

ENQUÊTE

Comportements des touristes extérieurs sur l'île de La Réunion Février 2016 à janvier 2017

ÎLE ^{DE} LA RÉUNION
Tourisme 



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

DIECCTE Réunion

Contacts TEST

Guillaume MAINGOT : g.maingot@test-sa.com

Date :

03 mars 2017

SOMMAIRE

Contexte et objectifs de l'étude	3
Méthodologie de l'enquête	4
Chapitre 1 : Profil des touristes	8
Chapitre 2 : La préparation du séjour	20
Chapitre 3 : Satisfaction générale	29
Chapitre 4 : L'hébergement des touristes	39
Chapitre 5 : Les villes fréquentées	55
Chapitre 6 : Les activités des touristes	62
Chapitre 7 : les services ou activités que les touristes auraient souhaité	93
Chapitre 8 : Quelles pistes pour développer des services ou activités non pourvus ?	127
Annexe : le questionnaire	134

Le tourisme est un pôle d'activité primordial pour le développement économique de l'île de La Réunion, représentant 9000 emplois directs et un chiffre d'affaires estimé à 845 millions d'euros. Connaître et comprendre les attentes des touristes est un enjeu majeur pour l'IRT (association Ile de la Réunion Tourisme) en sa qualité de Comité Régional du Tourisme (CRT) et de Comité Départemental du Tourisme (CDT), ce secteur d'activité économique ayant des impacts directs sur les politiques d'aménagements de l'île, de création d'emplois et de la cohésion sociale.

C'est pourquoi l'IRT et la Mission Tourisme de la DIECCTE ont cofinancé une enquête afin de disposer de données solides et récentes auprès de la population touristique. Ces données permettront de guider la politique touristique et d'identifier les évolutions du comportement des touristes sur l'île.

Plus précisément, l'étude doit permettre d'atteindre les objectifs suivants :

- ✓ déterminer et qualifier les pratiques touristiques
- ✓ définir les facteurs déclenchant le choix de la destination
- ✓ recenser et ordonner les principales motivations pour la destination
- ✓ évaluer les motifs de satisfaction et d'insatisfaction quant à la destination ainsi qu'à leur séjour
- ✓ identifier les activités ou les services non pourvus qui peuvent présenter un potentiel de création d'emplois et définir les conditions ou les systèmes favorisant la cohésion sociale et territoriale.

Le rapport présente les résultats des 12 mois d'enquêtes. **Les résultats ont été redressés en fonction des données de trafic au départ de l'île de La Réunion et de la fréquentation touristique.**

🕒 Méthode :

- Enquête menée en face à face sur tablette tactile auprès des touristes en attente de leur vol retour, sélectionnés aléatoirement au sein des salles d'embarquement des aéroports de l'île de La Réunion
- La durée moyenne du questionnaire est de 20 minutes.

🕒 Échantillon interrogé :

- ✓ 2126 touristes, pour **2000 questionnaires complets**
- Les enquêtes sont pondérées en fonction des données de trafic au départ

🕒 Dates du terrain :

- Du 2 février 2016 au 31 janvier 2017

Le redressement des données

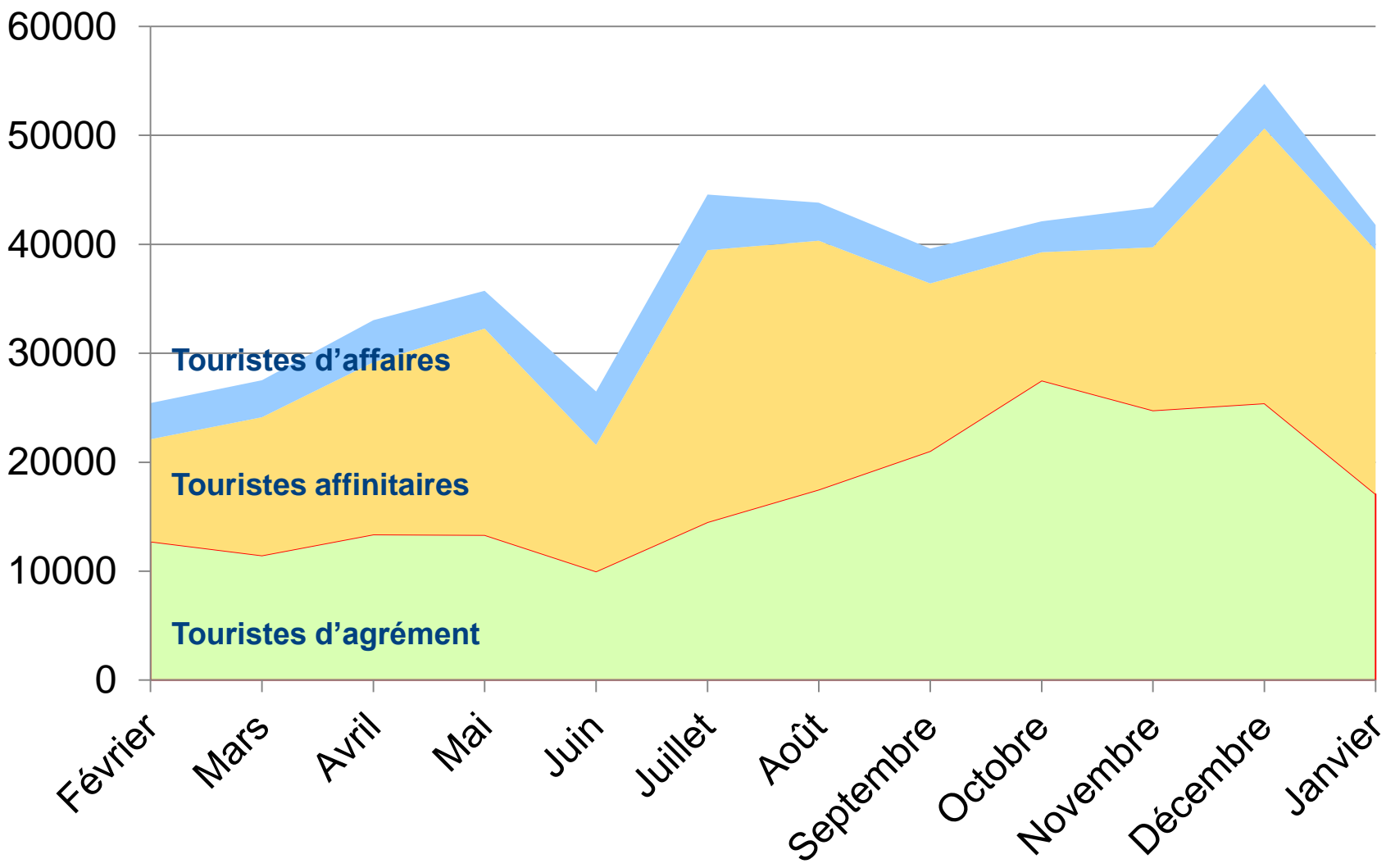
- 164 journées d'enquêtes ont eu lieu entre février 2016 et fin janvier 2017. Au cours de cette période, 2000 touristes ont été interrogés en face à face par une équipe de 3 enquêteurs à l'aide d'un questionnaire de 20 minutes environ administré en français ou en anglais (voir en annexe).
- Les enquêteurs travaillaient directement en zone réservée en salle d'embarquement. Les passagers du vol étaient sélectionnés aléatoirement selon la méthode du pas de tirage (sélection stricte de 1 passager sur N). Pour chaque passager abordé, l'enquêteur renseignait le type de voyageurs (résident, touriste ou transit) et la destination du vol. Seuls les touristes se voyaient proposer de continuer le questionnaire. Au total, 6443 passagers ont été abordés, pour 3133 résidents, 1184 transits et 2126 touristes. Sur ces derniers, 2000 questionnaires complets ont donc été administrés.
- Ces données brutes correspondant au 6443 passagers abordés ont fait l'objet d'un redressement en fonction des données de trafic au départ de la Réunion par destination et par mois (de février 2016 à janvier 2017)

Destination	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	TOTAL
France	52 227	34 650	41 110	47 165	48 904	52 863	58 666	55 924	46 904	49 434	51 481	65 144	604 472
Ile Maurice	28 319	12 264	20 482	14 510	25 283	12 413	29 800	18 160	12 920	29 571	18 732	35 449	257 903
Mayotte	8 147	4 425	6 303	5 373	6 353	6 253	9 416	7 775	3 540	5 453	4 496	6 868	74 402
Madagascar	4 028	3 465	5 497	4 665	5 724	4 255	7 768	4 715	5 026	6 034	5 979	8 429	65 585
Thaïlande	865	871	882	1 046	518	718	1 010	728	1 031	900	2 075	2 153	12 797
Comores	467	612	480	517	573	811	1 344	588	381	497	314	635	7 219
Afrique du Sud	845	378	841	845	873	447	1 333	485	800	1 068	743	1 595	10 253
Seychelles	895	249	679	447	776	283	1 128	540	320	797	483	933	7 530
Inde	270	205	237	191	338	128	209	174	134	187	613	925	3 611
TOTAL	96 063	57 119	76 511	74 759	89 342	78 171	110 674	89 089	71 056	93 941	84 916	122 131	1 043 772

- Au global sur l'année, la population des passagers aériens au départ de La Réunion représente plus d'un million de voyageurs, **dont 458 000 touristes**, avec une haute saison en octobre novembre, comme le montre la diapositive suivante.

Haute saison du tourisme d'agrément entre Octobre et Décembre

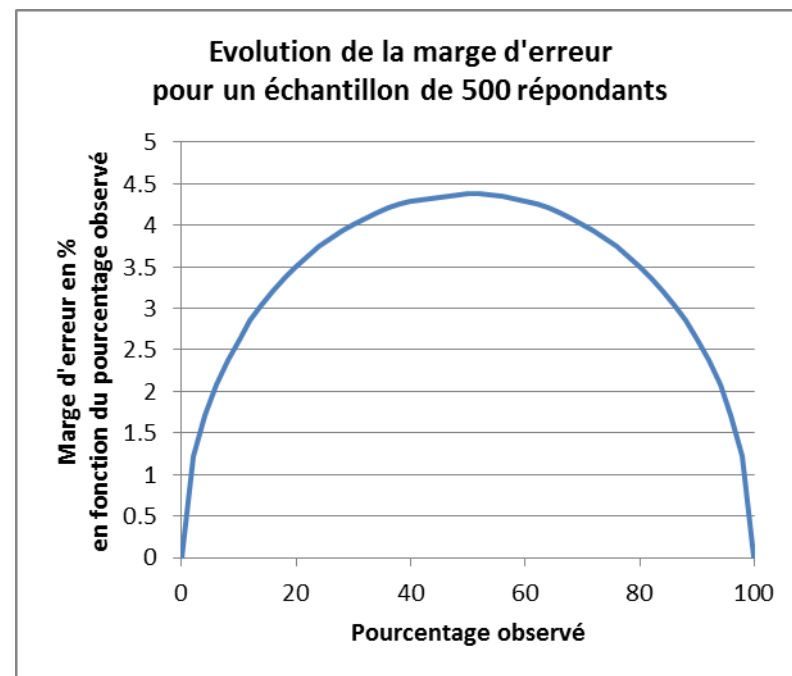
Nombre de touristes au départ de La Réunion



Marge d'erreur en fonction de la taille d'échantillon

- Plus la taille de l'échantillon est importante, plus les résultats de l'enquête sont fiables. Le tableau de gauche présente la marge d'erreur en fonction de la taille d'échantillon, et le graphique de droite présente l'évolution de la marge d'erreur pour une taille d'échantillon de 500 personnes, celle-ci variant alors entre 1.2% (pour un pourcentage de 2% ou de 98%) à 4.4% pour un pourcentage de 50%.
- Attention à l'analyse des résultats sur des petits échantillons (100 personnes ou moins). Par exemple, un résultat égal à 50% auprès de 100 personnes est compte tenu de la marge d'erreur compris entre 40% et 60%. Un résultat égal à 20% de cette même population sera compris entre 12% et 28%.
- Sur l'échantillon principal (2000 personnes), la marge d'erreur est comprise entre 0,6% et 2,2%.**

Echantillon	Marge d'erreur	
	min	max
100	2.7%	9.8%
300	1.6%	5.7%
461	1.3%	4.6%
500	1.2%	4.4%
1000	1.1%	4.0%
2000	0.6%	2.2%



Chapitre 1 :

Profil des touristes

Qui sont les touristes venant à La Réunion?

- Les touristes se rendent à La Réunion **avant tout pour les vacances**. Les deux tiers l'avancent comme raison principale. Mais l'une des particularités de la destination est que **près de la moitié (44%) des touristes indique également que l'objet du voyage est de rendre visite à sa famille (voire à des amis)**. Au final, un touriste sur quatre indique venir autant pour les vacances que pour visiter leur famille (ils avaient la possibilité de donner plusieurs réponses dans le questionnaire concernant l'objet de leur voyage). Enfin, 9% viennent avant tout pour les affaires.
- Cette relative dichotomie se retrouve sur la part des touristes qui viennent pour la première fois sur l'île : **tout au long de l'année, 1 touriste sur 2 est un primo-visiteur**. La motivation de ces primo-visiteurs est axée **principalement sur les vacances, en dehors de toute considération familiale**, pour deux tiers d'entre eux, et axée sur la famille pour seulement 18%. **A l'inverse, la motivation des repeaters est principalement axée sur la famille (1 repeater sur deux)**, alors que le motif des vacances (en dehors de toute considération familiale) ne représente que 29% pour ceux-ci.
- La durée de leur séjour va s'en trouver affectée. **Il dure deux semaines en moyenne lorsqu'il s'agit de vacances uniquement** ou de voyage pour affaire, mais **trois voire quatre semaines dès lors qu'il implique aussi la visite à de la famille** ou des amis.
- Au total, en croisant les motivations du voyage, l'achat d'un forfait ou non et les lieux d'hébergement, **le tourisme d'agrément représente 46% de la population totale des touristes, le tourisme affinitaire 45% et le tourisme d'affaires 9%**. 66% des touristes d'agrément sont des primo-visiteurs, mais seulement 34% des touristes affinitaires et d'affaires.
- **8 touristes sur 10 résident en métropole**, 1 sur 10 en Europe et 1 autre sur 10 dans la zone de l'Océan Indien (avec un pic à 17% en juillet). 87% de ces derniers sont d'ailleurs des touristes s'étant déjà rendus par le passé sur l'île de La Réunion.

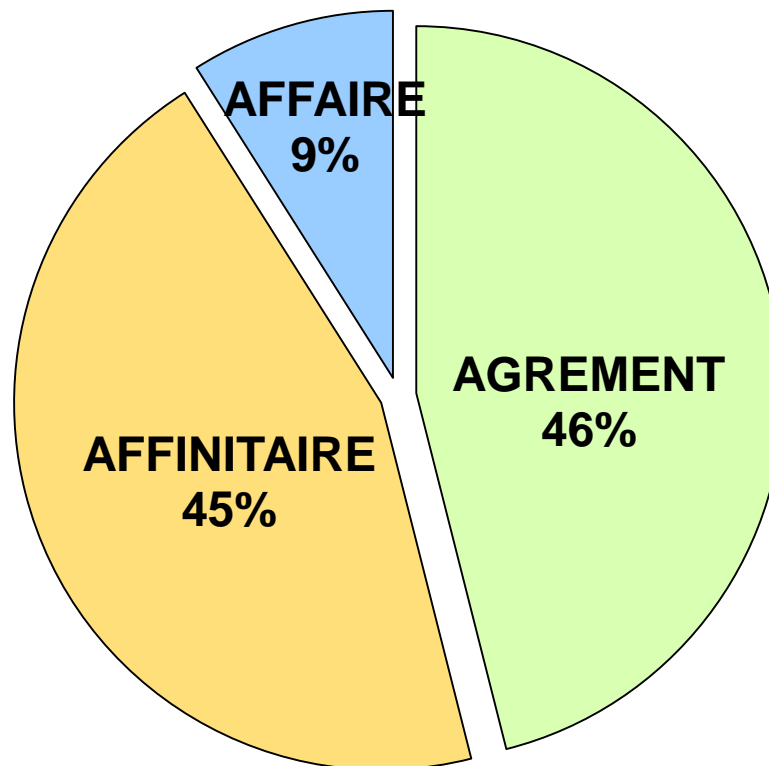
Qui sont les touristes venant à La Réunion?

- Dans l'ensemble, même si l'on note des petits écarts, le profil global des touristes est relativement proche de ce qui avait été mesuré en 2010.
- On recense autant de femmes que d'hommes parmi les touristes, légèrement plus féminin (54%) parmi les touristes d'agrément et les touristes affinitaires, et largement masculin (76%) parmi les touristes d'affaires.
- 40% des touristes sont âgés de 50 ans et plus (20% de retraités), 52% sont âgés de 25 à 49 ans, pour 8% de moins de 25 ans. La part des touristes les plus âgés a augmenté de 9% par rapport à 2010.
- Le statut professionnel des touristes d'agrément et affinitaires est relativement similaire, avec 3 catégories principales et équivalentes (entre 22% et 26%) : les cadres supérieurs, les employés et les retraités. En revanche, 66% des touristes pour affaires sont des cadres supérieurs.
- Au global, 42% des touristes viennent en couple, 30% en famille ou entre amis, 29% se rendent seuls à La Réunion. Toutefois ces proportions varient très fortement selon le type de tourisme. Pour le tourisme d'agrément, seulement 9% des touristes viennent seuls. La majorité viennent en couple (59%), en famille (23%) ou entre amis (12%). Les touristes affinitaires viennent plus souvent seuls (39%), plus qu'en couple (31%) ou en famille (24%), tandis que les touristes pour affaires viennent très majoritairement seuls (73%).
- 11% des touristes ont acheté un voyage à forfait pour venir à La Réunion (soit 24% des touristes d'agrément), taux relativement stable également tout au long de l'année, avec un pic entre 15% et 20% entre septembre et novembre.
- La période de haute saison (septembre à novembre) correspond davantage à un tourisme d'agrément (2 tiers des touristes d'octobre/novembre contre 46% sur l'année), avec près d'un touriste sur deux voyageant en couple à cette période là. Le reste de l'année, le tourisme affinitaire est majoritaire.

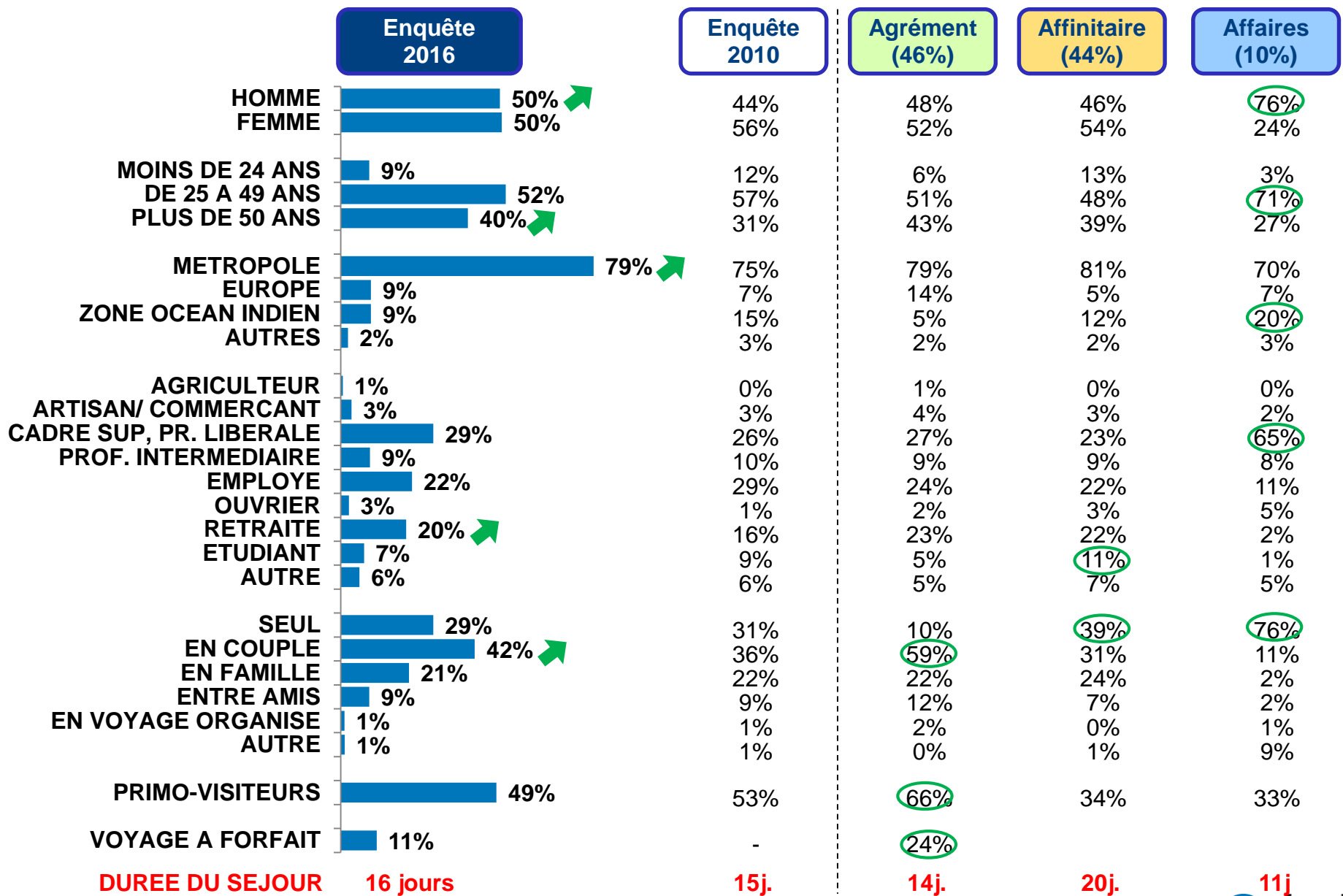
Typologie des touristes

(base : 2000 voyageurs interrogés)

- Les touristes se divisent en trois catégories : **les touristes « affinitaires »**, qui logent principalement chez un membre de leur famille ou chez des amis ou qui se rendent à La Réunion principalement pour cette raison, même si ceux-ci logent ailleurs. Ils représentent 45% de l'ensemble des touristes, soit à peu près autant que **les touristes d'agrément**, dont le motif du voyage concerne avant tout les vacances. Ils peuvent ponctuellement en profiter pour voir des amis, mais ils n'y logent jamais. Ce sont bien souvent des primo-visiteurs. Enfin, 9% des **touristes dit d'affaires** sont venus à La Réunion principalement pour leur travail et en profitent pour découvrir La Réunion au passage.



Profil des différents types de touristes

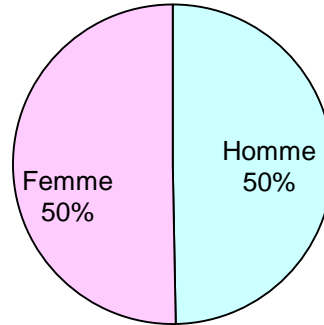


Profil des touristes de La Réunion

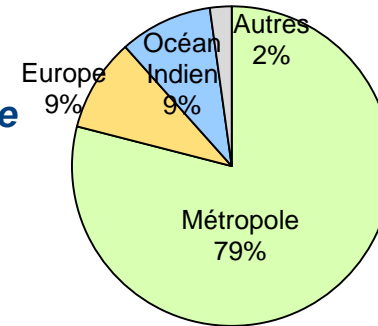
(base : 2000 voyageurs interrogés)

- Le profil du touriste extérieur est le suivant : métropolitain, cadre supérieur (3 fois plus présents que dans la population française), employé ou retraité, vivant en couple dans deux cas sur trois.

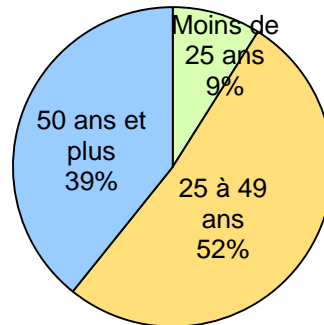
Sexe



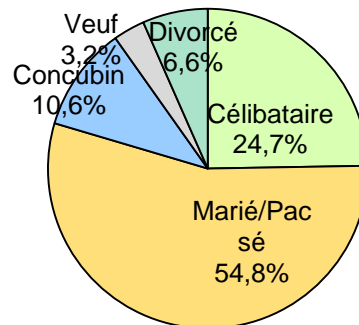
Lieu de résidence



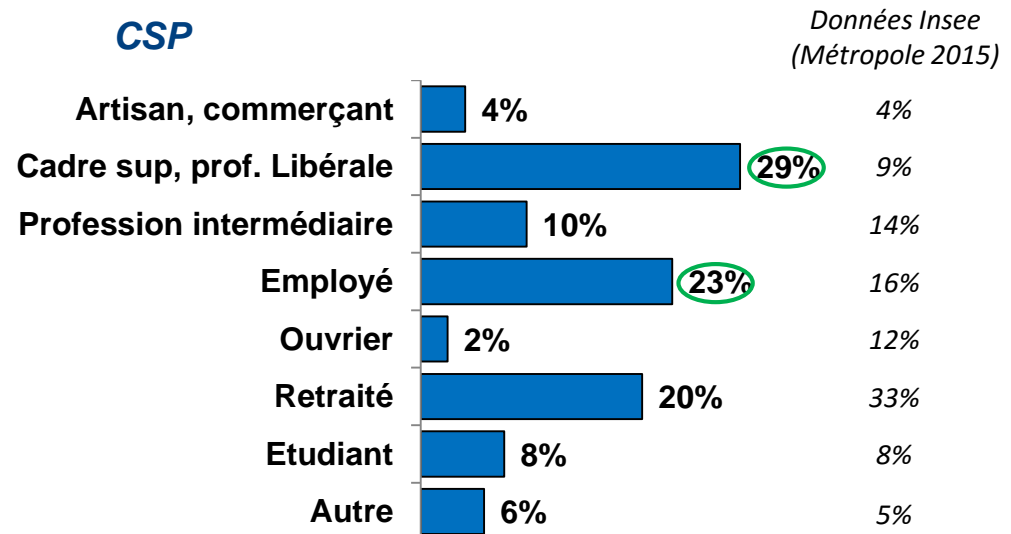
Âge



Situation familiale



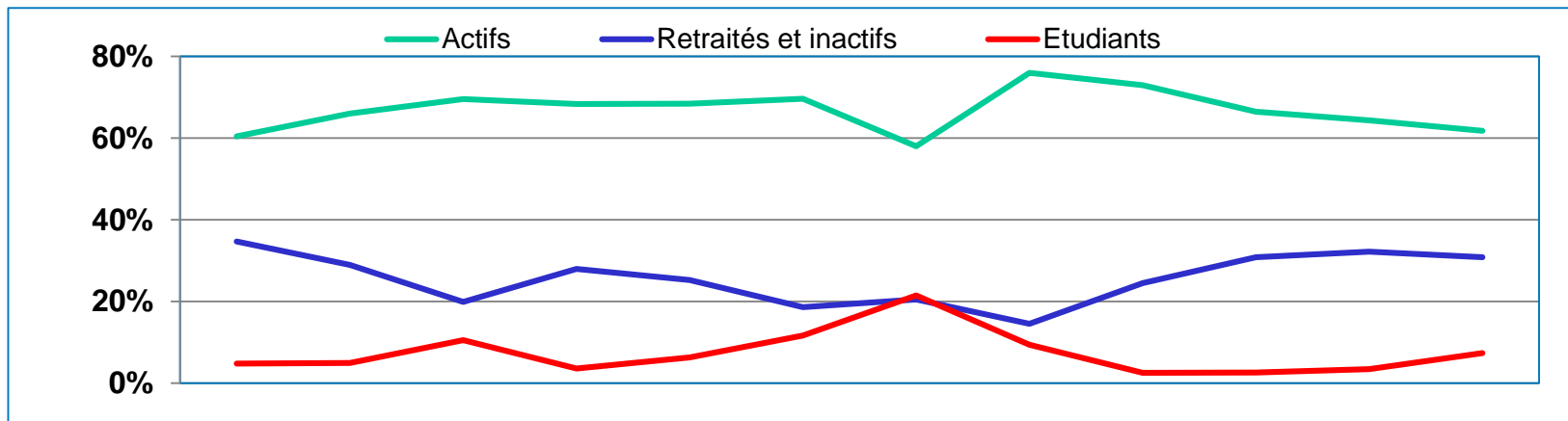
CSP



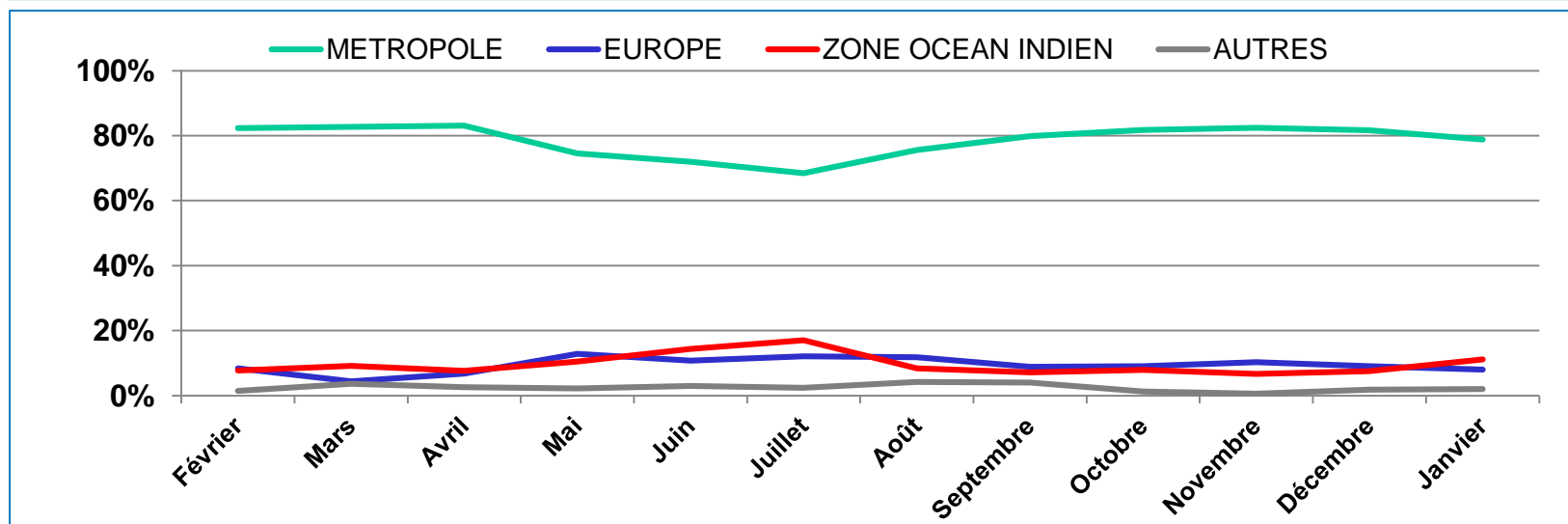
Suivi de la CSP et du lieu de résidence des touristes selon le moment de l'année

- Août correspond au pic de fréquentation des touristes étudiants (20% contre moins de 10% le reste de l'année), tandis que les retraités et inactifs sont proportionnellement les plus nombreux entre octobre et février.
- Les métropolitains sont majoritaires tout au long de l'année, avec un pic de fréquentation de la zone Océan Indien entre juin et juillet.

CSP



Lieu de résidence

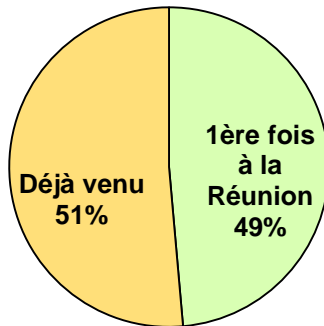


Le séjour

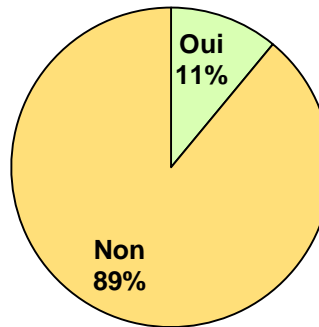
(base : 2000 voyageurs interrogés)

- 1 touriste sur deux vient pour la première fois à La Réunion, principalement motivé par des vacances ou la visite à sa famille. Le séjour des touristes dure 16 jours en moyenne.

Première visite?

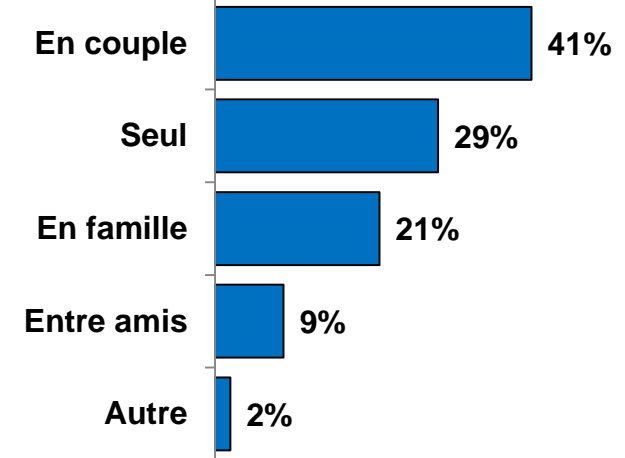


Voyage à forfait?



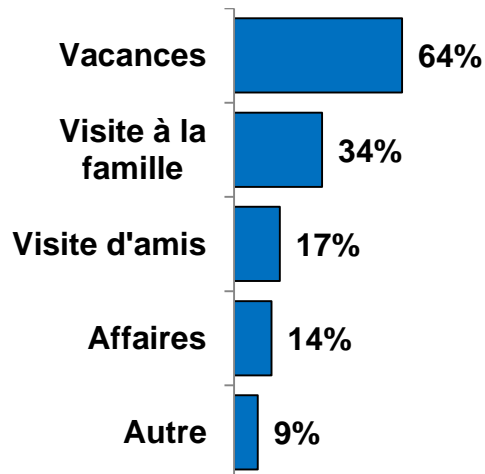
Avec qui ?

(plusieurs réponses possibles)

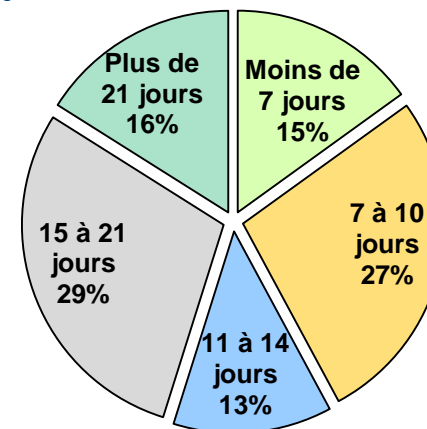


Motif du séjour

(plusieurs réponses possibles)



Durée du séjour

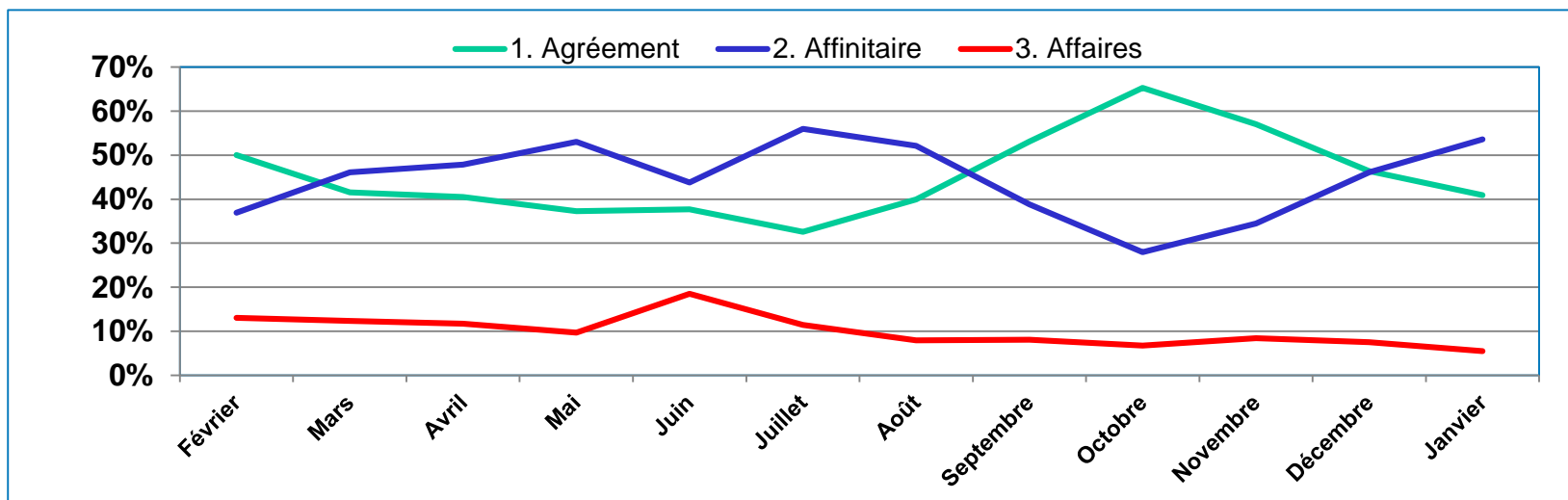


16 jours en moyenne

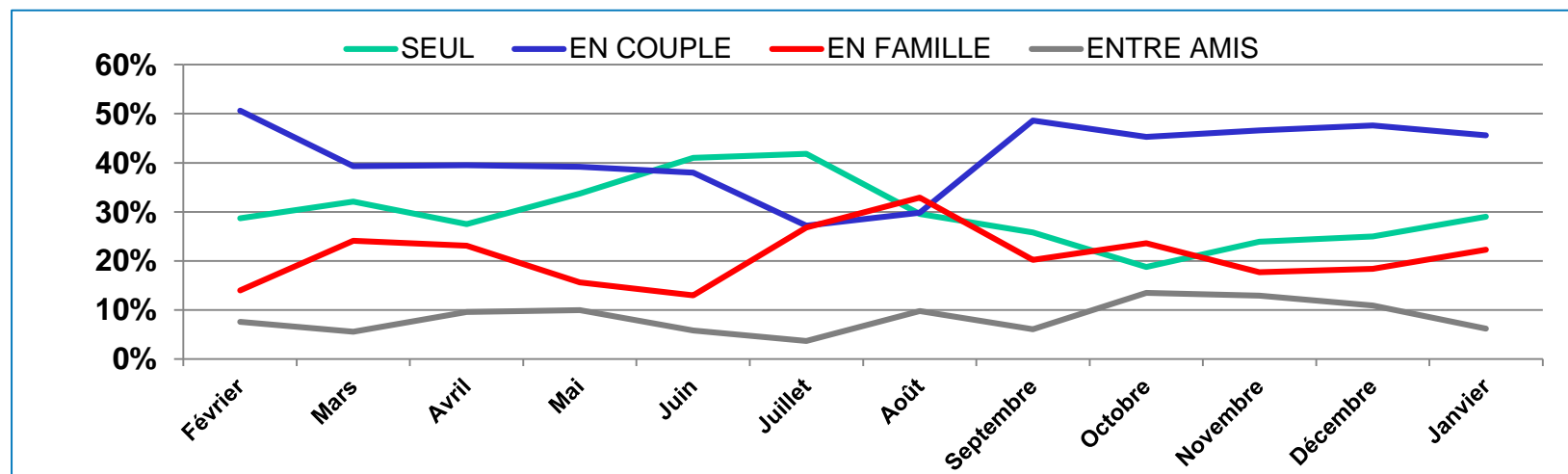
Motif du voyage et type d'accompagnement des touristes selon le moment de l'année

- En période de haute saison (septembre à novembre), le tourisme d'agrément devient majoritaire (2 tiers des touristes au mois d'octobre contre 46% sur l'année), avec près d'un touriste sur deux voyageant en couple à cette période là. Le reste de l'année, le tourisme affinitaire est légèrement majoritaire.

