

# FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

Tourisme Infos  
Ile de La Réunion Tourisme

Février 2017  
Fréquentation touristique à La Réunion

# La Fréquentation Touristique à La Réunion

## ANNÉE 2016

L'année 2016 aura été une année intensément réussie pour le tourisme réunionnais, marquée par des **recettes extérieures** du tourisme qui sont évaluées à **325,3 millions d'euros**. Ces bons résultats peuvent s'expliquer par différentes raisons :

- Une fréquentation touristique soutenue avec un volume de plus de **450 000 touristes extérieurs**
- Des recettes touristiques par ménage évaluées à **1 989 euros**
- Une durée de séjour de **17,8 jours** plutôt longue

La Réunion a donc accueilli **458 261 touristes extérieurs** en 2016 dont **396 795 touristes de loisirs** (soit **86,6 %** des touristes extérieurs).

Le **marché principal métropolitain** reste très bien orienté avec un volume de **369 309 touristes** et représente **80,6 %** du volume global.

Le deuxième bassin de clientèle pour la destination Réunion est la **zone océan Indien**, elle représente **9,6 %** de la clientèle (soit **43 933 touristes**) venant principalement de **Maurice, Mayotte et Madagascar**.

Le troisième bassin émetteur de touristes est l'**Europe**, elle représente **8 %** de la clientèle totale soit **36 463 touristes** européens en 2016.

Les clientèles issues des **autres pays** représentent **1,9 %** de la clientèle totale soit **8 556 touristes** extérieurs.

L'**intérêt de la destination** fait toujours l'unanimité parmi les touristes, **98 % des voyageurs** se disent **satisfaits ou très satisfaits**.

Il en est de même pour la perception de la **qualité de l'accueil** qui obtient **98 % de voyageurs satisfaits ou très satisfaits**.

En termes de catégories, la clientèle de **loisirs** (396 795) représente **86,6 %** du volume global des touristes extérieurs.

La clientèle d'**affaires** (52 457 touristes) représente **11,4%** de la clientèle totale.

La clientèle dite « **autres** » (venant pour raisons médicales, événements, ...) représente **2 %** de la clientèle totale (9 009 touristes).

## La permanence de certaines caractéristiques

- Une majorité de touristes en provenance de la métropole (369 309 touristes soit 80,6 %)
- Une durée moyenne des séjours qui progresse légèrement (17,8 jours) avec les mêmes contrastes par catégorie : affaires (13,3 jours), agrément (16,4 jours), affinitaire (21,4 jours).
- Une saisonnalité orientée sur la deuxième partie de l'année (58,5 % des touristes extérieurs ont fréquenté la destination au cours du deuxième semestre 2016). Le mois de décembre 2016 affiche le meilleur résultat mensuel de l'année avec 54 732 touristes extérieurs.
- Une prédominance des ménages composés de 1 à 2 personnes (73,9 %)
- La répartition entre hébergements marchands et non marchands est quasiment à parité : 49,5% pour les marchands (226 686 touristes) pour 50,5% pour les non marchands (231 576 touristes).

## Des points positifs et d'encouragement

- La clientèle d'**agrément**, avec un volume de 238 342 touristes représente 60 % de la clientèle loisirs.
- **Une destination très appréciée** par sa clientèle : plus de 95 % des touristes se déclarent satisfaits voire très satisfaits de la qualité de l'accueil, de l'hébergement de la restauration et des loisirs.
- Une confirmation que La Réunion est **une destination touristique à part entière** pour **82,9 %** des touristes (379 706).
- Le marché principal (la métropole) se porte très bien en volume et **contribue fortement aux recettes touristiques**.
- Un **premier voyage à La Réunion** pour 179 057 touristes soit **39,1 %** des touristes.
- Le **tourisme d'affaires** qui se maintient au meilleur niveau (52 457 touristes).
- Une **durée de séjour à l'hôtel** qui s'établit à **9,4 jours**.

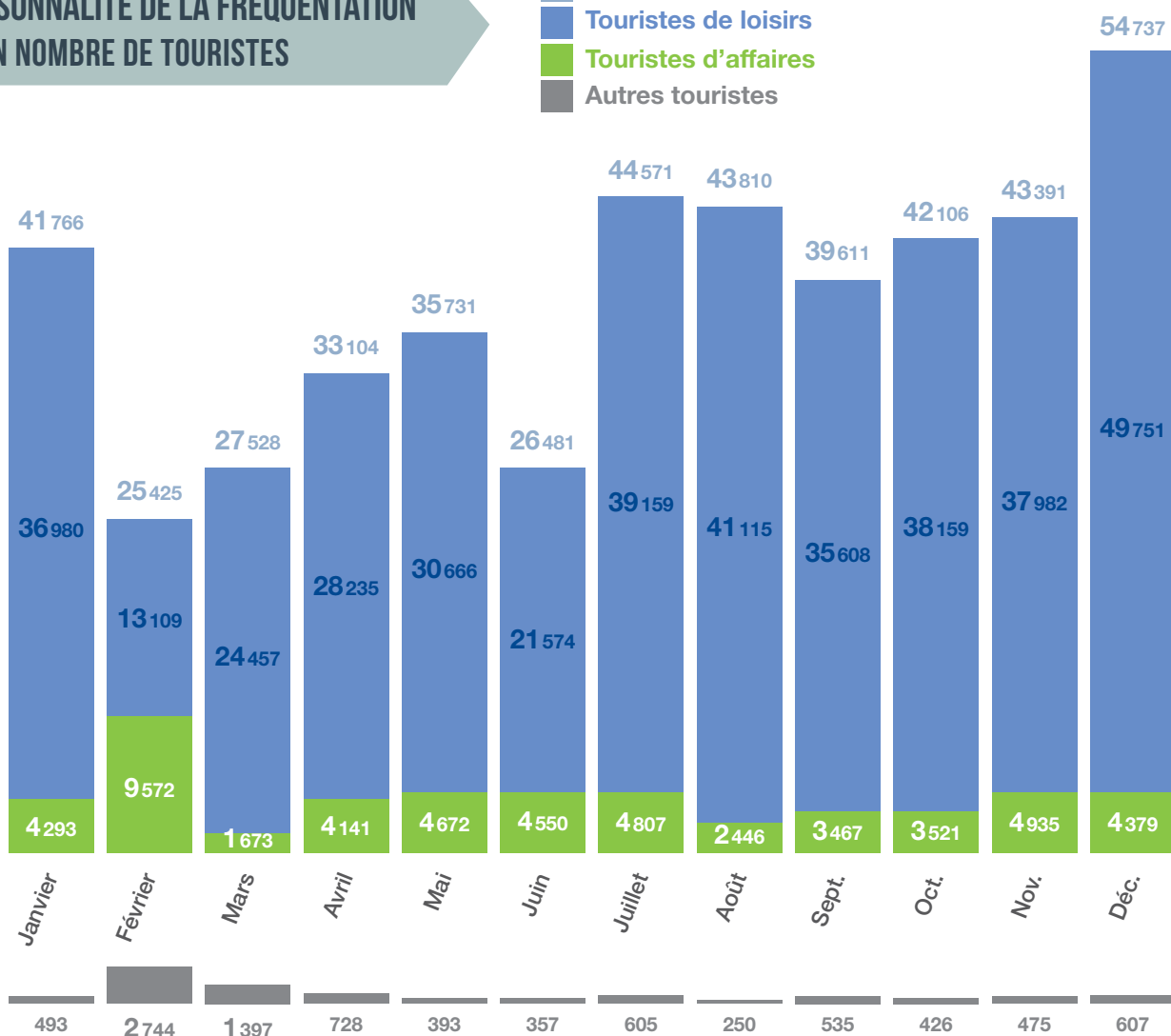
## Une bonne tenue des recettes touristiques

Au total, les **recettes extérieures** s'élèvent à **325,3 millions d'euros**.

