Ipsos Océan Indien

observatoire RÉGIONAL du tourisme ÎLE DE LA RÉUNION

ÎLE DE LA RÉUNION TOURISME

Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

Résultats 2017

Préparé pour **L'Ile de la Réunion Tourisme**

Par Armelle Garnier

Le 05 avril 2018

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

GAME CHANGERS

Ipsos

Sommaire

0 PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE.....3

Objectifs et méthodologie.....3

Définitions.....4

1 SÉJOURS AVEC NUITÉE(S).....5

1.1 Les volumes et budgets.....6

1.2 Motifs et nombre de personnes.....13

1.3 Lieux et types d'hébergement.....17

1.4 La restauration et les activités.....30

1.5 Organisation du séjour.....37

2 EXCURSIONS..... 40

2.1 Les volumes et budgets.....41

2.2 Motifs et nombre de personnes.....50

2.3 Lieux 54

2.4 La restauration.....60

2.5 Organisation des excursions.....64

3 BILAN SUR 12 MOIS GLISSANTS.....67

3 ANNEXES.....71

GAME CHANGERS

❶ Estimation du volume de séjours et d'excursions

❷ Description des séjours et excursions

❸ Estimation des recettes du tourisme local

- Un mode d'interrogation mixte téléphone/online
- **5 300** Réunionnais de 18 ans et plus interrogés en 2017 pour évaluer les volumes de séjours et excursions.
- **757** Réunionnais interrogés pour décrire leurs **SÉJOURS**
- **1 036** Réunionnais interrogés pour décrire leurs **EXCURSIONS**

GAME CHANGERS Ipsos

DÉFINITIONS

SEJOURS AVEC NUITEE(S)

On considère qu'une personne a effectué un **séjour (avec nuitée)** dès lors qu'elle a passé **au moins une nuit en dehors de son domicile à La Réunion**, que ce soit pour un motif personnel ou professionnel, que l'hébergement soit payant ou non.

EXCURSIONS HORS COMMUNE DE RESIDENCE

On considère qu'une personne a effectué une excursion dès lors qu'elle a **effectué une sortie à la journée et/ou en soirée à La Réunion, en dehors de la commune de sa résidence. Sont exclues les excursions pour motifs professionnels ou de santé**

Ex : loisirs, une sortie culturelle, rendre visite à un proche…

GAME CHANGERS Ipsos

1-SÉJOURS AVEC NUITÉE(S)

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

1.1

Les volumes et budgets

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion
GAME CHANGERS

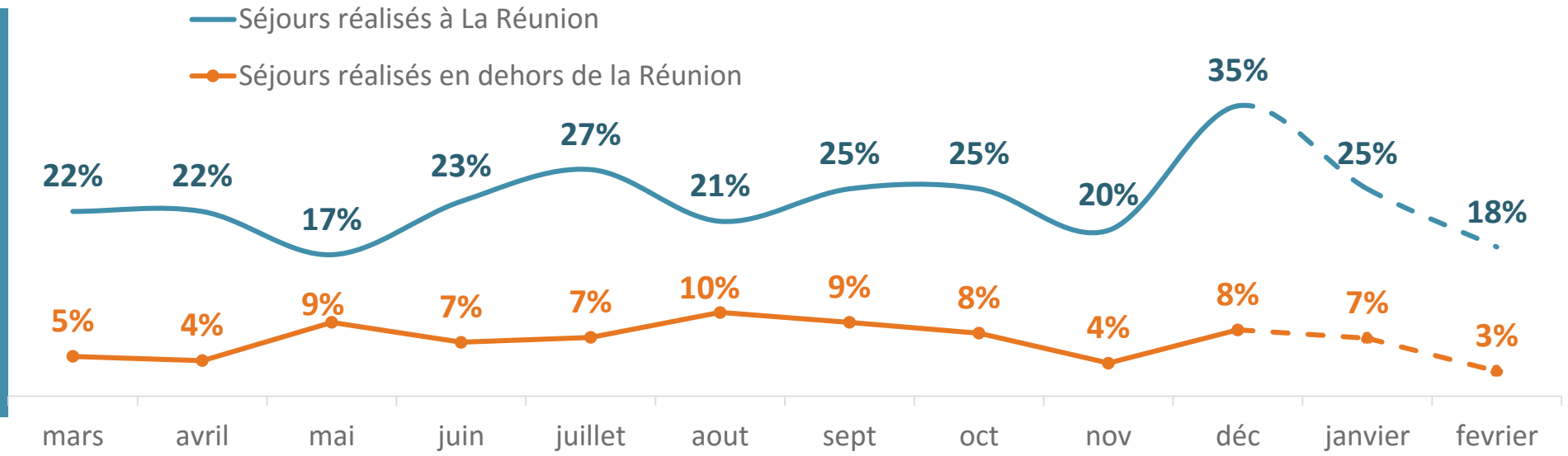
TAUX DE TOURISTES LOCAUX EN SÉJOURS

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Séjours avec nuitées Mars 2017- Février 2018

- Chaque mois en moyenne, 23% des Réunionnais de 18 ans et plus effectuent au moins un séjour à La Réunion[1]
- En mai, en août et en novembre les Réunionnais ont davantage quitté le territoire, limitant ainsi le nombre de touristes locaux. En décembre le taux de séjours a atteint un pic.

Part des Réunionnais ayant effectué **au moins un séjour en dehors de leur domicile** dans le mois, **à La Réunion ou ailleurs**



[1] Séjours à la Réunion avec nuitée, en dehors du domicile

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

GAME CHANGERS

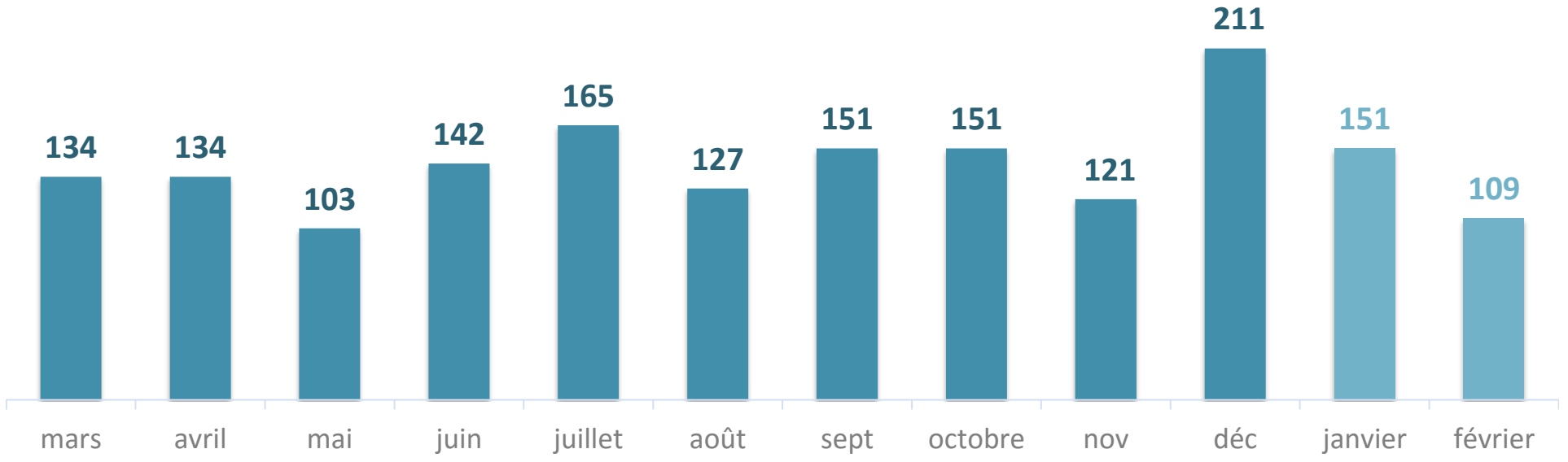
NOMBRE DE TOURISTES LOCAUX

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Séjours avec nuitées Mars 2017- Février 2018

- Chaque mois en moyenne, environ 142 000 Réunionnais de 18 ans et plus effectuent un séjour sur l'île, 211 000 en Décembre !

Nombre de Réunionnais ayant effectué **au moins un séjour en dehors de leur domicile** dans le mois **à La Réunion**



** en milliers*

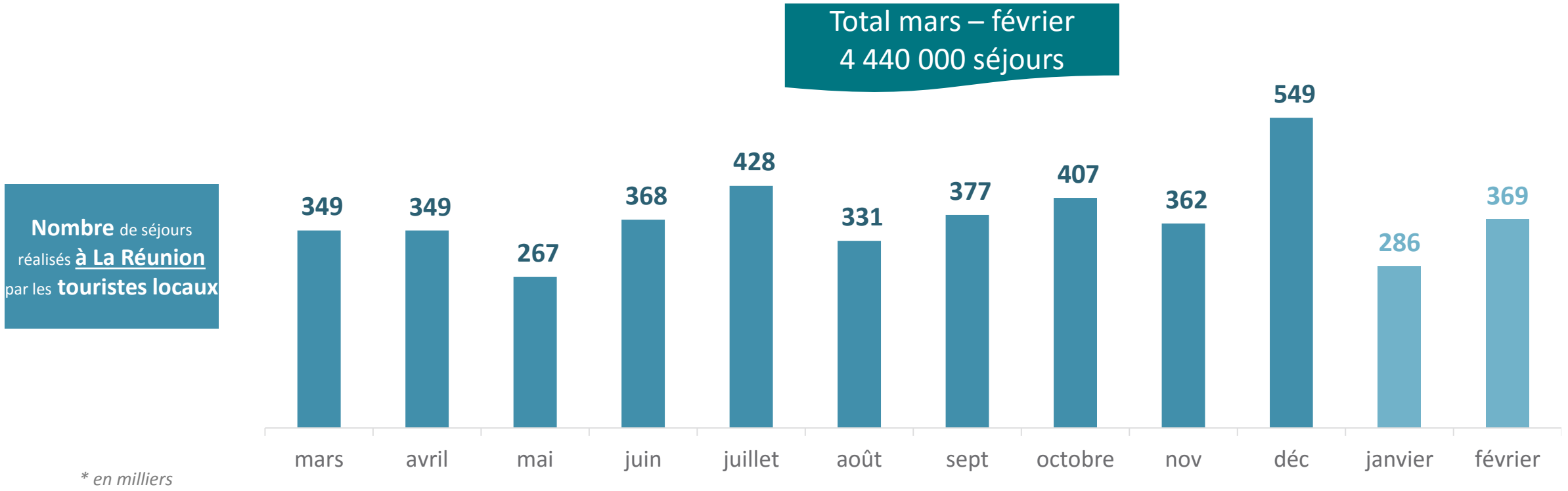
GAME CHANGERS

NOMBRE DE SÉJOURS SUR L'ÎLE

Base : Séjours réalisés à La Réunion

Séjours avec nuitées Mars 2017- Février 2018

- Cela représente en moyenne environ 370 000 séjours réalisés chaque mois tous motifs confondus.



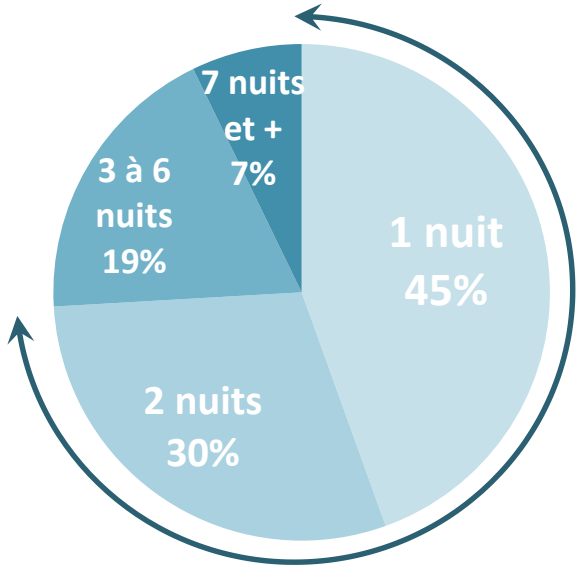
GAME CHANGERS

ESTIMATION DU NOMBRE DE NUITÉES MARCHANDES SUR L'ÎLE

Séjours marchands avec nuitées Mars 2017 - Février 2018

Base : Séjours réalisés à La Réunion

- 46% des séjours sont réalisés en hébergements marchands (cf. partie 1.2).
- A raison de 2,1 nuits passées en moyenne sur le lieu d'hébergement payant, on dénombrerait environ 358 000 nuitées marchandes chaque mois sur l'île.



75% de séjours très courts *(1 à 2 nuits)*

Base : Séjours réalisés à La Réunion

Total mars – février 4 290 000 nuitées marchandes

des séjours (de plus d'une nuitée) se sont déroulés dans le même lieu d'hébergement

Base : séjours de plus d'1 nuitée

GAME CHANGERS

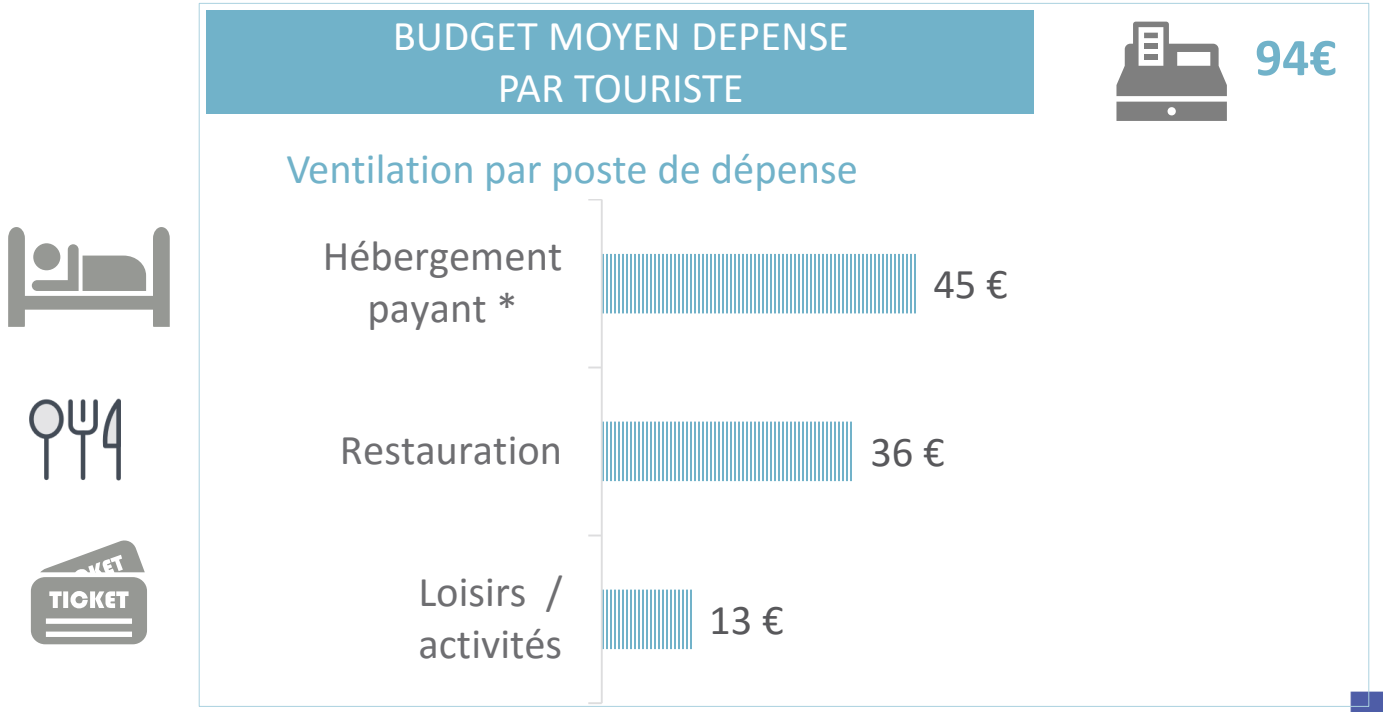
DÉPENSES DES TOURISTES LOCAUX LORS DE LEURS SÉJOURS SUR L'ÎLE

Séjours avec nuitées Mars 2017- Février 2018

- En moyenne, tous postes de dépenses confondus, les résidents réunionnais dépensent **94€ / personne pour leur séjour, soit 223€ / ménage)**
- **L'hébergement** est le **premier poste de dépense,** suivi de la restauration et des loisirs payants

NB : on estime en moyenne à **2,9** le nombre de personnes par séjour en hébergement payant sur la période

Soit un budget moyen par ménage de 223€



** Calcul hors valeurs extrêmes et sur la base d'un seul hébergement (en cas d'hébergement multiple)*

GAME CHANGERS

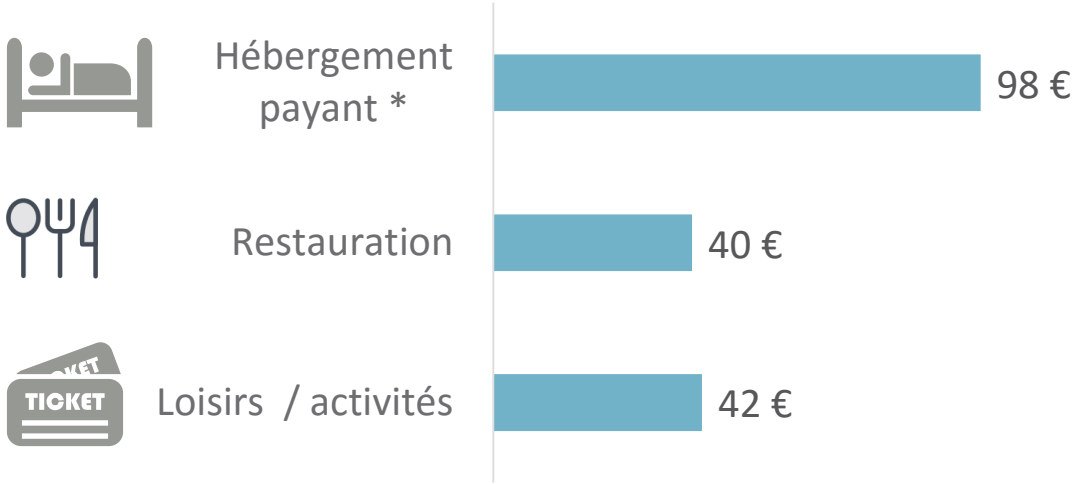
DÉPENSES DES TOURISTES LOCAUX LORS DE LEURS SÉJOURS SUR L'ÎLE

Séjours avec nuitées Mars 2017- Février 2018

- Lorsque les touristes ont opté pour un hébergement payant, ce poste s'est élevé à 98€ en moyenne, 40 € pour ceux qui ont alloué un budget à la restauration, et 42 € pour ceux qui ont pratiqué des activités de loisirs payantes

NB : on estime en moyenne à **2,9** le nombre de personnes par séjour en hébergement payant sur la période

BUDGETS MOYENS DÉPENSÉS PAR POSTE et PAR PERSONNE
(en cas de dépense sur ce poste)



