

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE ET EXCURSIONNISTE DES RÉUNIONNAIS

Phase qualitative et quantitative – Février 2013

- 
1. Méthodologie
 2. La clientèle locale un apport décisif
 3. Les vacances
 4. Les séjours
 5. Les activités
 6. Les freins à la fréquentation
 7. Les attentes
 8. Les pistes d'actions

Qualitative : 3 tables rondes de résidents réunionnais de 2H30 chacune.

25 au 27 septembre 2012

Quantitative : Sondage téléphonique
Echantillon représentatif de la population réunionnaise de 605 ménages.

10 au 22 octobre 2012



Mieux connaître les besoins et les attentes de la population réunionnaise en matière de tourisme:

Les

objectifs

1. Identifier **les niveaux de consommation** en matière touristique
2. Identifier **les attitudes et caractériser les usages et les comportements associés** à la consommation de produits touristiques
3. Recueillir l'opinion sur l'offre actuelle
4. Identifier les motivations, les freins et les attentes vis-à-vis de cette offre
5. Identifier **les forces et les faiblesses de l'information et de la réservation touristique.**

2. La clientèle locale: un apport décisif

Dépenses Touristiques

846 M€

Résidents

480 M€

Non Résidents

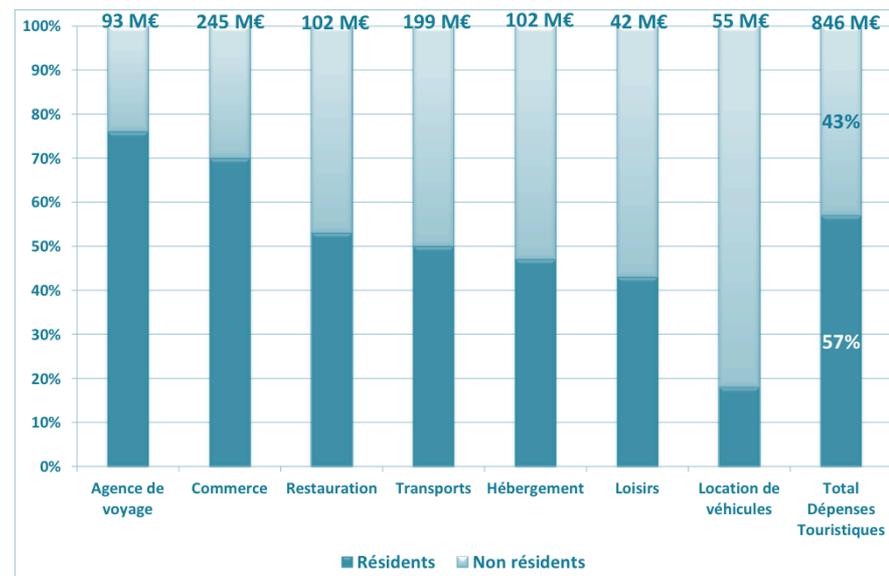
366 M€

Avec près de 480 millions d'euros de dépenses, la clientèle locale occupe une place prépondérante dans l'économie touristique de l'île.

En 2005: La dépense de la clientèle locale représentait 57% de la dépense totale.

La répartition des dépenses de la clientèle locale apporte une contribution décisive dans le développement ou le maintien de certaines activités.

- 70% de la dépense captée par les agences de voyages ou le commerce provient des résidents.
- 50% de la dépense dans la restauration et le transport hors location de véhicule provient des résidents.
- Cependant, 80% de la dépense consacrée à la location de véhicule est réalisé par les touristes non résidents.



2. Vacances: l'attrait de la métropole et de Maurice

En moyenne, sur les 6 derniers mois, les ménages voyageurs ont effectué 1.2 séjours.
81% des ménages ont effectué un seul séjour, alors que 19% ont effectué 2 ou plus.