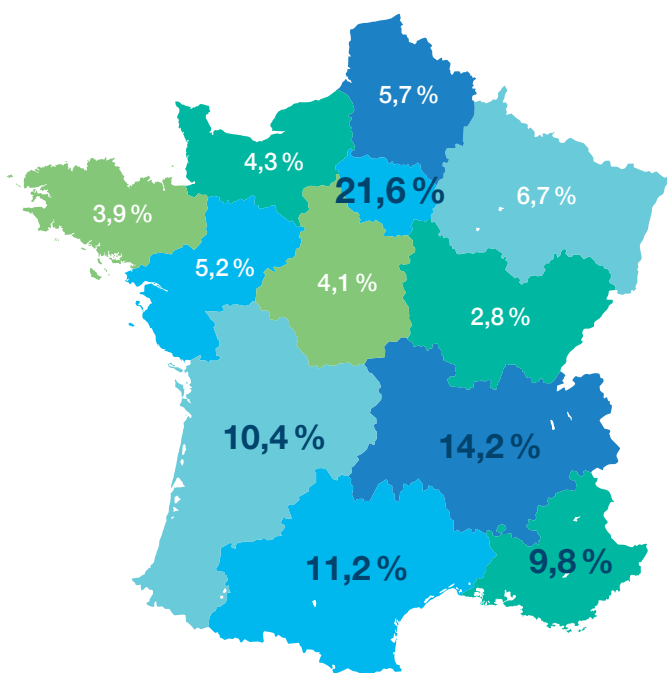
Ces recettes extérieures prennent en compte les dépenses effectuées au cours du séjour ainsi que les dépenses effectuées avant le séjour bénéficiant directement à La Réunion (acompte sur réservations ou quote-part d'achat de voyages à forfait).

## SAISONNALITÉ DE LA FRÉQUENTATION > EN NOMBRE DE TOURISTES

■ Nombre total de touristes  
■ Touristes de loisirs  
■ Touristes d'affaires  
■ Autres touristes



## ORIGINE DES TOURISTES



80,6%



MÉTROPOLE

4,7%



MAURICE

8%



EUROPE  
(hors Métropole,  
Suisse comprise)

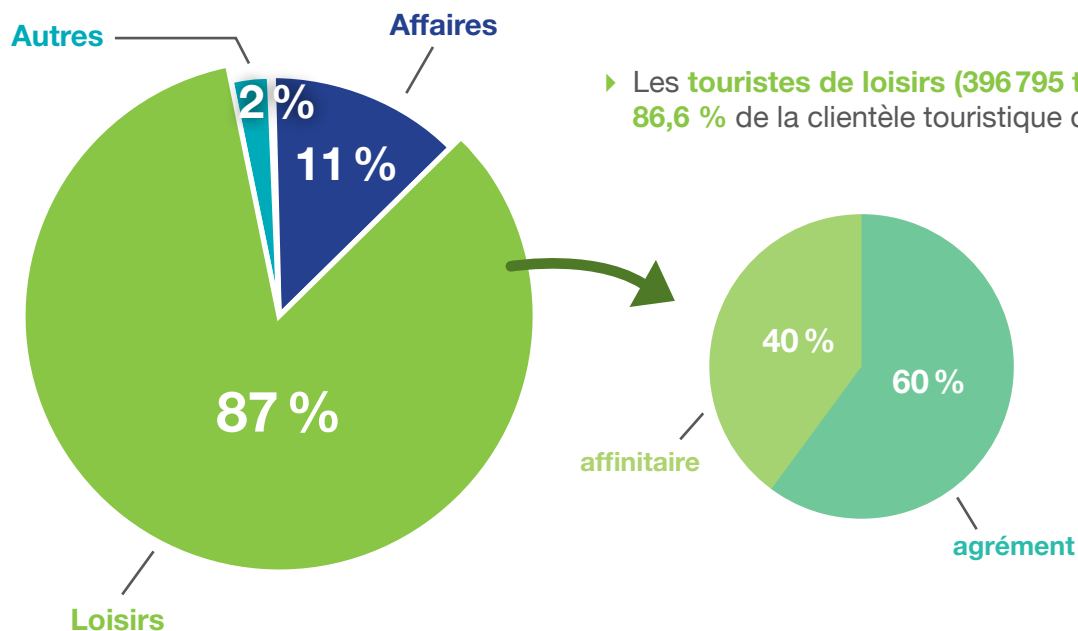
6,7%



RESTE  
DU MONDE

# Objet du voyage

## OBJET PRINCIPAL DU VOYAGE



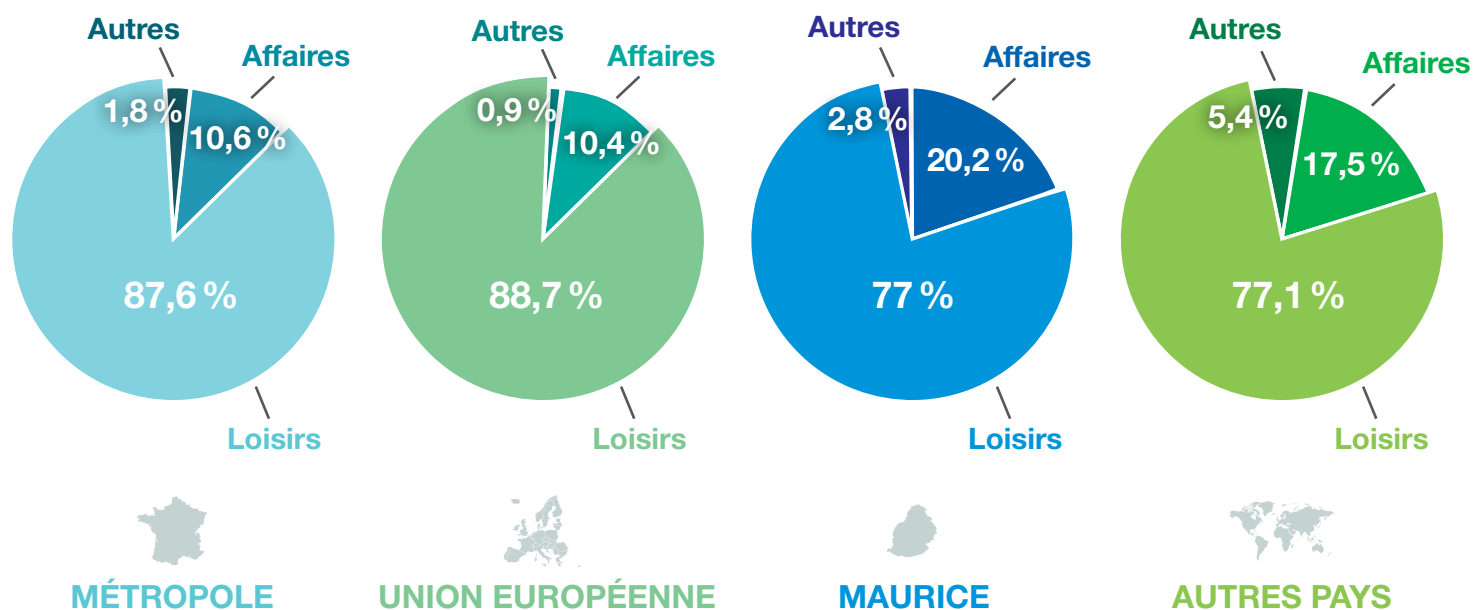
► Les **touristes de loisirs (396 795 touristes)** représentent **86,6 %** de la clientèle touristique de la destination.

► Un **touriste de loisirs** est une personne qui visite un lieu à des fins de vacances et/ou qui rend visite à de la famille et/ou amis (avec une nuit minimum).