Type de tourisme

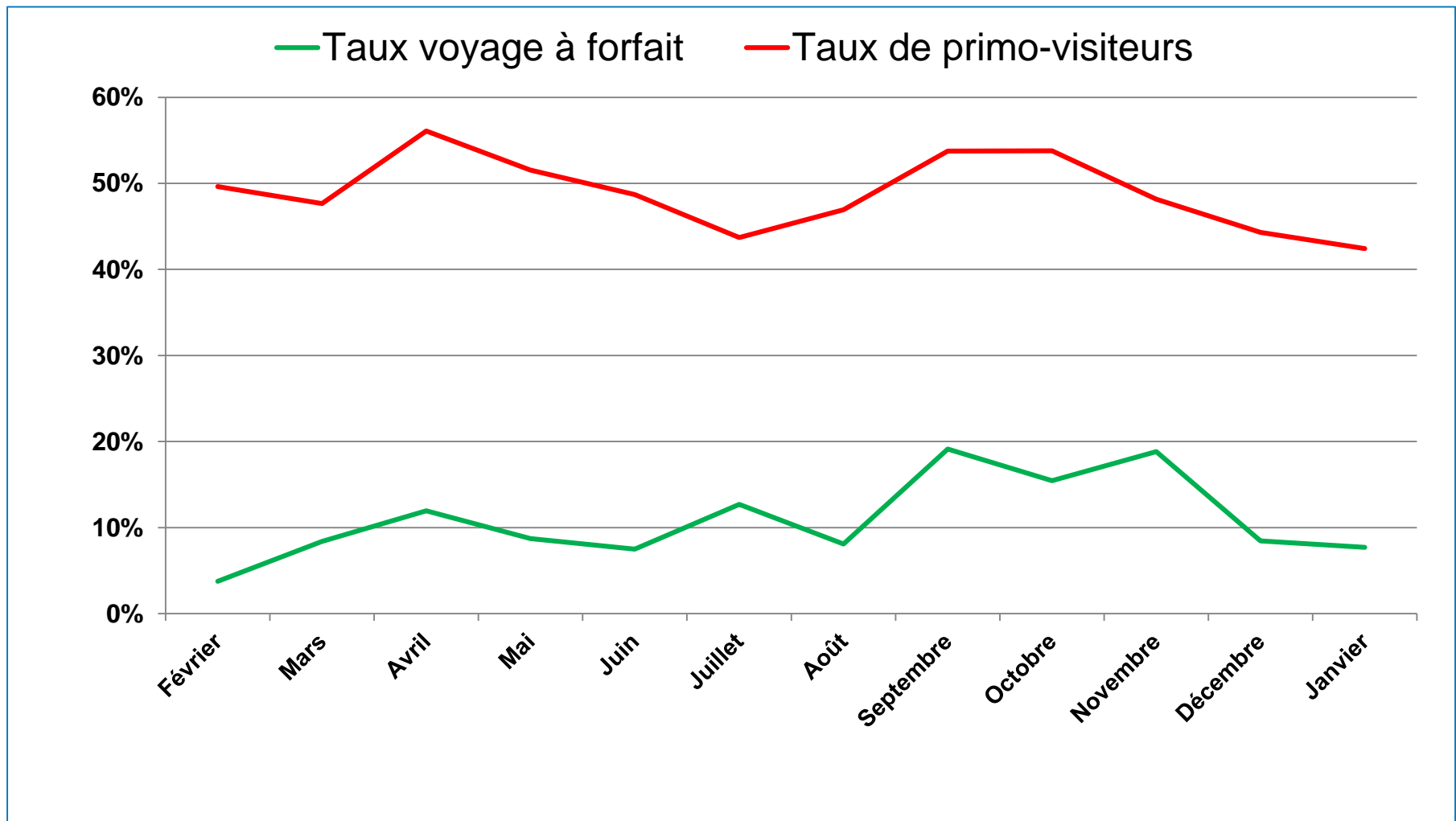


Avec qui?



Taux de touristes venant pour la première fois et taux de voyage à forfait selon le moment de l'année

- Le pic de tourisme d'agrément en octobre/novembre se traduit également par un pic sur le taux de touristes ayant acheté un voyage à forfait (proche des 20% entre septembre et novembre). La part de primo-visiteurs est également supérieure à la moyenne sur cette période, sans pour autant s'en éloigner.



Quelles différences entre les primo-visiteurs et les repeaters ?

- Environ un touriste sur deux vient pour la première fois à La Réunion, quel que soit le mois de l'année. Il s'agit pour l'essentiel de résidents de la métropole et de l'Europe (87% des touristes venant de l'Océan Indien étaient déjà venus auparavant à l'île de La Réunion). 18% des primo-visiteurs ont acheté un voyage à forfait pour venir à La Réunion, contre 4% des visiteurs déjà venus.
- Les primo-visiteurs viennent plus souvent en couple (50% contre 35%) et moins souvent seul (19% contre 38%). Ils viennent majoritairement pour les vacances (80%), contre seulement 51% des visiteurs déjà venus, ceux-ci venant principalement pour rendre visite à la famille ou à des amis, voire pour affaire dans 19% des cas.
- Dans le cas des premiers, c'est la nature/la montagne qui est le critère le plus important dans le choix de leur destination (44%), devant le soleil/la chaleur ou la présence de famille ou d'amis (32%), tandis que ce dernier critère est largement prépondérant parmi les touristes déjà venus (59%).

Quelles différences entre les primo-visiteurs et les repeaters ?

- De manière générale, les primo-visiteurs se montrent beaucoup plus actifs sur l'île que les visiteurs déjà venus :
 - Ils dorment en moyenne dans 2 villes différentes au cours de leur séjour, contre 1 à 2 pour les visiteurs déjà venus. Ils sont notamment plus nombreux à passer au moins une nuit à Saint-Gilles (46% vs 28%), Cilaos (19% vs 6%), Mafate (12% vs 4%) ou Hell-Bourg (10% vs 2%)
 - Ils vont quasiment tous à la montagne ou à la plage (91%), contre respectivement 69% et 80% de ceux déjà venus. 92% ont visité un site naturel de l'île, 7 en moyenne, contre seulement 74% des visiteurs déjà venus, qui n'en visitent que 4 en moyenne.
 - 90% ont fait au moins une activité au cours de leur séjour, contre 72% de ceux déjà venus : principalement la randonnée, mais aussi un survol en hélico (25% vs 10%), une promenade en mer (21% vs 12%) ou un musée (20% vs 11%).
 - De même, 84% des primo-visiteurs ont visité au moins un lieu touristique (musée, marché...) pour 4 visités en moyenne au cours du séjour, contre seulement 71% des visiteurs déjà venus qui n'en visitent que 2 à 3.

Chapitre 2 :

La préparation du séjour

La préparation du séjour

- ① Internet est de loin le moyen le plus utilisé pour préparer son séjour en amont, par plus de deux voyageurs sur trois et ce quel que soit le profil touristique. Internet devance donc largement un triptyque composé du guide de voyage (principalement pour les touristes d'agrément), des conseils d'amis et des agences de voyages (autour de 16% chacun).
- ② En revanche, une fois sur place, les touristes vont avoir recours à des moyens divers en fonction de leur profil. Le bouche à oreille est très largement utilisé par les touristes affinitaires dans 67% des cas, alors que c'est seulement le cas pour 28% des touristes d'agrément et des touristes d'affaires. Les touristes d'agrément vont avant tout utiliser leur guide de voyage (1 cas sur deux), devant internet (38%), puis le bouche à oreille, les informations disponibles à l'hébergement (23%) et enfin l'office de tourisme local (19%).
- ③ Parmi les touristes venus pour profiter de vacances sur l'île de La Réunion, c'est en premier lieu le bouche à oreille positif qui les a incités à venir dans deux cas sur trois (et même 76% des touristes affinitaires).
- ④ Au global, la présence d'amis ou de famille sur l'île est pour 43% des touristes venus pour des vacances le critère principal dans la décision de se rendre sur l'île, mais il convient de dissocier ici les types de touristes. En effet, les touristes affinitaires venus pour les vacances sont 84% à indiquer que la famille est le critère décisif de leur venue, très loin devant des motifs comme la recherche de la nature et de la montagne (24%) ou du soleil (25%). Les touristes purement d'agrément eux évoquent justement en premier lieu la nature et la montagne dans près d'un cas sur deux (46%), le soleil (34%), puis la plage (19%), le volcan (18%) ou simplement le repos (14%). A noter toutefois que pour ces touristes, la présence d'amis sur l'île joue un rôle, dans 22% des cas.

La concurrence avec d'autres destinations

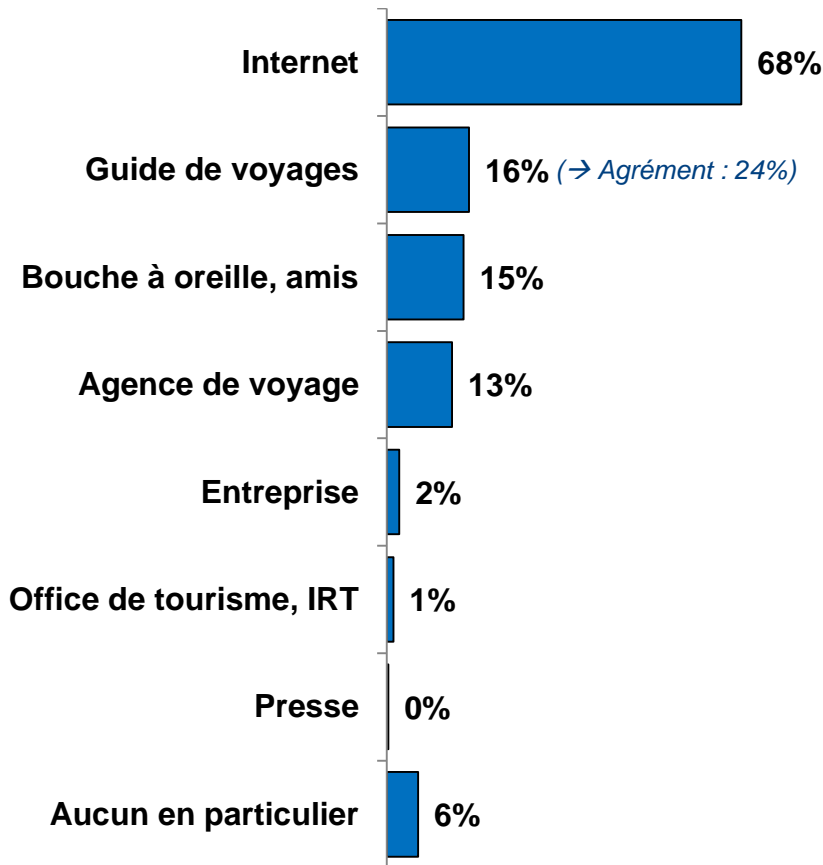
- ① Comme lors de l'enquête précédente, le choix de La Réunion comme destination de voyage n'est pas une alternative parmi d'autres : Parmi les touristes déclarant venir à La Réunion pour des vacances, 83% ont indiqué qu'ils n'avaient pas hésité avec d'autres destinations. Cela s'explique par la forte proportion de touristes qui déclarent à la fois venir pour les vacances mais aussi pour rejoindre leur famille sur l'île.
- ② Parmi les touristes purement d'agrément primo-visiteurs, ils sont près d'un sur quatre à avoir envisagé une autre destination. Le plus souvent, il s'agit d'autres îles de l'Outremer qui ont en commun avec La Réunion d'être francophones : Maurice en premier lieu, mais aussi Madagascar, puis la Guadeloupe et la Martinique, les Seychelles, et dans une moindre mesure, Tahiti, la Nouvelle Calédonie ou Mayotte et les Comores. Le caractère francophone de ces destinations semble être un élément essentiel pour les touristes qui indiquent avoir hésité avant de faire leur choix en faveur de La Réunion, qui ne citent que rarement les îles non francophones. Si ces touristes citent autant que les autres en priorité la nature et la montagne couplé au soleil et à la chaleur comme étant les critères décisifs dans le choix de leur destination, ils y rajoutent effectivement le caractère francophone de l'île ainsi que, et c'est un élément différenciant, la présence du volcan. La présence de famille sur l'île n'entre pas ou peu en ligne de compte, contrairement aux touristes n'ayant pas hésité, pour qui la présence de famille sur l'île est décisif dans un cas sur deux.
- ③ Parmi les touristes ayant hésité, on peut également noter un intérêt marqué pour la zone Asie et en particulier pour la Thaïlande dans la liste des destinations entrant en concurrence avec La Réunion au moment du choix de la destination de vacances par les touristes, davantage encore qu'en 2010, en particulier les touristes venus seuls et en couple.

Les moyens utilisés pour organiser le séjour

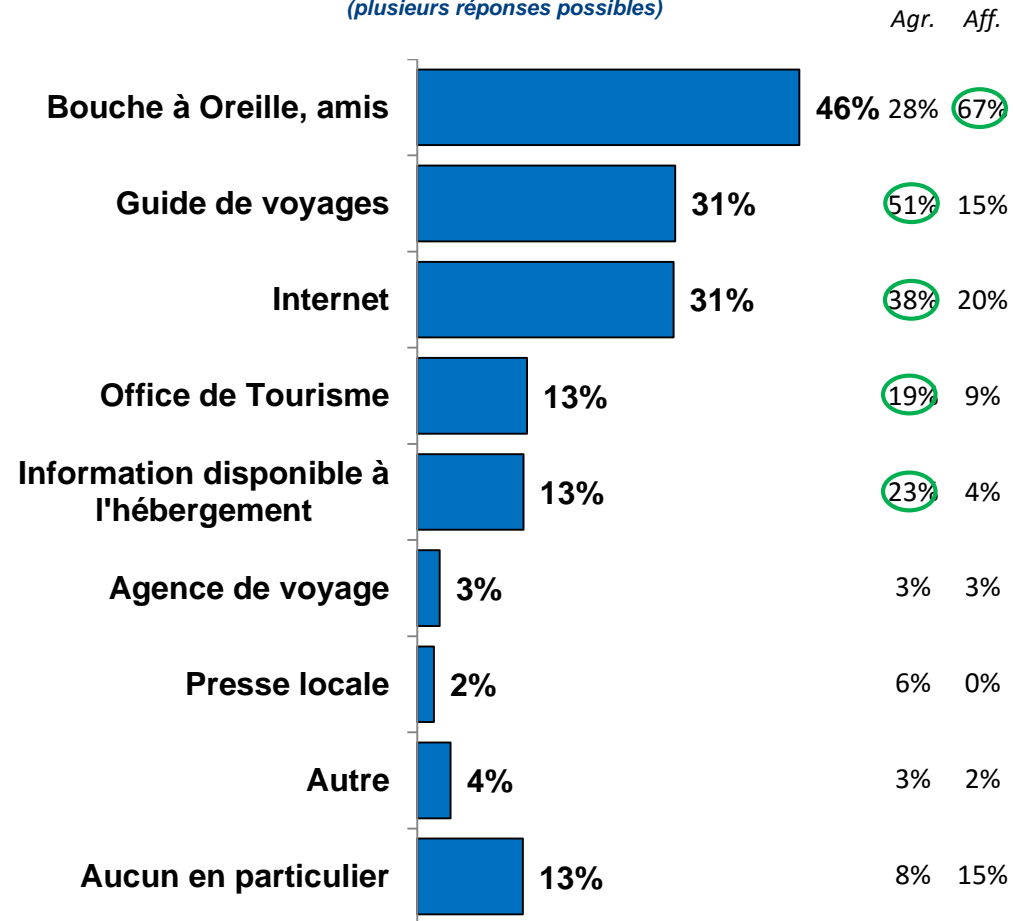
(base : 2000 voyageurs interrogés)

- Internet est de loin le média le plus utilisé par les touristes pour préparer leur séjour. En revanche, une fois sur place, le bouche à oreille couplé au guide de voyages prennent (en partie) le relais d'internet.

Moyens les plus utilisés pour préparer le séjour
(2 réponses possibles)



Les sources d'informations utilisées sur place pour organiser les activités
(plusieurs réponses possibles)

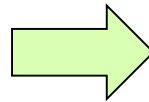
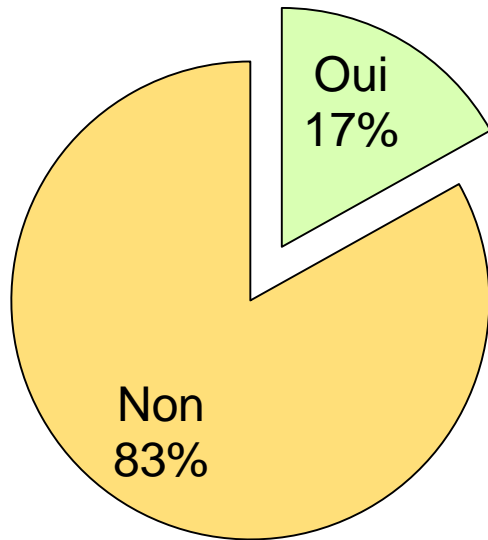


Les destinations de vacances en concurrence avec l'île de La Réunion

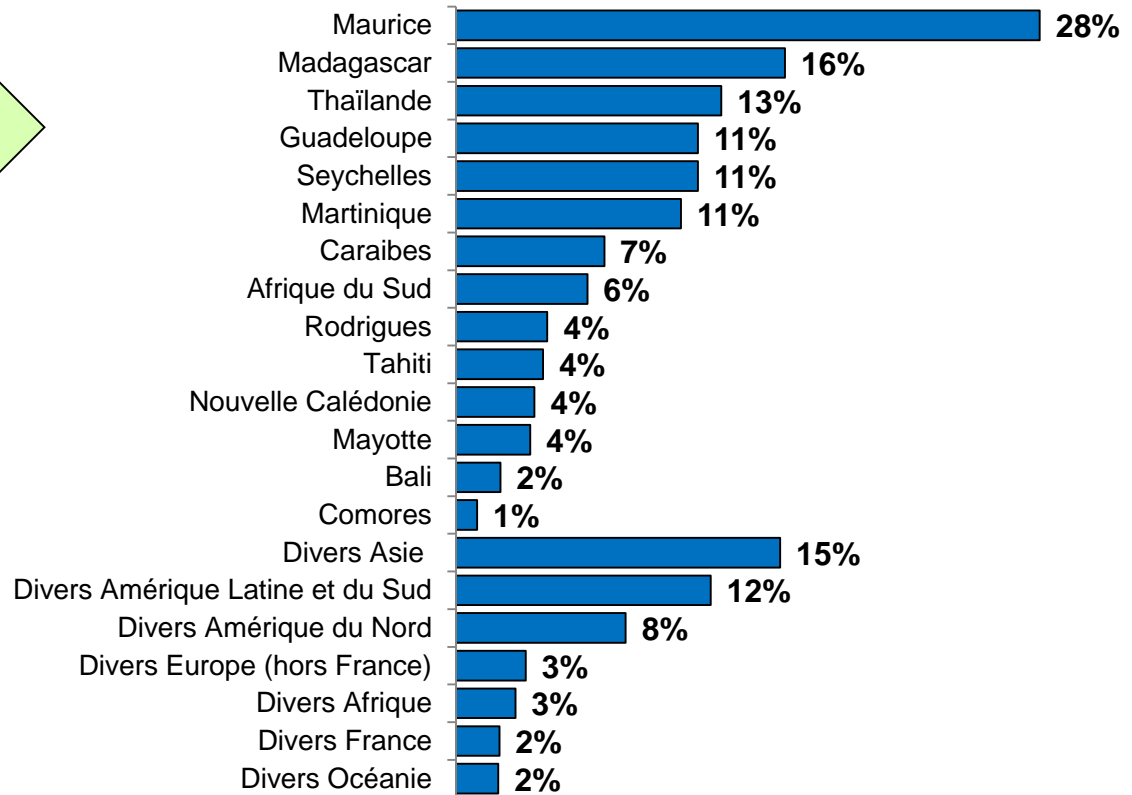
(base : 1276 voyageurs interrogés, venus pour les vacances ou les études)

- Seulement 1 touriste sur 6 venus pour les vacances a hésité lors du choix de sa destination, le plus souvent avec d'autres îles francophones, et notamment Maurice et Madagascar.

Lors du choix de votre destination, avez-vous hésité avec d'autres ?



Si oui, avec quelles destinations avez-vous hésité ?



(base : 1276 voyageurs interrogés et venus pour les vacances)

(base : 230 voyageurs ayant hésité avec d'autres destinations pour les vacances)

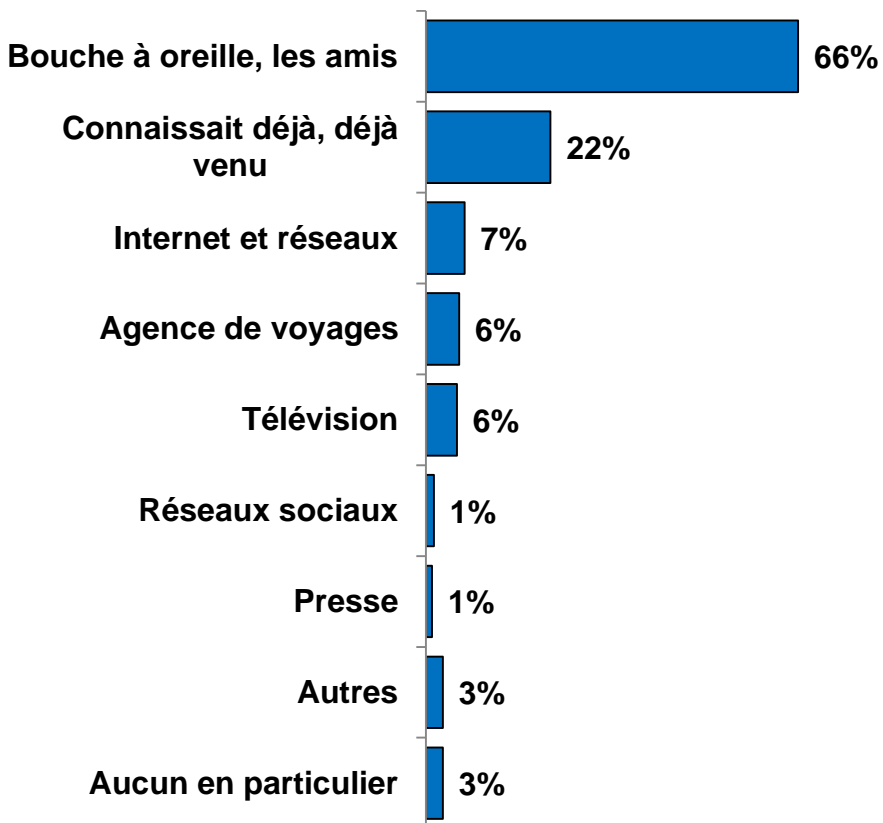
Le choix de La Réunion comme destination de vacances

(base : 1276 voyageurs interrogés, venus pour les vacances ou les études)

- 2 touristes sur trois se rendent à La Réunion pour des vacances. Parmi ceux-ci, les conseils de l'entourage sont de loin la principale influence ayant débouché sur la décision de venir.

Vecteurs ayant le plus influencé la décision de se rendre sur l'île

(2 réponses maximum)



Critères décisifs dans le choix de La Réunion comme destination de vacances

(3 réponses maximum)



NB : Concernant le critère « nature/montagne », il ne s'agit pas ici d'opposer nature et mer ou plage et montagne car comme précisé plus loin dans l'étude, 80% des touristes se rendent à la montagne et 85% à la mer. Si la montagne constitue la particularité de l'île, la mer et la plage constituent un « prérequis de la destination » évident pour le touriste.

Les critères décisifs dans le choix de La Réunion comme destination de vacances en fonction de la typologie du touriste

De manière similaire à ce qui avait été mesuré en 2010, 84% des touristes affinitaires venus également pour les vacances indiquent que la famille est le critère décisif de leur venue, très loin devant les autres motifs. Les touristes purement d'agrément eux évoquent en premier lieu la nature et la montagne dans près d'un cas sur deux (46%), puis le soleil (34%), et dans un second temps la plage (19%), le volcan (18%) ou simplement le repos (14%).

	ENSEMBLE VENUS POUR LES VACANCES	TOURISTES D'AGREMENT	TOURISTES AFFINITAIRES
BASE BRUTE	1276	844	428
LA PRESENCE D'AMIS OU DE LA FAMILLE SUR L'ILE	43%	22%	84%
LA NATURE / LA MONTAGNE	39%	46%	24%
LE SOLEIL/LA CHALEUR	31%	34%	25%
LA MER / LA PLAGE	18%	19%	15%
VOLCAN	13%	18%	4%
LES ACTIVITES SPORTIVES	12%	14%	8%
LE REPOS ET LA DETENTE	12%	12%	11%
DEPARTEMENT FRANCAIS (SECURITE, LANGUE, FRANCE DE L'OCEAN INDIEN)	10%	12%	6%
ENVIRONNEMENT PRESERVE (RESERVE MARINE ET PARC NATIONAL)	5%	6%	4%
DECOUVERTE DE NOUVEAUX PAYSAGES, DEPAYSEMENT	3%	4%	1%
LA CULTURE	2%	3%	1%
PROXIMITE AVEC MAYOTTE / MAURICE	2%	2%	1%
AUTRE	12%	14%	8%

Quels profils se cachent derrière les critères secondaires?

- Les touristes se rendant à La Réunion pour les vacances n'ont pas choisi cette destination pour une raison unique. On l'a vu, pour la moitié d'entre eux, la présence de la famille joue un rôle considérable dans ce choix, mais sans pour autant constituer le seul critère. Il s'agit le plus souvent d'une conjugaison de critères parmi lesquels l'attrait pour la nature ET la plage, ou encore la recherche de soleil et de chaleur permettent le repos et les retrouvailles en famille.
- On s'aperçoit que le profil sociodémographique des touristes reste relativement similaire quel que soit le critère étudié, les écarts par rapport à la moyenne étant relativement restreints. On peut toutefois en signaler quelques-uns, indiqués en vert sur la diapositive suivante.
- Notamment, 10% des touristes venus pour les vacances indiquent que le fait que La Réunion soit un département français a joué un rôle décisif dans leur choix de la destination. Il s'agit principalement de touristes purement d'agrément, provenant en moyenne davantage de la zone Europe et de l'Océan Indien que les touristes ayant choisi La Réunion en fonction d'autres critères. Ce sont principalement des femmes (62%) qui avancent ce critère, souvent un peu plus âgées que la moyenne.
- 5% des touristes venus pour les vacances indiquent également avoir choisi La Réunion pour son environnement préservé. Ce sont cette fois principalement des hommes (57%) qui avancent ce critère, mais c'est globalement la seule différence notable par rapport à la moyenne.

Le profil des touristes selon les critères s'avérant décisifs dans le choix de La Réunion comme destination de vacances

	Q18. QUELLES ONT ETE LES CRITERES DECISIFS QUI VOUS ONT FAIT CHOISIR LA REUNION ?									
	ENSEMBLE VENUS POUR LES VACANCES	LA PRESENCE D'AMIS OU DE LA FAMILLE SUR L'ILE	LA NATURE / LA MONTAGNE	VOLCAN	LE SOLEIL/LA CHALEUR	LA MER / LA PLAGE	LE REPOS ET LA DETENTE	LES ACTIVITES SPORTIVES	ENVIRONNEMENT PRESERVE (RESERVE MARINE ET PARC NATIONAL)	DEPARTEMENT FRANCAIS (SECURITE, LANGUE, FRANCE DE L'OCEAN INDIEN)
BASE BRUTE	1276	541	491	169	385	226	141	154	64	135
HOMME	47%	44%	46%	49%	47%	44%	44%	48%	59%	39%
FEMME	53%	56%	55%	52%	54%	56%	56%	52%	41%	61%
MOINS DE 24 ANS	10%	13%	8%	10%	12%	14%	12%	10%	14%	15%
DE 25 A 49 ANS	51%	48%	57%	60%	49%	53%	45%	62%	42%	41%
PLUS DE 50 ANS	39%	39%	35%	30%	39%	33%	44%	28%	44%	45%
METROPOLE	81%	85%	76%	73%	86%	81%	84%	76%	78%	76%
EUROPE	12%	6%	19%	24%	11%	16%	9%	19%	17%	16%
ZONE OCEAN INDIEN	5%	7%	3%	1%	2%	1%	6%	3%	6%	8%
AUTRES	2%	2%	2%	3%	2%	2%	1%	3%		
AGRICULTEUR	1%	1%	1%		1%	1%		1%		
ARTISAN/ COMMERCANT	4%	3%	6%	3%	6%	4%	9%	6%	4%	3%
CADRE SUP, PROF LIBERALE / CHEF D'ENT.	24%	21%	24%	26%	19%	21%	13%	32%	28%	29%
PROF. INTERMEDIAIRE	10%	10%	10%	6%	6%	10%	4%	13%	12%	7%
EMPLOYE	25%	25%	26%	36%	25%	24%	19%	26%	20%	22%
OUVRIER	2%	2%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	1%	1%
RETRAITE	21%	23%	19%	12%	27%	18%	38%	9%	22%	19%
ETUDIANT	8%	12%	8%	10%	10%	13%	12%	7%	13%	14%
AUTRE	5%	5%	6%	7%	5%	8%	4%	4%	1%	5%
SEUL	15%	23%	11%	8%	12%	13%	18%	14%	15%	13%
EN COUPLE	52%	40%	57%	58%	54%	55%	47%	55%	52%	57%
EN FAMILLE	25%	28%	25%	32%	27%	26%	34%	23%	24%	24%
ENTRE AMIS	12%	12%	10%	7%	10%	9%	7%	8%	16%	9%
EN VOYAGE ORGANISE	1%	0%	1%	1%	1%	1%		1%		2%
TOURISTES D'AGREMENT	66%	34%	79%	89%	72%	71%	66%	78%	74%	80%
TOURISTES AFFINITAIRES	34%	66%	21%	10%	28%	28%	34%	22%	26%	20%

Chapitre 3 :

Satisfaction générale

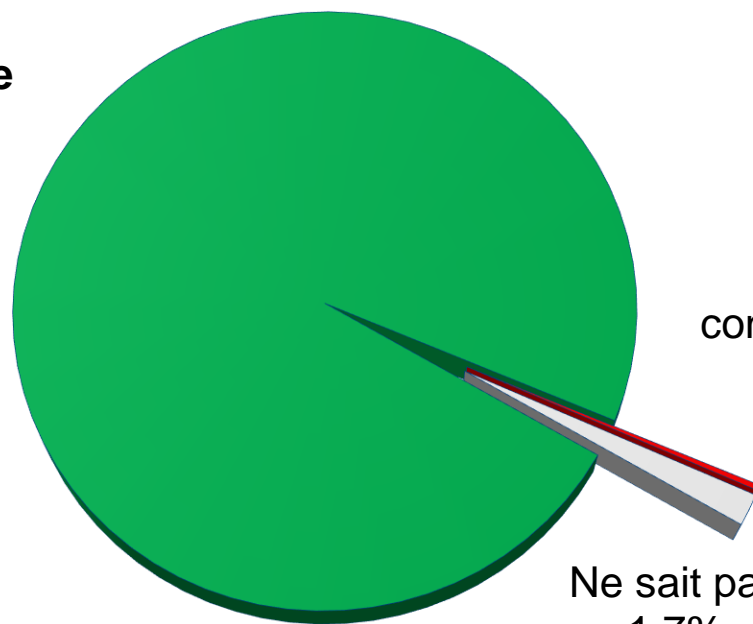
Satisfaction générale

- ① Les sites naturels de l'Île de La Réunion remportent l'adhésion générale, avec une note moyenne supérieure à 9 sur 10. Les paysages sont cités comme le point le plus séduisant de l'île par plus de deux touristes sur trois. C'est la valeur sûre de l'île de La Réunion.
- ② L'accueil n'est pas en reste, puisqu'il arrive en deuxième position avec une note moyenne de 8,2 sur 10, 58% des touristes le citant spontanément comme un des points les plus séduisants de leur séjour. C'est aussi le critère le plus corrélé à l'appréciation globale du rapport qualité/prix du séjour. C'est un critère essentiel de la satisfaction : un accueil de qualité fourni par les professionnels du tourisme impacte directement et positivement le sentiment d'avoir passé un séjour offrant un bon rapport qualité/prix au touriste. A l'inverse, si le touriste n'était pas satisfait de l'accueil, la note de satisfaction globale plongerait aussitôt. Il est donc crucial de maintenir le niveau de satisfaction de l'accueil et la qualité du service fourni aussi haut que possible.
- ③ En revanche, signalisation touristique, beauté des plages et animation recueillent des notes plutôt moyennes, proches de 7 sur 10. Les difficultés concernant la circulation et la signalisation sont d'ailleurs le reproche le plus couramment évoqué spontanément par les touristes. Mais c'est la propreté de l'île qui est le critère le moins bien noté par les touristes (6,4 sur 10), un touriste sur 4 l'évoquant spontanément parmi les points les plus décevants.
- ④ Toutefois, bien que moins bien notés, ces critères ont un impact modéré sur la perception du rapport qualité/prix du séjour.
- ⑤ Au final, la prise en compte à la fois des aspects séduisants et décevants engendrent une note moyenne de 7,1 sur 10 concernant le rapport qualité prix du séjour.

un plébiscite général des touristes pour l'île de La Réunion (base : 2000 voyageurs interrogés)

🕒 A l'issue de leur séjour sur place, l'immense majorité des touristes conseilleraient la visite de l'île à leurs proches.

**Conseillerait
à ses
proches de
venir à la
Réunion
98,0%**



Ne le
conseillera
pas
0,3%

Ne sait pas
1,7%

Satisfaction des touristes (moyenne des notes sur 10)

(base : 2000 voyageurs interrogés)

- Les sites naturels de La Réunion sont plébiscités par l'ensemble des touristes. La qualité de service et d'accueil chez les professionnels, la facilité d'accès aux informations ainsi que la qualité des prestations des structures classées enregistrent des bonnes notes, supérieures à 8 sur 10. Les primo-visiteurs se montrent par ailleurs plus enthousiastes que les touristes connaissant déjà l'île. Ils se montrent également moins critiques sur le rapport qualité prix et la propreté de l'île.