Métropole	48%
Océan Indien	41%
Asie	6%
Europe	3%
Autres pays	3%

Les destinations préférées des réunionnais voyageurs sont :
la métropole et les îles de l'Océan Indien (Maurice 29%)

Ils voyagent principalement :

- en famille (45%)
- en couple (20%)
- en groupes organisés ou non (23%)
- seuls (20%)

Profils		Ensemble	Vacances hors département
Age du chef de famille	Chef de famille - 18-29 ans	12%	8%
	Chef de famille - 30-49 ans	49%	46%
	Chef de famille – plus de 50 ans	39%	46%
PCS du chef de famille	Chef de famille - Actifs PCS+	23%	38%
	Chef de famille - Actifs PCS-	42%	34%
	Chef de famille - Inactifs	35%	28%
Naissance du répondant	Né(e) à la Réunion	80%	67%
	né(e) hors Réunion	20%	33%
Situation de famille	Vit en couple	60%	65%
	Ne vit pas en couple	40%	35%
Enfants moins de 18 ans	Présence d'enfants de 18 ans ou moins	51%	41%
	Absence d'enfants de 18 ans ou moins	49%	59%
Ensemble		100%	100%

Les vacances hors Réunion sont caractérisés par:

- Profil chef de famille né hors de La Réunion
- Plus de 50 ans,
- De PCS+,
- Vivant en couple sans enfants à charge.

2. Vacances: l'attrait de la métropole et de Maurice

63 000 ménages qui ont pris des vacances ou des week-ends prolongés hors de La Réunion entre avril et septembre 2012 → environ 190 000 personnes.

- Le Réunionnais voyagent en « famille élargie » (oncle, tante, cousins, etc.):
- la métropole a capté environ 30 000 ménages.
- Maurice a attiré 18 000 ménages .

- **Durée moyenne du séjour : 23 jours**
 - ✓ Métropole 28
 - ✓ Maurice 19
- **Nombre moyen de participants : 3 personnes**
 - ✓ Métropole 2,5
 - ✓ Maurice 3,7
- **Budget moyen du séjour : 6 900 €**
 - ✓ Métropole Budget moyen par personne et par jour : 100 €
 - ✓ Maurice Budget moyen par personne et par jour : 61 €



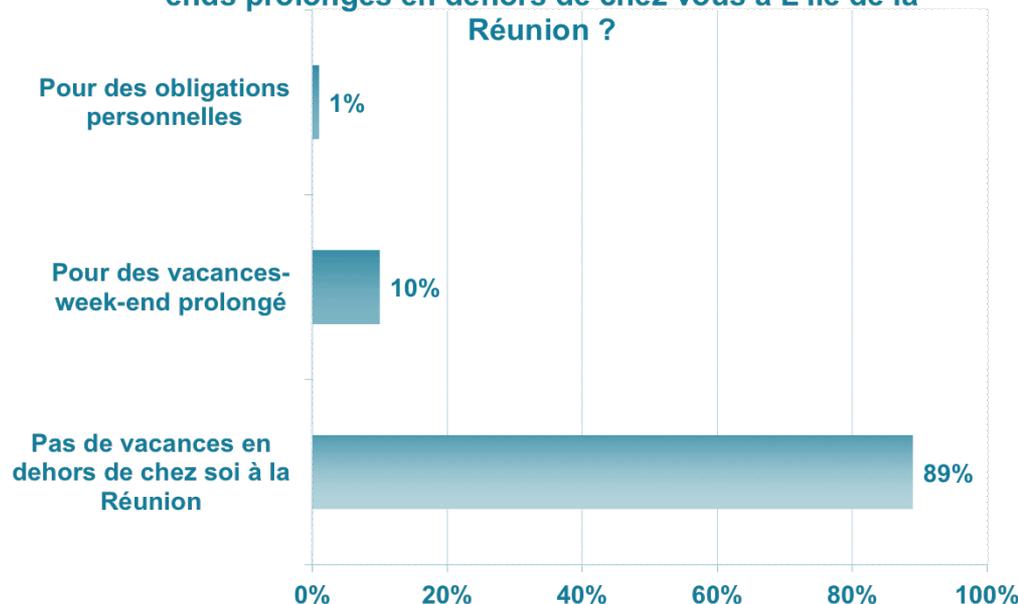
2. Vacances à La Réunion: un attrait moindre

Environ 10% des ménages interrogés ont déclaré avoir pris des vacances ou des week-ends prolongés à La Réunion au cours des 6 derniers mois. En volume cela représente 30 000 ménages.

- le profil des ménages prenant des vacances ou des week-ends prolongés à La Réunion est plus jeune que celui quittant l'île.

- les ménages dont la personne de référence a entre 30 et 49 ans, de PCS+, qui vivent en famille avec des enfants à charge qui prennent des vacances à La Réunion.

Au cours des 6 derniers mois, c'est-à-dire entre avril et aujourd'hui, avez-vous pris des vacances ou des week-ends prolongés en dehors de chez vous à L'île de la Réunion ?