► Un **touriste d'agrément** est une personne qui visite un lieu à des fins de vacances (avec une nuit minimum).

► Un **touriste affinitaire** est une personne qui rend visite à de la famille et/ou des amis (avec une nuit minimum).

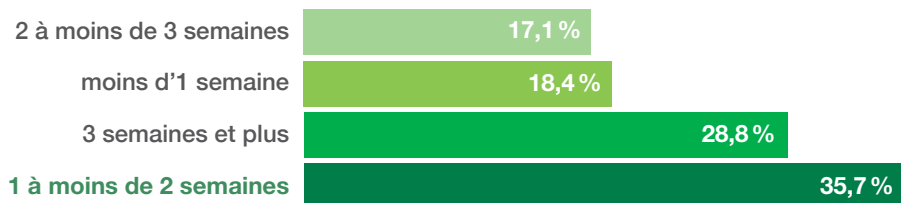
## SELON LE LIEU D'ORIGINE



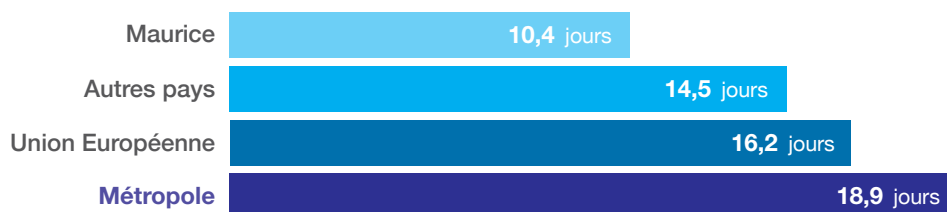
# Durée du séjour

## DURÉE DU SÉJOUR

La **durée moyenne du séjour** dans l'île a été de **17,8 jours** en 2016 (toutes catégories de touristes confondues, hors séjour de plus de 4 mois).



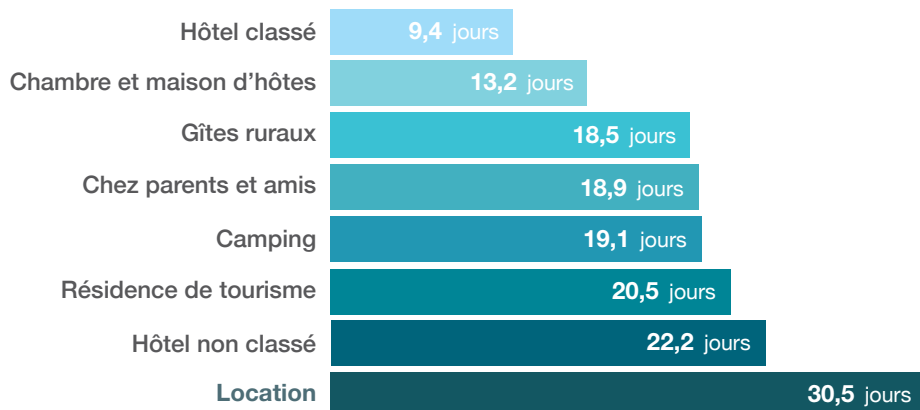
## SELON LE LIEU D'ORIGINE



## SELON LE MOTIF DE VOYAGE

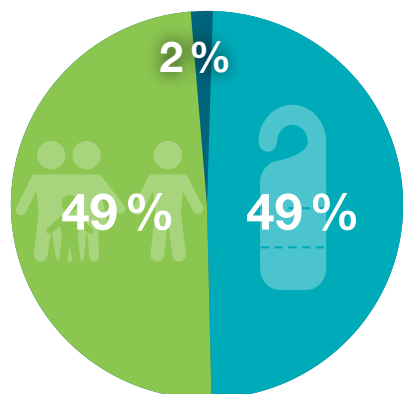


## SELON LE MODE D'HÉBERGEMENT PRINCIPAL



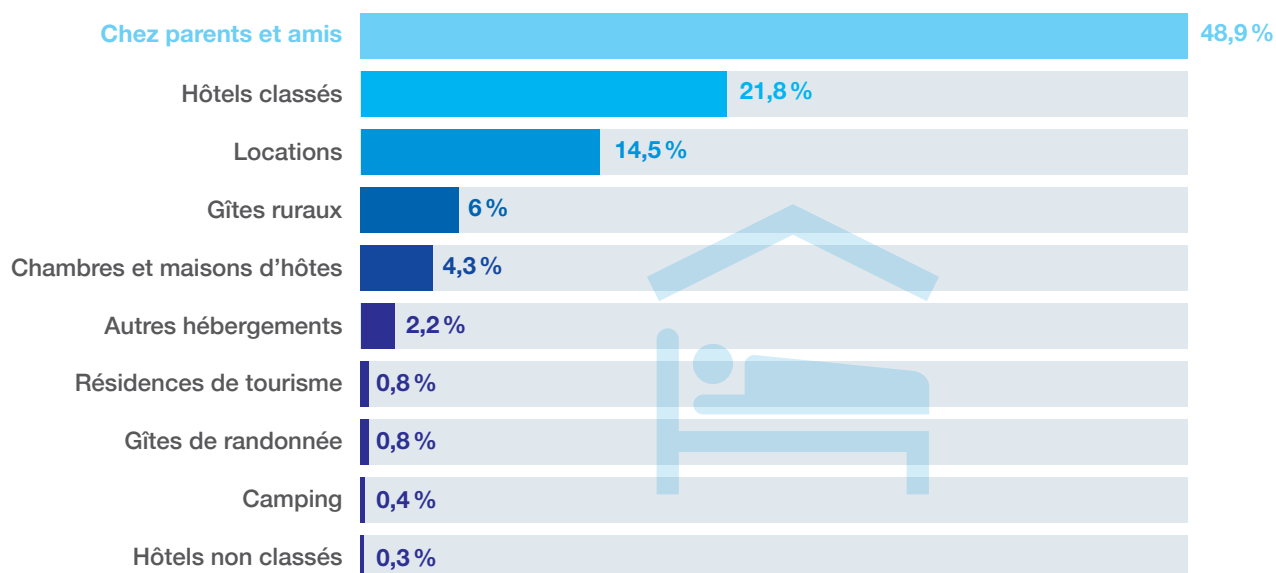
# Mode d'hébergement

## MODE D'HÉBERGEMENT PRINCIPAL



- Chez parents et amis
- Hébergements marchands
- Autres hébergements

► L'hôtel classé a été le mode d'hébergement principal pour **99 828 touristes de la catégorie hébergement marchand**.



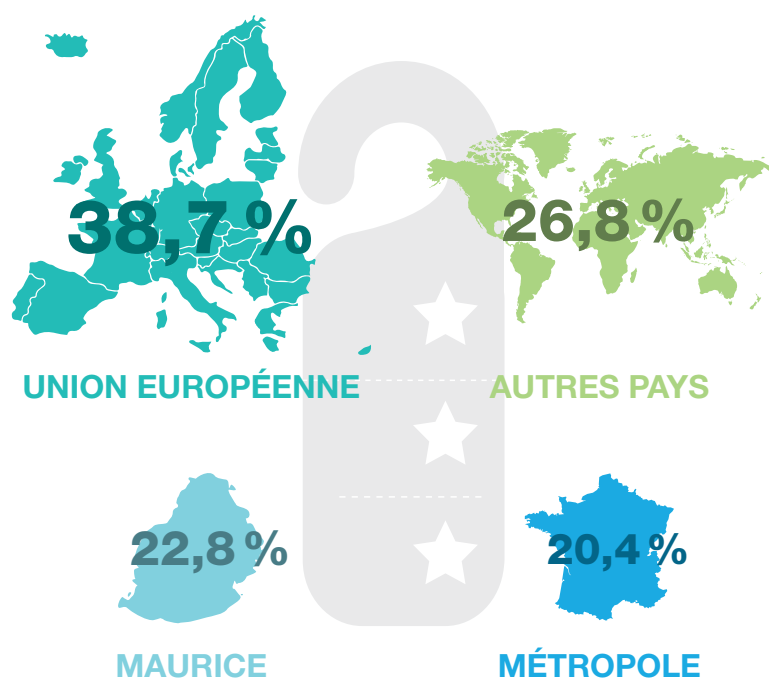
# Mode d'hébergement

## FRÉQUENTATION DES HÔTELS CLASSÉS > SELON MOTIF DU VOYAGE

- ▶ **51,3%** des **touristes d'affaires** choisissent l'**hôtel classé** comme mode d'hébergement principal.
- ▶ **16,6%** des **touristes de loisirs** choisissent l'**hôtel classé** comme mode d'hébergement principal.
- ▶ **19%** des **autres touristes (motifs médicaux, sportifs, culturels, stages, autres, ...)** choisissent l'**hôtel classé** comme mode d'hébergement principal



