pour raisons touristiques)

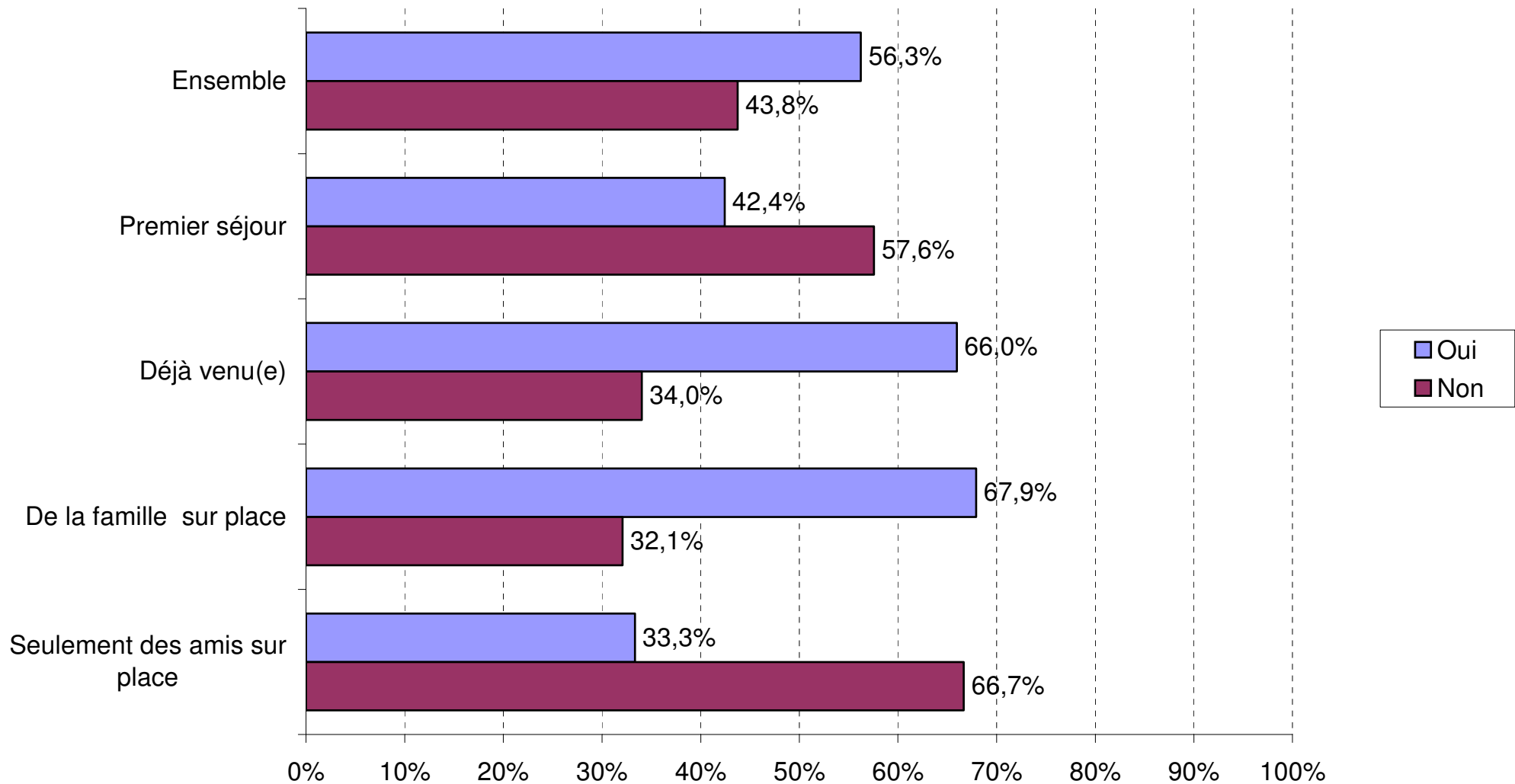


Nature de l'influence attribuée à la présence de proches sur place

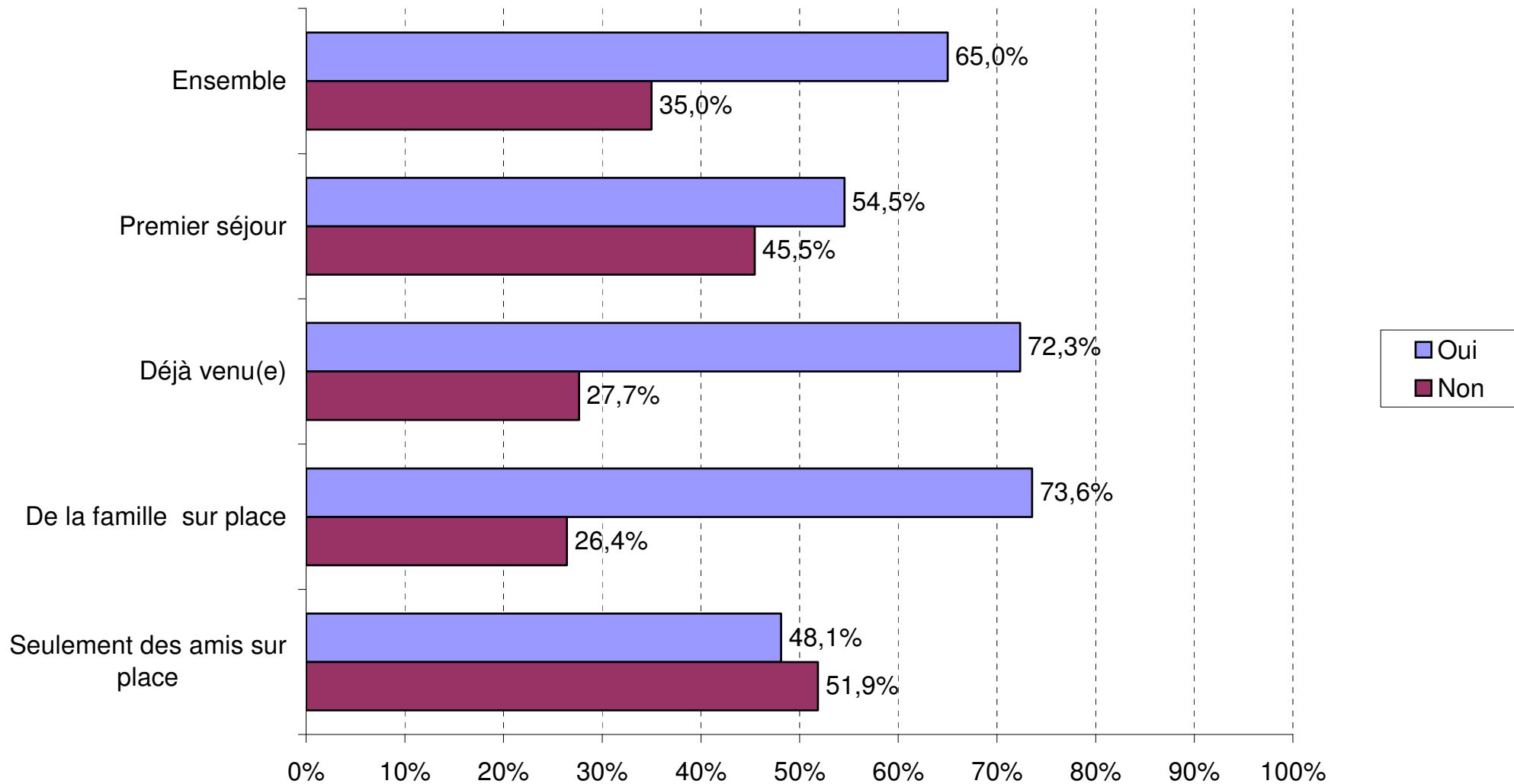
(Base% : Ayant été beaucoup ou un peu influencé par la présence de proches)



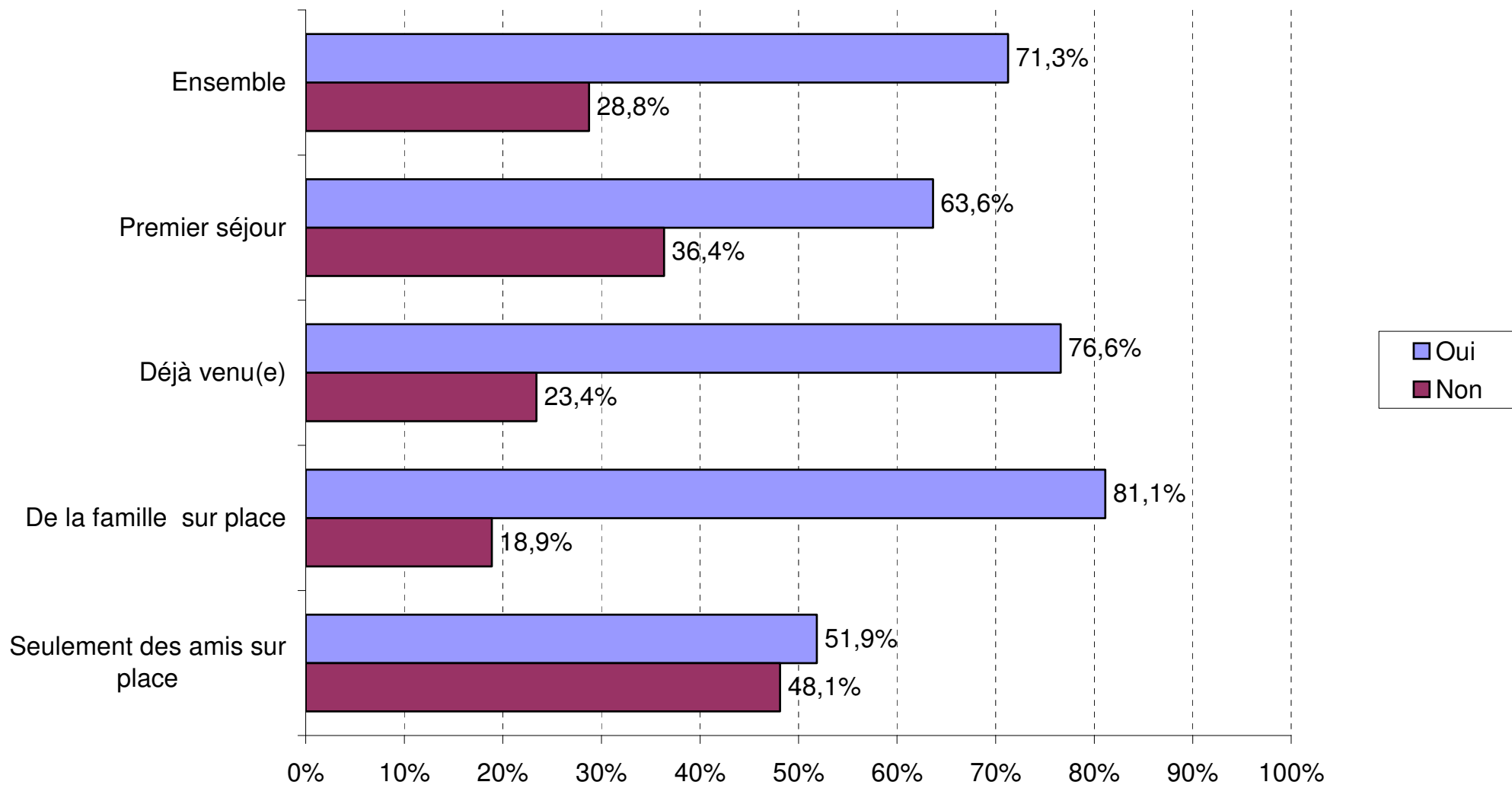
Modification éventuelle de la date du voyage si absence de proches



Modification éventuelle de la durée du séjour si absence de proches

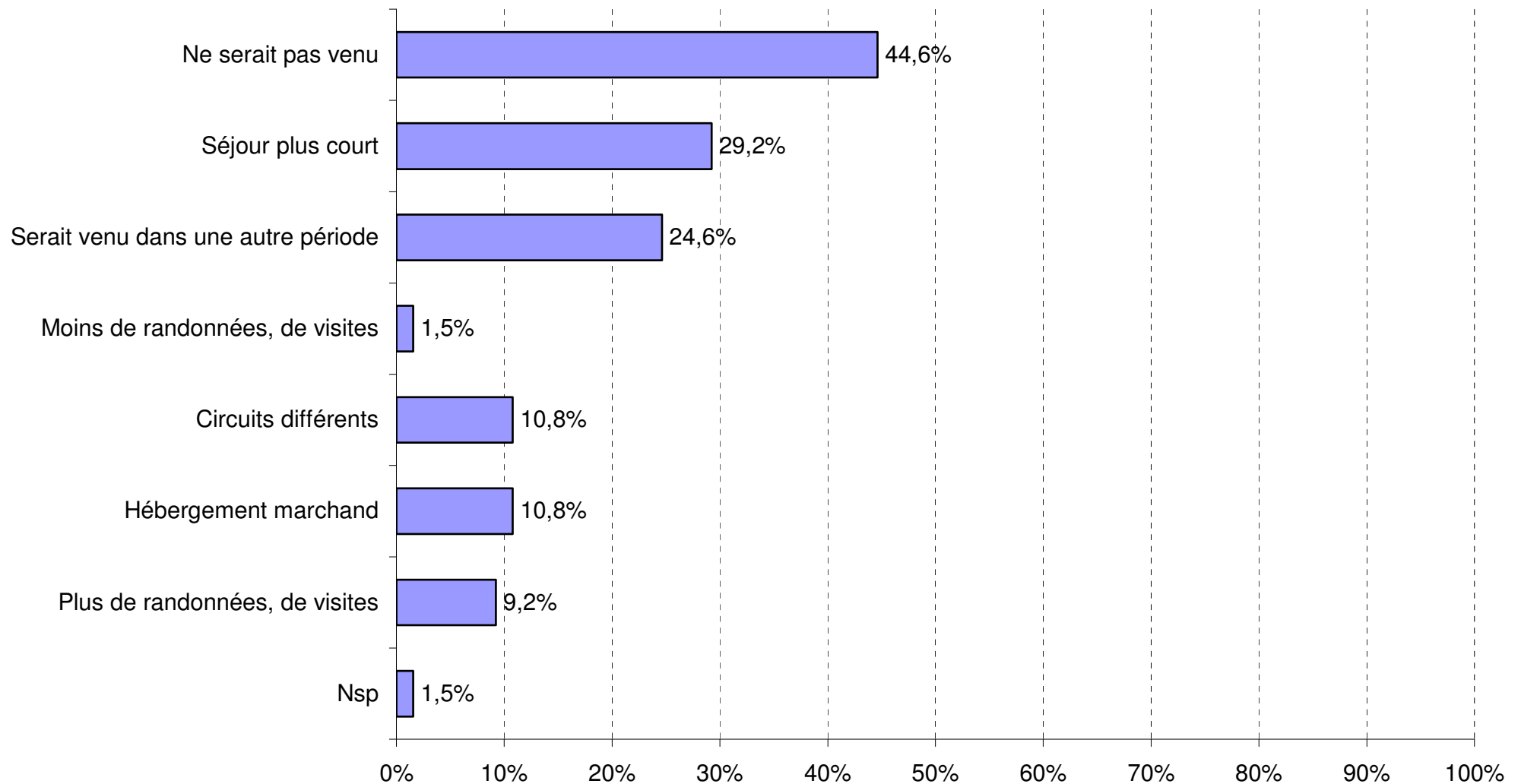


Modification éventuelle de l'organisation du séjour si absence de proches



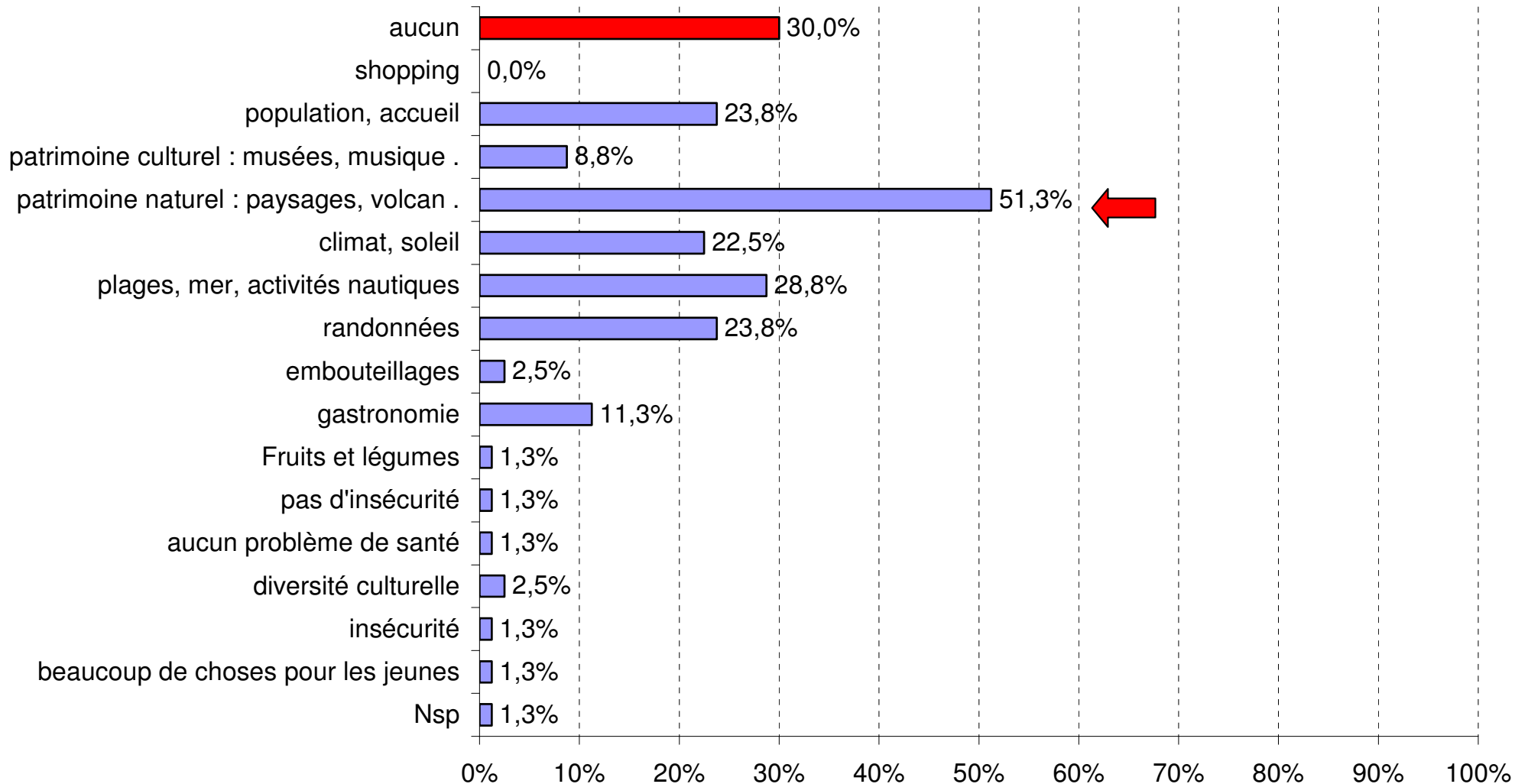
Modifications envisagées

(Base% : Modifications envisageables en cas d'absence de proches à la Réunion)

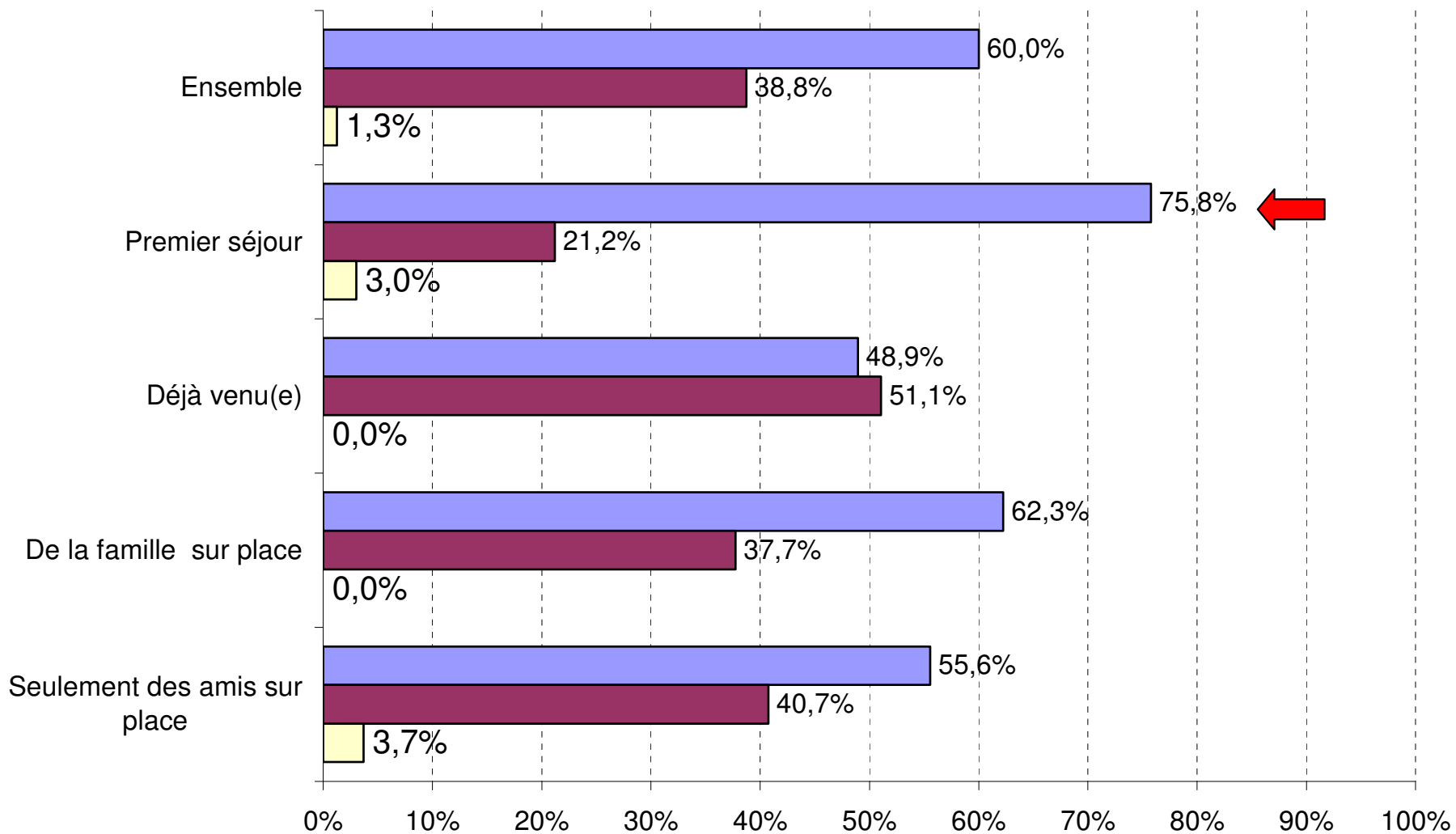


- Les touristes affinitaires signalent 7 fois sur 10 la promotion de la destination Réunion dans le discours de leurs proches installés sur l'île.
- Cette "promotion" s'appuie souvent sur les paysages et sites naturels locaux.
- Les proches représentent également un point d'appui fréquent pour organiser le séjour, notamment lors d'un premier séjour à La Réunion.
- La recherche d'informations sur les activités touristiques se fait à l'aide d'Internet, des guides ou brochures touristiques ou en visitant les Offices de tourisme. Mais le faible impact de ces différents supports, par rapport au rôle prédominant des proches, augmente le risque d'une information insuffisante sur l'offre, notamment de loisirs sur place.

Aspects mis en avant par les proches pour promouvoir la destination Réunion

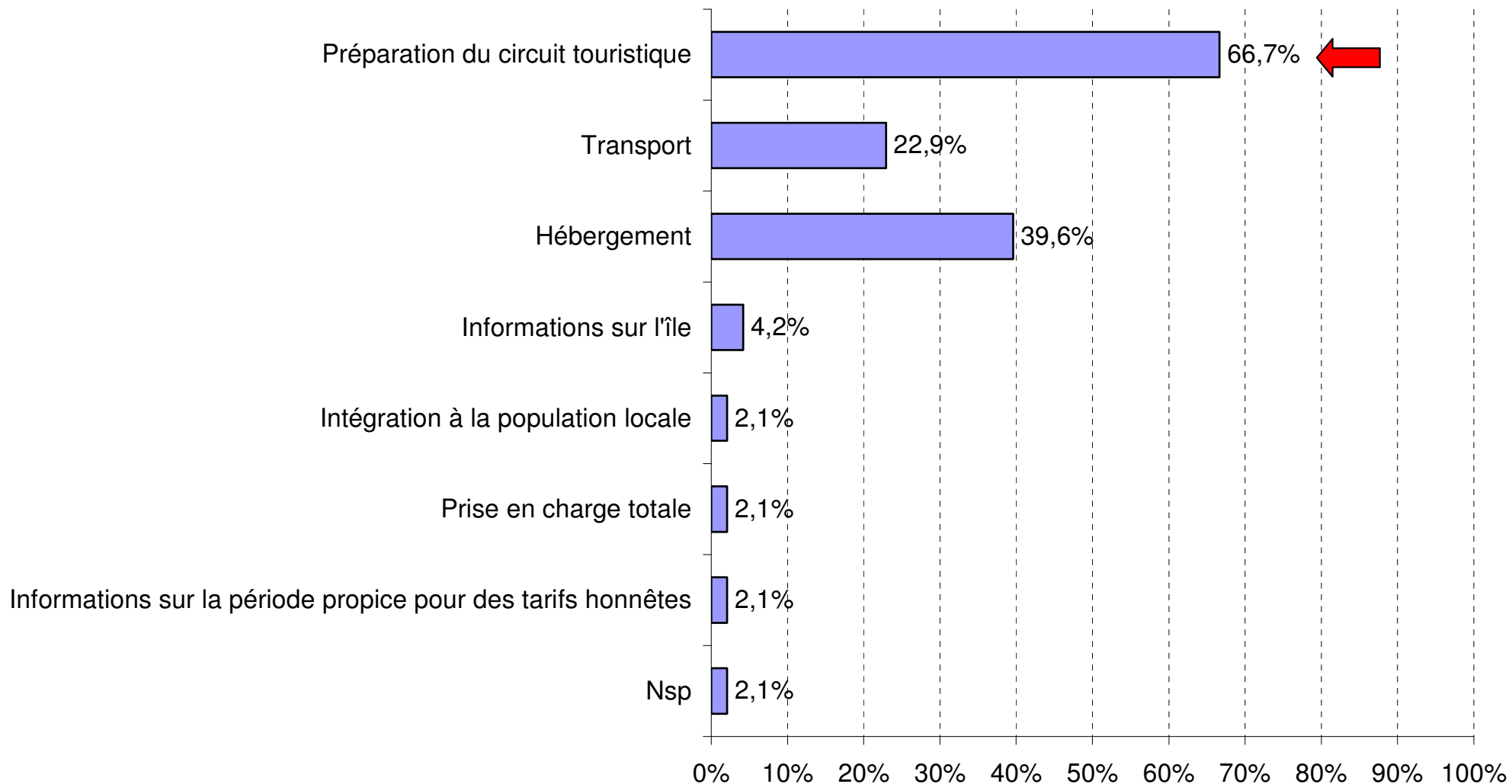


Aide des proches dans l'organisation, avant ou pendant le séjour

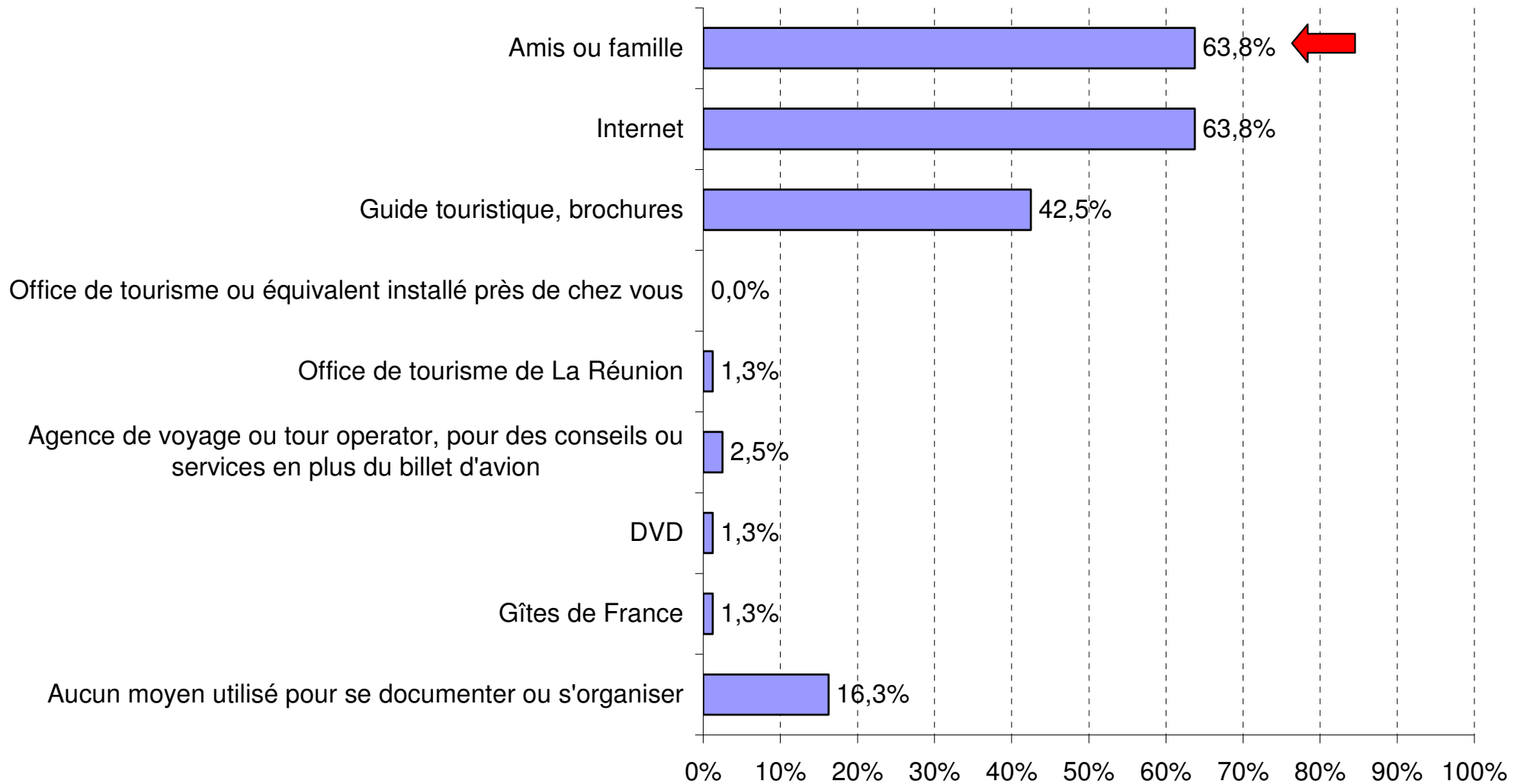


Aides fournies par les proches

(Base% : toursites aidés par leurs proches dans l'organisation, avant ou pendant le séjour)