2. Vacances à La Réunion: un attrait moindre et pourtant ...



Les éléments déclencheurs d'un séjour touristique local :

anniversaire, ponts, visites de touristes affinitaires, événements culturels ou culturels, promotions spéciales, etc.

- Durée moyenne du séjour : 7 jours**
- Nombre moyen de participants : 4,5 personnes**
- Budget moyen du séjour : 470 €**
- Budget moyen par personne et par jour : 15 €**
- **Hébergement : 227 €**
- **Repas : 155 €**
- **Activités payantes : 47 €**
- **Déplacements : 41 €**

Les freins à la consommation fréquente de produits touristiques:

- **Le manque d'inspiration,**
- **L'absence de sollicitations par les opérateurs touristiques ,**
- **Perception d'une communication essentiellement tournée vers les touristes extérieurs .**

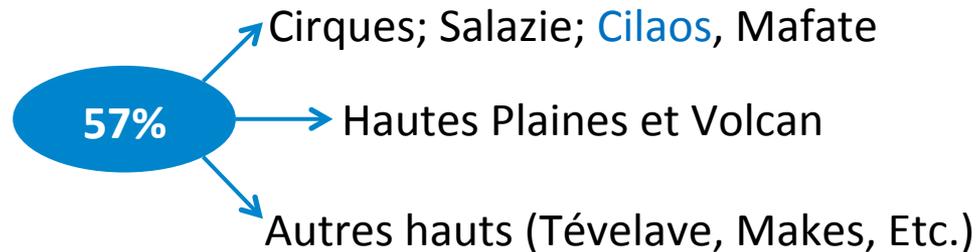


sentiment de ne pas être suffisamment pris en compte.

Les **points forts** de L'île pour les touristes locaux sont :

- diversité des types de séjours et d'activités : mer ou montagne, diversité des ambiances, des activités, des sites, etc.
- qualité des paysages et espaces naturels
- identité de l'île : cuisine, traditions, métissages, culture, personnalité des Réunionnais, etc.

Les Hauts



Les Bas



Régions typiques



La recherche d'informations sur la destination n'est pas une préoccupation majeure dans la préparation du séjour car :

- le lieu de villégiature est connu du ménage (52%)
- le bouche à oreille suffit à la décision (37%) .

17% des touristes résidents ont quand même effectué une recherche sur Internet (forum, sites spécialisés, Google) pour choisir leur dernier séjour .

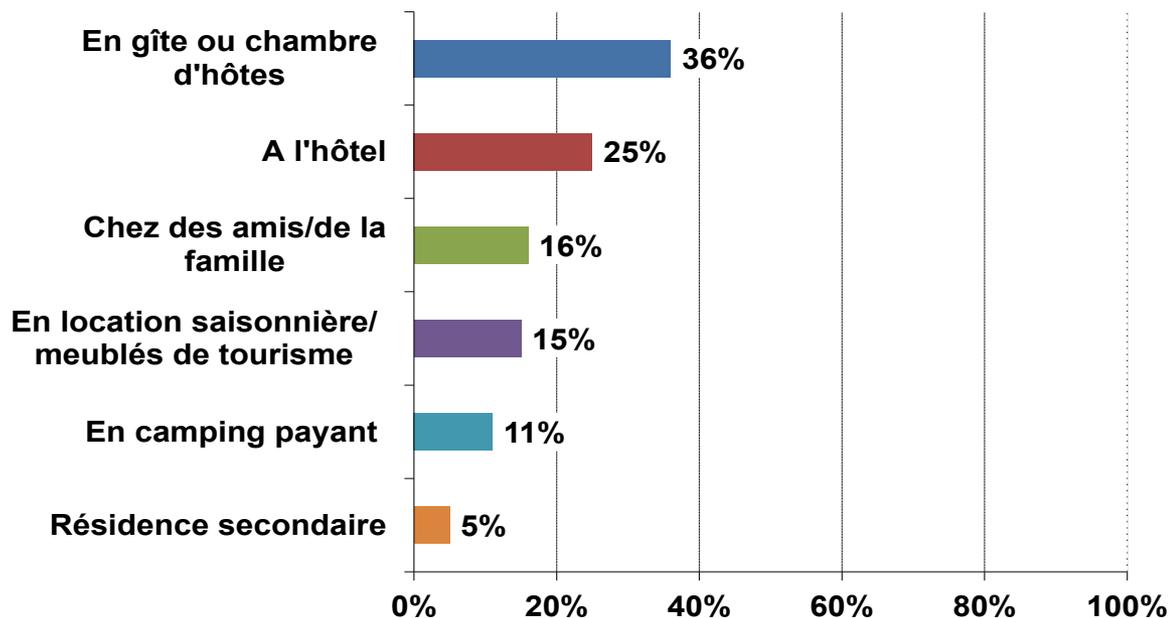
Les touristes locaux privilégient :

- l'hébergement en gîte ou en chambre d'hôte

(contact avec l'habitant, le caractère authentique et la proximité des sites naturels ou départs de randonnées).