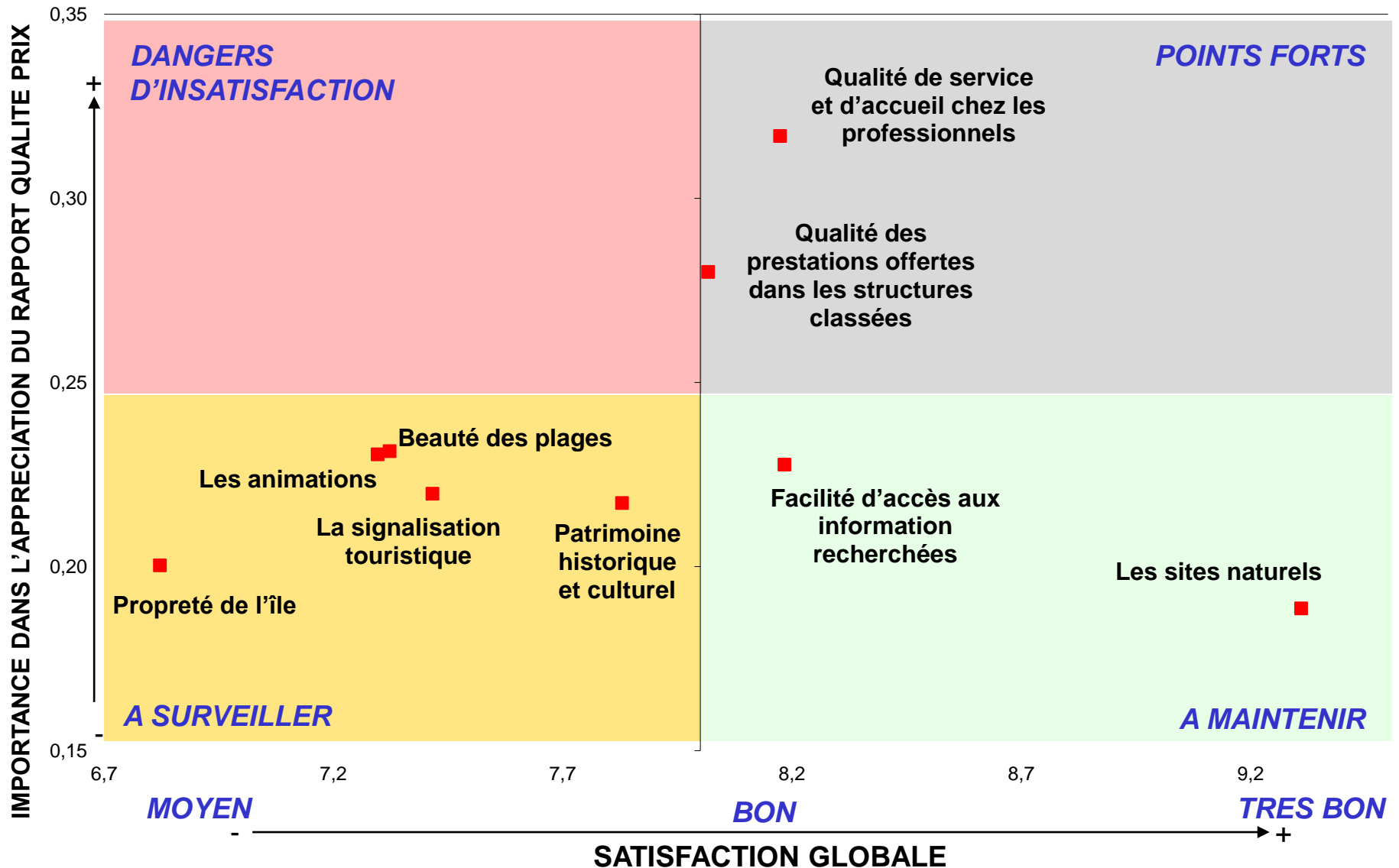
	Ensemble	Primo-visiteurs	Touristes déjà venus
Sites naturels	9.3	9.4	9.2
Qualité de service et accueil chez les pros	8.2	8.4	8
Facilités d'accès aux infos recherchées	8.2	8.3	8.1
Qualité des prestations des structures classées	8.1	8.2	7.9
Patrimoine historique & culturel	7.8	7.8	7.9
Signalisation touristique	7.4	7.5	7.4
Beauté des plages	7.3	7.4	7.2
Animation	7.3	7.3	7.2
Rapport qualité prix	7.1	7.4	6.9
Propreté de l'île	6.8	7	6.6

- Les touristes ayant résidé à l'Est de l'île se montrent un peu plus sévères que les autres en moyenne, avec des notes inférieures à 7 pour la propreté de l'île (6,4), les animations (6,6), le rapport qualité/prix (6,7) et la beauté des plages (6,9).

Mapping de la satisfaction

- Le mapping est une projection à deux dimensions représentant la manière dont les sous-critères définis dans le questionnaire vont influencer la satisfaction globale du touriste.
- Ainsi, l'axe des abscisses correspond à la note de satisfaction moyenne obtenue par chacun des sous-critères. Sur la droite du graphique vont se trouver les critères les plus performants en termes de satisfaction (les sites naturels ayant obtenu une note moyenne de 9.2 sur 10, la qualité de service et d'accueil chez les professionnels une note de 8.2 sur 10). A l'inverse, sur la gauche du graphique vont se trouver les critères les moins performants (la propreté de l'île avec une note moyenne de 6,8 sur 10).
- Sur l'axe des ordonnées figure l'importance calculée de chaque item par rapport à la satisfaction globale, c'est-à-dire la note qui a été donnée au rapport qualité/prix du séjour. Il s'agit du coefficient de corrélation calculé entre la note donnée par chaque individu au critère étudié et la note du rapport qualité/prix. Si la corrélation est parfaite (i.e la note donnée à l'item est identique à celle du rapport qualité prix pour chaque individu), le coefficient de corrélation est égal à 1. A l'inverse, si il est proche de 0, cela signifie qu'il n'y a aucune corrélation entre les notes données au critère étudié et celle du rapport qualité/prix. Sur le graphique, plus le point est situé vers le haut, plus il a d'influence sur la note de satisfaction globale.
- L'intérêt d'un tel mapping est de visualiser aisément les items qui ont le plus d'influence sur la note de satisfaction globale en positif ou en négatif. S'ils sont en haut à droite du mapping, il s'agit des points forts : La Réunion est performante sur des critères qui ont une forte influence sur la satisfaction globale. A l'inverse, s'ils sont en haut à gauche, cela signifie que La Réunion possède des faiblesses majeures pouvant engendrer de fortes insatisfactions.

Mapping de la satisfaction (Importance calculée du critère dans la note du rapport qualité/prix)

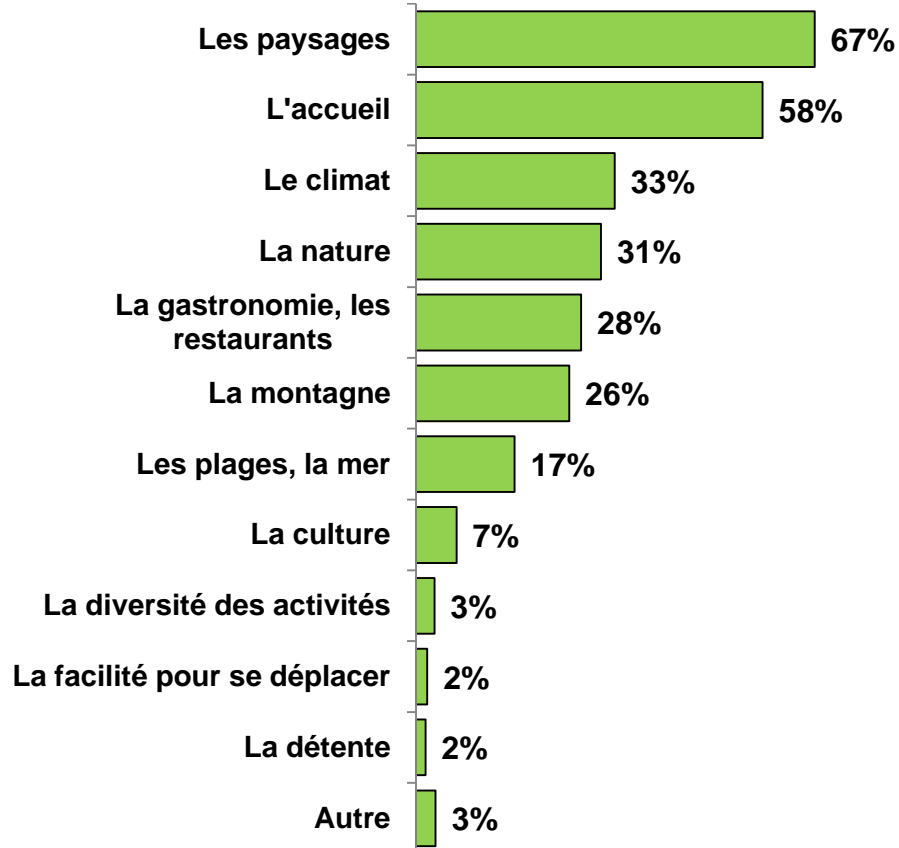


Points forts et points faibles de l'île

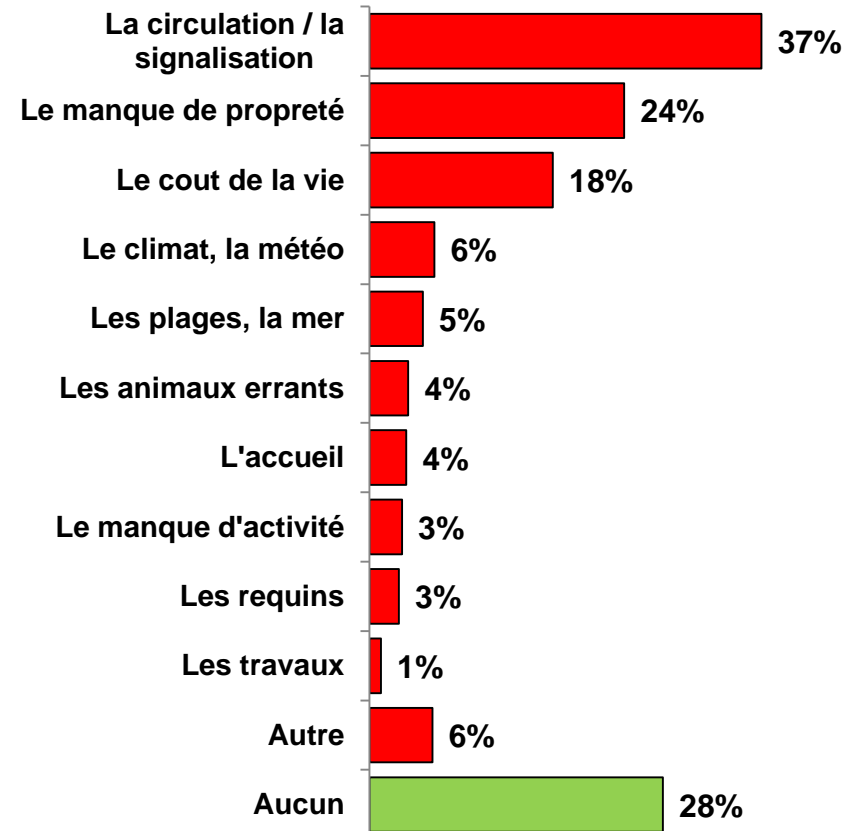
(base : 2000 voyageurs interrogés)

- Les paysages et la qualité d'accueil de La Réunion ont séduit une large majorité des touristes, qui retiennent davantage la nature (31%) et la montagne (26%) que les plages et la mer (17%). En revanche, la circulation reste un point noir pour plus d'un touriste sur trois, ainsi que le manque de propreté, relevé par un touriste sur quatre.

Points les plus séduisants



Points les plus décevants



Points forts et points faibles de La Réunion en fonction de la typologie des touristes

- Les différents types de touristes classent de manière assez similaire les points forts et les points faibles de La Réunion. Les touristes d'affaires se montrent particulièrement critiques concernant les conditions de circulation sur l'île, 59% d'entre eux relevant ce point contre « seulement » un tiers des autres touristes.
- Si la qualité de l'accueil est un peu moins souvent évoquée par les touristes affinitaires, c'est avant tout parce qu'ils sont moins souvent confrontés à l'hôtellerie que les autres touristes, et non parce qu'ils en seraient moins satisfaits.

Points les plus séduisants

	ENSEMBLE DES TOURISTES	TOURISTES D'AGREMENT	TOURISTES AFFINITAIRES	TOURISTES D'AFFAIRES
BASE BRUTE	2000	896	900	204
LES PAYSAGES	67%	68%	66%	63%
L'ACCUEIL	58%	64%	51%	68%
LE CLIMAT	33%	31%	34%	40%
LA NATURE	31%	36%	26%	27%
LA GASTRONOMIE, LES RESTAURANTS	28%	26%	29%	31%
LA MONTAGNE	26%	29%	25%	15%
LES PLAGES, LA MER	17%	13%	22%	11%

Points les plus décevants

LA CIRCULATION / LA SIGNALISATION	37%	34%	37%	59%
LE MANQUE DE PROPRETE	24%	21%	28%	18%
LE COUT DE LA VIE	18%	15%	21%	17%
LE CLIMAT, LA METEO	6%	7%	5%	6%
LES PLAGES, LA MER	5%	5%	5%	4%
ANIMAUX ABANDONNES	4%	3%	5%	2%
AUCUN	28%	32%	27%	19%

Sélections de verbatim sur les points forts du séjour sur l'île de La Réunion

- La vocation des verbatim ci-dessous est d'illustrer les quelques points forts évoqués par les touristes. Il s'agit à chaque fois de l'opinion d'une personne unique qu'il convient de rapprocher de l'analyse des pourcentages indiqués dans les pages précédentes.

la diversité des personnes et des paysages et les activités sportives

multiplicité des cultures et la diversité de l'île et la musique

le mélange des gens

le fait de ne pas être dépaycé parce qu'on est en France

Le bon rapport qualité prix par rapport aux autres Dom

la variété et la qualité des randonnées

Rhum, volcan, pas de tourisme de masse

la propreté de l'île, la sécurité

Je peux voir ma famille et mes amis

dépaycement mais avec un standard européen,

contraste des paysages cascades et volcan

Sélections de verbatim sur **les points décevants** du séjour sur l'île de La Réunion

- La vocation des verbatim ci-dessous est d'illustrer les points décevants évoqués par les touristes. Il s'agit à chaque fois de l'opinion d'une personne unique qu'il convient de rapprocher de l'analyse des pourcentages indiqués dans les pages précédentes.

Pas assez de communication sur les sites naturels, à l'aéroport ou à l'hôtel, pas d'animation la nuit sur les sites naturels, parcours bord des plages
signalisation des randonnées et temps de la randonnée;

L'organisation des transports en commun.

Trop de voitures, pas assez de transports en commun

les chiens errants et l'habitude des Réunionnais de brûler les déchets chiens et chats errants (stériliser)

Mettre les sites d'accueil en gîte à jour et faire confirmer les réservations par les tenanciers

les infrastructures touristiques spartiates et rustiques

Vieillesse des équipements des hôtels sous équipement des sites naturels

Lack of english and translation, no foreign exchange in airport, no food after 6pm

peu de personnes parlent anglais pas de panneaux en anglais

trop tourisme français, pas assez accueil des étrangers

les restaurants ferment tôt le soir. Les magasins ferment entre 12h et 14h, les supermarchés ferment à 19h

manque d'animation dans les villes le soir

le manque de communication sur les événements ponctuels. Seuls les résidents sont avertis.

Manque de professionnalisme dans les petites et moyennes structures d'accueil

On ne peut pas se baigner partout

**Le manque de clarté concernant la signalisation du danger requin
Les requins parce qu'on ne peut pas se baigner**

Chapitre 4 :

L'hébergement des touristes

Les modes d'hébergement des touristes

- ④ 4 modes d'hébergement prédominant à La Réunion : le principal, utilisé par 41% des touristes au global, correspond à l'hébergement dans sa famille ou chez des amis que l'on qualifie de tourisme affinitaire.
- ④ Suivent les hôtels classés, utilisés par 30% des touristes au global, mais par 72% des touristes d'affaires et 46% des touristes d'agrément. Les locations saisonnières complètent le podium en étant utilisées par 18% des touristes au global, principalement des touristes d'agrément, ces derniers ayant également recours dans 17% des cas aux chambres d'hôtes.
- ④ A noter que la location saisonnière est le mode ayant le plus progressé depuis 2010, passant de 11% à 18%.
- ④ La saisonnalité du tourisme affinitaire et d'agrément respectivement en juillet/août et décembre/janvier pour les premiers, octobre/novembre pour les seconds a un impact direct sur la répartition des hébergements au cours de l'année.
- ④ Il est intéressant de constater que la satisfaction relative aux modes d'hébergements des touristes est très homogène, dans le positif, ce qui montre une bonne tenue globale des services d'accueil des touristes. Les modes qui se rapprochent le plus d'un domicile (maisons d'hôtes, locations saisonnières...) obtiennent des résultats légèrement plus favorables, mais sans creuser l'écart sur les hôtels classés, les gîtes ou les campings, qui obtiennent tous une note moyenne proche de 8 sur 10. En revanche, un tiers des hôtels non classés obtiennent des notes inférieures ou égales à 6. Ce type d'hébergement ne concerne toutefois que 2% des touristes au global.

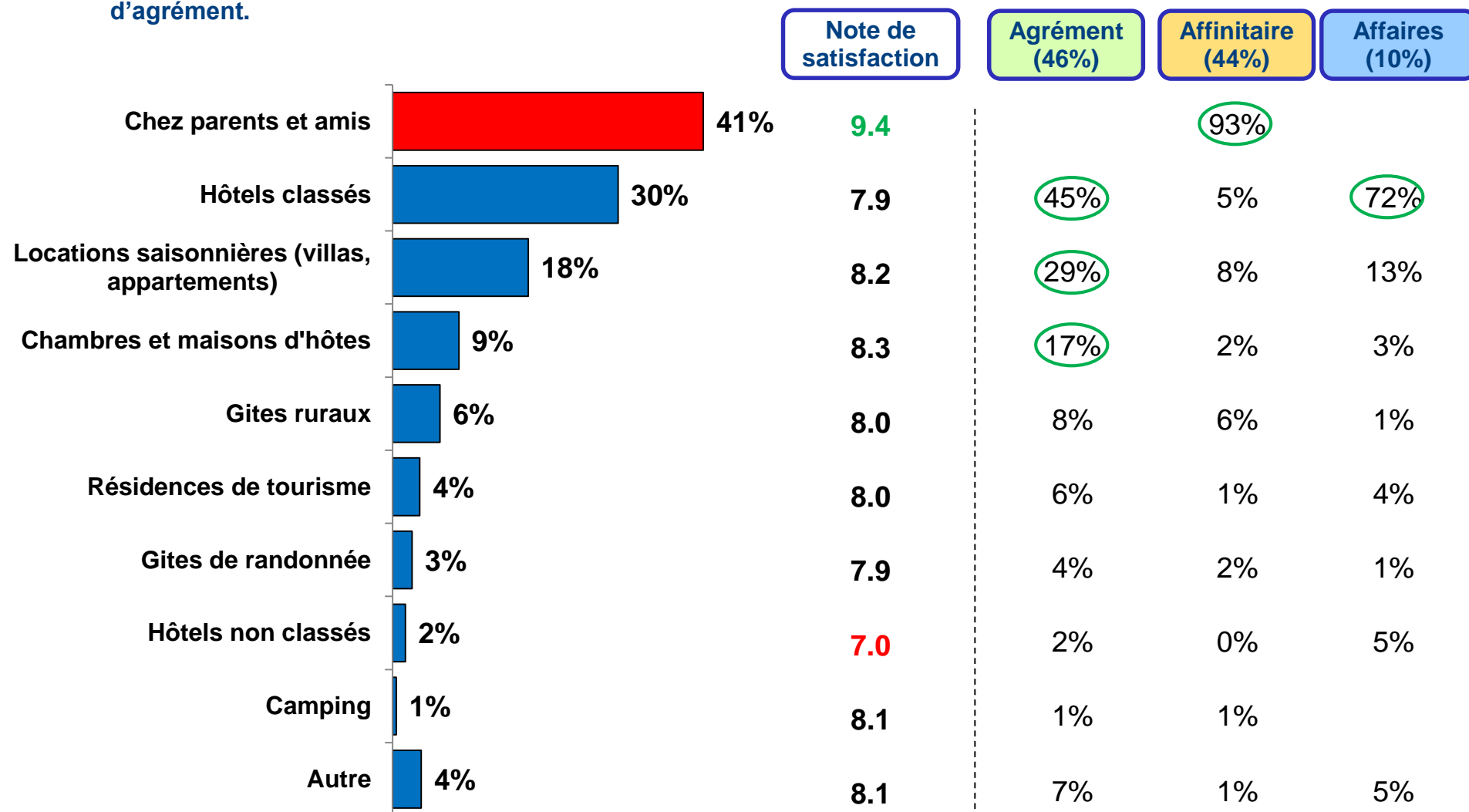
Les lieux d'hébergements

- Chaque touriste passe en moyenne 16 nuits à La Réunion. La région Ouest concentre plus de la moitié des nuitées passées sur l'île, marquant un fort développement de l'hébergement dans cette région qui ne représentait en 2010 que 38% des nuitées.
- Dans le détail, l'hôtellerie est plus présente dans les villes cardinales de Saint-Denis, Saint-Gilles, Sainte-Rose et Petite-Ile, avec plus de 50% des touristes résidant à l'hôtel, villes auxquelles on peut ajouter Saint-Pierre avec 33%. Sainte-Rose et Petite-Île sont toutefois des cas à part dans la mesure où l'offre en hébergement y est très restreinte.
- Les régions Nord-Ouest et Nord-Est se caractérisent par des forts taux de touristes résidant chez des amis ou de la famille, avec des taux variant entre 50% et 86%, pour une durée de séjour souvent plus importante, entre deux et trois semaines.
- Les villes du Sud-Ouest, de Saint-Leu à Saint-Pierre, se caractérisent par un mix important de l'ensemble des modes, avec notamment une meilleure représentativité des locations saisonnières.
- Enfin, les zones centrales (Salazie, Cilaos, Mafate, les deux plaines) se caractérisent par une prédominance des gîtes ruraux, et des séjours courts, 2 jours en moyenne, en complément du temps passé dans les régions Sud et Ouest. Ce sont systématiquement les villes les mieux notées par les touristes, avec des notes supérieures à 9 sur 10 pour la plupart.
- Il semble que l'hébergement ne soit pas le critère principal dans la notation puisque la note de l'hébergement est inférieure à la note moyenne de la ville.

Modes d'hébergement principalement utilisés au cours du séjour

(base : 2000 voyageurs interrogés – 2 réponses maximum)

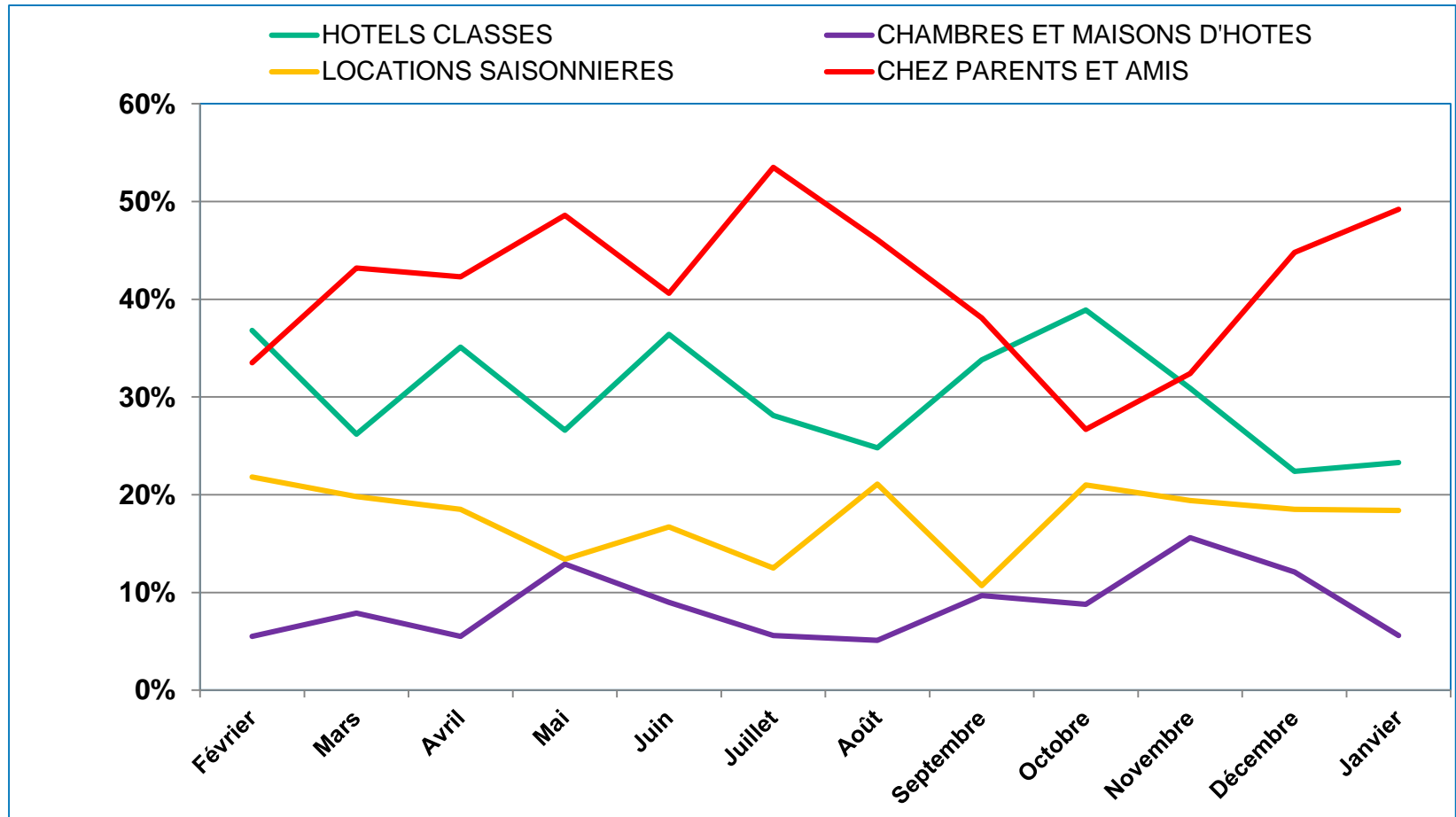
- Au global, 41% des touristes sont hébergés chez des parents ou des amis. Les touristes d'affaires résident pour l'essentiel dans des hôtels classés, tandis que la répartition est plus diverse parmi les touristes d'agrément.



Principaux modes d'hébergement des touristes selon le moment de l'année

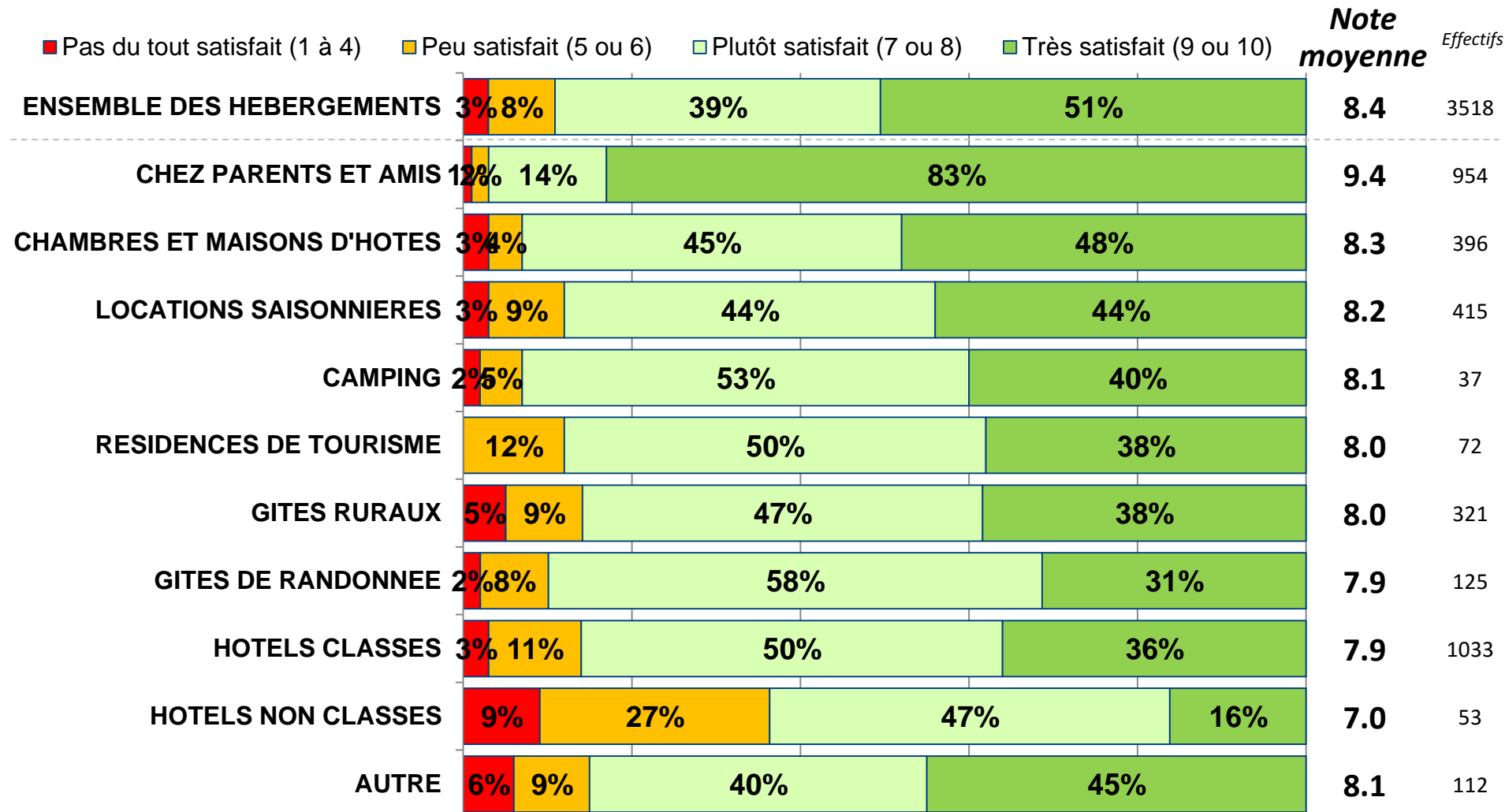
- Juillet/août et décembre/janvier correspondent aux périodes où les touristes affinitaires viennent rendre visite à leurs familles en masse. Octobre et Novembre correspondent eux à la haute saison dans l'hémisphère Sud, avec un afflux des touristes d'agrément, ce qui explique le croisement entre les courbes des hébergements dans les hôtels et chez les parents ou amis à cette période.

Modes d'hébergement



Notes moyennes de satisfaction selon l'hébergement utilisé

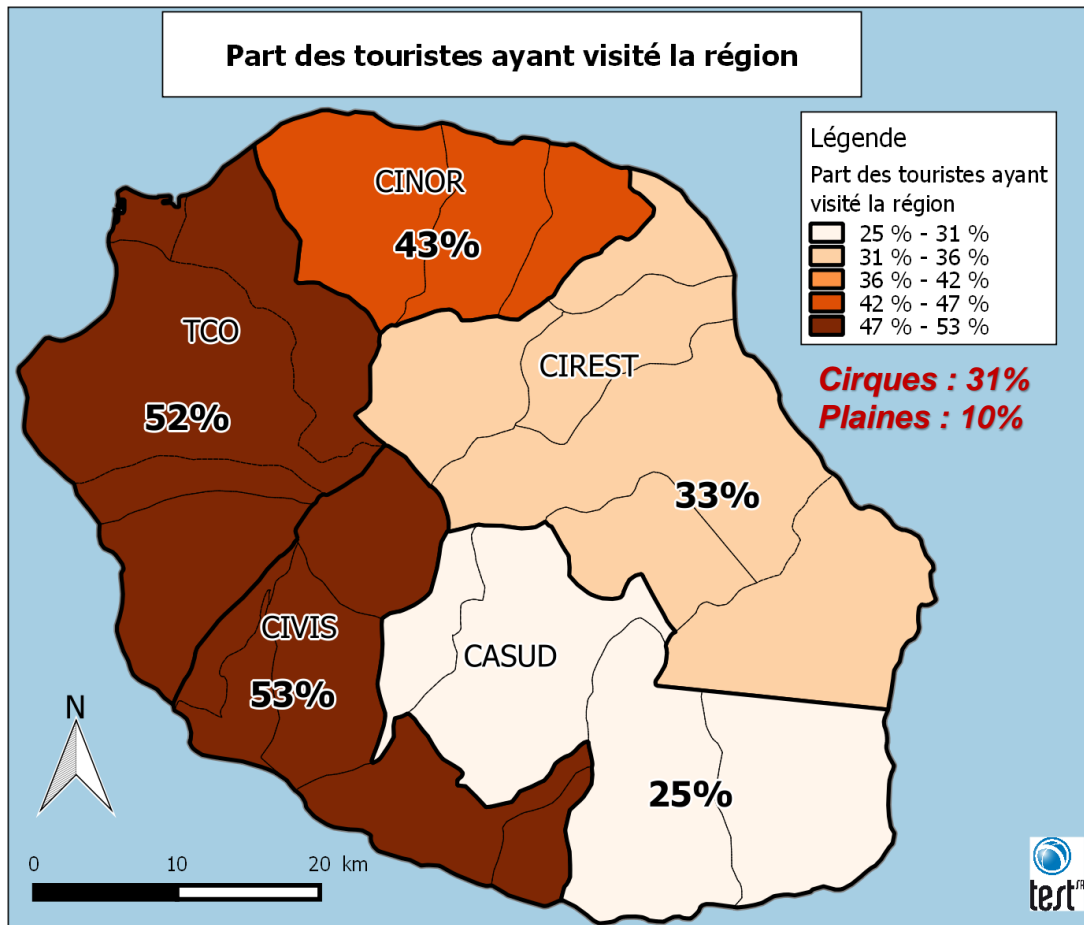
🕒 A l'exception tout en haut de l'échelle de l'hébergement chez les parents ou amis, et tout en bas des hôtels non classés qui sont les plus critiqués, l'appréciation des différents types d'hébergement utilisés par les touristes est relativement homogène, avec une note moyenne proche de 8 sur 10.



Régions visitées par les touristes sur l'île de La Réunion

(base : 2000 voyageurs interrogés)

- Les régions de l'Ouest de La Réunion sont les plus visitées par les touristes. Les territoires de la côte Ouest (TCO) et la communauté intercommunale des villes solidaires (CIVIS) sont visités par plus d'un touriste sur deux. Ces deux régions devancent le Nord (CINOR), visité par 43% des touristes, les régions à l'Est (CIREST) et au Sud (CASUD) étant plus en retrait avec respectivement un touriste sur 3 et un touriste sur deux les ayant visités.



- 44% des touristes d'agrément ont visité un cirque au cours de leur séjour. C'est deux fois plus que les touristes affinitaires.

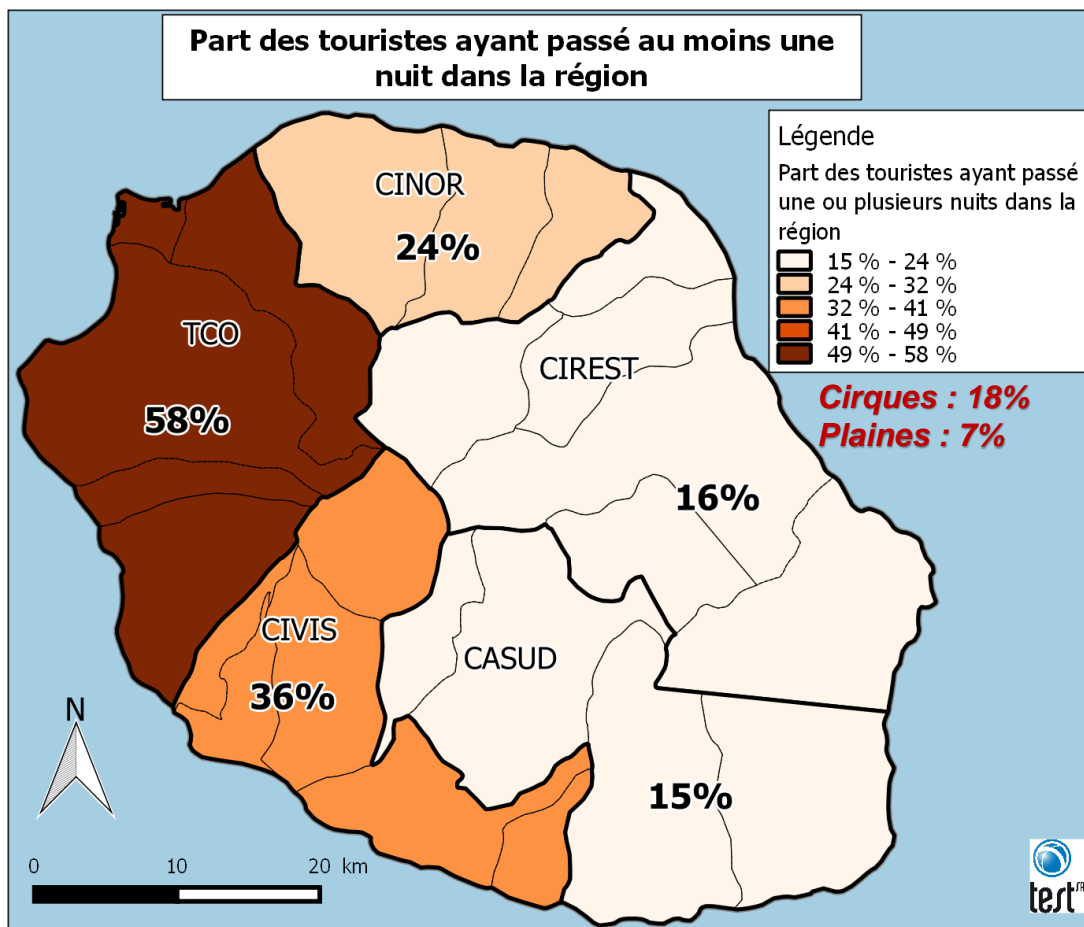
PARMI LES REGIONS SUIVANTES QUELLES SONT CELLES QUE VOUS AVEZ VISITEES ?	Tourisme d'agrément	Tourisme affinitaire	Tourisme d'affaire
	CINOR	42%	41%
CIREST	42%	27%	18%
CASUD	28%	25%	14%
CIVIS	58%	52%	36%
TCO	57%	49%	45%

CIRQUES	44%	22%	9%
PLAINES	13%	8%	3%

Régions de résidence des touristes sur l'île de La Réunion

(base : 2000 voyageurs interrogés)

- 58% des touristes ont passé au moins une nuit dans la région Ouest (TCO), qui devance la CIVIS (36%) et la CINOR (24%). Si les régions CIREST et CASUD sont visitées respectivement par 33% et 25% des touristes, seuls 16% et 15% des touristes y ont passé au moins une nuit.
- 18% des touristes ont passé au moins une nuit dans un cirque.



- 3 touristes d'agrément sur 4 ont passé au moins une nuit dans la région TCO, et plus d'un sur quatre a passé au moins une nuit dans un cirque.