** Calcul hors valeurs extrêmes et sur la base d'un seul hébergement (en cas d'hébergement multiple)*

GAME CHANGERS

1.2

Motifs et nombre de personnes

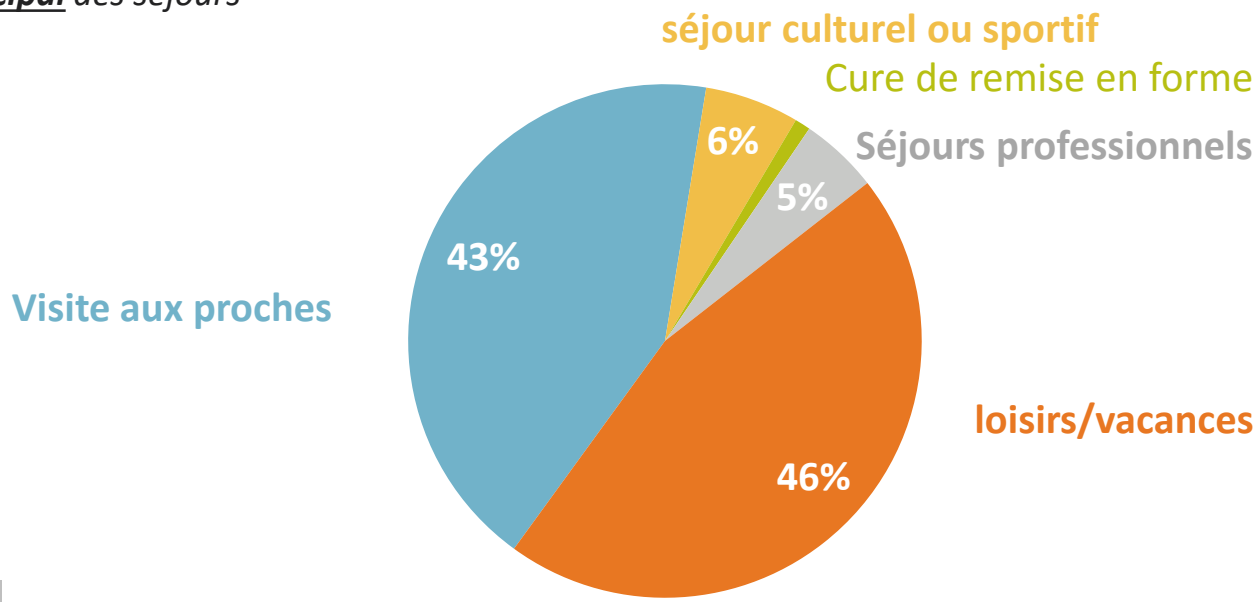
©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion
GAME CHANGERS

MOTIVATION PRINCIPALE DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées Octobre - Décembre 2017

- Les séjours se font très majoritairement à titre personnel
- 1 sur 2 est réalisé dans le cadre de loisirs/vacances ; un peu moins d'1 sur 2 pour rendre visite à des proches
- On dénombre très peu de séjours culturels ou sportifs

*Motif **principal** des séjours*



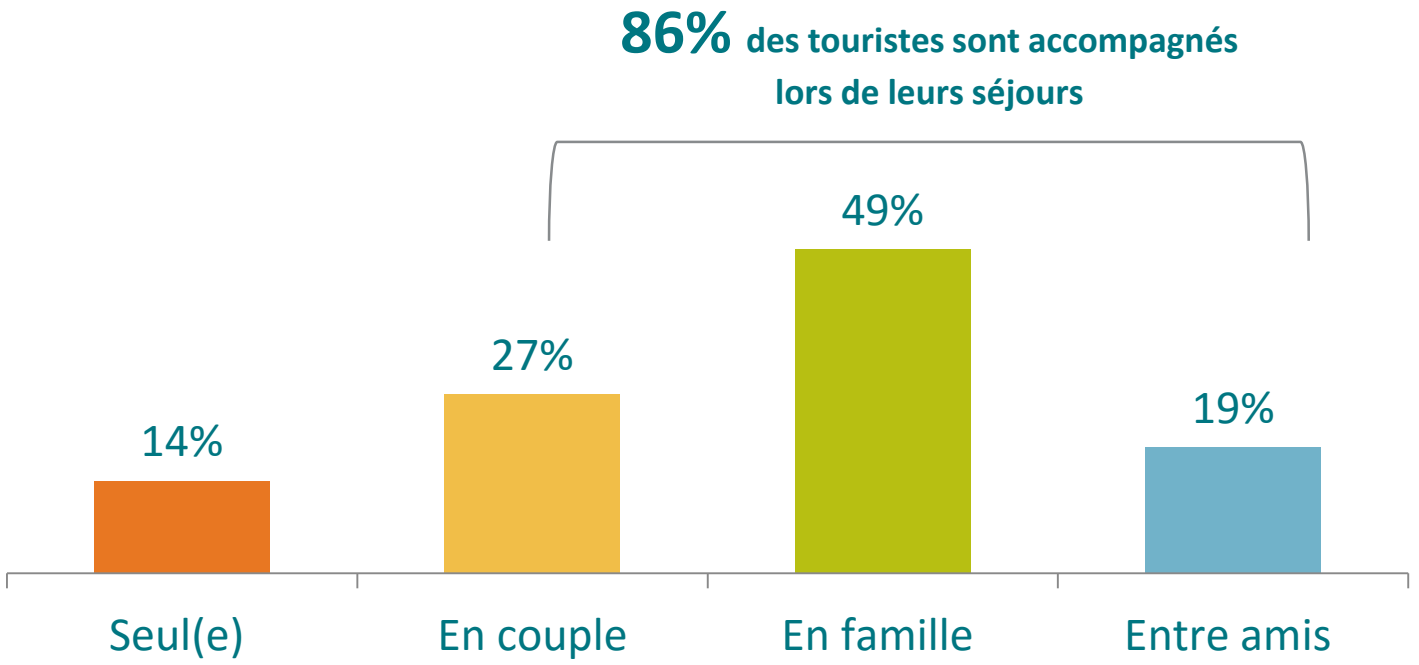
Base : Séjours réalisés à La Réunion

GAME CHANGERS

TYPOLOGIE DES GROUPES EN SÉJOUR

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- 1 séjour sur 2 se fait en famille, 1 sur 4 en couple, 1 sur 5 entre amis



NB : il peut y avoir plusieurs types de personnes dans le groupe (amis, famille), la somme des réponses est donc supérieure à 100%

Base : Séjours réalisés à La Réunion

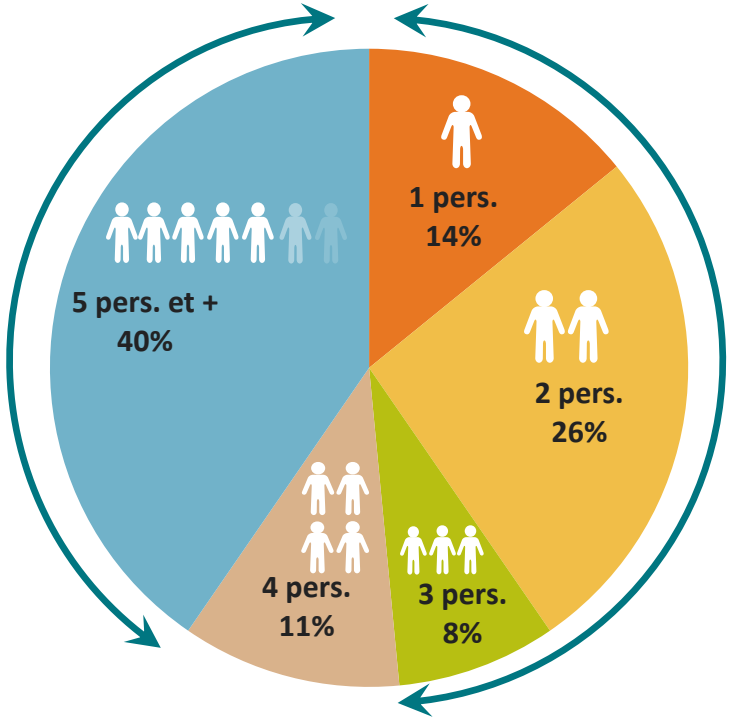
GAME CHANGERS

TAILLE DES GROUPES EN SÉJOUR

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Les groupes sont composés de 5,5 personnes en moyenne (adultes + enfants), mais avec des budgets séparés!

40% de très grands groupes
(5 personnes ou +)



48% de petits groupes
(1 à 3 personnes)

Base : Séjours réalisés à La Réunion

GAME CHANGERS

1.3

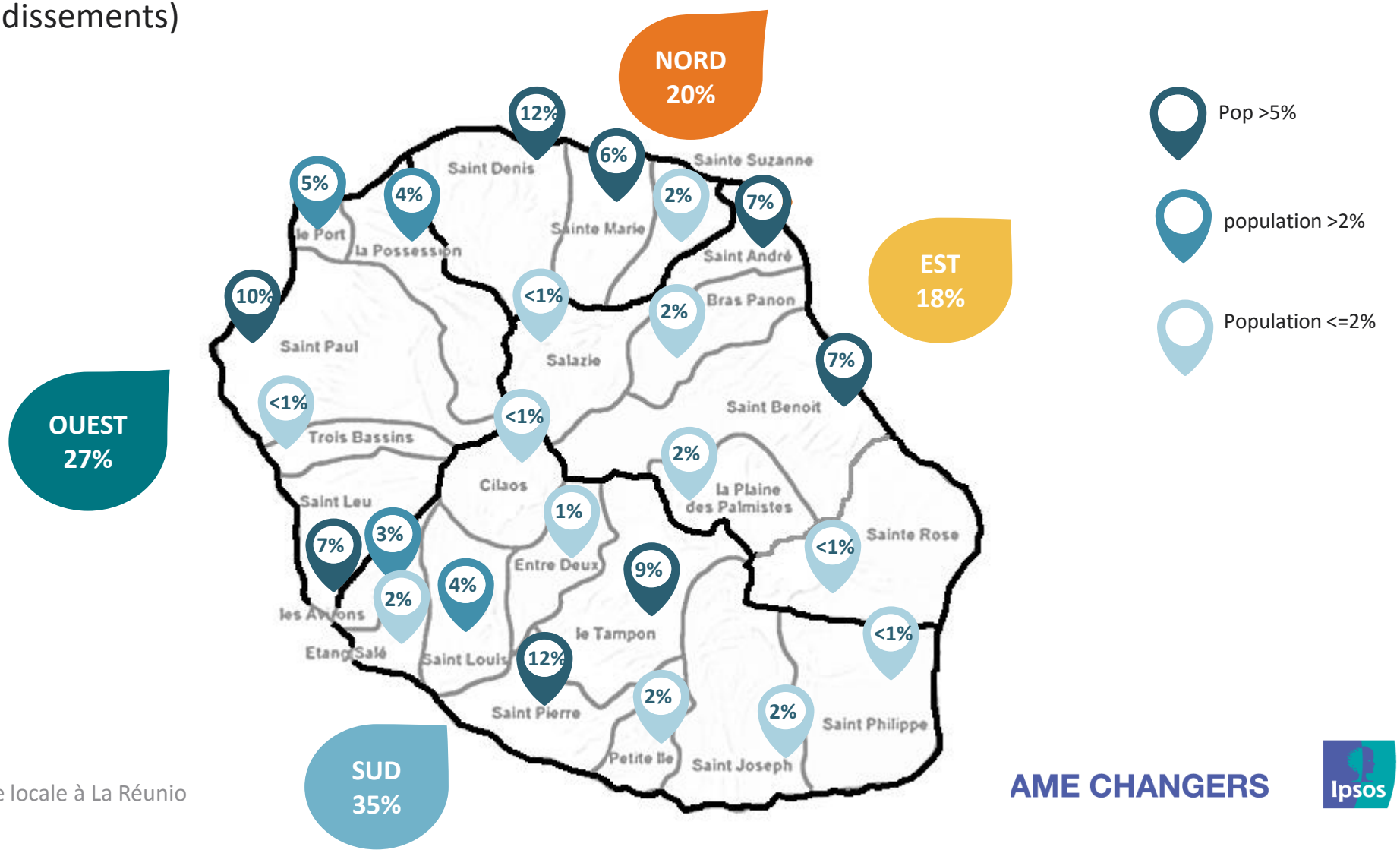
Lieux et types d'hébergement

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion
GAME CHANGERS

ORIGINE DES TOURISTES EN SÉJOURS MARCHANDS (selon leur commune de résidence)

Séjours avec nuitées marchandes mars-décembre 2017

- Les touristes locaux viennent des 4 coins de l'île (dans les mêmes proportions que la répartition de la population dans les 4 arrondissements)



Base : Séjours en hébergement payant

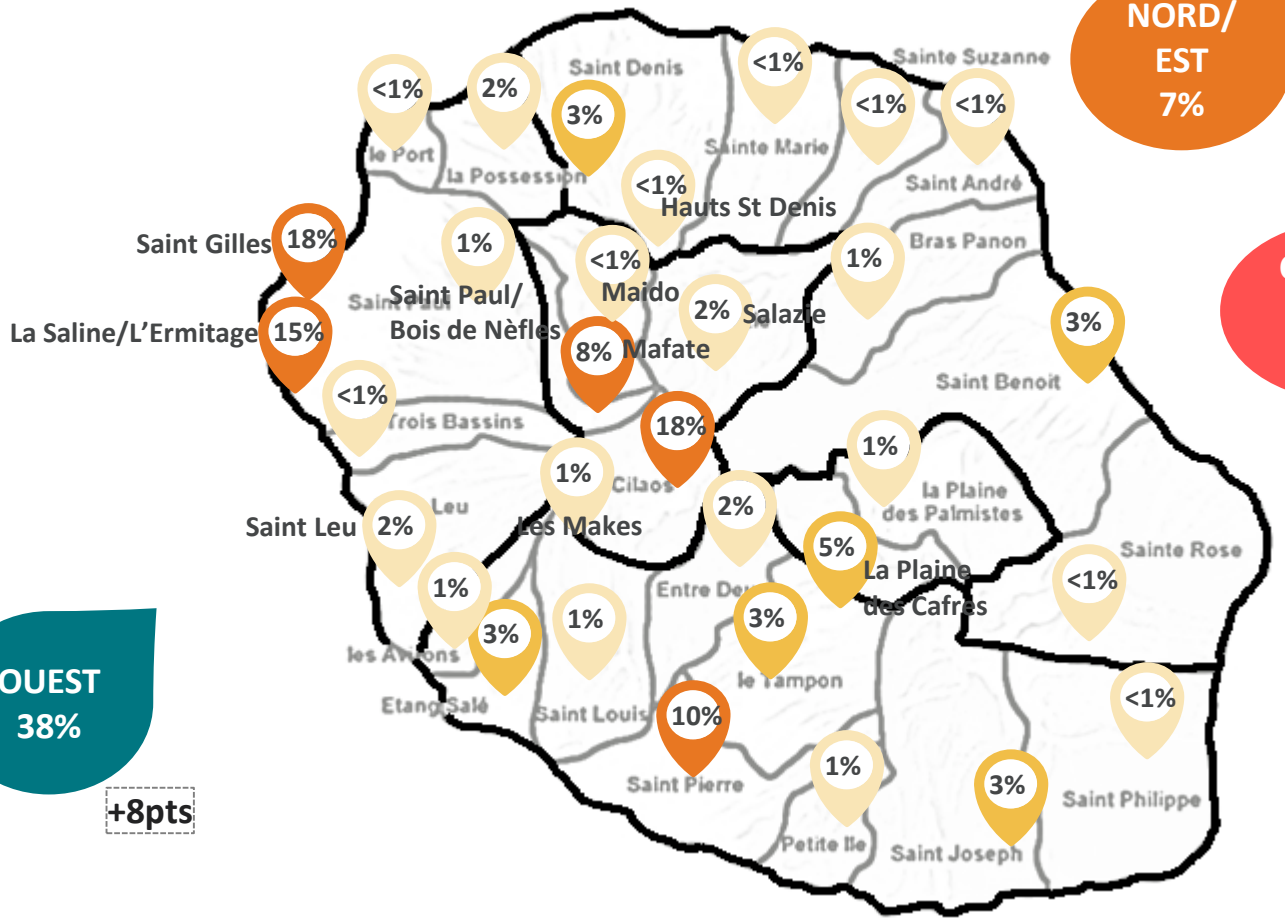
©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunio

AME CHANGERS

DESTINATION DES SÉJOURS MARCHANDS (principal lieu d'hébergement)

Séjours (avec nuitées marchandes) mars-décembre 2017

- Ils séjournent un peu partout dans l'île, beaucoup du côté des plages, dans les cirques, notamment à Cilaos.



NORD/ EST 7% -10pts

CIRQUES PLAINE 34% +7pts

OUEST 38% +8pts

SUD 23% -5pts

Fréquentation >5%

Fréquentation >2%

Fréquentation <=2%

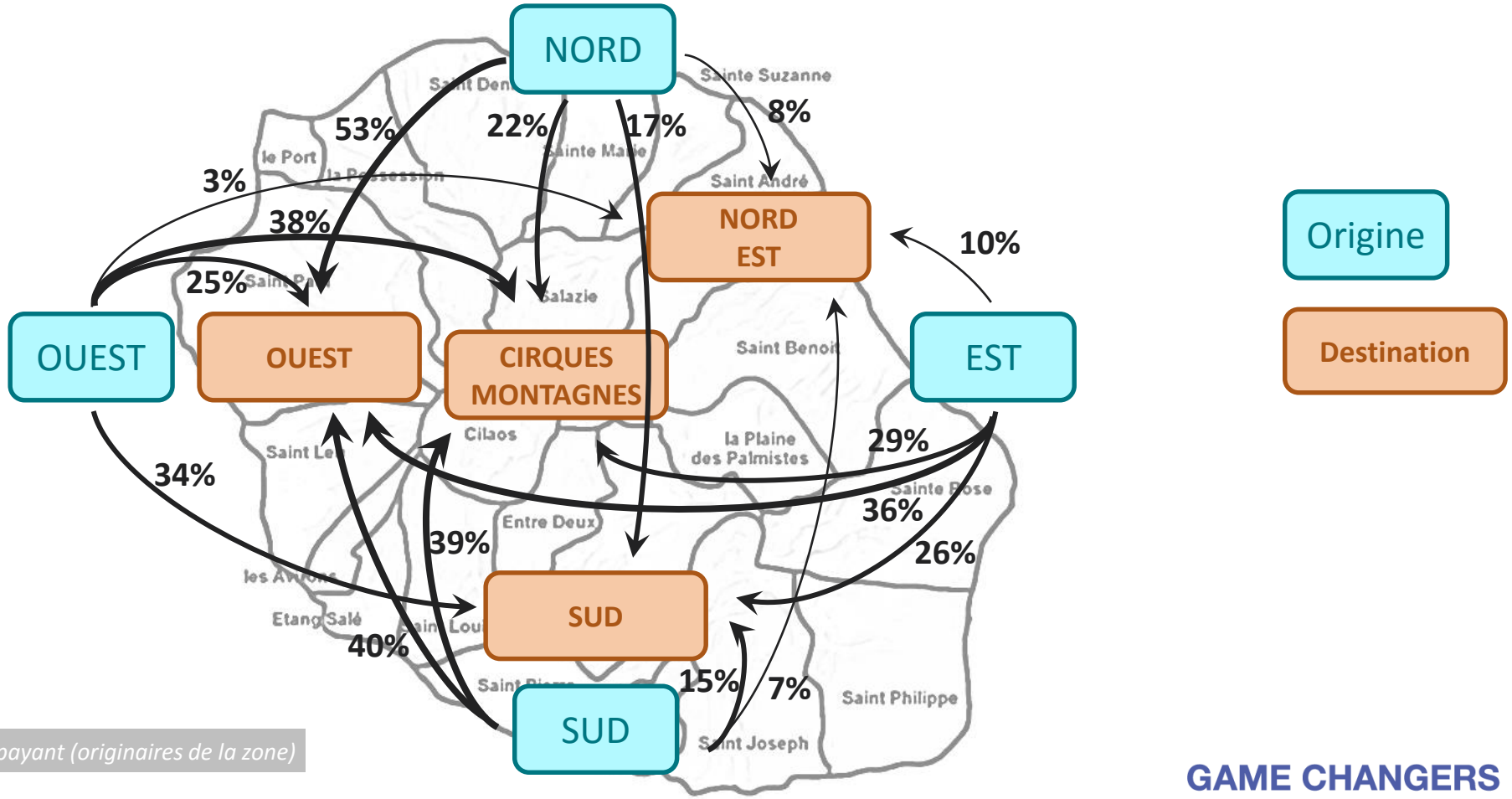
Ecarts vs répartition de tous les lieux d'hébergement marchands ou non

Base : Séjours en hébergement payant

GAME CHANGERS

ORIGINE DES TOURISTES SELON LEUR LIEU DE SÉJOUR MARCHAND PRINCIPAL (analyse par zones)

- L'Ouest est la zone la plus attractive pour les habitants du reste de l'île pour leurs séjours.
  Les cirques et montagnes sont très prisés lorsqu'on vient de l'Ouest ou du Sud de l'île.