- les séjours dans les hôtels, bungalows ou meublés de tourisme se font principalement dans l'Ouest, (en raison de la proximité des plages).

Dans quel type d'hébergement avez-vous séjourné ?
(Base : 10% des ménages réunionnais)



Les critiques des touristes locaux :

Les Gîtes et chambres d'hôtes :

- la propreté
- le rapport qualité-prix

Les hôtels :

- Le prix se situent dans une fourchette de prix supérieur
- Pas assez de spécificités essentiel pour y passer des vacances ou un week-end.

Les profils des ménages fréquentant l'un ou l'autre des hébergements :

- les jeunes ménages et les PCS-: hébergement dans la famille .
- les non-natifs de La Réunion et les familles sans enfants de moins de 18 ans : hébergement en gîtes.



Choix du mode d'hébergement

Le choix du mode d'hébergement sera fonction :
Du type de séjour, de sa forme, de la taille du ménage ou du groupe, de la zone géographique .

Séjour en couple

Hôtellerie haut de gamme
Gîtes/bungalows ou chambres
d'hôtes de charme

Séjour entre amis

Locations saisonnières : villas ou
bungalows
Gîtes ou auberges

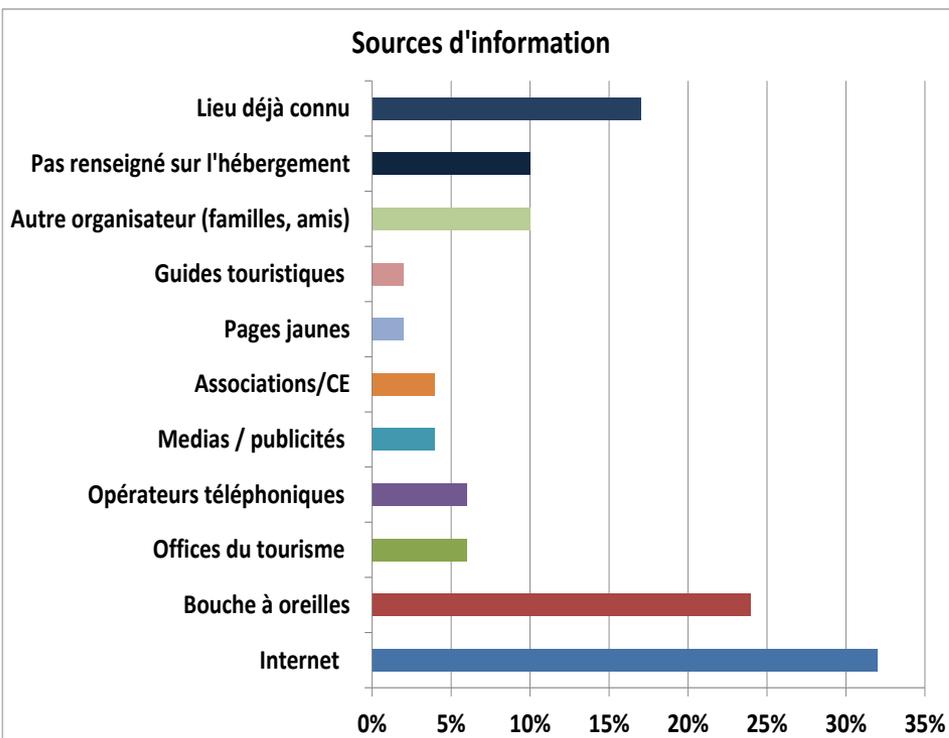
Séjours en famille avec enfants

Locations saisonnières : villas ou bungalows
Prêt de maison dans l'ouest
critère de choix : **Proximité de la plage** ou **présence de piscine**

Sources d'information

Les sources sont multiples :

- Internet
- réseaux sociaux (tiers des ménages) journaux, les radios, les télévisions, les guides papier ou l'annuaire.
- les opérateurs téléphoniques
- les offices de tourisme (6 % des ménages vacanciers).
- Le bouche à oreille constitue une source non négligeable d'information



Les touristes locaux considèrent rarement les Offices du Tourisme ou d'autres instances du tourisme local comme une ressource incontournable.