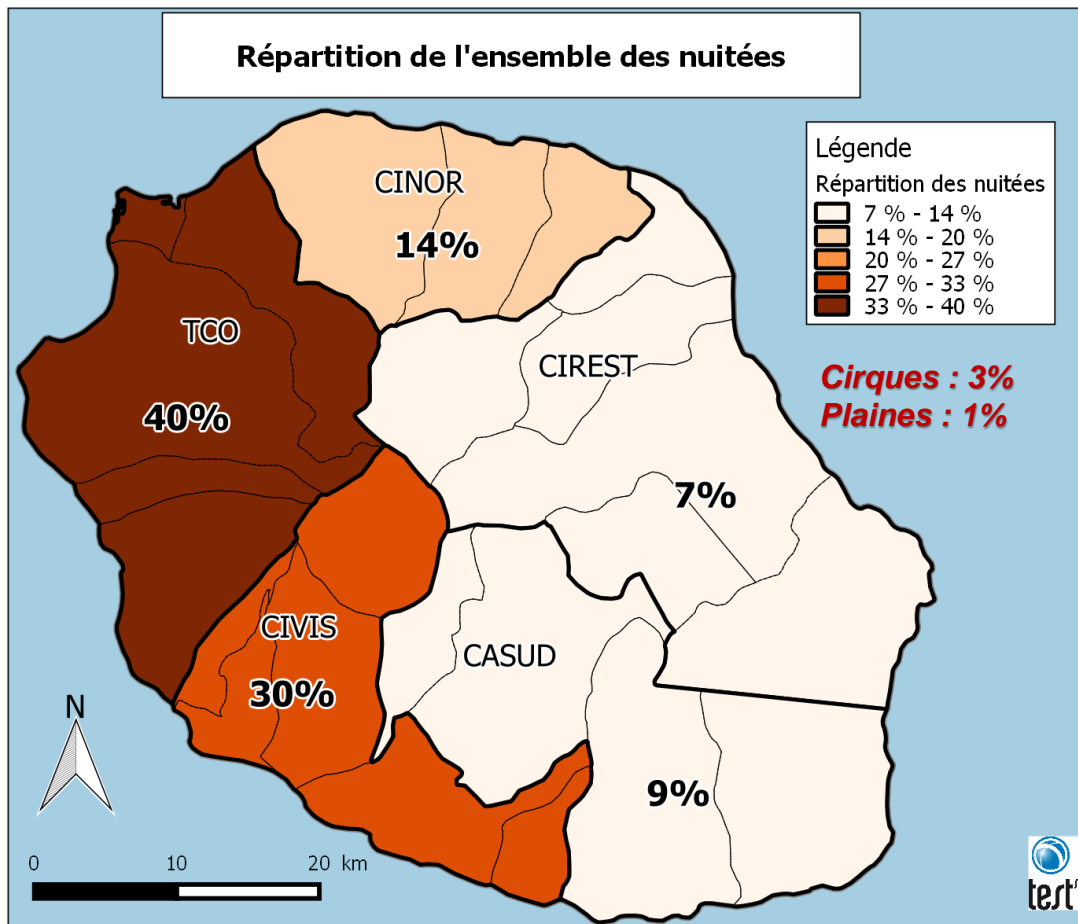
DANS QUELLE(S) REGION(S) AVEZ-VOUS PASSE UNE OU PLUSIEURS NUIT(S) ?	Tourisme d'agrément	Tourisme affinitaire	Tourisme d'affaire
CINOR	17%	23%	56%
CIREST	21%	13%	5%
CASUD	17%	15%	4%
CIVIS	43%	33%	16%
TCO	73%	47%	36%

CIRQUES	27%	12%	2%
PLAINES	10%	5%	1%

Topographies des lieux de résidence et de visite des touristes sur l'île de **La Réunion**

(base : 31757 nuitées pour 2000 voyageurs interrogés)

- Les TCO et CIVIS représentent 7 nuitées sur 10 passées à La Réunion, et même plus de 8 sur 10 parmi les touristes d'agrément, passées principalement à Saint-Gilles, Saint-Pierre, puis Saint-Paul et Saint-Leu.
- 18% des touristes ont passé au moins une nuit dans un cirque, ce qui correspond au final à moins de 3% du total des nuitées passées sur l'île par les touristes.



- 37% des nuitées des touristes d'affaires sont concentrées sur la région CINOR. 6% des touristes d'agrément ont dormi dans un cirque.

Répartition de l'ensemble des nuitées passées à La Réunion	Tourisme d'agrément	Tourisme affinitaire	Tourisme d'affaire
CINOR	9%	15%	37%
CIREST	4%	9%	3%
CASUD	5%	13%	5%
CIVIS	37%	27%	15%
TCO	45%	36%	40%

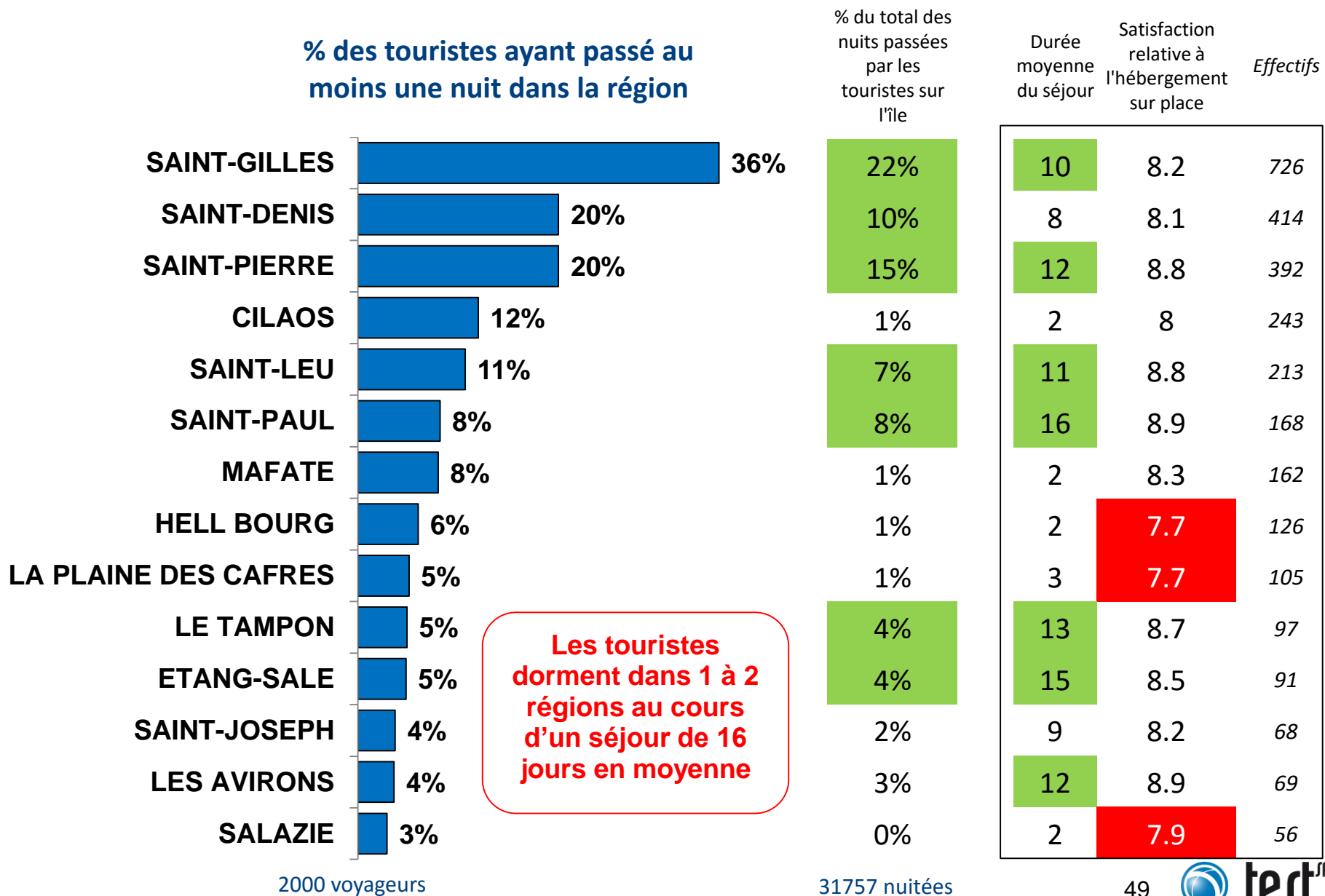
CIRQUES	6%	1%	0%
PLAINES	1%	2%	0%

Les villes où sont hébergés les touristes

- **Saint-Gilles, Saint-Denis et Saint-Pierre concentrent près de 50% des nuitées des touristes sur l'année. En y ajoutant Saint-Leu, Saint-Paul, le Tampon et l'Etang-Salé, on atteint 70% des nuitées assurées par ces sept villes.**
- **Saint-Denis est le fief des touristes d'affaires, 52% y ayant passé au moins une nuit, tandis que Saint-Gilles est celui des touristes d'agrément, 56% y ayant passé au moins une nuit. C'est d'ici qu'ils partent pour réaliser des mini-séjours d'une ou deux nuits à Cilaos, Mafate, Salazie, Hell-Bourg ou la Plaine des Cafres. 13% des touristes ont passé au moins une nuit à Cilaos, et 8% à Mafate.**
- **Les touristes y logent principalement dans des gîtes ruraux ou dans des chambres d'hôtes, qui peuvent parfois manquer de confort si le chauffage ou l'eau chaude ne sont pas au rendez-vous. Les notes de satisfaction des hébergements dans ces villes y sont inférieures à 8 sur 10, sans en être très éloignées.**
- **Si les notes des autres grandes villes sont plus élevées, c'est en partie dû à la forte proportion d'hébergement chez la famille (notation systématiquement supérieure ou égale à 9 sur 10).**
- **Certaines villes hébergent principalement des touristes affinitaires. A Saint-Paul, 55% des touristes sont hébergés chez des parents ou amis, et 50% au Tampon, 51% à Saint-Louis, et plus de 75% à Saint-André, Sainte-Suzanne, au Port et à la Possession.**

Répartition des nuitées selon les régions et niveau de satisfaction de l'hébergement (1/2)

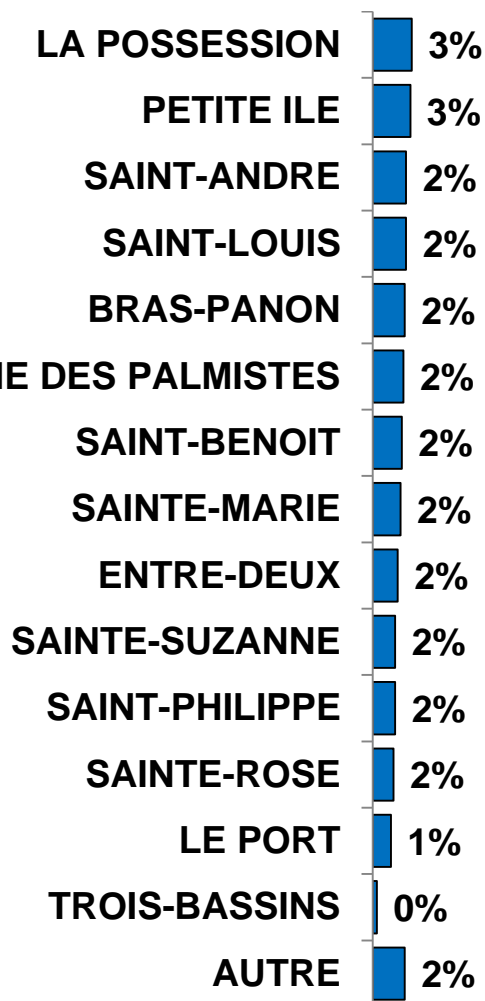
(base : 2000 voyageurs interrogés)



Répartition des nuitées selon les régions et niveau de satisfaction de l'hébergement (2/2)

(base : 2000 voyageurs interrogés)

% des touristes ayant passé au moins une nuit dans la région



2000 voyageurs

% du total des nuitées passées par les touristes sur l'île

Durée moyenne du séjour

Satisfaction relative à l'hébergement sur place

Effectifs

% du total des nuitées passées par les touristes sur l'île	Durée moyenne du séjour	Satisfaction relative à l'hébergement sur place	Effectifs
3%	15	9.3	60
1%	5	9	54
3%	19	9	45
2%	17	8.5	46
1%	6	8.9	45
1%	5	7.7	42
2%	14	8.9	44
1%	10	8.7	37
1%	11	9	37
2%	16	8.7	32
1%	7	8.3	36
0%	3	8.2	31
1%	17	8.8	27
0%	14	7.8	5
1%	5	8	43

31757 nuitées

50

Part des touristes ayant passé au moins une nuit dans la région en fonction du type de tourisme

	ENSEMBLE DES TOURISTES	TOURISTES D'AGREMENT	TOURISTES AFFINITAIRES	TOURISTES D'AFFAIRES
<i>BASE BRUTE</i>	2000	896	900	204
SAINT-GILLES	36%	56%	18%	29%
SAINT-PIERRE	20%	22%	19%	12%
CILAOS	12%	20%	7%	1%
SAINT-DENIS	20%	16%	18%	52%
SAINT-LEU	11%	13%	10%	3%
HELL BOURG	6%	11%	2%	1%
MAFATE	8%	11%	7%	1%
LA PLAINE DES CAFRES	5%	8%	3%	1%
SAINT-PAUL	8%	6%	11%	6%
ETANG-SALE	5%	5%	5%	3%
LES AVIRONS	4%	5%	3%	1%
SALAZIE	3%	5%	2%	
PETITE ILE	3%	5%	1%	0%
SAINT-JOSEPH	4%	5%	3%	1%
LE TAMPON	5%	4%	6%	2%
BRAS-PANON	2%	3%	2%	1%
LA PLAINE DES PALMISTES	2%	3%	2%	0%
SAINTE-ROSE	2%	2%	1%	0%
SAINT-LOUIS	2%	2%	3%	1%
AUTRE	2%	2%	2%	4%
ENTRE-DEUX	2%	2%	2%	0%
SAINT-PHILIPPE	2%	2%	2%	0%
SAINT-BENOIT	2%	1%	3%	2%
SAINT-ANDRE	2%	1%	4%	2%
SAINTE-MARIE	2%	1%	3%	3%
LA POSSESSION	3%	1%	5%	1%
SAINTE-SUZANNE	2%	1%	3%	1%

- Saint-Gilles est le fief des touristes d'agrément, 56% y ayant passé au moins une nuit, tandis que Saint-Denis est celui des touristes d'affaires, 52% y ayant passé une nuit.
- En moyenne, les touristes d'agrément dorment dans deux villes différentes au cours de leur séjour, contre 1,5 pour les touristes affinitaires et 1 seule pour les touristes d'affaires.

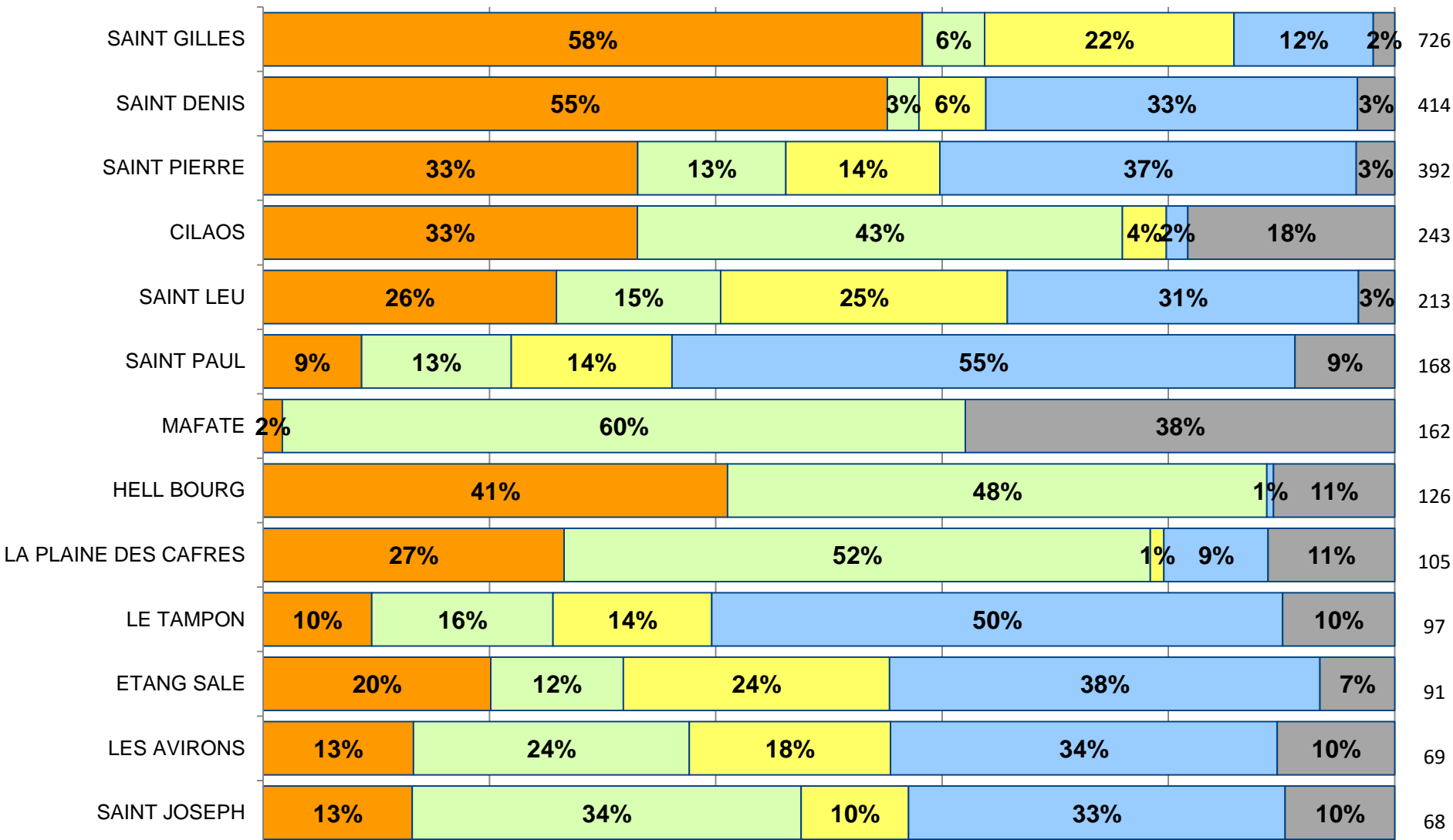
Répartition des nuitées par région en fonction du type de tourisme

	ENSEMBLE DES TOURISTES	TOURISTES D'AGREMENT	TOURISTES AFFINITAIRES	TOURISTES D'AFFAIRES
<i>BASE BRUTE</i>	2000	896	900	204
SAINT-GILLES	22%	36%	12%	30%
SAINT-PIERRE	15%	13%	17%	6%
SAINT-DENIS	10%	5%	10%	40%
SAINT-PAUL	8%	6%	10%	6%
SAINT-LEU	7%	8%	7%	3%
ETANG-SALE	4%	6%	4%	2%
LE TAMPON	4%	2%	5%	4%
SAINT-ANDRE	3%	1%	4%	2%
LES AVIRONS	3%	3%	3%	0%
LA POSSESSION	3%	0%	4%	0%
SAINT-LOUIS	2%	2%	3%	0%
SAINT-JOSEPH	2%	2%	3%	2%
SAINT-BENOIT	2%	0%	3%	1%
SAINTE-SUZANNE	2%	0%	3%	0%
CILAOS	1%	3%	1%	0%
LE PORT	1%	0%	2%	0%
SAINTE-MARIE	1%	1%	1%	1%
MAFATE	1%	2%	1%	0%
ENTRE-DEUX	1%	1%	1%	0%
LA PLAINE DES CAFRES	1%	1%	1%	0%
BRAS-PANON	1%	1%	1%	0%
PETITE ILE	1%	1%	0%	0%
LA PLAINE DES PALMISTES	1%	1%	1%	0%
SAINT-PHILIPPE	1%	0%	1%	0%
HELL BOURG	1%	2%	0%	0%
SALAZIE	0%	1%	0%	0%
TROIS-BASSINS	0%	0%	0%	0%

- Saint-Gilles et Saint-Pierre totalisent 50% des nuitées des touristes d'agrément. Saint-Gilles et Saint-Denis totalisent 70% des nuitées des touristes d'affaires.
- La répartition des touristes affinitaires est moins concentrée.

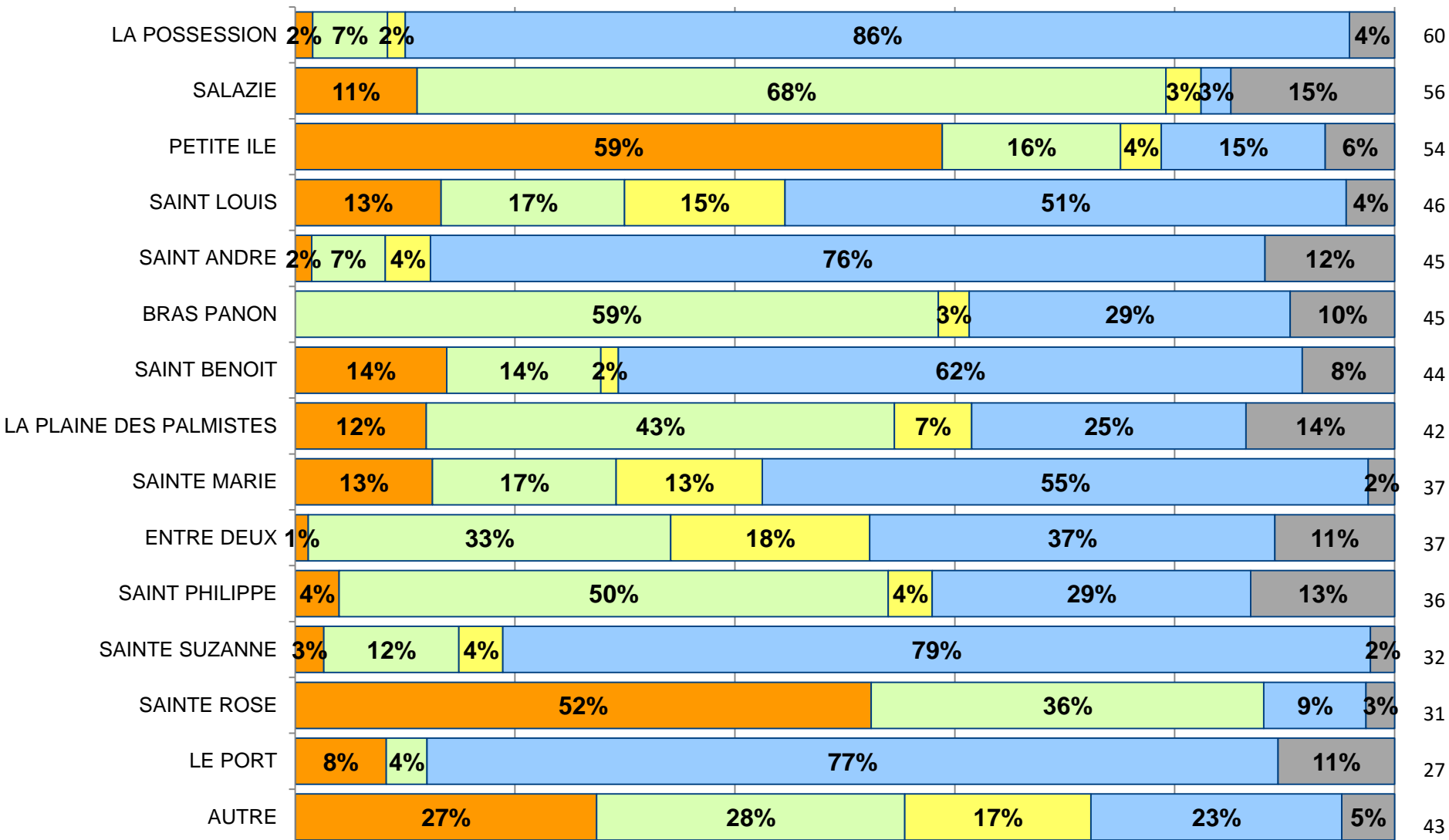
Hébergement principal utilisé selon le lieu de résidence (1/2)

■ Hôtels ou résidences
 ■ Gîtes ruraux ou chambres d'hôtes
 ■ Locations saisonnières
 ■ Chez parents ou amis
 ■ Camping, gîtes ou autres *Effectifs*



Hébergement principal utilisé selon le lieu de résidence (2/2)

■ Hôtels ou résidences
 ■ Gîtes ruraux ou chambres d'hôtes
 ■ Locations saisonnières
 ■ Chez parents ou amis
 ■ Camping, gîtes ou autres *Effectifs*



Chapitre 5 :

Les villes fréquentées

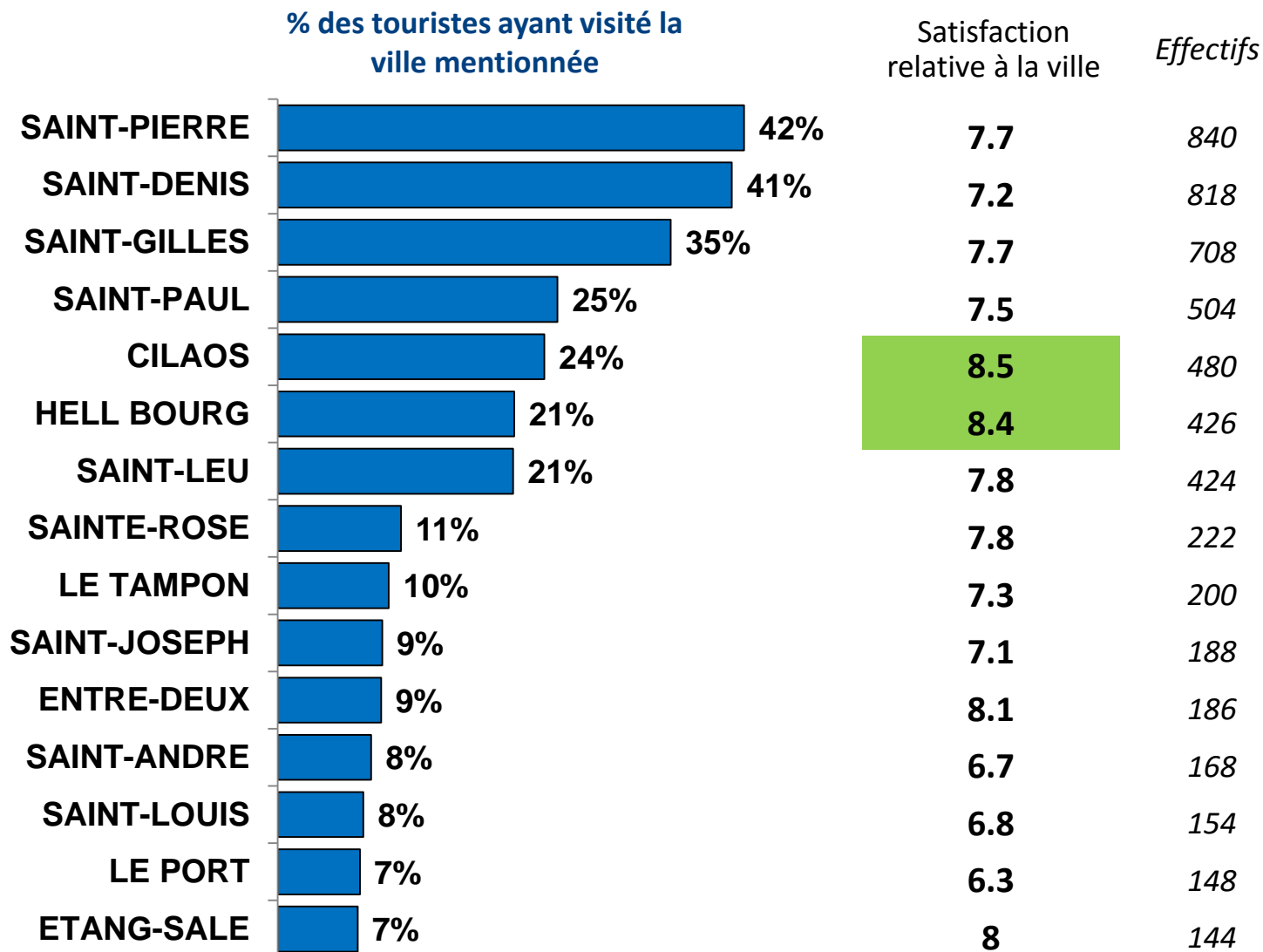
Les villes fréquentées

- ① **Saint-Pierre est la ville la plus visitée de La Réunion, juste devant Saint-Denis et Saint-Gilles. Elle attire aussi bien les touristes d'agrément que les affinitaires, même si seulement 20% y ont passé au moins une nuit.**
- ① **De manière générale, les villes recueillent des notes moyennes variant entre 6 et 8 pour la plupart, selon leur degré d'animation, d'intérêt architectural, de propreté voire de sécurité.**
- ① **Seuls les sites au cœur des montagnes (Cilaos, Hell-Bourg Salazie, Mafate) recueillent des notes moyennes systématiquement supérieures à 8 sur 10.**
- ① **1 touriste sur 5 déclare ne pas avoir visité de villes au cours de son séjour, quel que soit le type de touriste (agrément, affinitaire ou affaire).**
- ① **Les touristes d'agrément visitent davantage de villes : 4 en moyenne, contre 3 pour les touristes affinitaires et entre deux et trois pour les touristes d'affaires.**

Villes fréquentées et niveau de satisfaction (1/2)

(base : 2000 voyageurs interrogés)

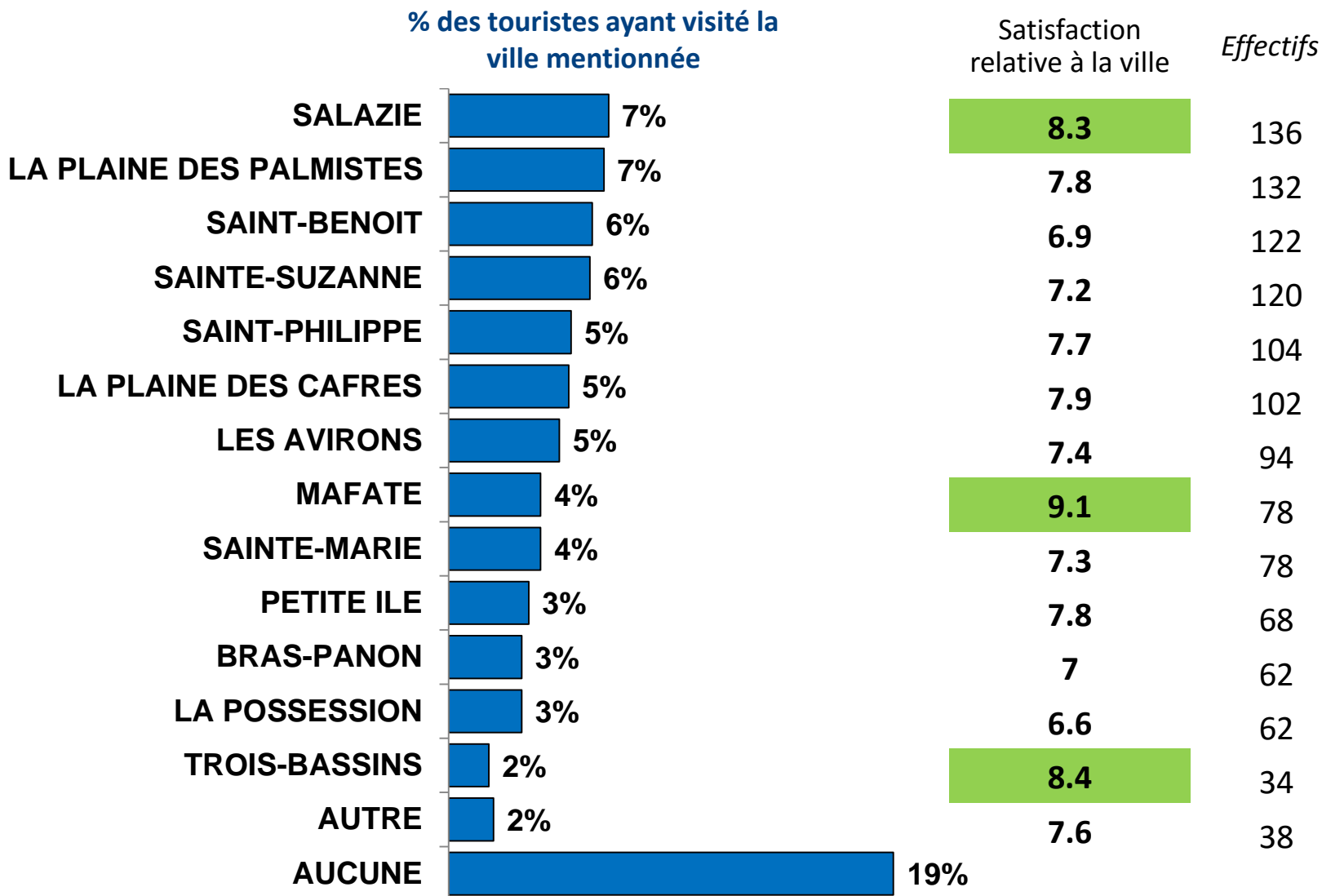
Les sites au cœur des montagnes recueillent les notes moyennes les plus élevées.



Villes fréquentées et niveau de satisfaction (2/2)

(base : 2000 voyageurs interrogés)

Les sites au cœur des montagnes recueillent les notes moyennes les plus élevées.



Verbatim

Afin que la durée du questionnaire reste inférieure à 20 minutes, seuls les touristes indiquant des notes inférieures ou égales à 6 sur 10 pouvaient apporter des commentaires leur demandant d'expliquer les raisons de leur notation.

L'objectif est alors de détecter d'éventuelles défaillances et de les expliquer.

La vocation de ces verbatim n'est pas d'être représentative des avis des touristes en général (qui est globalement positif avec des notes proches de 8 sur 10), mais de donner la parole aux touristes éventuellement insatisfaits.

Sélections de verbatim parmi les 11% de touristes ayant donné une note inférieure à 6/10 au sujet d'une ville visitée

7,0

Bras Panon :

C'est pas festif, pas grand-chose à voir, pas d'attraits touristiques

8,5

Cilaos : fermé a

17h, pas assez d'indications, les araignées!

8,1

Entre-Deux :

C'est joli mais il n'y a pas grand-chose à voir, pas d'indication à l'ODT

8,0

Etang-Salé : C'est

tout petit, il n'y a rien! Pas très pittoresque. Manque de charme

8,4

Hell-Bourg : Trop

de touristes, beaucoup de route pour un village banal

7,9

La plaine des

Cafres: il n'y a rien à voir, pas d'attraits particulier, nothing there!

7,8

La plaine des

palmistes : Manque d'authenticité, isolée

6,6

La Possession :

Gris et moche, triste, monotone, urbanisation disparate

6,3

Le Port : Industriel, insécurité le soir, pas

très rassurant, sale, trop de circulation, aucun attrait en dehors du marché

7,3

Le Tampon : Gros

problèmes de circulation, pas beau, pas assez créole, bordélique

7,4

Les Avirons :

Aucune activité, il n'y a rien à voir, c'est commun

7,8

Petite-Île :

C'est commun, rien à voir, pas d'attraits

6,7

Saint-André: C'est triste et vieillot, délabré,

pas propre, la ville est déserte. Pas très joyeux, pas ambiance de ville, tout était fermé à 6h, pas de centre historique, pas de restaurants, circulation infernale, manque de signalisation.

6,9

Saint-Benoît:

Dimanche tout était fermé, aucune animation, ville morte, même pas un restaurant, fabrique de savon fermée

7,3

Sainte-Marie :

Triste et pas très propre, pas rassurante, pas d'authenticité, nothing to see

7,8

Sainte-Rose :

C'est gris et triste. Pas propre. Rien de pittoresque. Manque d'intérêt.

7,2

Sainte-Suzanne :

Pas d'attrait touristique, manque de commerces, sinistre, trop petit, rien qui retienne l'attention

7,1

Saint-Joseph : petit,

circulation, mal conçu, une seule route, morne et tristounet, pas d'attrait, pas touristique

Sélections de verbatim parmi les 11% de touristes ayant donné une note inférieure à 6/10 au sujet d'une ville visitée

7,2
Saint-Denis : Trop de circulation (x15), pas de de place pour se garer, pas touristique, urbain, manque de propreté, bruyant, peu d'activité, peu de boutiques ouvertes après 19h, peu de restaurants, rien de spécial à voir, pas très créole, pas joli et trop urbain, vraiment sale, délabré, pas de plage, ne répond pas à nos besoins

7,8
Saint-Leu : Pas une ville typique de La Réunion, moins d'attrait, le dimanche tout est fermé, rien à faire, pas d'intérêt particulier.

6,8
Saint-Louis : Sale, trop sale, peu accueillant, délabré et manque de sécurité, il faut rénover, trop vieux, industriel, environnement triste, très populaire

7,5
Saint-Paul : Pas très attrayant, pas de plage, manque d'ambiance, rien de typique, de pittoresque, rien d'extraordinaire et pas très propre, pas une belle ville, aucune activité, trop de chiens abandonnés.

7,7
Saint-Gilles : C'est surfait, Saint-Tropez des années 50, trop balnéaire, trop Zoreil land, trop de bruits, réputation surfaite dans les guides, rien de spécial, pas dépaysant, pas authentique, trop touristique, trop « neuf », on a le même chez nous, manque d'authenticité, pas d'architecture.

7,7
Saint-Philippe : C'est triste, y a rien, en travaux partout, toutes les routes sont défoncées

8,3
Salazie : Sans intérêt, il n'y a rien à voir, la balade des thermes est très mal indiquée

7,7
Saint-Pierre : C'est un peu triste, j'ai trouvé de l'herbe en plastique devant la mairie, sans végétation, pas très typique, nous pensions voir des maisons créoles mais elles tombent en décrépitude, encore plus sale que les autres villes, pas de feeling, pas d'âme, je ne sais pas ce que j'y faisais, rien de particulier à voir circulation difficile et indications très mauvaises.