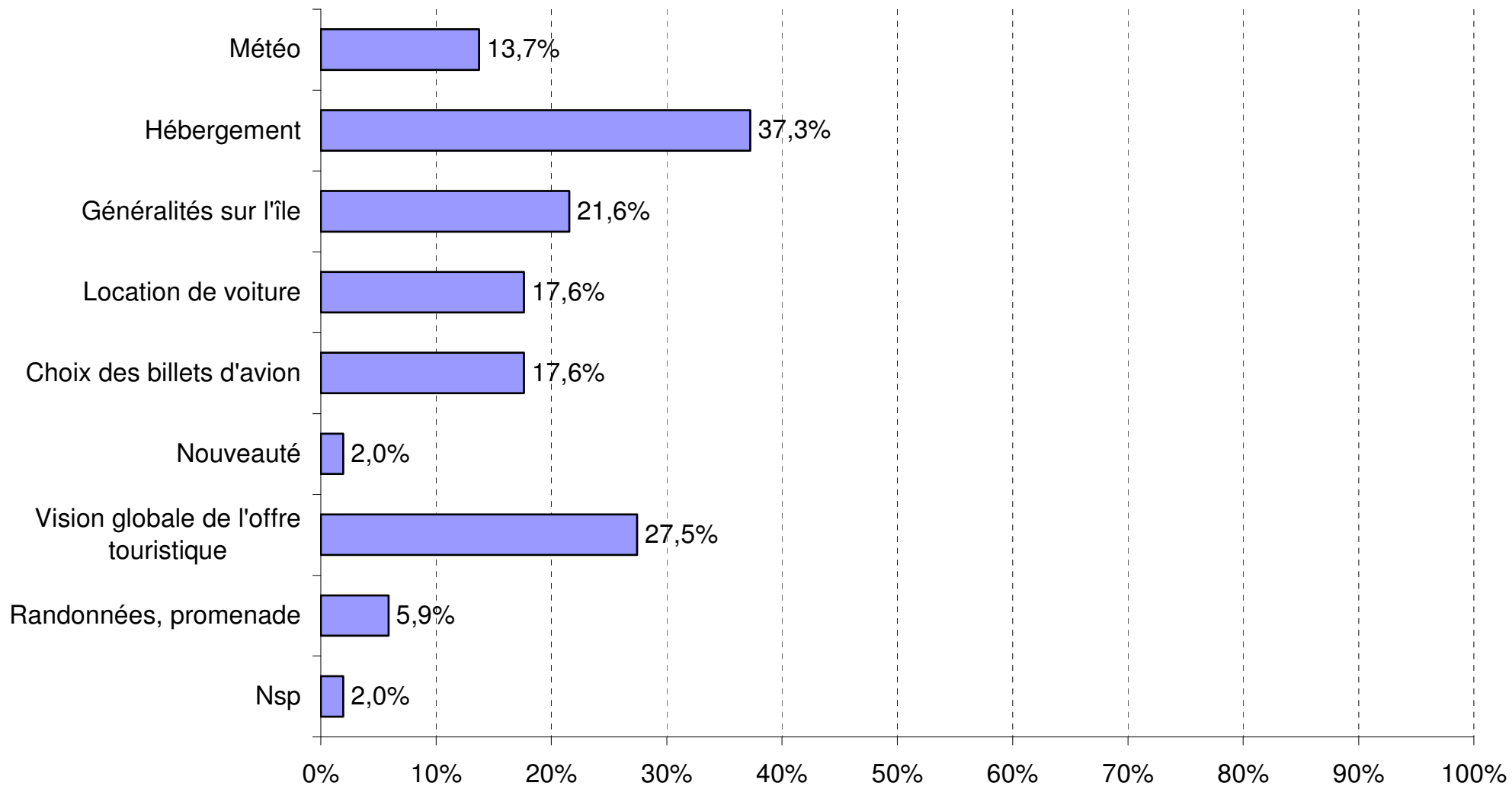


Moyens utilisés pour se documenter avant le séjour



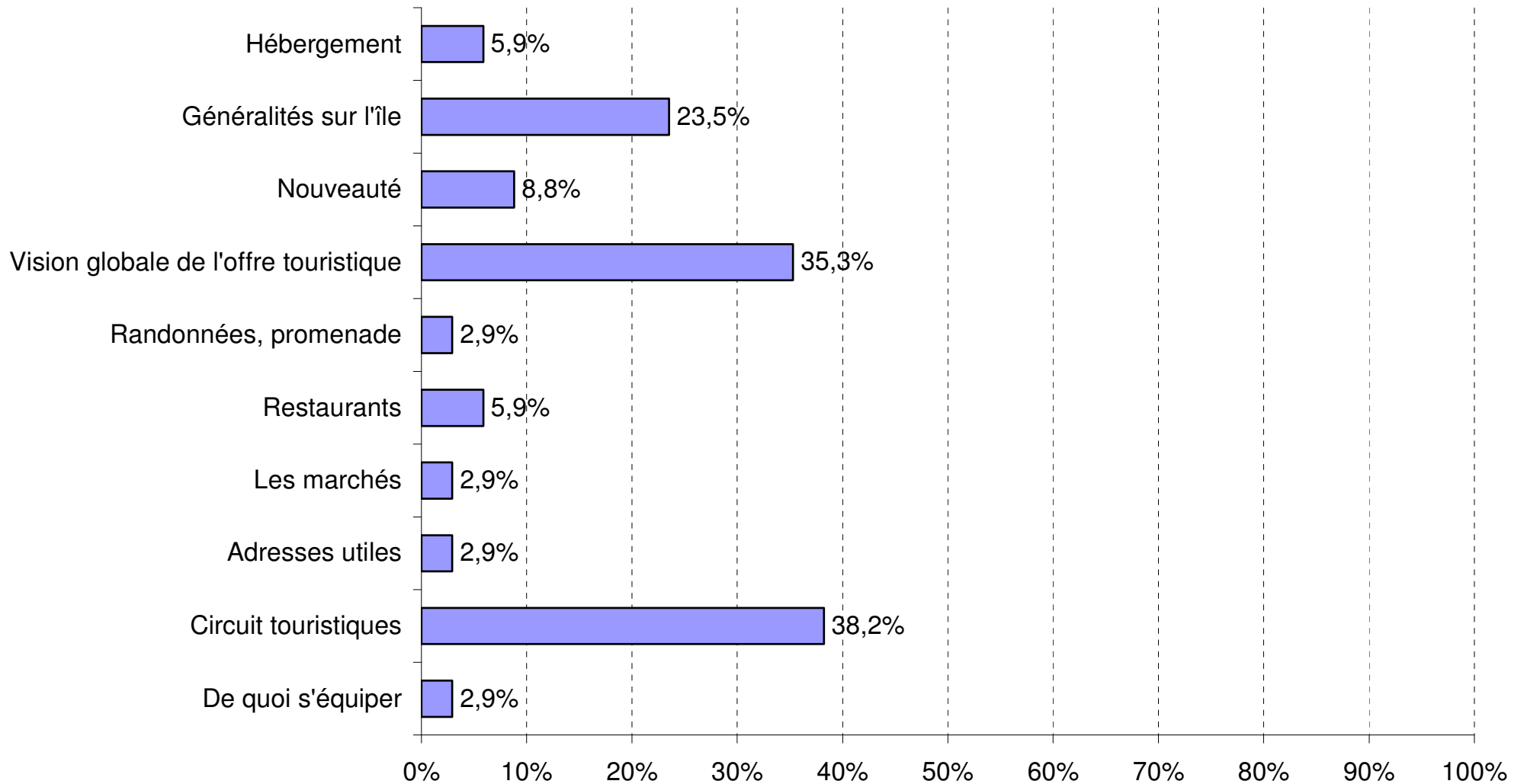
Informations recherchées sur Internet

(Base% : Ayant utilisé Internet comme support avant de venir)

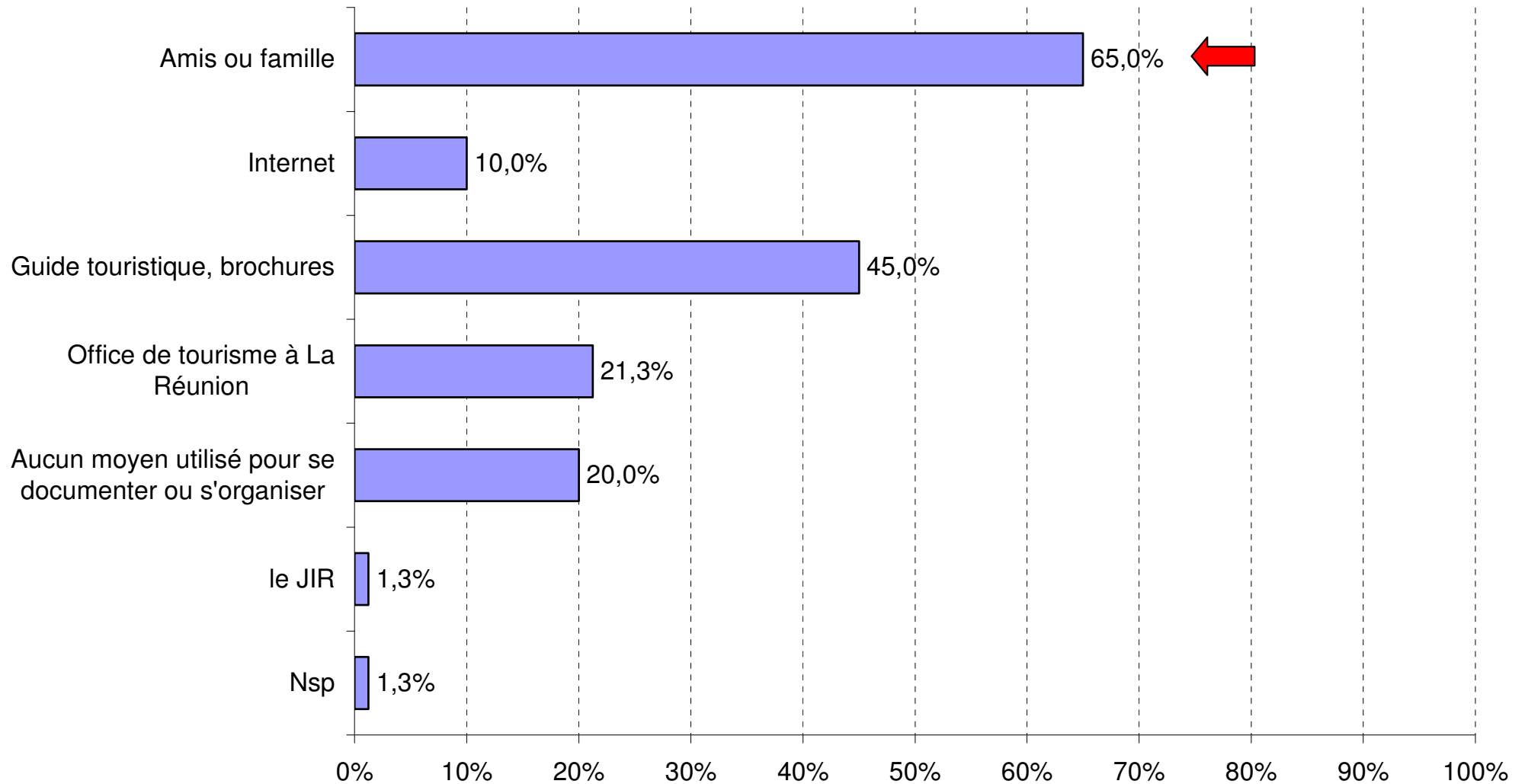


Informations recherchées dans les guides touristiques ou brochures

(Base% : ayant utilisé des guides touristiques ou des brochures avant de venir)

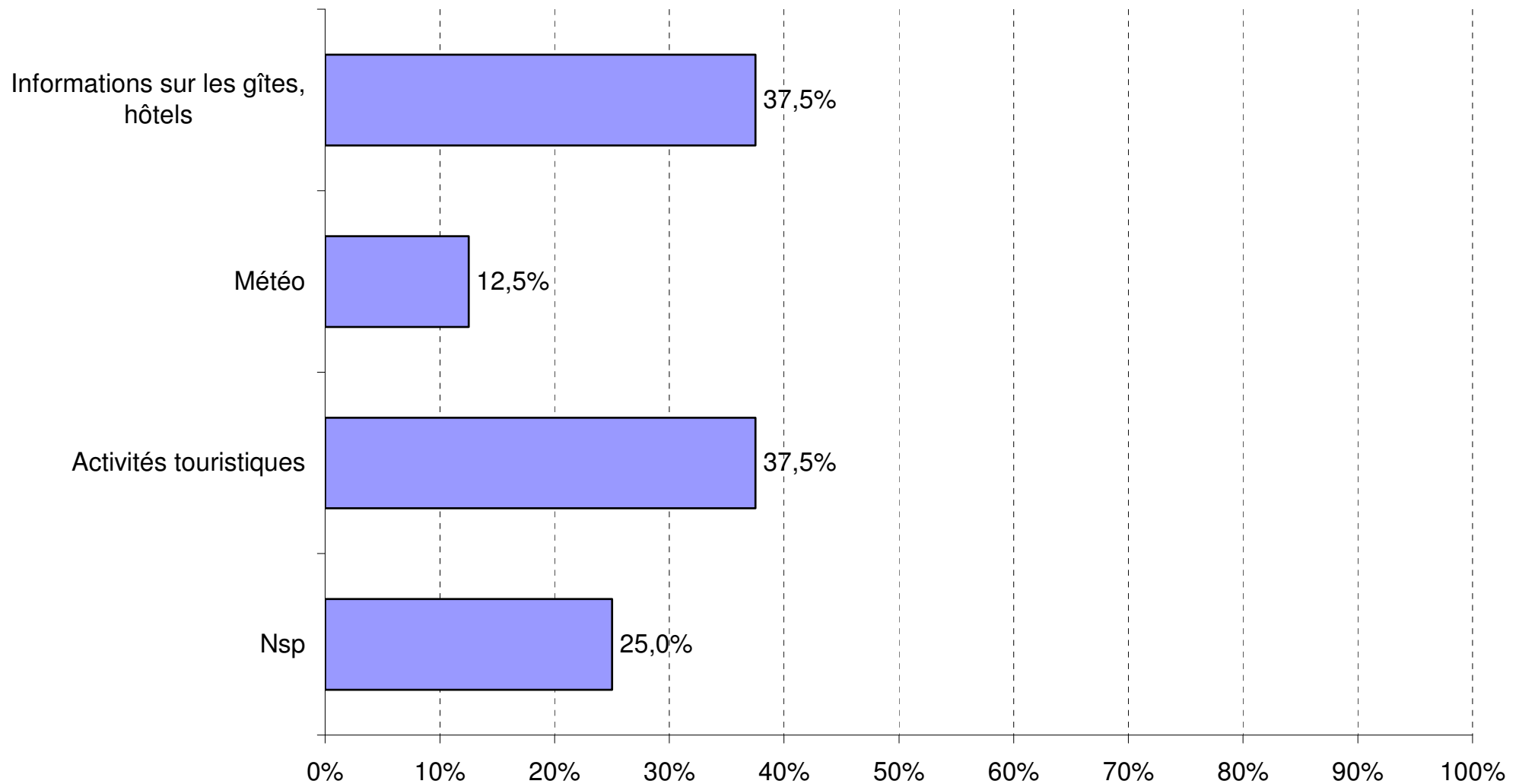


Moyens d'information utilisés sur place



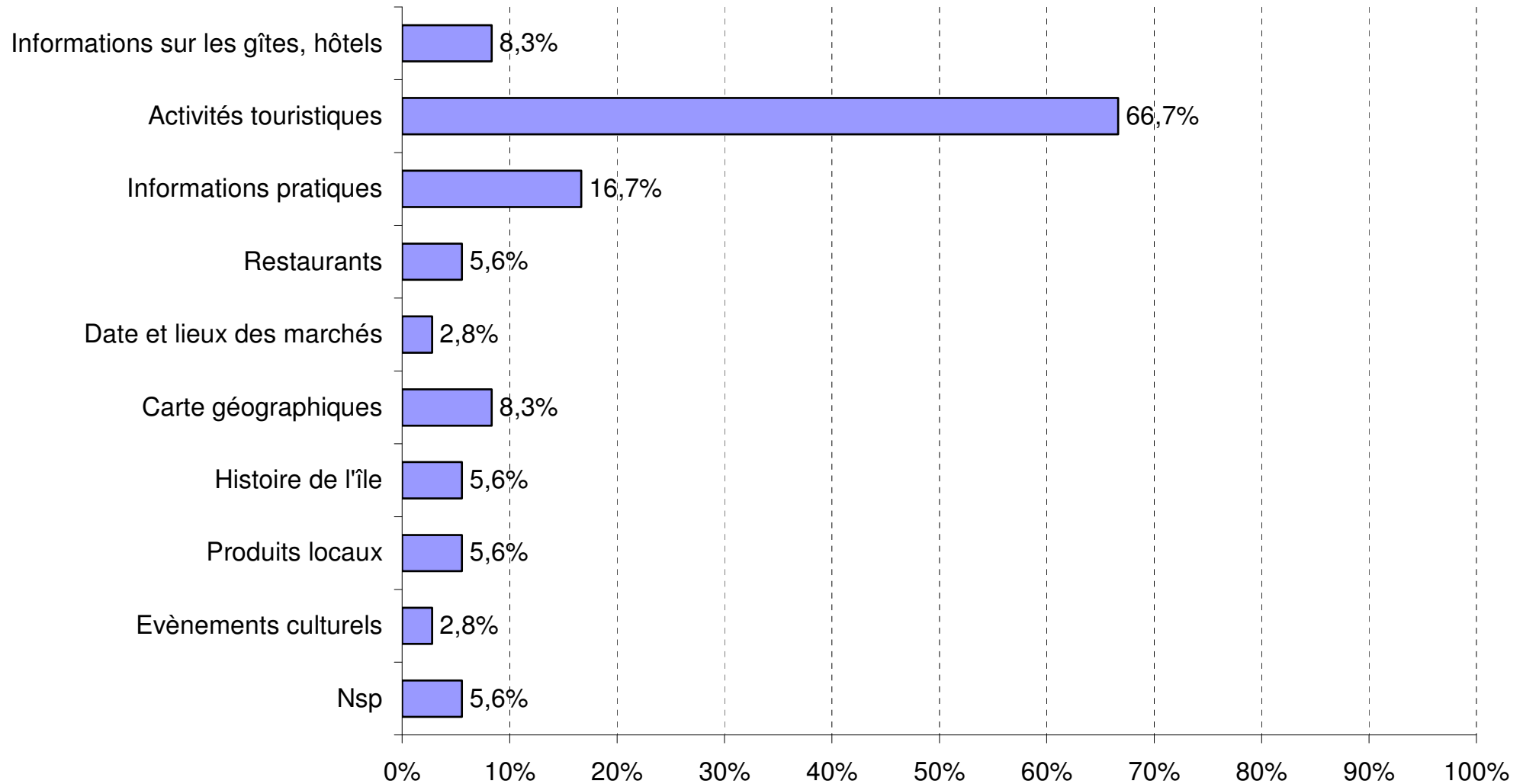
Informations recherchées sur Internet pendant le séjour

(Base% : Ayant utilisé Internet comme support sur place)



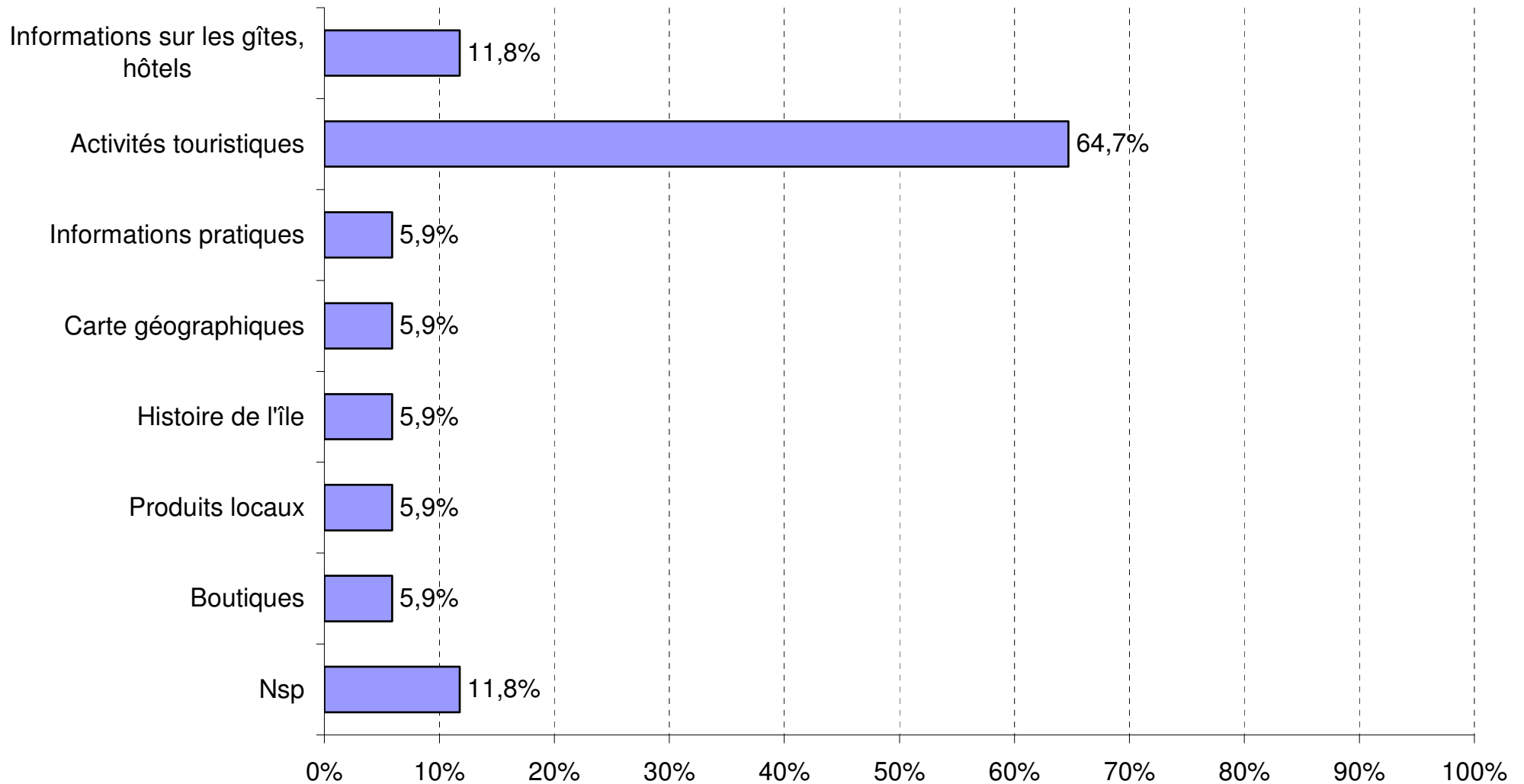
Informations recherchées dans les guides ou brochures touristiques consultés sur place

(Base% : ayant utilisé des guides touristiques ou des brochures sur place)



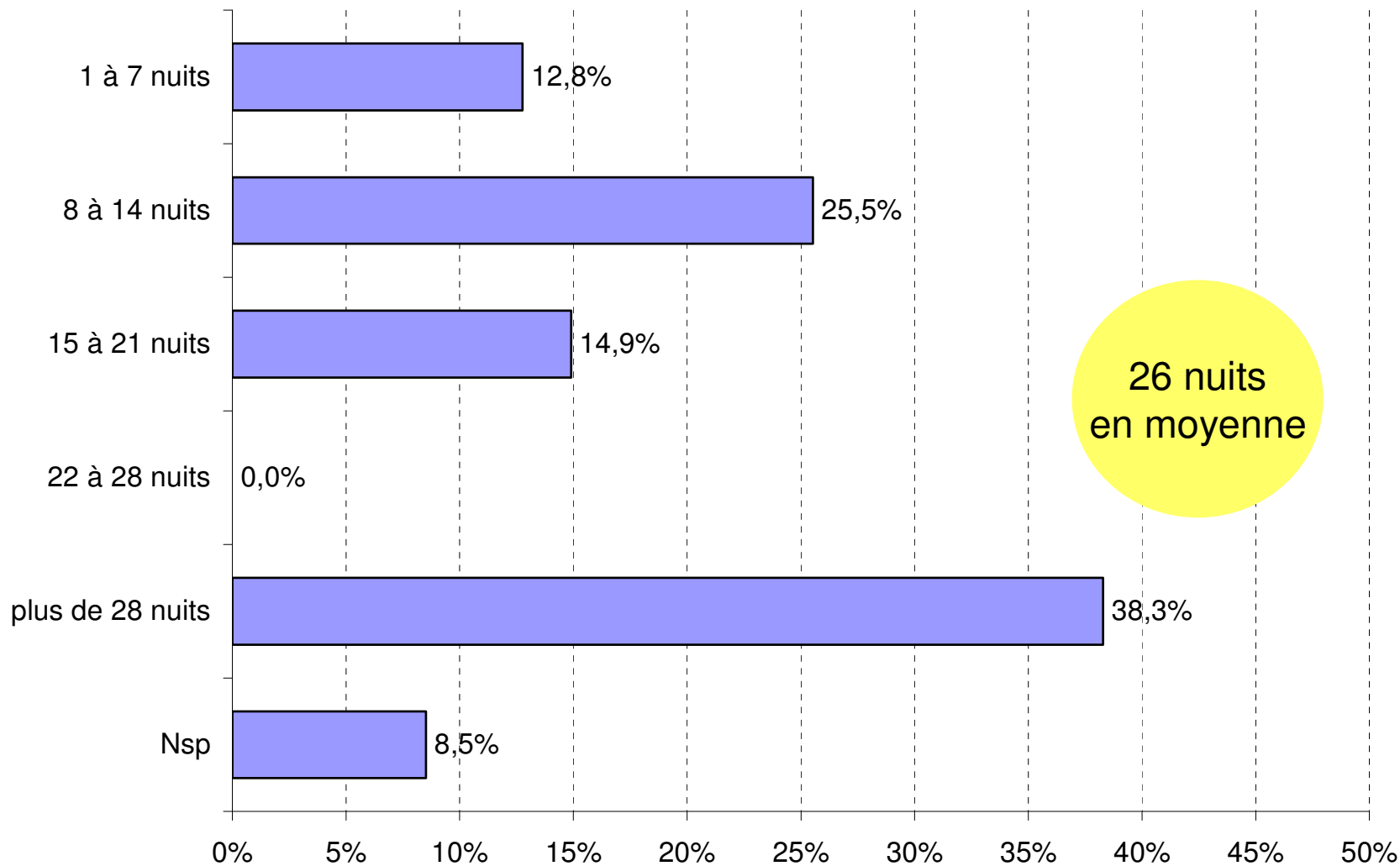
Informations recherchées dans les offices de tourisme

(Base% : S'étant renseigné auprès d'offices de tourisme sur place)



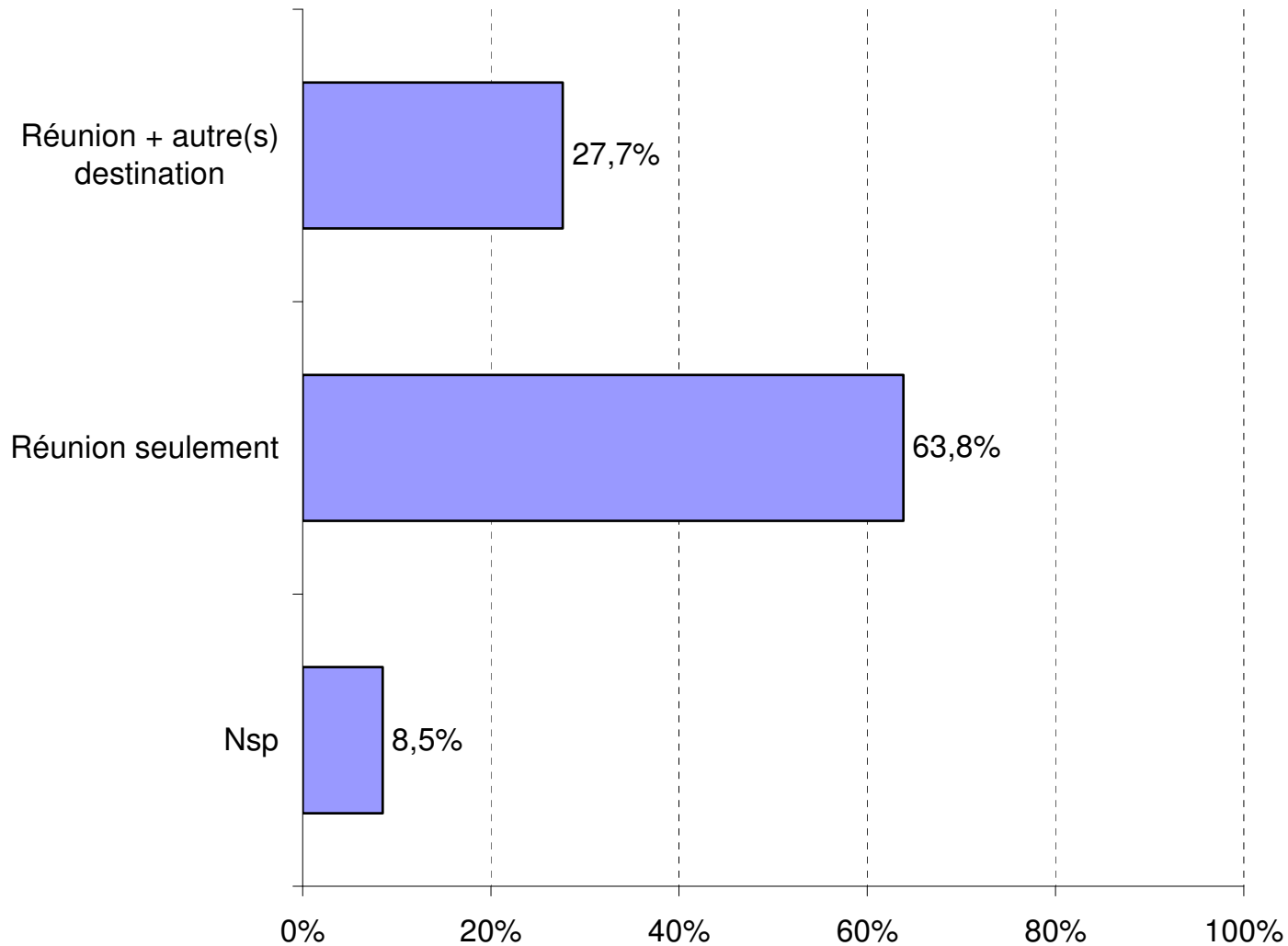
- Les touristes affinitaires passent en moyenne plus de 20 jours sur place.
- 1 tiers limite toutefois son séjour à 1 ou 2 semaines.
- La première visite est presque deux fois plus courte en moyenne que les suivantes (18 jours vs 34 jours), ce qui est à associer à la relation affinitaire souvent plus étroite (familiale) des touristes déjà venus.
- Les séjours affinitaires sont couplés avec des visites d'autres pays de la zone dans 1 à 3 cas sur 10, et Maurice constitue alors la destination quasi systématique de ces touristes.
- 7 touristes affinitaires sur 10 signalent changer de lieu d'hébergement en cours de séjour et 5 sur 10 signalent la fréquentation de structures payantes (hôtels ou gîtes).
- Mais les nuitées chez la famille ou les amis restent les plus fréquentes et représentent plus de 80% du séjour (23 nuits sur 28).