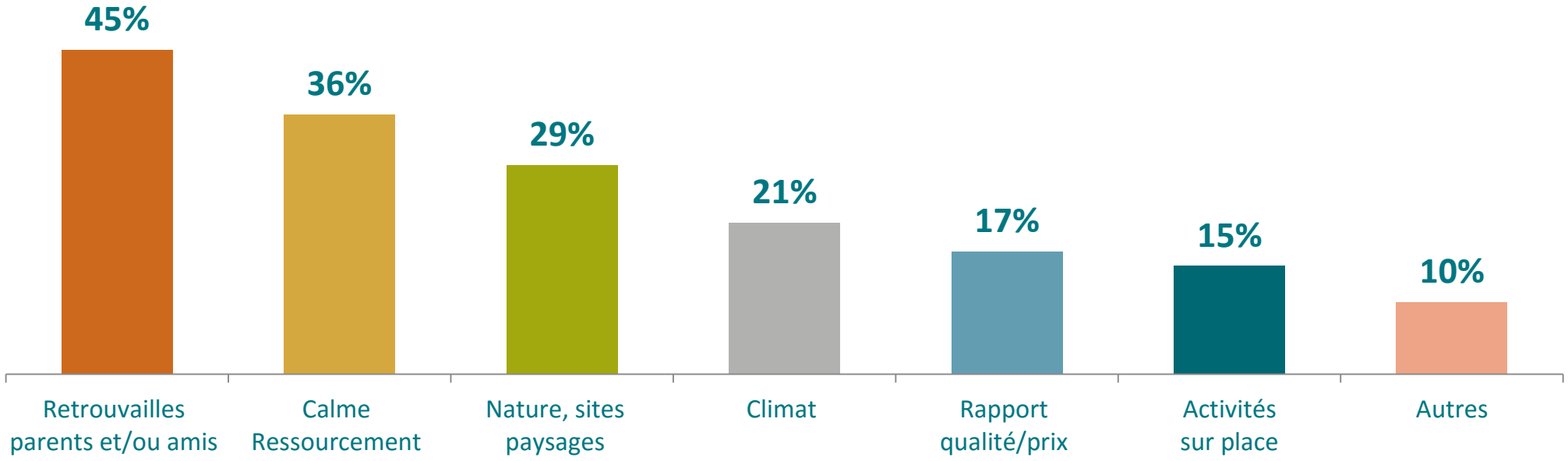


Base : Séjours en hébergement payant (originaires de la zone)

CHOIX DU LIEU DE SÉJOUR (pour motifs professionnels ou de loisirs)

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Comme de nombreux séjours se font pour rendre visite aux proches, le lieu de séjour est fonction du lieu de résidence de ces derniers ou choisi selon leur proximité.
- Sinon, les touristes locaux sont à la recherche de calme et souhaitent profiter de la nature environnante.



Attention : plusieurs motifs possibles, la somme des réponses est donc supérieure à 100%

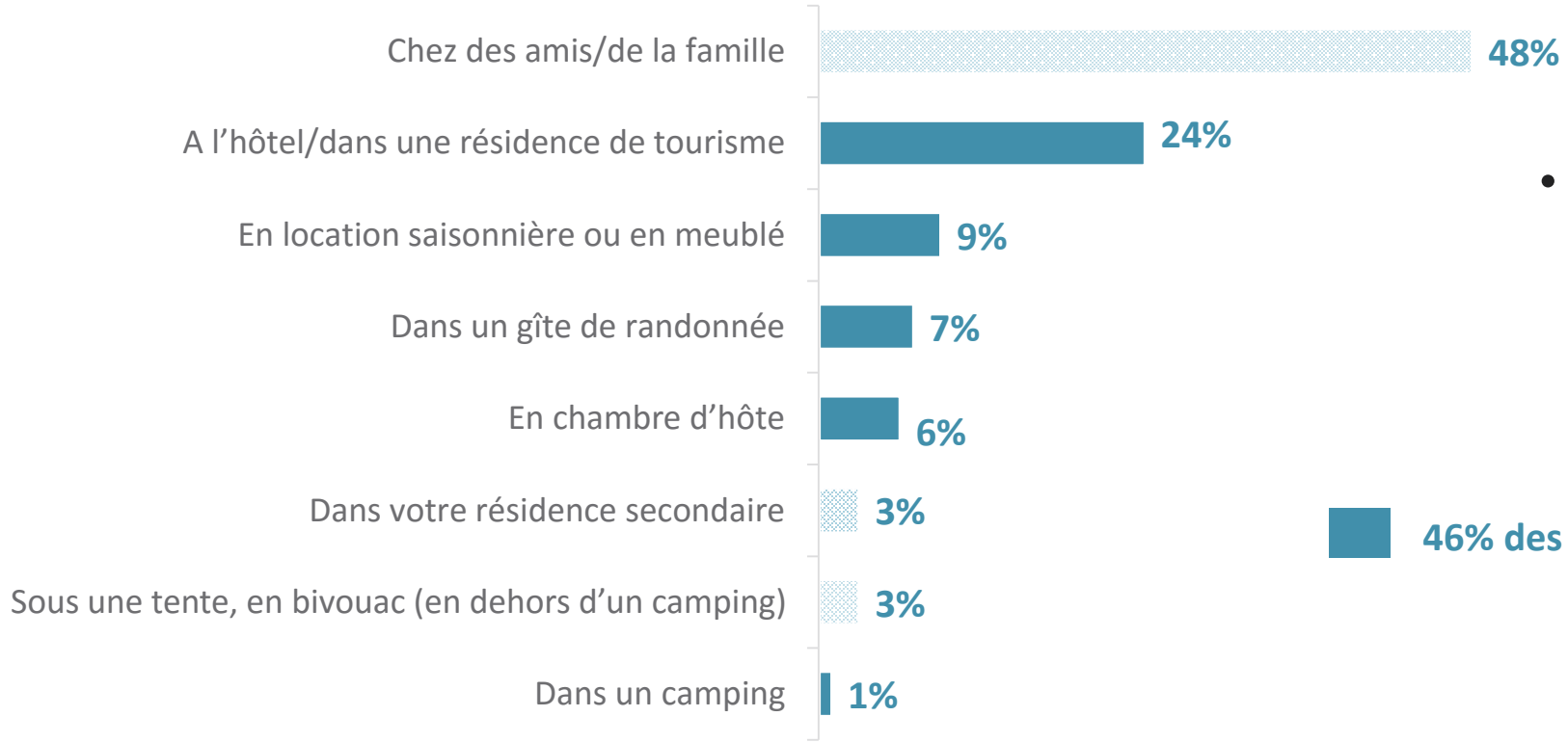
Base : Séjours pour motifs professionnel ou de loisir

GAME CHANGERS

TYPOLOGIES DES HÉBERGEMENTS DES TOURISTES LOCAUX

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- La moitié environ des séjours décrits, soit près de 74 000 séjours chaque mois, ont été réalisés en hébergement marchand, principalement en hôtels.



- Le poids du tourisme local affinitaire est important.

46% des séjours en hébergement payant

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

GAME CHANGERS

PROFIL DES TOURISTES LOCAUX EN HÉBERGEMENT MARCHAND

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Les touristes locaux en hébergement marchand pour leur séjour ont un profil sensiblement identique à celui des touristes en hébergement non marchand.

		ENSEMBLE DES SEJOURS	SEJOURS EN HEB. MARCHANDS
Effectifs →		*756*	*352*
SEXE	Un homme	45%	**42%**
	Une femme	55%	**58%**
Age	18-29 ans	35%	**31%**
	30-39 ans	20%	**19%**
	40-59 ans	32%	**37%**
	60 ans et +	13%	**13%**
PCS interview é(e)	PCS +	22%	**27%**
	PCS -	39%	**37%**
	Inactifs	38%	**36%**
Zone de résidence	NORD	23%	**19%**
	SUD	34%	**35%**
	EST	16%	**18%**
	OUEST	27%	**28%**
Ancienneté à La Réunion	Moins de 5 ans	4%	**1%**
	5 à 10 ans	5%	**8%**
	Plus de 10 ans	26%	**29%**
	Depuis toujours	65%	**63%**

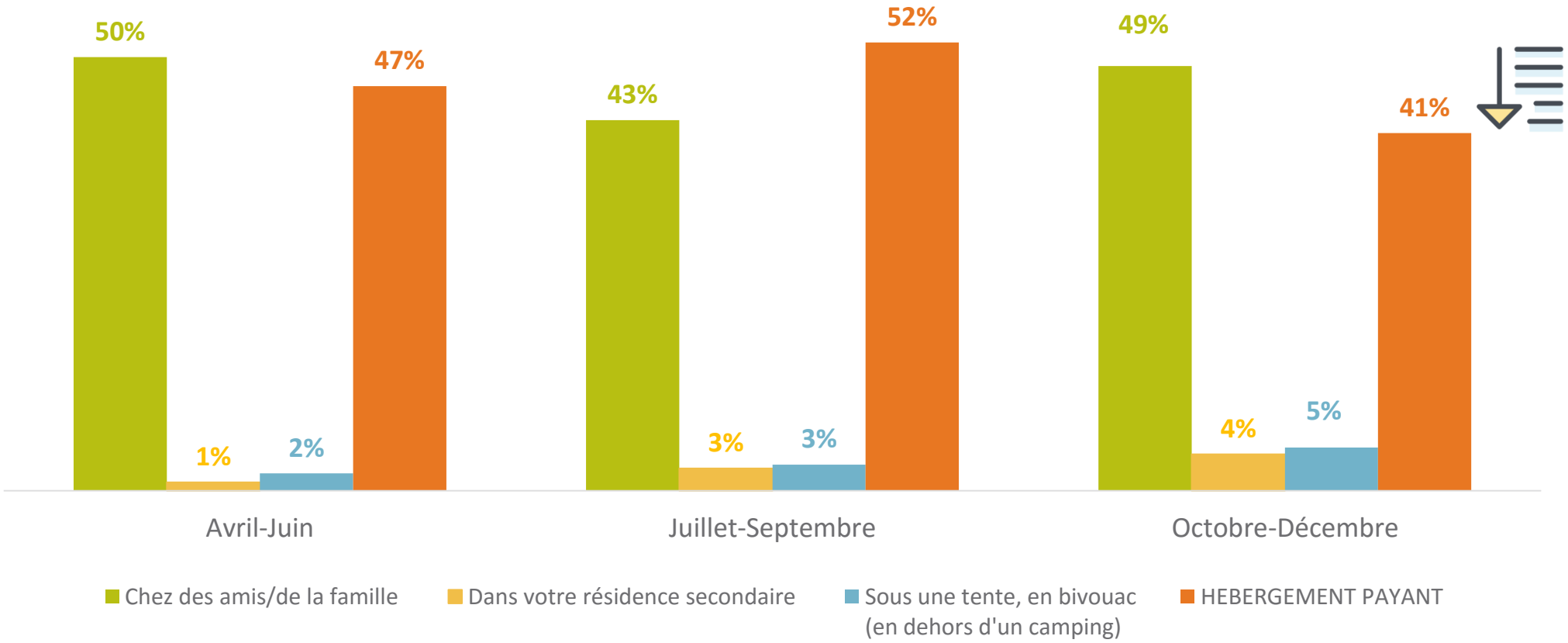
Base : Séjours en hébergement payant

GAME CHANGERS

TYPOLOGIE DES HÉBERGEMENTS DES TOURISTES LOCAUX PAR MOIS

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Pour le tourisme local, le dernier trimestre 2017 a été moins favorable à l'hébergement payant

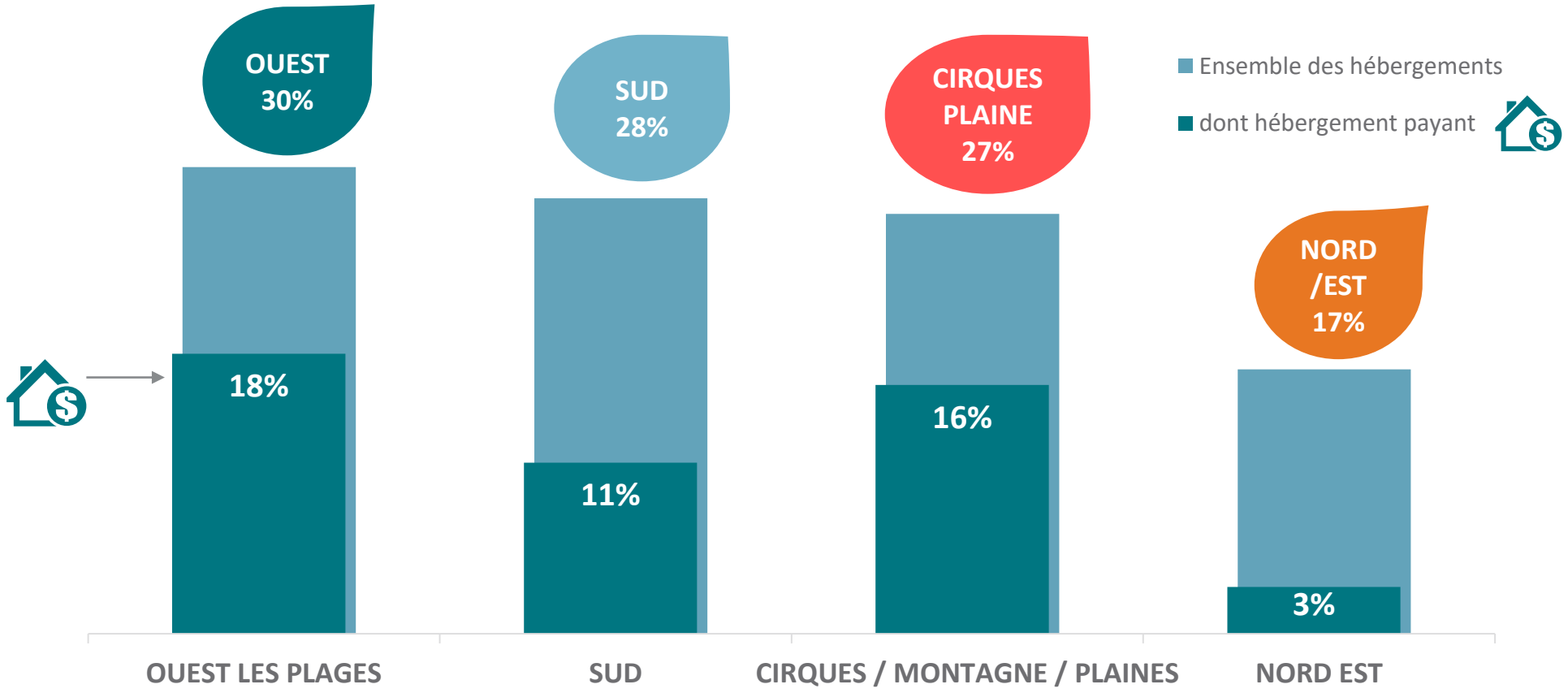


GAME CHANGERS

TAUX D'HÉBERGEMENTS MARCHANDS SELON LES LIEUX DE SÉJOURS

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Parmi ceux qui ont séjourné dans l'Ouest (30%), un peu plus de la moitié a choisi un hébergement payant.
- Un taux d'hébergement payant 5 fois plus faible dans Le Nord-Est que dans le reste de l'île.



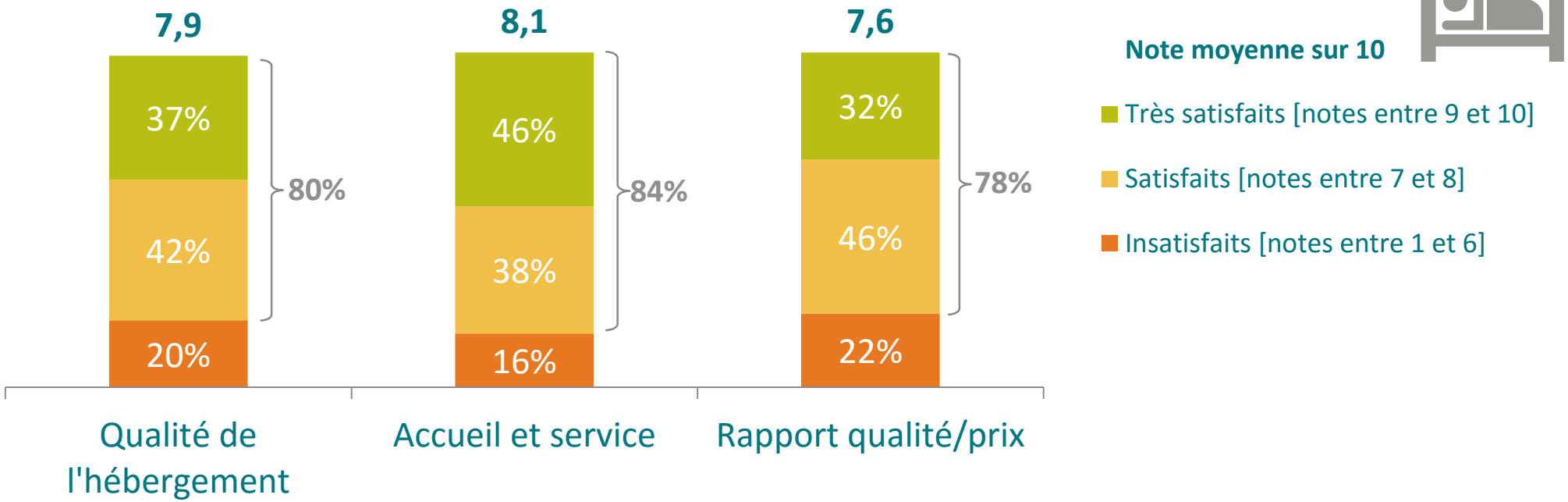
Base : Séjours réalisés à La Réunion

GAME CHANGERS

SATISFACTION CONCERNANT LES HÉBERGEMENTS MARCHANDS

Séjours avec nuitées marchandes mars-décembre 2017

- Les lieux d'hébergement sont globalement en phase avec les attentes des touristes locaux, notamment en termes d'accueil et de service.



Base : Séjours en hébergement marchand

GAME CHANGERS

REMARQUES SPONTANEES SUR LES LIEUX D'HÉBERGEMENTS MARCHANDS

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Les touristes locaux déplorent le manque ou la mauvaise qualité des équipements dans les structures d'hébergements. Le service est également globalement en deçà des attentes.