Ils expriment un manque de lisibilité, souvent par méconnaissance des sources disponibles d'information sur les hébergements et les activités touristiques.

Le choix va se faire selon le type et la forme du séjour.

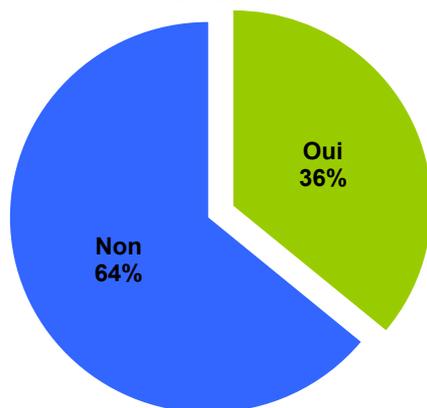
➤ **Séjour entre amis ou en famille avec enfants** : La cuisine conviviale, le barbecue et le pique-nique, (selon le budget du groupe, un Snack/Pizza voire un restaurant).

➤ **Séjour en couple** : recherche de l'éclectisme (entre les restaurants typiques, la restauration hôtelière, les tables d'hôtes ou les pique-niques pour le déjeuner).

Uniquement des repas payants	9%
Au moins un repas sur table	80%
Au moins un repas 'hors lieu de séjour'	91%
Uniquement repas lieu de séjour	7%

Lors de ce séjour, avez-vous fait des activités payantes touristiques de type visites de musées, excursions, ... ?

(Base % : Déclarant avoir séjourné à l'hôtel, en gîte, location saisonnière/meublée, camping payant ou en résidence secondaire)



■ La pratique d'activités touristiques payantes : tiers des ménages ayant effectué un séjour.

■ La non pratique : l'absence d'activité touristique à proximité du lieu de séjour, ou manque d'opportunité, ou au lieu du séjour.

Les séjours en montagne : moins propice à l'achat.

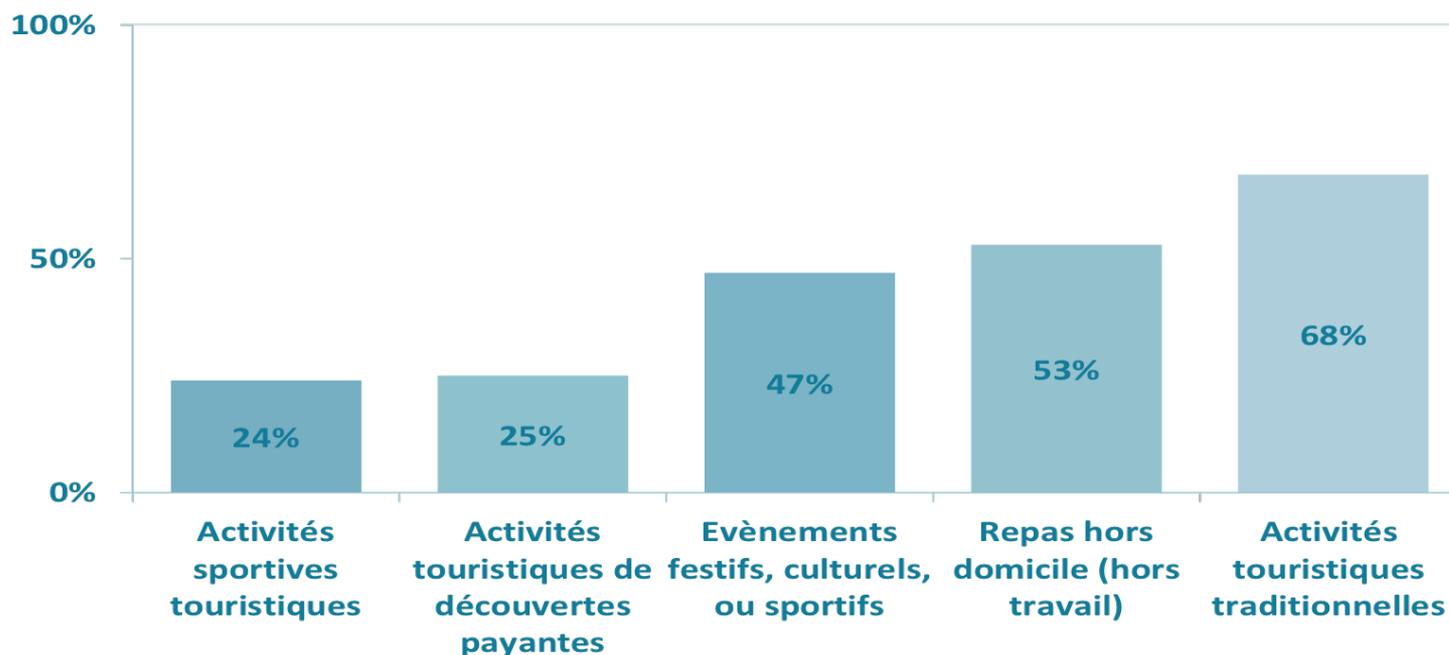
La plage : la mer suffit souvent à occuper les enfants.