Nombre de nuits passées lors du précédent séjour à la Réunion (Base% : Déjà venu(e) à la Réunion)

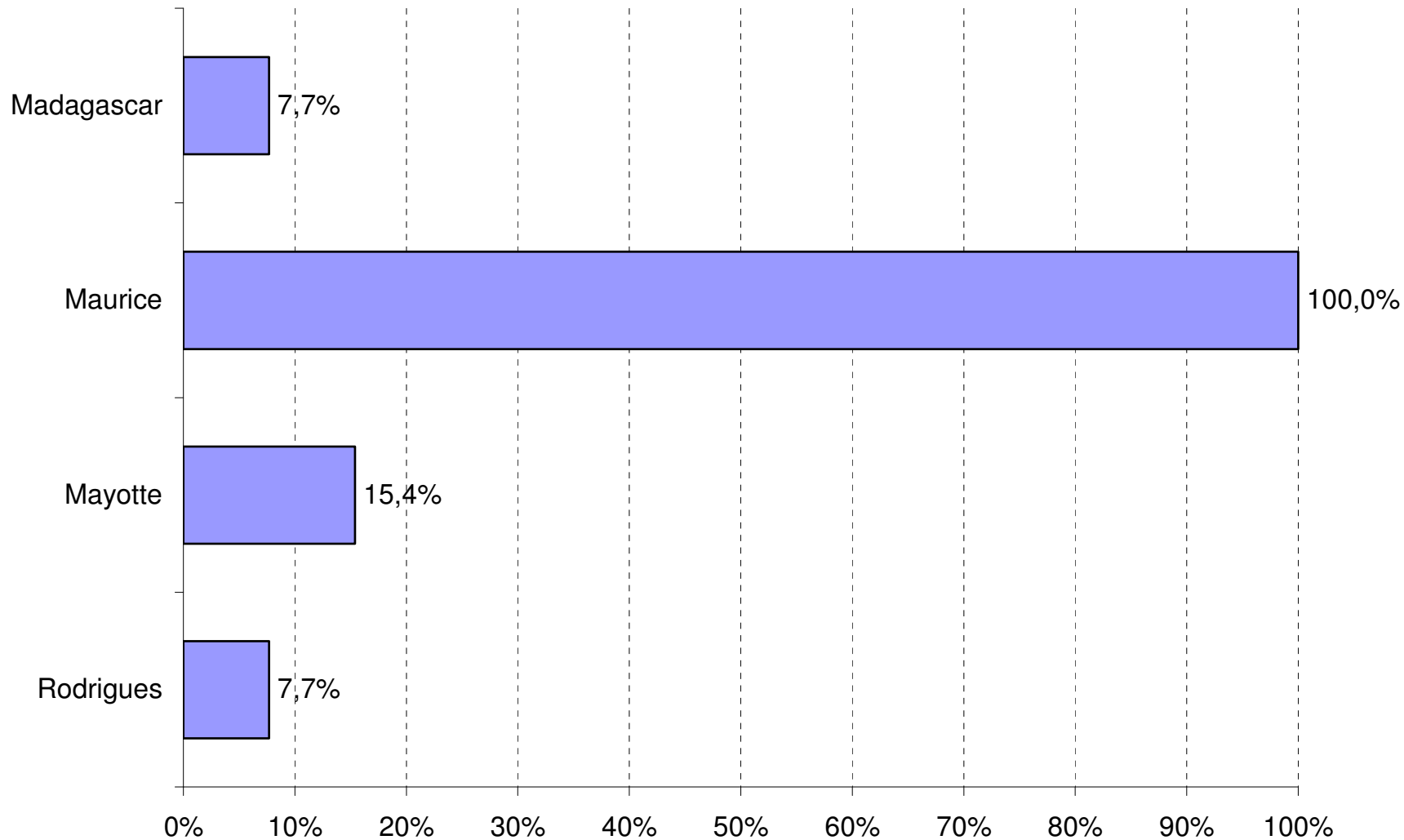


Organisation des destinations du précédent séjour

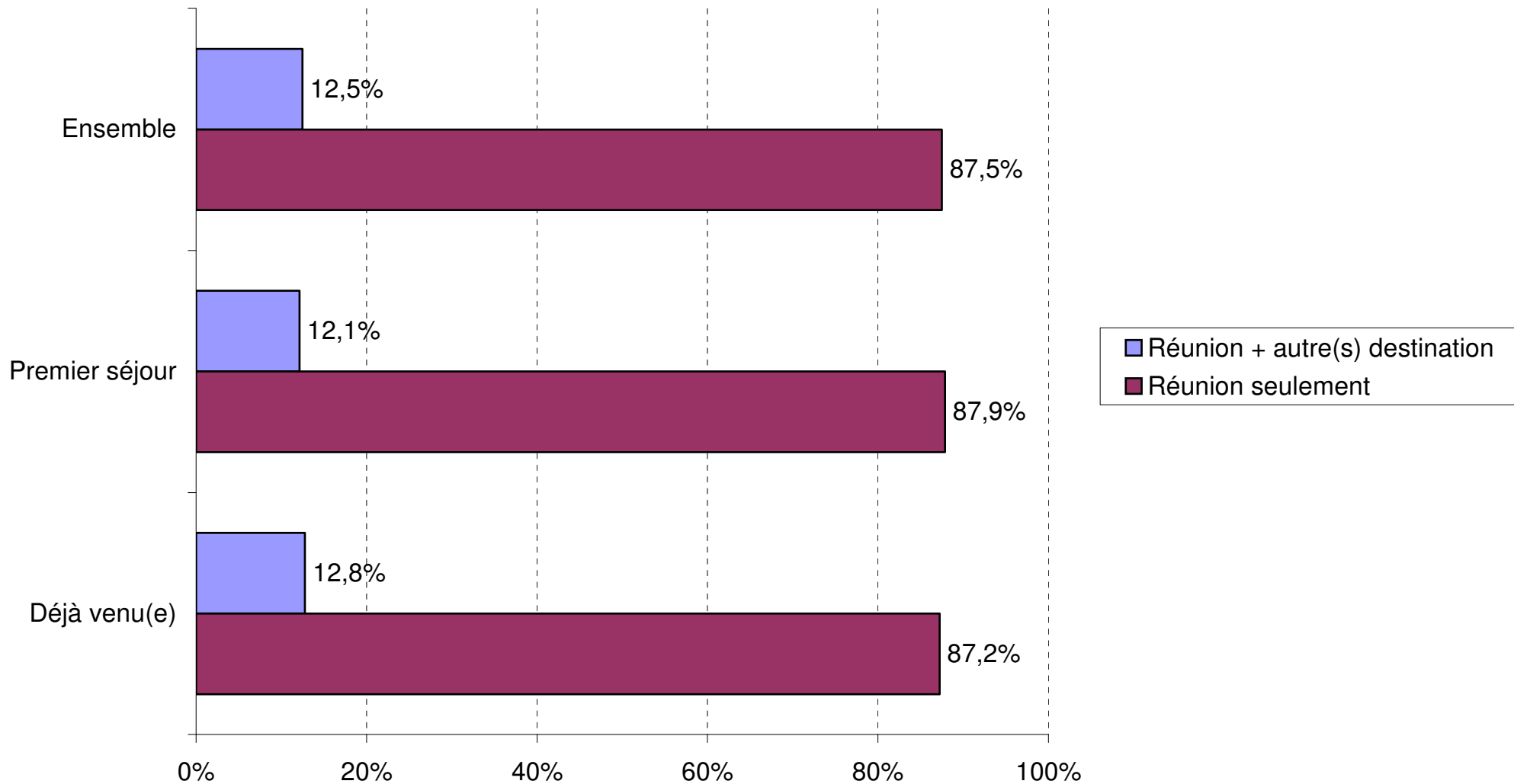
(Base% : Déjà venu(e) à la Réunion)



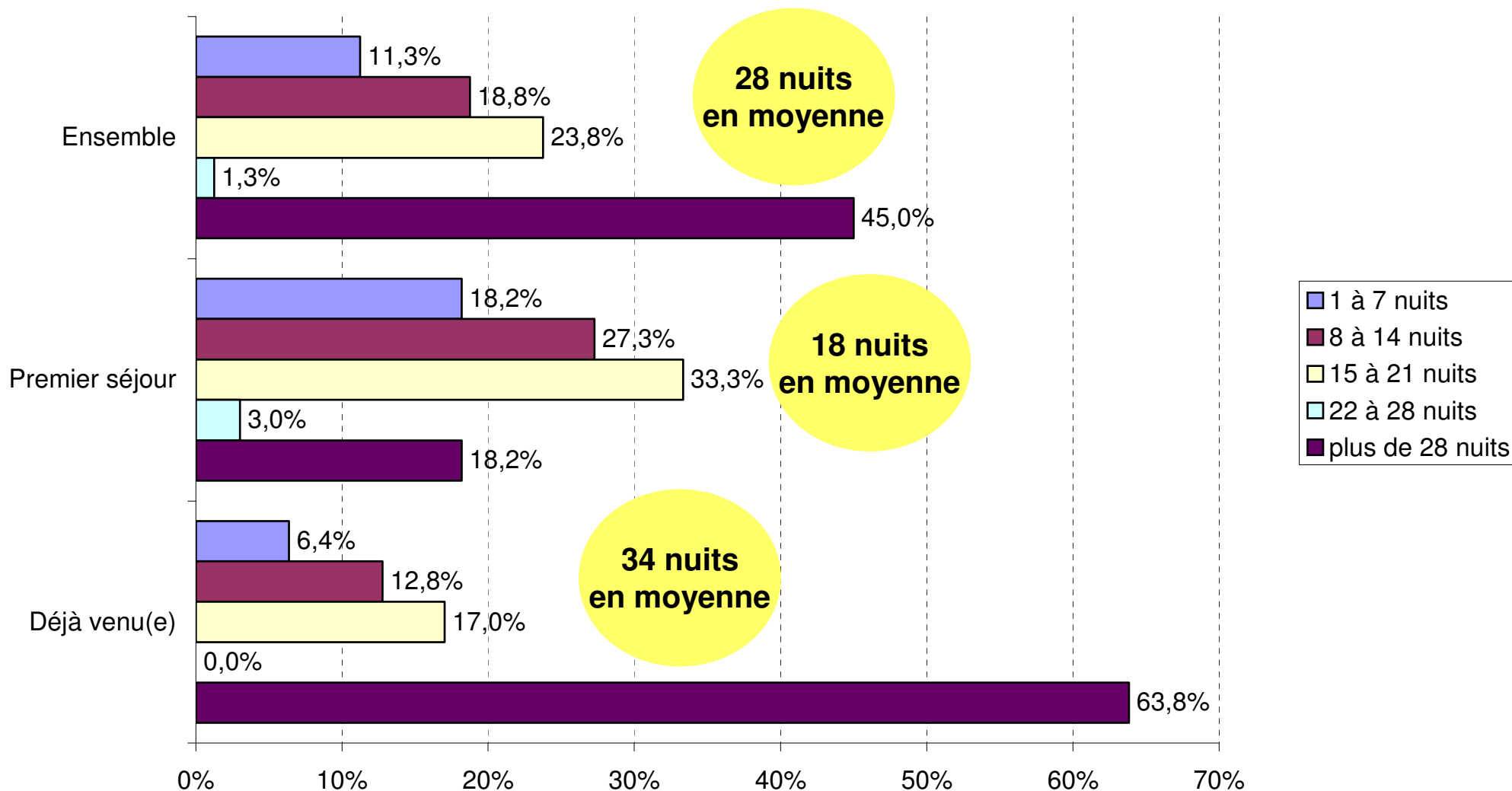
Destinations combinées avec la Réunion lors du précédent séjour (Base% : ayant combiné d'autres destinations avec la Réunion lors du précédent séjour)



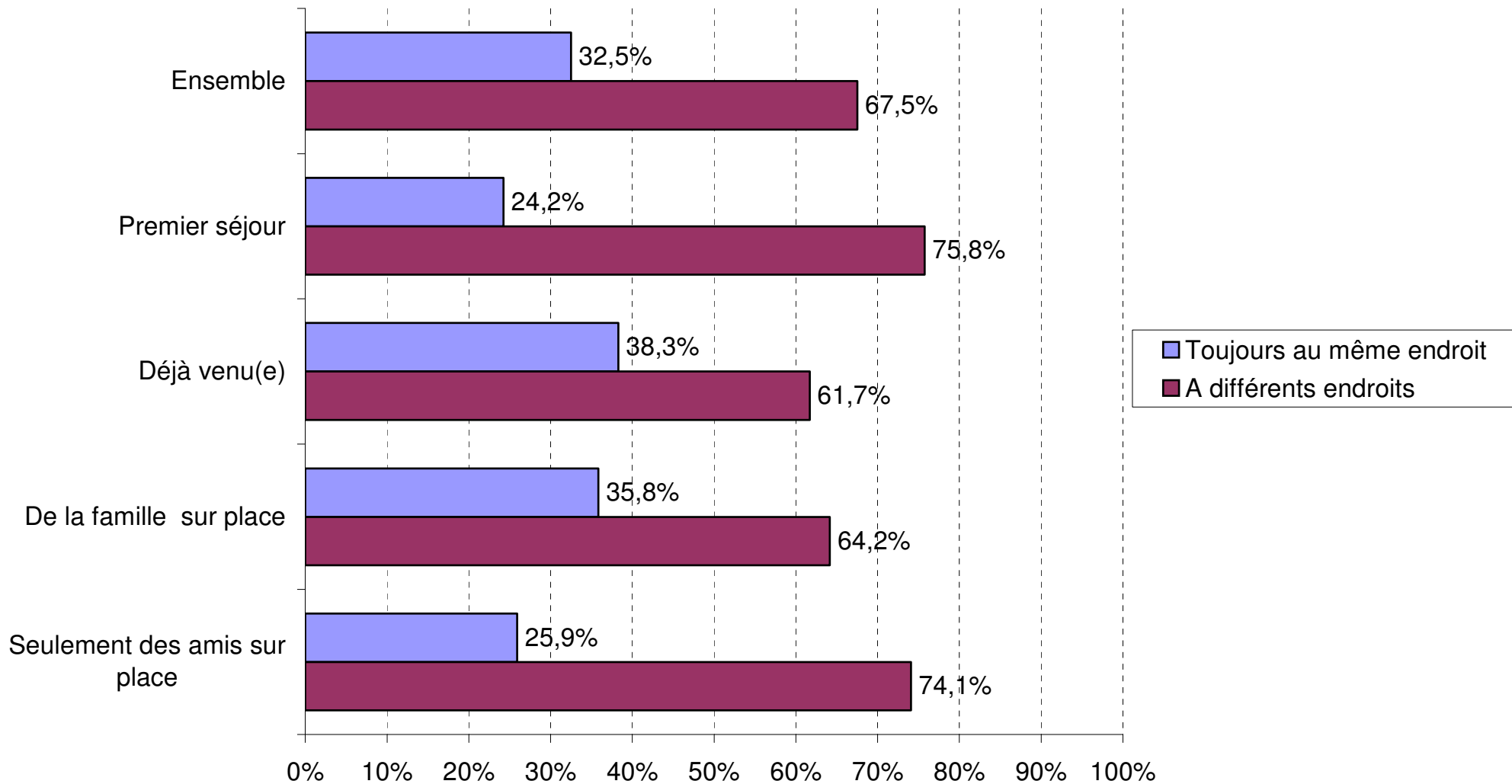
Organisation des destinations pour ce séjour



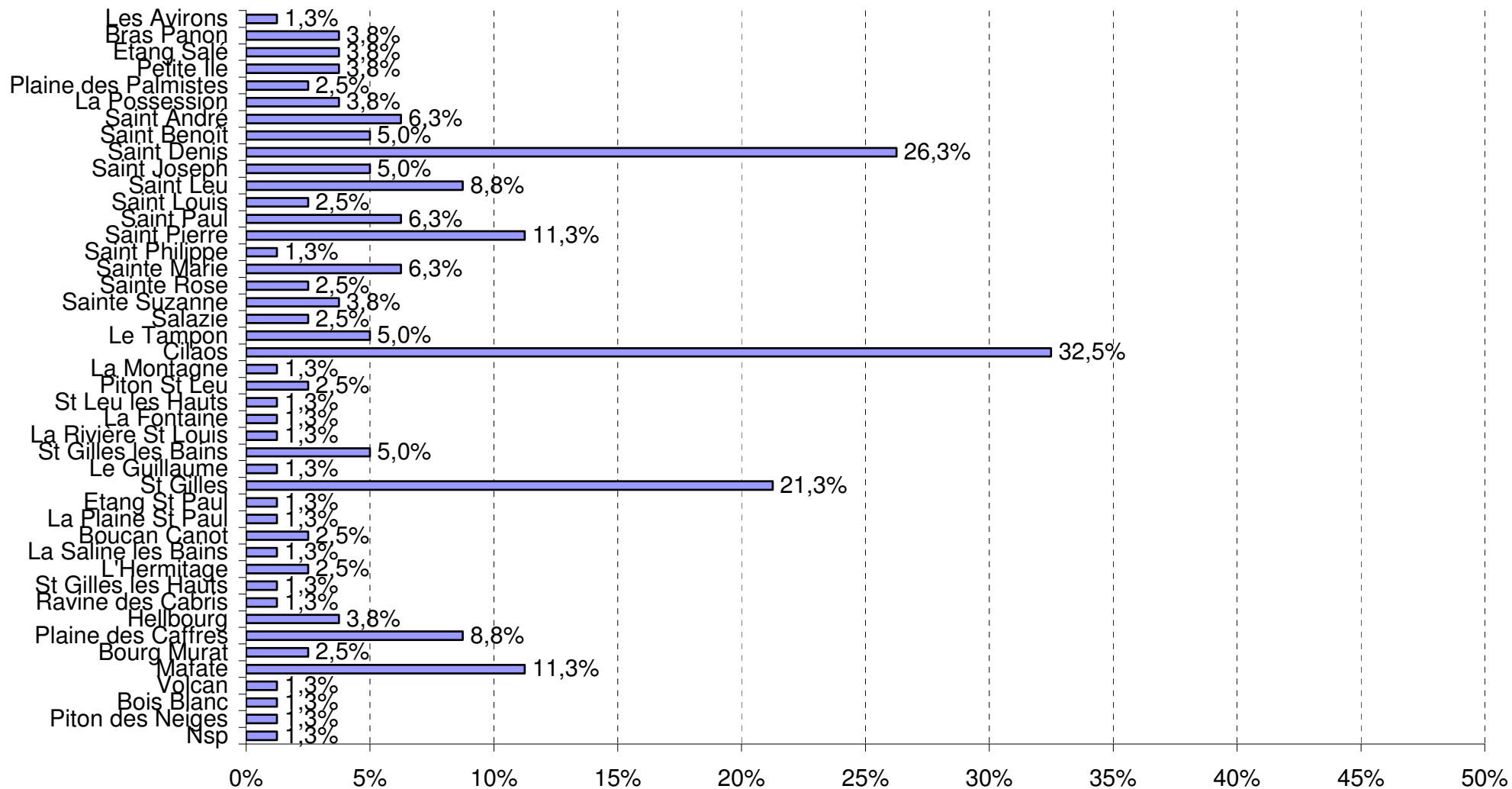
Nombre de nuits passées lors de ce séjour à la Réunion



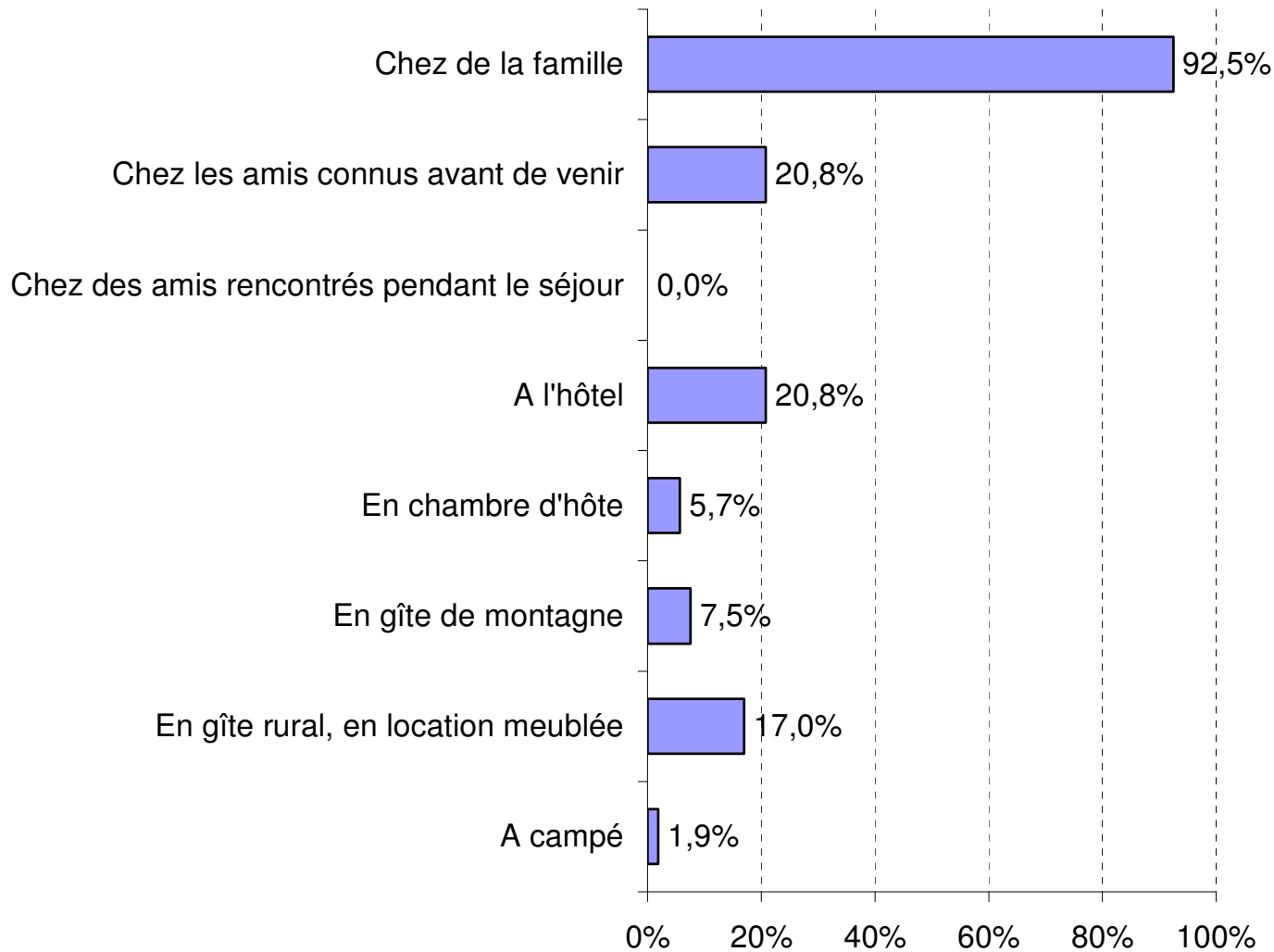
Lieu d'hébergement à la Réunion



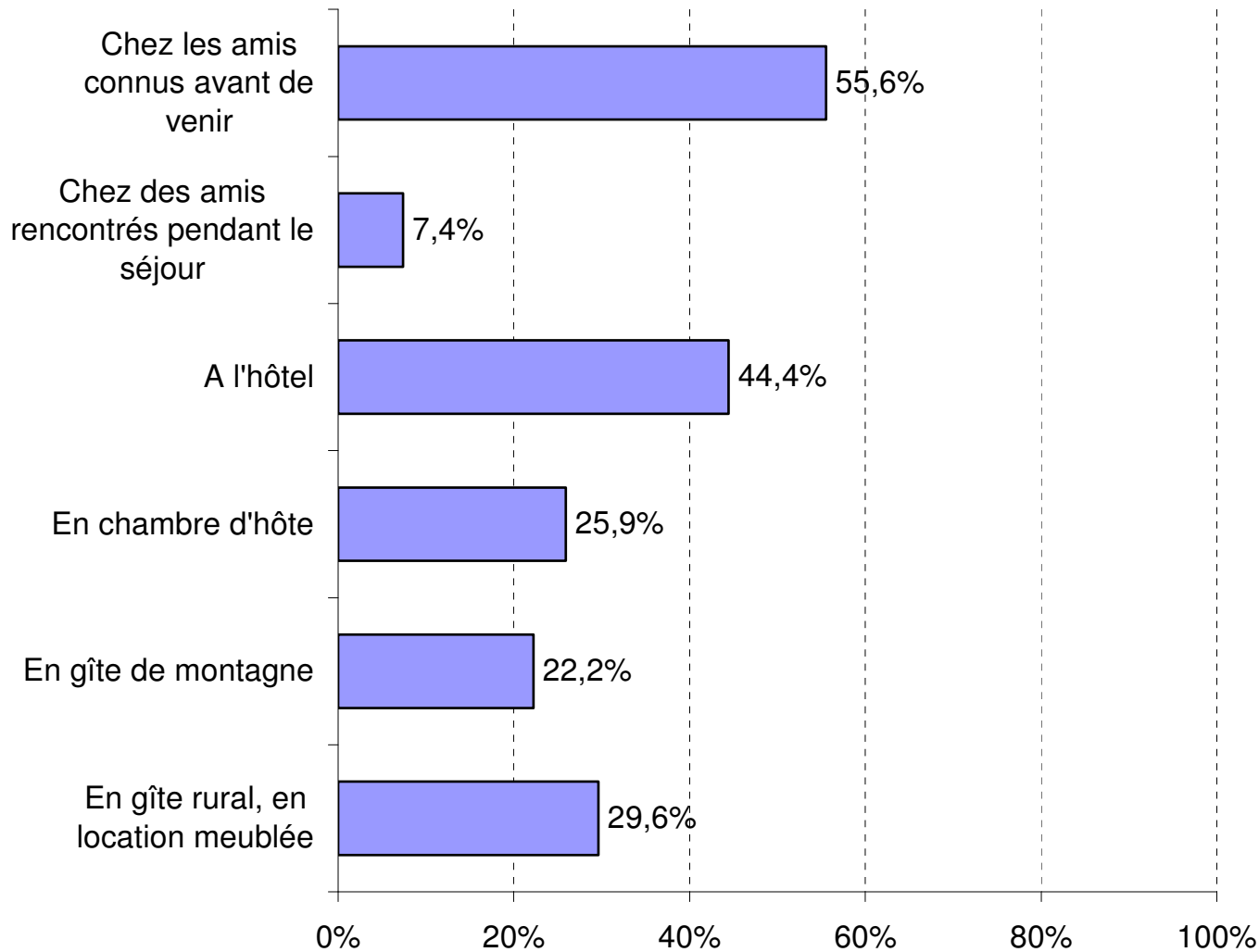
Communes/quartiers des nuits passées à la Réunion



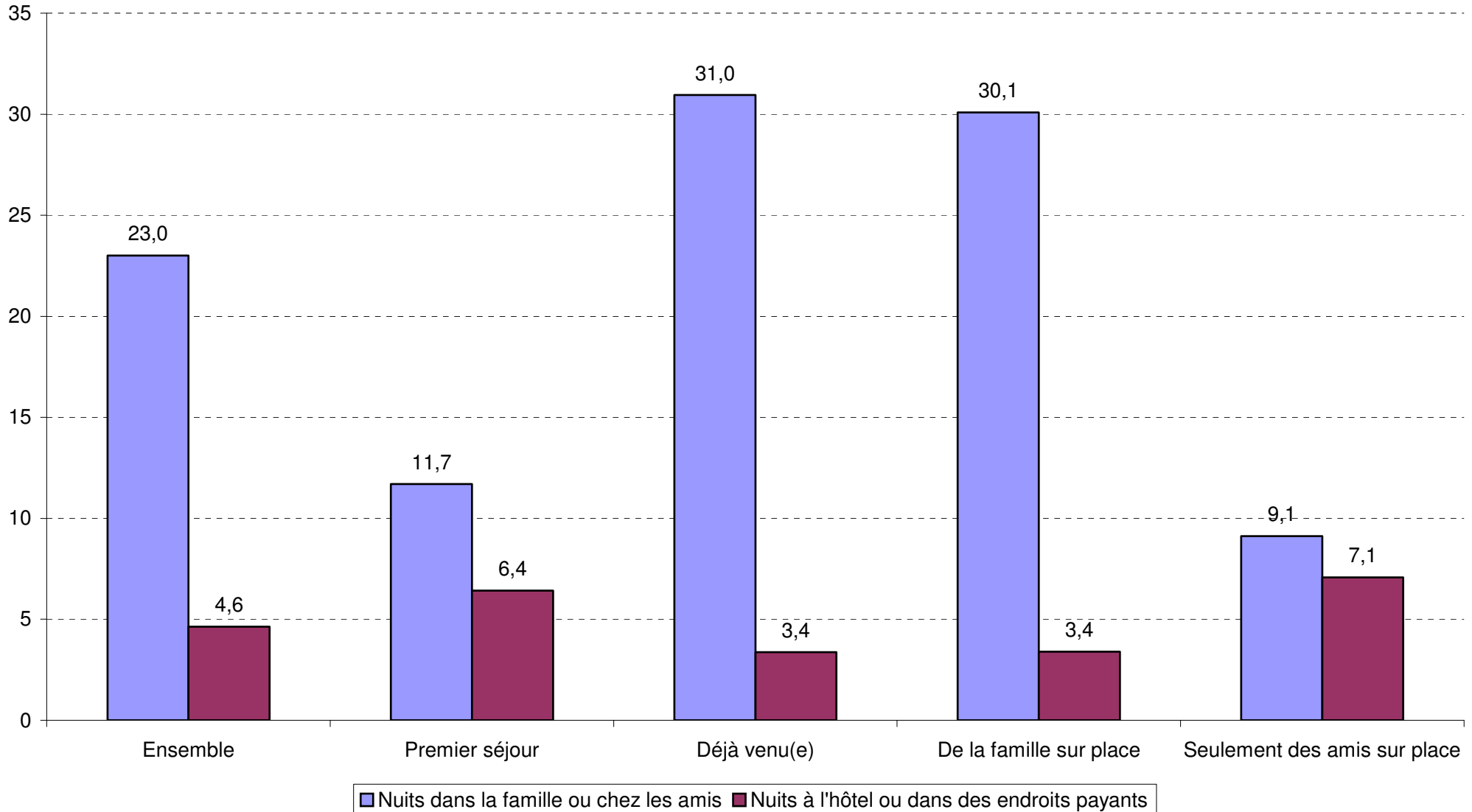
Lieu d'hébergement des touristes affinitaires ayant de la famille sur place (Base% : ayant de la famille à La Réunion)



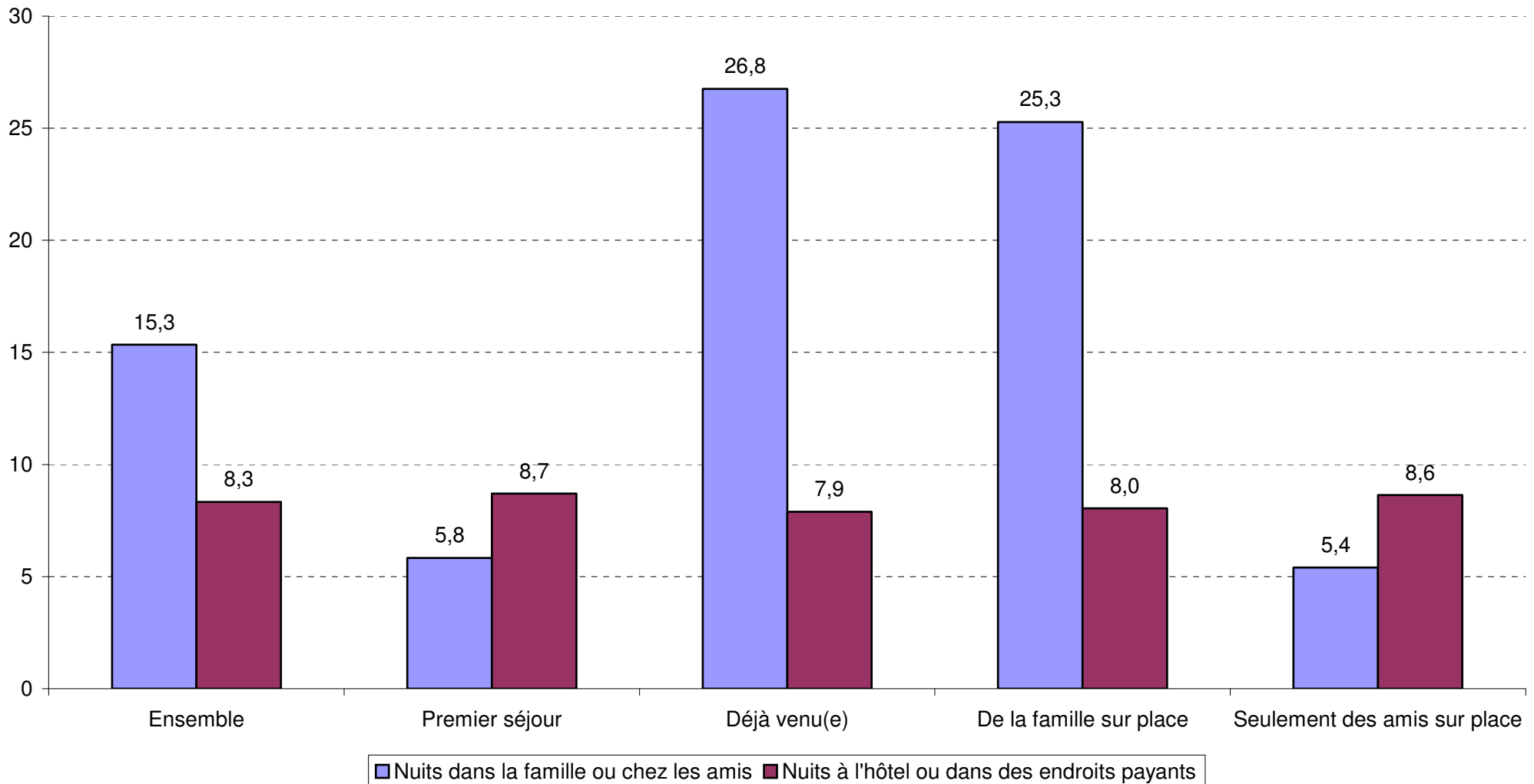
Lieu d'hébergement des touristes affinitaires ayant seulement des amis sur place (Base% : ayant seulement des amis à La Réunion)