Base : Séjours en hébergement marchand

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

GAME CHANGERS

1.4

La restauration et les activités

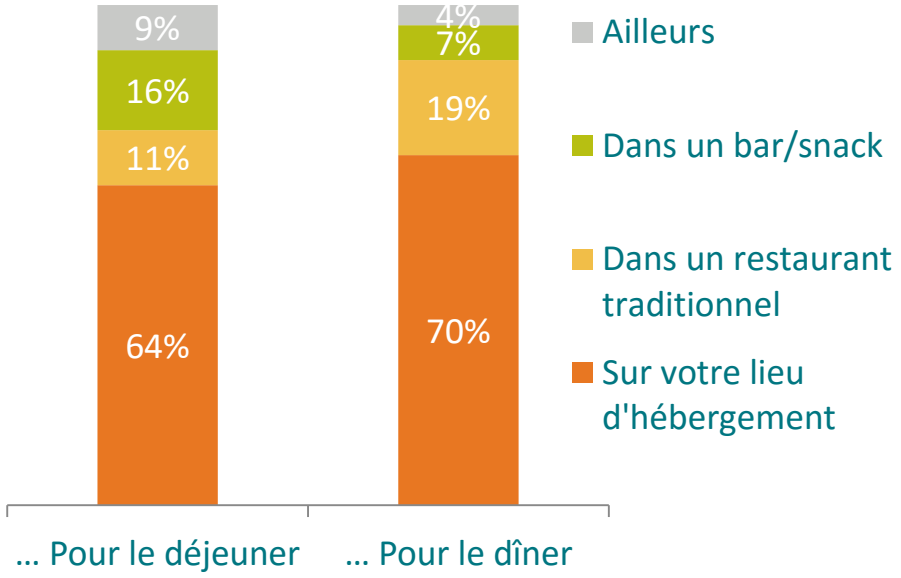
©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

LIEUX DE RESTAURATION & REPAS PRIS SUR PLACE LORS DES SÉJOURS PAYANTS

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Près de 7 fois sur 10 le déjeuner ou le dîner sont pris sur place, sur le lieu de séjour (marchand ou non).
- Pour leurs séjours marchands 60% des touristes optent pour une formule avec petit-déjeuner. Les formules demi pension et all inclusive sont assez rares et 1/3 des touristes ne prennent aucun repas sur place.

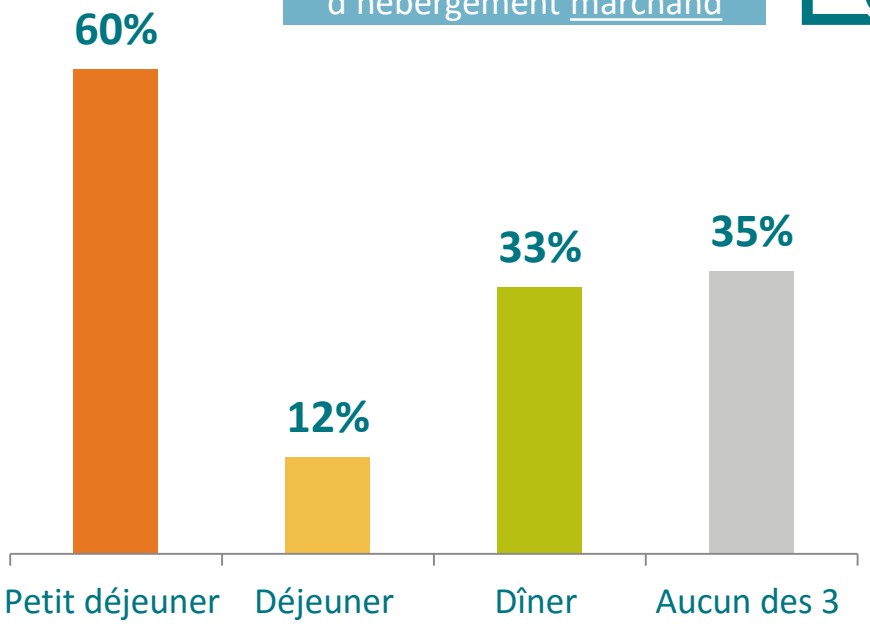
Lieux de restauration habituel lors du séjour



Base : Séjours réalisés à La Réunion

7% de séjours en demi-pension 3% en all inclusive

Repas pris sur le lieu d'hébergement marchand



Base : Séjours en hébergement marchand

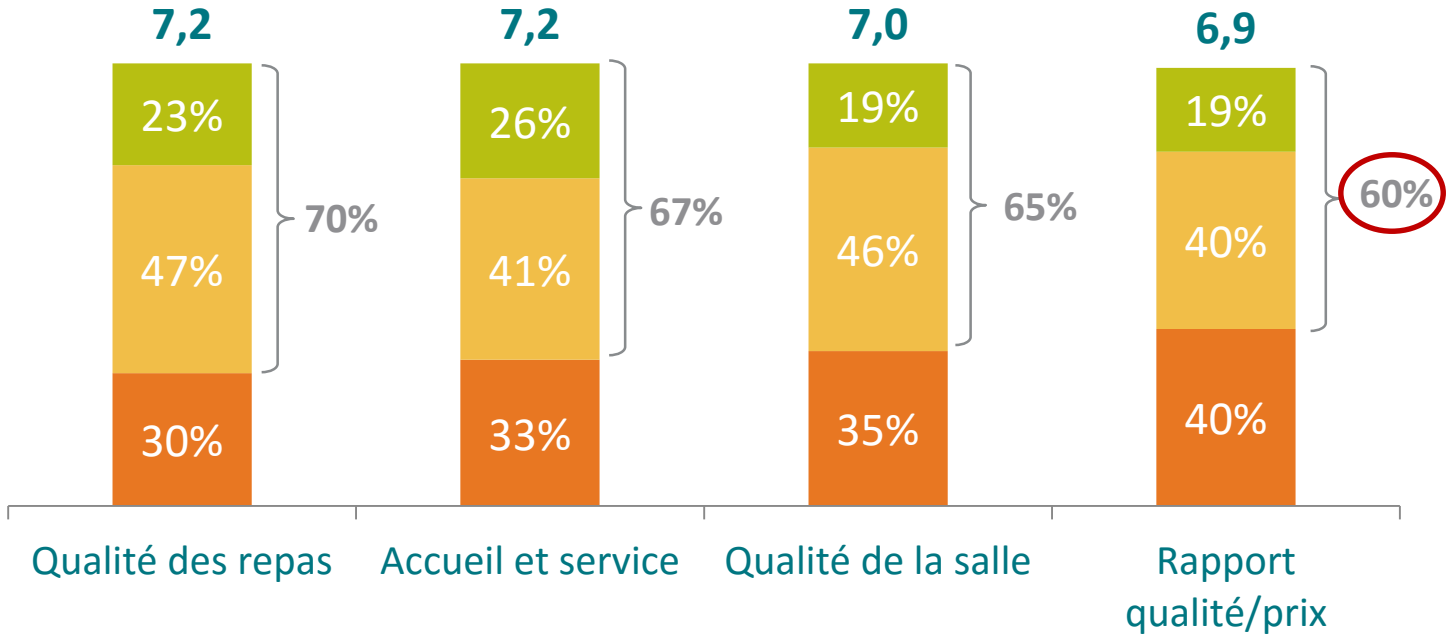
NB : les interviewés peuvent donner plusieurs réponses, la somme est donc supérieure à 100%

GAME CHANGERS

SATISFACTION CONCERNANT LA RESTAURATION LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- 1/3 des touristes locaux sont insatisfaits de l'accueil et de la qualité des salles dans les divers lieux de restauration fréquentés durant leurs séjours.
- Le rapport qualité prix est jugé globalement peu satisfaisant.



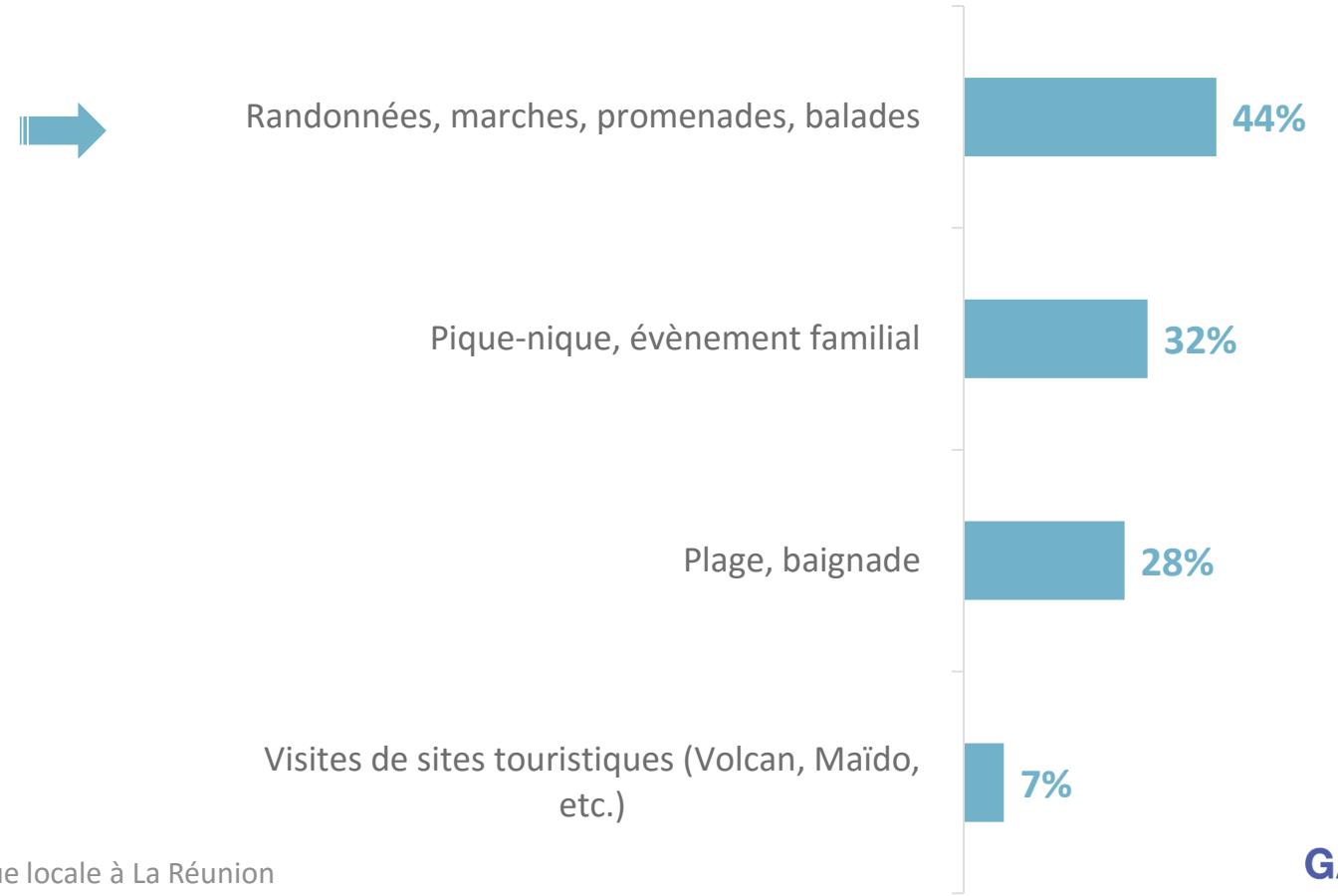
Base : Restauration payante lors des séjours

GAME CHANGERS

PRATIQUES D'ACTIVITÉS NON PAYANTES LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Leurs séjours sur l'île sont surtout l'occasion pour les Réunionnais de s'adonner à des activités de pleine nature non payantes : marches, pique pique, baignades.



Base : Séjours réalisés à La Réunion

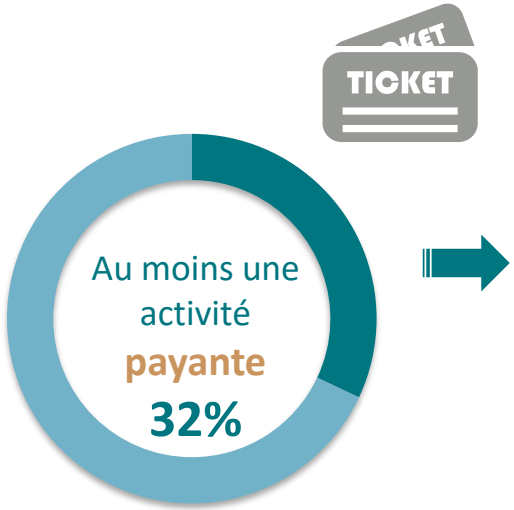
NB : les interviewés peuvent donner plusieurs réponses, la somme des activités pratiquées est donc supérieure au total « au moins une activité non payante »

GAME CHANGERS

PRATIQUES D'ACTIVITÉS PAYANTES LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- 1 touriste sur 3 profite de son séjour pour s'adonner à une activité payante ; le cas échéant des activités un peu plus tournées vers la culture ou la découverte que vers le sport.



Evènement culturel (concerts, festivals, fêtes de villages, animations, etc.)	10%
Activités de découverte (musée, jardin, aquarium, fermes, etc.)	10%
Sorties nocturnes (bar, discothèque)	9%
Activités de bien-être et de remise en forme	7%
Terre : sortie équestre, VTT, parcours acrobatique, golf, etc.	3%
Mer : surf, jet ski, pêche au gros, etc.	1%
Eaux vives : canyon, randonnée aquatique, canoé kayak, etc.	1%
Air : parapente, survol hélicoptère, ULM, paramoteur, etc.	0%

CULTURE / DECOUVERTE 26%

BIEN ETRE 7%

SPORTS / LOISIRS 4%

Base : Séjours réalisés à La Réunion

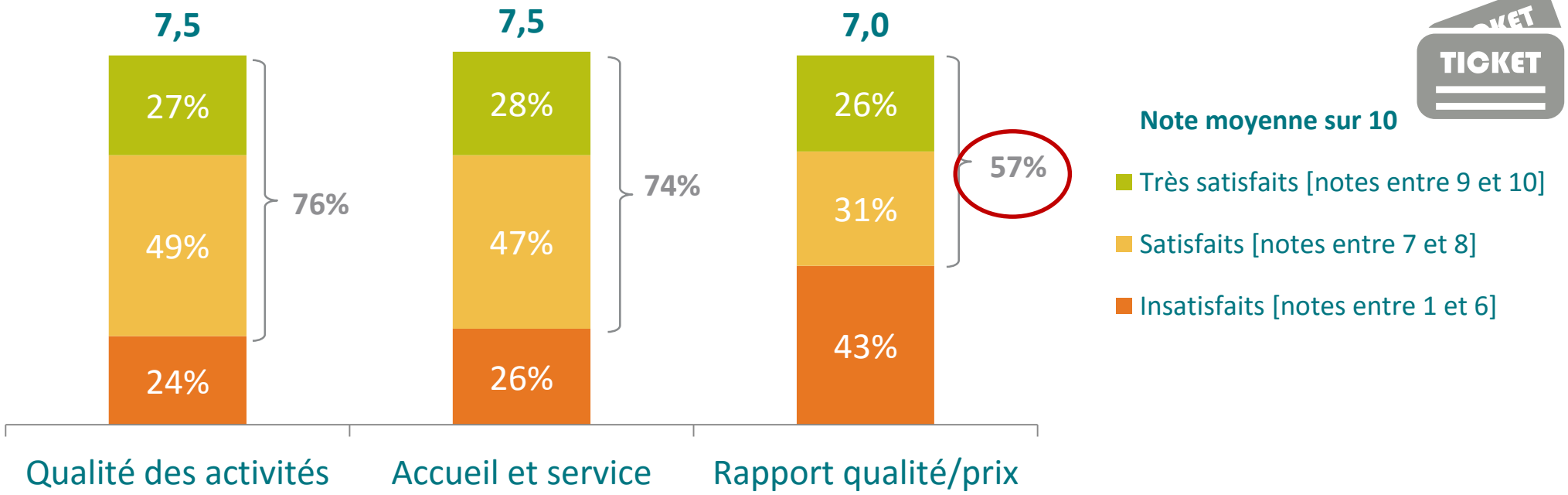
NB : les interviewés peuvent donner plusieurs réponses, la somme des activités pratiquées est donc supérieure au total « au moins une activité payante »

GAME CHANGERS

SATISFACTION CONCERNANT LES ACTIVITÉS PAYANTES PRATIQUÉES LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Si la qualité des activités disponibles et des services associés est reconnue, leur rapport qualité prix reste insatisfaisant.



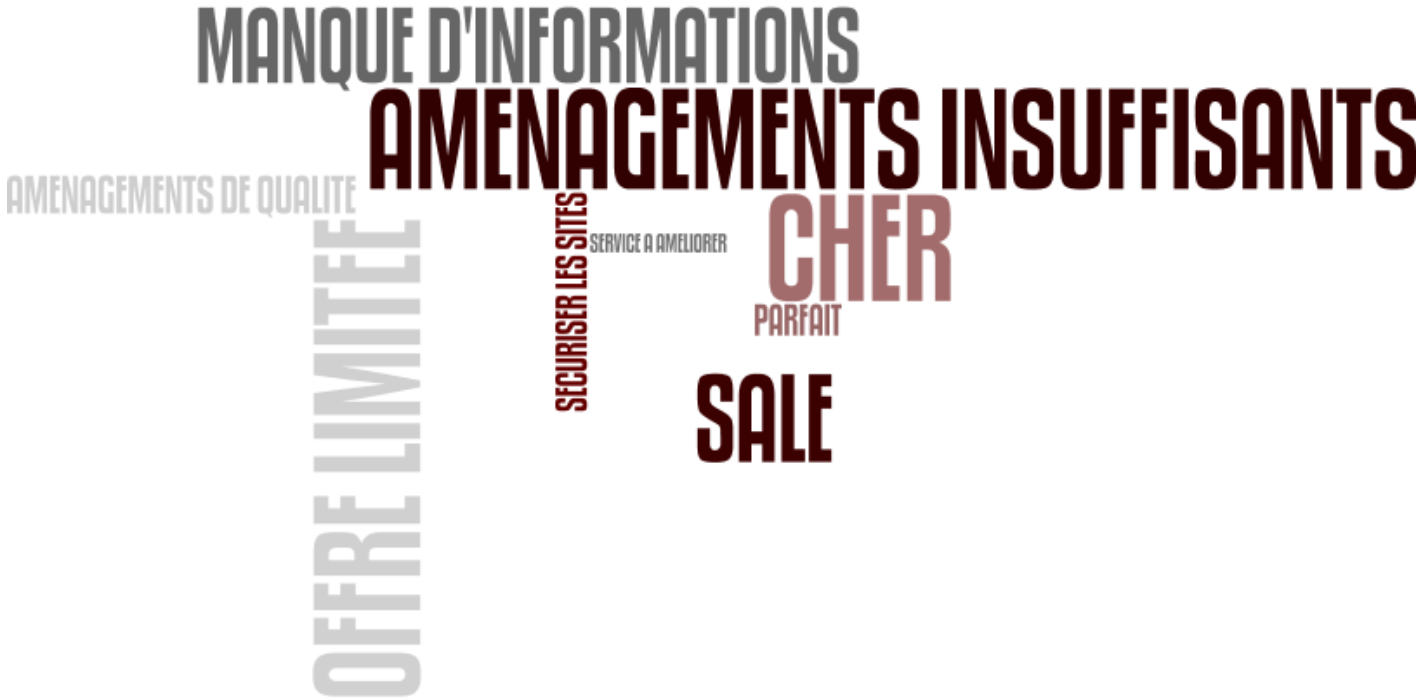
Base : Activités payantes lors des séjours

GAME CHANGERS

REMARQUES SPONTANÉES SUR LES ACTIVITES PRATIQUÉES LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Les touristes locaux pointent du doigt le manque d'aménagements et la cherté des prestations.
- La palette d'offre est également jugée limitée, l'accès aux informations difficile.
- La propreté des sites laisse également parfois à désirer.