## FRÉQUENTATION DES HÔTELS CLASSÉS > SELON LIEU D'ORIGINE



- ▶ **38,7%** des touristes **européens** choisissent l'**hôtel classé** comme mode d'hébergement principal.
- ▶ **26,8%** des touristes des **autres pays** choisissent l'**hôtel classé** comme mode d'hébergement principal.
- ▶ **22,8%** des touristes **mauriciens** choisissent l'**hôtel classé** comme mode d'hébergement principal.
- ▶ **20,4%** des touristes **métropolitains** choisissent l'**hôtel classé** comme mode d'hébergement principal.

# Mode d'hébergement

## FRÉQUENTATION DES HÔTELS CLASSÉS

> TOURISTES EUROPÉENS > SELON MOTIF DU VOYAGE



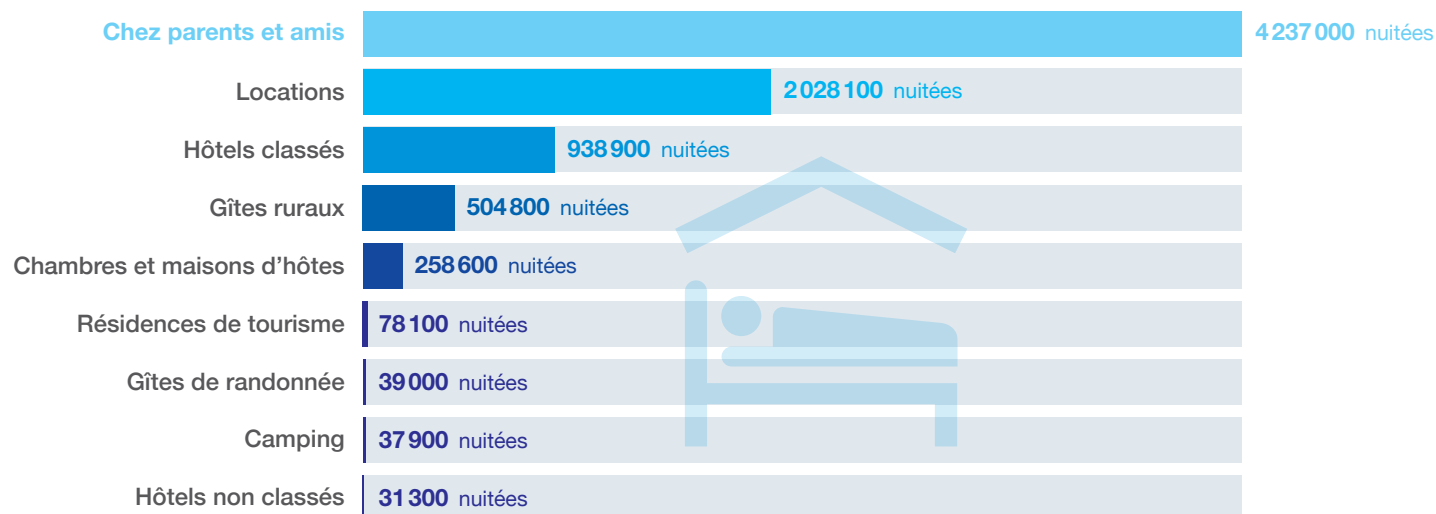
- ▶ 58,7 % des **touristes d'affaires d'origine européenne** choisissent l'**hôtel classé** comme mode d'hébergement principal.
- ▶ 42 % des **touristes de loisirs d'origine européenne** choisissent l'**hôtel classé** comme mode d'hébergement principal.
- ▶ La **durée moyenne du séjour** à l'hôtel a été de **9,4 nuits**.

## NUITÉES PAR MODE D'HÉBERGEMENT

▶ **Nombre total de nuitées marchandes : 3,9 millions**

Nuitées : nombre de nuits passées par les clients dans un hébergement.

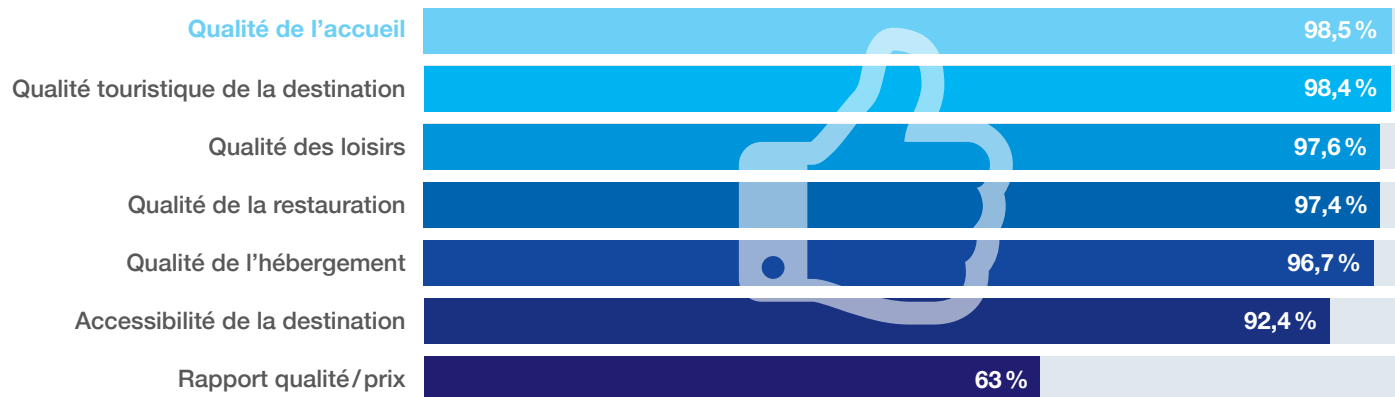
Exemple : deux personnes qui passent une nuit dans une chambre = 2 nuitées.