Nombre moyen de nuits passées à La Réunion

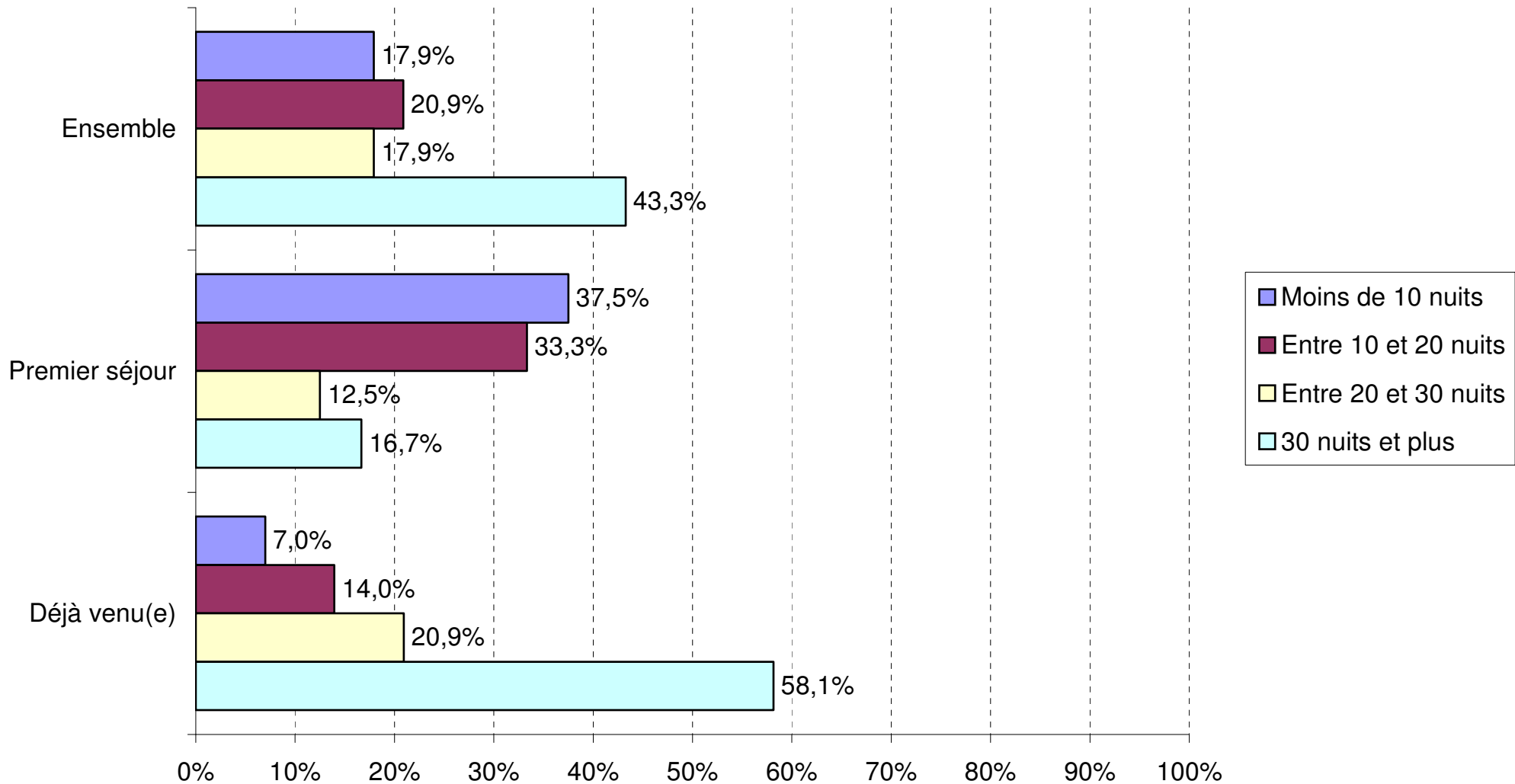


**Nombre moyen de nuits passées à La Réunion
par les touristes affinitaires ayant fréquenté des structures payantes**
(Base% : Ayant dormi dans des endroits payants)



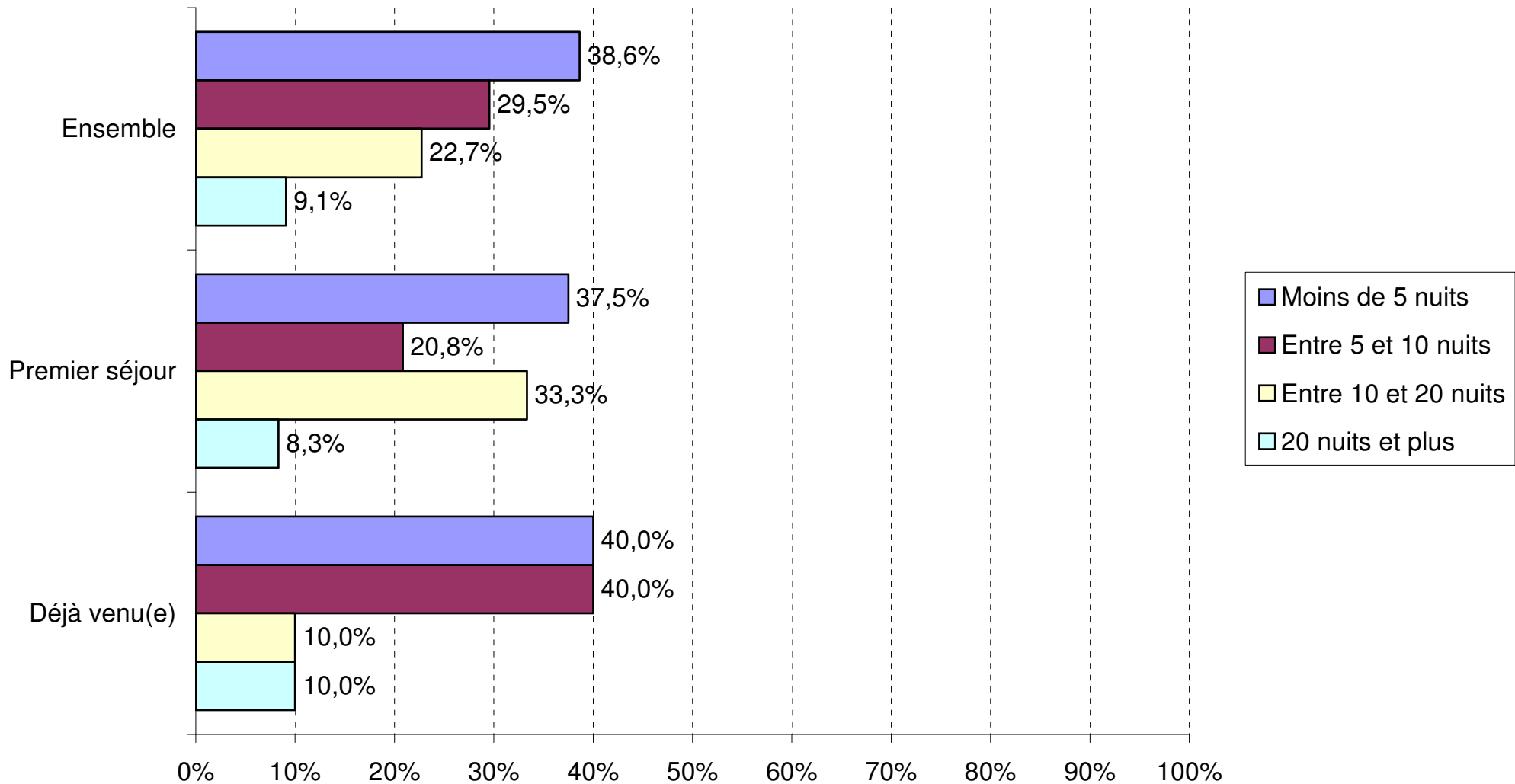
Nombre de nuits passées chez les proches

(Base% : Ayant dormi chez des proches)



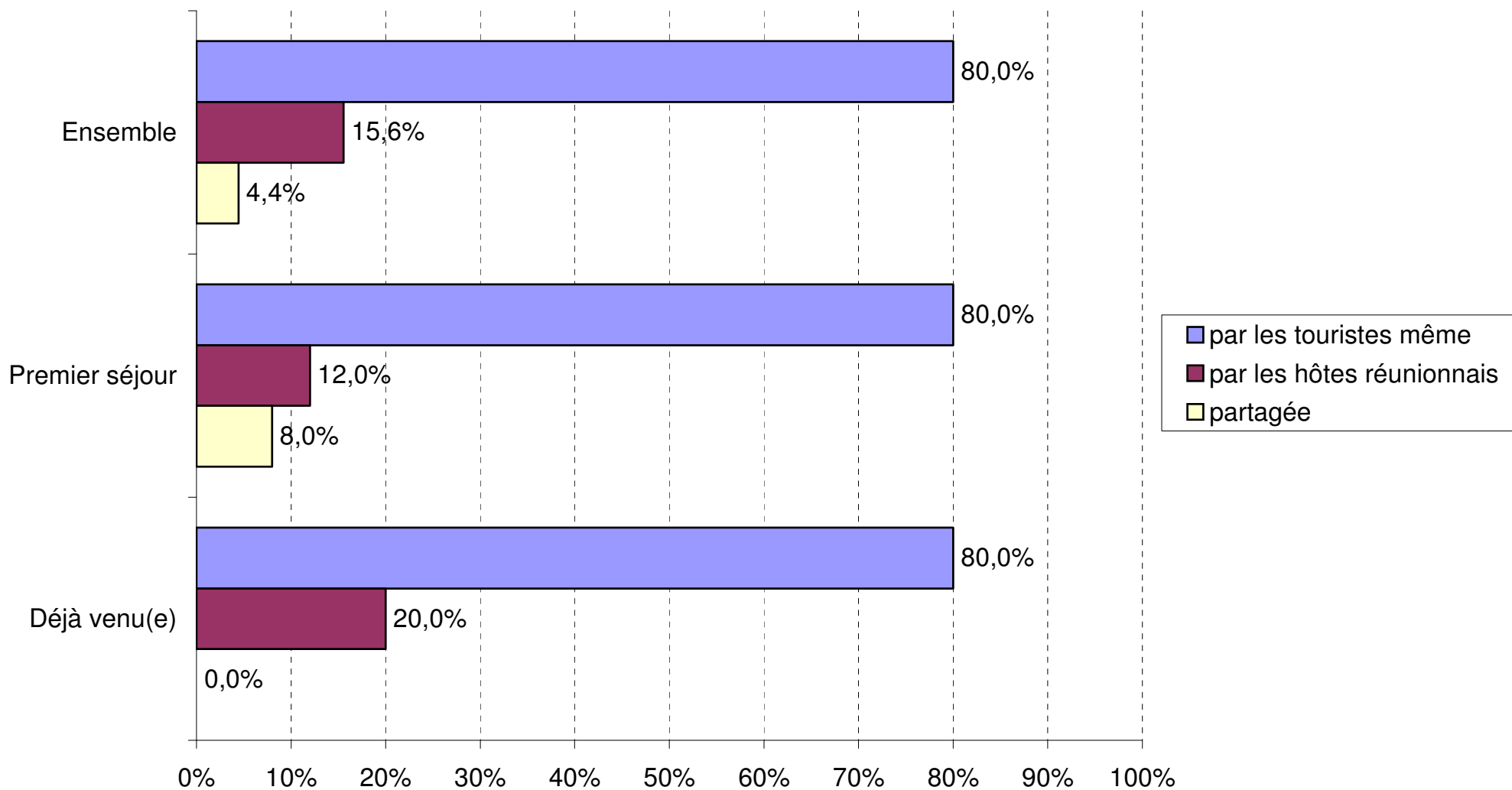
Nombre de nuits passées dans des endroits payants

(Base% : Ayant dormi dans des endroits payants)



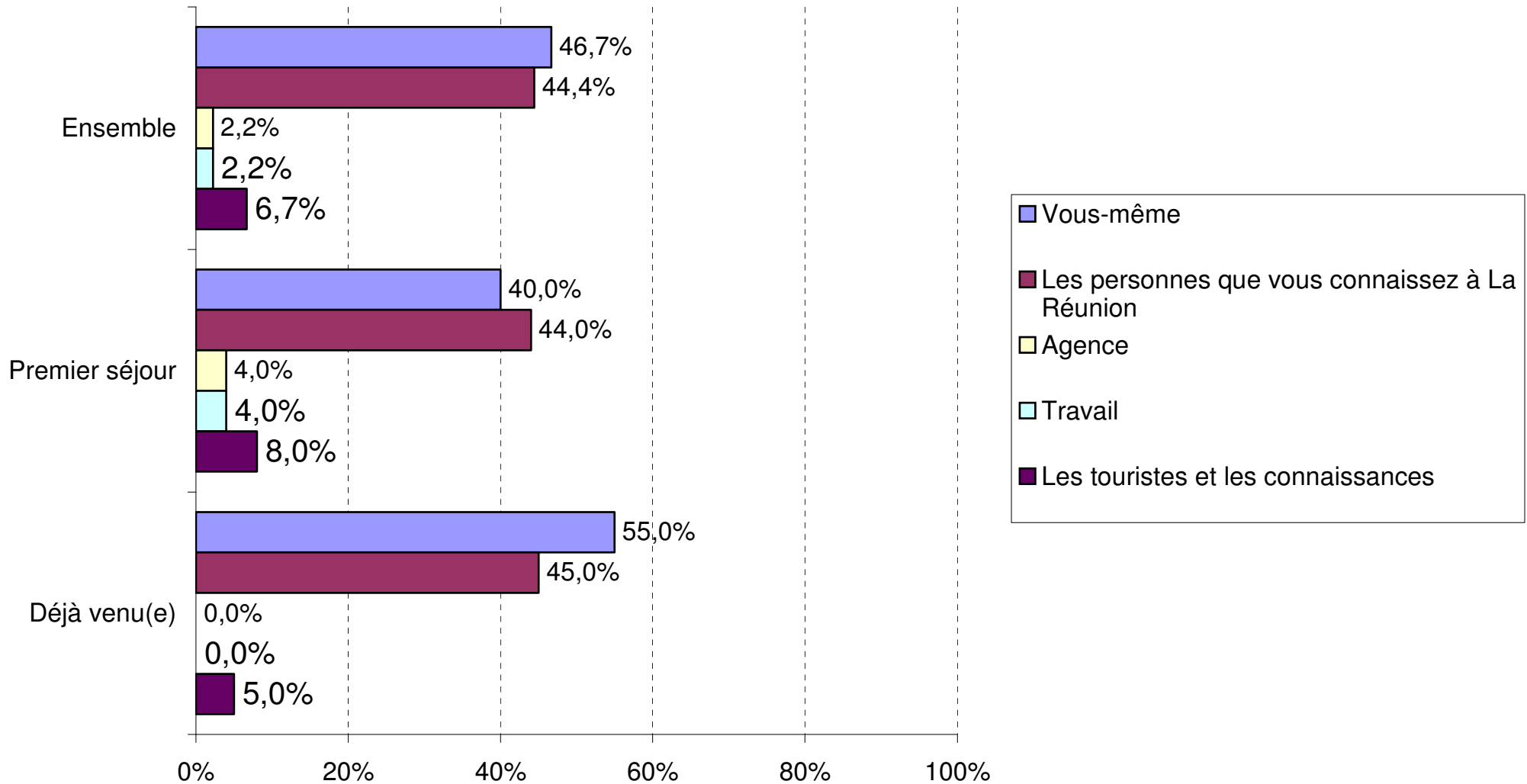
Prise en charge des nuits passées dans des endroits payants

(Base% : Ayant dormi dans des endroits payants)

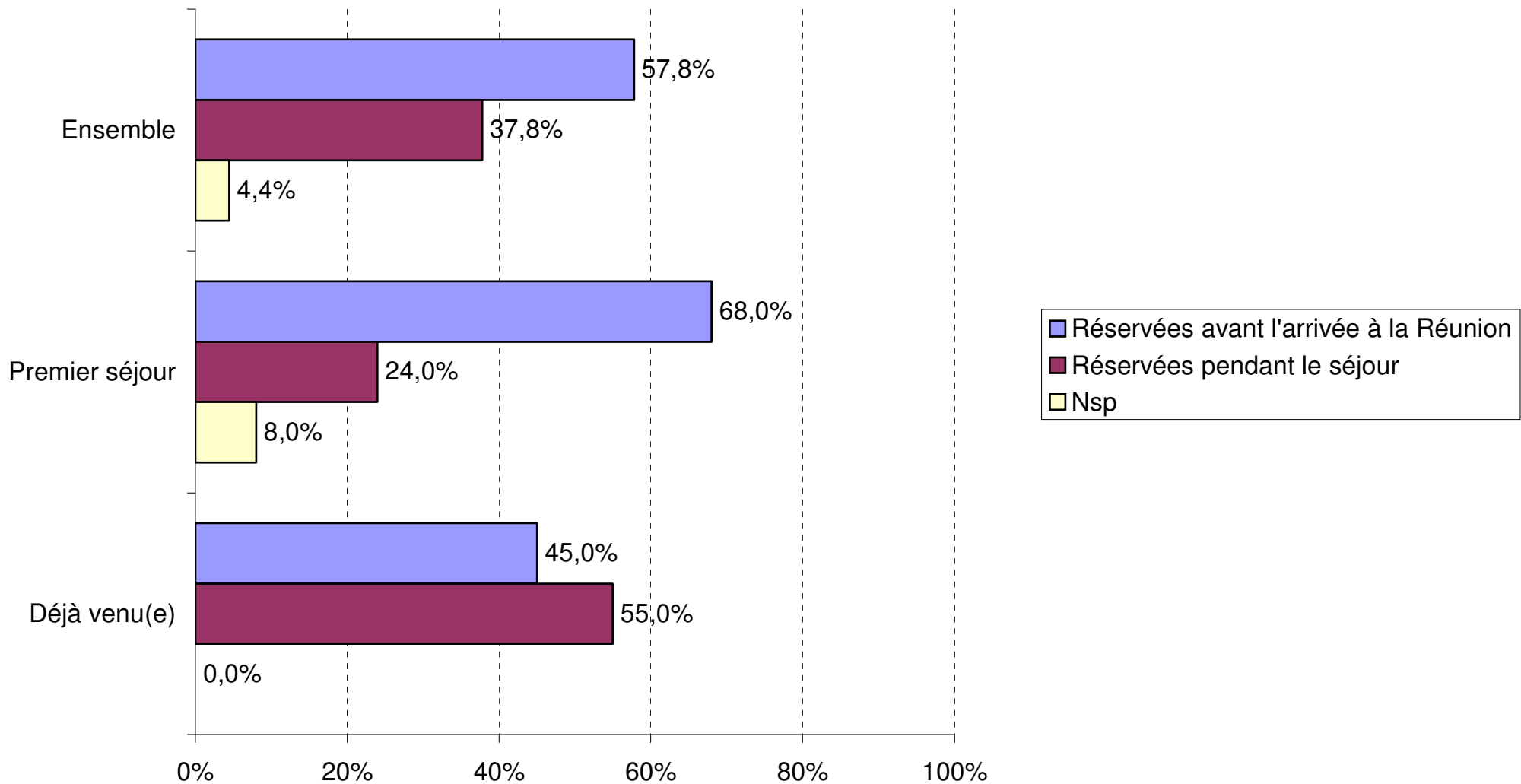


- Les réservations des nuitées payantes sont offertes environ 1 fois sur 2 par les hôtes réunionnais à leurs visiteurs.
- La réservation est faite 6 fois sur 10 avant l'arrivée sur place des touristes.
- Le billet d'avion et les dépenses spécifiques avant le séjour représentent plus de 50% du budget total du séjour (dépense sur place, voyage, dépenses avant le séjour).
- Les touristes affinitaires évaluent à environ 1500 € leur dépense sur place.
- L'hébergement et les repas concentrent environ 40% de la dépense sur place des touristes affinitaires.
- Les loisirs représentent un peu plus de 10% avec une dépense moyenne annoncée de 150 à 200 €.

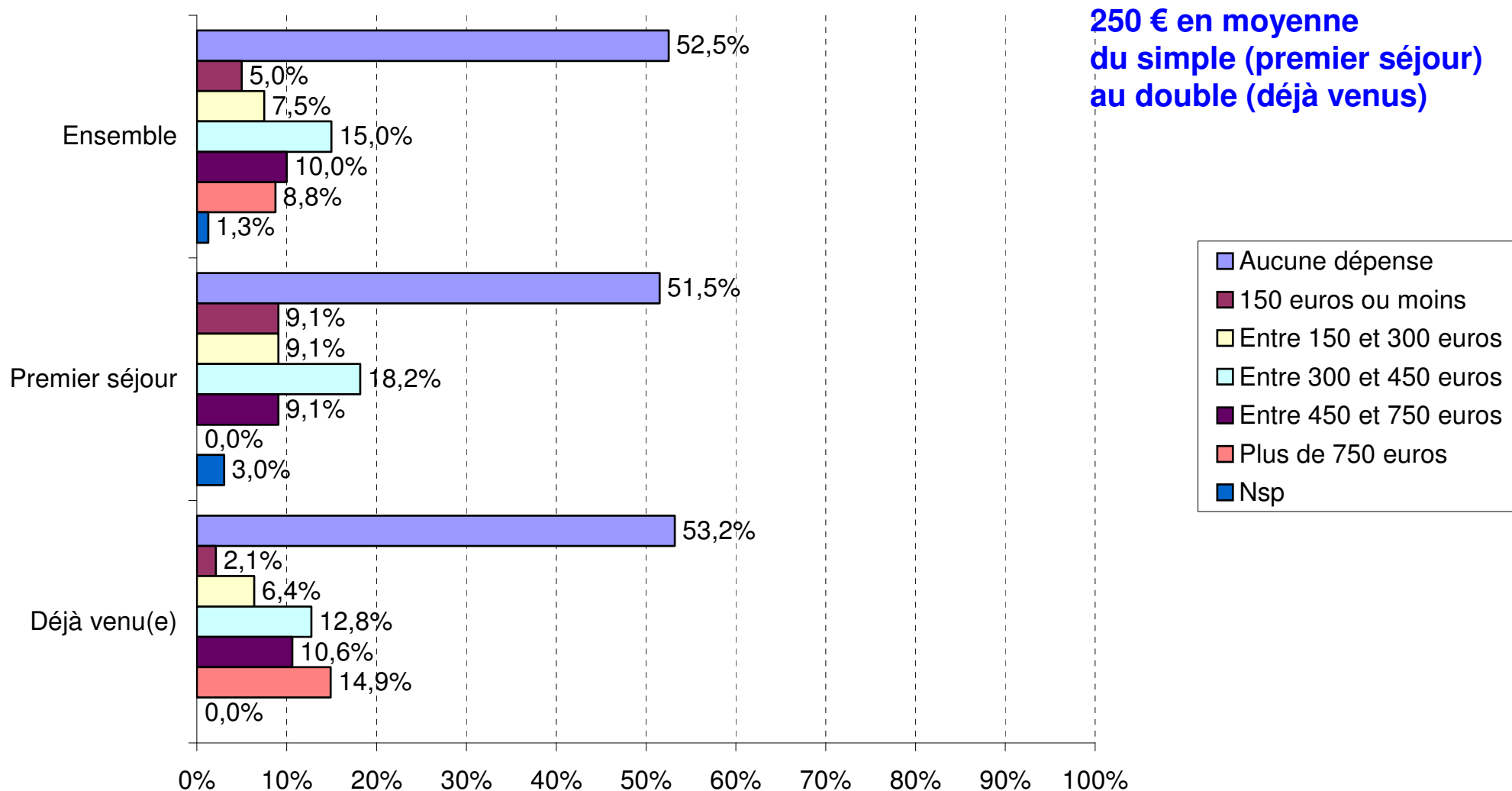
Prise en charge des réservations (Base% : Ayant dormi dans des endroits payants)



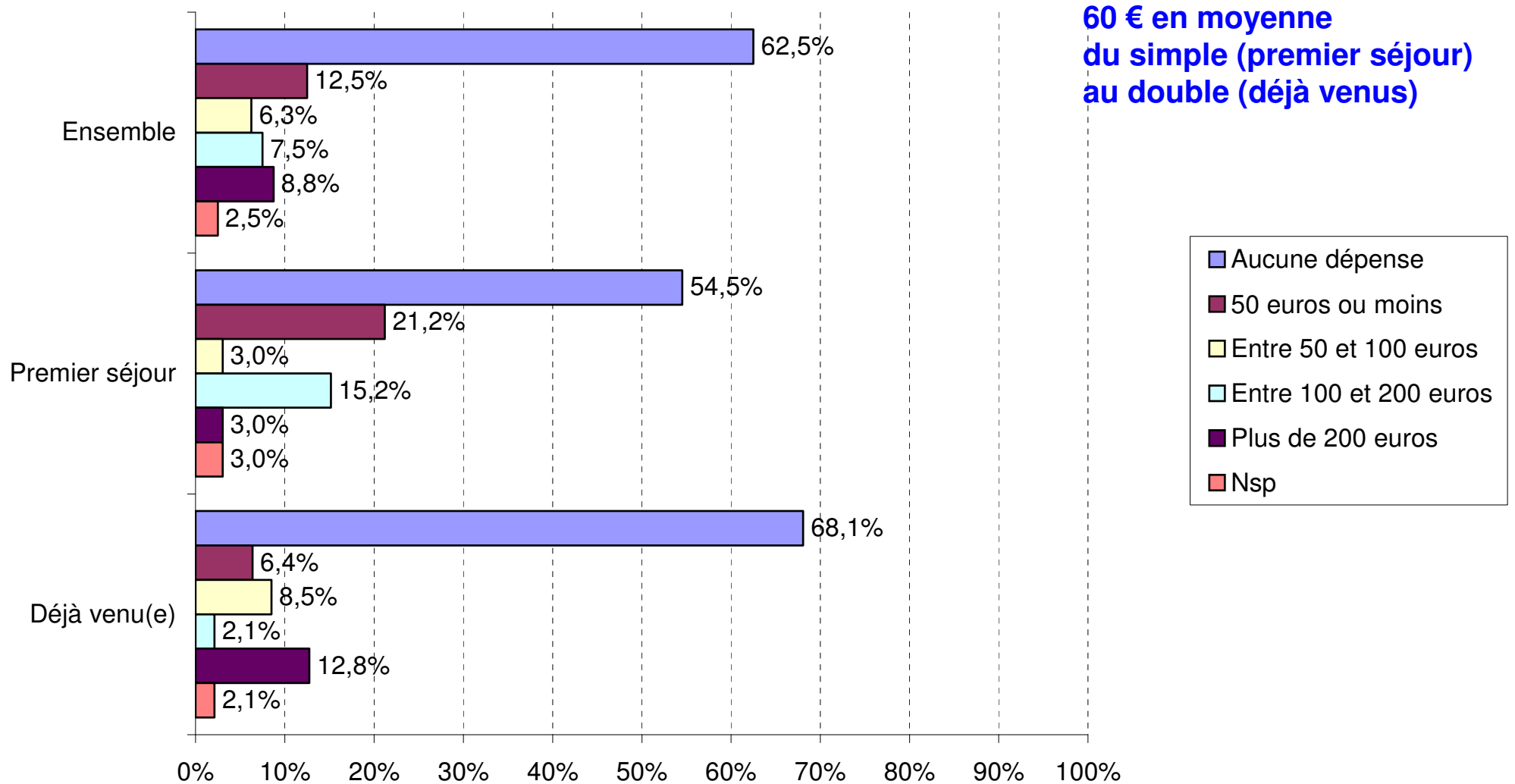
Moments des réservations
(Base% : Ayant dormi dans des endroits payants)



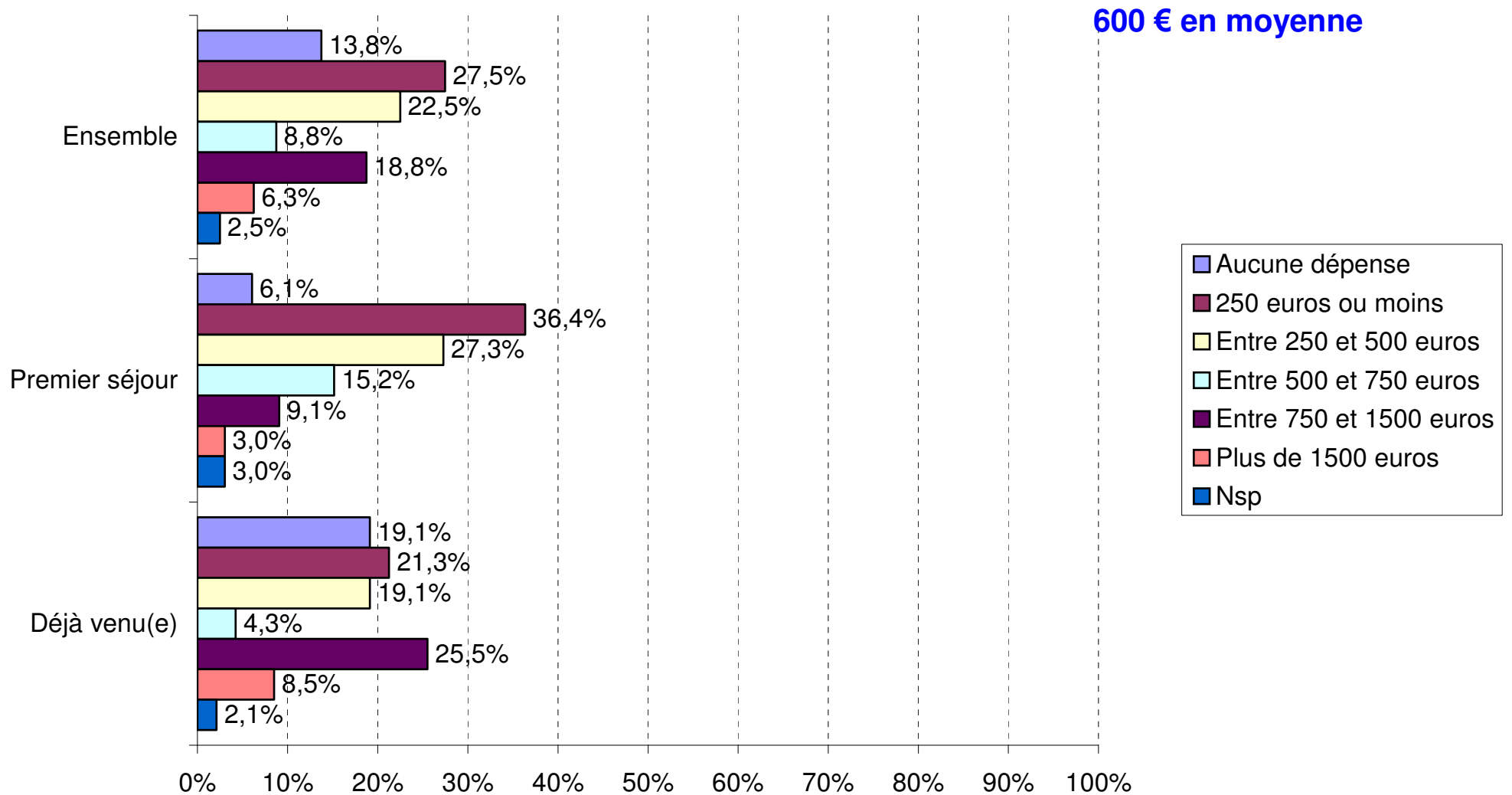
Dépenses effectuées pour la location automobile