Base : Séjours en hébergement marchand

GAME CHANGERS

1.5
Organisation du séjour

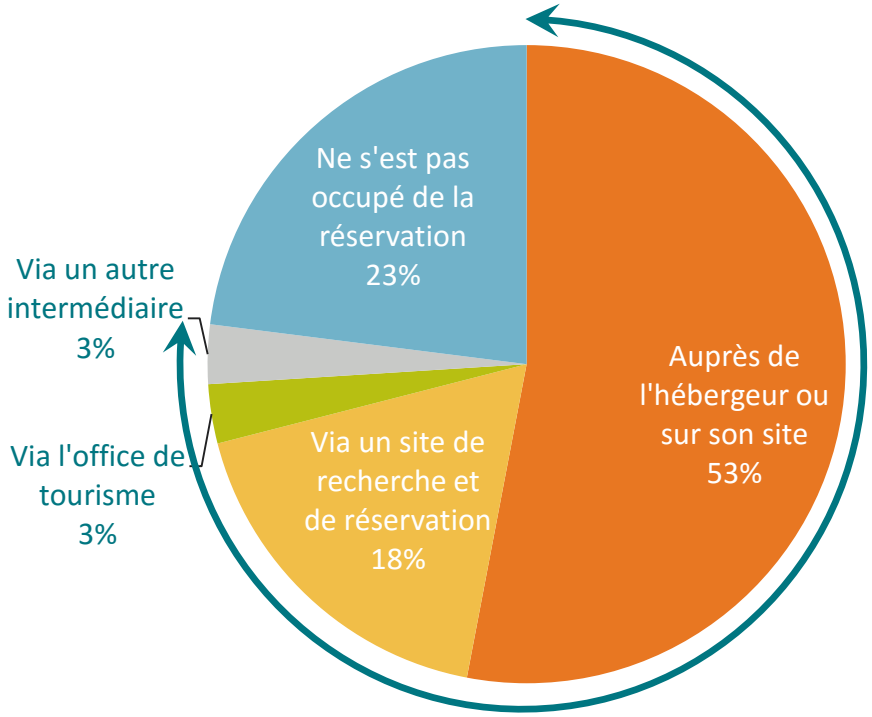
©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion
GAME CHANGERS

MODE & DELAIS DE RÉSERVATION DES HÉBERGEMENTS MARCHANDS

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- La réservation se fait la plupart du temps directement auprès de l'hébergeur, par le touriste lui-même. Des séjours bien souvent organisés peu de temps avant.

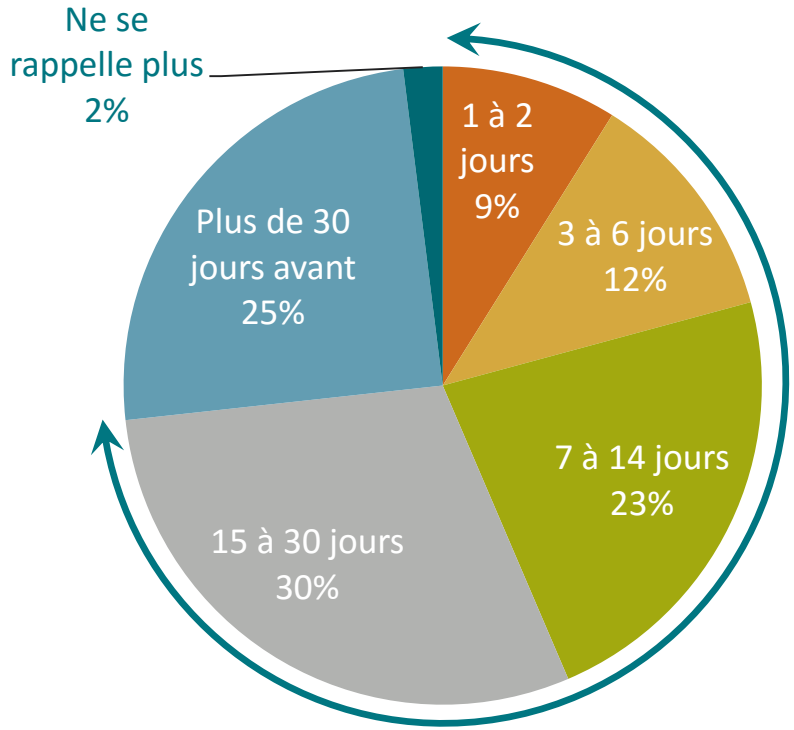
Mode de réservation



77% des touristes se chargent de la réservation de leur séjour

Base : Séjours payants

Délais de réservation



74% des réservations se font dans le mois

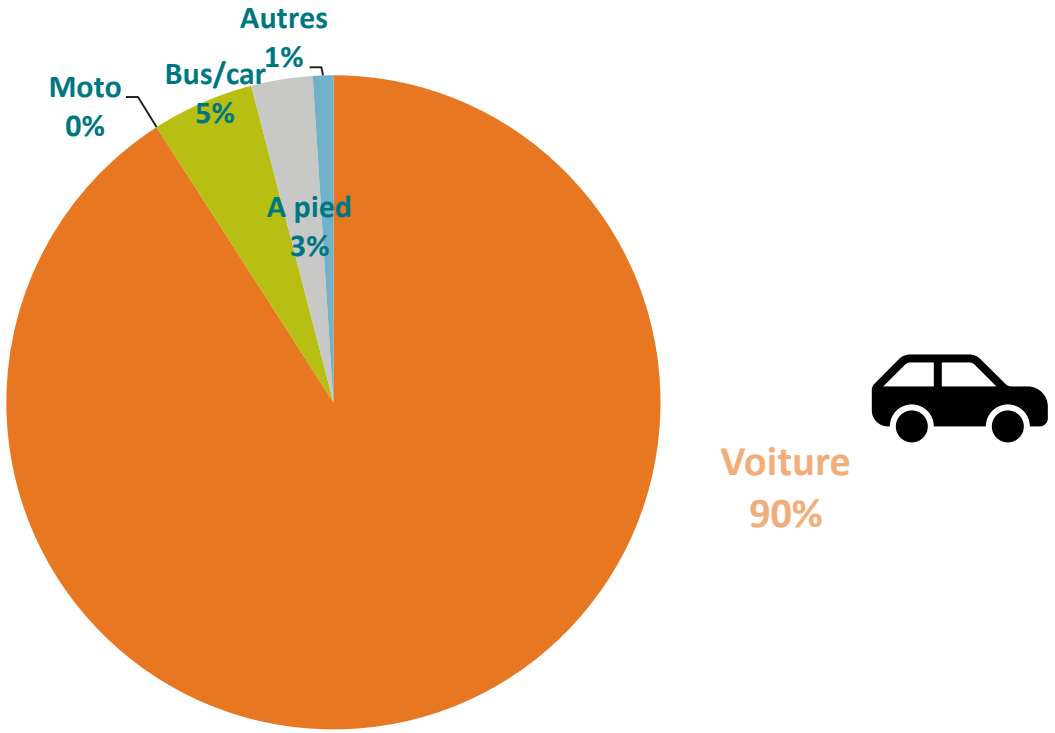
Base : Séjours payants, décisionnaire

GAME CHANGERS

MODES DE TRANSPORT UTILISÉS POUR SE RENDRE SUR LE LIEU DU SÉJOUR

Séjours avec nuitées mars-décembre 2017

- Les trajets vers les lieux de séjours sur l'île se font généralement en voiture.
- Les transports en commun restent une alternative peu prisée par les Réunionnais.



Base : Séjours réalisés à La Réunion

GAME CHANGERS

2-EXCURSIONS

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

2.1

Les volumes et budgets

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

TAUX D'EXCURSIONNISTES LOCAUX

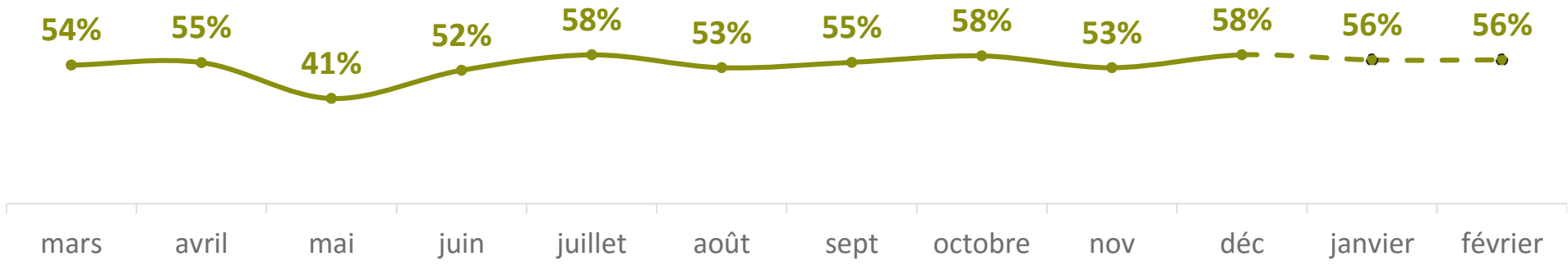
Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Excursions hors commune de résidence mars 2017-février 2018

- Chaque mois en moyenne, 54% des Réunionnais de 18 ans et plus effectuent au moins une excursion sur l'île (i.e., hors de leur commune de résidence)

… Part des Réunionnais ayant effectué ***au moins une excursion à la Réunion en dehors de leur commune*** *dans le mois*

(hors motifs professionnels ou de santé)



GAME CHANGERS

NOMBRE D'EXCURSIONNISTES LOCAUX

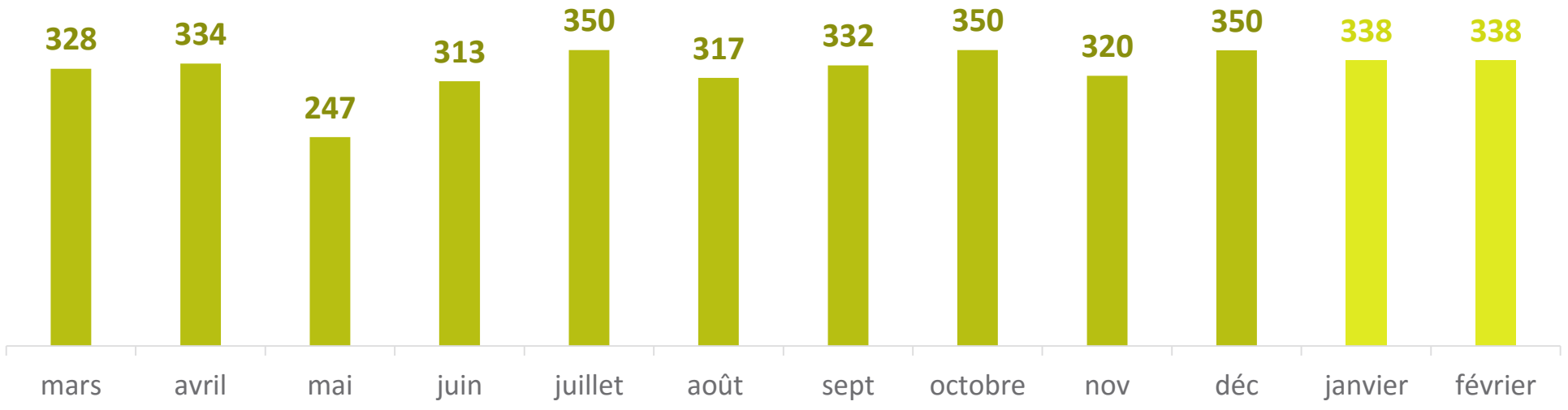
Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Excursions hors commune de résidence mars 2017-février 2018

- Chaque mois en moyenne, 326 000 Réunionnais de 18 ans et plus effectuent au moins une excursion sur l'île

… Nombre de Réunionnais ayant effectué **au moins une excursion en dehors de leur commune** ***à la Réunion*** dans le mois

(hors motifs professionnels ou de santé)



** en milliers*

GAME CHANGERS

NOMBRE D'EXCURSIONS SUR L'ÎLE

Base : Excursions réalisées à La Réunion

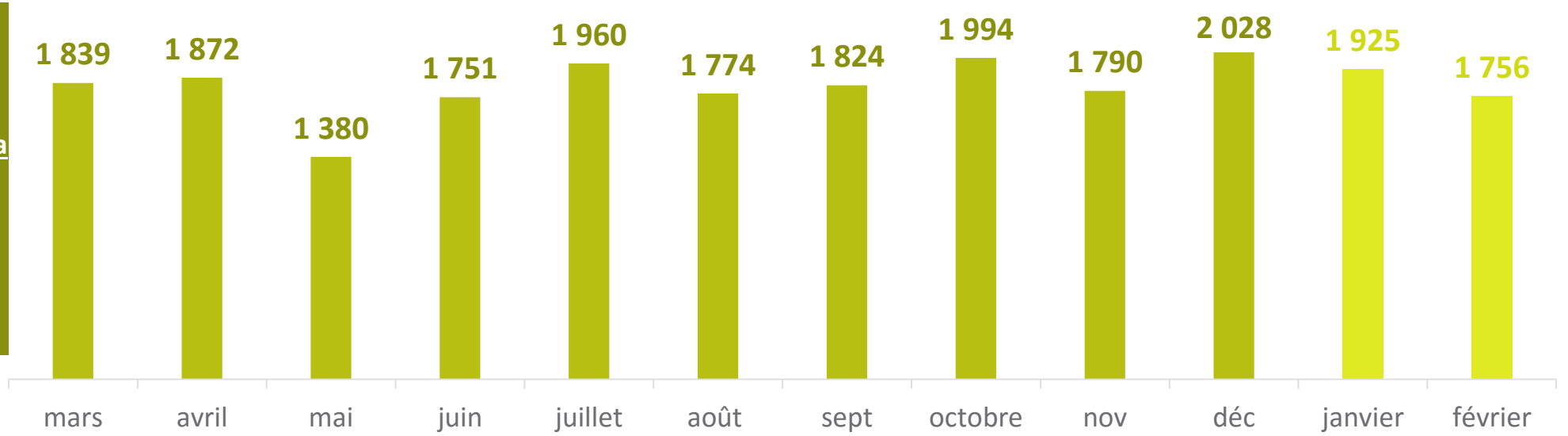
Excursions hors commune de résidence mars 2017- février 2018

- A raison de 5,6 sorties mensuelles par excursionniste local, (4,3 hors visites aux proches). Cela représente en moyenne environ 1 820 000 excursions réalisées chaque mois

Total mars – décembre
21 840 000 excursions

… Nombre d'excursions réalisées par les touristes locaux **à La Réunion en dehors de leur commune**

(hors motifs professionnels ou de santé)



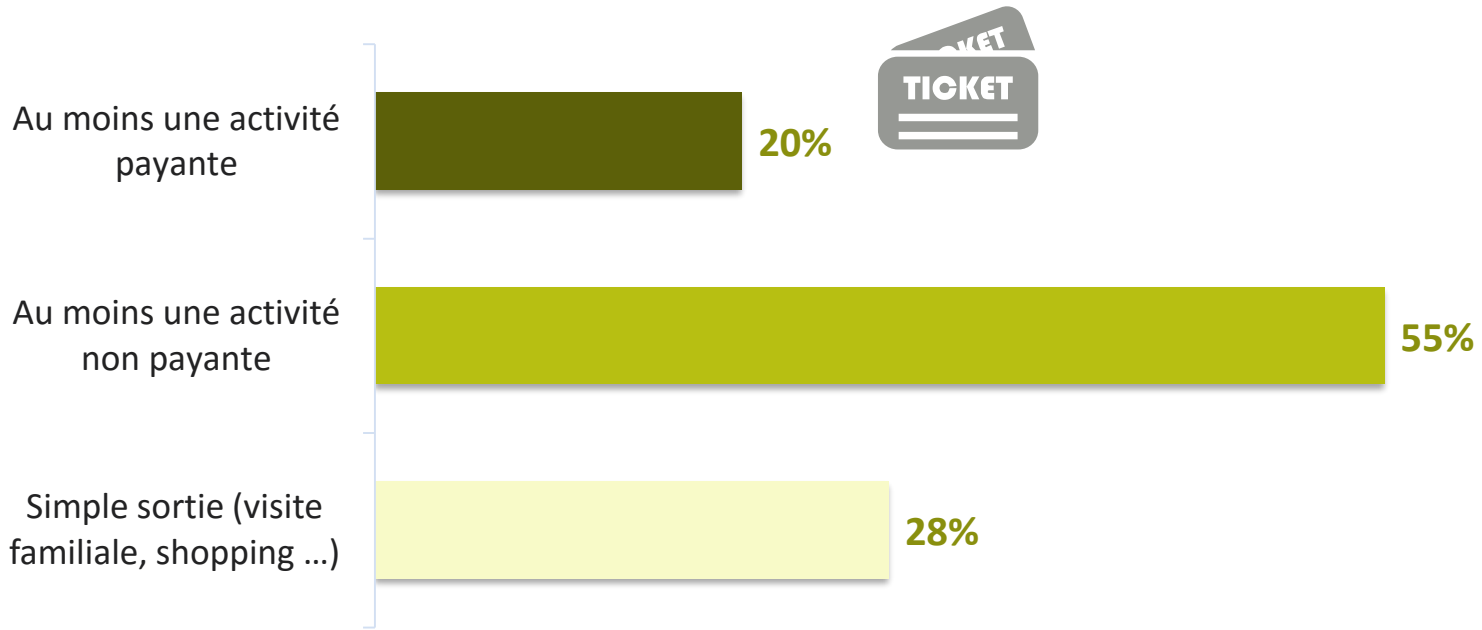
** en milliers*

GAME CHANGERS

PRATIQUE D'ACTIVITÉS LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence mars-décembre 2017

- 20% des excursionnistes ont pratiqué des activités de loisir payantes à l'occasion de leur sortie.



Base : Excursions réalisées à La Réunion

NB : les interviewés peuvent avoir pratiqué une activité payante ET une activité non payante, la somme des % est donc >100%

GAME CHANGERS

PRATIQUES D'ACTIVITÉS PAYANTES LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence mars-décembre 2017

- 1 excursion sur 4 occasionne une activité de loisir payante. Des activités culturelles et de découverte avant tout.