Pour les résidents, la pratique d'une activité touristique payante sera souvent l'occasion d'une sortie excursionniste spécifique .

Si seulement 10% des ménages réunionnais ont effectué un séjour d'avril à septembre 2012, Les activités traditionnelles de pique-nique, de visite de site naturel, de balades ou de plages ont été pratiquées par presque 7 ménages sur 10.

➤ La fréquentation des restaurants, comme la participation aux événements festifs culturels ou sportifs concernent la moitié des ménages réunionnais.

➤ Les activités sportives payantes ou non, les activités de découvertes payantes regroupent environ un quart des ménages.

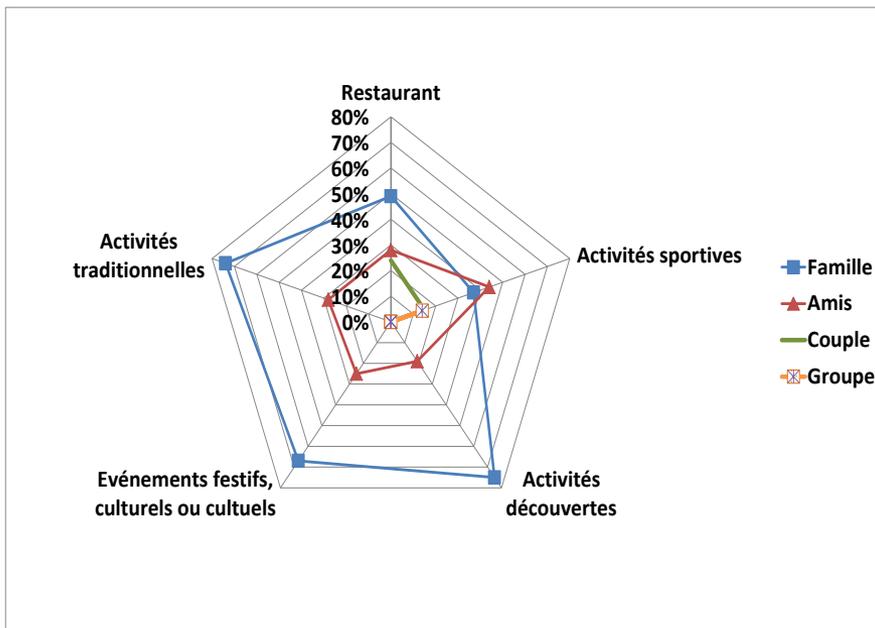


Pratique en famille :
 les activités découvertes,
 les activités touristiques traditionnelles
 la participation aux événements culturels,
 culturels ou festifs.

Pratique entre amis et en groupe :
 les activités sportives

En revanche : Aller au restaurant concerne 1 famille sur 2, mais aussi les amis et les couples.

Le profil des ménages de chacune des activités est relativement semblable avec des caractéristiques communes :

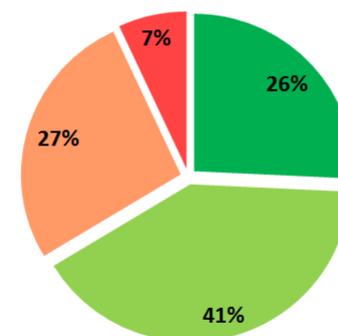


- La personne de référence du ménage a moins de 50 ans
- Le ménage appartient à une PCS+
- les ménages inactifs sont nettement sous représentés par rapport à leur poids dans la population
- La personne de référence n'est pas native de La Réunion
- Le ménage compte la présence d'enfants de moins de 18 ans.