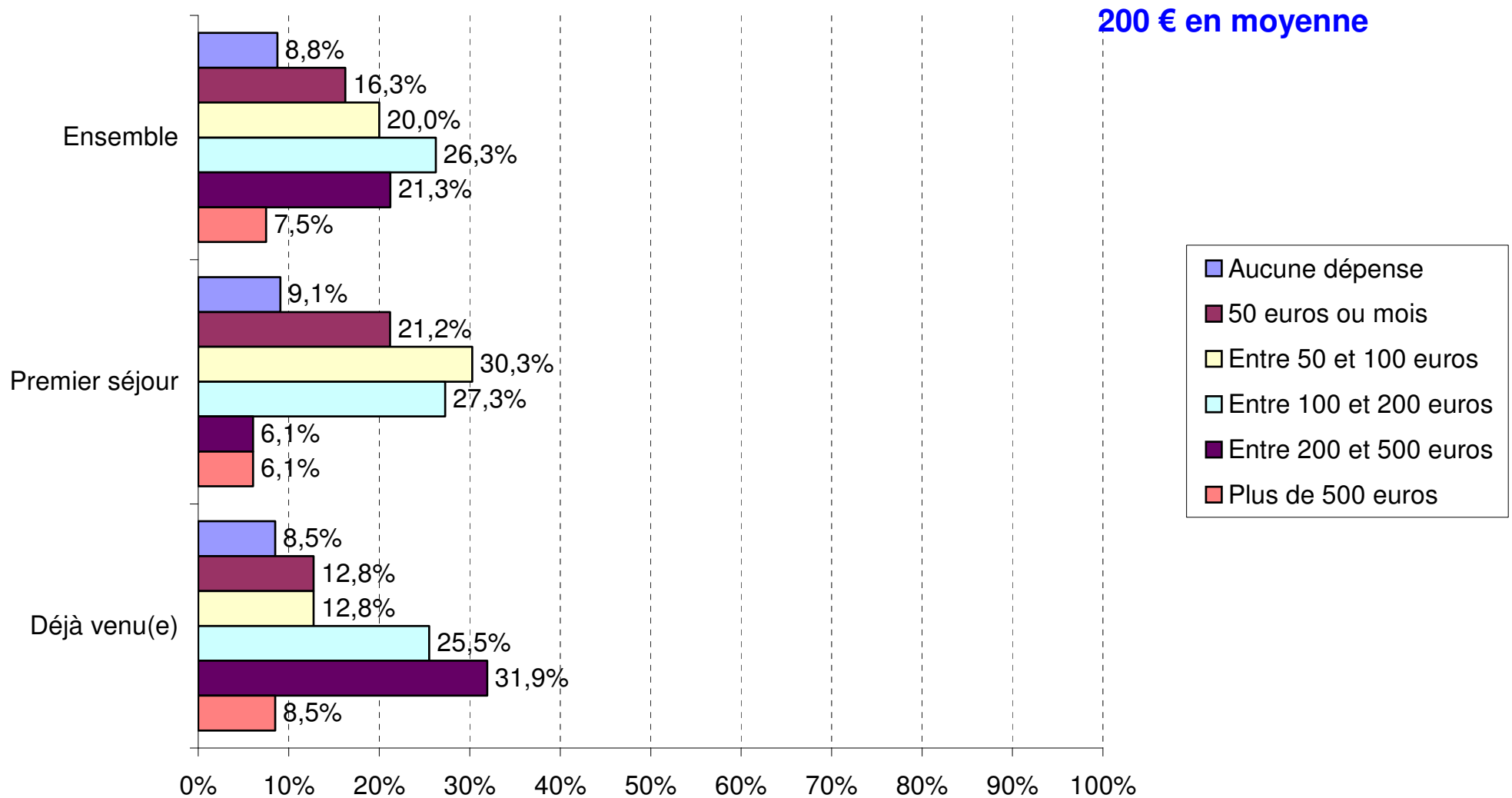
Dépenses effectuées pour les transports sur place, hors location automobile



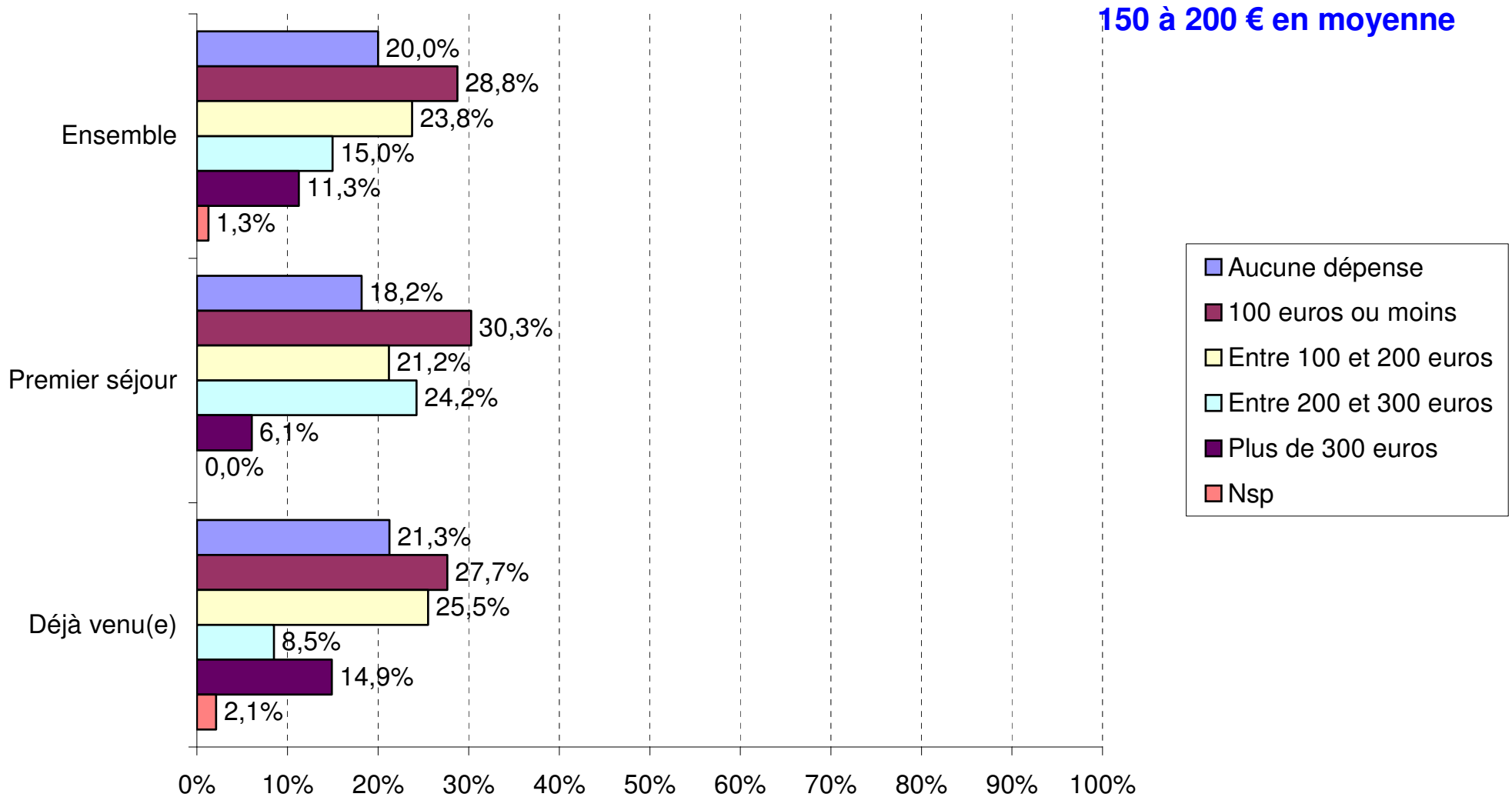
Dépenses effectuées pour l'hébergement et les repas



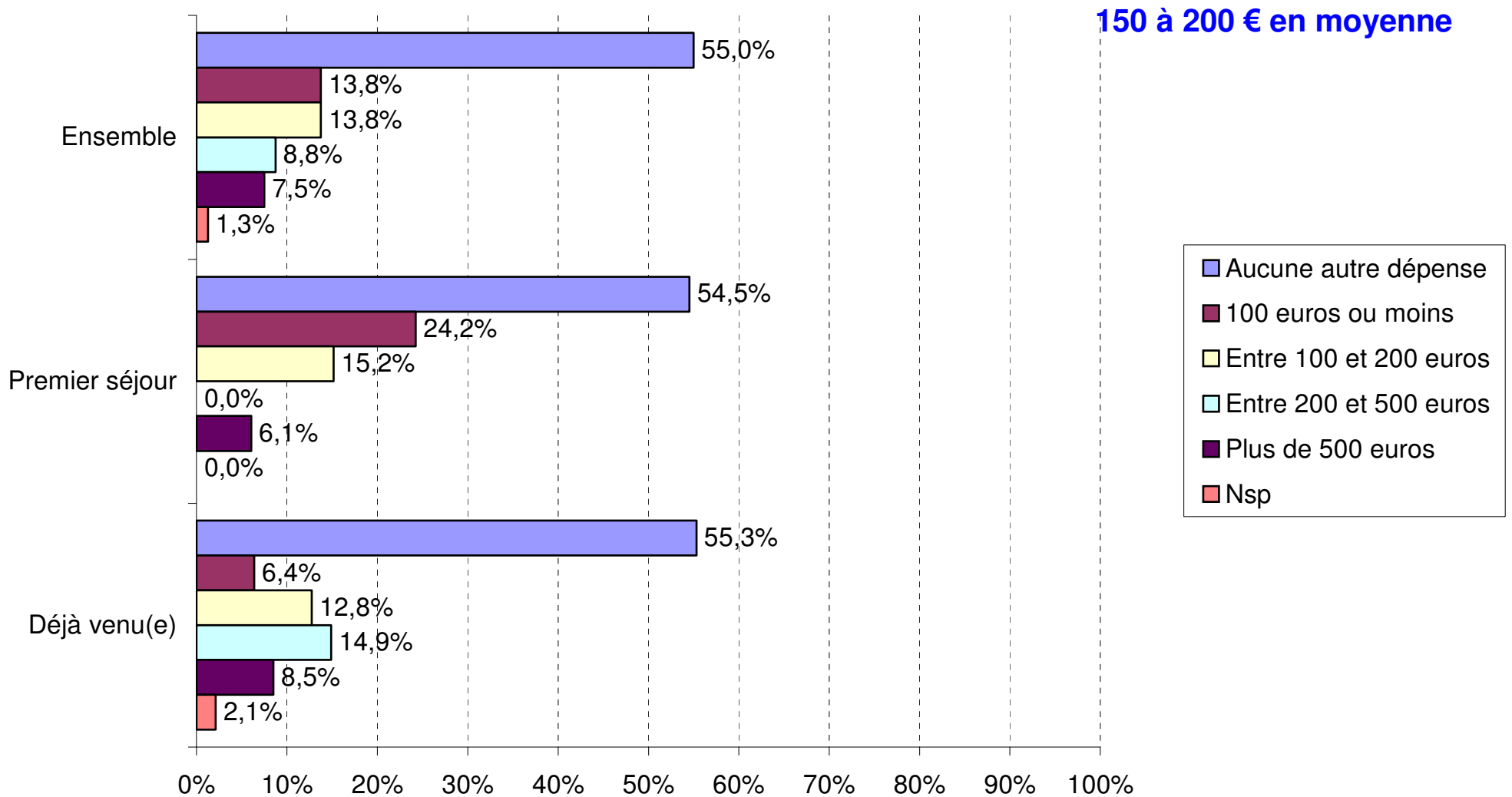
Dépenses effectuées pour les achats de souvenirs



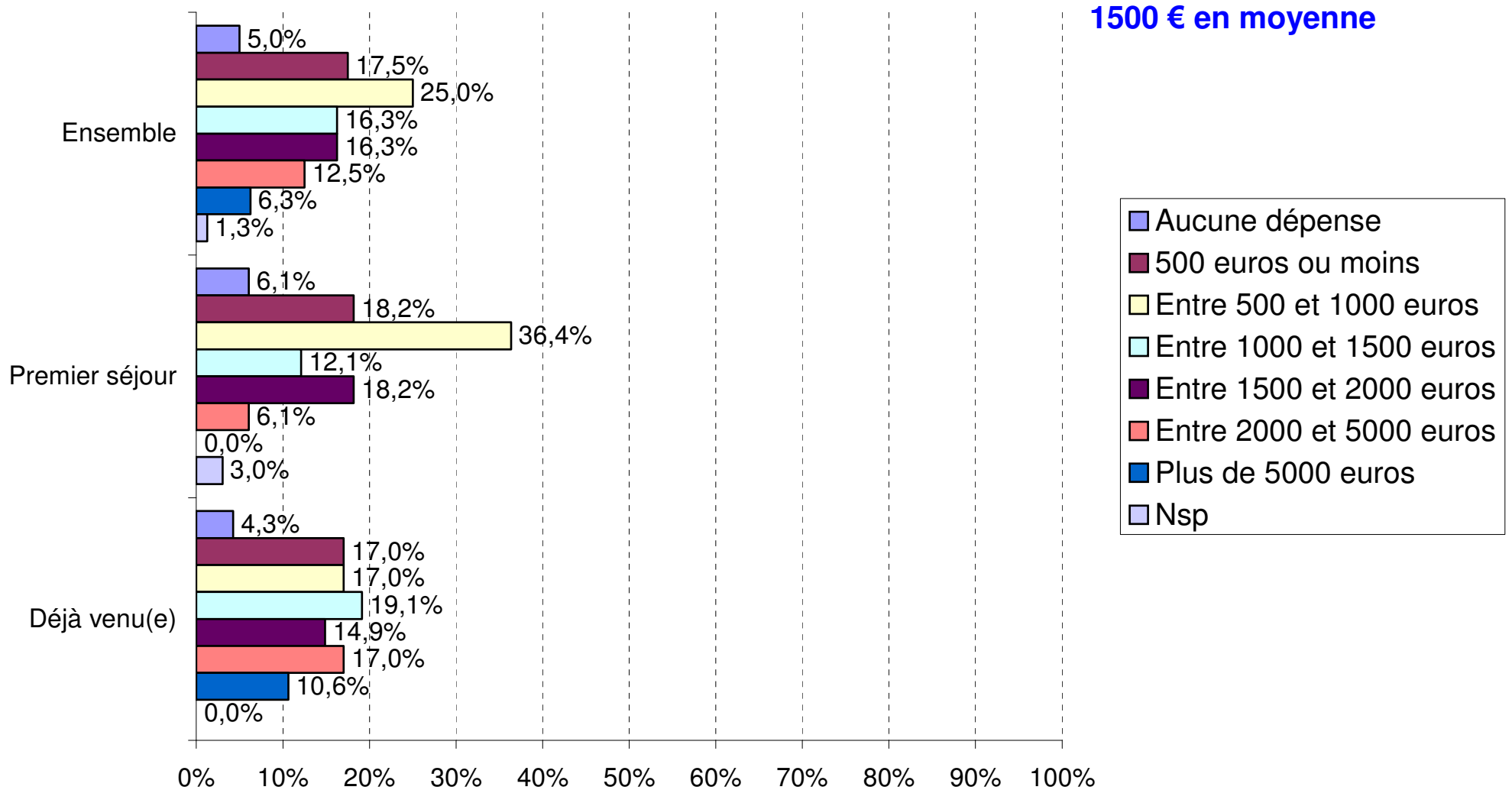
Dépenses effectuées pour les loisirs



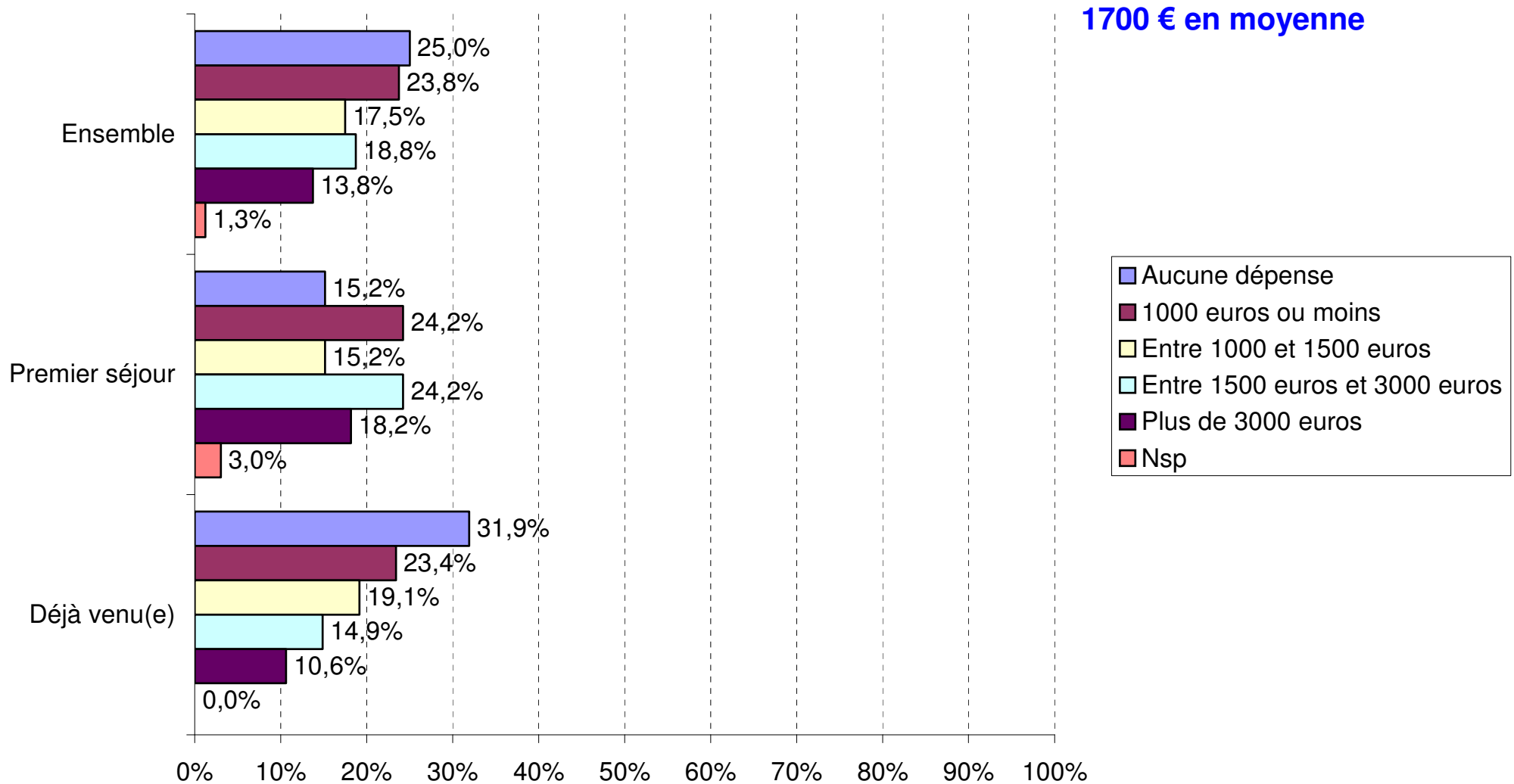
Autres dépenses effectuées



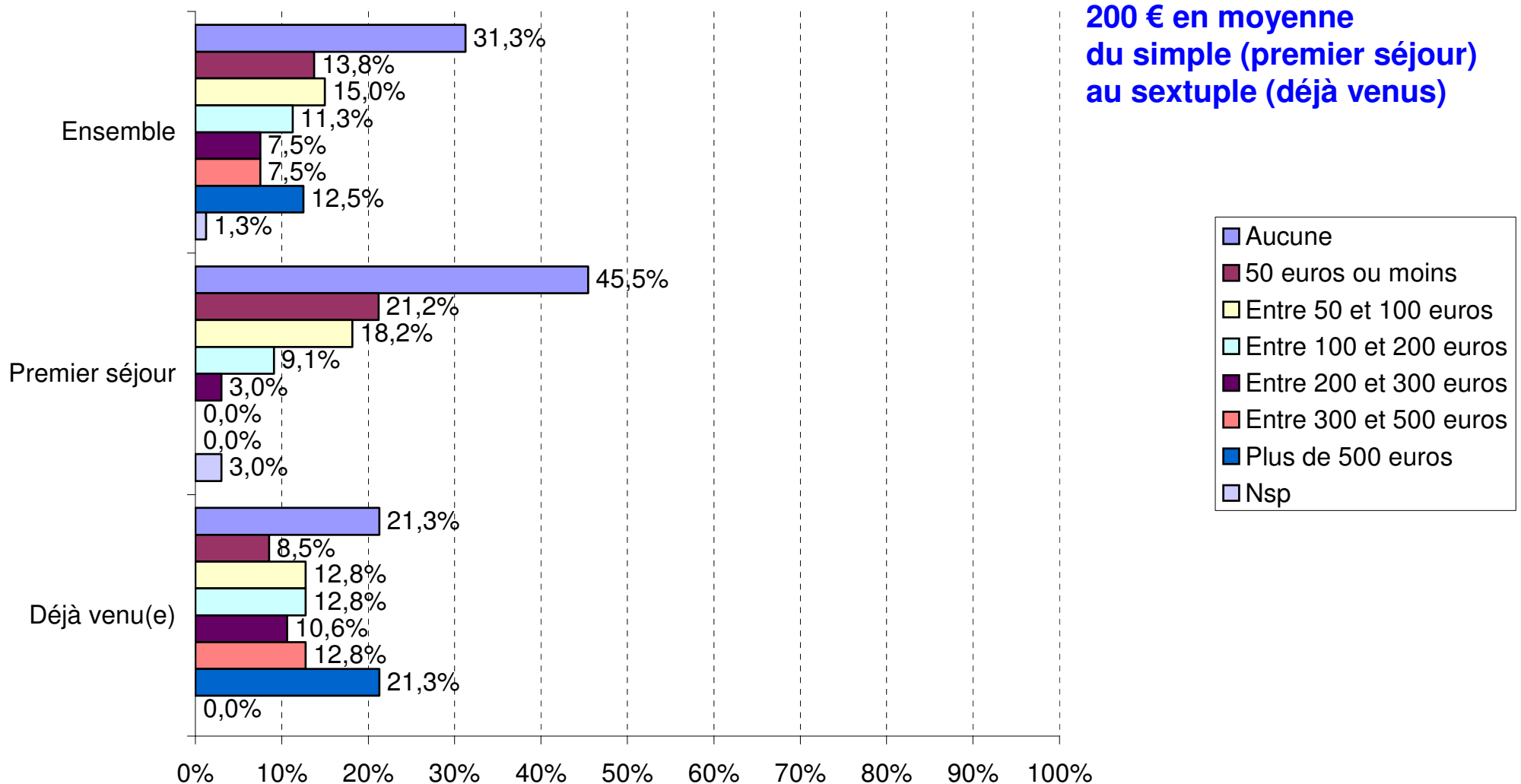
Dépenses totales effectuées



Dépenses effectuées pour le billet d'avion et le transport avant de venir à la Réunion

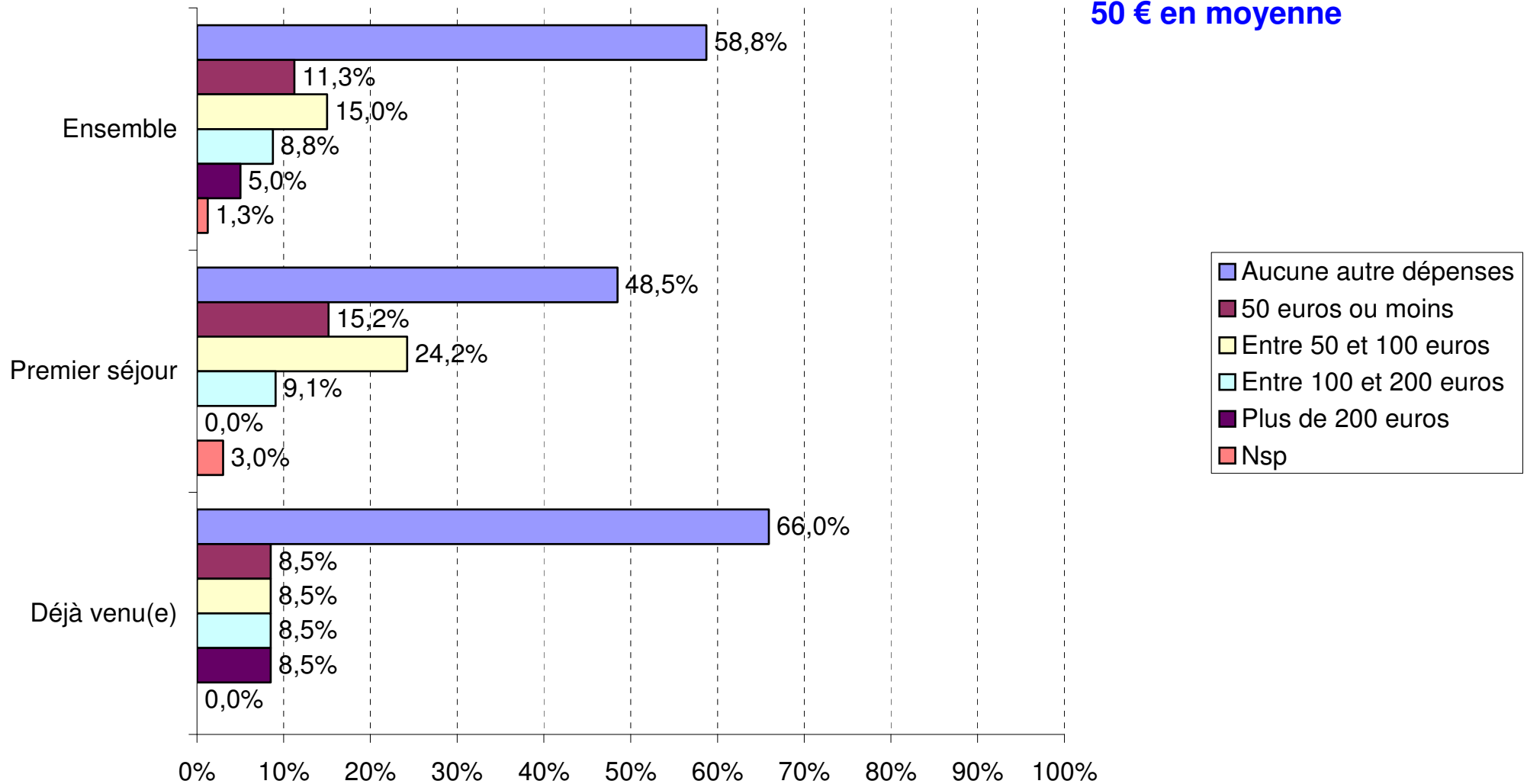


Dépenses effectuées pour les achats avant de venir destinés aux proches



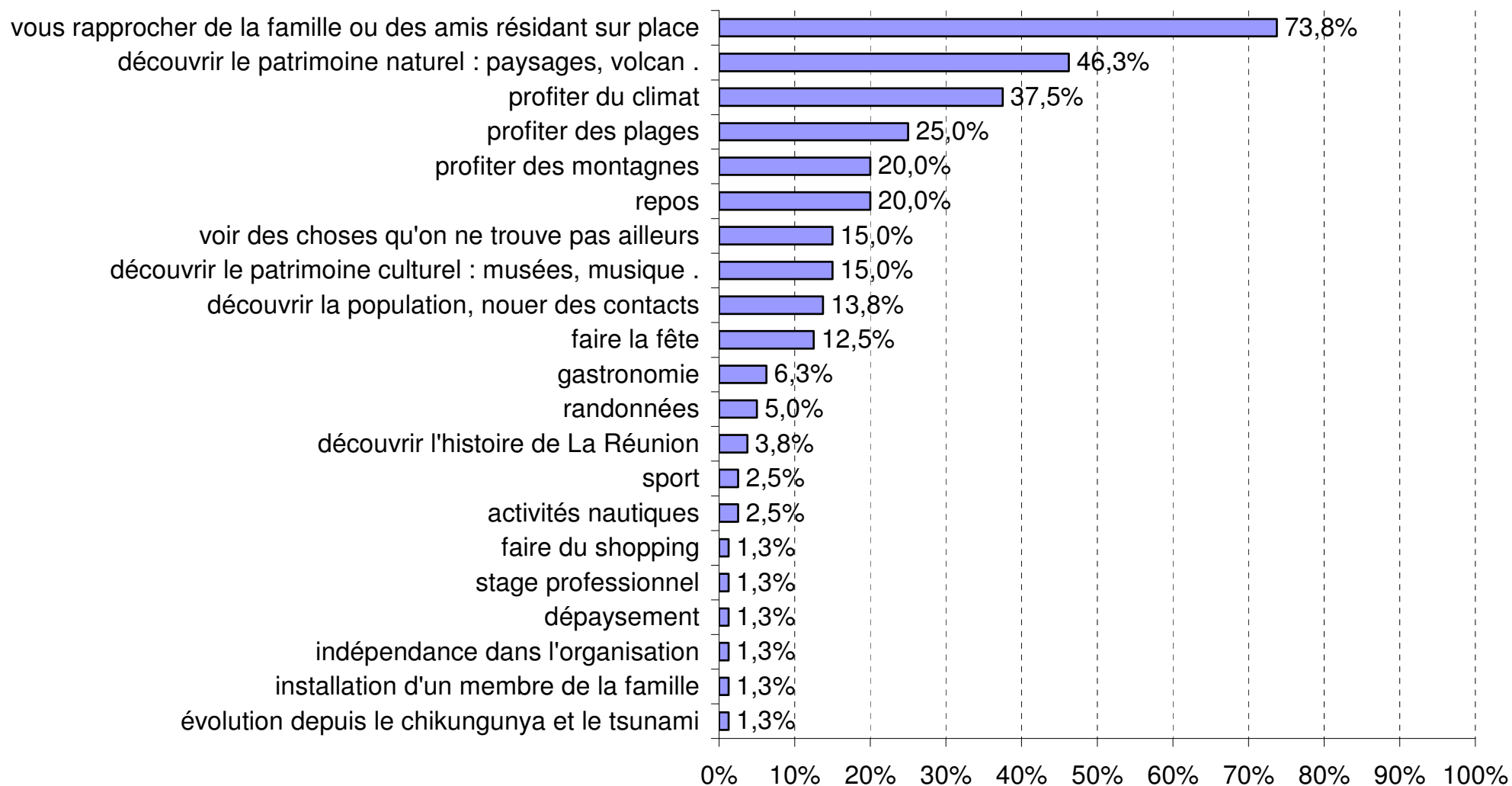
Dépenses effectuées pour les autres achats faits exprès en raison de la venue à la Réunion

50 € en moyenne

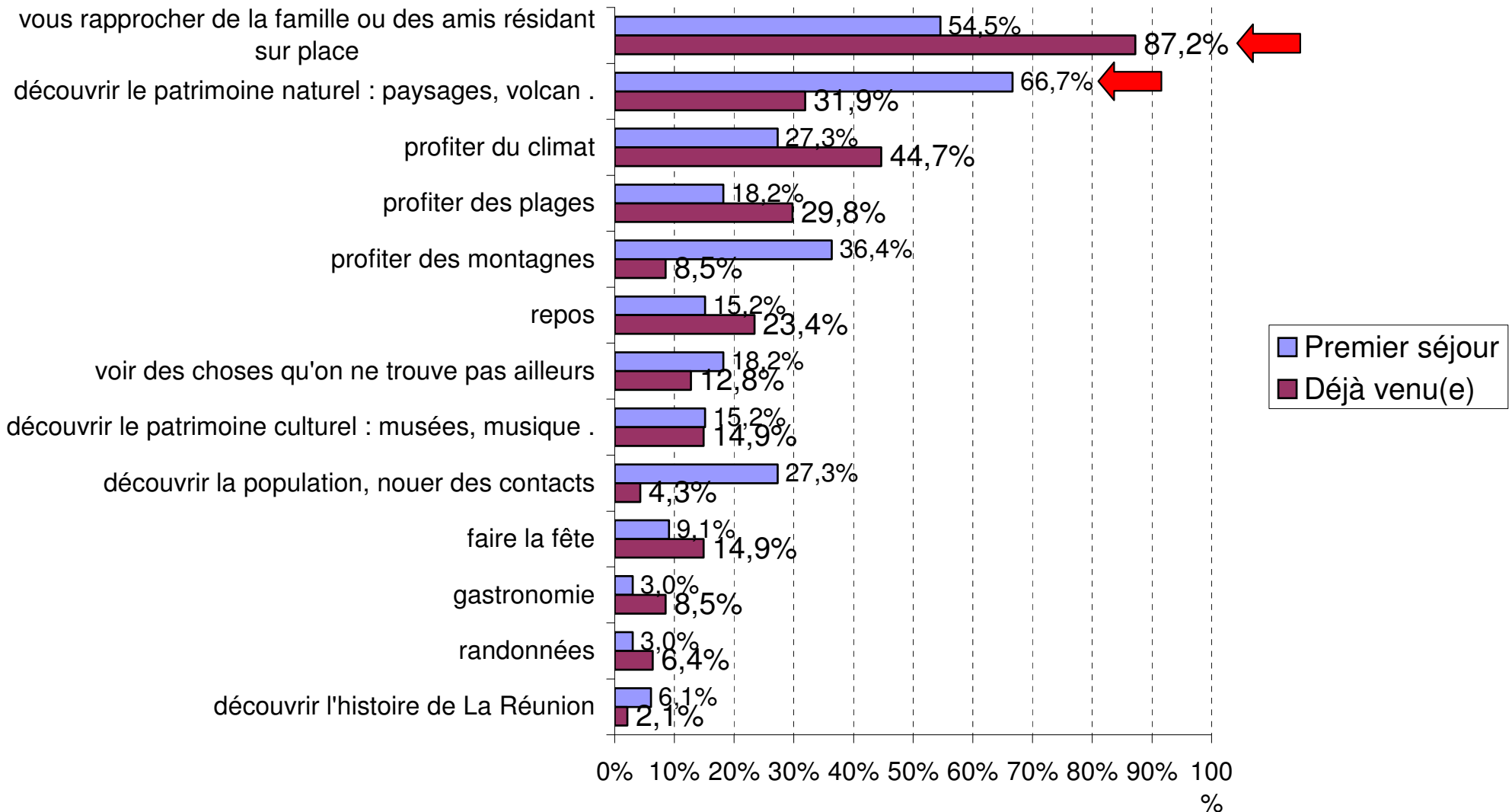


- Les touristes venant pour la première fois à La Réunion viennent avec un objectif de découverte de l'île et se mettent en cohérence avec leur objectif à travers des activités liées à la randonnée, à la visite de sites touristiques ou culturels ...
- Les touristes affinitaires déjà venus, revenant souvent pour voir de la famille, sont moins tournés vers les activités de découverte, et davantage vers les visites à la famille, les activités nautiques ...