Chapitre 6 :

Les activités des touristes

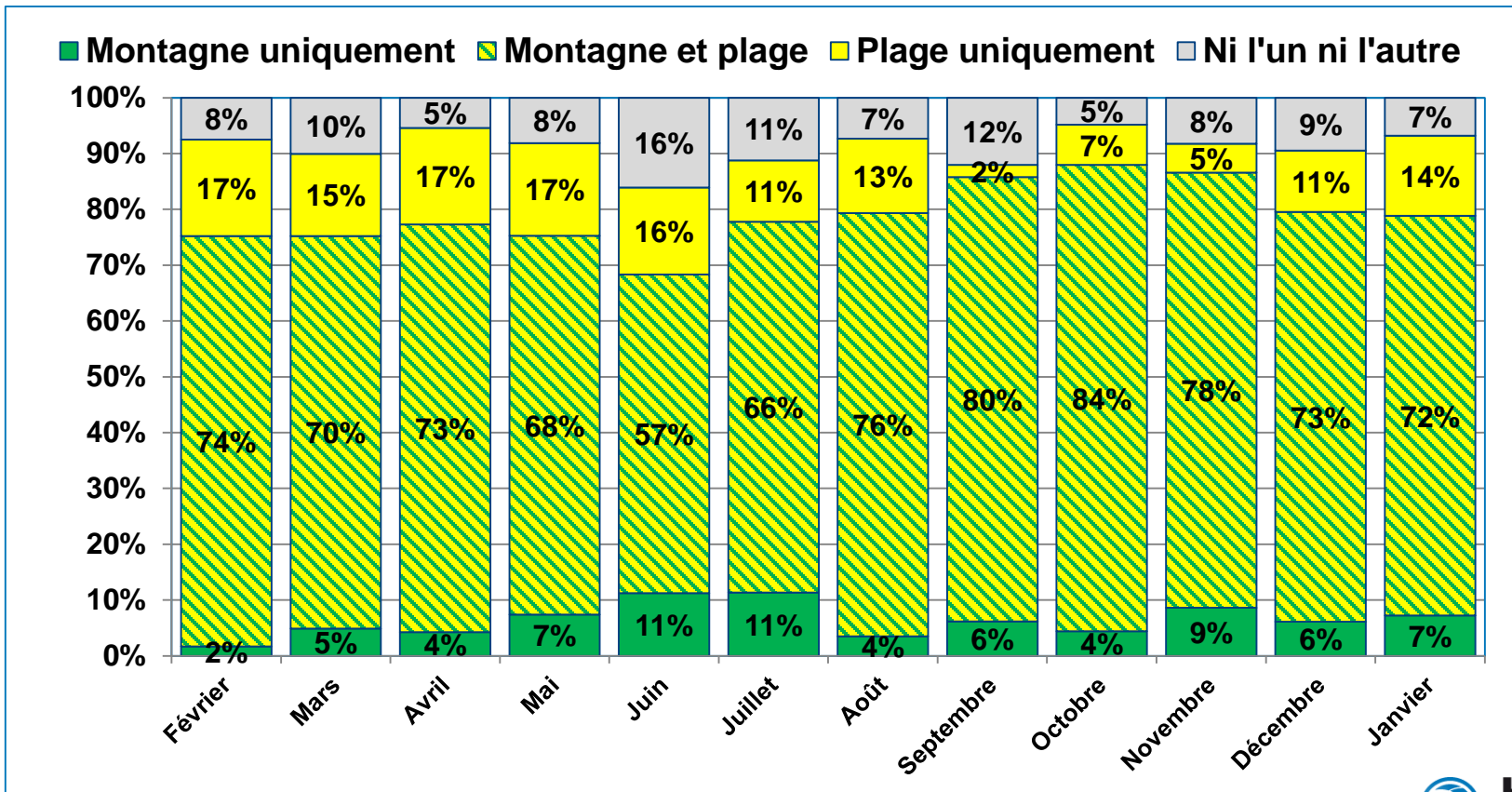
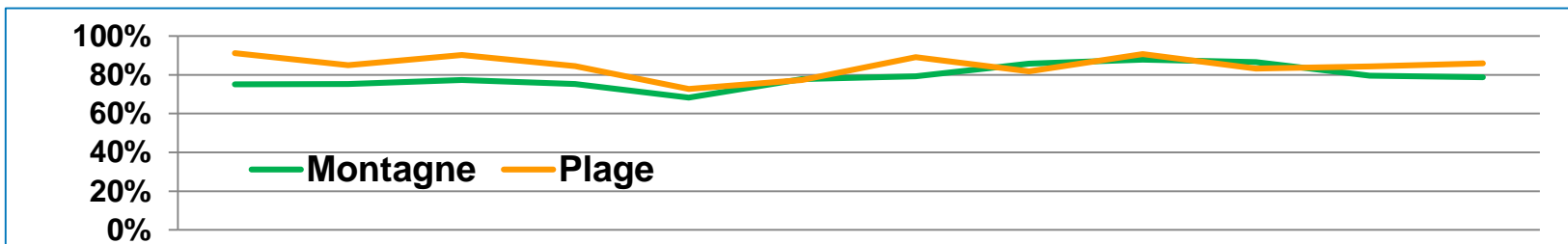


Les activités des touristes : plage et montagne

- On pourrait être tenté d'opposer plage et montagne, mais en réalité, ces deux principaux centres d'intérêt de La Réunion se complètent. Quel que soit le moment de l'année, 80% des touristes se rendent à la montagne au cours de leur séjour et 85% à la plage (contre 83% en 2010), et bien souvent les deux.
- Seule une petite frange de touristes, de l'ordre de 10%, ne fait que l'un ou l'autre.
- Touristes d'agrément comme touristes affinitaires fréquentent 3 plages en moyenne, soit une de plus qu'en 2010. La plage la plus largement fréquentée reste celle de l'Ermitage, par deux touristes sur trois contre 59% en 2010. Elle devance toujours nettement celles de la Saline et de Boucan Canot, où un filet a été installé l'an passé. Contrairement aux autres plages, celle de l'Ermitage se suffit presque à elle-même, ses usagers n'en fréquentant pas plus de deux autres en moyenne.
- Grande Anse et Manapany recueillent les meilleures appréciations, avec des notes moyennes respectives de 8,7 et 8,3 sur 10. Ces deux plages enregistrent aussi une progression de leur fréquentation par rapport à 2010, de l'ordre de +6 et +4 points de pourcentage.
- A noter que les usagers des plages les moins fréquentées (Manapany, Trois bassins) sont des usagers assidus des plages de l'île. Ils les ont presque toutes fréquentées (respectivement 6 et 8 plages en moyenne). La plage de Trois Bassins accueille des usagers plus jeunes en moyenne que les autres plages, avec 25% de jeunes contre 10% en moyenne.
- Seules les plages de l'Etang-Salé et des Roches Noires, qui sont avec celles de Saint-Pierre les moins bien notées (7.6 sur 10), sont en recul de 5 et 4 points de %. La plage des Roches Noires, malgré des aménagements, ne retrouve pas sa fréquentation d'antan, ni même de la satisfaction de la part des touristes.

Montagne et plage sont complémentaires : 80% des touristes se rendent à la montagne au cours de leur séjour et 85% à la plage

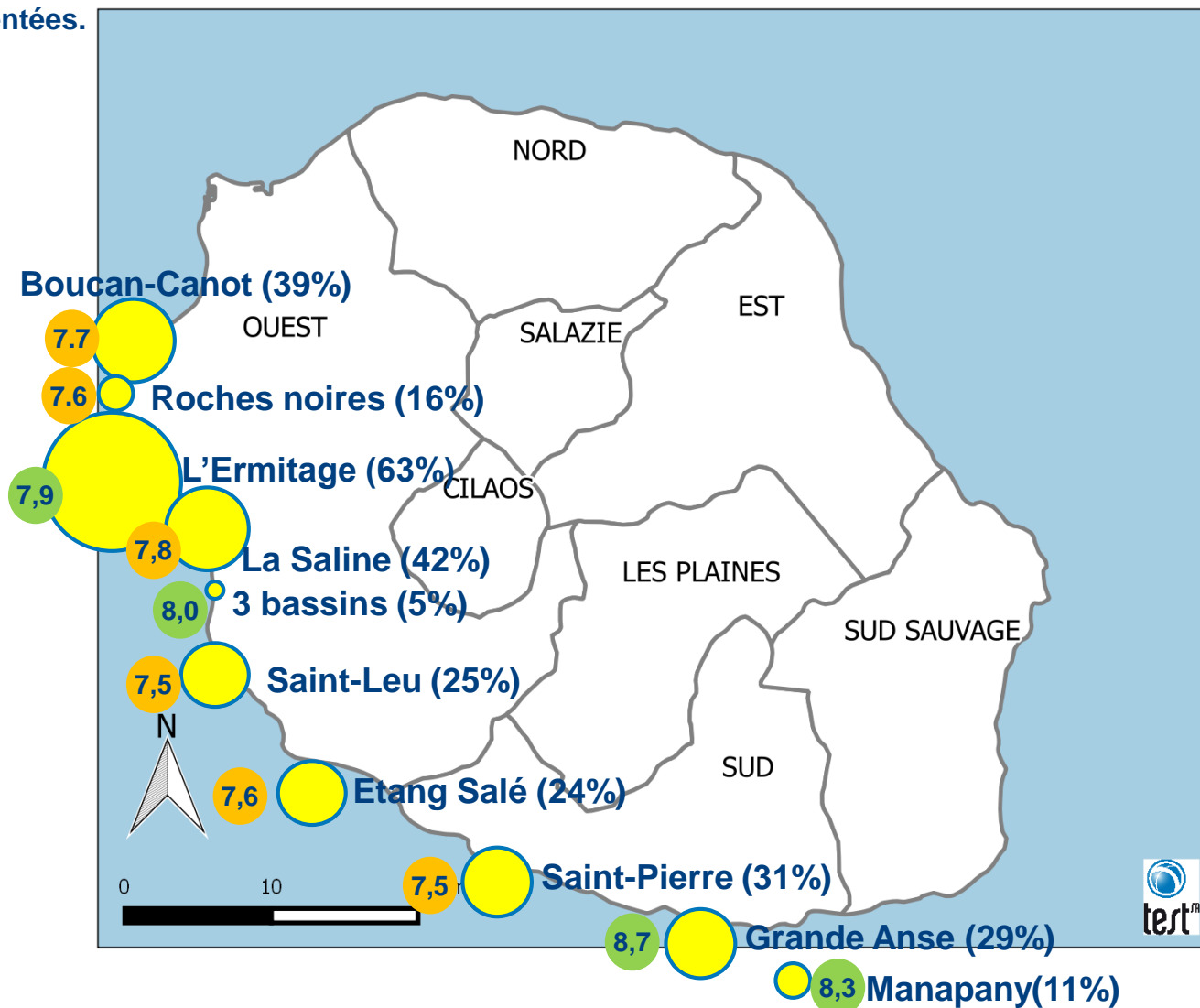
- Les touristes sont plus nombreux à fréquenter la plage que la montagne et seule une minorité de touristes ne fréquente pas les 2 (au maxi 16% pendant l'hiver austral sinon, entre 5 et 8 %).



Plages fréquentées et niveau de satisfaction

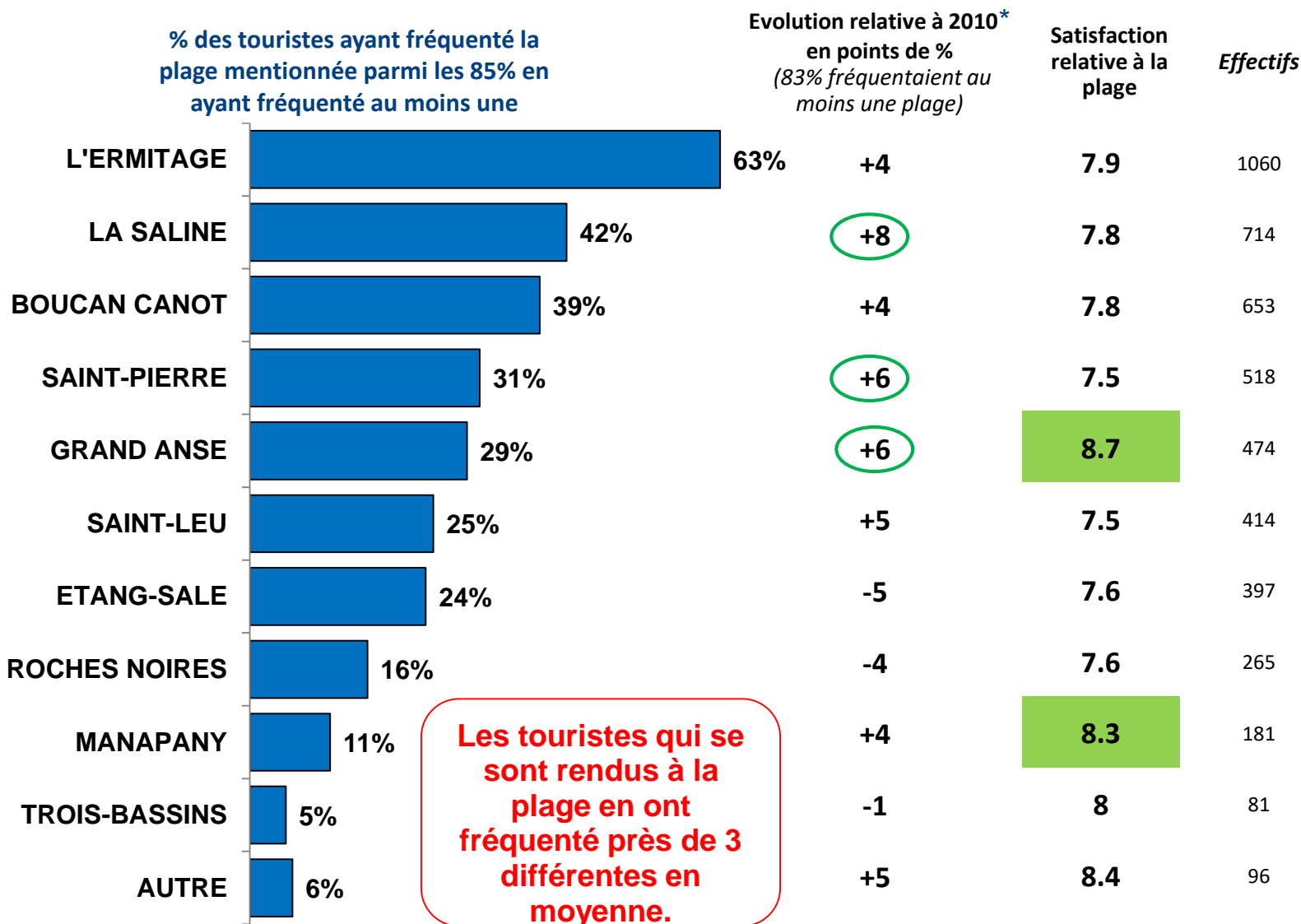
(base : 1688 voyageurs interrogés ayant fréquenté une plage, soit 85% de l'échantillon)

- La plage de l'Ermitage est la plus fréquentée, par 63% des touristes fréquentant au moins une plage. Sa note de satisfaction est plutôt bonne, avec un 7,9 sur 10. Boucan Canot et La Saline sont les deux autres plages les plus fréquentées.



Plages fréquentées et niveau de satisfaction

(base : 1688 voyageurs interrogés ayant fréquenté une plage, soit 85% de l'échantillon)



* La comparaison s'effectue sur la base des touristes qui se sont rendus à la plage et non pas sur l'ensemble des touristes. Les % de l'enquête de 2010 ont ainsi été recalculés sur cette nouvelle base.

Groupes de plages fréquentées

Les usagers de l'Ermitage sont ceux qui découvrent le moins d'autres plages, seulement 3 en moyenne, contre 5 à 8 pour les autres plages plus au Sud.

	TOTAL	BOUCAN CANOT	ROCHES NOIRES	L'ERMITAGE	LA SALINE	SAINT-LEU	TROIS-BASSINS	ETANG-SALE	SAINT-PIERRE	MANAPANY	GRAND ANSE	AUTRE
BASE BRUTE	1688	666	273	1066	704	419	79	391	512	174	459	96
BOUCAN CANOT	39%	100%	66%	41%	48%	48%	73%	52%	46%	65%	59%	48%
ROCHES NOIRES	16%	27%	100%	19%	22%	23%	49%	24%	22%	38%	25%	36%
L'ERMITAGE	63%	67%	77%	100%	57%	64%	89%	68%	58%	65%	64%	62%
LA SALINE	42%	53%	60%	39%	100%	51%	78%	51%	48%	64%	58%	55%
SAINT-LEU	25%	30%	36%	25%	30%	100%	71%	43%	36%	52%	38%	37%
TROIS-BASSINS	5%	9%	15%	7%	9%	14%	100%	15%	13%	22%	13%	20%
ETANG-SALE	24%	32%	36%	25%	28%	41%	75%	100%	39%	51%	42%	40%
SAINT-PIERRE	31%	36%	42%	28%	35%	45%	81%	51%	100%	63%	54%	48%
MANAPANY	11%	18%	26%	11%	16%	23%	48%	23%	22%	100%	32%	26%
GRAND ANSE	28%	43%	45%	29%	38%	44%	74%	51%	49%	84%	100%	47%
AUTRE	6%	7%	13%	6%	7%	9%	23%	10%	9%	14%	9%	100%
Nombre de plages visitées	3	4	5	3	4	5	8	5	4	6	5	5

Les activités au cours du séjour



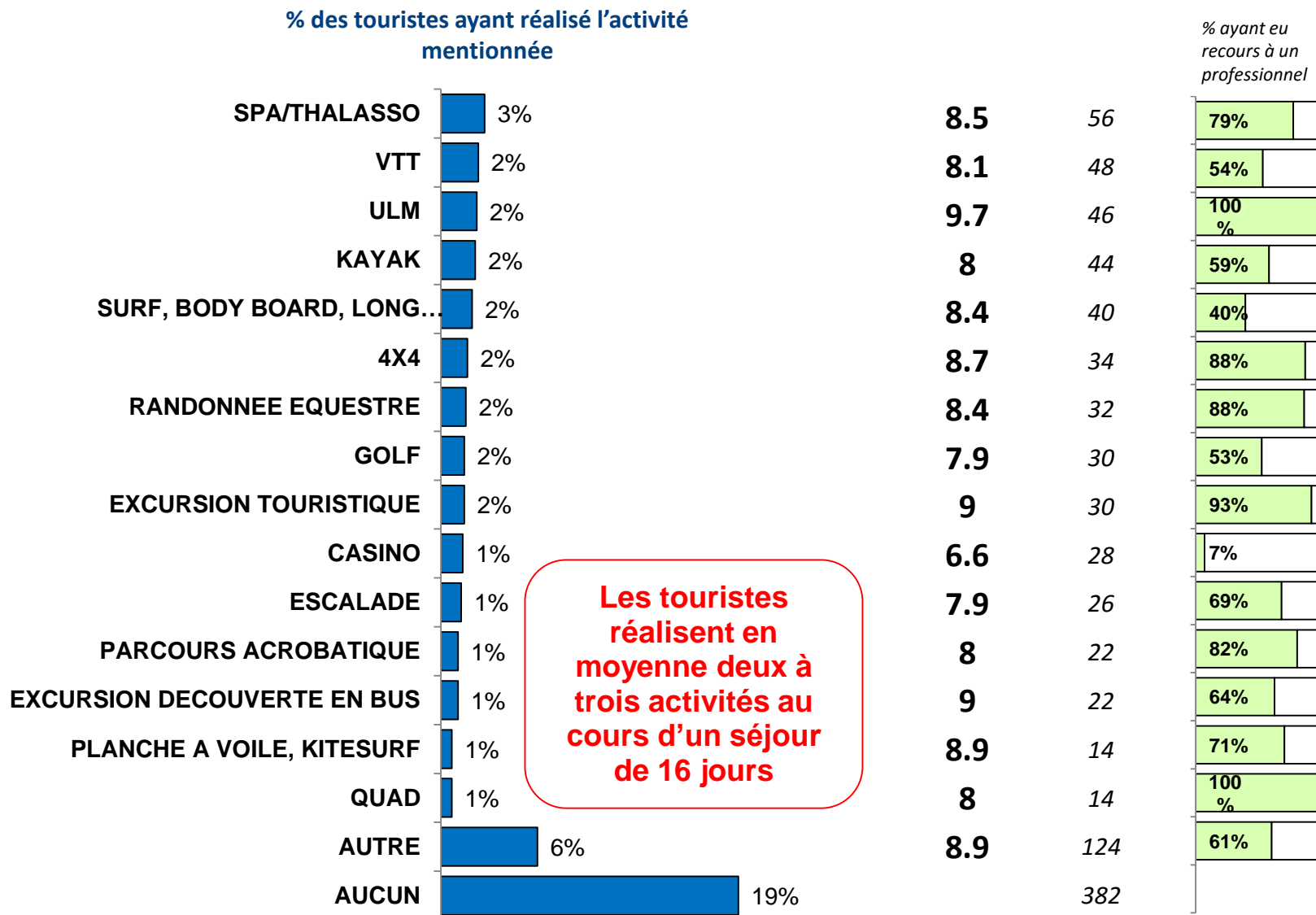
Les activités de loisirs au cours du séjour

- La Réunion propose un nombre important d'activités aux touristes. Les touristes d'agrément en pratiquent 3 en moyenne au cours de leur séjour, contre deux pour les touristes affinitaires et une seule pour les touristes d'affaires (seulement un sur deux parmi ces derniers pratiquant des activités au cours de leur séjour)
- La randonnée est l'activité reine à La Réunion, le plus souvent sur un format d'une demi-journée ou d'une journée : 60% des touristes l'ont pratiquée au cours de leur séjour, et notamment 69% des touristes d'agrément, 56% des touristes affinitaires, et 25% des touristes d'affaires.
- Suit le populaire survol en hélicoptère de l'île dont profitent 28% des touristes d'agrément, mais seulement 9% des touristes affinitaires et 6% des touristes d'affaires. La plongée (avec ou sans bouteille), la promenade en mer, la visite des musées et des jardins, mais aussi le parapente et le canyoning sont les activités fédérant le plus de touristes, d'agrément comme affinitaires.
- Par rapport à 2010, les activités sportives sont en plein boom, en particulier la randonnée à l'échelle de la demi-journée, qui double son taux de participants, sans pour autant raboter sur les randonnées d'une ou plusieurs journées. Survol en hélicoptère, parapente, canyoning, plongée et promenade en mer ont aussi le vent en poupe en gagnant 4% à 9% de participants en plus.
- En revanche, les activités culturelles sont largement délaissées par les touristes, et notamment les musées qui passent de 37% de participants à seulement 16%, tout comme les jardins, de 24% à 12%.
- A noter que 19% des touristes ne participent à aucune activité. Cela ne concerne que 9% des touristes d'agrément, mais 22% des touristes affinitaires, occupés en famille, et surtout 55% des touristes pour affaires, occupés à travailler.

Activités réalisées au cours du séjour et niveau de satisfaction (1/2) (base : 2000 voyageurs interrogés)



Activités réalisées au cours du séjour et niveau de satisfaction (2/2) (base : 2000 voyageurs interrogés)



Evolution de la participation aux activités depuis 2010

	2016	2010	Différence (en points de pourcentage)
RANDONNÉE PEDESTRE (< 1/2 JOURNÉE)	43%	22%	+21
SURVOL EN HELICOPTERE	17%	8%	+9
PARAPENTE	12%	5%	+7
PLONGÉE	17%	10%	+7
CANYONING	8%	2%	+6
PROMENADE EN MER	17%	13%	+4
RANDONNÉE PEDESTRE (1 JOURNÉE)	29%	26%	+3
RAFTING, CANOE, RANDONNÉE AQUATIQUE	4%	2%	+2
AUTRE	6%	4%	+2
KAYAK	2%	<1%	+2
GOLF	2%	<1%	+2
ESCALADE	1%	<1%	+1
PARCOURS ACROBATIQUE EN FORET	1%	<1%	+1
PLANCHE A VOILE, KITESURF	1%	<1%	+1
QUAD	1%	<1%	+1
RANDONNÉE ÉQUESTRE	2%	1%	+1
PÊCHE AU GROS	4%	3%	+1
4X4	2%	1%	+1
VOILE	0%	<1%	0
SKI NAUTIQUE	0%	<1%	0
ULM	2%	2%	0

	2016	2010	Différence (en points de pourcentage)
EXCURSION TOURISTIQUE	2%	2%	0
VTT	2%	3%	-1
JET SKI	0%	1%	-1
EXCURSION DECOUVERTE EN BUS	1%	2%	-1
RANDONNÉE PEDESTRE (> 1 JOURNÉE)	18%	19%	-1
SPA/THALASSO	3%	3%	0
CASINO	1%	3%	-2
SURF, BODY BOARD, LONG BOARD	2%	6%	-4
DISCOTHEQUE	4%	11%	-7
ACTIVITES CULTURELLES	5%	13%	-8
JARDIN	12%	24%	-12
MUSEES	16%	37%	-21

Les sites naturels

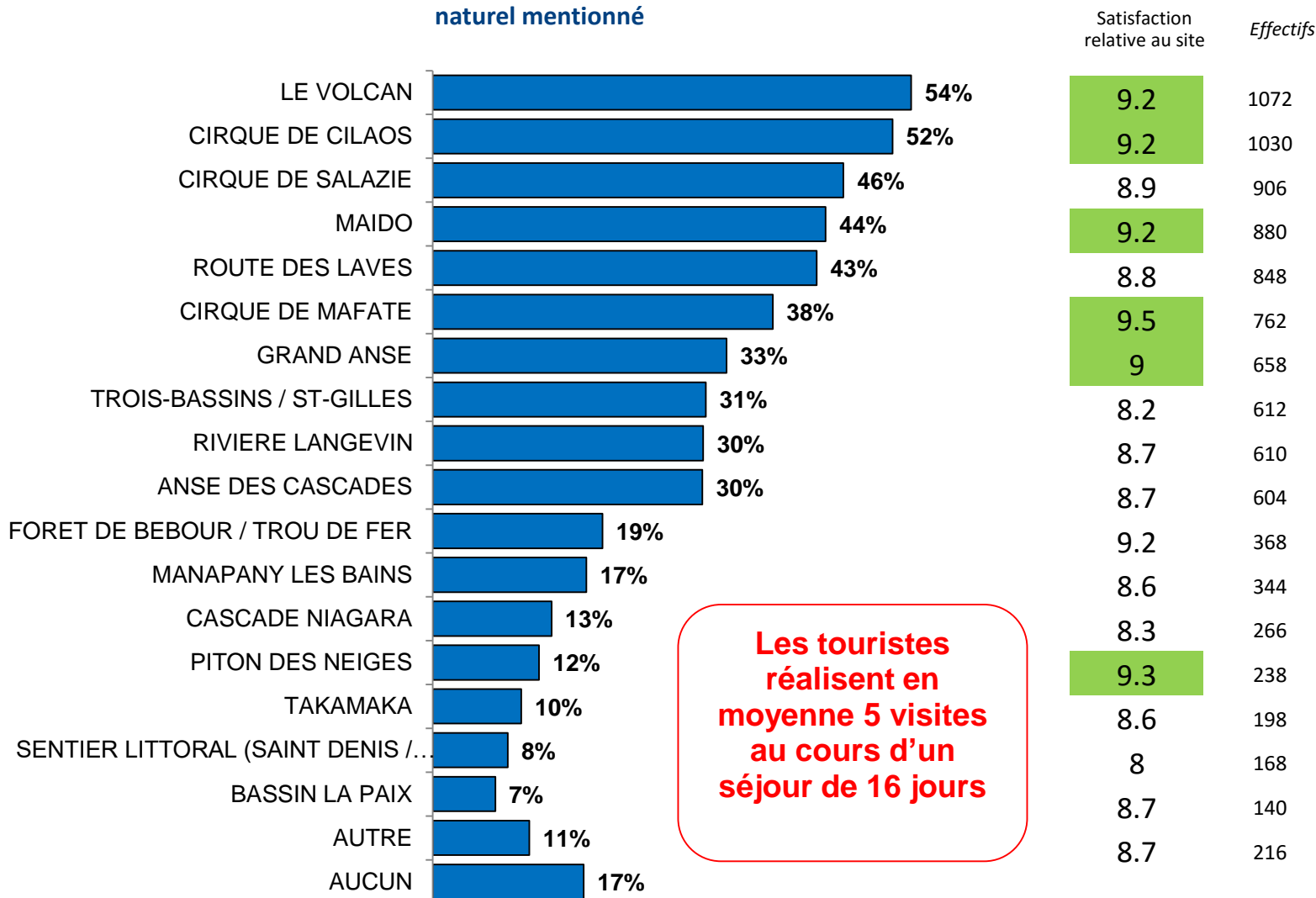


- Les sites naturels de La Réunion font partie des motivations pour s'y rendre. C'est un des points forts de l'île. Le volcan reste en tête des sites naturels les plus visités, par plus d'un touriste sur deux, et même 71% des touristes d'agrément. Il devance de justesse le cirque de Cilaos, visité lui aussi par un touriste sur deux et 68% des touristes d'agrément, le cirque de Salazie et le Maïdo étant juste derrière. Tous ces sites sont largement plébiscités par les touristes, avec des notes exceptionnelles comprises entre 9.2 et 9.5.
- Le cirque de Mafate enregistre d'ailleurs la plus grosse évolution depuis 2010 en passant de 23% des touristes à 38%. La rivière Langevin progresse également de 9 points de pourcentage (de 22% à 31%).
- La route des laves, qui reste un 'Must Do' de l'île, baisse en revanche de 4 points et figure en 5^{ème} position des sites naturels, avec 42% de touristes l'ayant visitée (là encore, les touristes d'agrément sont 56% à l'avoir visitée).
- De manière générale, les touristes d'agrément sont des boulimiques de la visite, puisqu'ils visitent en moyenne 6 sites naturels, contre 4 pour les touristes affinitaires et seulement 1 pour les touristes d'affaires. 50% de ces derniers n'ont visité aucun site naturel au cours de leur séjour, tout comme 20% des touristes affinitaires.

Sites naturels fréquentés et niveau de satisfaction

(base : 2000 voyageurs interrogés)

% des touristes ayant fréquenté le site naturel mentionné

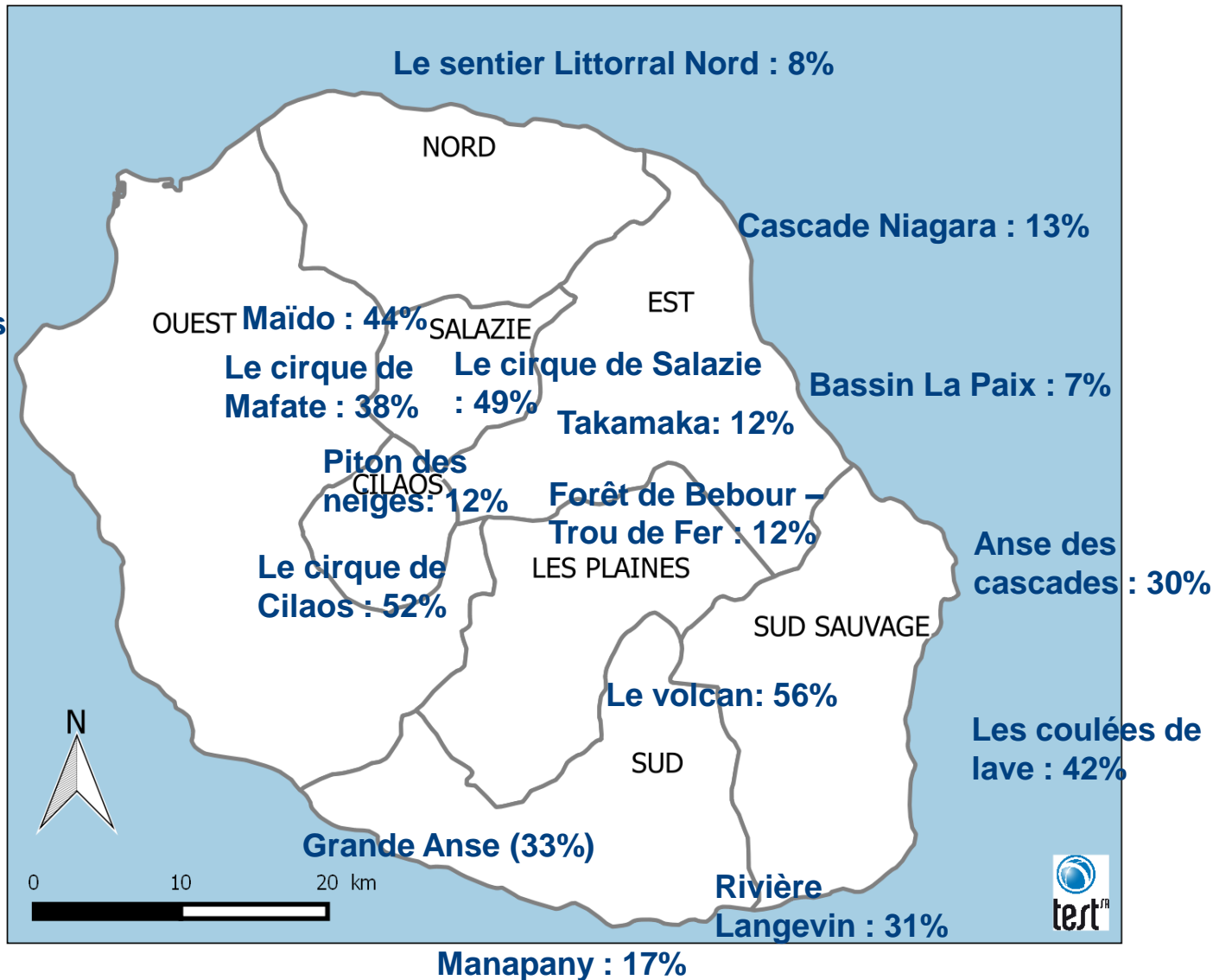


Les touristes réalisent en moyenne 5 visites au cours d'un séjour de 16 jours

Fréquentation des sites naturels

(base : 2000 voyageurs interrogés)

Les cirques au centre et le volcan au sud-est attirent chacun 50% des touristes,



Taux de visite des sites naturels en fonction de la typologie des touristes

	ENSEMBLE DES TOURISTES	TOURISTES D'AGREMENT	TOURISTES AFFINITAIRES	TOURISTES D'AFFAIRES
<i>BASE BRUTE</i>	2000	896	900	204
LA PLAINE DES SABLES / PAS DE BELLECOMBE / VOLCAN	54%	71%	43%	18%
CIRQUE DE CILAOS	52%	68%	42%	16%
CIRQUE DE SALAZIE	46%	62%	35%	10%
MAIDO	44%	57%	35%	22%
ROUTE DES LAVES	43%	56%	35%	10%
CIRQUE DE MAFATE	38%	49%	32%	11%
GRAND ANSE	33%	40%	32%	6%
TROIS-BASSINS / ST-GILLES	31%	35%	30%	11%
RIVIERE LANGEVIN	30%	37%	29%	7%
ANSE DES CASCADES	30%	38%	27%	6%
FORET DE BEBOUR / TROU DE FER	18%	26%	14%	2%
MANAPANY LES BAINS	17%	20%	17%	4%
CASCADE NIAGARA	13%	15%	14%	5%
PITON DES NEIGES	12%	17%	9%	2%
TAKAMAKA	10%	12%	9%	4%
SENTIER LITTORAL	8%	10%	8%	6%
BASSIN LA PAIX	7%	8%	7%	1%
AUTRE	11%	11%	12%	4%
AUCUN	17%	7%	20%	50%

Evolution du taux de visite des sites naturels depuis 2010

	2016	2010	Différence (en points de pourcentage)
TROIS-BASSINS / ST-GILLES	31%	-	-
CIRQUE DE MAFATE	38%	23%	+15
RIVIERE LANGEVIN	31%	22%	+9
GRAND ANSE	33%	26%	+7
PITON DES NEIGES	12%	6%	+6
MANAPANY LES BAINS	17%	12%	+5
SENTIER LITTORAL (SAINT DENIS / SAINTE SUZANNE)	8%	4%	+4
FORET DE BEBOUR / TROU DE FER	18%	14%	+4
BASSIN LA PAIX	7%	3%	+4
MAIDO	44%	40%	+4
TAKAMAKA	10%	6%	+4
CIRQUE DE CILAOS	52%	49%	+3
ANSE DES CASCADES	30%	28%	+2
LE VOLCAN	54%	52%	+2
CASCADE NIAGARA	13%	14%	-1
CIRQUE DE SALAZIE	46%	49%	-3
ROUTE DES LAVES	43%	56%	-13
AUTRE	11%	4%	+7

Les lieux touristiques

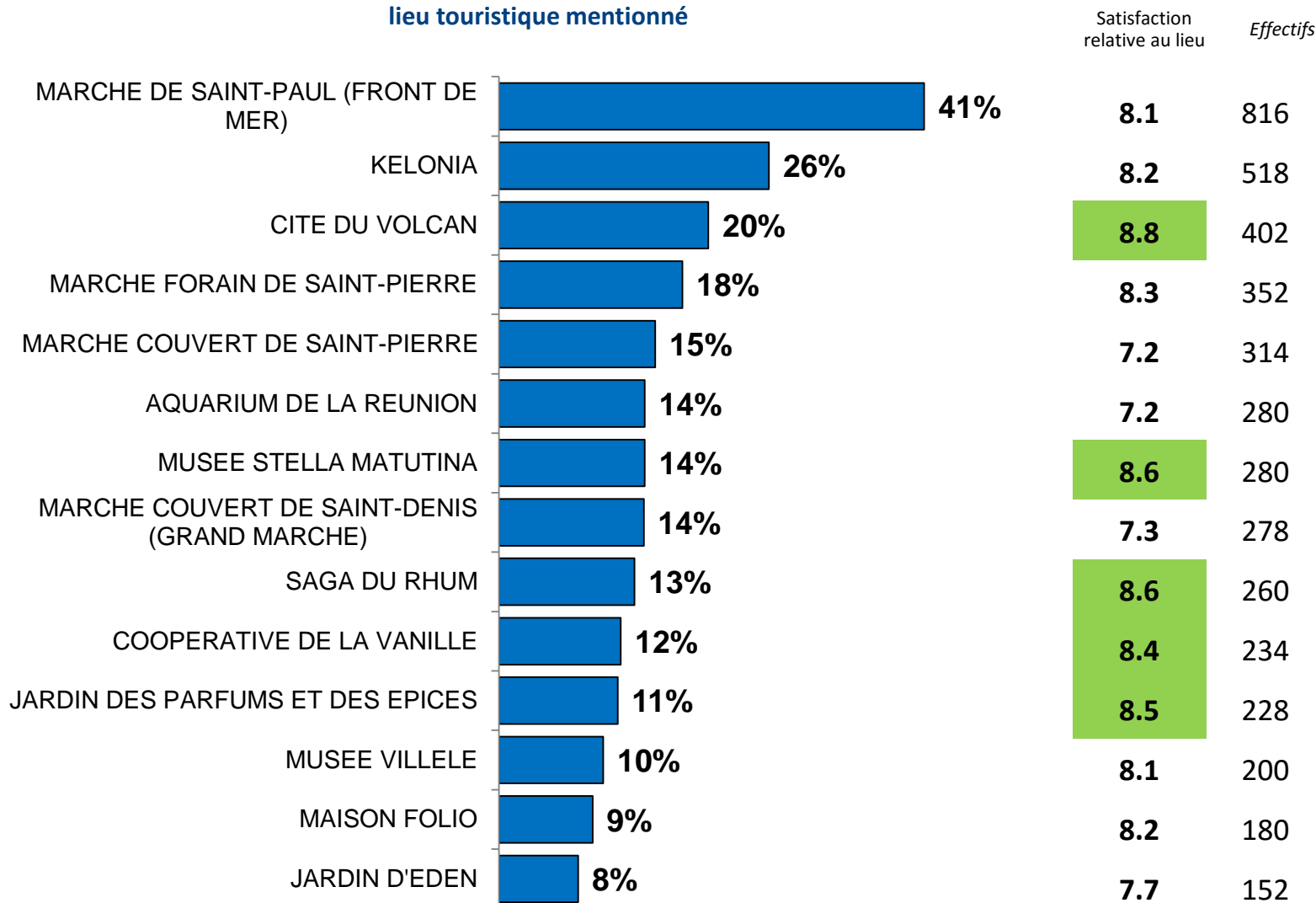


- ④ Les touristes visitent près de 3 lieux touristiques au cours de leur séjour. Là encore, les touristes d'agrément vont visiter davantage que les autres, avec 4 visites en moyenne au cours du séjour, contre 2 à 3 pour les touristes affinitaires et 1 seule pour les touristes d'affaires. 50% de ces derniers ne visitent aucun de ces lieux au cours de leur séjour.
- ④ Comme en 2010, le marché de Saint-Paul est le lieu touristique qui attire le plus : 41% des touristes s'y sont rendus au cours de leur séjour, contre 43% en 2010. Le marché attire aussi bien les touristes d'agrément (46%) que les touristes affinitaires (39%).
- ④ Kélonia arrive en seconde position, alors qu'il n'était que 4^{ème} en 2010. Il a gagné 10 points en 6 ans. Il dépasse désormais la Cité du Volcan, et surtout le marché couvert de Saint-Pierre (16%) qui a chuté de 31% à 16%. Toutefois, si on cumule le marché forain de Saint-Pierre et le marché couvert, on retrouve un pourcentage proche des 30%.
- ④ Les touristes se montrent particulièrement satisfaits de la Cité du Volcan, du musée Stella Matutina, mais aussi des boutiques alimentaires comme la Saga du Rhum, qui a fait une percée fulgurante de 2% en 2010 à 13% aujourd'hui, la Coopérative de Vanille et le Jardin des Épices. Tous ces lieux remportent d'excellentes notes comprises entre 8 et 9.