Evènement culturel (concerts, festivals, fêtes de villages, animations…)	7%
Activités de découverte (musée, jardin, aquarium, fermes…)	6%
Sorties nocturnes (bar, discothèque)	5%
Activités de bien-être et de remise en forme	2%
Terre : sortie équestre, VTT, parcours acrobatique, golf…	1%
Mer : surf, jet ski, pêche au gros…	1%
Eaux vives : canyon, randonnée aquatique, canoë kayak…	1%
Air : parapente, survol hélicoptère, ULM, paramoteur…	0%

CULTURE / DECOUVERTE 16%

BIEN ETRE 2%

SPORTS / LOISIRS 2%

Base : Excursions réalisées à La Réunion

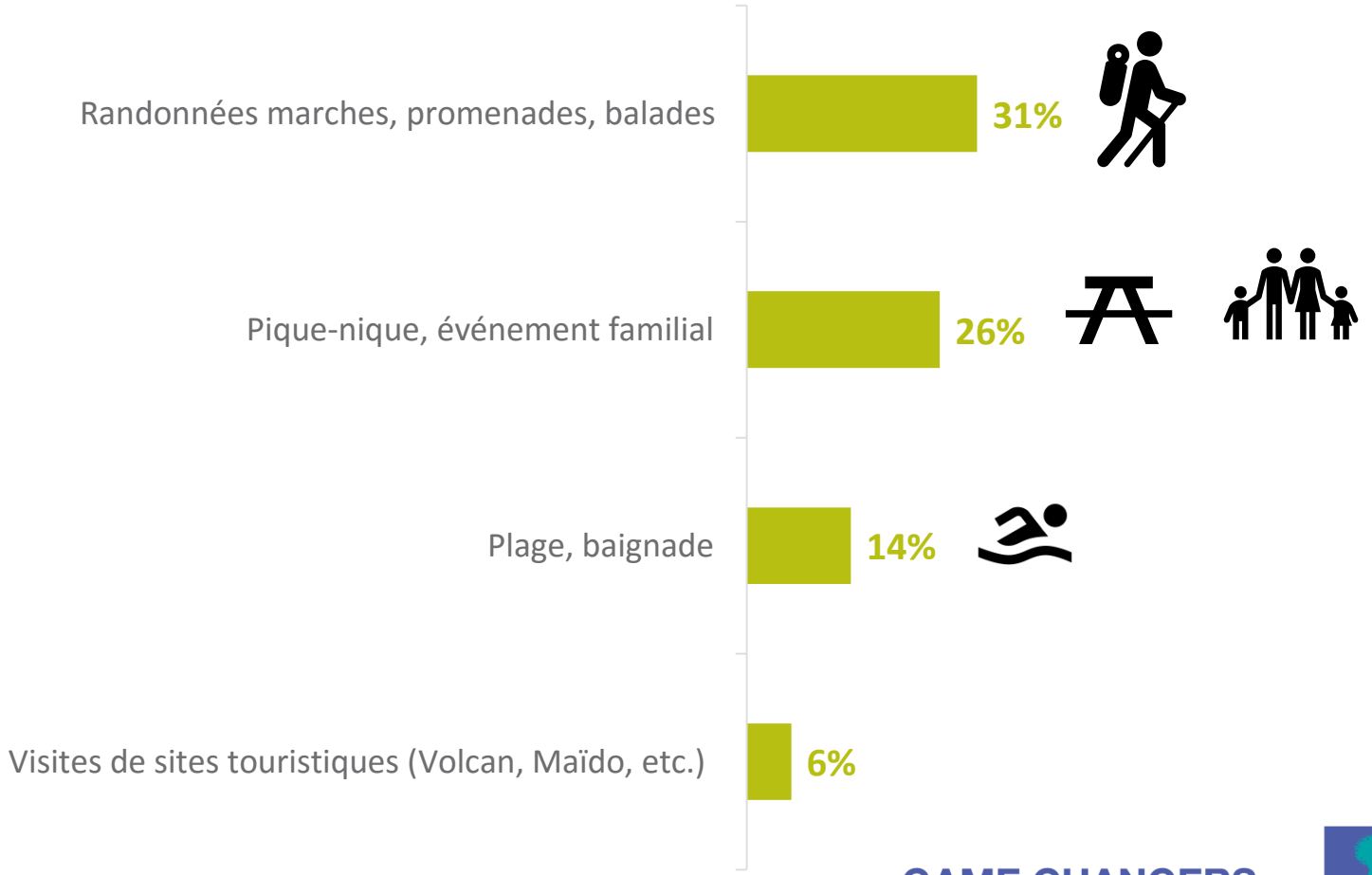
NB : les interviewés peuvent donner plusieurs réponses, la somme des activités pratiquées est donc supérieure au total « au moins une activité payante »

GAME CHANGERS

PRATIQUES D'ACTIVITÉS NON PAYANTES LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence mars-décembre 2017

- Randonnées, balades et pique-nique constituent les principales activités pratiquées lors des excursions



Base : Excursions réalisées à La Réunion

NB : les interviewés peuvent donner plusieurs réponses, la somme des activités pratiquées est donc supérieure au total « au moins une activité non payante »

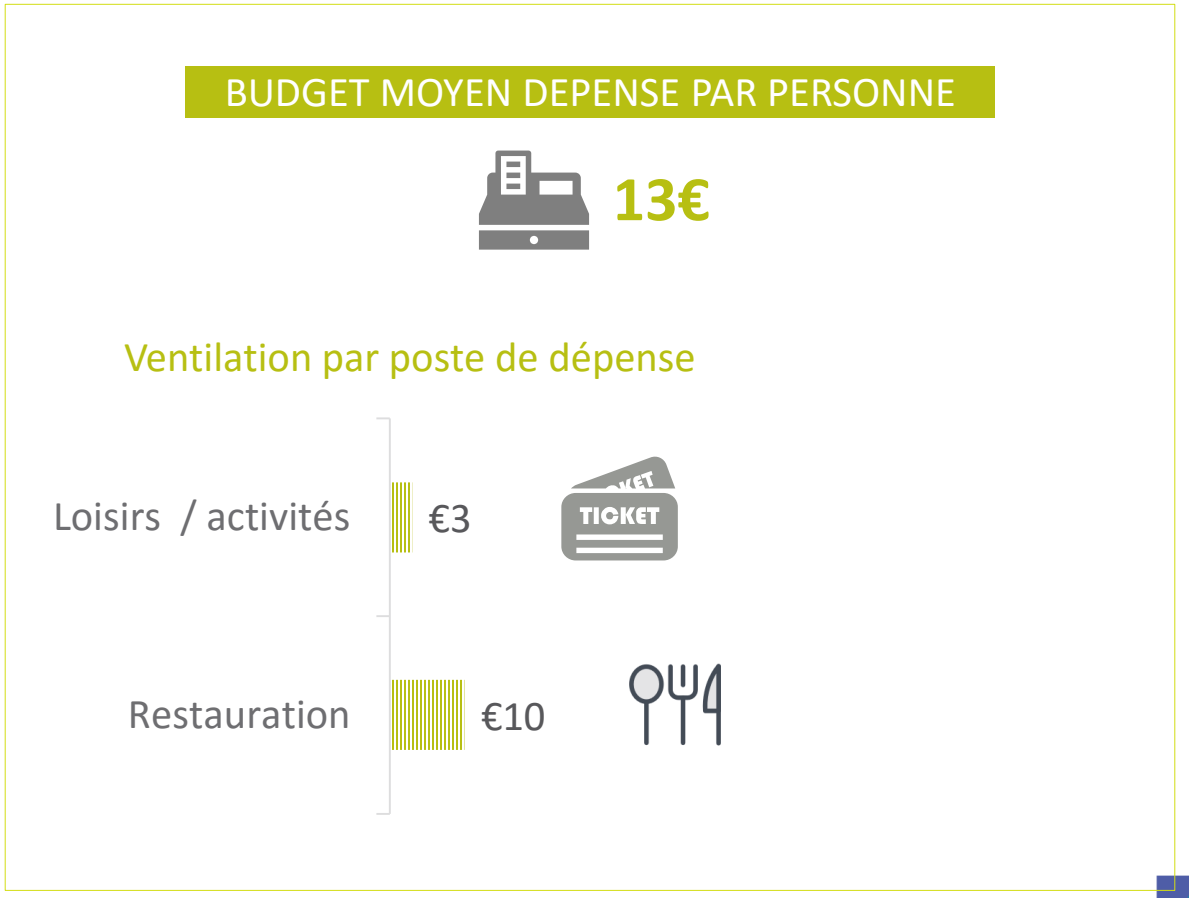
GAME CHANGERS

DÉPENSES DES EXCURSIONNISTES

Excursions hors commune de résidence mars 2017 - février 2018

- En moyenne, les excursionnistes dépensent 13€ par sortie/personne, en comptant les activités de loisirs et le repas, le cas échéant

NB : on estime en moyenne à **2,8** le nombre de personnes par excursion pur les activités payantes sur la période



GAME CHANGERS

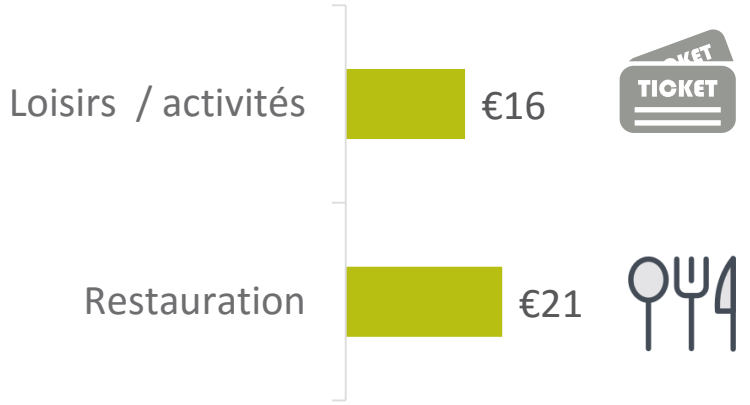
DÉPENSES DES EXCURSIONNISTES

Excursions hors commune de résidence mars 2017-février 2018

- Lorsque les excursionnistes ont alloué un budget à la restauration, le montant moyen consacré aux repas est de 21€/personne.
- 16€/personne pour des activités de loisirs pratiquées lors des excursions.

NB : on estime en moyenne à **2,8** le nombre de personnes par excursion pur les activités payantes sur la période

BUDGETS MOYENS DEPENSES PAR POSTE ET PAR PERSONNE
(en cas de dépenses sur ce poste)



GAME CHANGERS

2.2

Motifs et nombre de personnes

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion
GAME CHANGERS

MOTIF PRINCIPAL DES EXCURSIONS

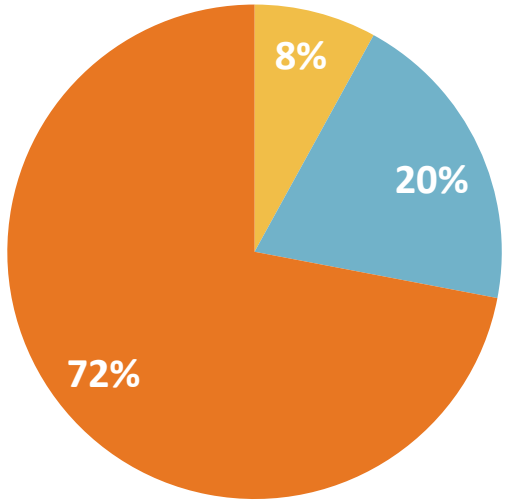
Excursions hors commune de résidence mars – décembre 2017

- Les excursions sont pour la grande majorité consacrées aux loisirs.
- 1 excursion sur 5 est l'occasion de rendre visite à des proches, participer à un événement familial
- Comme pour les séjours, les sorties culturelles ou sportives sont minoritaires

*Motif **principal** des excursions, hors motifs professionnels et santé*

Loisirs (plage, pique-nique, balade, randonnée, sport, musée, animation, restaurant, cinéma, bar, discothèque, shopping)

Evénement culturel ou sportif (concert, manifestation, festival, fête de village…)



Visite aux proches / événement familial (baptême, mariage…)

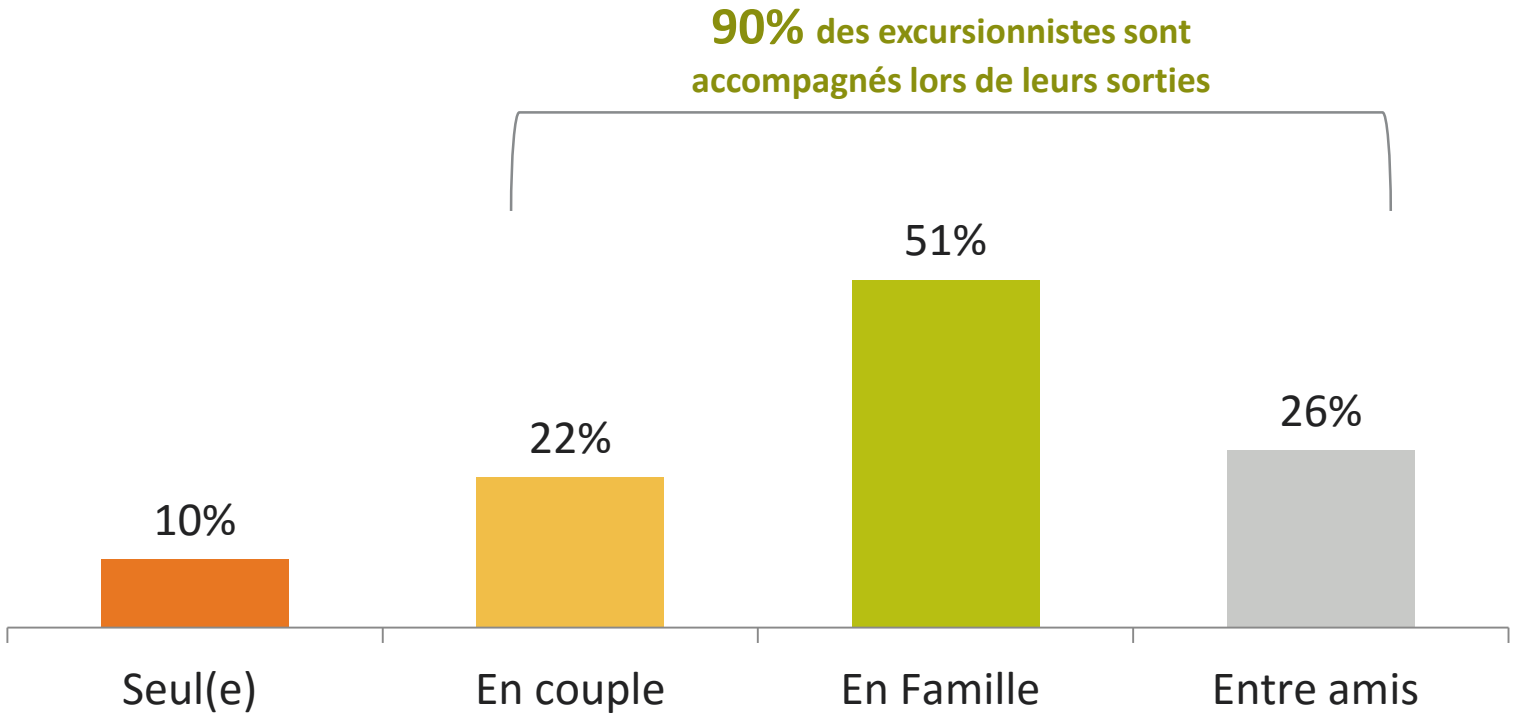
Base : Excursions réalisées à La Réunion

GAME CHANGERS

TYPOLOGIE DES GROUPES D'EXCURSIONNISTES

Excursions hors commune de résidence mars – décembre 2017

- Les excursionnistes se déplacent très rarement seuls ; 1 excursion sur 2 se fait en famille



NB : il peut y avoir plusieurs types de personnes dans le groupe (amis, famille), la somme des réponses est donc supérieure à 100%

Base : Excursions réalisées à La Réunion

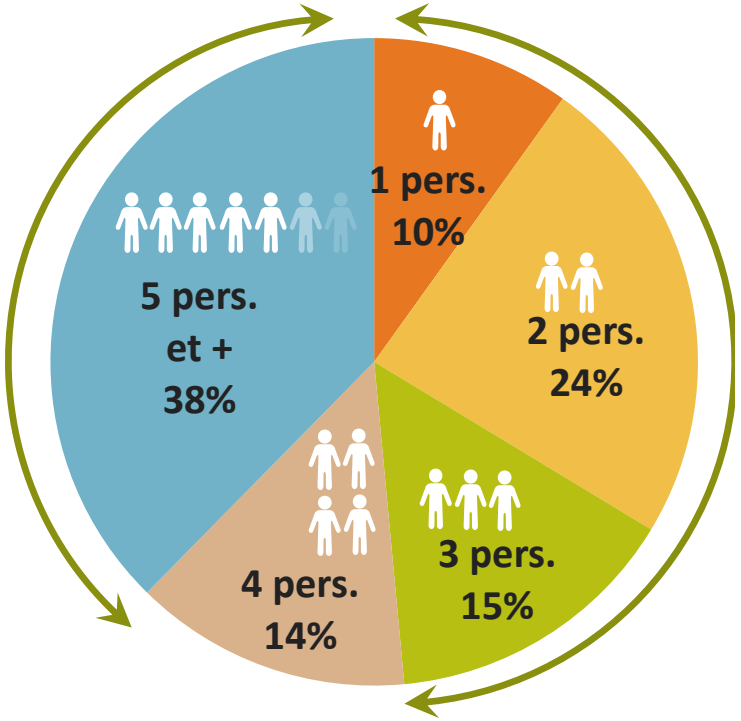
GAME CHANGERS

TAILLE DES GROUPES D'EXCURSIONNISTES

Excursions hors commune de résidence mars – décembre 2017

- Les groupes d'excursionnistes sont composés de 5,8 personnes en moyenne (adultes et enfants), mais encore une fois avec des budgets séparés!

38% de grands groupes
(5 personnes ou plus)



49% de petits groupes
(1 à 3 personnes)

Base : Excursions réalisées à La Réunion

GAME CHANGERS

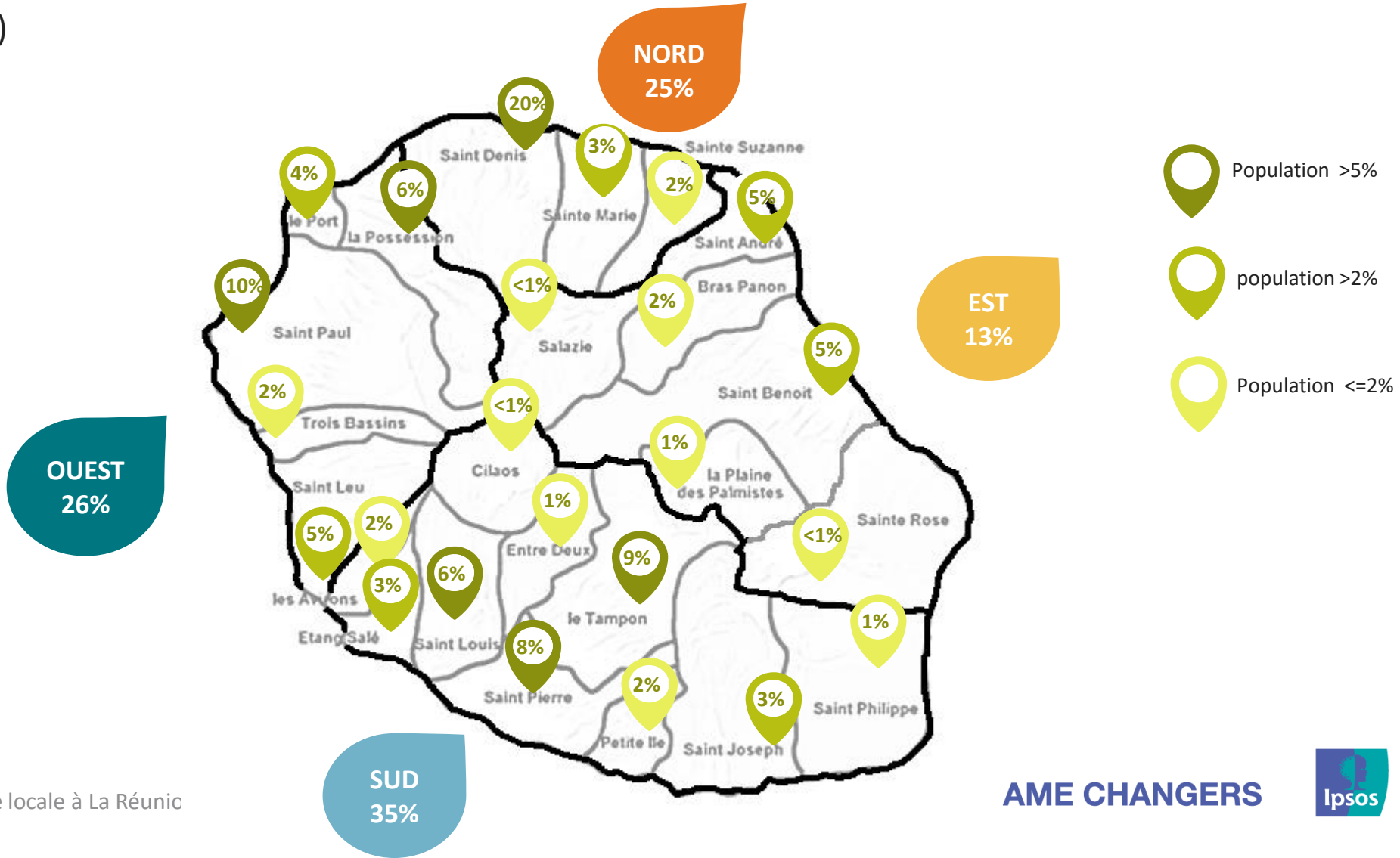
2.3
Lieux

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

ORIGINE DES EXCURSIONNISTES (selon leur commune de résidence habituelle)