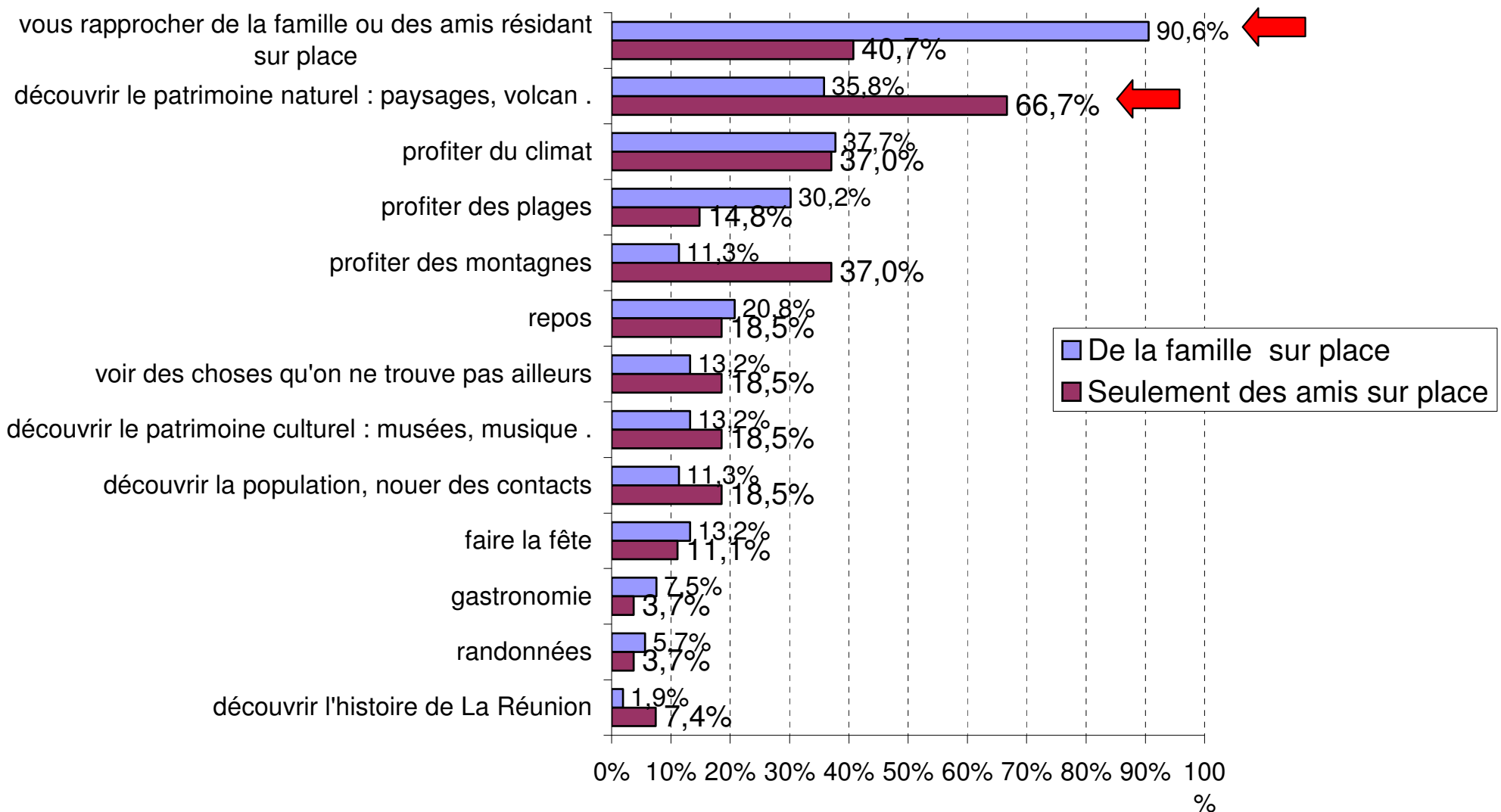
Attentes en termes de séjour de vacances



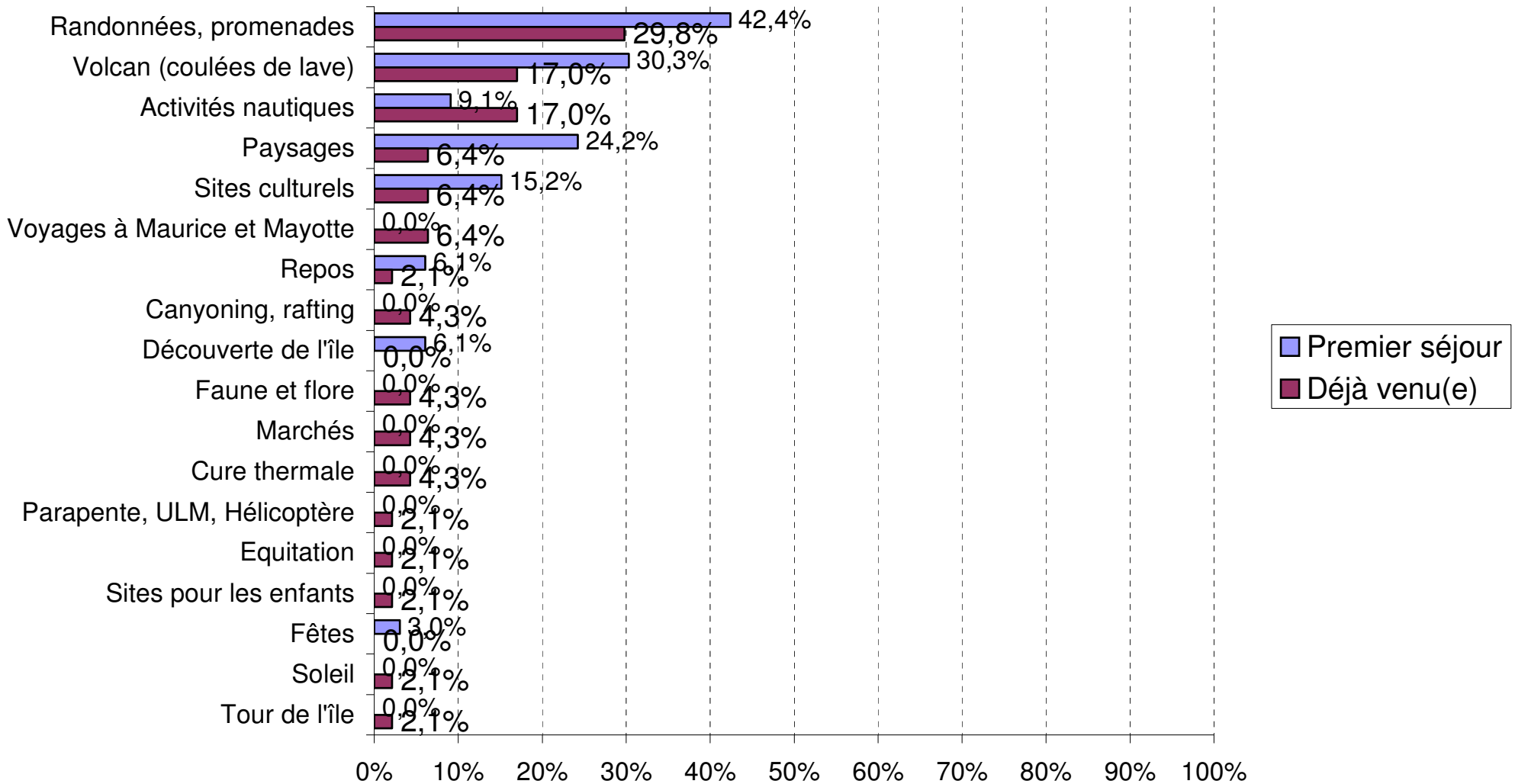
Attentes en termes de séjour de vacances



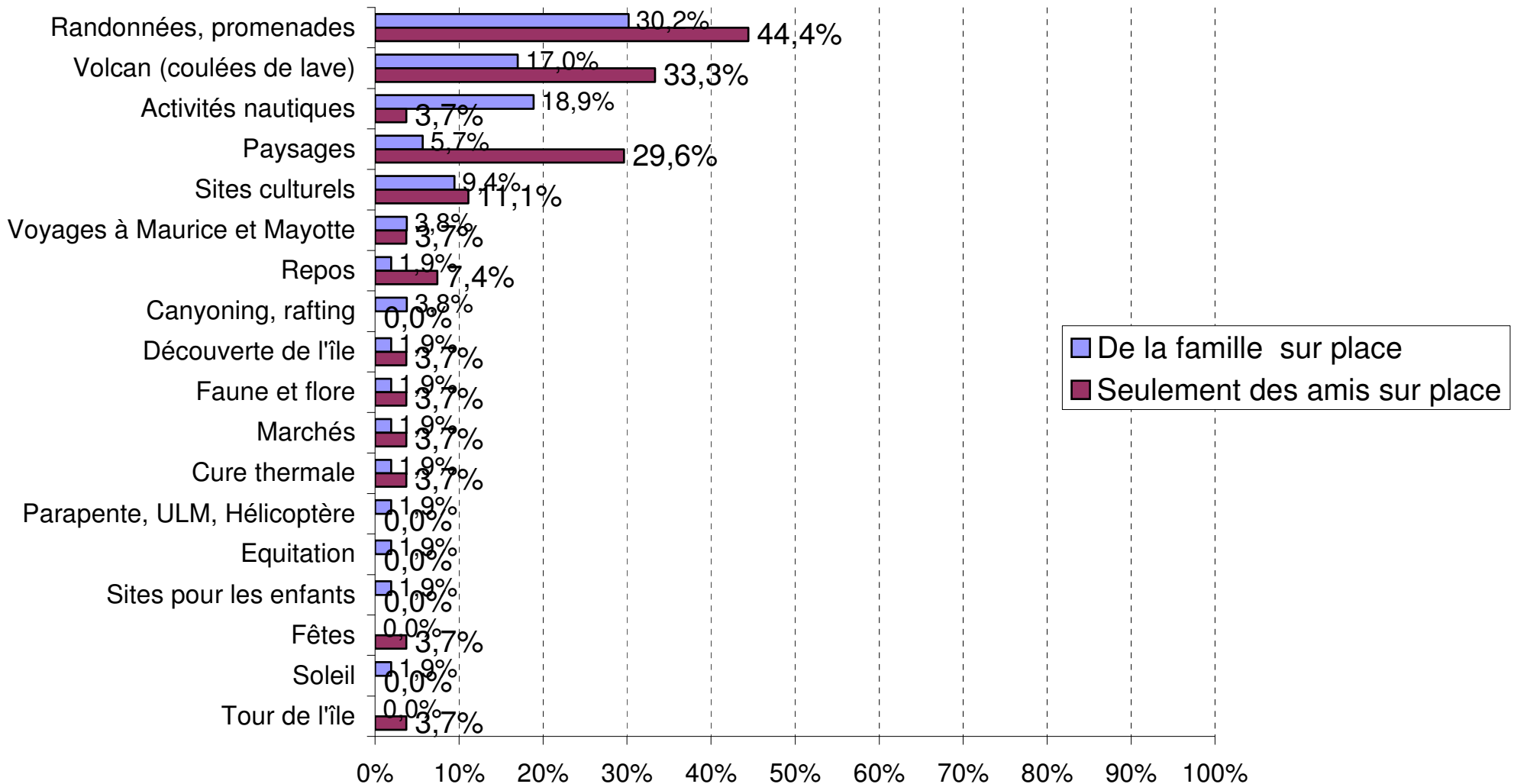
Attentes en termes de séjour de vacances



Objectifs sur le plan touristique



Objectifs sur le plan touristique



Endroits fréquentés pendant le séjour

	Ensemble	Premier séjour	Déjà venu(e)
Cilaos	53,8%	81,8%	34,0%
Salazie	38,8%	60,6%	23,4%
Saint Gilles	56,3%	57,6%	55,3%
Volcan	52,5%	54,5%	51,1%
Mafate	30,0%	48,5%	17,0%
Saint Leu	35,0%	42,4%	29,8%
Saint Pierre	32,5%	27,3%	36,2%
Saint Denis	30,0%	21,2%	36,2%
Plaine des Caffres	23,8%	21,2%	25,5%
Saint Philippe	22,5%	21,2%	23,4%
Plaine des Palmistes	15,0%	15,2%	14,9%
Sainte Rose	11,3%	15,2%	8,5%
Etang Salé	11,3%	12,1%	10,6%
Saint Paul	11,3%	9,1%	12,8%
Tour de l'île	8,8%	9,1%	8,5%
Côte Ouest	7,5%	9,1%	6,4%
Saint André	6,3%	9,1%	4,3%
Sud sauvage	5,0%	9,1%	2,1%
Hell-Bourg	3,8%	9,1%	0,0%
Maïdo	13,8%	6,1%	19,1%
Saint Joseph	7,5%	6,1%	8,5%
Saint Benoît	7,5%	6,1%	8,5%
Petite Ile	5,0%	6,1%	4,3%
Le Port	3,8%	6,1%	2,1%
Aquarium Saint Gilles	3,8%	6,1%	2,1%
L'Hermitage	3,8%	6,1%	2,1%
Sainte Suzanne	2,5%	6,1%	0,0%
Les Plaines	2,5%	6,1%	0,0%
Kelonia	6,3%	3,0%	8,5%
Boucan Canot	5,0%	3,0%	6,4%

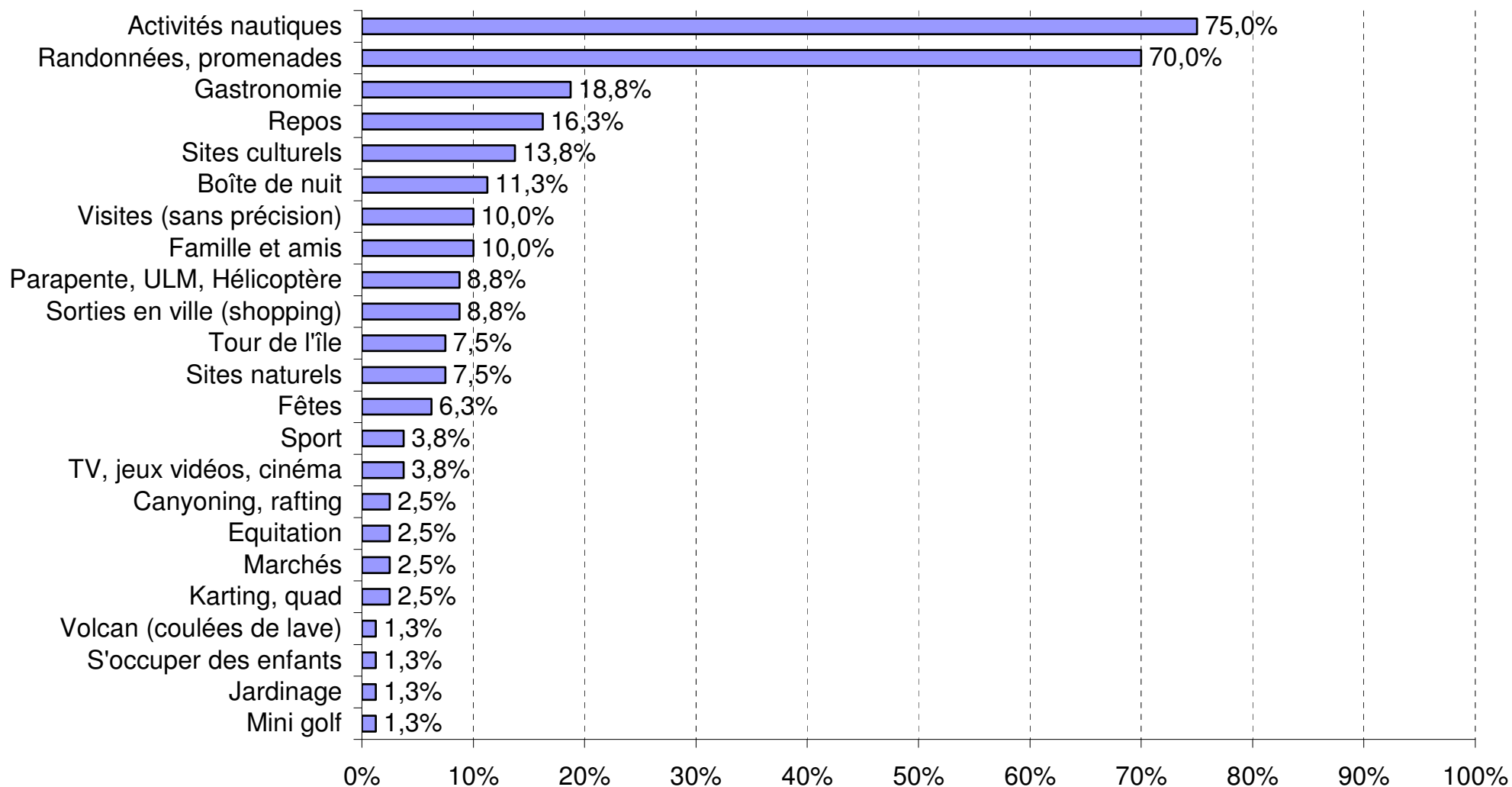
	Ensemble	Premier séjour	Déjà venu(e)
Anse des Cascades	3,8%	3,0%	4,3%
Saint Louis	3,8%	3,0%	4,3%
Sainte Marie	3,8%	3,0%	4,3%
Sainte Anne	3,8%	3,0%	4,3%
Trou de Fer	2,5%	3,0%	2,1%
Maison de la Vanille	2,5%	3,0%	2,1%
Grand Bassin	1,3%	3,0%	0,0%
Les Aviron	1,3%	3,0%	0,0%
Roche Ecrite	1,3%	3,0%	0,0%
Distillerie	1,3%	3,0%	0,0%
Grand Brûlé	1,3%	3,0%	0,0%
Le Tremblet	1,3%	3,0%	0,0%
Le Piton des Neiges	1,3%	3,0%	0,0%
Le Tampon	5,0%	0,0%	8,5%
La Saline	3,8%	0,0%	6,4%
La Possession	2,5%	0,0%	4,3%
Grand Anse	1,3%	0,0%	2,1%
Sakifo	1,3%	0,0%	2,1%
Marché de Saint Paul	1,3%	0,0%	2,1%
Marché de Saint Pierre	1,3%	0,0%	2,1%
Takamaka	1,3%	0,0%	2,1%
Manapany	1,3%	0,0%	2,1%
Tevelave	1,3%	0,0%	2,1%
Ravine des Cabris	1,3%	0,0%	2,1%
Route des Tamarins	1,3%	0,0%	2,1%
Forêt de Bébourg	1,3%	0,0%	2,1%
Musée de Villèle	1,3%	0,0%	2,1%
Jardin Botanique	1,3%	0,0%	2,1%
Thermes	1,3%	0,0%	2,1%

Endroits fréquentés pendant le séjour

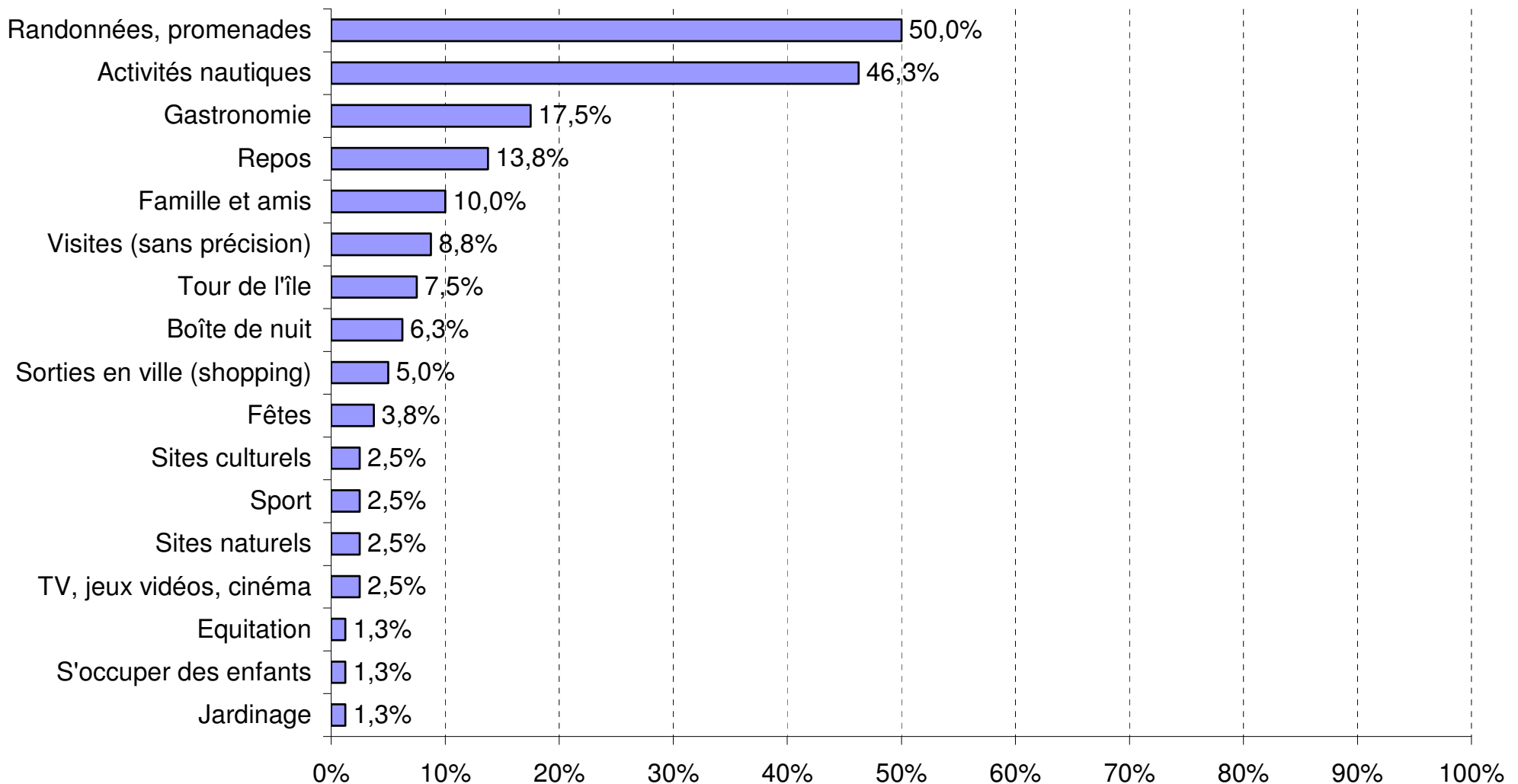
	Ensemble	De la famille sur place	Seulement des amis sur place
Saint Gilles	56,3%	62,3%	44,4%
Volcan	52,5%	49,1%	59,3%
Cilaos	53,8%	37,7%	85,2%
Saint Pierre	32,5%	37,7%	22,2%
Saint Leu	35,0%	35,8%	33,3%
Saint Denis	30,0%	35,8%	18,5%
Salazie	38,8%	28,3%	59,3%
Plaine des Caffres	23,8%	28,3%	14,8%
Mafate	30,0%	24,5%	40,7%
Saint Philippe	22,5%	24,5%	18,5%
Maïdo	13,8%	17,0%	7,4%
Saint Paul	11,3%	15,1%	3,7%
Plaine des Palmistes	15,0%	13,2%	18,5%
Etang Salé	11,3%	13,2%	7,4%
Sainte Rose	11,3%	9,4%	14,8%
Tour de l'île	8,8%	9,4%	7,4%
Saint Joseph	7,5%	9,4%	3,7%
Kelonia	6,3%	9,4%	0,0%
Saint Benoît	7,5%	7,5%	7,4%
Côte Ouest	7,5%	7,5%	7,4%
Le Tampon	5,0%	7,5%	0,0%
Saint André	6,3%	5,7%	7,4%
Boucan Canot	5,0%	5,7%	3,7%
Saint Louis	3,8%	5,7%	0,0%
Sainte Marie	3,8%	5,7%	0,0%
Petite Ile	5,0%	3,8%	7,4%
Anse des Cascades	3,8%	3,8%	3,7%
La Saline	3,8%	3,8%	3,7%
Sainte Anne	3,8%	3,8%	3,7%
Aquarium Saint Gilles	3,8%	3,8%	3,7%

	Ensemble	De la famille sur place	Seulement des amis sur place
La Possession	2,5%	3,8%	0,0%
Sud sauvage	5,0%	1,9%	11,1%
Le Port	3,8%	1,9%	7,4%
L'Hermitage	3,8%	1,9%	7,4%
Sainte Suzanne	2,5%	1,9%	3,7%
Les Plaines	2,5%	1,9%	3,7%
Trou de Fer	2,5%	1,9%	3,7%
Maison de la Vanille	2,5%	1,9%	3,7%
Grand Anse	1,3%	1,9%	0,0%
Sakifo	1,3%	1,9%	0,0%
Marché de Saint Paul	1,3%	1,9%	0,0%
Marché de Saint Pierre	1,3%	1,9%	0,0%
Manapany	1,3%	1,9%	0,0%
Tevelave	1,3%	1,9%	0,0%
Thermes	1,3%	1,9%	0,0%
Hell-Bourg	3,8%	0,0%	11,1%
Grand Bassin	1,3%	0,0%	3,7%
Takamaka	1,3%	0,0%	3,7%
Les Avirons	1,3%	0,0%	3,7%
Roche Ecrite	1,3%	0,0%	3,7%
Ravine des Cabris	1,3%	0,0%	3,7%
Distillerie	1,3%	0,0%	3,7%
Grand Brûlé	1,3%	0,0%	3,7%
Le Tremblet	1,3%	0,0%	3,7%
Le Piton des Neiges	1,3%	0,0%	3,7%
Route des Tamarins	1,3%	0,0%	3,7%
Forêt de Bébourg	1,3%	0,0%	3,7%
Musée de Villèle	1,3%	0,0%	3,7%
Jardin Botanique	1,3%	0,0%	3,7%

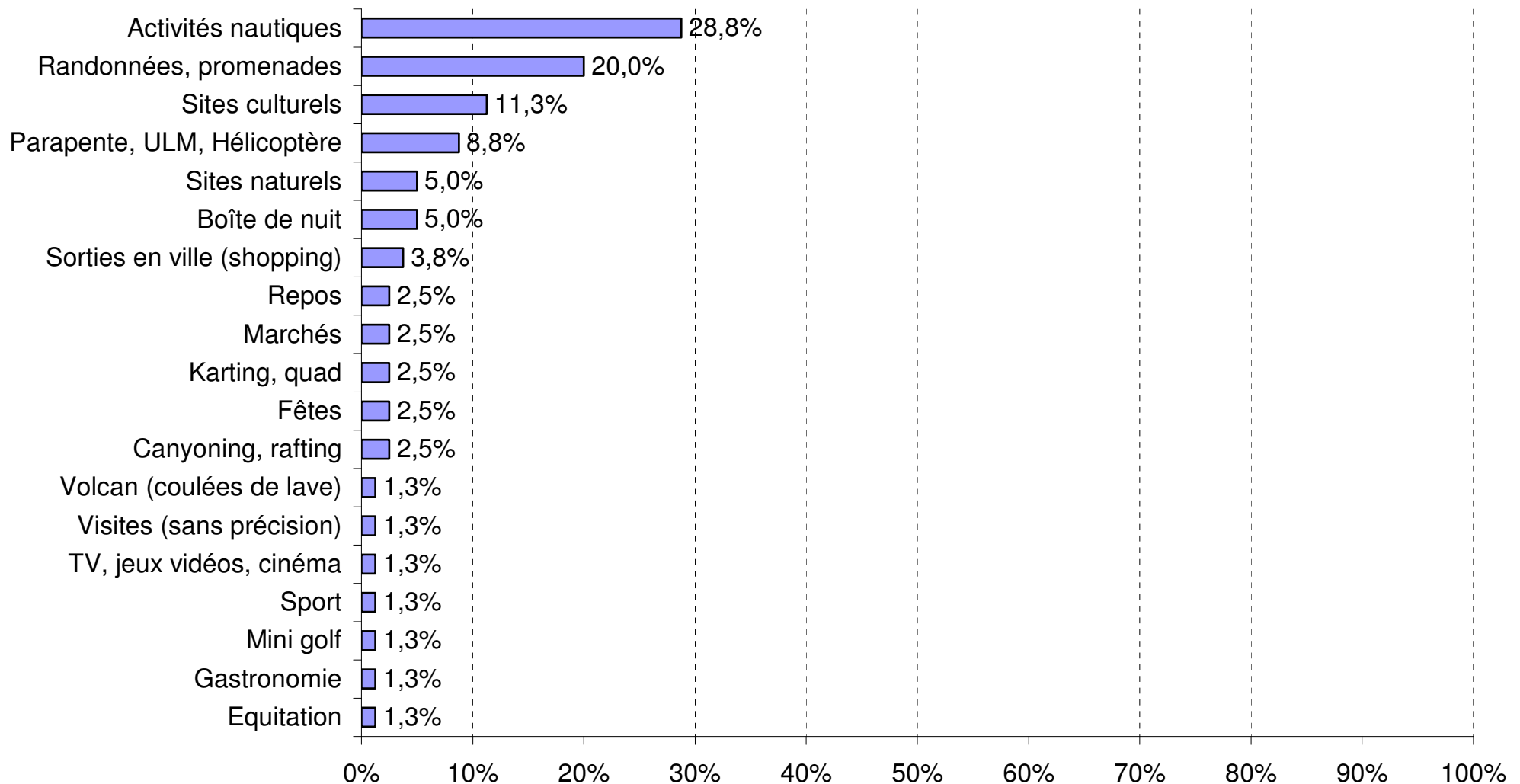
Activités pratiquées pendant le séjour (toutes fréquences confondues)