Lieux touristiques fréquentés et niveau de satisfaction (1/2)

(base : 2000 voyageurs interrogés)

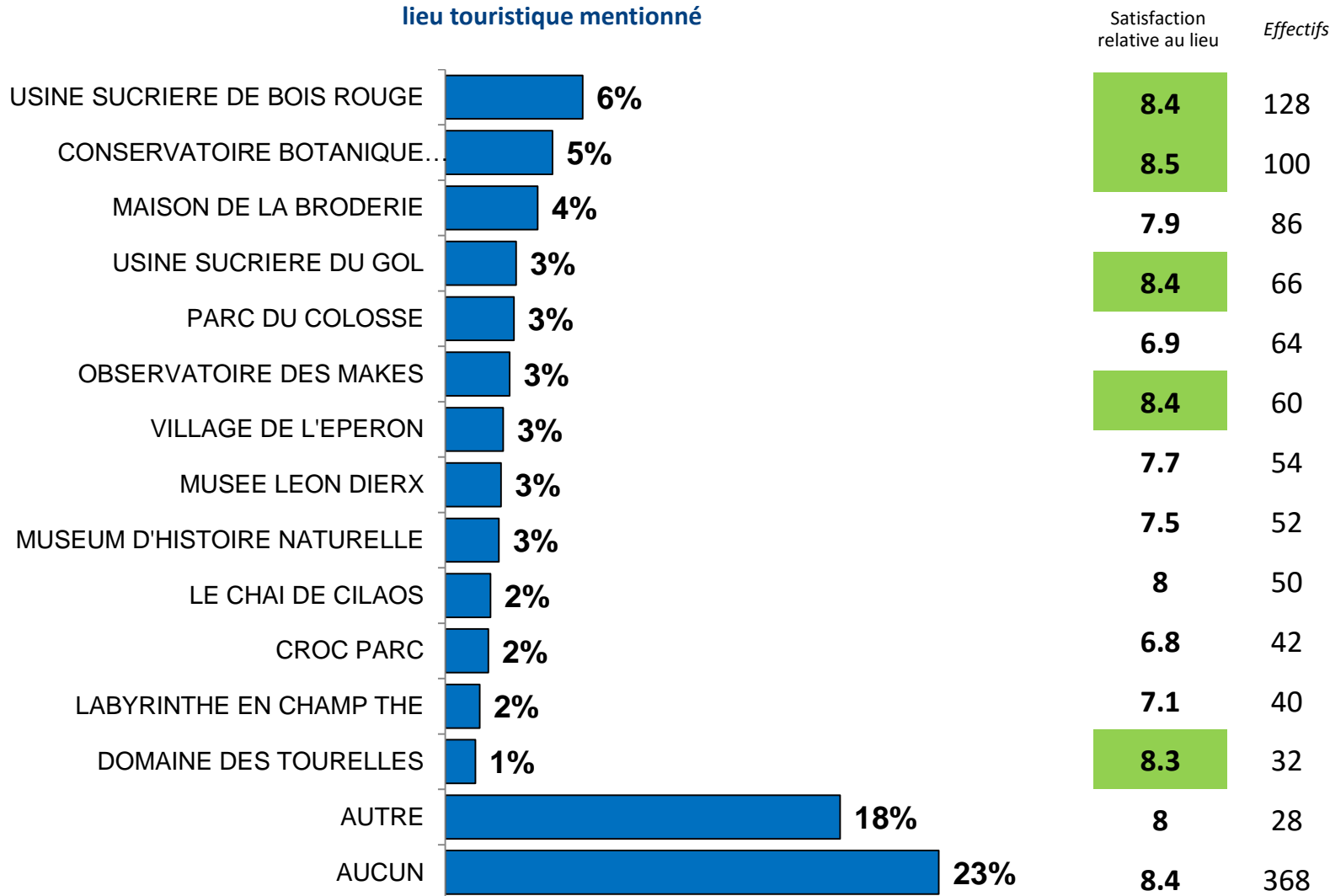
% des touristes ayant fréquenté le lieu touristique mentionné



Lieux touristiques fréquentés et niveau de satisfaction (2/2)

(base : 2000 voyageurs interrogés)

% des touristes ayant fréquenté le lieu touristique mentionné



Taux de visites des sites naturels en fonction de la typologie des touristes

	ENSEMBLE DES TOURISTES	TOURISTES D'AGREMENT	TOURISTES AFFINITAIRES	TOURISTES D'AFFAIRES
<i>BASE BRUTE</i>	2000	896	900	204
MARCHE DE SAINT-PAUL (FRONT DE MER)	41%	46%	39%	22%
KELONIA	26%	34%	22%	4%
CITÉ DU VOLCAN	20%	25%	19%	2%
MARCHE FORAIN DE SAINT-PIERRE	18%	17%	21%	6%
MARCHE COUVERT DE SAINT-PIERRE	15%	16%	18%	6%
AQUARIUM DE LA REUNION	14%	18%	12%	1%
MUSEE STELLA MATUTINA	14%	18%	12%	2%
MARCHE COUVERT DE SAINT-DENIS (GRAND MARCHE)	14%	14%	14%	12%
SAGA DU RHUM	13%	19%	9%	3%
COOPERATIVE DE LA VANILLE	12%	17%	7%	5%
JARDIN DES PARFUMS ET DES EPICES	11%	16%	8%	3%
MUSEE VILLELE	10%	14%	8%	1%
MAISON FOLIO	9%	14%	6%	0%
JARDIN D'EDEN	8%	11%	6%	2%
USINE SUCRIERE DE BOIS ROUGE	6%	9%	5%	0%
CONSERVATOIRE BOTANIQUE NATIONAL DES MASCAREIGNES	5%	7%	4%	1%
MAISON DE LA BRODERIE	4%	7%	3%	
USINE SUCRIERE DU GOL	3%	4%	3%	0%
PARC DU COLOSSE	3%	3%	4%	
OBSERVATOIRE DES MAKES	3%	4%	3%	0%
VILLAGE DE L'EPERON	3%	4%	2%	2%
MUSEE LEON DIERX	3%	4%	2%	1%
MUSEUM D'HISTOIRE NATURELLE	3%	4%	2%	2%
LE CHAI DE CILAOS	2%	3%	2%	
CROC PARC	2%	3%	2%	
LABYRINTHE EN CHAMP THE	2%	3%	1%	0%
DOMAINE DES TOURELLES	1%	2%	1%	1%
AUTRE	18%	21%	17%	13%
AUCUN	23%	16%	24%	51%

Evolution du taux de visites des lieux touristiques depuis 2010

La Saga du Rhum a vraiment décollé depuis 2010, passant de 2% à 13% de visiteurs. Kélonia s'est également renforcé.

	2016	2010	Différence (en points de pourcentage)
MARCHE FORAIN DE SAINT-PIERRE	18%	-	-
SAGA DU RHUM	13%	2%	+11
KELONIA	26%	16%	+10
JARDIN DES PARFUMS ET DES EPICES	11%	6%	+5
CITE DU VOLCAN	20%	16%	+4
COOPERATIVE DE LA VANILLE	12%	8%	+4
MUSEE STELLA MATUTINA	14%	11%	+3
MUSEE VILLELE	10%	7%	+3
USINE SUCRIERE DE BOIS ROUGE	6%	4%	+2
MUSEE LEON DIERX	3%	1%	+2
LABYRINTHE EN CHAMP THE	2%	<1%	+2
USINE SUCRIERE DU GOL	3%	2%	+1
OBSERVATOIRE DES MAKES	3%	2%	+1
DOMAINE DES TOURELLES	1%	1%	0

	2016	2010	Différence (en points de pourcentage)
CONSERVATOIRE BOTANIQUE NATIONAL	5%	5%	0
MUSEUM D'HISTOIRE NATURELLE	3%	3%	0
MAISON DE LA BRODERIE	4%	5%	-1
PARC DU COLOSSE	3%	4%	-1
LE CHAI DE CILAOS	2%	3%	-1
AQUARIUM DE LA REUNION	14%	15%	-1
CROC PARC	2%	3%	-1
VILLAGE DE L'EPERON	3%	4%	-1
MAISON FOLIO	9%	11%	-2
MARCHE DE SAINT-PAUL (FRONT DE MER)	41%	43%	-2
JARDIN D'EDEN	8%	10%	-2
MARCHE COUVERT DE SAINT-DENIS (GRAND MARCHE)	14%	18%	-4
MARCHE COUVERT DE SAINT-PIERRE	15%	31%	-16

Les verbatim

Afin que la durée du questionnaire reste inférieure à 20 minutes, seuls les touristes indiquant des notes inférieures ou égales à 6 sur 10 pouvaient apporter des commentaires leur demandant d'expliquer les raisons de leur notation.

L'objectif est alors de détecter d'éventuelles défaillances et de les expliquer.

La vocation de ces verbatim n'est pas d'être représentative des avis des touristes en général (qui sont globalement positifs avec des notes proches de 8 sur 10), mais de donner la parole aux touristes éventuellement insatisfaits.

Sélections de verbatim parmi les 8% de touristes ayant donné une note inférieure à 6/10 au sujet de leur visite

8,0

Muséum d'histoire naturelle : C'est pas un musée, c'est seulement en français, vieillot et pas ludique, pas de ticket, très chaud

8,4

Coop. de la vanille : Cher et prestation décevante, guide non passionné, trop touristique, pas assez d'artisanat, horaires très court, pas d'accueil

7,2

Aquarium de La Réunion : Cher et trop petit, petit pour le prix, triste, pas assez de poissons, pas de requin, manque de variété, vieillot, qualité prix!

7,7

Jardin d'Eden : C'est en travaux, c'est cher (24 euros!), rien à voir, six euros pour voir des travaux, manque d'explications, présentation moyenne, déçu par rapport à sa notoriété

8,1

Musée Villèle: Le guide pas très motivé, personnel trop relax, visite trop rapide, succinct, manque d'entretien des locaux et du jardin

8,6

Musée Stella Matutina: Audios de mauvaise qualité, pas performant, trop long, trop d'infos pas au bon moment, trop redondant sur l'esclavage

8,1

Marché de Saint-Paul: Piège à touriste, trop touristique, trop cher, pas assez typique, pas très intéressant, pas d'originalité, nocturne terminé à 18h au lieu de 20h

7,3

Marché couvert de St-Denis: Artisanat malgache seulement, ça sent le made in China, c'est pas réunionnais et mal-ventilé, manque de produits locaux, pas créole du tout, stands tous identiques, un peu sale, sentait mauvais, pas de prix affichés, articles usés par l'exposition

7,2

Marché couvert de Saint-Pierre : Aucun intérêt, que des colifichets made in Madagascar, pas d'artisanat local, à moitié fermé, vendeurs agressifs, piège à touriste, pas de fruits, pas d'épices, très sombre

8,3

Marché forain de Saint-Pierre: Marché commun, normal, il y a trop de monde, peu achalandé pour les touristes, pas de place pour circuler

Sélections de verbatim parmi les 8% de touristes ayant donné une note inférieure à 6/10 au sujet de leur visite

7,1

Croc Parc : Absence d'intérêt, pas bien aménagé, rien à faire pour les adultes, rien à part les crocodiles, inintéressant

7,9

Maison de la broderie : Complètement inintéressant, pas d'explications, pas de conversation avec les brodeuses

6,8

Le Chai de Cilaos : Fermé aux heures d'ouverture! Mauvais accueil, manque de variété, pas de vin rouge à déguster

8,2

Maison Folio: Jardin est beau mais seulement 3 pièces à visiter, c'est vraiment trop cher, pas grand-chose à voir, que des fleurs c'est tout, maison banale coloniale

6,9

Parc du colosse : Manque d'attrait, mal entretenu, boutique cassé, l'endroit n'est pas propre, c'était fermé!

8,5

Jardin des parfums et épices : Seulement 2 visites guidées par jour, manque d'authenticité, trop scientifique, limite ennuyeux, guide mal commode

8,2

Kélonia : Très mauvais accueil, trop cher pour la prestation, 3 tortues dans le bassin, pas très propre, vieillissant.

8,6

Saga du Rhum : Rhum plus cher qu'en supermarché, pas intéressant, rien à voir, j'y ai appris moins qu'au Savannah Tour, les guides sont trop familiers

8,4

Usine sucrière de Bois Rouge : Peu de culture rhumière, plus de canne à sucre, local trop petit, ce n'est pas joli, juste la distillerie fonctionne, visite trop sommaire

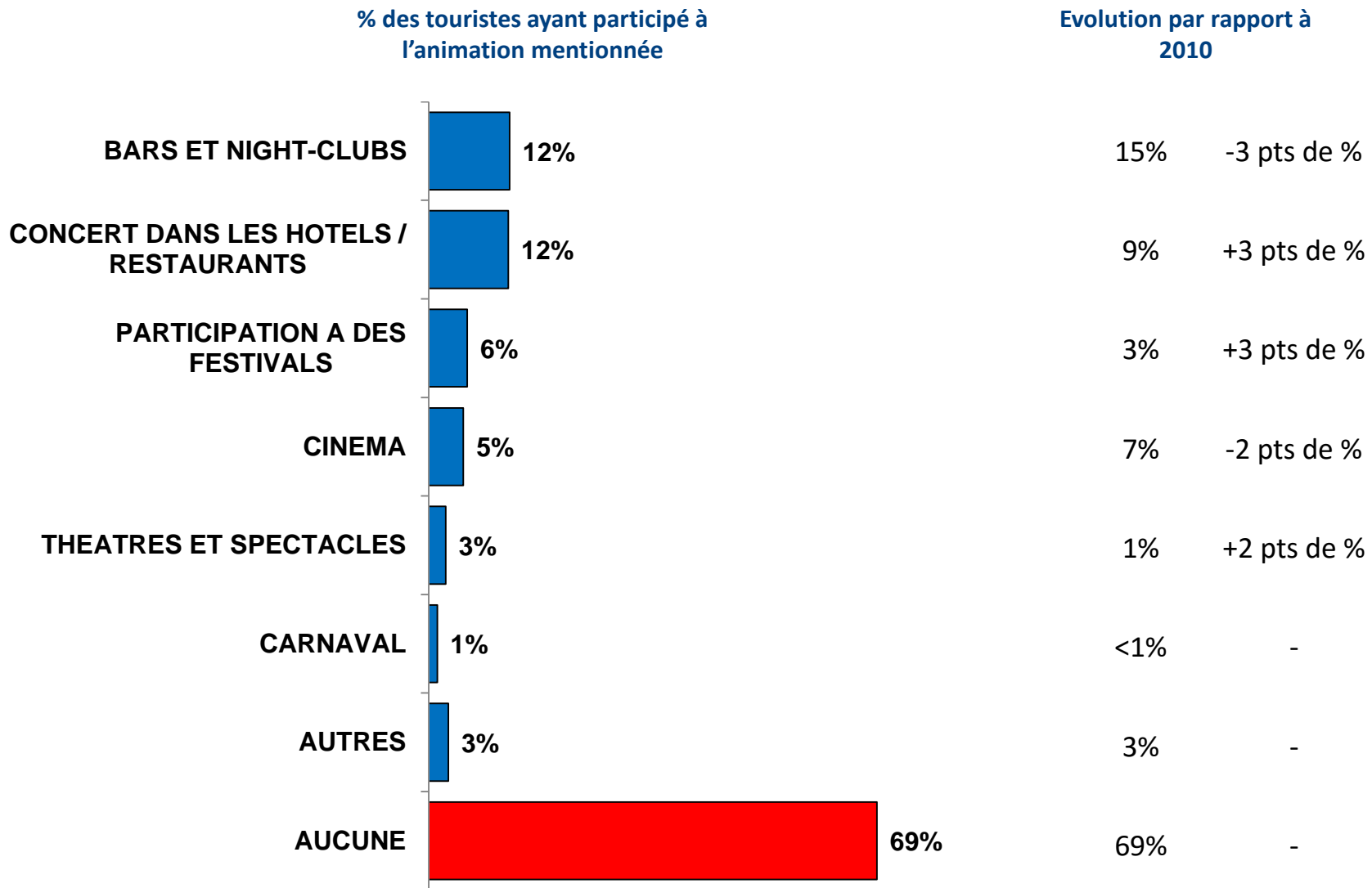
Les animations



- ⑥ **69% des touristes indiquent qu'ils n'ont participé à aucune animation en soirée au cours de leur séjour : ni dans un bar, ni dans un restaurant, ni à l'hôtel, ni à un festival.**
- ⑥ **En tendance, les résultats sont relativement proches de ceux observés en 2010.**
- ⑥ **Concernant les bars, ce sont les touristes venus avec des amis qui en profitent le plus, 25% d'entre eux s'y étant rendus au cours du séjour, contre simplement 8% des touristes venus en couple ou 9% en famille.**
- ⑥ **Les touristes affinitaires participent également davantage que les autres aux animations en soirée (35% d'entre eux contre 30% des touristes d'agrément et 21% des touristes d'affaires). Ils se rendent davantage dans les bars et Night-Clubs ou encore au cinéma, tandis que les touristes d'agrément se « contentent » surtout des soirées organisées dans les hôtels ou restaurants où ils se trouvent.**
- ⑥ **La participation aux festivals a eu lieu principalement en juin et en novembre 2016, avec respectivement 16% et 12% des touristes déclarant y avoir participé, contre 4% à 5% en temps normal.**

Participation aux animations

(base : 2000 voyageurs interrogés)



Participation aux animations selon l'accompagnement

- Les bars et Night-Clubs sont davantage fréquentés par les touristes venus seuls et surtout par les touristes venus entre amis.
- Les touristes venus seuls (souvent pour affaires) ont davantage recours au cinéma que les autres.

	Q13. A LA REUNION, VOUS ETES VENU ...				
	ENSEMBLE DES TOURISTES	SEUL	EN COUPLE	EN FAMILLE	ENTRE AMIS
BASE BRUTE	2000	590	828	422	170
BARS ET NIGHT-CLUBS	12%	16%	8%	9%	25%
CONCERT DANS LES HOTELS / RESTAURANTS	12%	9%	15%	12%	13%
PARTICIPATION A DES FESTIVALS	6%	7%	6%	5%	7%
CINEMA	5%	9%	3%	5%	3%
THEATRES ET SPECTACLES	3%	3%	3%	2%	1%
CARNAVAL	1%	1%	1%	0%	4%
AUTRES	3%	2%	3%	4%	5%
AUCUNE	69%	69%	70%	71%	56%

Participation aux animations en fonction de la typologie des touristes

- Les touristes affinitaires profitent davantage des animations en soirée. 35% d'entre eux y participent contre 30% des touristes d'agrément et 21% des touristes d'affaires. Les touristes affinitaires vont fréquenter davantage les bars et Night-Clubs, les festivals ou encore le cinéma, tandis que les touristes d'agrément se « contentent » surtout des soirées organisées dans les hôtels ou restaurants où ils se trouvent.

	ENSEMBLE DES TOURISTES	TOURISTES D'AGREMENT	TOURISTES AFFINITAIRES	TOURISTES D'AFFAIRES
<i>BASE BRUTE</i>	2000	896	900	204
BARS ET NIGHT-CLUBS	12%	10%	15%	12%
CONCERT DANS LES HOTELS / RESTAURANTS	12%	15%	10%	6%
PARTICIPATION A DES FESTIVALS	6%	5%	7%	3%
CINEMA	5%	3%	8%	4%
THEATRES ET SPECTACLES	3%	3%	3%	1%
CARNAVAL	1%	2%	1%	1%
AUTRES	3%	3%	4%	2%
AUCUNE	69%	70%	65%	79%

Chapitre 7 : les services ou activités que les touristes auraient souhaité trouver sur l'île de La Réunion

Les attentes des touristes

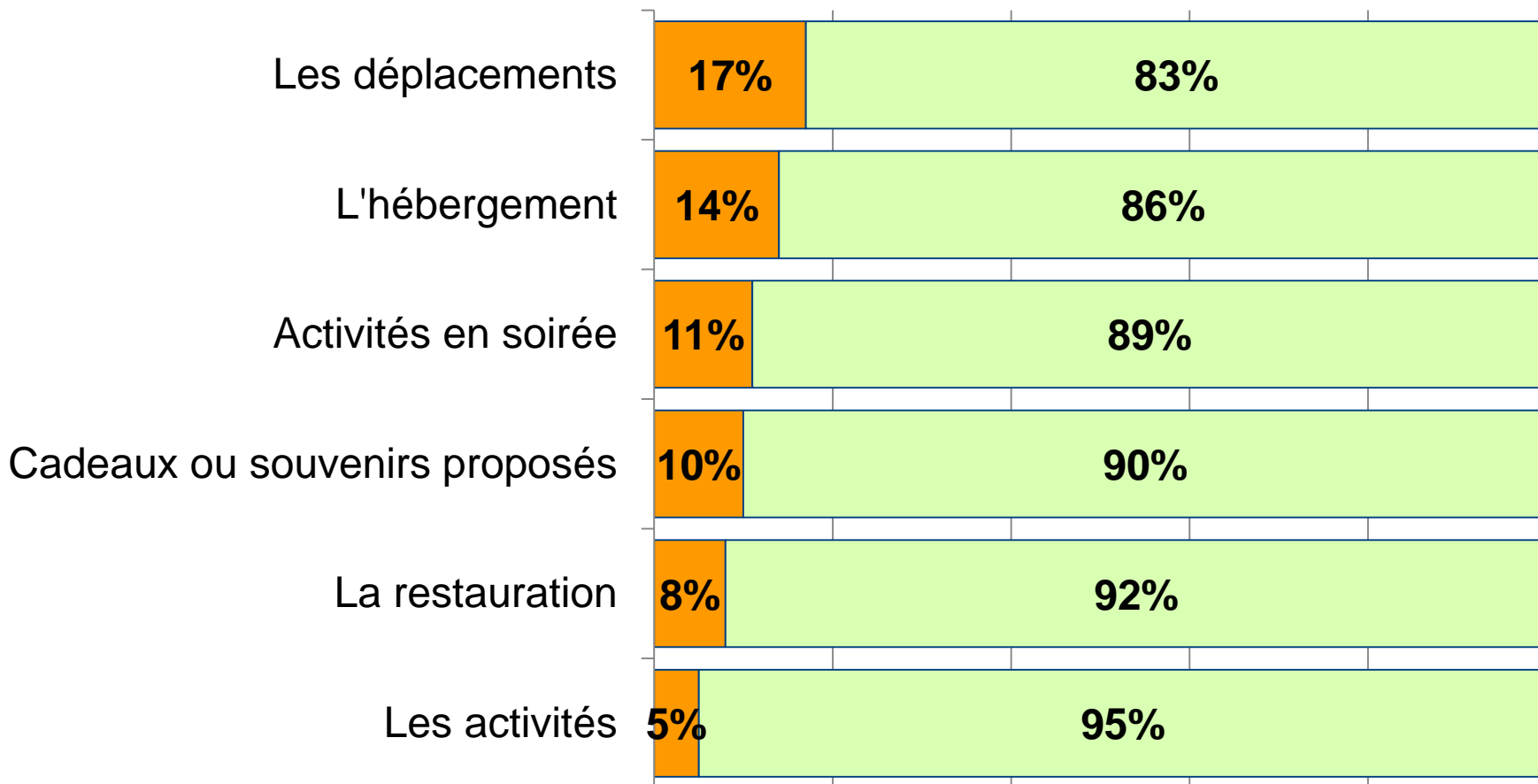
- ④ L'étude sur les comportements des touristes extérieurs 2016 inclut six questions relatives aux attentes des touristes concernant les thèmes suivants : les déplacements, l'hébergement, la restauration, les activités proposées, notamment en soirée, et l'achat des objets souvenirs.
- ④ Le premier constat que l'on peut faire au regard de ces attentes est qu'elles sont plutôt limitées. Ainsi 57% des touristes ont indiqué n'avoir aucune attente insatisfaite, sur aucun des 6 thèmes. 27% en ont formulé une seule, 11% seulement deux, 5% 3 ou plus, qu'il s'agisse de touristes affinitaires, d'agrément ou même d'affaires. C'est un résultat important : il n'y a pas de consensus sur des manques criants qu'il conviendrait de régler urgemment. Lors de l'analyse des résultats, il est important de garder en tête que chacune des attentes évoquées séparément ne concerne que quelques dizaines de touristes parmi les 2000 interrogés.
- ④ Ainsi, à peine un touriste sur 6 indique qu'il aurait aimé disposer de services non proposés en termes de déplacement, essentiellement un réseau de transport en commun plus performant. Il est d'ailleurs intéressant de noter que c'est davantage les touristes affinitaires qui font part de cette attente (23% d'entre eux contre 11% pour les touristes d'agrément).
- ④ Le deuxième thème engendrant le plus de commentaires concerne l'hébergement. Là encore, seulement 14% des touristes évoquent des attentes sur des services ou activités qui n'auraient pas été proposés. Ces attentes sont davantage formulées par les touristes d'agrément ou d'affaires, les touristes affinitaires logeant le plus souvent chez leur famille. Il s'agit alors principalement d'attentes relatives à l'accès à internet en premier lieu.

Les attentes des touristes

- ④ 11% des touristes (aussi bien affinitaires que d'agrément) sont en attente de plus d'activités en soirée, et notamment d'animations musicales et folkloriques, que ce soit dans la rue, dans les bars ou les restaurants. Cela implique que les bars et restaurants soient ouverts à des horaires plus avancés, et que des transports en commun permettent d'y assister et d'en repartir ensuite.
- ④ Si les activités en soirée étaient évoquées par 11% des touristes, l'attente autour d'activités en journée est deux fois moindre. Seuls 5% des touristes (d'agrément comme affinitaires) expriment des besoins à ce sujet, la diversité des activités déjà proposées constituant l'une des forces de La Réunion. Pour ces 5%, il s'agit principalement d'activités liées à la mer (surf, kitesurf, pédalo...), qui souffrent forcément des restrictions de baignade liées à la présence de requins.
- ④ Les attentes autour de la restauration sont également peu présentes, à peine 8% des touristes s'exprimant sur ce sujet, de manière à peine plus prononcée (10%) parmi les touristes d'agrément. Ces touristes sont en attente de davantage de diversité, de choix dans les possibilités de restauration, et en particulier de restaurants de poisson ou de nourriture végétarienne. Certains rappellent aussi leur envie que les restaurants soient ouverts plus tardivement en soirée ou encore le dimanche.
- ④ Enfin, 10% des touristes indiquent qu'ils auraient aimé acheter des cadeaux ou des souvenirs qu'ils n'ont pas trouvés sur l'île, que ce soit des touristes d'agrément, affinitaires ou bien pour affaires. Ils sont alors à la recherche de petits objets représentatifs de l'île de La Réunion, notamment à travers ses symboles : le Dodo, voire le margouillat ou le Paille-en-Queue. Certains reprochent notamment la quasi absence d'artisanat local au détriment de produits importés de Madagascar ou d'Asie. La possibilité de pouvoir s'approvisionner directement à l'aéroport au moment du départ grâce à un choix de boutiques plus consistant est parfois évoqué.

Part des touristes ayant des attentes non satisfaites selon les thèmes mentionnés (base : 2000 voyageurs interrogés)

- Aurait aimé disposer d'un service ou une activité non proposé sur l'île
- Pas d'attentes particulières



Part des touristes ayant des attentes non satisfaites selon les thèmes mentionnés *(base : 2000 voyageurs interrogés)*

- Les attentes en termes de déplacement concernent principalement les touristes affinitaires plus que les touristes d'agrément. Ces derniers, ainsi que les touristes d'affaires vont davantage exprimer des besoins relatifs à l'hébergement proposé sur l'île.
- 57% des touristes n'expriment aucune attente particulière à la suite de leur séjour.

	Tourisme d'agrément	Tourisme affinitaire	Tourisme affaires	Ensemble des touristes
Déplacement	11%	23%	16%	17%
Hébergement	17%	8%	20%	14%
Activités en soirée	11%	11%	6%	11%
Souvenirs, cadeaux	11%	9%	11%	10%
Restauration	10%	7%	7%	8%
Activités	6%	5%	3%	5%

Part des touristes ayant des attentes non satisfaites selon les thèmes mentionnés et la zone de résidence

- Les attentes en termes d'hébergements et de restauration sont légèrement plus accentuées sur les régions de Cilaos, Salazie et l'Est. Les attentes sur les déplacements sont légèrement plus prégnantes sur les régions du Nord, de l'Est et des plaines.

	TOTAL	CILAOS	EST	LES PLAINES	NORD	OUEST	SALAZIE	SUD
Les déplacements	17%	14%	20%	18%	19%	15%	11%	16%
Hébergement	14%	21%	23%	18%	17%	15%	25%	13%
Activités en soirée	11%	12%	12%	13%	12%	10%	11%	12%
Cadeaux ou souvenirs proposés	10%	11%	13%	11%	10%	10%	10%	11%
La restauration	8%	14%	12%	8%	10%	8%	13%	11%
Les activités	5%	6%	8%	7%	4%	6%	6%	6%

Effectif

2000

243

128

228

476

1319

174

520

Les attentes en termes de déplacements

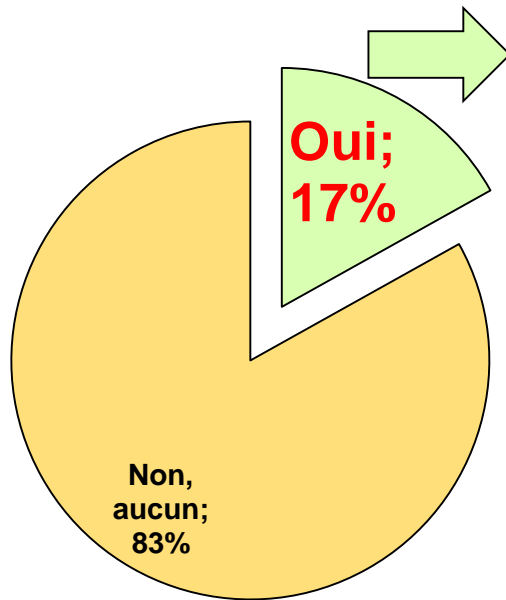


Les attentes en termes de déplacement

- ④ Les déplacements sur l'île constituent l'un des points problématiques le plus évoqué par les touristes : 38% l'évoquent comme l'un des points les ayant le plus déçu lors de leur séjour sur l'île. Les touristes d'affaires qui sont amenés à se déplacer davantage dans les zones les plus urbaines de l'île, sont même 59% à en faire part, loin devant toute autre considération.
- ④ Néanmoins, la critique touchant les déplacements sur l'île concerne avant tout les problèmes de circulation, les bouchons et le temps de parcours plus que des services qui ne seraient pas proposés.
- ④ Ainsi seulement 17% expriment une attente concernant des services ou des activités liés à leur déplacement, et il s'agit en premier lieu des touristes affinitaires, qui disposent probablement moins souvent de moyens autonomes pour se déplacer et qui vont évoquer presque exclusivement des attentes sur le développement d'un réseau de transport en commun plus performant, en termes de dimension du réseau, de fréquence et d'amplitude horaire (notamment en soirée).
- ④ En mineur apparaissent quelques attentes autres qu'une amélioration des transports en commun. Quelques touristes d'agrément citent par exemple des attentes concernant les vélos de location ou en libre service, tandis que les touristes pour affaires évoquent parfois un manque de taxis disponibles. Attention encore une fois dans l'analyse, car ces attentes ne sont exprimées que par une petite dizaine de touristes parmi les 2000 interrogés.

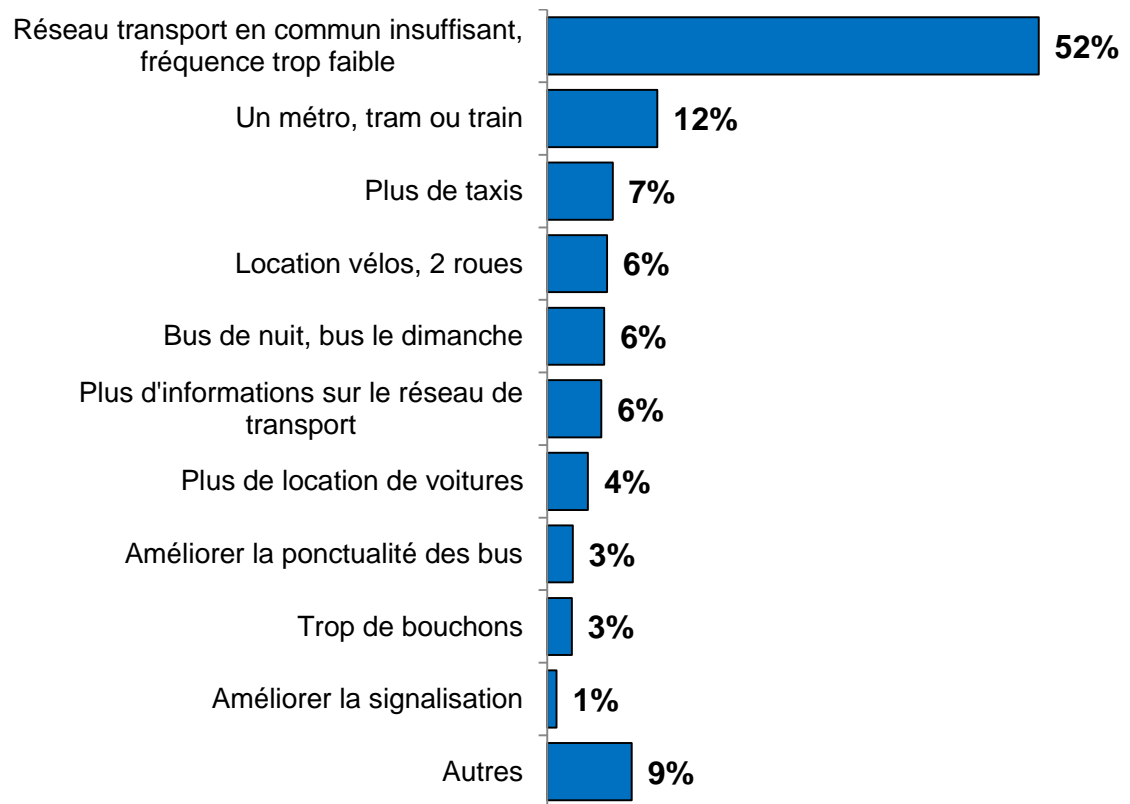
Les attentes des touristes en termes de déplacement

En termes de **déplacement**, y a-t-il des services ou des activités dont vous auriez aimé disposer sur l'île de La Réunion mais qui n'étaient pas proposés ?