# Satisfaction des touristes

## SATISFACTION DES TOURISTES



## ENVIE DE REVENIR À LA RÉUNION

85,5 %



3,3 %



11,2 %



## RECOMMANDE LA DESTINATION RÉUNION

98,7 %



0,7 %



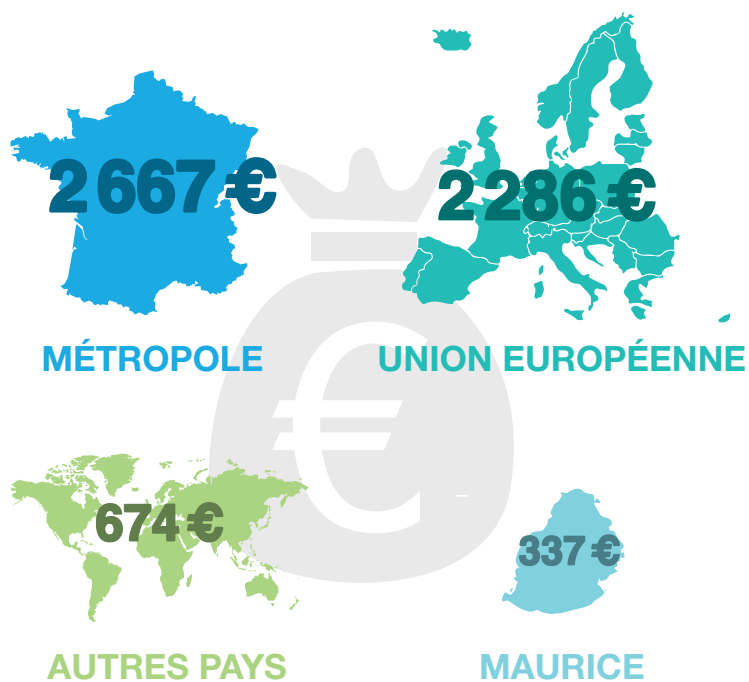
0,6 %



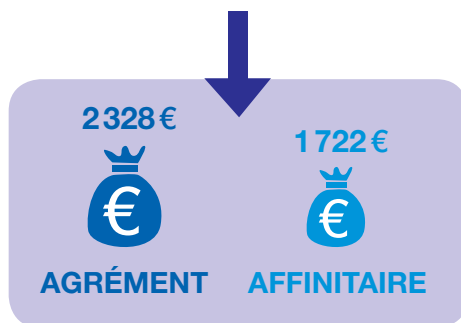
# Les dépenses

## DÉPENSES AVANT LE SÉJOUR > SELON LIEU D'ORIGINE

▶ 1910 € par ménage  
(billets d'avion compris)



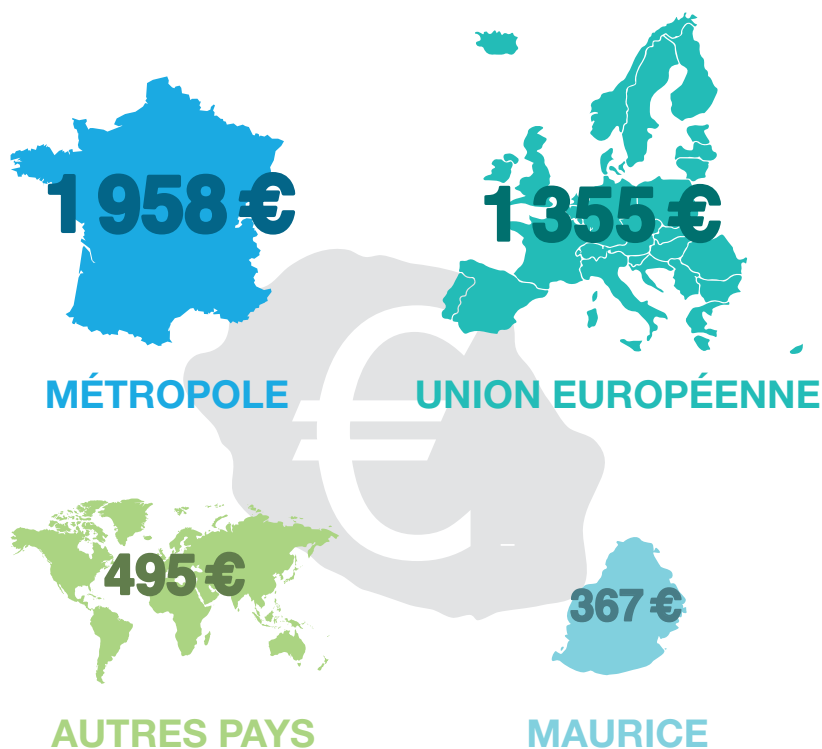
## DÉPENSES AVANT LE SÉJOUR > SELON MOTIF DU VOYAGE



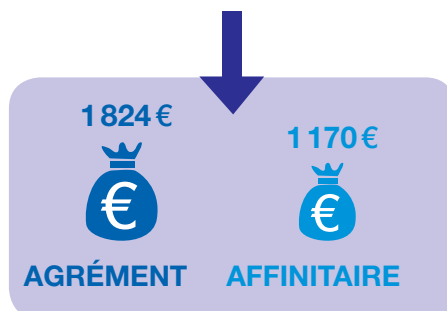
# Les dépenses

## DÉPENSES PENDANT LE SÉJOUR

► 1405 € par ménage  
(billets d'avion compris)



## DÉPENSES PENDANT LE SÉJOUR > SELON MOTIF DU VOYAGE



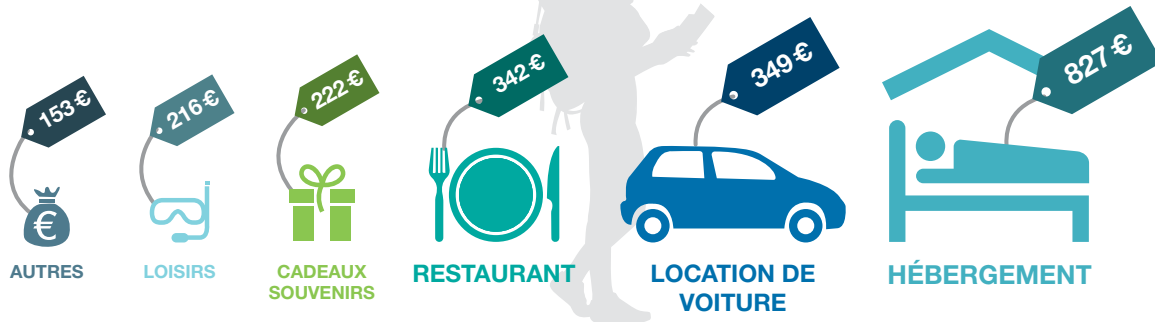
# Les dépenses

1 989 € 

DÉPENSES TOURISTIQUES GLOBALES MOYENNES PAR MÉNAGE (HORS BILLETS D'AVION)

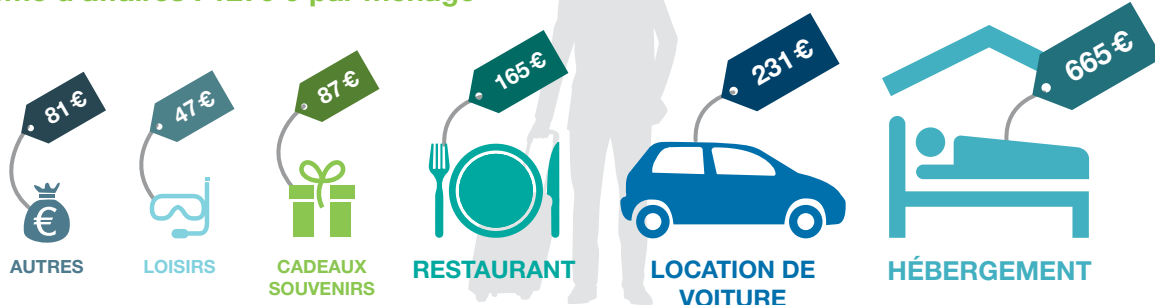
## DÉPENSES GLOBALES > SELON MOTIF DU VOYAGE

