

Suivi de la clientèle locale

Principaux résultats -1T-4T 2018

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

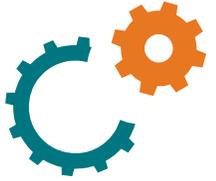
Par Nolwenn de Bleeckere Armelle Garnier

Version du 29/03/2019

Sommaire



PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE.....	3
<i>Objectifs et méthodologie.....</i>	<i>3</i>
<i>Définitions.....</i>	<i>4</i>
SÉJOURS AVEC NUITÉE(S).....	5
1.1 <i>Les volumes et budgets.....</i>	<i>6</i>
1.2 <i>Motifs et nombre de personnes.....</i>	<i>13</i>
1.3 <i>Lieux et types d'hébergement, activités.....</i>	<i>17</i>
1.4 <i>La restauration et les activités.....</i>	<i>29</i>
1.5 <i>Organisation du séjour.....</i>	<i>35</i>
1.6 <i>Optimisations.....</i>	<i>37</i>
EXCURSIONS.....	40
2.1 <i>Les volumes et budgets.....</i>	<i>41</i>
2.2 <i>Motifs et nombre de personnes.....</i>	<i>47</i>
2.3 <i>Lieux d'excursions et activités.....</i>	<i>51</i>
2.4 <i>La restauration.....</i>	<i>61</i>
2.5 <i>Organisation des excursions.....</i>	<i>64</i>
2.6 <i>Optimisations.....</i>	<i>66</i>
BILAN ANNUEL.....	69
ANNEXES.....	71



① Estimation du volume de séjours et d'excursions



② Description des séjours et excursions



③ Estimation des recettes générées par la clientèle locale



Mode d'interrogation mixte **téléphone/online**

Période observée : **janvier à décembre 2018 (soit 12 mois cumulés)**

Echantillons :

- **6 438** Réunionnais de 18 ans et plus interrogés par téléphone pour évaluer les volumes de séjours et excursions.
- **901** Réunionnais interrogés online pour décrire leurs **SÉJOURS**
- **1 104** Réunionnais interrogés online pour décrire leurs **EXCURSIONS**

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...



1-SÉJOURS AVEC NUITÉE(S)