Excursions hors commune de résidence mars-décembre 2017

- Les excursionnistes viennent des 4 coins de l'île (dans les mêmes proportions que la répartition de la population dans les 4 arrondissements)



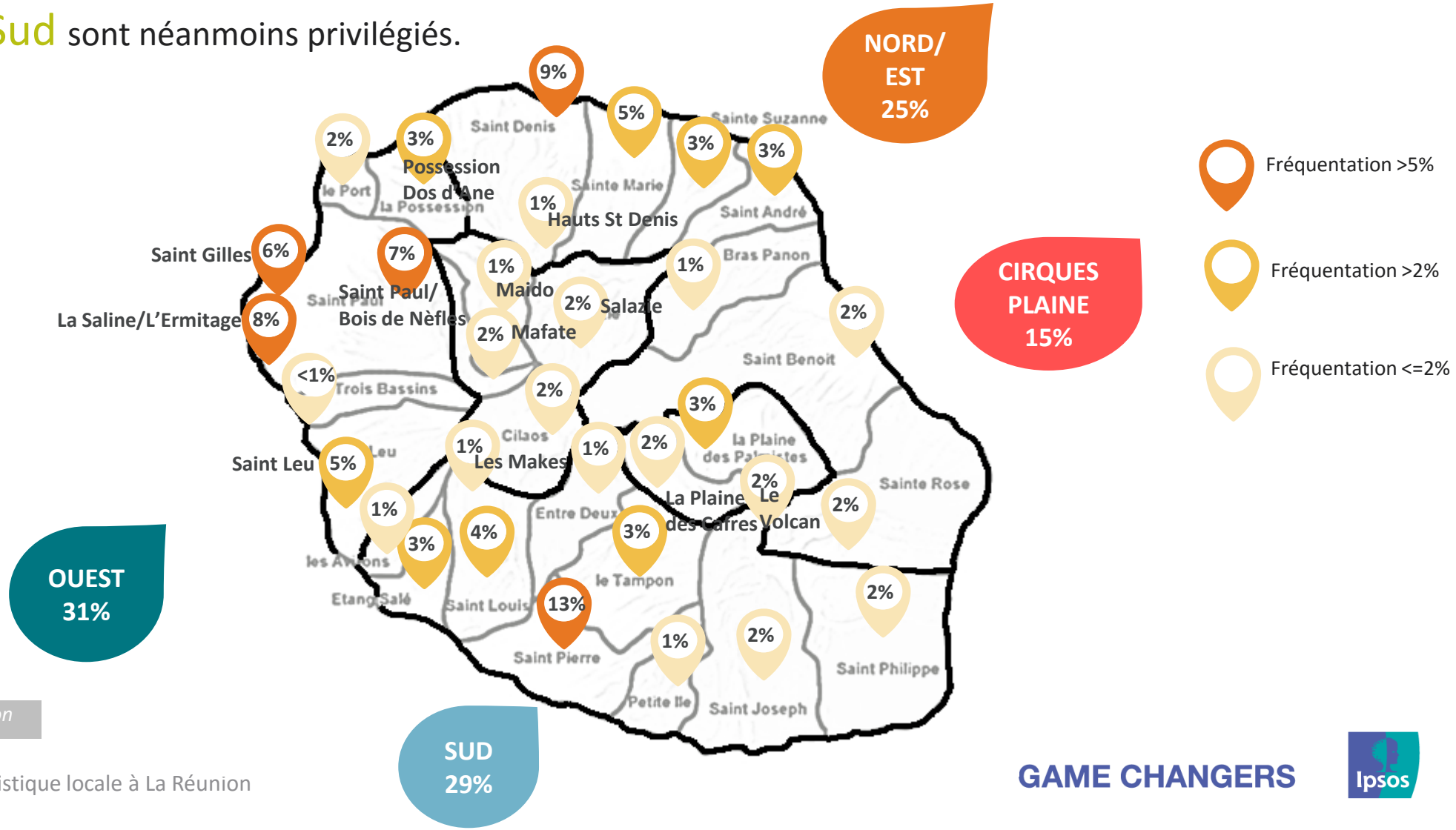
Base : Excursions réalisées à La Réunion

AME CHANGERS

DESTINATION - LIEUX D'EXCURSIONS SUR L'ILE

Excursions hors commune de résidence mars-décembre 2017

- Les lieux d'excursions sont bien plus dispersés sur le territoire que les lieux de séjours.
- Le littoral Ouest et Sud sont néanmoins privilégiés.



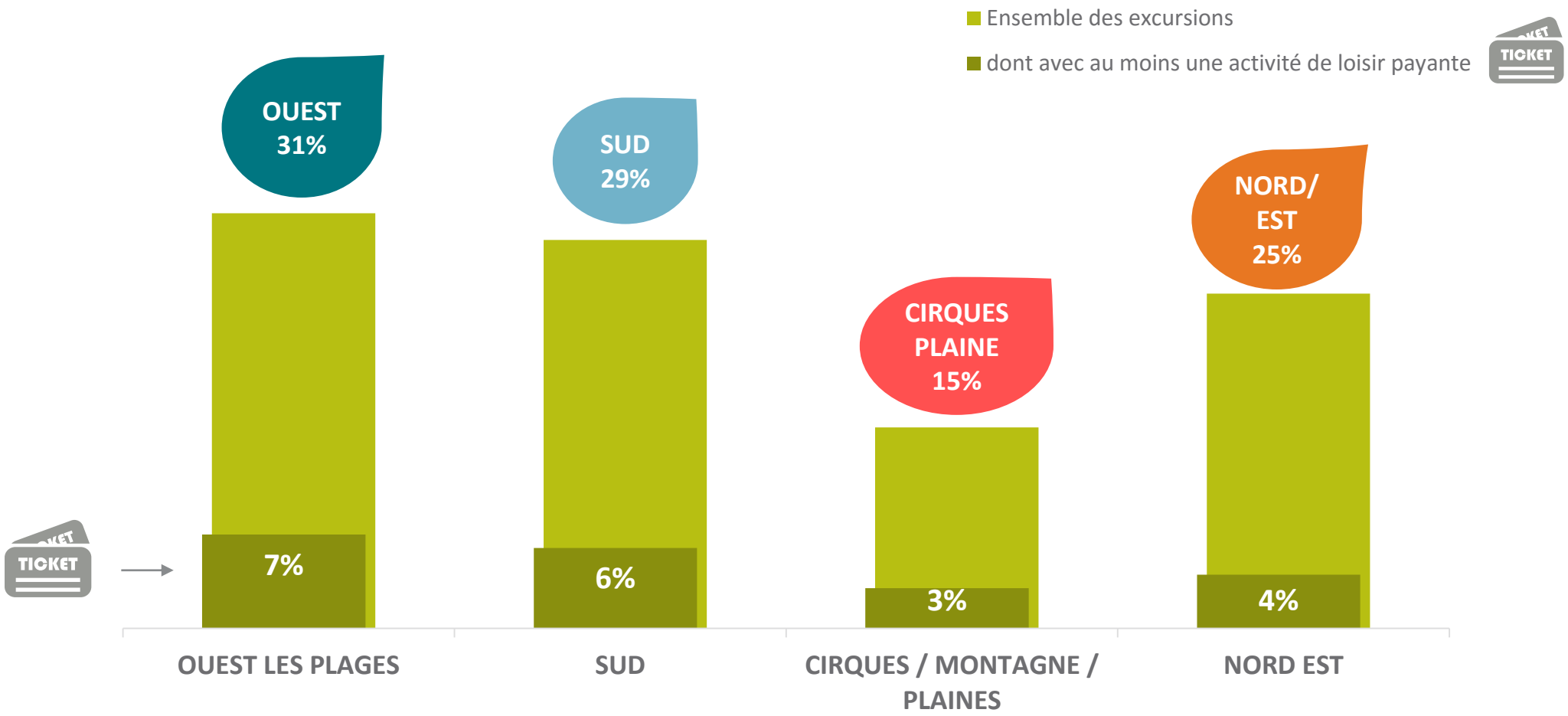
Base : Excursions réalisées à La Réunion

GAME CHANGERS

PRATIQUE D'ACTIVITÉS PAYANTES SELON LES LIEUX D'EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence mars-décembre 2017

- Parmi les excursionnistes qui se sont rendus dans l'Ouest (31%), un quart environ (7%) ont pratiqué à cette occasion une activité de loisir payante.



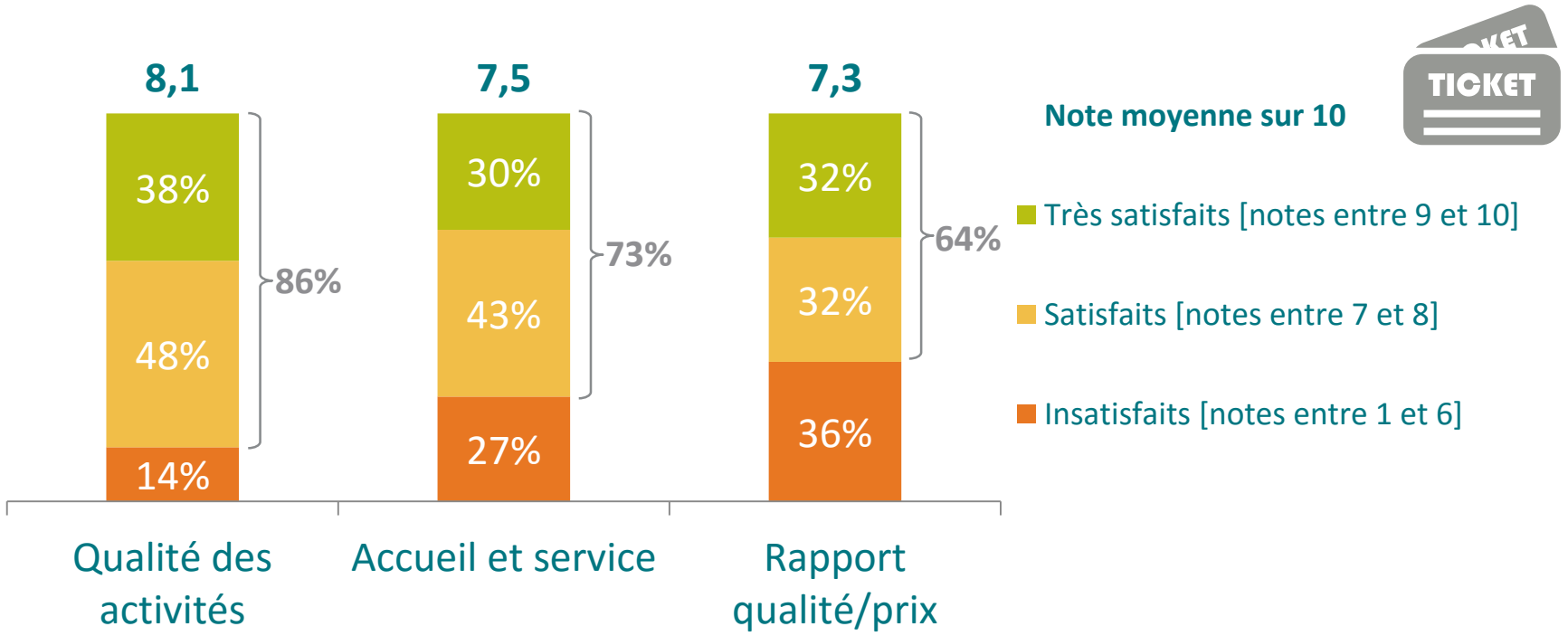
Base : Excursions réalisées à La Réunion

GAME CHANGERS

SATISFACTION CONCERNANT LES ACTIVITÉS PAYANTES PRATIQUÉES LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence mars – décembre 2017

- La qualité des activités proposées est excellente, l'accueil et service sont très satisfaisants, mais le rapport qualité-prix n'est pas toujours au rendez-vous.



Base : Activités payantes lors des excursions

GAME CHANGERS

REMARQUES SPONTANEES CONCERNANT LES ACTIVITES PRATIQUEES LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence mars – décembre 2017

- Des activités jugées intéressantes, en dépit de prix un peu élevés.

Base : Activités payantes lors des excursions

GAME CHANGERS

2.4

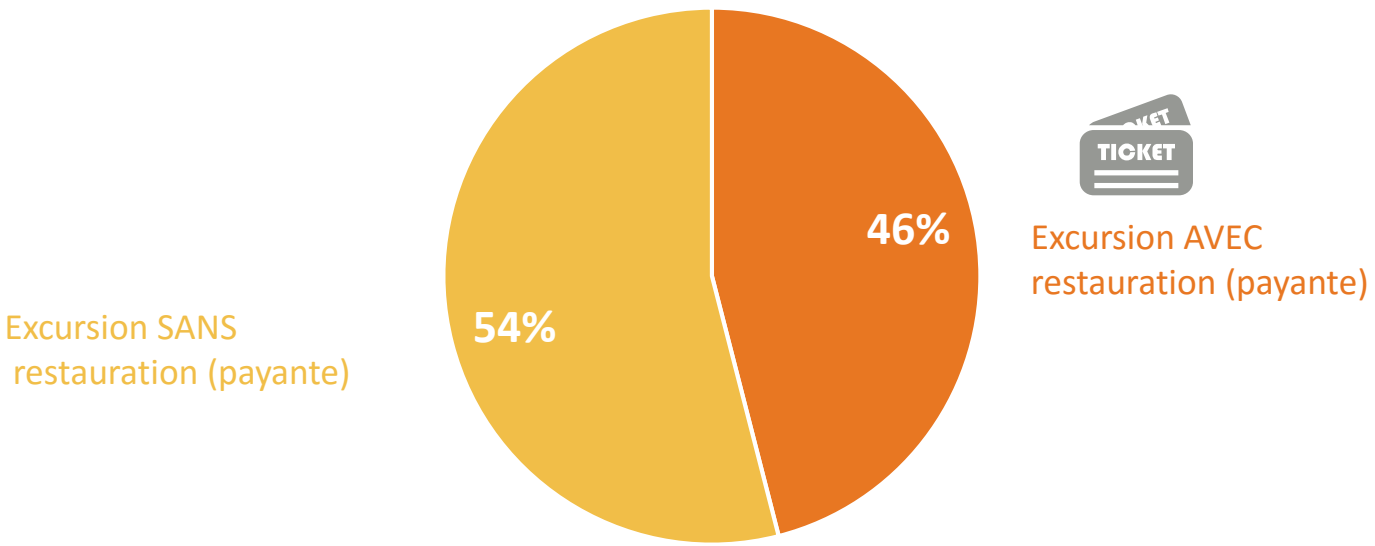
La restauration

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion
GAME CHANGERS

RESTAURATION LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence mars – décembre 2017

- 1 excursion sur 2 est accompagnée d'une restauration (payante)



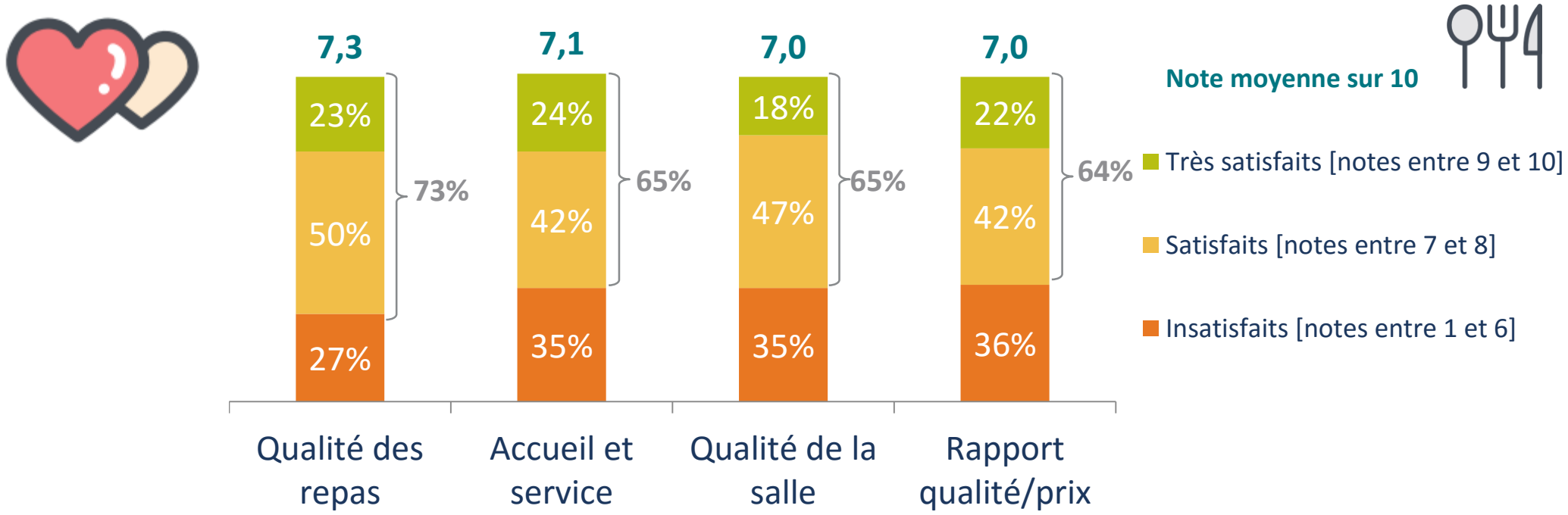
Base : Restauration payante lors des excursions

GAME CHANGERS

SATISFACTION CONCERNANT LA RESTAURATION LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence mars – décembre 2017

- Si la qualité des repas est satisfaisante, l'accueil, la qualité des salles, et encore une fois le rapport qualité-prix est à optimiser



Base : Restauration payante lors des excursions

GAME CHANGERS

REMARQUES SPONTANEES CONCERNANT LES LIEUX DE RESTAURATION LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence mars – décembre 2017

- Des prestations globalement jugées décevantes, de nombreux écueils sont à déplorer dans les lieux de restauration fréquentés par les excursionnistes.