► **Tourisme de loisirs : 2 109 € par ménage**



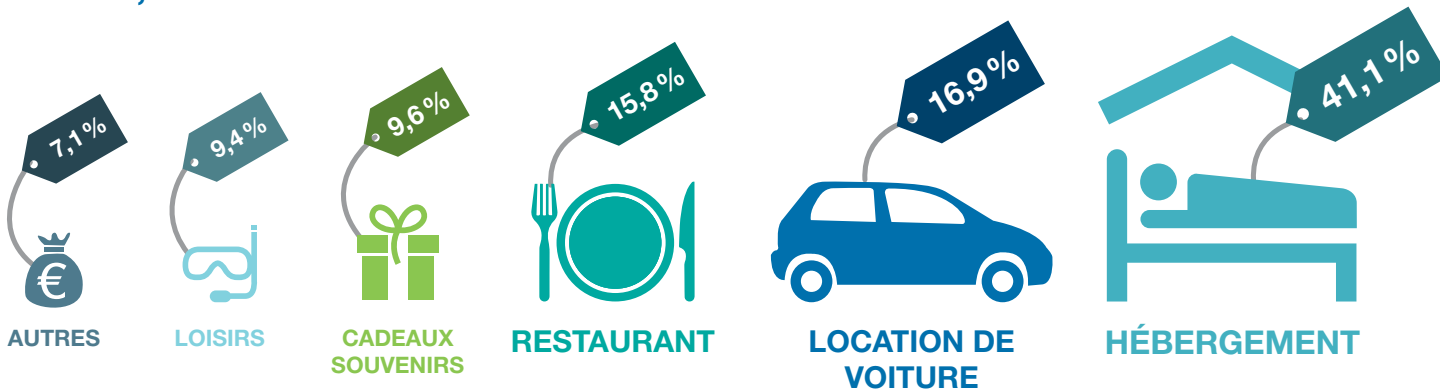
## DÉPENSES GLOBALES > SELON MOTIF DU VOYAGE

► **Tourisme d'affaires : 1 276 € par ménage**



## DÉPENSES GLOBALES > TOURISME EXTÉRIEUR

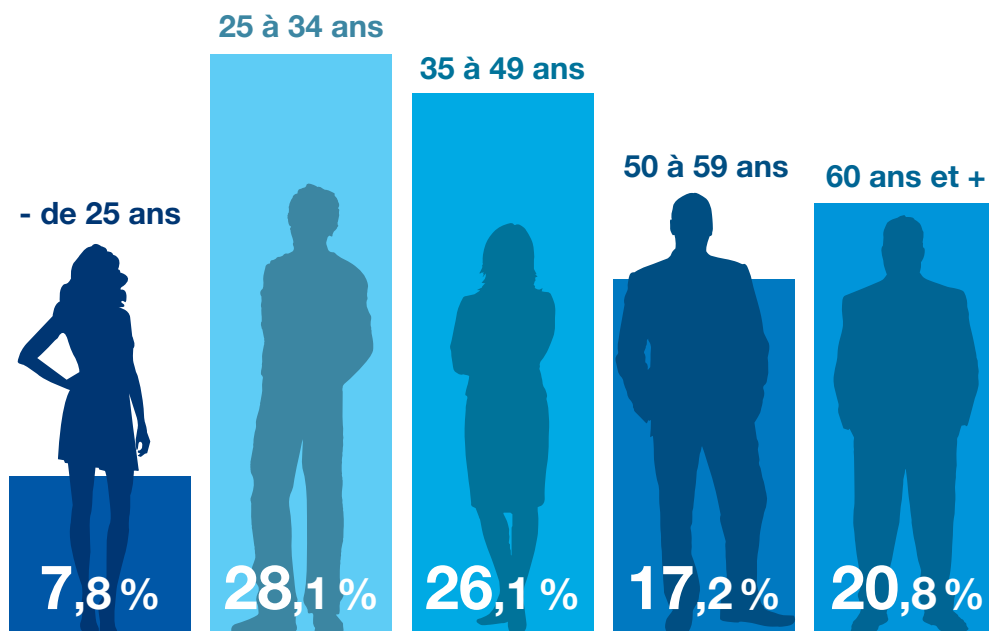
► **325,3 millions d'euros de recettes**