(base : 2000 voyageurs interrogés)

Si oui,
Lesquels ?



(base : 338 voyageurs formulant une proposition)

Les attentes des touristes en termes de déplacement

En termes de **déplacement**, y a-t-il des services ou des activités dont vous auriez aimé disposer sur l'Île de La Réunion mais qui n'étaient pas proposés ?

	Tourisme d'agrément	Tourisme affinitaire	Tourisme affaires	Ensemble des touristes
Oui	11%	23%	16%	17%
Non	89%	77%	85%	83%

Si oui, lesquels ?

Réseau transport en commun insuffisant, fréquence trop faible	47%	56%	37%	52%
Un métro, tram ou train	11%	12%	13%	12%
Plus de taxis	9%	4%	23%	7%
Location vélos, 2 roues	11%	5%		6%
Bus de nuit, bus le dimanche	7%	5%	7%	6%
Plus d'informations sur le réseau de transport	8%	5%	4%	6%
Plus de location de voitures	5%	4%		4%
Améliorer la ponctualité des bus	3%	2%	4%	3%
Trop de bouchons	2%	2%	5%	3%
Améliorer la signalisation		1%	3%	1%
Autres	7%	9%	12%	9%

Base brute

101

204

33

338

Sélections de verbatim sur les attentes des touristes en termes de déplacement

- La vocation des verbatim ci-dessous est d'illustrer les attentes exprimées par les touristes en termes de déplacement. Il s'agit à chaque fois de l'opinion d'une personne unique qu'il convient de rapprocher de l'analyse des pourcentages indiqués dans les pages précédentes.

**réseau transport en commun limité
(horaires et lignes mal conçus et problème de correspondance entre le Nord, l'Est et l'Ouest)**

**compliqué en bus et long de se rendre d'un point à un autre.
Ils sont rares, souvent 1h d'attente**

No mobile app to explain where and when to take the bus on Googlemap

plus de transport en commun, plus d'accès aux sites naturels en transports en commun,

Pas de bus à l'aéroport, des informations sur les transports en commun seraient utiles à l'aéroport.

**des taxis moins chers
pas de taxi au CHU**

**not many bus connection, so finally I have to rent a car
After 6pm no way to travel**

Transports en commun : meilleure coordination et nouveaux arrêts proches des grands sites touristiques

**Manque panneaux d'affichage pour les bus, plus de bus, s'arrêtent trop tôt à 17h
des transports en commun le soir et le Week-End
les transports en commun pas lisibles ni visibles.**

Il manque des locations de vélos, ou de Vélib

Les attentes en termes d'hébergement

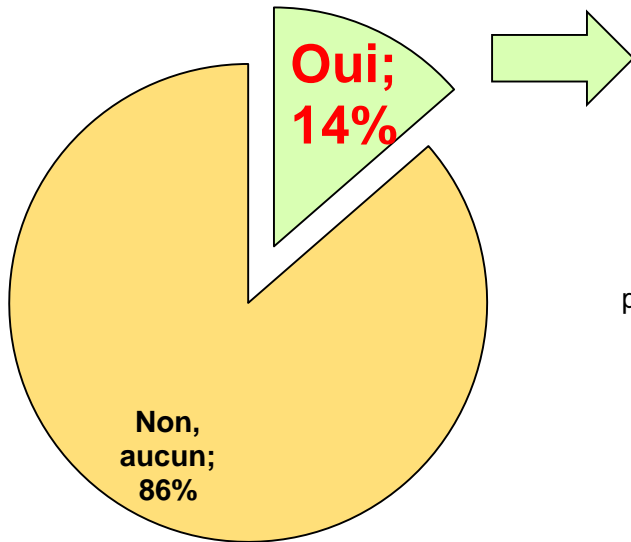


Les attentes en termes d'hébergement

- ④ 14% des touristes indiquent qu'ils auraient aimé disposer de certains services ou activités concernant leur hébergement sur l'île. Là encore, la très grande majorité des touristes n'a pas ressenti de manque particulier par rapport à l'hébergement dans lequel ils ont résidé. Dans le détail, ces attentes sont principalement exprimées par des touristes d'agrément ou d'affaires, mais très peu par les touristes affinitaires, qui sont le plus souvent logés par leur famille ou des amis.
- ④ Tous expriment en priorité le souhait de disposer d'une connexion à internet dans leur hébergement, et si elle existe, qu'elle soit plus rapide. Celle-ci est davantage soulignée par les touristes venus pour affaires qui en ont besoin pour leur travail.
- ④ Ces derniers, qui voyagent souvent seuls, expriment aussi des attentes par rapport à la proximité entre l'hébergement et les points de restauration afin d'optimiser le temps dont ils disposent.
- ④ En dehors de l'accès internet, les attentes évoquées par les touristes sont très diverses, variant selon l'hébergement et l'expérience de chaque touriste. Ces attentes sont davantage de l'ordre du confort que du service : des ascenseurs, des douches garantissant l'eau chaude, une climatisation ou un chauffage efficace, des piscines chauffées, des ustensiles de cuisine, des machines à laver...
- ④ Enfin, parmi les attentes exprimées, on note l'intérêt pour que les hébergements permettent un accès facile à une vie animée à proximité, voire directement dans l'établissement, via des restaurants et des animations en soirée.

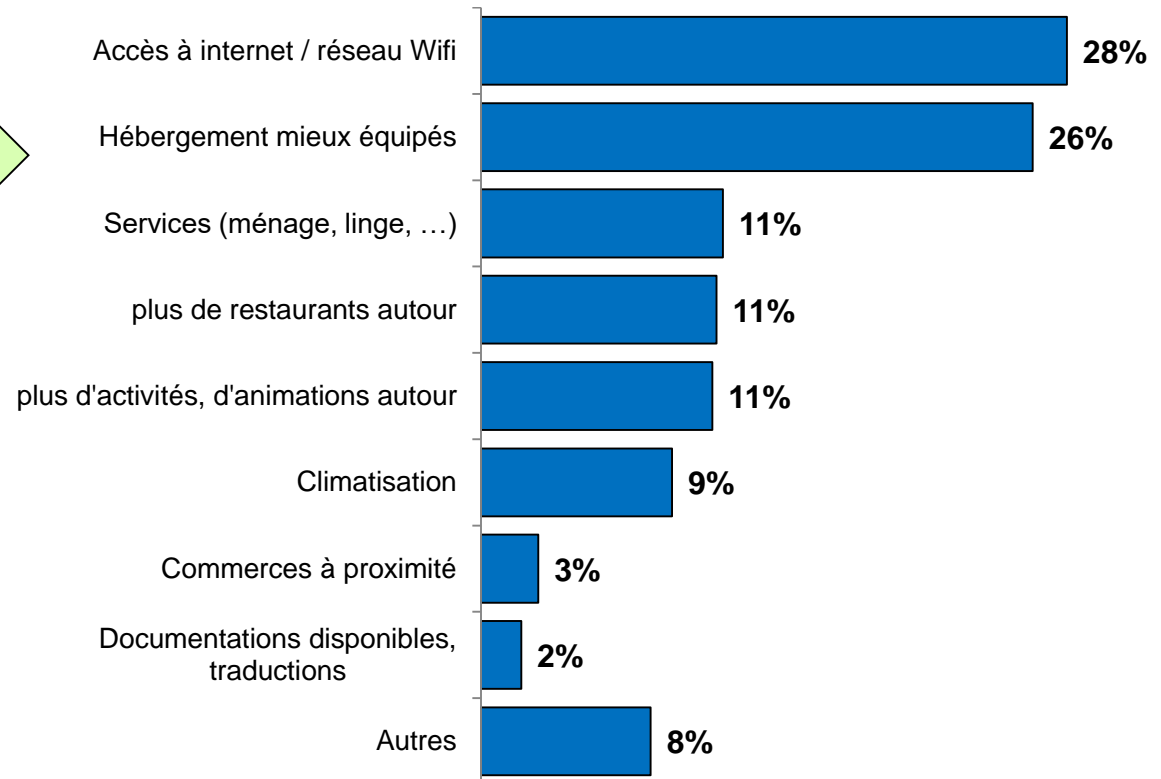
Les attentes des touristes en termes d'hébergement

Concernant l'hébergement, y a-t-il des services ou des activités dont vous auriez aimé disposer sur l'Île de La Réunion mais qui n'étaient pas proposés ?



(base : 2000 voyageurs interrogés)

Si oui,
Lesquels ?



(base : 276 voyageurs formulant une proposition)

Les attentes des touristes en termes d'hébergement

Concernant **l'hébergement**, y a-t-il des services ou des activités dont vous auriez aimé disposer sur l'Île de La Réunion mais qui n'étaient pas proposés ?

	Tourisme d'agrément	Tourisme affinitaire	Tourisme affaires	Ensemble des touristes
Oui	17%	8%	20%	14%
Non	83%	92%	80%	86%

Si oui, lesquels?

Accès à internet / réseau Wifi	28%	22%	38%	28%
Hébergements mieux équipés	26%	32%	17%	26%
Services (ménage, linge, ...)	13%	7%	12%	11%
plus de restaurants autour	10%	9%	21%	11%
plus d'activités, d'animations autour	13%	7%	10%	11%
Climatisation	8%	10%	7%	9%
Commerces à proximité	3%	2%	3%	3%
Documentations disponibles, traductions	2%	3%	3%	2%
Autres	7%	12%	6%	8%
<i>Base brute</i>	155	76	45	276

Sélections de verbatim sur les attentes des touristes en termes d'hébergement

- La vocation des verbatim ci-dessous est d'illustrer les attentes exprimées par les touristes en termes d'hébergement. Il s'agit à chaque fois de l'opinion d'une personne unique qu'il convient de rapprocher de l'analyse des pourcentages indiqués dans les pages précédentes.

Je souhaiterais pouvoir accéder à un site web unique pour les réservations de gîte pour pouvoir faire un circuit

Proposer plus de communications qui soient visibles sur les modes d'hébergement.

**La connexion internet est faible
Le service de télévision est restreint**

Il pourrait y avoir dans les hébergements des bornes de renseignement

Les établissements devraient proposer des animations.

J'aurais souhaité avoir une climatisation fonctionnelle!

Proposer des sandwiches à l'hôtel pour les randonneurs

pas de bagagiste, pas d'ascenseur, ni de rampe pour bagages, même dans les établissements 3,4 étoiles

Cela manque de chauffage dans les gîtes

Les attentes en termes d'activités de fin de soirée

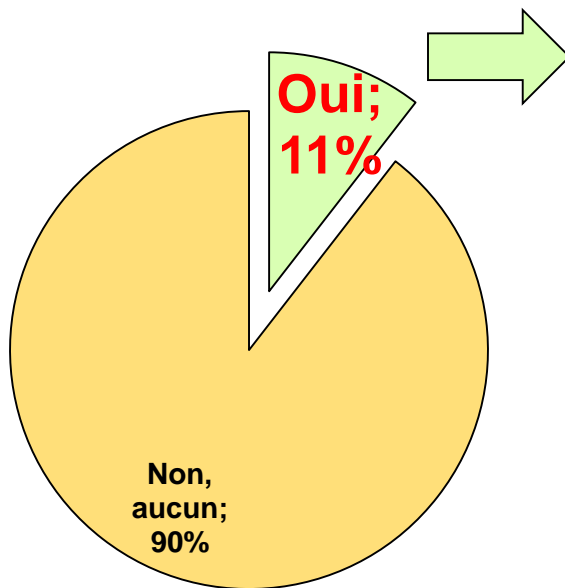


Les attentes des touristes en termes de services ou d'activités en soirée

- **89% des touristes n'expriment aucune attente particulière concernant les activités en soirée, qu'ils soient des touristes affinitaires, d'agrément ou d'affaires, quel que soit la région dans laquelle le touriste réside ou le moment de l'année.**
- **Les autres souhaitent surtout des animations musicales, des animations ou spectacles pour égayer les soirées, que ce soit dans l'hôtel directement, ou dans des restaurants, ou encore dans la rue, autour de l'artisanat et la culture créole.**
- **Cela irait de paire avec l'ouverture de restaurants à des horaires plus tardifs et la possibilité de rentrer en transport en commun.**

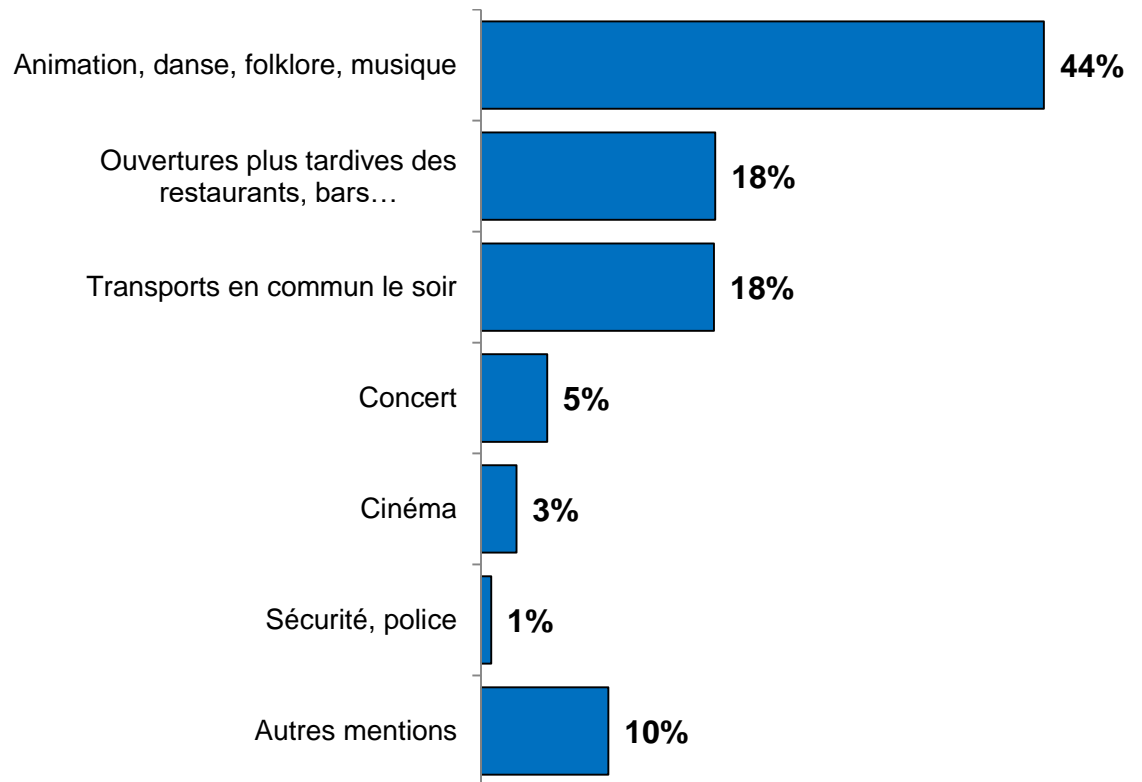
Les attentes des touristes en termes de services ou d'activités en soirée

Y a-t-il des **services ou activités en soirée** dont vous auriez aimé disposer et que vous n'avez pas trouvés ?



(base : 2000 voyageurs interrogés)

Si oui,
Lesquels?



(base : 206 voyageurs formulant une proposition)

Sélections de verbatim sur les attentes des touristes Concernant les activités en soirée

- La vocation des verbatim ci-dessous est d'illustrer les attentes exprimées par les touristes en termes d'activités en soirée. Il s'agit à chaque fois de l'opinion d'une personne unique qu'il convient de rapprocher de l'analyse des pourcentages indiqués dans les pages précédentes.

les activités culturelles, les spectacles ne sont pas annoncés aux visiteurs

Il manque des transports en commun en soirée, notamment pour atteindre l'aéroport pour les vols de nuit

pas d'animation le soir, triste, pas de concert public

live music in the restaurant would have been nice

J'aurais souhaité assister à des soirées en plein air avec de la musique créole ou autre

le dimanche soir, tous les restaurants sont fermés

soirées créoles à l'hôtel, de la musique, des spectacles

Les attentes en termes de cadeaux souvenirs

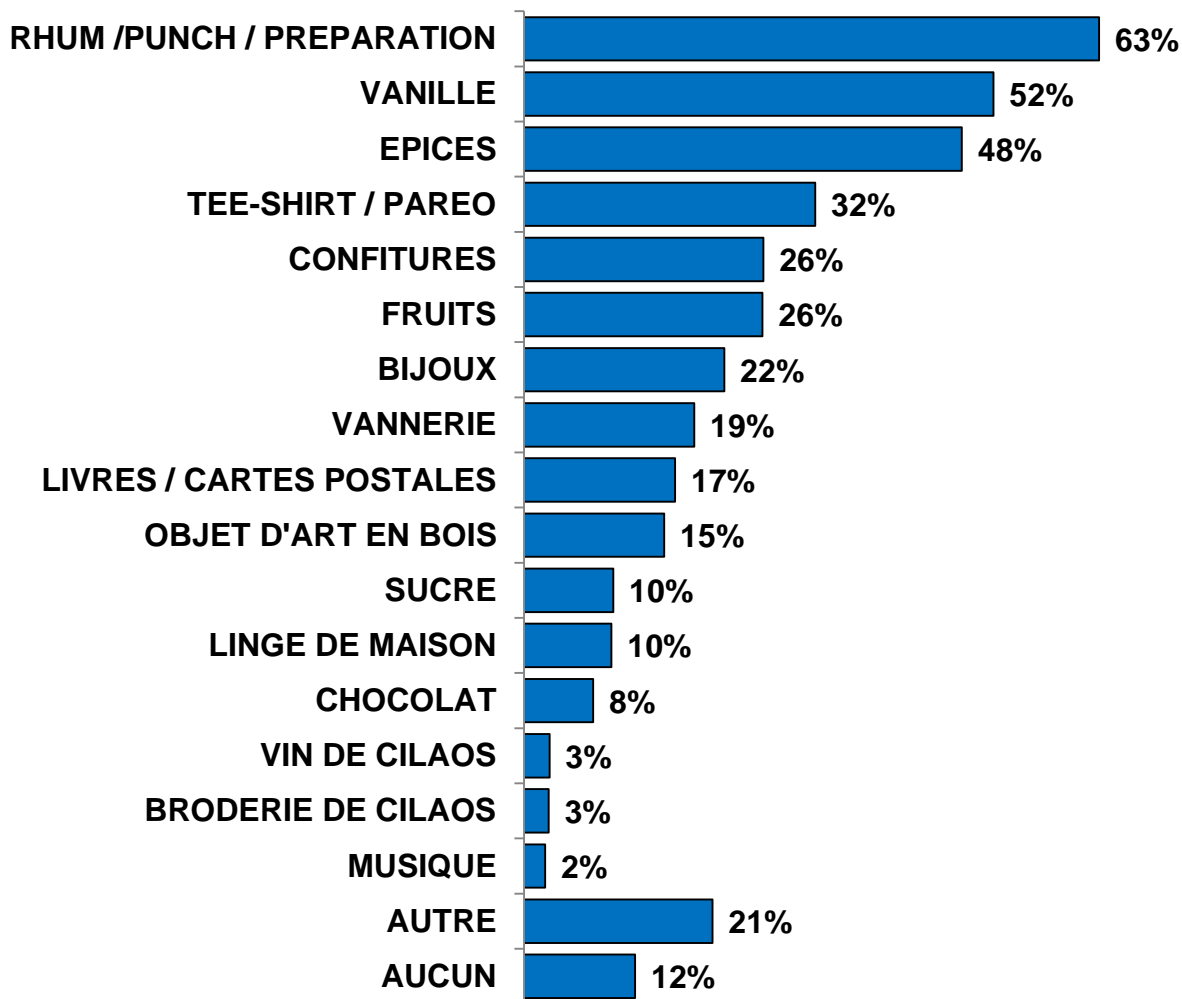


Les attentes des touristes en termes de cadeaux ou souvenirs emblématiques

- Au global, 88% des touristes ont acheté un cadeau ou un souvenir. Les touristes d'agrément et les touristes affinitaires en achètent entre 4 et 5 types différents en moyenne (principalement alimentaires avec du rhum, de la vanille, des épices ou de la confiture, alors que les T-Shirts, paréos et les bijoux sont les objets les plus populaires).
- Les touristes d'affaires eux sont moins nombreux à rapporter des souvenirs, mais tout de même 72%. Lorsqu'ils rapportent des souvenirs, ils en rapportent deux fois moins que les autres catégories de touristes, en se concentrant majoritairement sur le rhum.
- Au final, seulement 1 touriste sur 10 indique qu'il aurait aimé acheter des cadeaux ou souvenirs emblématiques de La Réunion mais qu'il ne les a pas trouvés.
- Il y a une vraie demande pour la production locale, en particulier pour la vanille provenant de l'île alors qu'elle provient la plupart du temps de Madagascar, mais aussi pour l'artisanat local qui n'est pas suffisamment présent aux yeux de ces touristes. On peut lire aussi une critique de la présence trop abondante selon certains de bibelots « sans âme » provenant d'Asie ou de Madagascar.
- Il y a d'ailleurs une recherche d'objets portant les symboles qui représentent La Réunion, que ce soit la carte de l'île elle-même ou ses symboles reconnus comme le Dodo, le margouillat ou le Paille-en-Queue, voire même la baleine. Le volcan est également un élément fortement représentatif de La Réunion, et certains seraient intéressés de ramener avec eux de la pierre volcanique, brute ou travaillée.

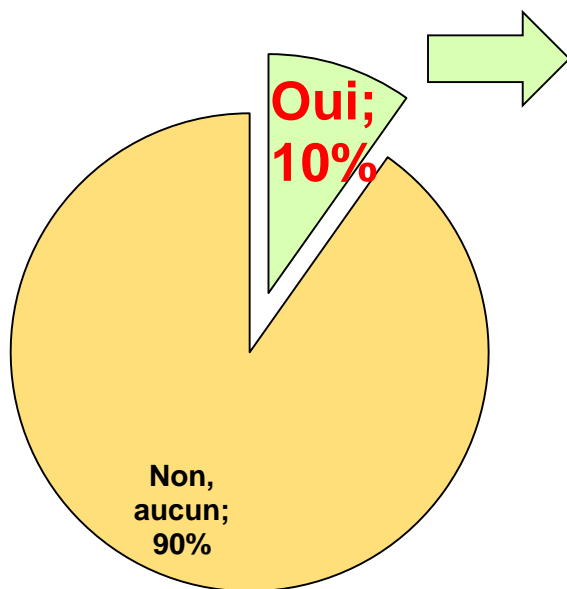
Type de souvenirs achetés (base : 2000 voyageurs interrogés)

% des touristes ayant acheté le souvenir mentionné



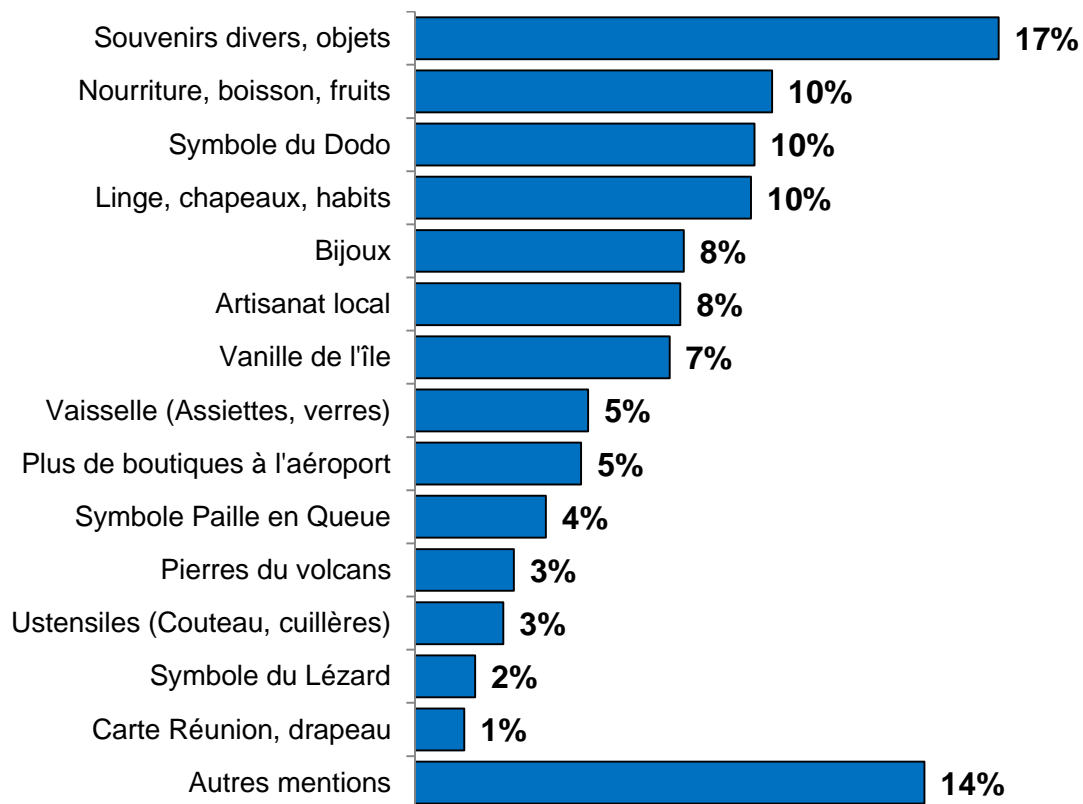
Les attentes des touristes en termes de cadeaux ou souvenirs emblématiques

Y a-t-il des **cadeaux ou souvenirs emblématiques de La Réunion** que vous auriez aimé acheter et que vous n'avez pas trouvés ?



(base : 2000 voyageurs interrogés)

Si oui,
Lesquels?



(base : 204 voyageurs formulant une proposition)

Sélections de verbatim sur les attentes des touristes en termes de cadeaux ou souvenirs

- La vocation des verbatim ci-dessous est d'illustrer les attentes exprimées par les touristes en termes de cadeaux ou souvenirs. Il s'agit à chaque fois de l'opinion d'une personne unique qu'il convient de rapprocher de l'analyse des pourcentages indiqués dans les pages précédentes.

Les lentilles et le vin de Cilaos sont difficilement trouvables.

Je suis déçu car il y a beaucoup de vanille de Madagascar, il est difficile de trouver de la vanille de La Réunion

**pas assez de boutiques sur l'aéroport qui proposent de l'artisanat
pas beaucoup de choix pour de l'alimentation à l'aéroport**

peluche dodo ou margouillat ou paille en queue, peluche baleine

**artisanat local (poterie et vannerie d'ici)
des chapeaux tressés fait main à La Réunion (trop d'artisanat made in Mada ou de Chine).**

**de la lave de volcan façonnée, des sujets en roche volcanique
something representing the volcano**

artisanat local (pas de boutiques de souvenirs typiques de l'île)

serviette de plage avec une carte de La Réunion

Les attentes en termes de restauration



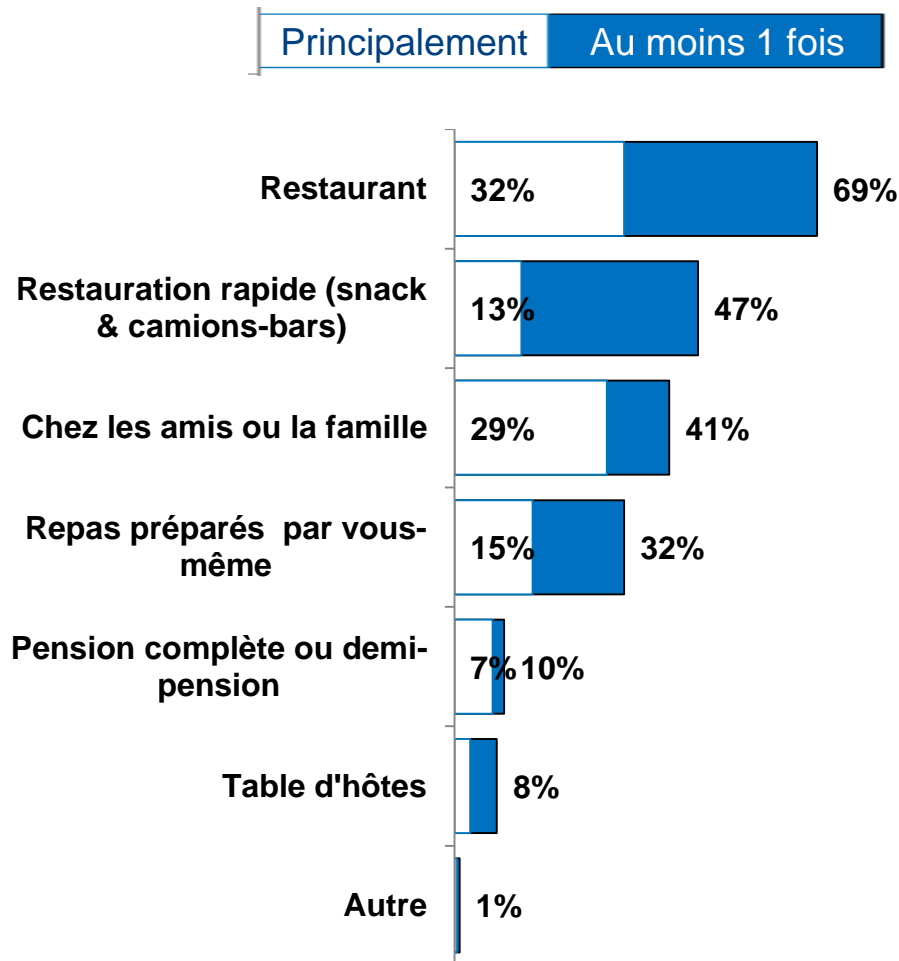
Les attentes des touristes en termes de restauration

- Les touristes ont recours en moyenne à deux types de restauration au cours de leur séjour. Si les touristes d'agrément et les touristes pour affaires ont principalement recours aux restaurants (respectivement 77% et 88%), c'est moins le cas pour les touristes affinitaires (57% tout de même) qui profitent largement de repas au sein de leur famille ou chez leurs amis (77% d'entre eux, alors que c'est un mode quasiment absent chez les autres catégories).
- La restauration rapide (Snack et camions-bars) constitue un complément important puisque un touriste d'agrément sur deux y a eu recours lors de son séjour, et presque autant de touristes affinitaires. C'est en revanche moins souvent le cas pour les touristes d'affaires, qui n'y ont recours que dans 28% des cas.
- Les repas préparés par soi-même ne sont pas à exclure non plus, 39% des touristes d'agrément (ceux résidant en gîtes, maisons d'hôtes et locations saisonnières) et 30% des affinitaires y ayant eu recours.
- Au final, seulement 8% des touristes indiquent avoir des attentes en termes d'activités ou de services concernant la restauration à La Réunion, les touristes d'agrément étant à peine plus nombreux (10%) à formuler des attentes à ce sujet. Cela dénote d'une certaine adéquation entre l'offre et la demande.
- Ces 8% expriment avant tout des attentes en termes de diversité : augmenter le nombre de restaurants ou qu'ils soient ouverts plus longtemps, pour avoir plus de choix, notamment avec des restaurants proposant davantage de produits de la mer, de nourriture végétarienne mais aussi des spécialités locales.
- Les services sont quasiment absents des attentes des touristes. Certains expriment des attentes sur la livraison à domicile, ou de communiquer autour de la gastronomie locale, mais ce sont des suggestions personnelles qui ne sont pas reprises massivement.

Modes de restauration utilisés au cours du séjour

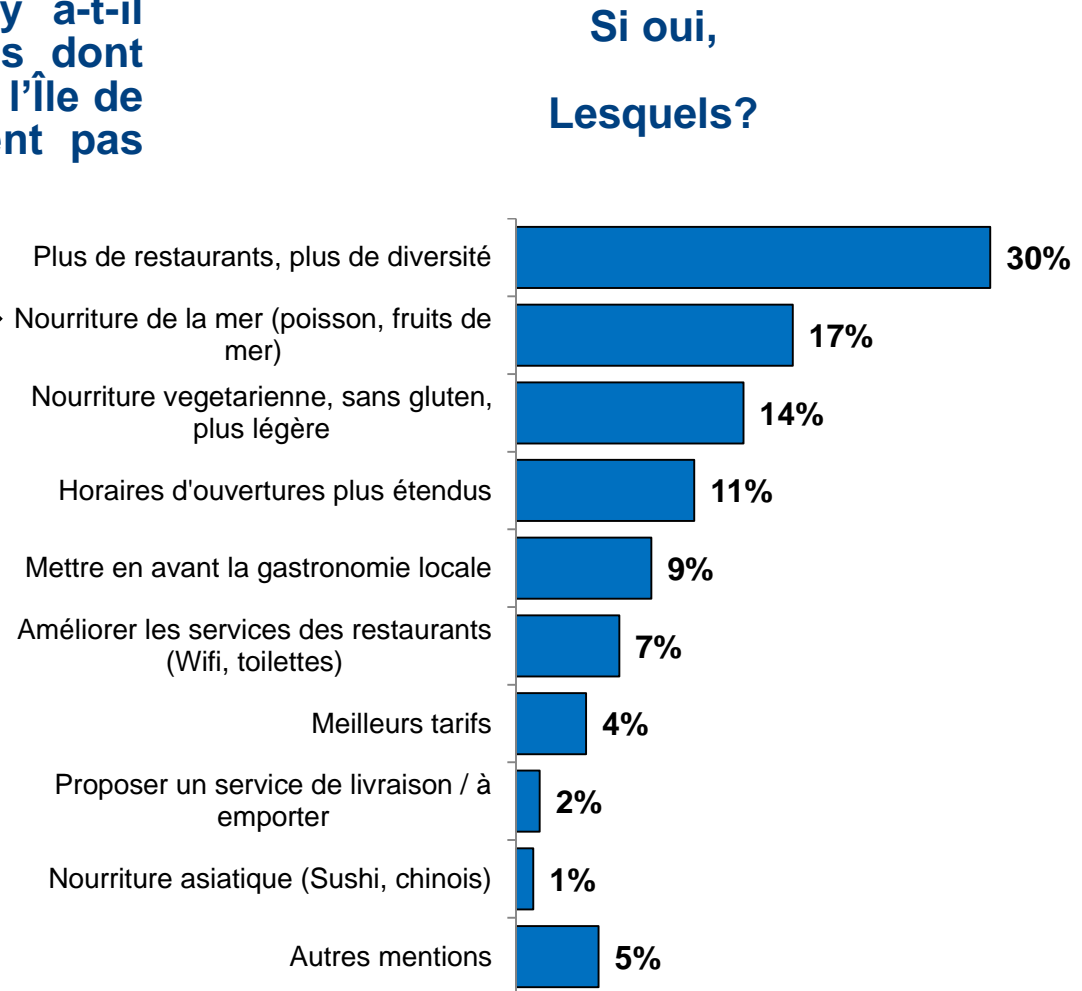
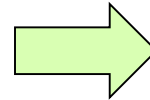
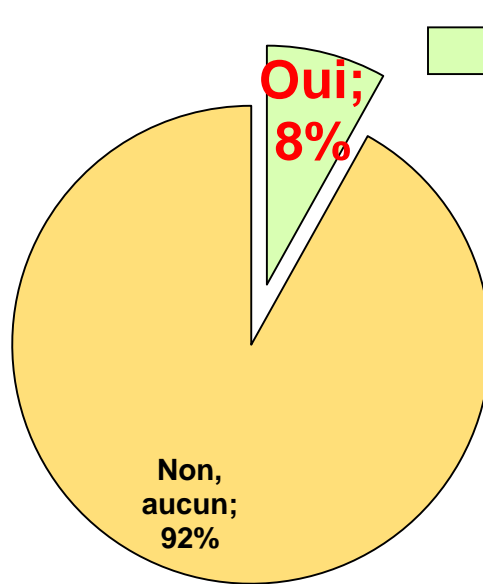
(base : 2000 voyageurs interrogés)

- Les touristes étant principalement hébergés à l'hôtel se restaurent dans deux cas sur trois au restaurant, ou bien bénéficient d'une pension complète dans 17% des cas.



Les attentes des touristes en termes de restauration

Concernant **la restauration**, y a-t-il des services ou des activités dont vous auriez aimé disposer sur l'Île de La Réunion mais qui n'étaient pas proposés ?



(base : 2000 voyageurs interrogés)

(base : 169 voyageurs formulant une proposition)

Sélections de verbatim sur les attentes des touristes en termes de restauration

- La vocation des verbatim ci-dessous est d'illustrer les attentes exprimées par les touristes en termes de restauration. Il s'agit à chaque fois de l'opinion d'une personne unique qu'il convient de rapprocher de l'analyse des pourcentages indiqués dans les pages précédentes.

Un service traiteur qui apprenne la cuisine locale aux touristes.