Les freins :

- Le manque d'information
- Le manque de temps
- Le manque d'intérêts liés à :
 - Faible niveau d'information
 - Contraintes économiques
 - Problématiques de transport
 - Le prix des prestations en générales
 - Le rapport qualité/prix

Diriez-vous que vous êtes très bien informé, assez bien informé, pas assez informé ou pas du tout informé sur les possibilités d'activités et/ou de séjours à L'Ile de La Réunion ?

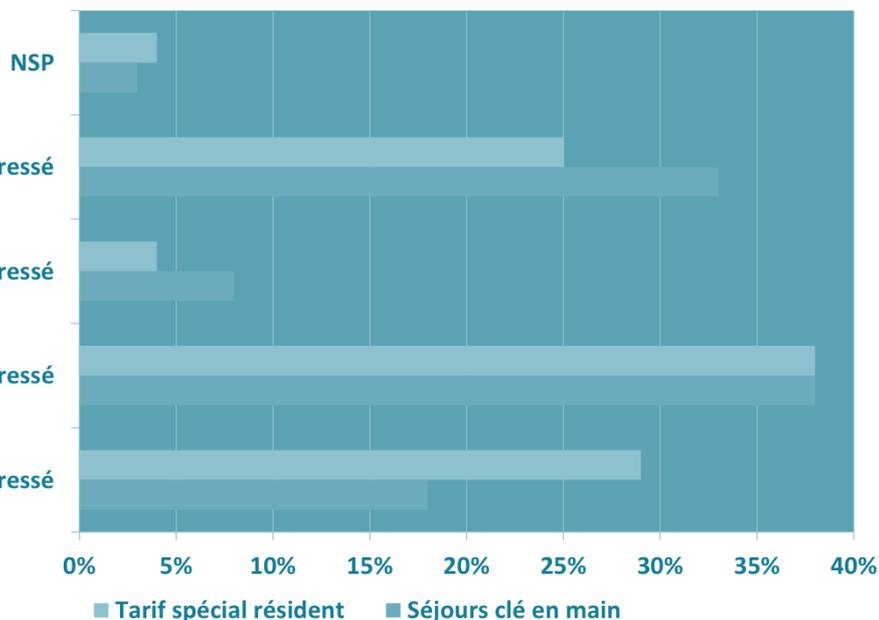


■ Très bien informé ■ Assez bien informé
■ Pas assez informé ■ Pas du tout informé

Freins à la consommation	Séjours touristiques	Activités sportives	Activités découvertes payantes
Manque de temps libre	49%	50%	50%
Prix des prestations en général	36%	20%	25%
Rapport qualité-prix insuffisant	30%	18%	25%
Problème de la route/ transport	15%	12%	20%
Problème de santé	10%	17%	-
Manque de choix, de diversité	-	-	12%

6. Attentes des résidents : des produits novateurs

Séjours clé en main et Tarif spécial résident



Les attentes sur :

- les packages de produits
- L'information proactive
- Les thématiques:
 - découverte
 - Ressourcement
 - Occupation des enfants à l'hôtel ou dans les hauts
 - Le professionnalisme des opérateurs.

Les séjours clé en main

Les séjours clé en main ne font pas l'unanimité, car les attentes des ménages avec enfants sont:

- des activités diversifiées pour les enfants
- des activités pour tous les âges
- des activités qui sortent du quotidien.



6. Attentes des résidents : Une information proactive

Les résidents pensent que

- L'information touristique est trop dispersée
- Les guides papiers ne sont pas assez à jour MAIS qu'ils sont indispensables.

Les résidents souhaitent que

- Une information soit concentrée sur un seul site qui donne accès aux :
 - activités,
 - hébergements,
 - lieux à découvrir,
 - itinéraires et temps de randonnées...

→ 2/3 des ménages souhaitent recevoir des guides papiers dans leurs boîtes aux lettres.

→ 3 ménages sur 5 est favorable à une communication qui passe par les nouveaux supports comme le Smartphone.

Donner envie aux résidents d'acheter les produits et services touristiques en s'appuyant sur leurs perceptions de La Réunion.