# Qui sont-ils ?

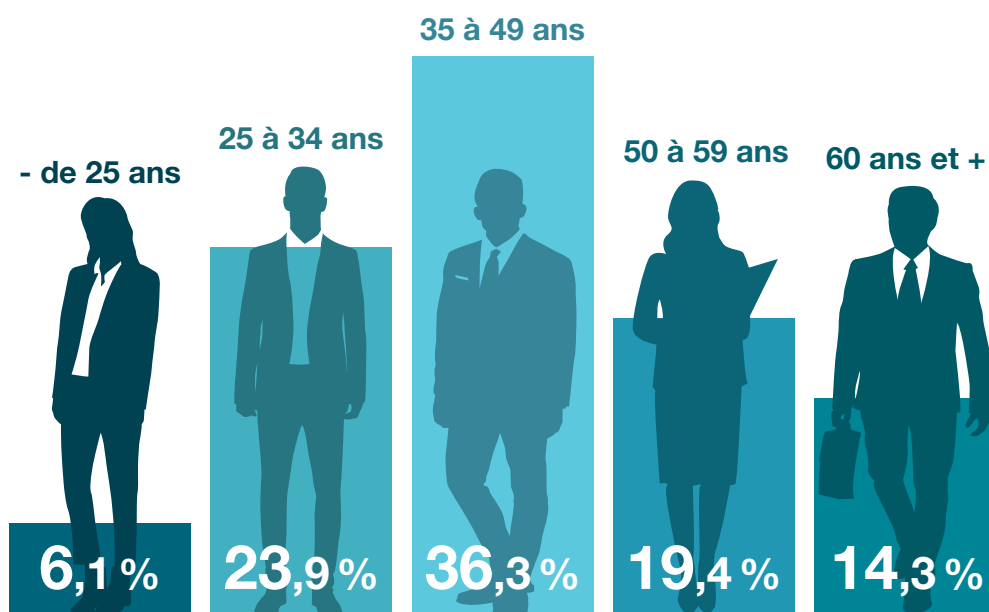
## ÂGE DU CHEF DE FAMILLE

▶ Âge moyen : 44 ans



## ÂGE DU CHEF DE FAMILLE > SELON MOTIF DU VOYAGE

▶ Âge moyen : 43 ans

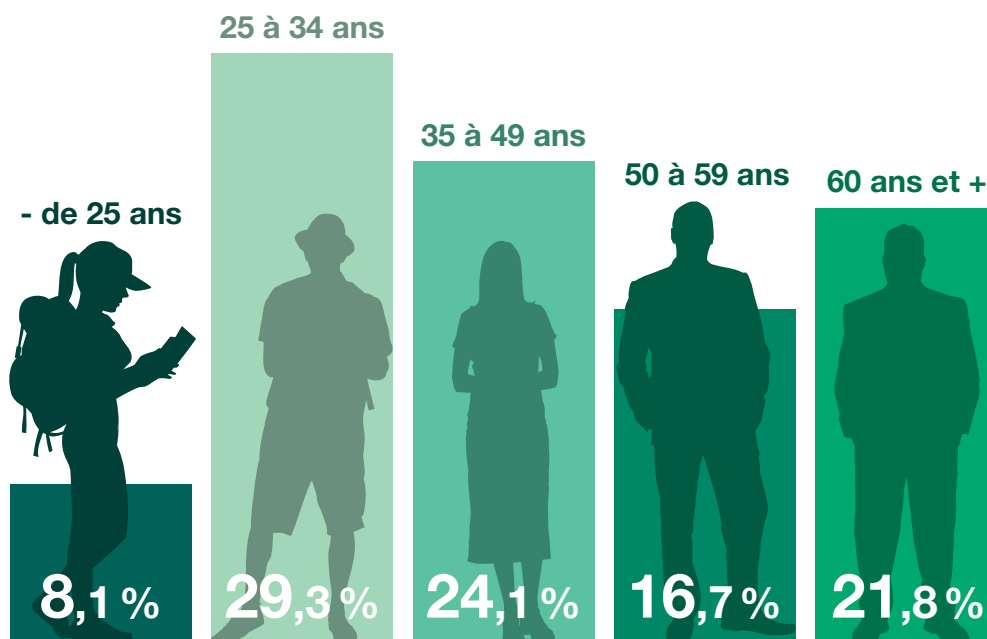


**TOURISME  
D'AFFAIRES**

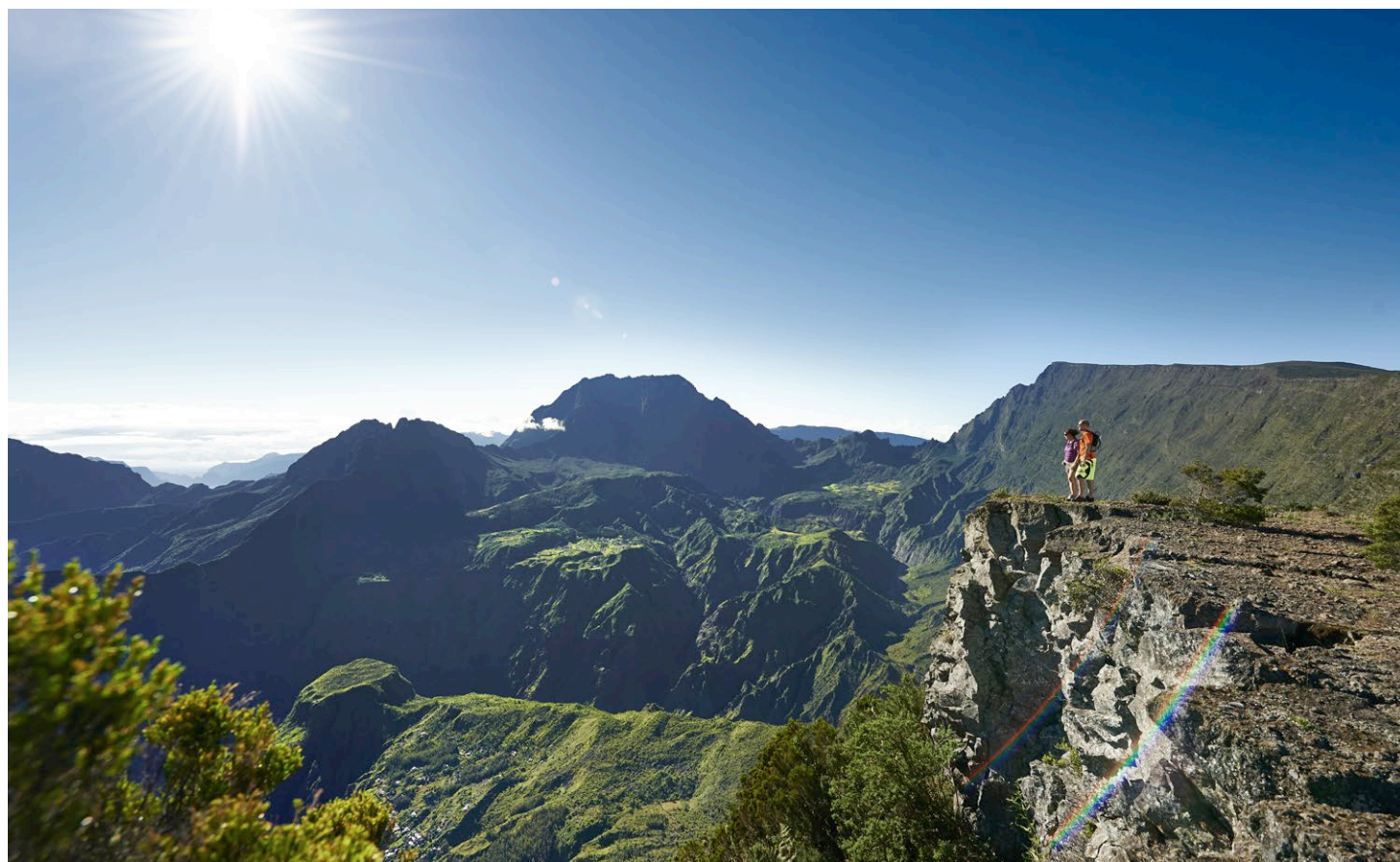
# Qui sont-ils ?

## ÂGE DU CHEF DE FAMILLE > SELON MOTIF DU VOYAGE

▶ Âge moyen : 44 ans



TOURISME  
DE LOISIRS



# Qui sont-ils ?

## COMPOSITION DES MÉNAGES

▶ Les **458 261 touristes** extérieurs accueillis à La Réunion en 2016 sont regroupés à travers **163 541 ménages**. Le **nombre moyen de personnes par ménage** est de **2,8**.

**2,8**  
personnes

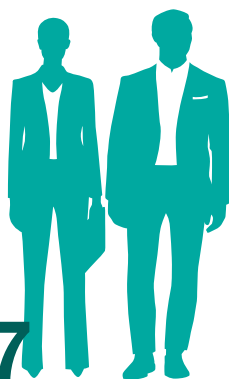


## NOMBRE MOYEN DE PERSONNES > SELON MOTIF DU VOYAGE



**3**  
personnes

**TOURISTES  
DE LOISIRS**



**1,7**  
personnes

**TOURISTES  
D'AFFAIRES**



**1,6**  
personnes

**AUTRES**

## ACCOMPAGNANTS > COMMENT VOYAGEZ-VOUS ?

**39,9%**



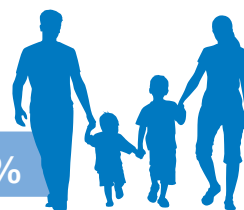
**EN COUPLE**

**34,7%**



**SEUL**

**16,9%**



**EN FAMILLE**

**8,7%**



**AVEC DES AMIS  
OU DES RELATIONS**

**0,5%**

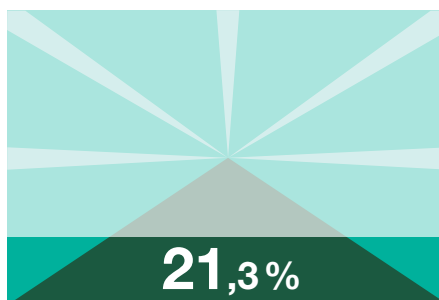


**DANS UN GROUPE  
ORGANISÉ**

# Qui sont-ils ?

## ORIGINAIRES DE LA RÉUNION

**21,3%** des touristes sont **originaires de La Réunion**, ils représentent 97 587 personnes qui résident pour l'essentiel en métropole.

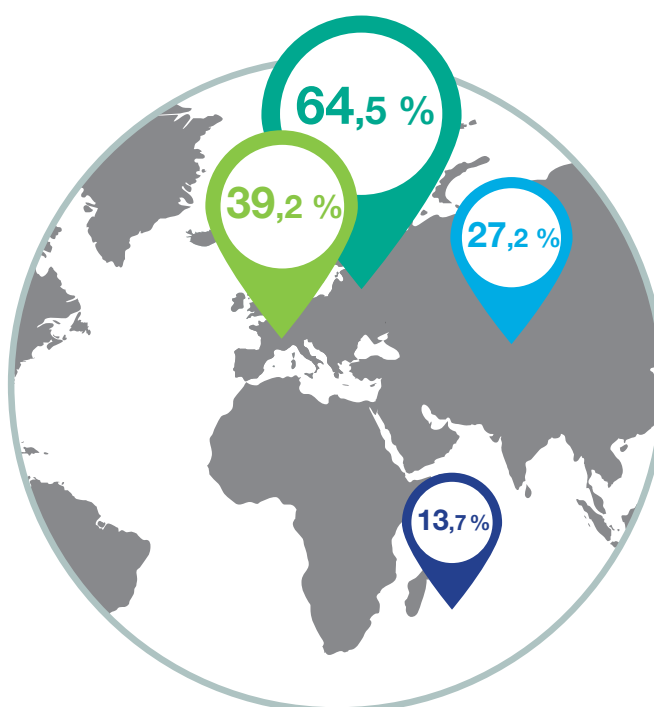


## PREMIER VOYAGE À LA RÉUNION > SELON MOTIF DU VOYAGE



Pour **39,1%** des touristes, c'est un premier séjour à **La Réunion**  
Selon le motif principal du voyage  
Premier séjour pour **40,6%** des **touristes de loisirs**  
Premier séjour pour **35,2%** des **touristes d'affaires**