Base : Restauration payante lors des excursions

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

GAME CHANGERS

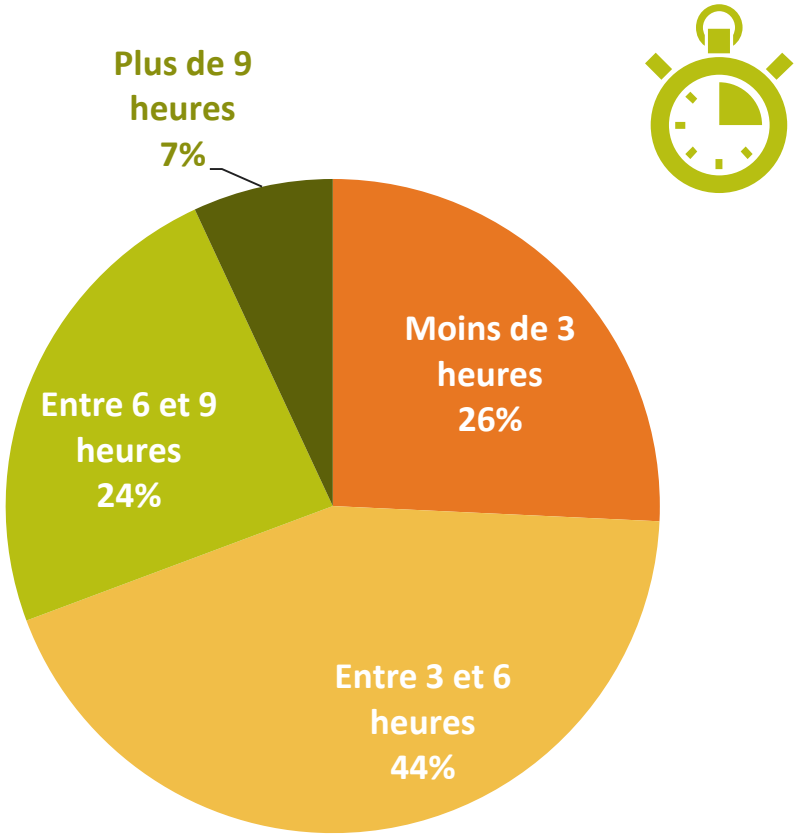
2.5
Organisation des excursions

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à La Réunion

DURÉES DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence mars – décembre 2017

- ¼ des excursions durent moins de 3 heures, un autre quart se prolonge jusque tard dans la journée.

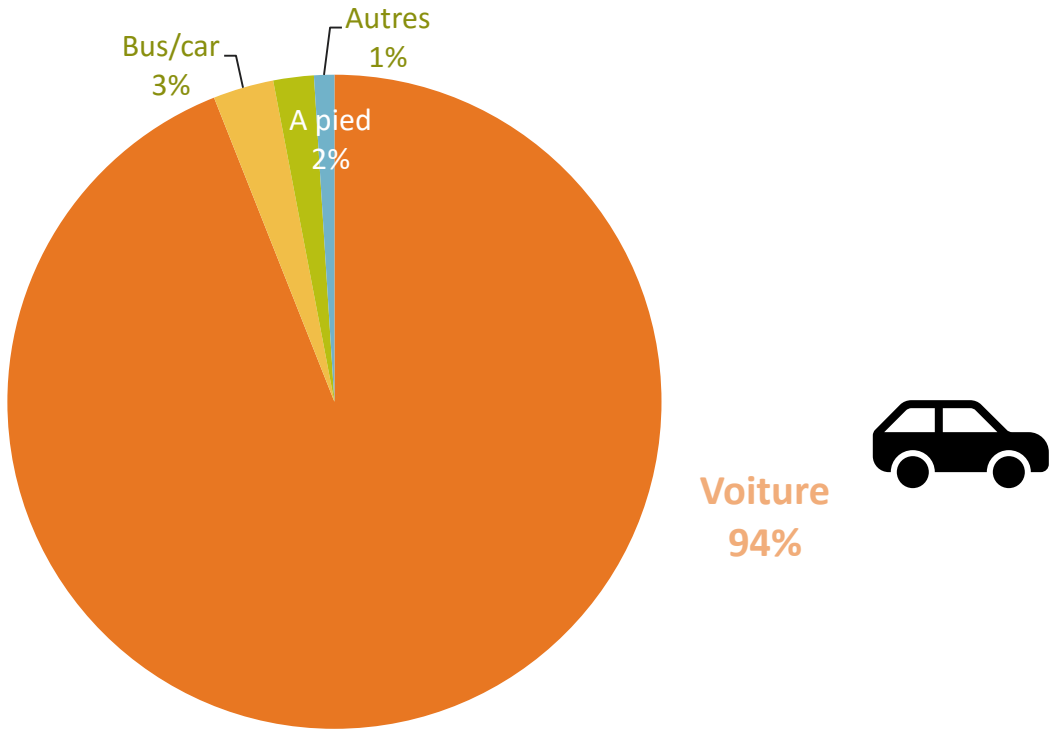


GAME CHANGERS

MODES DE TRANSPORT UTILISÉS POUR SE RENDRE EN EXCURSION

Excursions hors commune de résidence mars – décembre 2017

- Comme pour leurs séjours, les touristes locaux se rendent sur leurs lieux d'excursions en voiture.



GAME CHANGERS

3- BILAN SUR 12 MOIS GLISSANTS

GAME CHANGERS

CHIFFRES CLES DU TOURISME LOCAL

Sur la période mars 2017 à février 2018, soit 12 mois glissants, on comptabilise :

- **SEJOURS AVEC NUITEE(S)**
  - **4 440 000 séjours**
  - **4 296 000 nuitées marchandes**
  - **417M€ de recettes**
- **EXCURSIONS HORS COMMUNE DE RESIDENCE**
  - **21 840 000 excursions dont :**
    - **4 150 000 avec activité payante**
    - **284M€ de recettes**

>> Chiffre d'affaires total généré par le tourisme local en 1 an : 701M€ <<

©Ipsos – Suivi de la demande touristique locale à la Réunion- 2017

SYNTHESE SÉJOURS AVEC NUITÉE(S)

Séjours avec nuitées – de mars 2017 à février 2018

- Chaque mois 142 000 Réunionnais séjournent en dehors de leur domicile à la Réunion (23% des 18 ans et plus).

- On comptabilise au total 370 000 séjours en moyenne chaque mois.
- Près d'1 séjour sur 2 se fait en effet en hébergement gratuit, chez la famille les amis.

- Au final le tourisme local génère chaque mois environ 358 000 nuitées marchandes, avec une moyenne de 2,1 nuitées par séjour.

- Le budget moyen est de 94€ /personne par séjour (hébergement, restauration et activités comprises) ce qui représente des recettes estimées à environ 417M€ sur 12 mois*.

** 370 000 séjours x 94€ x 12 mois*

GAME CHANGERS Ipsos

SYNTHÈSE EXCURSIONS HORS COMMUNE DE RÉSIDENCE

Excursions hors commune de résidence – de mars 2017 à février 2018

- Chaque mois en moyenne, 326 000 Réunionnais effectuent au moins une excursion sur l'île (54% des 18 ans et plus).

- A raison de 5,6 sorties mensuelles par excursionniste, cela représente en moyenne, environ 1 820 000 excursions réalisées chaque mois

- Les excursions se font le plus souvent pour motifs de loisirs mais 1 excursion sur 5 est l'occasion de rendre visite à des proches, participer à un événement familial

- 1 excursion sur 5 occasionne une activité payante

- La dépense moyenne est de 13€ / personne par excursion (activité et restauration comprise), soit des recettes estimées à environ 284M€ sur 12 mois*.

**1 820 000 excursions x 13€ x 12 mois*

GAME CHANGERS Ipsos

4-ANNEXES

ÎLE DE LA RÉUNION TOURISME

GAME CHANGERS

Ipsos

FICHE TECHNIQUE

Méthodologie étude CATI

ÉCHANTILLON

- Réunionnais de 18 ans et plus
- Sous-échantillon extrait d'un échantillon représentatif des 15 ans et +, en termes de sexe, âge, PCS, commune de résidence

RECUEIL

- Questions insérées dans notre Tracking **téléphonique réalisé en continu** hors jours fériés.
- Le tracking est une enquête en multi-souscription
- Les enquêtes ont lieu de 17h à 20h en semaine et de 11h à 19h le samedi.
- Les interviews sont réalisées par une équipe de **5 enquêteurs dédiés,** encadrés par un superviseur.
- Ces enquêteurs sont employés en **CDI localement** et régulièrement formés, pour garantir une qualité constante dans le recueil des informations.
- Les enquêteurs parlent couramment **créole.**

PÉRIODE D'ENQUÊTE

- Interviews réalisées du 17 avril 2017 au 27 mars 2018
- Période observée = mars 2017 à février 2018 (m-1)

TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Redressement des données sur les objectifs de quotas par jour nommé, selon les dernières données du recensement INSEE.

Questionnaire

Qst cadrage

FICHE TECHNIQUE

Étude CAWI

ÉCHANTILLON

- **CIBLE SEJOURS :** Réunionnais de 18 ans et + ayant réalisé au moins un séjour à La Réunion le mois précédent l'interview
- **CIBLE EXCURSIONS :** Réunionnais de 18 ans et + ayant réalisé au moins une excursion à La Réunion (sortie à la journée, en dehors de sa commune le mois précédent l'interview, hors motif de santé ou motif professionnel)

RECUEIL

- Recueil on line par vagues d'enquêtes mensuelles
- Mise en place d'un système de récompense par tirage au sort parmi les participants

Questionnaire

Document
rosoft Word 97 - 2

PÉRIODE D'ENQUÊTE

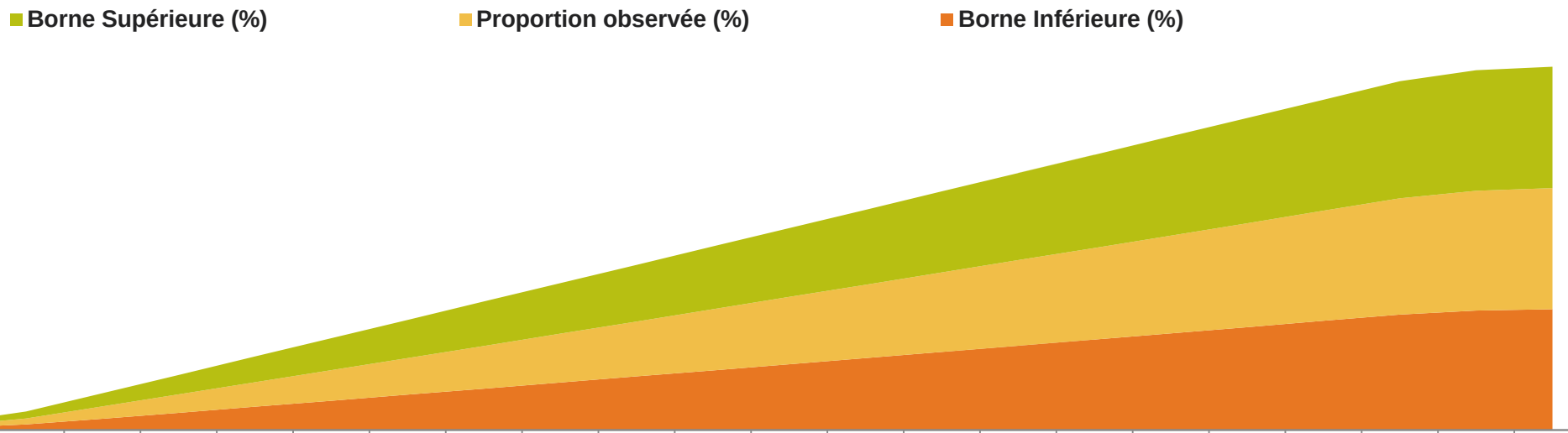
- Interviews réalisées de mai 2017 à mars 2018, par vagues mensuelles
- Période observée = avril 2017 à février 2018 (m-1)

TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Redressement des données sur le profil des touristes locaux, selon les données issues de l'étude cadrage (sexe, âge, PCS, commune de résidence)

Feuille de calcul

- **En l'occurrence s'agissant de cette étude :**
  - Intervalle de confiance : **95%**
  - Taille d'échantillon : **5 300**
- **Les proportions observées sont comprises entre :**

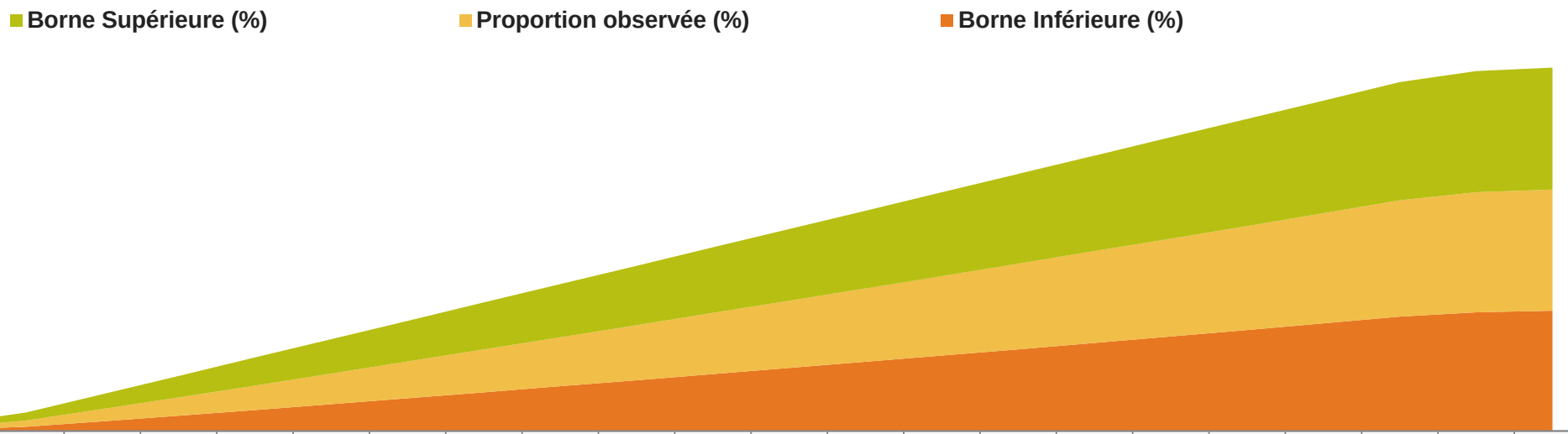


	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,3%	2,4%	5,6%	10,8%	16,0%	21,1%	26,2%	31,2%	36,3%	41,3%	46,3%	51,3%	56,3%	61,3%	66,3%	71,2%	76,2%	81,1%	86,0%	90,8%	95,6%	98,4%	99,3%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,7%	1,6%	4,4%	9,2%	14,0%	18,9%	23,8%	28,8%	33,7%	38,7%	43,7%	48,7%	53,7%	58,7%	63,7%	68,8%	73,8%	78,9%	84,0%	89,2%	94,4%	97,6%	98,7%

©Ipsos – IRT suivi de la demande touristique locale
GAME CHANGERS

Feuille de calcul

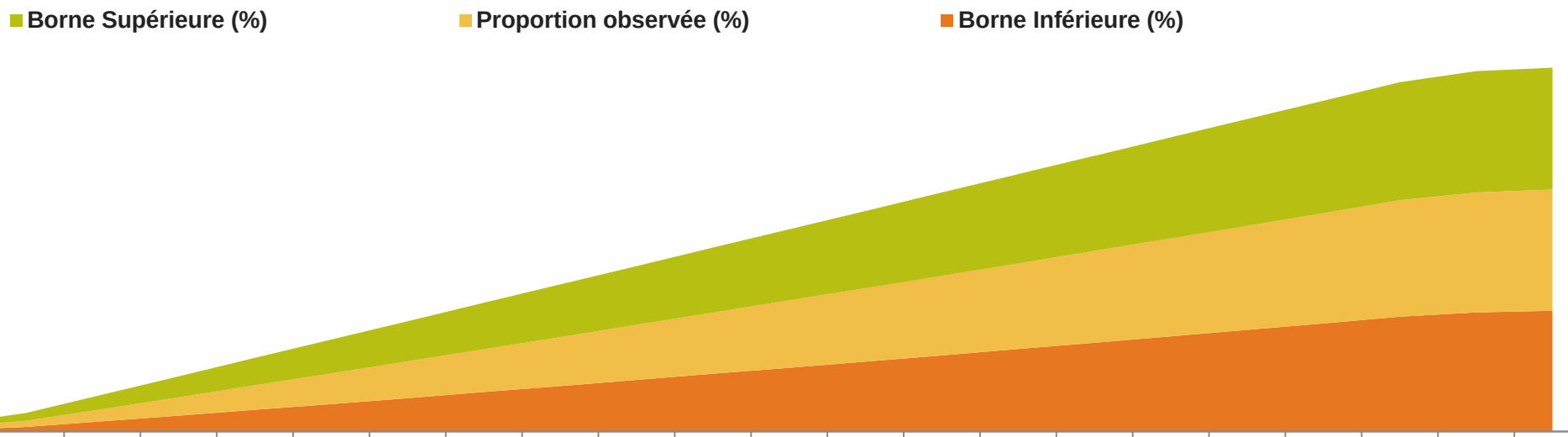
- **En l'occurrence s'agissant de cette étude :**
  - Intervalle de confiance : **95%**
  - Taille d'échantillon : **750**
- **Les proportions observées sont comprises entre :**



	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,7%	3,0%	6,6%	12,1%	17,6%	22,9%	28,1%	33,3%	38,4%	43,5%	48,6%	53,6%	58,6%	63,5%	68,4%	73,3%	78,1%	82,9%	87,6%	92,1%	96,6%	99,0%	99,7%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,3%	1,0%	3,4%	7,9%	12,4%	17,1%	21,9%	26,7%	31,6%	36,5%	41,4%	46,4%	51,4%	56,5%	61,6%	66,7%	71,9%	77,1%	82,4%	87,9%	93,4%	97,0%	98,3%

Feuille de calcul

- **En l'occurrence s'agissant de cette étude :**
  - Intervalle de confiance : **95%**
  - Taille d'échantillon **: 1040**
- **Les proportions observées sont comprises entre :**



	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Supérieure (%)	1,6%	2,9%	6,3%	11,8%	17,2%	22,4%	27,6%	32,8%	37,9%	43,0%	48,0%	53,0%	58,0%	63,0%	67,9%	72,8%	77,6%	82,4%	87,2%	91,8%	96,3%	98,9%	99,6%
Proportion observée (%)	1%	2%	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	98%	99%
Borne Inférieure (%)	0,4%	1,1%	3,7%	8,2%	12,8%	17,6%	22,4%	27,2%	32,1%	37,0%	42,0%	47,0%	52,0%	57,0%	62,1%	67,2%	72,4%	77,6%	82,8%	88,2%	93,7%	97,1%	98,4%

FICHE TECHNIQUE

Organisation

LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS OCÉAN INDIEN

- Design et méthodologie
- Élaboration du questionnaire
- Coordination de la codification et validation du plan de codes
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Élaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Présentation orale
- Analyses et synthèse

LES ACTIVITÉS CONFIÉES À NOS PRESTATAIRES RÉFÉRENCÉS

- Collecte des données

Ce document a été rédigé selon les standards Qualité d'Ipsos France.
Il a été relu et validé par : Erika Vanrietvelde, Directrice d'études Ipsos Océan Indien

GAME CHANGERS

NOS ENGAGEMENTS :

Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

☑ Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **Mar**ket Research,

☑ A ce titre, Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

☑ Ipsos France s'engage à respecter l'article 29 de la Loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 modifiée en 2004 et les recommandations de la **CNIL**. A ce titre, Ipsos a nommé un Correspondant Informatique et Libertés.

☑ Ipsos Océan Indien est certifiée **ISO 9001 : version 2008 et ISO 20252 : version 2012**. A ce titre, la durée de conservation des documents et données relatifs à l'étude sont , à moins d'un engagement contractuel spécifique , et à partir de la date d'achèvement du contrat :

- de 12 mois pour les données primaires (données sources d'enquête)
- de 24 mois pour les données secondaires (autres documents relatifs à l 'étude)

☑ Ce document est élaboré dans le respect de ces normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.

☑ Cette étude a été réalisée dans le respect de ces normes internationales

GAME CHANGERS

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 87 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

© 2017 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.
This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

GAME CHANGERS

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.
Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.
Nous sommes des Game Changers.

RETROUVEZ-NOUS

www.ipsos.fr

facebook.com/ipsos.fr

vimeo.com/ipsos

@IpsosFrance

GAME CHANGERS