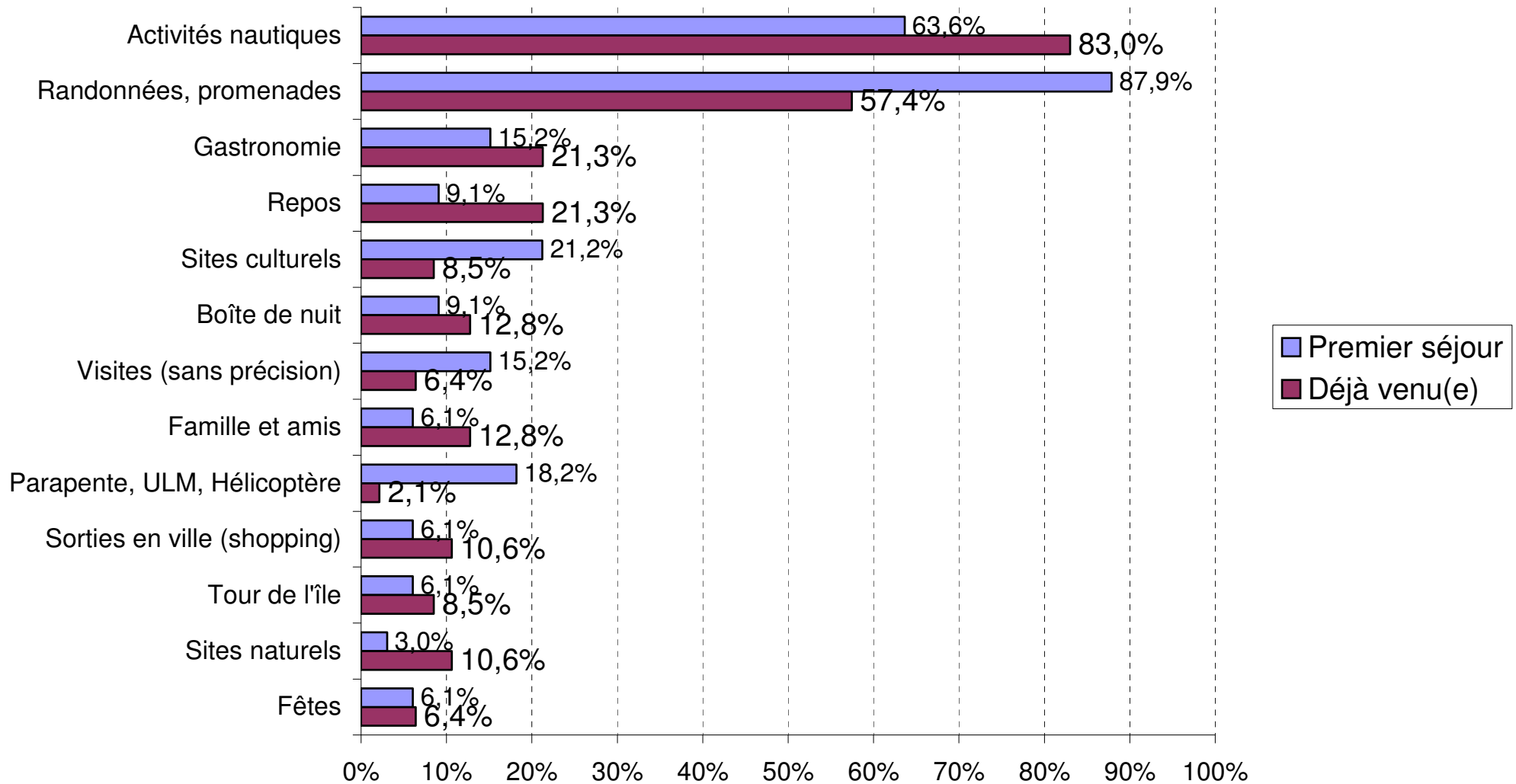
Activités pratiquées régulièrement pendant le séjour



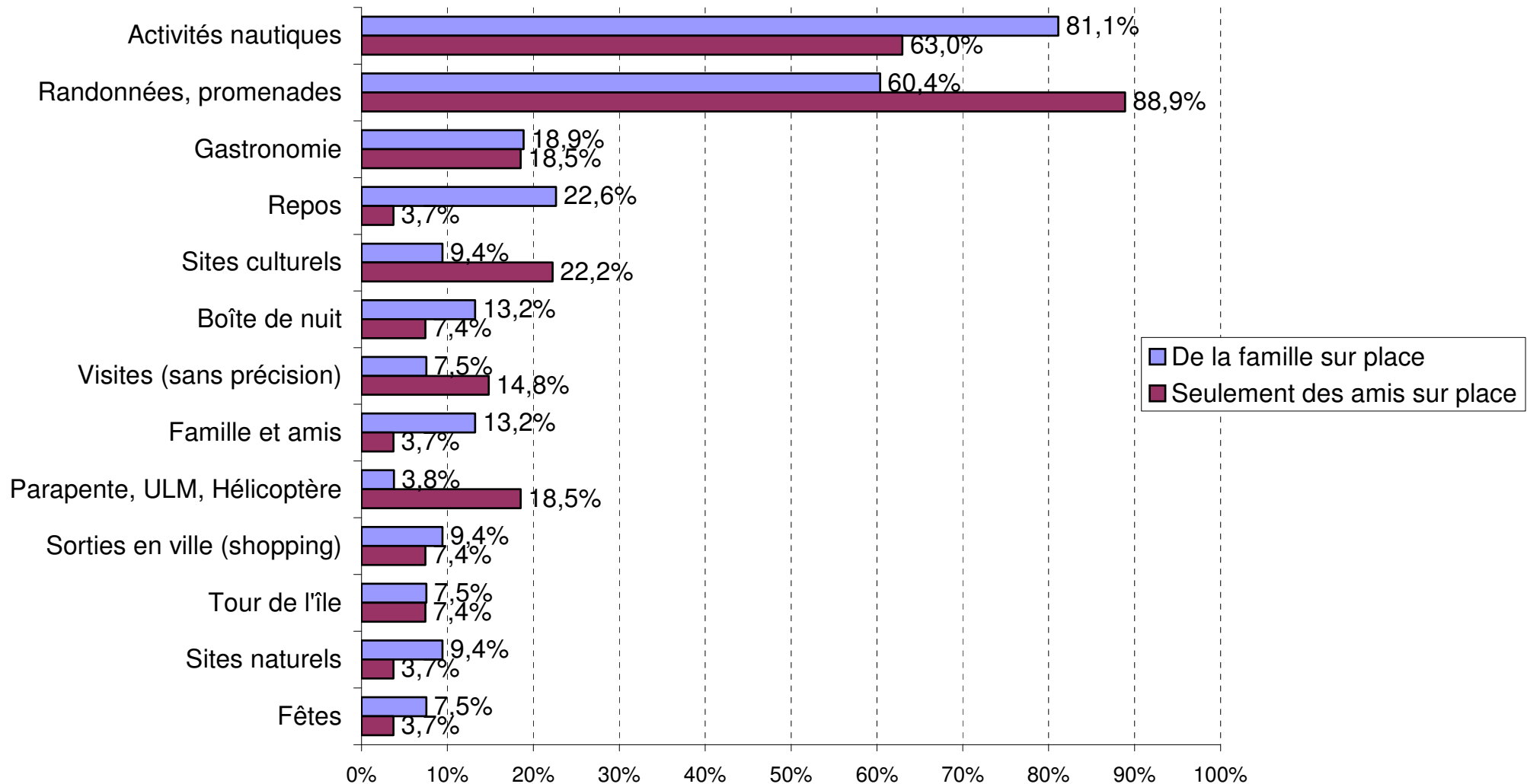
Activités pratiquées occasionnellement ou exceptionnellement pendant le séjour



Activités les plus répandues parmi les touristes affinitaires

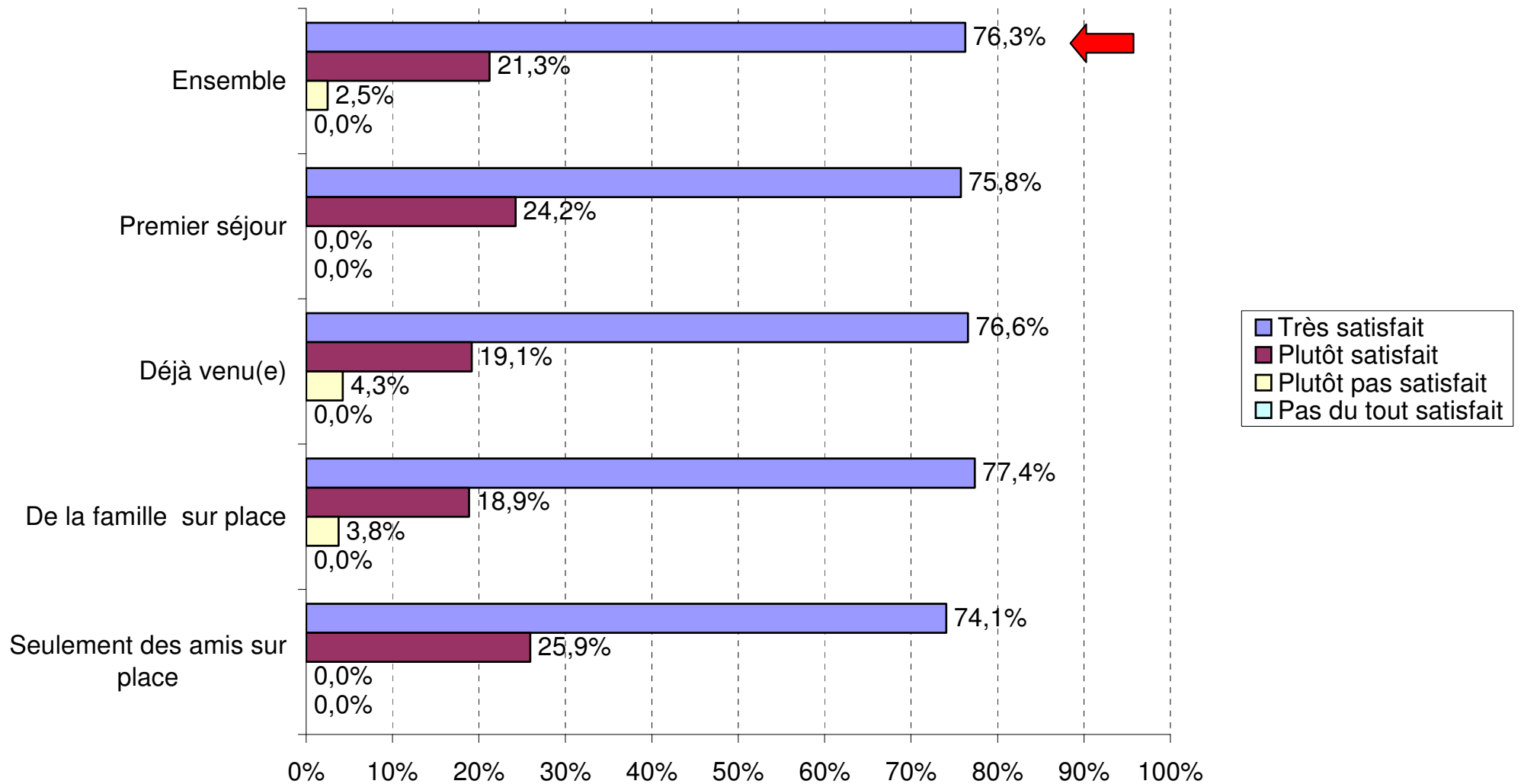


Activités les plus répandues parmi les touristes affinitaires

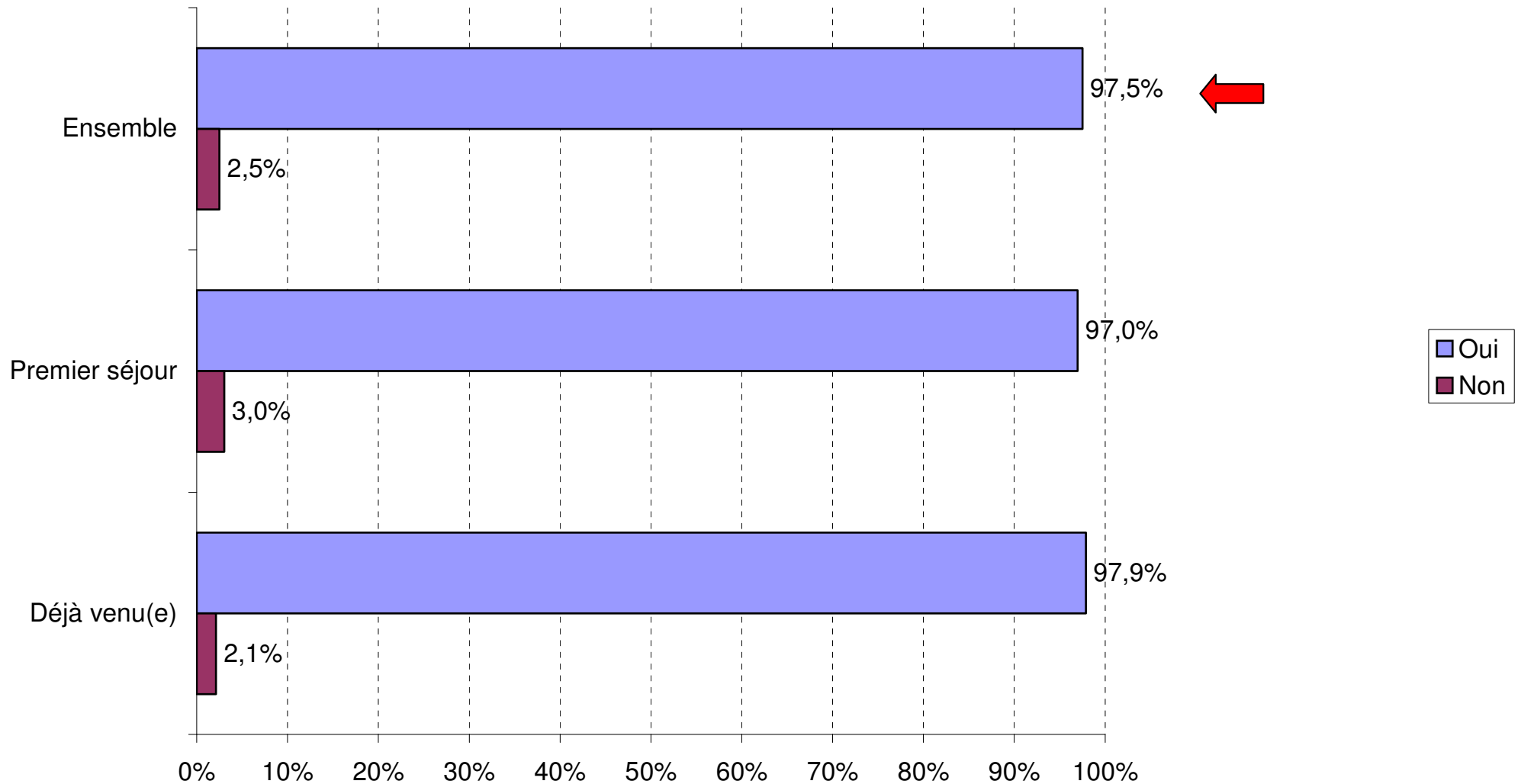


- Les touristes affinitaires sont tous satisfaits, et "très" satisfaits dans plus de 7 cas sur 10. Tous sont prêts à prescrire la destination Réunion, avec un impact généralement positif.
- La plupart ont relevé des motifs spécifiques de satisfaction, souvent relatifs au contexte : accueil, climat, paysages ...
- 6 sur 10 relèvent des motifs d'insatisfaction (relatifs car n'affectant pas leur satisfaction globale) qui sont liés au cadre de vie : les embouteillages sont ainsi souvent dénoncés par les touristes affinitaires.
- La quasi-totalité des touristes affinitaires évoquent également des activités qu'ils auraient aimé pratiquer ou pratiquer davantage : randonnée, loisirs nautiques, loisirs aéronautiques liés au survol de l'île (parapente ...)
- La plupart ont le sentiment d'être restés dans la fourchette budgétaire envisagée avant le séjour et 5 sur 10 estiment qu'ils auraient probablement pu dépenser un peu plus, notamment sur les loisirs.

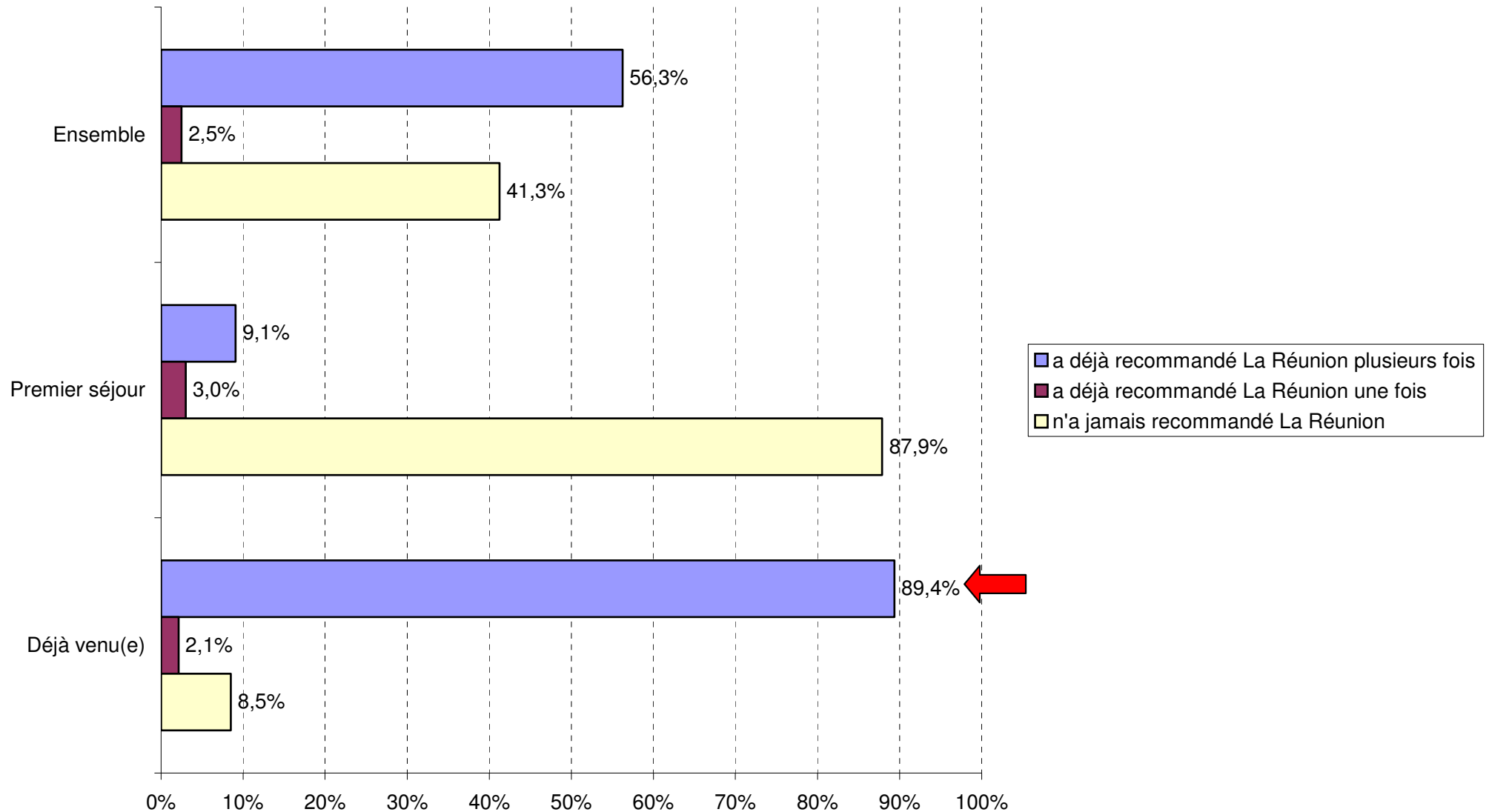
Satisfaction du séjour à la Réunion



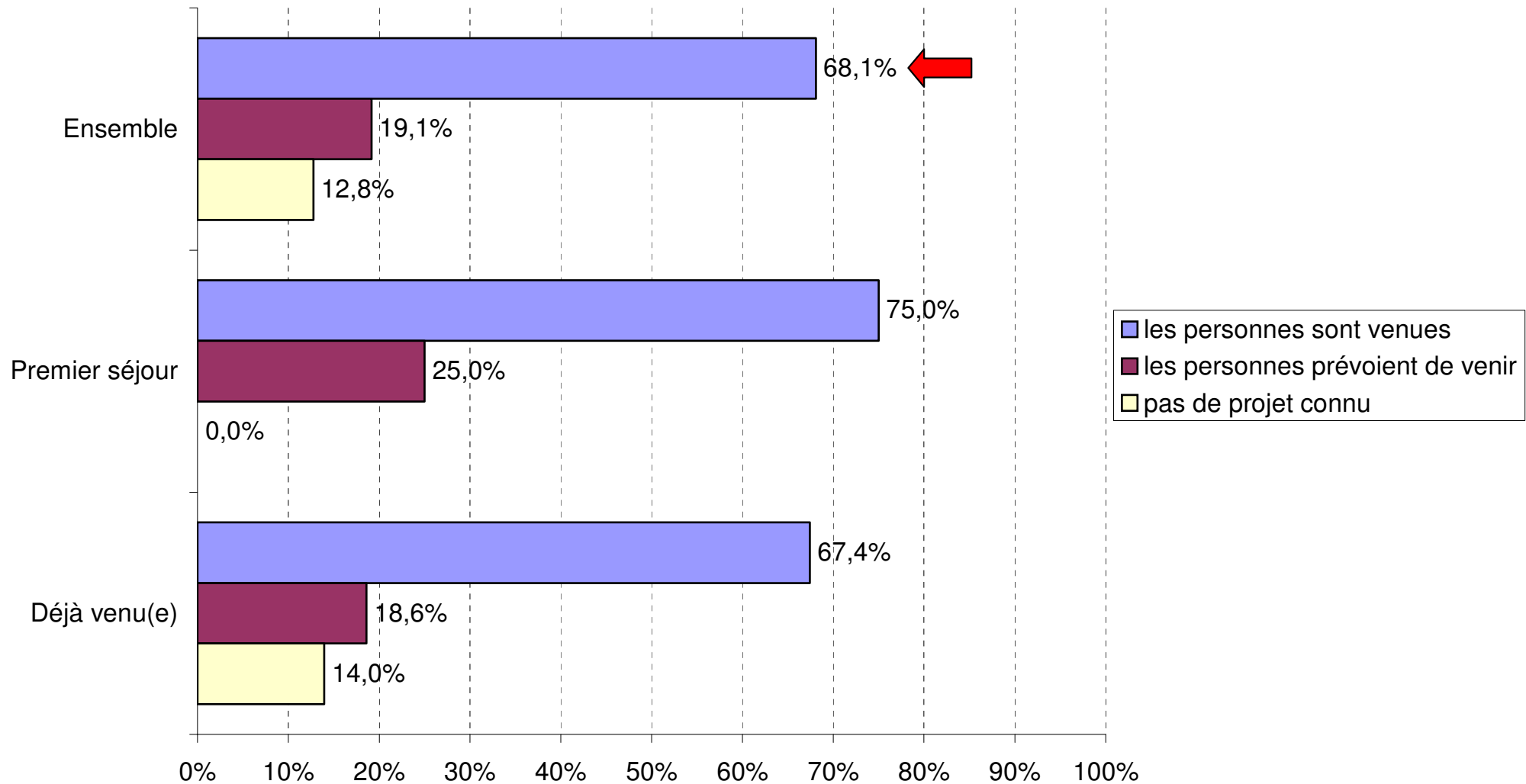
Intention de recommander La Réunion au retour du séjour



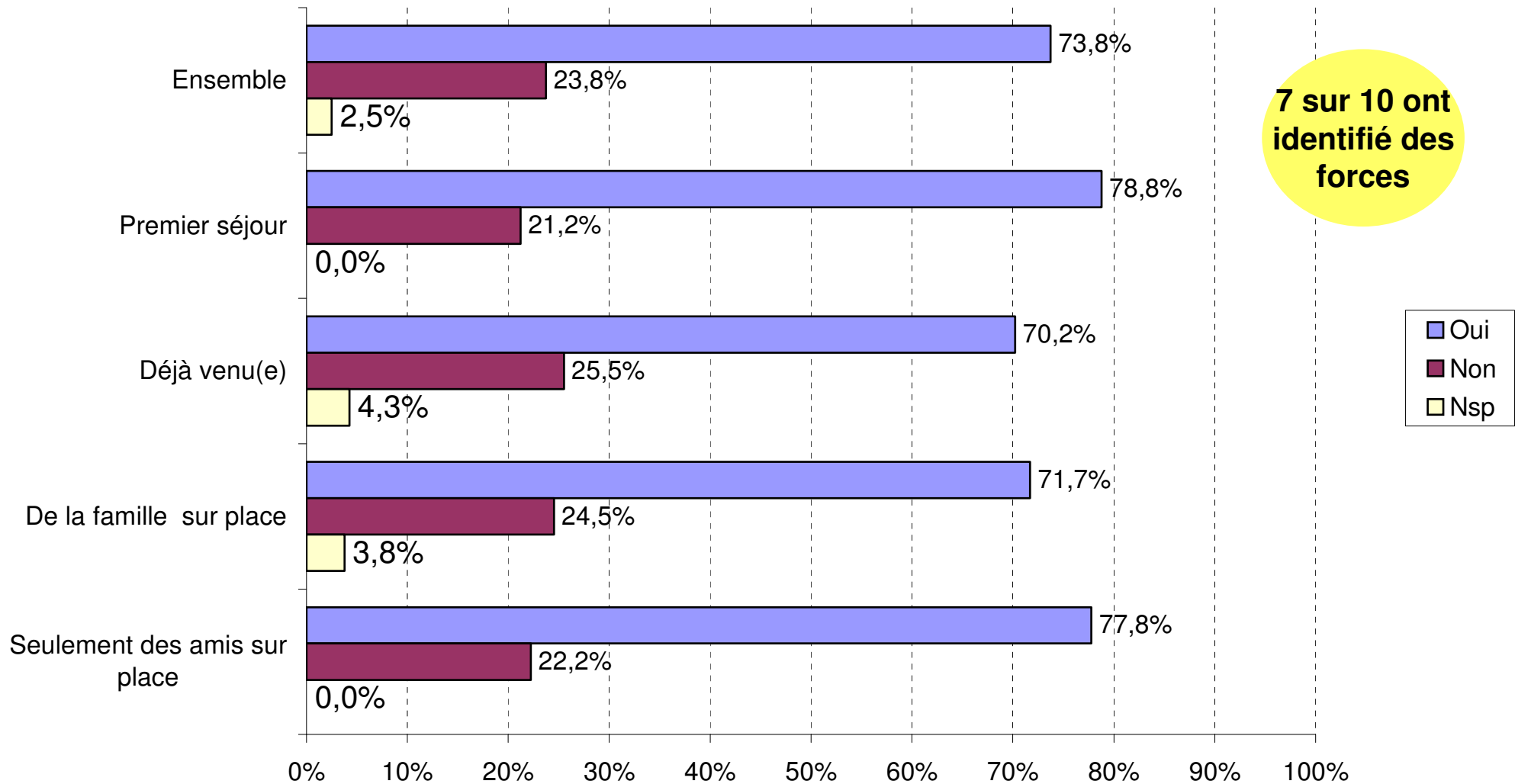
Occasions antérieures déclarées de recommander La Réunion à des relations



Impact de la prescription de la destination Réunion (Base% : déclarant avoir déjà recommandé La Réunion à des relations)