Le professionnalisme

«C'est comme un bon cari, c'est un mélange de plein de choses en fonction de nos attentes : un sourire, un bon plat, un confort, de bonnes activités et un bon rapport qualité-prix»

La découverte et l'inoubliable

«Je veux garder le souvenir de m'être sentie privilégiée, d'avoir fait beaucoup de choses. De me dire que j'ai pas besoin de prendre l'avion ou d'aller à Maurice pour pouvoir vivre des choses superbes»

Le ressourcement

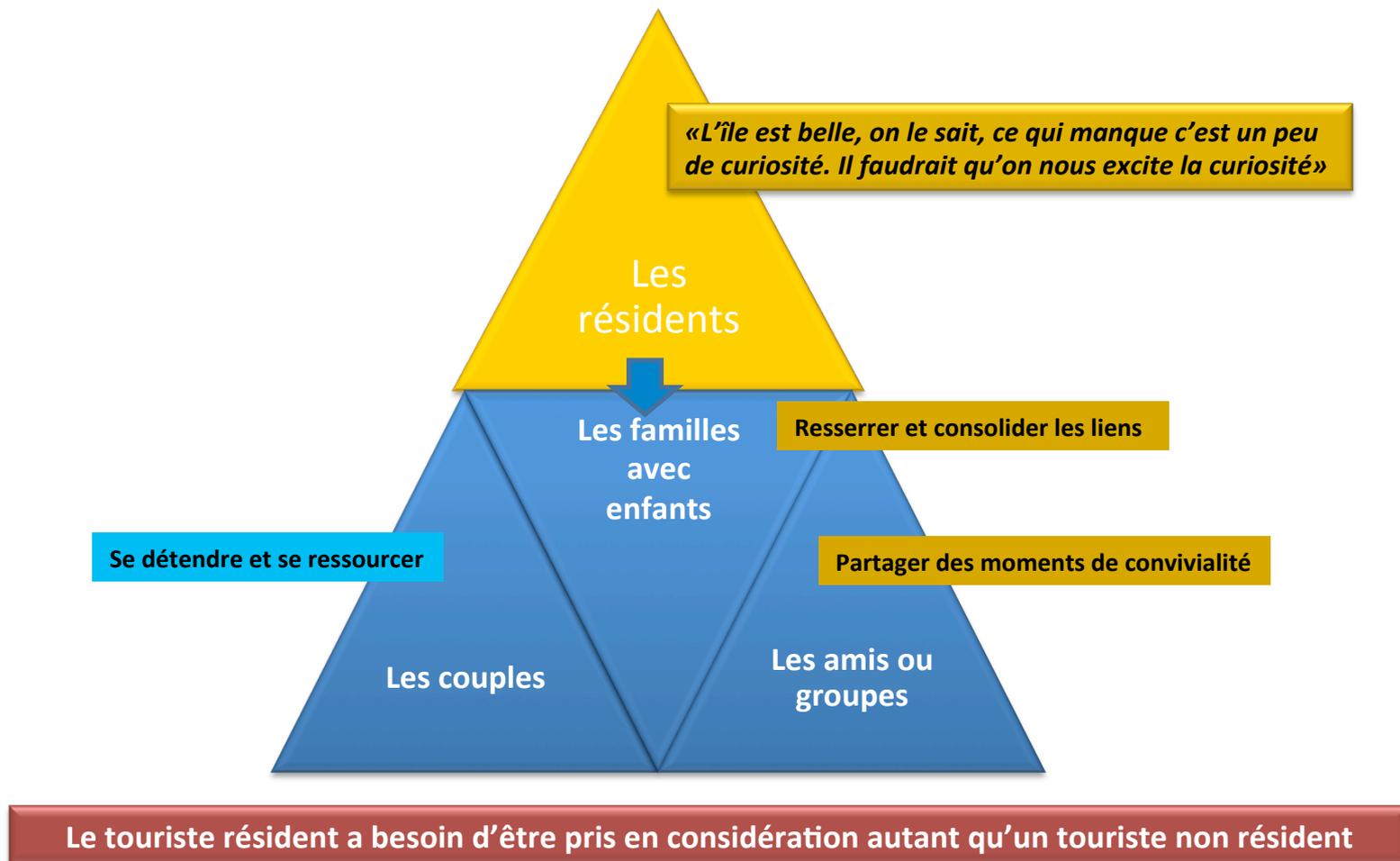
«se retrouver entre amis ou en famille et partager des moments de convivialité» «parce qu'on a d'autres liens à construire. Besoin de se retrouver»

L'authenticité

Un repas qui sort de l'ordinaire. Un civet canard parce que j'en fais pas chez moi.

8. Pistes d'actions : Segmenter et communiquer

L'étude met en exergue trois segments de marché qui ont des besoins et des attentes différentes notamment pour les séjours.





MERCI DE VOTRE ATTENTION