Translation of menu into english especially in expensive restaurant

des repas végétariens dans les gîtes sans être obligé de prévenir à l'avance

Manque de précision sur la gastronomie locale (sur plan ou carte)

plus de fruits de mer et poissons, restaurant à poissons

de vrais restos créoles typiques

Il n'y a pas de service de livraison de repas

Une restauration qui reflète mieux l'île

Les attentes en termes d'activités de loisirs

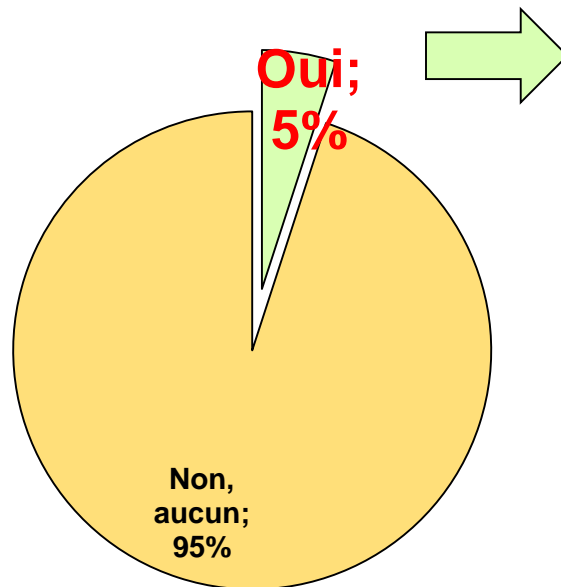


Les attentes des touristes en termes d'activités de loisirs

- La Réunion propose un nombre important d'activités aux touristes. Les touristes d'agrément en pratiquent 3 en moyenne au cours de leur séjour, contre deux pour les touristes affinitaires et une seule pour les touristes d'affaires (seulement un sur deux parmi ces derniers pratiquant des activités au cours de leur séjour).
- La randonnée est l'activité reine à La Réunion, le plus souvent sur un format d'une demi-journée ou d'une journée : 60% des touristes l'ont pratiquée au cours de leur séjour, et notamment 69% des touristes d'agrément, 56% des touristes affinitaires, et 25% des touristes d'affaires.
- Suit le populaire survol en hélicoptère de l'île dont profite 28% des touristes d'agrément, mais seulement 9% des touristes affinitaires et 6% des touristes d'affaires. La plongée (avec ou sans bouteille), la promenade en mer, la visite des musées et des jardins, mais aussi le parapente et le canyoning sont les activités fédérant le plus de touristes, d'agrément comme affinitaires.
- Face à cette offre abondante, les touristes peinent à imaginer des activités ou services supplémentaires qui pourraient leur être proposés au cours de leur séjour.

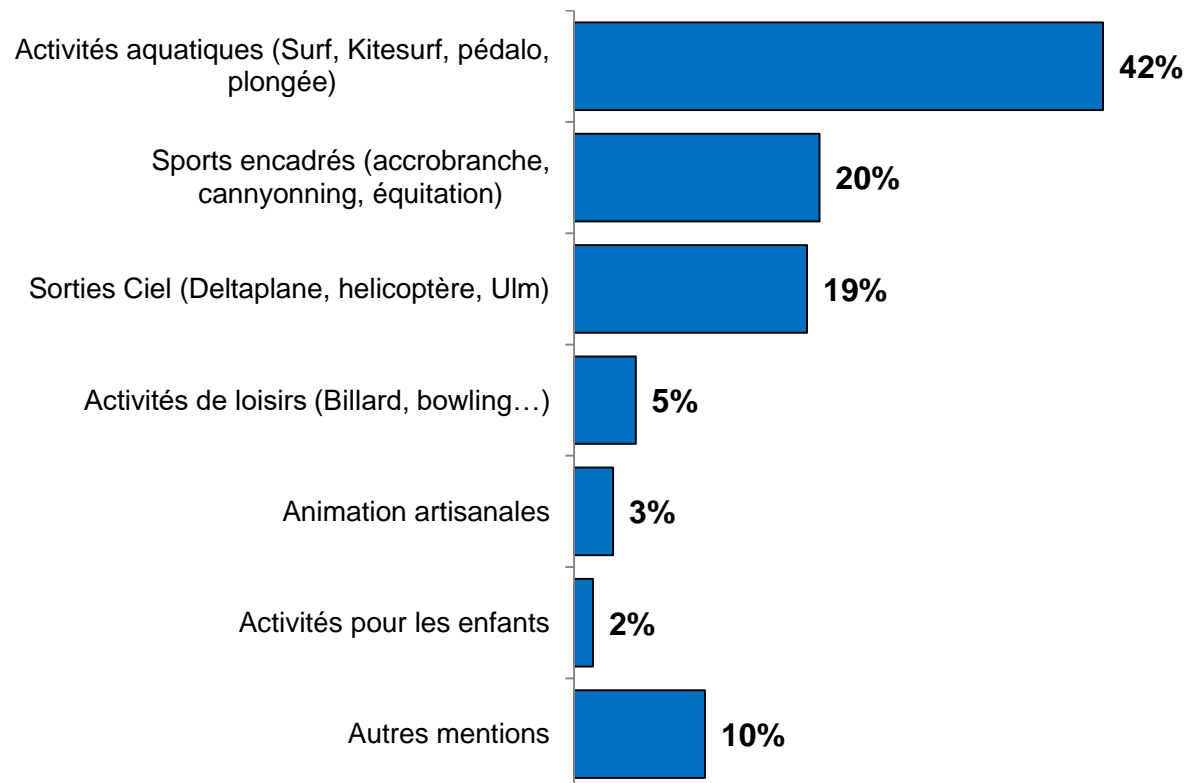
Les attentes des touristes en termes d'activités de loisirs

Concernant **les activités**, y en a-t-il dont vous auriez aimé disposer sur l'île de La Réunion mais qui n'étaient pas proposées ?



(base : 2000 voyageurs interrogés)

Si oui,
Lesquelles?



(base : 113 voyageurs formulant une proposition)

Sélections de verbatim sur les attentes des touristes en termes d'activités

- La vocation des verbatim ci-dessous est d'illustrer les attentes exprimées par les touristes en termes d'activités. Il s'agit à chaque fois de l'opinion d'une personne unique qu'il convient de rapprocher de l'analyse des pourcentages indiqués dans les pages précédentes.

Je n'ai pas trouvé où louer un cheval pour une randonnée

Sport de plage comme le Beach-volley ou futsal, ping-pong, badminton, tir à l'arc pas d'activité proposée en bord de mer

saut à l'élastique, base jump, luge d'été

Accrobranche (réservation compliquée), tyrolienne, canyoning

Kite Surf, surf, pédalo, jet ski, scooter des mers

sortie journée en bateau fête

Des massages pour les sportifs

Chapitre 8 :

Quelles pistes pour développer des services ou activités non pourvus?

Quels services développer ? Quelles activités proposer ?

- ④ Les diapositives précédentes sur la satisfaction des touristes permettent de dresser un constat globalement très positif. Dans leur ensemble, les touristes sont plutôt satisfaits voire très satisfaits des différentes dimensions de leur séjour sur l'île de La Réunion, qui s'appuie sur un cadre naturel exceptionnel et une qualité d'accueil reconnue. Au final, les touristes recommanderaient unanimement le séjour à La Réunion.
- ④ On a également vu qu'ils expriment relativement peu d'attentes, et si c'est le cas, qu'elles sont relativement diversifiées et propres à chacun. Dans ce contexte, il est difficile de tirer des tendances de fond.
- ④ Néanmoins, l'analyse de la satisfaction, des éléments jugés décevants par les touristes et la lecture de verbatim de certains touristes permettent d'établir quelques pistes parmi les différents thèmes évoqués, que l'on recense sur les diapositives suivantes.

Quels services développer ? Quelles activités proposer ?

Constat



Pistes de développement

Le **réseau de transport en commun** n'est pas assez performant ; mal connu, le réseau est difficile à repérer, on doute de son existence, sa fiabilité est remise en cause : il y a un doute sur le respect des horaires, l'amplitude horaire est jugée insuffisante notamment en soirée, pour se rendre en ville ou rentrer chez soi ou même à l'aéroport.

On rentre dans un cercle vicieux où l'on présuppose que **les restaurants sont fermés tôt le soir**, et que même s'ils étaient ouverts, les transports ne permettraient pas de se déplacer pour en profiter, ce qui peut contribuer à l'image de villes « mortes » passé 19h.

Par ailleurs, **les bouchons sont l'un des points noirs évoqués par les touristes** lorsque l'on doit se déplacer dans les grandes villes ou d'une ville à l'autre.

Des touristes proposent certaines solutions qui faciliteraient l'usage des transports : par exemple, **le développement d'une application** permettant de repérer les arrêts de bus sur Googlemap, de connaître les horaires des prochains passages en temps réel, de prévoir son temps de trajet.

En local dans les villes les plus importantes, on peut envisager **un réseau de location de vélo**, avec possibilité de le déposer dans les points clefs de la commune, sur le modèle du Vélib ou de Cityscoot.

L'**aéroport** est une porte d'entrée sur l'île de La Réunion, et l'endroit « idéal » pour **afficher et diffuser les informations (nom d'une appli dédiée aux déplacements sur La Réunion ?)** sur la meilleure manière de se déplacer sur l'île, notamment en transport en commun ou en taxi.

Quels services développer ? Quelles activités proposer ?

Constat

Les touristes soulignent le nombre important de chiens errants à La Réunion, qui contribuent à l'impression de villes sales.

La population touristique sur La Réunion est essentiellement francophone, y compris parmi les touristes d'agrément.

Plusieurs touristes soulignent l'absence récurrente d'informations en anglais lors du séjour, que ce soit au restaurant, dans la rue, sur le réseau de transport ou bien parmi les personnes en charge de l'accueil dans les hébergements, dans les restaurants, dans les transports.



Pistes de développement

Un touriste propose de mettre en place un programme de stérilisation des chiens pour empêcher leur multiplication.

Si La Réunion souhaite attirer des touristes au-delà du monde francophone, il semble indispensable au préalable de former les différentes équipes en charge de l'accueil et de la communication à l'anglais. Et il semble nécessaire de rassurer les potentiels touristes étrangers sur le fait qu'ils seront accueillis par des gens parlant leur langue.

Quels services développer ? Quelles activités proposer ?

Constat

Les marchés débordent de produits qui ne sont pas locaux, en provenance soit de Madagascar ou d'Asie, ce qui peut créer une atmosphère de défiance par rapport à l'artisanat réunionnais. Est-ce vraiment local? Les touristes sont à la recherche d'authenticité sur les souvenirs qu'ils achètent.

Les touristes aimeraient être informés des animations qui ont lieu le soir, disposer d'une appli qui permette d'obtenir les informations à jour à proximité de l'hébergement.

Ils sont en attente d'une centralisation de l'information.

Cela pourrait correspondre à des concerts en créole dans la rue ou dans les bars, ou des cours de cuisine pour apprendre à cuisiner créole...



Pistes de développement

Communiquer sur les labels existants à travers l'Office du tourisme, sur les périodes de production locale de la vanille, du rhum, des épices ou des fruits. Communiquer sur les « bonnes » boutiques où l'on peut trouver ces productions locales, aider le touriste à se repérer dans ses achats.

L'avènement des smartphones et des applications dédiées créent des habitudes en métropole qu'on imagine facilement poursuivre une fois à La Réunion.

Quels services développer ? Quelles activités proposer ?

Constat

Les randonnées sur la journée et la demi-journée sont de plus en plus populaires. Il faut souvent se lever tôt pour en profiter.

Les touristes visitent tous plusieurs plages, 3 en moyenne, mais certains en visitent plus que d'autres, surtout les habitués des plages plus petites.

L'accès à un réseau Wifi performant est l'attente principale des touristes concernant leur hébergement. En disposer paraît assez aléatoire pour certains touristes.



Pistes de développement

Certains touristes souhaitent que les hôtels proposent une formule sandwich spécial randonneurs pour qu'ils puissent partir avec leur sandwich frais le matin en minimisant l'organisation au préalable.

Organiser des parcours de navettes qui relierait les plages entre elles, notamment au départ de l'Ermitage, afin de pousser à la découverte d'autres plages et d'autres parties de l'île, plus ou moins éloignées ou confidentielles.

Au-delà du simple affichage indiquant que l'hôtel propose le Wifi, mettre en place des contrôles de qualité comptant dans la certification des hôtels, avec potentiellement la création d'un label certifiant le Wifi.

Quels services développer ? Quelles activités proposer ?

Constat

L'aéroport est le point de convergence à l'arrivée et au départ.

Les touristes d'agrément dorment en moyenne dans 2 à 3 villes différentes au cours de leur séjour, se heurtant parfois à des difficultés de réservation.

Certains touristes soulignent la vétusté de quelques lieux touristiques qui peuvent donner une image « cheap » de La Réunion. Par exemple, musées et jardins subissent une forte baisse de leur fréquentation, et sont parfois critiqués pour leur manque de modernité.



Pistes de développement

L'aéroport est l'endroit idéal pour faire ses derniers achats de souvenirs, de produits locaux authentiques, qui représentent vraiment La Réunion. Certains touristes estiment qu'il faudrait développer le réseau de boutiques à l'aéroport (hors duty free).

Certains touristes aimeraient disposer d'une plateforme unique de réservation en ligne, valable pour l'ensemble du réseau d'hébergement sur l'île, qui garantit la place et qui gère les rappels.

Proposer un audit des structures vieillissantes qui accueillent des touristes afin de définir un partenariat avec l'IRT et le cahier des charges permettant par exemple de rénover la structure en vue de sa labellisation.

Annexe : le questionnaire

3195 - Comportement des touristes La Réunion 2016

INTRO : « Cher(e) passager(e).

Vous venez d'être sélectionné(e) au hasard pour prendre part à une enquête pour le compte du Comité Régional du Tourisme de l'île de la Réunion. Elle a pour objectif de recueillir l'opinion des visiteurs de l'île de la Réunion et de comprendre les attentes des visiteurs afin de pouvoir y répondre le plus efficacement possible.

Nous vous serions reconnaissants de nous consacrer quelques minutes pour répondre à ce questionnaire avant votre embarquement ».

Eligibilité du répondant :

Q1. Etes-vous résident à La Réunion ?

1. Oui → **STOP INTERVIEW** 2. Non

Q2. Avez-vous séjourné au moins 1 journée à La Réunion ? (Le passager n'est pas en correspondance entre deux vols)

1. Oui 2. Non → **STOP INTERVIEW**

Q3. Est-ce votre première visite de La Réunion ?

1. oui 2. non

Détail du vol retour

Q4. Enregistrement automatique de la date du questionnaire

Q5. Quelle est la destination du vol pour lequel vous allez embarquer ?

	DESTINATION
1	Antananarivo (Ivato), Madagascar (TNR)
2	Bangkok (Don Muang Internat.), Thaïlande (BKK)
3	Chennai (Inde) (MAA)
4	Diego Suarez, Madagascar (DIE)
5	Djibouti (Ambouli), Djibouti (JIB)
6	Dzaoudzi (Pamandzi), Mayotte (DZA)
7	Johannesburg (J. Smuts), Afrique du Sud (JNB)
8	Le Caire International Airport, Egypte (CAI)
9	Lyon (St Exupery), France (LYS)
10	Mahé (Seychelles Int'l), Seychelles (SEZ)
11	Marseille (Marseille-Martinique), France (MRS)
12	Moroni (Hahaya), Comores (HAH)
13	Nairobi (Jomo Kenyatta), Kenya (NBO)
14	Nossi-Be (Fascene), Madagascar (NOS)
15	Paris (Charles de Gaulle), France (CDG)
16	Paris (Orly), France (ORY)
17	Plaisance (S. Ramgoolam), Maurice (MRU)
18	Rodrigues, île Maurice (RRG)
19	Ste Marie, Madagascar (SMG)
20	Tamatave, Madagascar (TMM)
99	Autre (préciser : _____)

Q6. Quel est le numéro du vol ? (Exemple AF 1738)

Q7. Quelle est l'heure de départ prévue ? (Ex : 20h15)

____ h ____

Profil de la personne interviewée

Q8. Vous êtes :

1. Un homme 2. Une femme

Q9. Vous avez :

<input type="radio"/> 1. moins de 24 ans	<input type="radio"/> 2. de 25 à 49 ans	<input type="radio"/> 3. plus de 50 ans
--	---	---

Q10. Vous résidez :

<input type="radio"/> 1. Métropole	<input type="radio"/> 2. Europe
<input type="radio"/> 3. Zone Océan Indien	<input type="radio"/> 4. Autres (précisez) : _____

Q11. Catégorie socioprofessionnelle :

<input type="radio"/> 1. agriculteur	<input type="radio"/> 2. artisan/commerçant	<input type="radio"/> 3. cadre sup./prof libérale /chef d'entreprise
<input type="radio"/> 4. prof. intermédiaire	<input type="radio"/> 5. employé	<input type="radio"/> 6. ouvrier
<input type="radio"/> 7. retraité	<input type="radio"/> 8. Etudiant	<input type="radio"/> 9. autre

Q12. Quelle est votre situation familiale ?

<input type="radio"/> 1. Célibataire	<input type="radio"/> 2. Marié(e)/pacsé(e)
<input type="radio"/> 3. Concubinage	<input type="radio"/> 4. Veuf(ve)
<input type="radio"/> 5. Divorcé(e)/séparé(e)	

Q13. A La Réunion, vous êtes venu... :

<input type="radio"/> 1. Seul	<input type="radio"/> 2. En couple
<input type="radio"/> 3. En famille	<input type="radio"/> 4. entre amis
<input type="radio"/> 5. En voyage organisé	<input type="radio"/> 6. autre (précisez) _____

Q14. Combien de jours êtes-vous resté à La Réunion ?

_____ jours

Motivations, choix et attentes

Q15. Quel est l'objet de votre voyage ? (plusieurs réponses possibles) (SCRIPT : several answers possible)

<input type="radio"/> 1. vacances	<input type="radio"/> 2. visite à la famille
<input type="radio"/> 3. visite d'amis	<input type="radio"/> 4. affaires
<input type="radio"/> 5. étude, stage	<input type="radio"/> 6. Escale
<input type="radio"/> 7. autre (précisez) _____	

Si venu pour les vacances (Q15=1) ou pour les études (Q15=5), poser Q16 à Q19, sinon aller en Q20.

Q16. Lors du choix de votre destination, avez-vous hésité avec d'autres destinations ?

1. Oui 2. Non

Si oui : Q17. Lesquelles ? (Enquêteur : NE PAS CITER - plusieurs réponses possibles)

(SCRIPT : several answers possible)

1 Afrique du Sud	9 Mayotte
2 Bali	10 Nouvelle Céladonie
3 Caraïbes	11 Rodrigues
4 Comores	12 Seychelles
5 Guadeloupe	13 Tahiti
6 Madagascar	14 Thaïlande
7 Martinique	15 Autres (préciser : _____)
8 Maurice	

Q18. Quelles ont été les critères décisifs qui vous ont fait choisir La Réunion ? (3 réponses maxi) (SCRIPT : 3 ANSWERS MAX)

<input type="checkbox"/> 1. La mer / la plage	<input type="checkbox"/> 2. La nature / la montagne	<input type="checkbox"/> 3. Les activités sportives
<input type="checkbox"/> 4. Le repos et la détente	<input type="checkbox"/> 5. Le soleil/la chaleur	<input type="checkbox"/> 6. Département français (sécurité, langue, France de l'Océan Indien)
<input type="checkbox"/> 7. La culture	<input type="checkbox"/> 8. Environnement préservé (Réserve marine et Parc national)	<input type="checkbox"/> 9. Volcan
<input type="checkbox"/> 10. Autre (précisez)		

Si Q18=3. Q18b. Quelles activités sportives en particulier ?

- Plongée
- Surf
- Marche / Randonnée / Course à pied
- Voile
- Autres (préciser)

Si Q18=7. Q18c. Quelles activités culturelles ?

Q19. Parmi les moyens suivants, lesquels ont le plus influencé votre décision de vous rendre sur l'île de la Réunion ?

(2 réponses maximums) (SCRIPT : 2 ANSWERS MAX)

<input type="checkbox"/> 1. Agence de voyage	<input type="checkbox"/> 2. Office de Tourisme Île de La Réunion Tourisme (IRT)	<input type="checkbox"/> 3. Réseaux sociaux
<input type="checkbox"/> 4. Presse	<input type="checkbox"/> 5. Télévision	<input type="checkbox"/> 6. Internet
<input type="checkbox"/> 7. Salons, foires	<input type="checkbox"/> 8. Bouche à oreille	<input type="checkbox"/> 9. Autres (précisez)
	<input type="checkbox"/> 10. Aucun	

Q20. Parmi les moyens suivants permettant de préparer votre séjour à la Réunion, lesquels avez-vous le plus utilisé ?

(2 réponses maximums) (SCRIPT : 2 ANSWERS MAX)

<input type="checkbox"/> 1. Internet	<input type="checkbox"/> 3. Presse	<input type="checkbox"/> 5. Bouche à oreille
<input type="checkbox"/> 2. Office de Tourisme Île de La Réunion Tourisme	<input type="checkbox"/> 4. Guide de voyages	<input type="checkbox"/> 6. Autre (précisez)
		<input type="checkbox"/> 7. Aucun

A TOUS (SCRIPT : TO ALL)

Q21. Sur place (à La Réunion), quelles ont été les sources d'informations pour organiser vos activités ?

(plusieurs réponses possibles) (SCRIPT : several answers possible)

<input type="checkbox"/> 1. Internet	<input type="checkbox"/> 3. Presse locale	<input type="checkbox"/> 5. Bouche à oreille
<input type="checkbox"/> 2. Information disponible à l'hébergement	<input type="checkbox"/> 4. Office du Tourisme local	<input type="checkbox"/> 6. Guide de voyages
<input type="checkbox"/> 7. Autre (précisez)	<input type="checkbox"/> 8. Aucun	

Satisfaction générale

Q22. Je vais maintenant vous demander de me donner une note sur une échelle de 1 à 10 pour indiquer si vous êtes satisfait ou insatisfait du rapport qualité/prix de la destination Réunion? 1 signifiant que vous n'êtes pas du tout satisfait et 10 que vous êtes tout à fait satisfait, les notes intermédiaires vous permettant de nuancer votre jugement.

Q23. Sur une échelle allant de 1 (pas du tout satisfait) à 10 (Tout à fait satisfait), quel est votre niveau de satisfaction pour chacun des critères suivants ? (SCRIPT : MATRIX VIEW. SCALE 1 TO 10. WITH NSP (Le NA (Not applicable)).

1. Patrimoine historique et culturel	___
2. Sites naturels	___
3. Beauté des plages	___
4. Propreté de l'île	___
5. Signalisation touristique	___
6. Animation	___
7. Qualité de service et accueil chez les professionnels	___
8. Facilité d'accès aux informations recherchées	___
9. Qualité des prestations offertes dans les structures classées ou labellisées	___

Q24. Quels sont les 3 points qui vous ont le plus séduits à La Réunion ?

(Enquêteur : NE PAS CITER – 3 REPONSES MAXIMUM) (SCRIPT : 3 ANSWERS MAX)

1 L'accueil
2 Les paysages
3 Le climat
4 La gastronomie, les restaurants
5 La nature
6 Les plages, la mer
7 La montagne
8 Autre (préciser)
9 Aucun

Q25. Quels sont les 3 points de La Réunion qui vous ont le plus déçus ?

(Enquêteur : NE PAS CITER – 3 REPONSES MAXIMUM) (SCRIPT : 3 ANSWERS MAX)

1 La circulation / la signalisation
2 Le coût de la vie
3 Le manque de propreté
4 Les plages, la mer
5 La montagne
6 Les activités
7 Le climat, la météo
8 Autre (préciser)
9 Aucun

Parcours du touriste : voyage, hébergement et restauration

Q26. Avez-vous acheté un voyage à forfait ?

1. Oui 2. Non

Q27. Quels ont été les modes de restauration principalement utilisés durant votre séjour ?

Donner les 2 principaux dans l'ordre croissant (1 étant le plus utilisé)

(SCRIPT : 3 ANSWERS MAX, AND RANKED FROM 1 TO 3 – LESS IS POSSIBLE)

<input type="checkbox"/> 1. Restaurant	<input type="checkbox"/> 2. Table d'hôtes	<input type="checkbox"/> 3. Chez les amis ou la famille
<input type="checkbox"/> 4. Pension complète ou demi-pension	<input type="checkbox"/> 5. Restauration rapide (snack & camions-bars)	<input type="checkbox"/> 6. Repas préparés par vous-même
<input type="checkbox"/> 7. Autre (précisez)		

Q28a : « Concernant la restauration, y a-t-il des services ou des activités dont vous auriez aimé disposer sur l'île de la Réunion mais qui n'étaient pas proposés ? »

1. Oui 2. Non

Si Oui :

Q28b : « Lesquels ? » (2 réponses maxi)

Q29. Quel a été votre mode d'hébergement principal durant votre séjour ? (2 réponses maximums)

<input type="checkbox"/> 1. Hôtels classés	<input type="checkbox"/> 2. Hôtels non classés	<input type="checkbox"/> 3. Résidences de tourisme	<input type="checkbox"/> 4. Gîtes ruraux	<input type="checkbox"/> 5. Chambres et maisons d'hôtes	<input type="checkbox"/> 6. Locations saisonnières (villas, appartements), ...	<input type="checkbox"/> 7. Résidences de tourisme
<input type="checkbox"/> 8. Chez parents et amis	<input type="checkbox"/> 9. Camping	<input type="checkbox"/> 10. Gîtes de randonnée	<input type="checkbox"/> 11. Autre (précisez)			

Q30A. Dans quelle(s) région(s) avez-vous passé une ou plusieurs nuit(s) ?

Pour chaque réponse donnée en Q30a : (SCRIPT : FOR EACH ANSWER IN Q30A, ASK 3 QUESTIONS :)

Q30B. Combien de nuit(s) avez-vous passé à (réponse Q30a) ?

Q30C. Quel a été votre mode d'hébergement principal à (réponse Q30a) ?

(SCRIPT : Code hébergement Q30C : même liste qu'en Q29 – SHOW Q29 LIST)

Q30D. Sur une échelle allant de 1 (pas du tout satisfait) à 10 (Tout à fait satisfait), quel est votre niveau de satisfaction pour votre hébergement à (réponse Q30a) ?

	Q30A.	Q30B. Nombre de nuits	Q30C. Héberge ment principal	Q30d. Satisfac tion (notes de 1 à 10)	Q30A.	Q30B. Nombre de nuits	Q30C. Héberge ment principal	Q30d. Satisfac tion (notes de 1 à 10)
1	Bras-Panon			16	Saint-Denis			
2	Cilaos			17	Sainte-Marie			
3	Entre-Deux			18	Sainte-Rose			
4	Etang-Salé			19	Sainte-Suzanne			
5	Heil Bourg			20	Saint-Gilles			
6	La plaine des Cafres			21	Saint-Joseph			
7	La plaine des Palmistes			22	Saint-Leu			
8	La Possession			23	Saint-Louis			
9	Le Port			24	Saint-Paul			
10	Le Tampon			25	Saint-Philippe			
11	Les Avirons			26	Saint-Pierre			
12	Mafate			27	Salazie			
13	Petite Île			28	Trois-Bassins			
14	Saint-André			29	Autre (précisez)			
15	Saint-Benoit							

Q31a. « Concernant l'hébergement, y a-t-il des services ou des activités dont vous auriez aimé disposer sur l'île de la Réunion mais qui n'étaient pas proposés ? »

1. Oui 2. Non

Si Oui : Q31b : « Lesquels ? » 2 réponses maxi

Parcours du touriste : activités

Q32a. « En termes de déplacement, y a-t-il des services ou des activités dont vous auriez aimé disposer sur l'île de la Réunion mais qui n'étaient pas proposés ? »

1. Oui 2. Non

Si Oui : Q32b : « Lesquels ? »

2 réponses maxi

Q33. Êtes-vous allé à la montagne? 1. Oui 2. Non

Q34. Êtes-vous allé à la plage? 1. Oui 2. Non

Si Oui en Q34: Q35a. Quelles plages avez-vous fréquentées?

Pour chaque plage fréquentée en Q35a (SCRIPT : FOR EACH BEACH SELECTED IN Q35a, ASK Q35b):

Q35b. Quelle note de 1 à 10 donneriez-vous à la plage (réponse en Q35a) pour exprimer votre satisfaction ?

Q35a	Q35b. Satisfaction (notes 1 à 10)	Q35a	Q35b. Satisfaction (notes 1 à 10)	Q35a	Q35b. Satisfaction (notes 1 à 10)
<input type="checkbox"/> 1. Boucan Canot		<input type="checkbox"/> 5. Saint-Leu		<input type="checkbox"/> 9. Manapany	
<input type="checkbox"/> 2. Roches Noires		<input type="checkbox"/> 6. Trois-Bassins		<input type="checkbox"/> 10. Grand Anse	
<input type="checkbox"/> 3. L'Ermitage		<input type="checkbox"/> 7. Etang-Sale		<input type="checkbox"/> 11. Autre (précisez)	
<input type="checkbox"/> 4. La Saline		<input type="checkbox"/> 8. Saint-Pierre			

Q37a. Parmi les activités existantes dans l'île, quelles sont celles que vous avez pratiquées ?

Pour chaque activité pratiquée (SCRIPT : FOR EACH ACTIVITY SELECTED IN Q37a, ASK Q37b,c,d) :

Q37b. Quelle note de 1 à 10 donneriez-vous à l'activité (réponse en Q37a) pour exprimer votre satisfaction ?

Q37c. Avez-vous eu recours à un professionnel pour vous accompagner ? (1. Oui 2. Non)

Q37d. Dans quelle(s) région(s) avez-vous pratiqué cette activité? (Proposer même liste que en Q30a)
(plusieurs réponses possibles) – SCRIPT : SEVERAL ANSWERS POSSIBLE)

	Q37b. satisfaction	Q37c. Professionnel (oui/non)	Où ?		Q37b. satisfaction	Q37c. Professionnel (oui/non)	Où ?
1. Plongée				17. Randonnée équestre			
2. Promenade en mer				18. Quad			
3. Pêche au gros				19. Golf			
4. Surf, Body board, Long Board				20. Parcours acrobatique en forêt			
5. Planche à voile, kitesurf...				21. 4x4			
6. Ski nautique				22. Survival en hélicoptère			
7. Jet ski				23. ULM			
8. Kayak				24. Parapente			
9. Voile				25. Jardin			
10. Rafting, canoë, randonnée aquatique				26. Excursion découverte en bus			
11. Randonnée pédestre (< 1/2 journée)				27. Excursion touristique [guide pé]			
12. Randonnée pédestre 1 journée)				28. Spa/thalasso, centres de remise en forme			
13. Randonnée pédestre (+ d'1 journée)				29. Cinéma, théâtre, spectacle, concert, activités culturelles			
14. Canyoning				30. Musées			
15. Escalade				31. Discothèque			
16. VTT				32. Casino			
33. Autre (précisez)							

Q38a. « Concernant les activités, y en a-t-il dont vous auriez aimé disposer sur l'île de la Réunion mais qui n'étaient pas proposées ? »

1. Oui 2. Non

Si Oui : Q38b : « Lesquelles ? »

2 réponses maxi

Q39a. Parmi les sites naturels suivants, quels sont ceux que vous avez visités?

Pour chaque site visité en Q39a: (SCRIPT : FOR EACH SITE SELECTED IN Q39a, ASK Q39b)

Q39b. Sur une échelle allant de 1 à 10, à combien évaluez-vous la satisfaction du site (réponse Q39a) ?

	satisfaction		satisfaction		satisfaction
1. Cirque de Salazie	7	Rivière Langevin	13	Takamaka	
2. Cirque de Claos	8	Anse des Cascade	14	Piton des Neiges	
3. Cirque de Mafate	9	Grand Anse	15	Bassin La Paix	
4. Maïdo	10	Manapany les bains	16	Cascade Niagara	
5. La plaine des Sables / Pas de Bellecombe / Volcan	11	Sentier Littoral (Saint Denis / Sainte Suzanne)	17	Forêt de Bébour / Trou de Fer	
6. Route des laves	12	Trois-Bassins / St-Gilles	18	Autre (précisez)	

Q40a. Parmi les villes suivantes quelles sont celles que vous avez visitées ?

Pour chaque ville visitée (SCRIPT : FOR EACH CITY SELECTED IN Q40a, ASK Q40b & Q40c if rate<6)

Q40b. Sur une échelle allant de 1 à 10, quel est votre niveau de satisfaction pour la ville de (réponse en Q40a)

Si satisfaction < 6 en Q31b : Q40c. Pour quelle raison donnez-vous cette note ? (2 réponses maximum)

Q40A.	Q40b. satisfaction	Q40c. Si note satisfaction < 6 : Pour quelle raison donnez-vous cette note ?	Q40A.	Q40b. satisfaction	Q40c. Si note satisfaction < 6 : Pour quelle raison donnez-vous cette note ?
1	Bras-Panon		16	Saint-Denis	
2	Cilaos		17	Sainte-Marie	
3	Entre-Deux		18	Sainte-Rose	
4	Etang-Salé		19	Sainte-Suzanne	
5	Hell Bourg		20	Saint-Gilles	
6	La plaine des Cafres		21	Saint-Joseph	
7	La plaine des Palmistes		22	Saint-Leu	
8	La Possession		23	Saint-Louis	
9	Le Port		24	Saint-Paul	
10	Le Tampon		25	Saint-Philippe	
11	Les Avirons		26	Saint-Pierre	
12	Mafate		27	Salazie	
13	Petite Île		28	Trois-Bassins	
14	Saint-André		29	Autre (précisez)	
15	Saint-Benoit				

Q41a. Parmi les lieux suivants quels sont ceux que vous avez visités ?

Pour chaque lieu visité : (SCRIPT : FOR EACH PLACE SELECTED IN Q41a, ASK Q41b, Q41c if rate<6 & Q41D)

Q41b. Sur une échelle allant de 1 à 10, quel est votre niveau de satisfaction pour le lieu (réponse en Q41a) ?

Si satisfaction < 6 en Q42b : Q41c. pour quelle raison donnez-vous cette note ? (2 réponses maximum)

Q41d. Y avez-vous acheté des souvenirs ? 1. Oui 2. Non

	Q41A	Q41B. satisfaction	Q41C. Pourquoi?	Q41D. Souvenirs		Q41A	Q41B. satisfaction	Q41C. Pourquoi?	Q41D. Souvenirs		Q41A	Q41B. satisfaction	Q41C. Pourquoi?	Q41D. Souvenirs
1	Musée Léon Diers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	11	Marché couvert de Saint-Denis (grand marché)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	20	Domaine des Tourelles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Muséum d'histoire Naturelle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	12	Marché couvert de Saint-Pierre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	21	Maison de la broderie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Coopérative de la Vanille	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	28	Marché forain de Saint Pierre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	22	Le Chal de Cilaos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Aquarium de La Réunion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	13	Village de l'Éperon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	23	Maison folle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Jardin d'Iden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	14	Observatoire des Malas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	24	Parc du Colosse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Musée Villèle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	15	Usine sucrière du Gol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	25	Jardin des parfums et des épices	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Conservatoire Botanique National des Mascareignes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	16	Usine sucrière de Bois Rouge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	26	Saga du rhum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Kélonia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	17	Labyrinthe En Champ thé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	27	Autre (précisez)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Musée Stella Matutina	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	18	Maison du Volcan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	28	Aucun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Marché de Saint-Paul (front de mer)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	19	Croc Parc	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pour chaque marché visité en Q41A :

Q41e. Vous êtes-vous rendu à ce marché en nocturne?

1	Marché de Saint-Paul (front de mer)
2	Marché couvert de Saint-Denis (grand marché)
3	Marché couvert de Saint-Pierre
5	Marché forain de Saint Pierre
4	Aucun

Q42. Quels types de souvenirs avez-vous achetés ?

1	Bijoux	10	Objet d'art en bois
2	Broderie de Cilaos	11	Rhum /punch / préparation pour rhum arrangé
3	Chocolat	12	Sucre
4	Confitures	13	Tee-shirt / paréo
5	Epices	14	Vanille
6	Fruits	15	Vannerie
7	Linge de maison	16	Vin de Cilaos
8	Livres / cartes postales	17	Autre
9	Musique	18	Aucun

Q43a. Y a-t-il des cadeaux ou souvenirs emblématiques de La Réunion que vous auriez aimé acheter et que vous n'avez pas trouvés ?

1. Oui 2. Non

Si Oui : Q43b : « Lesquels ? » **2 réponses maxi**

Q44a. Avez-vous participé aux animations suivantes ?

Pour chaque animation : (SCRIPT : FOR EACH ANIMATION SELECTED IN Q44a, ASK Q44b & Q44c)

Q44b. Dans quelle(s) ville(s) avez-vous participé à l'animation (réponse Q44a) ?

Pour chaque animation en Q44a et chaque ville citée en Q44b (FOR EACH ANIMATION & CITY, ASK Q44c)

Q44c. Sur une échelle allant de 1 à 10, quel est votre niveau de satisfaction sur l'animation (réponse Q44a) dans la ville (réponse Q44b) ?

	Satisfaction	Ville		Satisfaction	Ville
<input type="checkbox"/> 1. Concert dans les hôtels / restaurants			<input checked="" type="checkbox"/> 5. Marchés		
<input type="checkbox"/> 2. Participation à des festivals			<input type="checkbox"/> 6. Théâtres et spectacles		
<input type="checkbox"/> 3. Bars et night-clubs			<input type="checkbox"/> 7. Cinéma		
<input type="checkbox"/> 4. Carnaval			<input type="checkbox"/> 8. Autres (précisez)		

Q45a. Y a-t-il des service(s) ou activité(s) en soirée dont vous auriez aimé disposer et que vous n'avez pas trouvés ?

1. Oui 2. Non

Si Oui : Q45b : « Lesquels ? » **2 réponses maxi**

Q46. Suite à votre séjour, conseillerez-vous à vos proches et amis de venir à La Réunion ?

1. oui 2. non 3. NSP

Q47. Ce questionnaire est maintenant terminé. Le Comité Régional du Tourisme de la Réunion vous remercie pour votre contribution à l'amélioration de la qualité de l'accueil des touristes à la Réunion.

Q48. Enquêteur : Si la personne interrogée a des remarques, commentaires et suggestions supplémentaires, notez les ici :