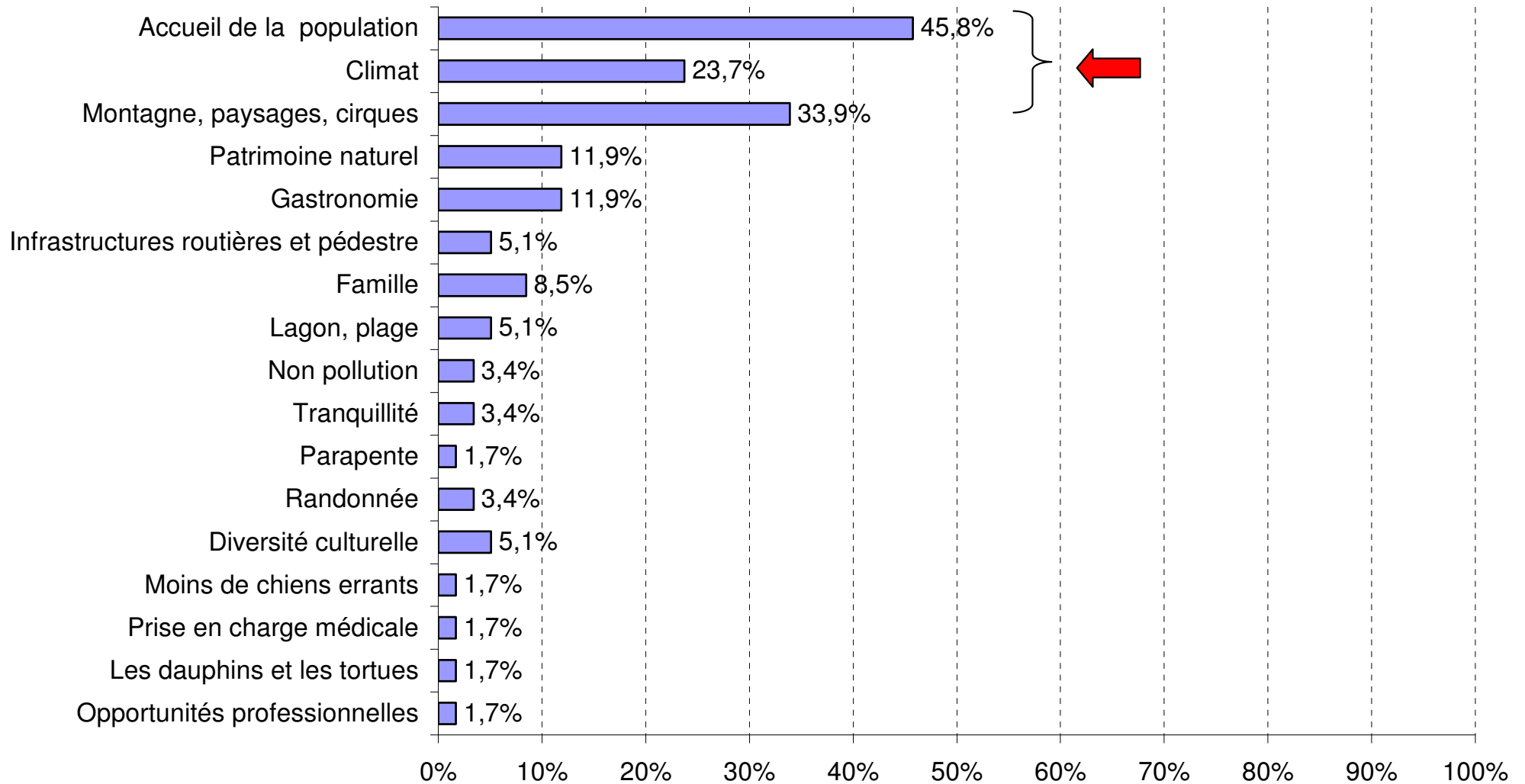


Existence d'aspects plus particulièrement satisfaisants

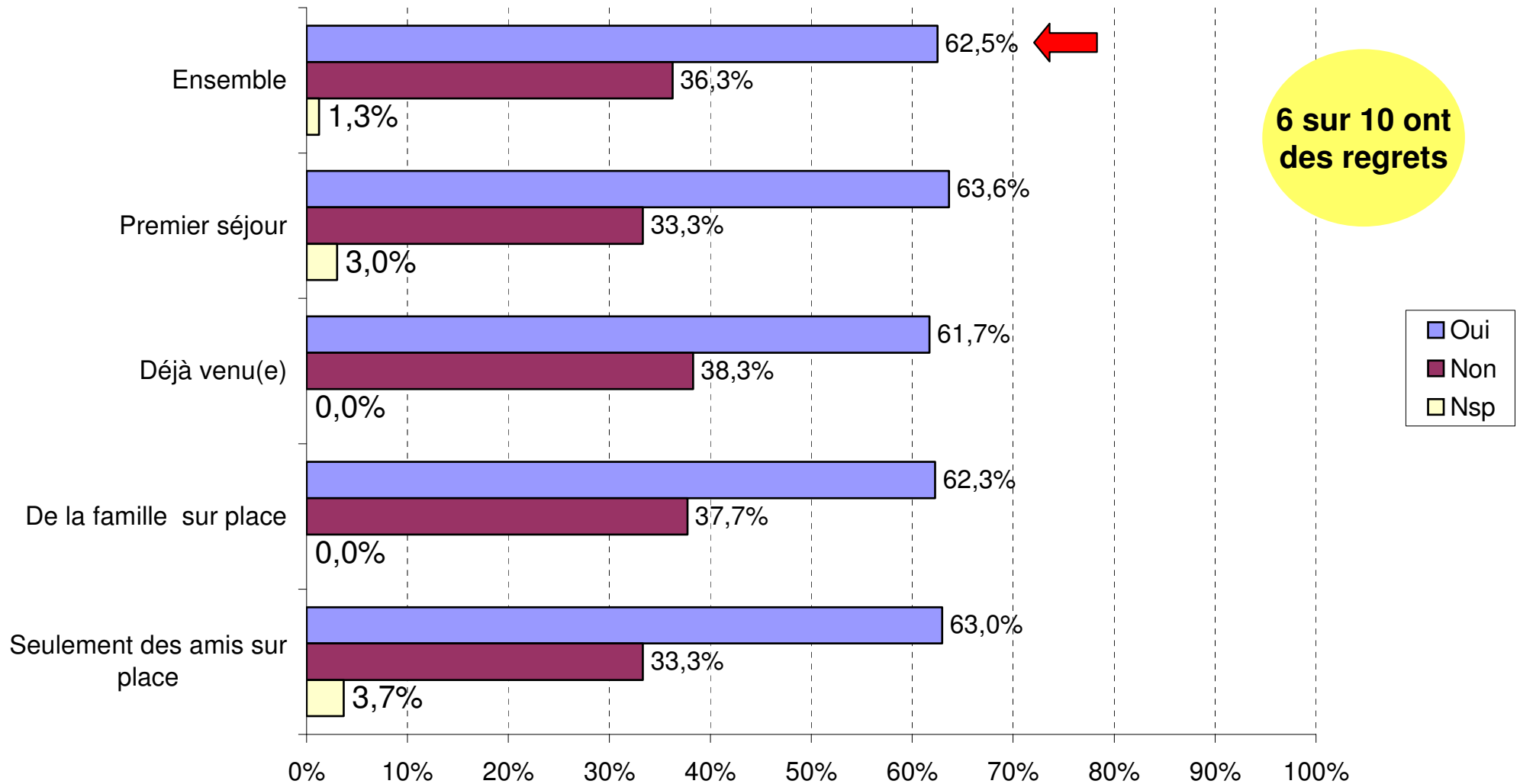


Aspects particulièrement satisfaisants

(Base% : particulièrement satisfait par certains aspects)

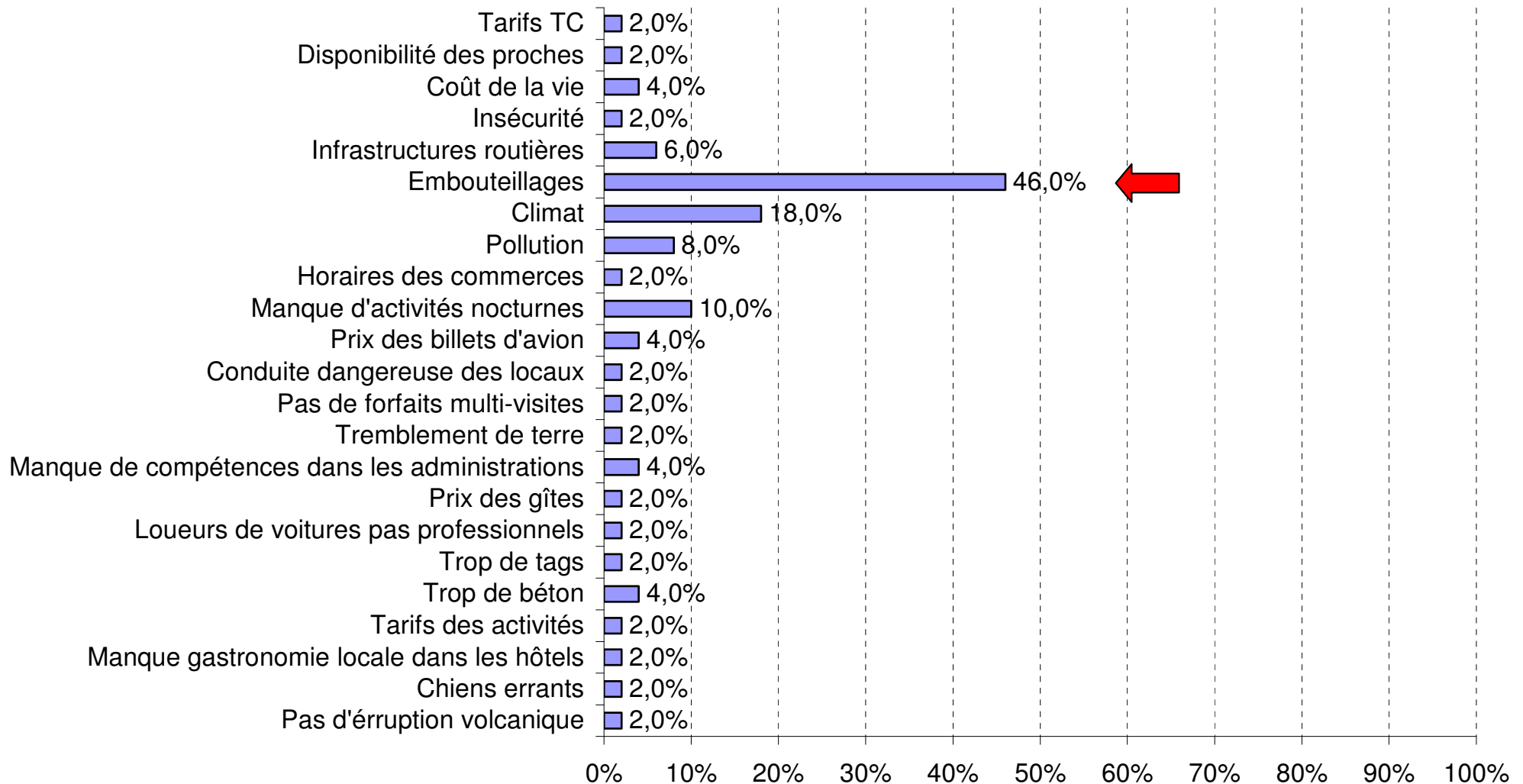


Existence d'aspects particulièrement décevants

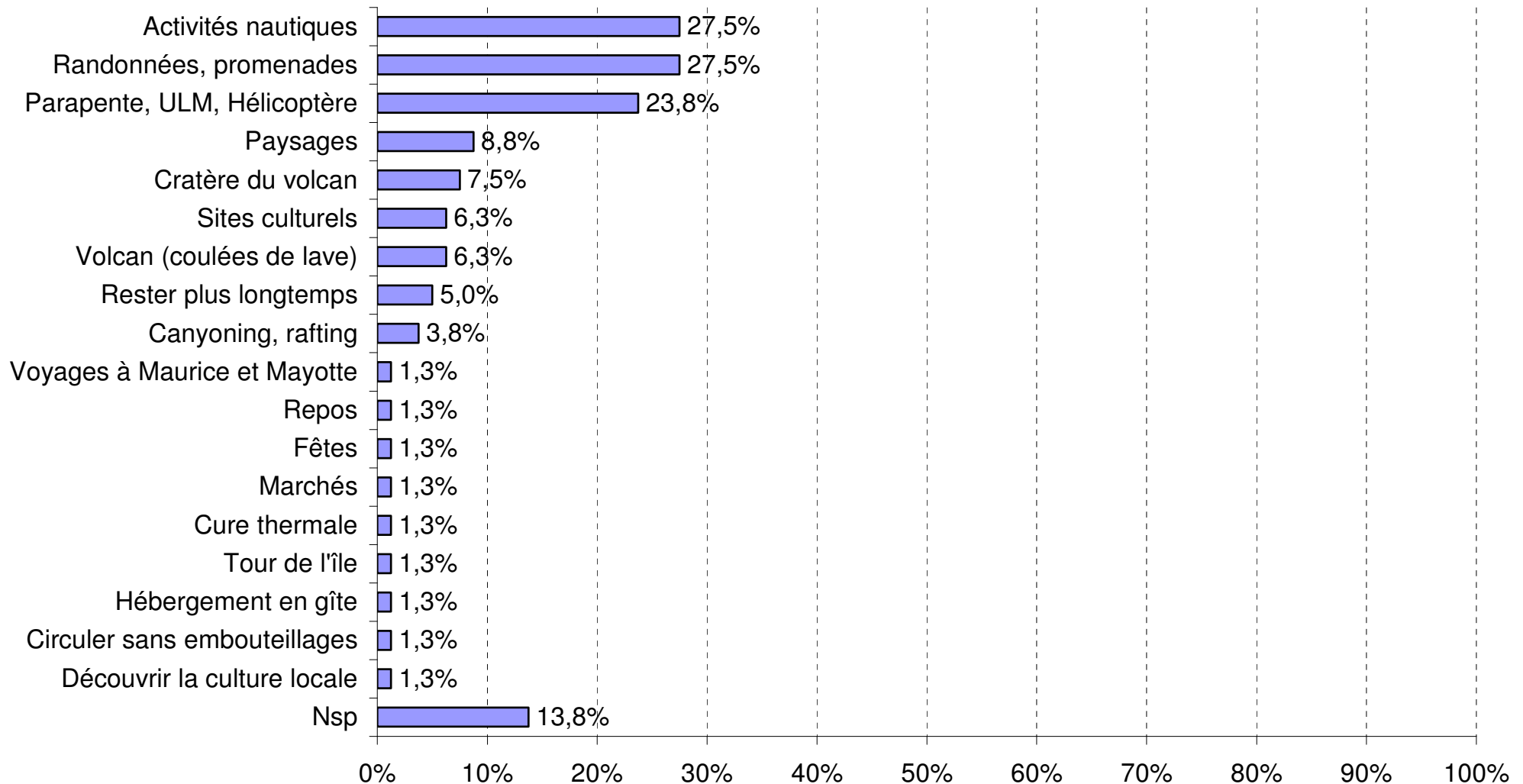


Aspects particulièrement décevants

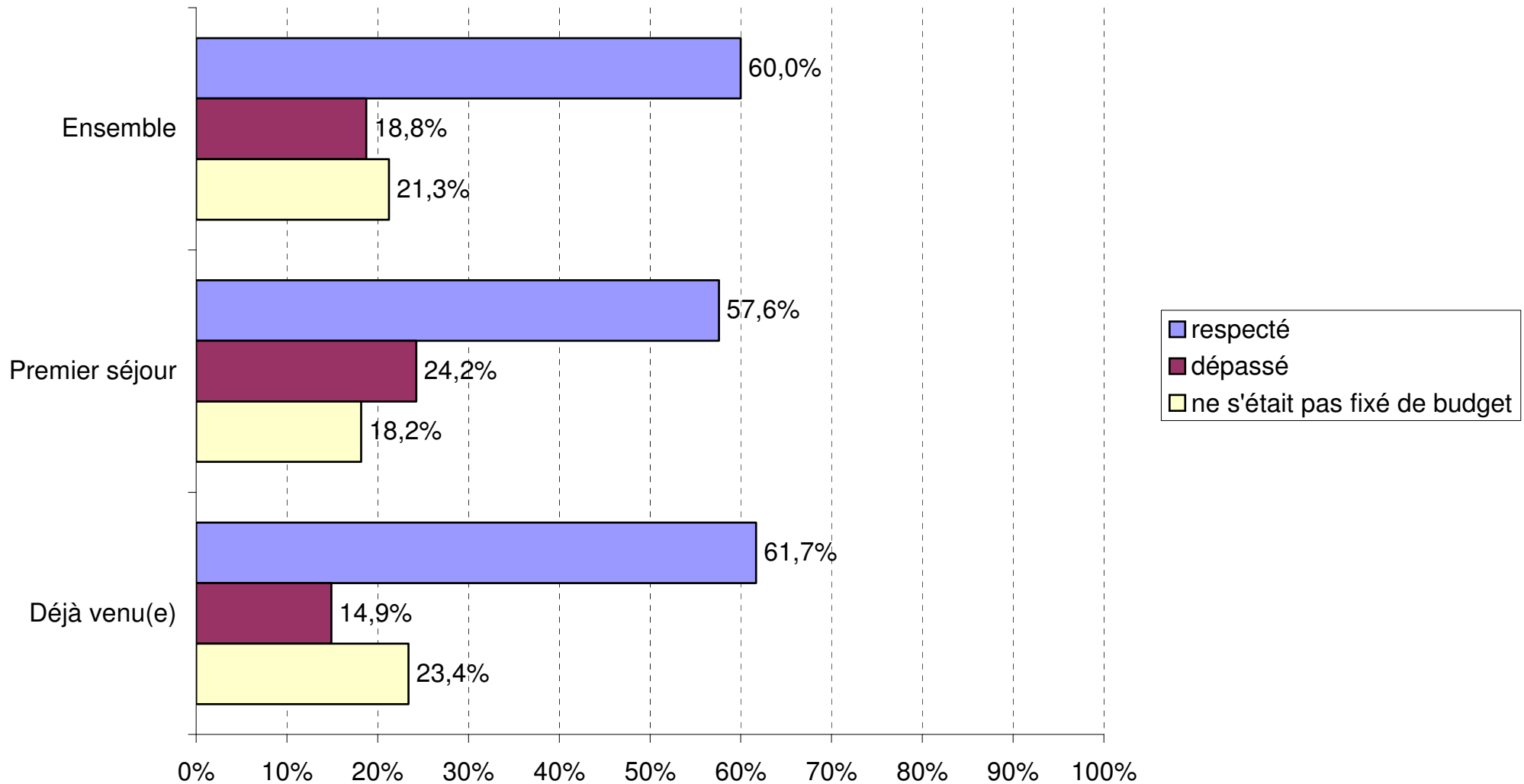
(Base% : déçus par certains aspects)



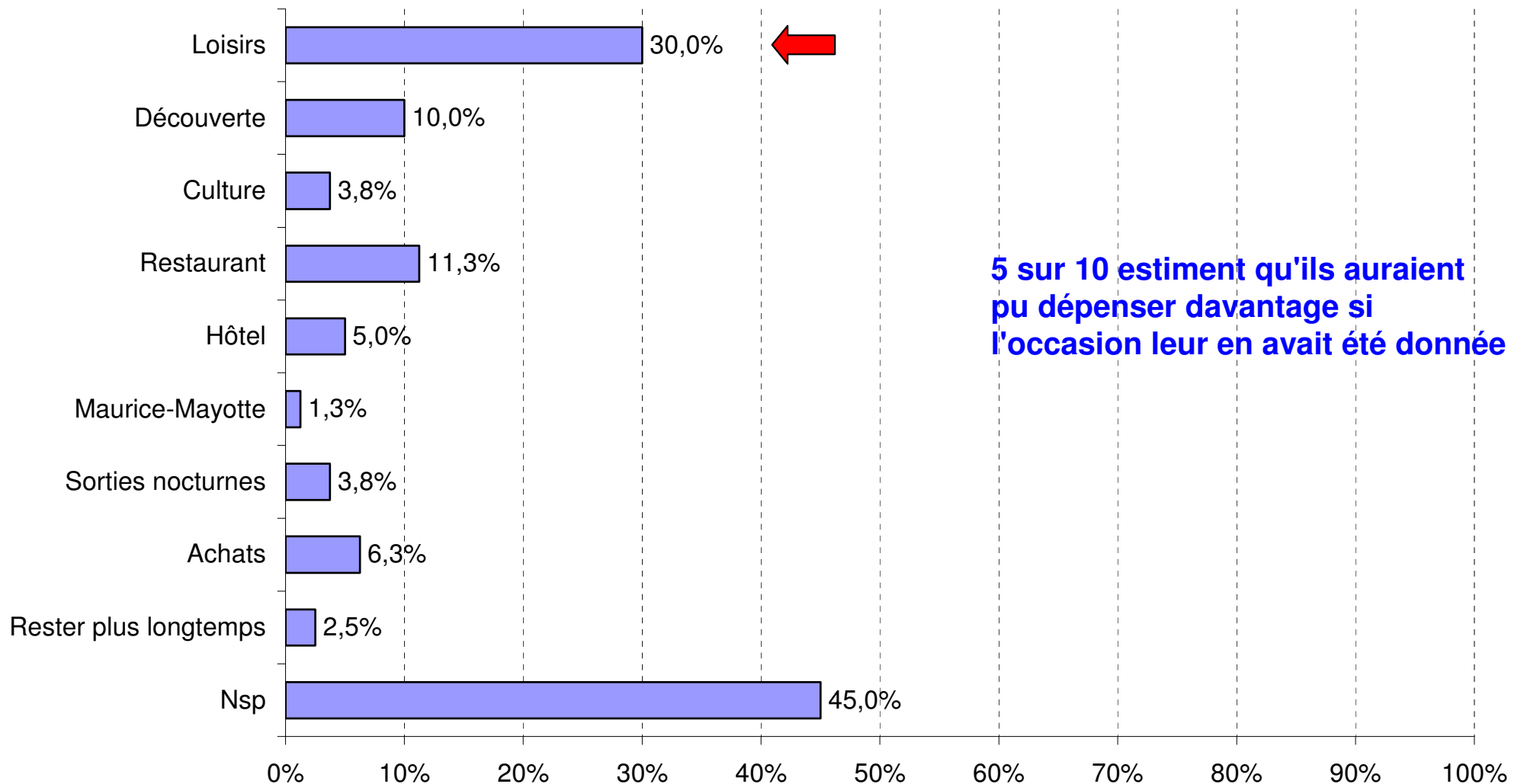
Activités souhaitées mais empêchées pendant le séjour



Respect ressenti du budget fixé



Dépenses supplémentaires envisageables





Principaux enseignements

Réunion - Maurice - Madagascar - Mayotte - Afrique Métropolitaine

Principaux enseignements

- Avec un flux annuel de 160 à 180 000 visiteurs (hors épisode chikungunya), le tourisme affinitaire a une part croissante dans la fréquentation touristique de La Réunion à laquelle il contribue pour 40% voire 50% dans des situations de crise comme lors de l'épisode chikungunya. Les variations saisonnières du tourisme affinitaire le rendent plus visible au premier trimestre de l'année, mais il reste très important aux autres moments de l'année même quand le pic de tourisme d'agrément peut sembler l'occulter (2ème semestre).
- Le tourisme affinitaire est généré à 90% par la métropole. 25 à 30% des touristes affinitaires ont également une relation particulière avec La Réunion dont ils sont originaires.
- Les touristes affinitaires sont nombreux à se fidéliser sur la destination : chaque année, 6 touristes affinitaires sur 10 indiquent être déjà venus précédemment sur l'île, et les visites précédentes remontent souvent à un ou deux ans à peine.
- Parmi les touristes affinitaires déjà venus, la plupart sont déjà venus à plusieurs reprises, et la moitié ont eux-mêmes habité à La Réunion (20 ans en moyenne).
- Les touristes affinitaires voyagent souvent en famille (2 personnes voire plus), plus souvent que les autres touristes. La moitié des touristes affinitaires signalent également la présence d'enfants.
- 75 à 80% limitent leur déplacement à un séjour sur l'île mais 20 à 25% combinent leur visite à La Réunion avec un séjour dans d'autres pays de la zone Océan Indien. En cas de destinations couplées, Maurice reste la destination généralement associée à La Réunion.
- Les touristes affinitaires séjournent quasiment 1,5 fois plus longtemps sur La Réunion que les touristes d'agrément (22 jours vs 15 jours en moyenne en 2006). Et ceux qui sont originaires et reviennent en vacances dans la famille ont également tendance à prolonger leur séjour (presque 30 jours en moyenne).

Principaux enseignements

- Lorsqu'ils décident de venir à La Réunion, les touristes affinitaires ne se situent généralement pas dans une logique de choix et n'envisagent pas d'autre alternative. Les rares touristes affinitaires ayant été tentés par d'autres alternatives avant d'opter pour La Réunion, ont parfois hésité avec des destinations telles que la Corse, le Canada, l'Egypte ... mais aussi parfois les Antilles, Maurice ...
- La relation affinitaire est majoritairement liée à la présence sur place de membres de la famille, souvent elle-même originaire de La Réunion. De manière générale, les touristes affinitaires reconnaissent l'influence directe de leurs proches installés sur l'île : le séjour est souvent motivé par l'envie de se revoir, les hôtes réunionnais font la promotion de leur île en vantant les paysages ... Sans cette présence affinitaire, 50 à 70% des touristes affinitaires auraient peut-être renoncé à leur voyage, ou modifié sensiblement l'organisation de celui-ci (moment, durée ...).
- Les touristes affinitaires qui découvrent La Réunion y sont attirés par la présence d'amis, installés sur place soit pour raisons professionnelles, soit pour raisons personnelles, et qui les attirent ainsi sur une destination que les touristes concernés n'auraient peut-être pas fréquenté en l'absence de ces proches.
- Les touristes affinitaires qui sont déjà venus (environ 6 sur 10), signalent des séjours précédents souvent récents (précédent séjour datant de 1 ou 2 ans), et viennent pour la plupart rendre visite à de la famille.
- On différencie ainsi **2 publics** avec des comportements et des attentes variables :
 - d'une part **ceux attachés à La Réunion, via de la famille, revenant régulièrement sur l'île et y prolongeant leur séjour (plus de 1 mois en moyenne)**, représentant environ 60% des touristes affinitaires soit 100 à 110 000 touristes par an, qui vont s'inscrire dans des activités familiales, peu tournées vers la découverte de l'île : **plage** ...
 - d'autre part, **ceux qui découvrent l'île pour la première fois, y restent un peu moins longtemps (2 à 3 semaines en moyenne)**, environ 40% des touristes affinitaires, soit 60 à 70 000 touristes par an, attirés par l'installation sur place d'amis, celle-ci ayant facilité la décision de venir sur l'île où les activités pratiquées vont être orientées vers la découverte : **balades, visite de sites touristiques ou culturels** ...

- Les touristes affinitaires, souvent attirés à La Réunion par la présence de proches, programment toutefois leur séjour en fonction de leurs propres périodes de disponibilité, indépendamment des contraintes de leurs hôtes, et la saisonnalité du flux est donc davantage influencée par les comportements et usages en métropole (principale réserve de touristes affinitaires) que par le calendrier ou les comportements et usages locaux.
- Les proches représentent un point d'appui fréquent pour organiser le séjour, notamment lors d'un premier séjour à La Réunion. Par exemple, les hôtes locaux se chargent dans la moitié des cas des réservations d'hébergements payants.
- La recherche d'informations sur les activités touristiques se fait parfois à l'aide d'Internet, des guides ou brochures touristiques ou en visitant les Offices de tourisme. Mais ces différents moyens d'information sont souvent court-circuités par la fonction fréquemment dévolue aux proches de recueillir l'information et participer à l'organisation du séjour, ce qui augmente le risque d'une information insuffisante sur l'offre, notamment de loisirs sur place.
- 7 touristes affinitaires sur 10 signalent changer de lieu d'hébergement en cours de séjour et 5 sur 10 signalent la fréquentation de structures payantes (hôtels ou gîtes). Mais les nuitées chez la famille ou les amis restent les plus fréquentes et représentent plus de 80% du séjour (23 nuits sur 28).
- Les touristes affinitaires profitent ainsi largement des possibilités d'hébergement offertes par les proches installés sur l'île. Ils sont à peine 10% à dormir à l'hôtel, qui constitue le mode d'hébergement principal d'à peine 5% des touristes affinitaires. En cas de séjour à l'hôtel, les durées des séjours dans ces structures sont toutefois comparables entre les touristes affinitaires (6 à 7 nuits) et celles des touristes d'agrément (7 à 8 nuits).

- Le billet d'avion et les dépenses spécifiques avant le séjour représentent plus de 50% du budget total du séjour (dépense sur place, voyage, dépenses avant le séjour). Les touristes affinitaires évaluent à environ 1500 € leur dépense sur place.
- L'hébergement et les repas concentrent environ 40% de la dépense sur place des touristes affinitaires. Les loisirs représentent un peu plus de 10% avec une dépense moyenne annoncée de 150 à 200 €.
- Rapportées en touristes et en jours, on peut ainsi évaluer le budget moyen d'un touriste affinitaire à un peu moins de 10 € par personne pour le poste hébergement/restauration, à 2 à 3 € par personne par jour pour les loisirs, 2 à 3 € par personne et par jour pour l'achat de souvenirs.
- La plupart des touristes affinitaires ont le sentiment d'être restés dans la fourchette budgétaire envisagée avant le séjour et 5 sur 10 estiment qu'ils auraient probablement pu dépenser un peu plus, notamment sur les loisirs.
- Les touristes affinitaires sont tous satisfaits, et même "très" satisfaits dans plus de 7 cas sur 10. La plupart ont relevé des motifs spécifiques de satisfaction, souvent relatifs au contexte : accueil, climat, paysages ... Tous sont prêts à prescrire la destination Réunion et sont apparemment entendus si l'on se réfère à ceux qui l'ont déjà prescrite.
- 6 sur 10 relèvent des motifs d'insatisfaction (relatifs car n'affectant pas leur satisfaction globale) qui sont liés au cadre de vie : les embouteillages sont ainsi souvent dénoncés par les touristes affinitaires.
- La quasi-totalité des touristes affinitaires évoquent également des activités qu'ils auraient aimé pratiquer ou pratiquer davantage : randonnée, loisirs nautiques, loisirs aéronautiques liés au survol de l'île (parapente ...).



SYNTHESES
Etudes et Stratégies
Le futur se construit aujourd'hui



observatoire
RÉGIONAL
du tourisme
ÎLE DE LA RÉUNION

Préconisations

Réunion - Maurice - Madagascar - Mayotte - Afrique - Métropole

- Le touriste affinitaire dépense en moyenne (hors billet d'avion) environ 1500 € soit un potentiel économique de 240 à 280 millions d'euro par an. C'est un touriste fidèle (tous les 2 ans environ) qui ne met pas en compétition la destination et qui a priori peut dépenser sur plusieurs postes un peu plus que ce qu'il fait aujourd'hui.
- Pour autant, aucune offre spécifique ne lui est destinée et le vecteur principal de communication et de commercialisation du produit Réunion est laissé aux mains de la «famille accueillante» qui ne dispose d'aucune «aide à la vente». Environ 2 sur 5 de ces touristes affinitaires ne sont jamais venus à la Réunion et leur motivation première est la découverte, mais à la différence des touristes d'agrément, ils ne bénéficient pas des conseils des professionnels du voyage au départ.
- La stratégie à développer pourrait s'appuyer sur 3 axes :
 1. Information et communication à destination à la fois de la «diaspora réunionnaise en métropole» et des «familles accueillantes» à la Réunion. Information traitée différemment de celle utilisée pour les touristes d'agrément (connaissance du pays, guide familial, séjour long, proximité culturelle, a priori favorable, etc.)
 2. Packager des offres spécifiques notamment en hébergement et en loisir. La recherche d'autonomie par rapport à la famille accueillante, va aller croissante compte tenu de l'évolution des modes de vie.
 3. Développer le rôle de prescription de La Réunion comme destination touristique avec leurs relations métropolitaines.
- Trois actions peuvent être engagées rapidement :
 1. La mise au point d'un concept d'information et de commercialisation destiné à ce segment de clientèle lors de la préparation du voyage
 2. Entamer une réflexion sur l'offre et la commercialisation d'hébergement
 3. Mettre en oeuvre des actions permettant d'accroître la demande en loisirs culturels et sportifs.

- **Constat** : Les amis, la famille ou Internet sont les moyens utilisés par les 2 tiers des touristes. Lorsqu'ils utilisent Internet, près de 2 touristes sur 5 s'informent sur les possibilités d'hébergement et essaient d'avoir une vision globale de l'offre touristique. Les brochures et guides sont utilisés par 2 touristes sur 5 pour rechercher de l'information sur les circuits touristiques.
- **Enjeux** : 3 touristes sur 5 sont déjà venus à La Réunion. Pour autant, il convient d'accroître, d'une part, le niveau d'information des touristes affinitaires sur l'offre d'hébergement, sur les circuits touristiques, sur les loisirs et, d'autre part inciter, avant le départ, à l'achat de prestations.
- **Objectifs** : Accroître l'utilisation d'Internet et des brochures avant le départ.
- **Actions possibles** : Créer un concept d'information et de préachat spécifiquement «affinitaire » : «que faire à la Réunion pendant 3 à 4 semaines ?». Site Internet et brochures spécifiques.

- **Constat** : 7 touristes sur 10, changent d'hébergement en cours de séjour et la moitié fréquentent des structures payantes. Sur 28 nuitées en moyenne, seules 5 sont passées en structure payante (hôtels, gîtes, chambre d'hôtes). Les réservations sont autant faites par les accueillants que par les touristes eux mêmes avant l'arrivée à La Réunion.
- **Enjeux** : Augmenter la dépense touristique chez les professionnels de l'hébergement. Facteur favorable, sur le long terme, l'évolution du mode de vie des réunionnais (croissance de logement collectif, logement moins grand, individualisme plus fort, recherche d'indépendance, etc.) incitera le touriste affinitaire à consommer plus de nuitées payantes.
- **Objectifs** : Doubler, dans les 5 ans, la consommation de nuitées payantes
- **Actions possibles** :
 - Accroître une offre d'hébergement adaptée à ce type de clientèle
 - La rendre visible et lisible.
 - Inciter les professionnels à créer des offres « spécifiques » pour ces clientèles, en axant sur la fidélisation et la prescription. En effet, plus de la moitié des touristes affinitaires reviennent à La Réunion dans les 2 ans et les neuf dixièmes d'entre-eux incitent leurs amis métropolitains à venir à la Réunion. Ils représentent un vecteur de communication non négligeable.

Développer la communication sur l'offre de loisirs

- **Constat** : La dépense touristique dans ce domaine reste modeste, environ 150 à 200 euros. Les équipements de loisirs culturels et touristiques sont peu visités. 5 touristes sur 10 estiment qu'ils auraient pu dépenser un peu plus en loisirs. L'offre est aujourd'hui éclatée et peu lisible.
- **Enjeux** : Aujourd'hui, de nombreuses structures culturelles (musées, centres d'interprétation, activités de loisirs sportifs, etc.) sont à la recherche d'une fréquentation plus forte. Les loisirs sont aussi un facteur essentiel dans la satisfaction du séjour touristique.
- **Objectifs** : Accroître la fréquentation des structures de loisirs.
- **Actions possibles** :
 - Rendre plus visible l'offre des structures culturelles (musées, centres d'interprétation, spectacles, etc.)
 - Inciter à des offres communes sur l'ensemble de La Réunion (achat de pass, comme il en existe à Saint Leu entre Kelonia, Mascarin et Stella)