## PREMIER VOYAGE À LA RÉUNION > SELON LIEU D'ORIGINE





# Qui sont-ils ?

## PREMIER VOYAGE À LA RÉUNION > SELON LIEU D'ORIGINE ET MOTIF DU VOYAGE

Premier séjour pour **65,8 %** des **touristes de loisirs** issus de l'**Union Européenne**



## ACHAT D'UN VOYAGE À FORFAIT > SELON LIEU D'ORIGINE

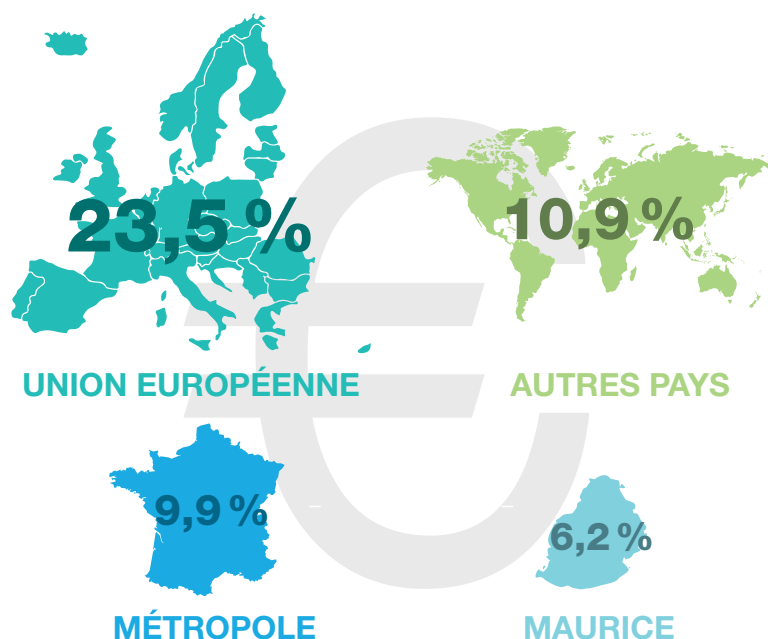
**49 227** touristes ont acheté un voyage à forfait avant leur départ pour **La Réunion (10,7 %)**.

**23,5 %** des touristes de l'**Union Européenne**

**9,9 %** des touristes de **Métropole**

**6,2 %** des touristes de **Maurice**

**10,9 %** des touristes des **autres pays**

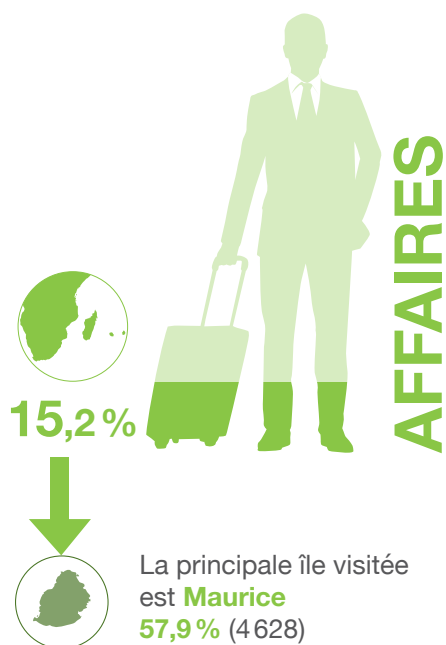


## ACHAT D'UN VOYAGE À FORFAIT > SELON MOTIF DU VOYAGE



# Qui sont-ils ?

## VISITES D'AUTRES ÎLES DE L'OCÉAN INDIEN > SELON MOTIF DU VOYAGE



## PRÉCISIONS

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, un visiteur est une personne qui fait un voyage vers une destination située en dehors de son environnement habituel, pour une durée inférieure à un an, et dont le motif principal de la visite (affaires, loisirs ou autre motif personnel). Un visiteur est qualifié de touriste s'il passe une nuit sur place.

Le **tourisme d'agrément** est une forme de tourisme dont la motivation est la découverte d'un nouveau territoire pour satisfaire sa curiosité, son goût de l'aventure, son désir d'enrichir sa culture et son expérience.

Le **tourisme affinitaire** est une forme de tourisme dont la motivation est la visite à des connaissances et à des proches.

Le **tourisme d'affaires** désigne les déplacements à but professionnel.

Le **tourisme "autre"** est une forme de tourisme qui ne correspond pas aux définitions précédentes (agrément, affinitaire et affaires). Cela peut être pour des raisons médicales, rencontres associatives, etc.

## NOTE MÉTHODOLOGIQUE

L'enquête de fréquentation touristique IRT/MTA est menée auprès des voyageurs au départ des deux aéroports de La Réunion (Roland Garros et Pierrefonds).

MTA est un bureau d'études spécialisé dans l'univers du transport aérien depuis 1992, il a travaillé principalement en métropole, en Europe et dans la zone Caraïbes. Il a réalisé les enquêtes Visavion pour le CRT Nice Côte d'Azur depuis 2013 ainsi que de nombreuses enquêtes pour les aéroports de Nice, Bordeaux, Paris, Marseille etc.

Elle a pour objectif de mesurer la fréquentation touristique, de définir le profil des touristes extérieurs et d'estimer les recettes touristiques générées pour le territoire.

Les enquêtes se déroulent en face à face et non plus en auto-administrées. L'administration des enquêtes se fait en salles d'embarquement uniquement et non plus en zones publiques, sur supports tablettes numériques.

La taille de l'échantillon 2016 est de 26 000 questionnaires remplis. C'est en moyenne 27 jours d'enquête par mois.

Le plan de sondage est mensuel avec actualisation hebdomadaire, calé sur les données de trafic des aéroports (prévisionnels et réalisés des mois précédents). L'objectif est de couvrir tous les vols du mois quel que soit le jour, l'horaire, la destination et la compagnie.

	Jours enquête	Vols enquêtés	Questionnaires obtenus
Moyenne mensuelle	27	226	2 178
<b>Total de janvier à décembre 2016</b>	<b>324</b>	<b>2 719</b>	<b>26 145</b>

Le redressement de la base se fait en fonction de la structure du trafic aéroportuaire du mois échu, par compagnie, par destination et par aéroport. Selon cette méthodologie de redressement utilisée également pour les enquêtes de trafic de plusieurs grands aéroports français (dont Nice et Bordeaux), la base produite est représentative du trafic de chaque mois à plus de 97%, ce qui permet à la fois d'analyser efficacement les résultats déjà produits et d'extrapoler des tendances annuelles pour pouvoir anticiper les grandes évolutions en cours lorsqu'elles existent.

## Ile de La Réunion Tourisme

Comité Régional du Tourisme  
4 Rue Jules Thirel - Immeuble La Balance - Bâtiment B - 97460 Saint-Paul

 **N°Azur 0 810 160 000**

PRIX APPEL LOCAL

Fax : +262 (0)2 62 21 00 21 - [contact@reunion.fr](mailto:contact@reunion.fr) - [www.reunion.fr](http://www.reunion.fr)



Observatoire régional du tourisme  
Contact : Raoul VINCENT - E-mail : [r.vincent@reunion.fr](mailto:r.vincent@reunion.fr)

Édité par l'Ile de La Réunion Tourisme - Février 2017