1.1

Volumes et budgets



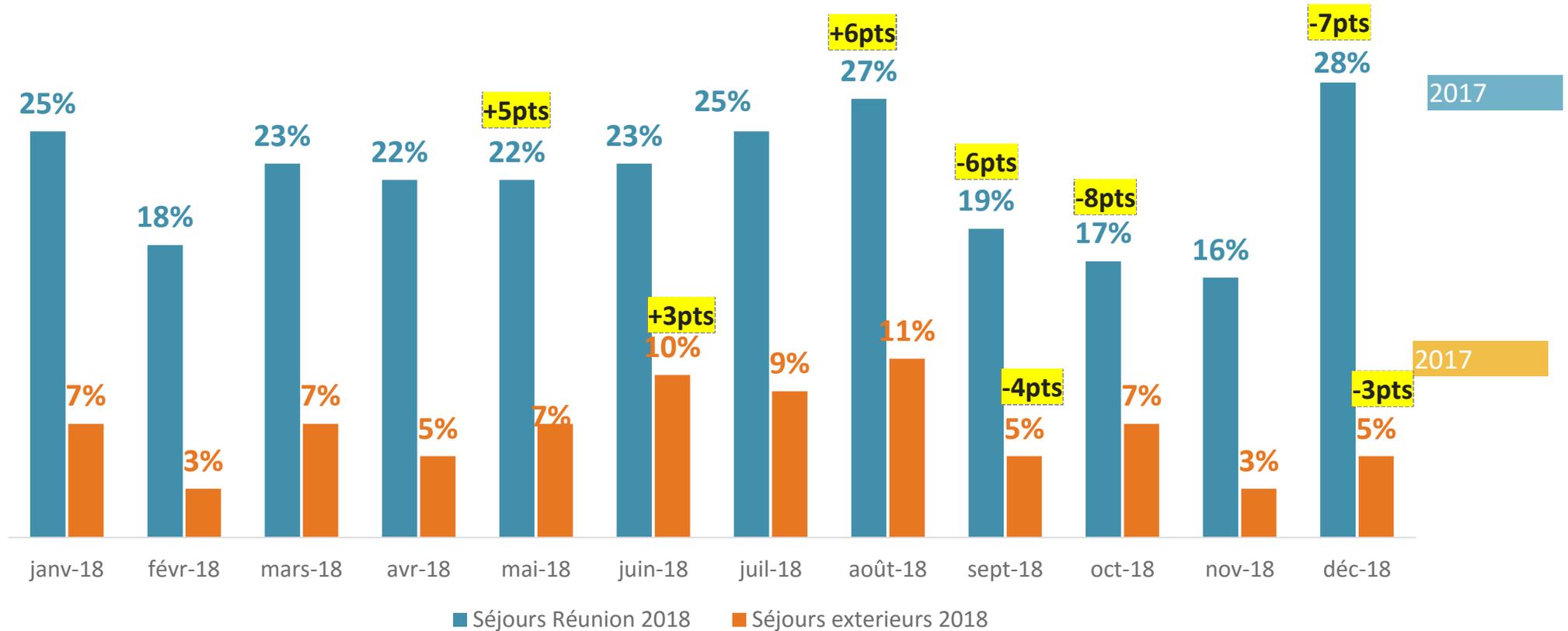
TAUX DE TOURISTES LOCAUX EN SÉJOURS

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- Chaque mois en moyenne sur la période observée, **22%** des Réunionnais de 18 ans et plus ont effectué au moins un séjour à La Réunion¹, avec un repli notable au 4ème trimestre en octobre et décembre.

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

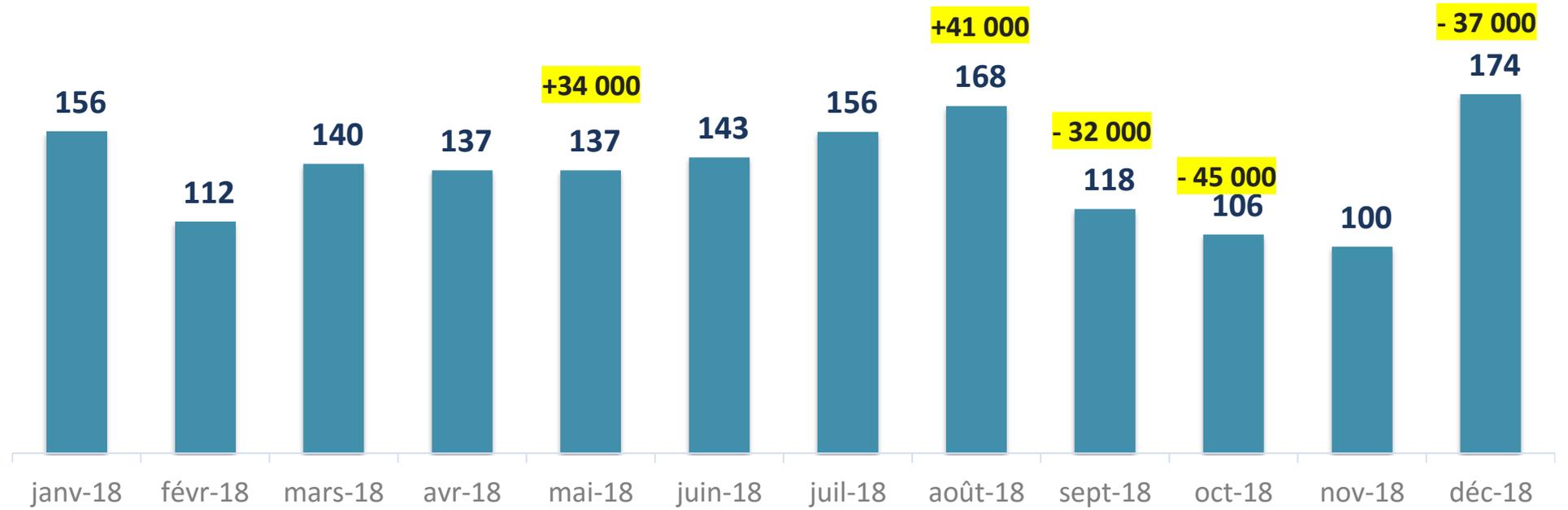
NOMBRE DE TOURISTES LOCAUX

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- Chaque mois en moyenne sur la période observée, environ 137 000 Réunionnais de 18 ans et plus ont effectué un séjour sur l'île, avec un pic pendant les « grandes vacances » et notamment en août et décembre.

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



* en milliers

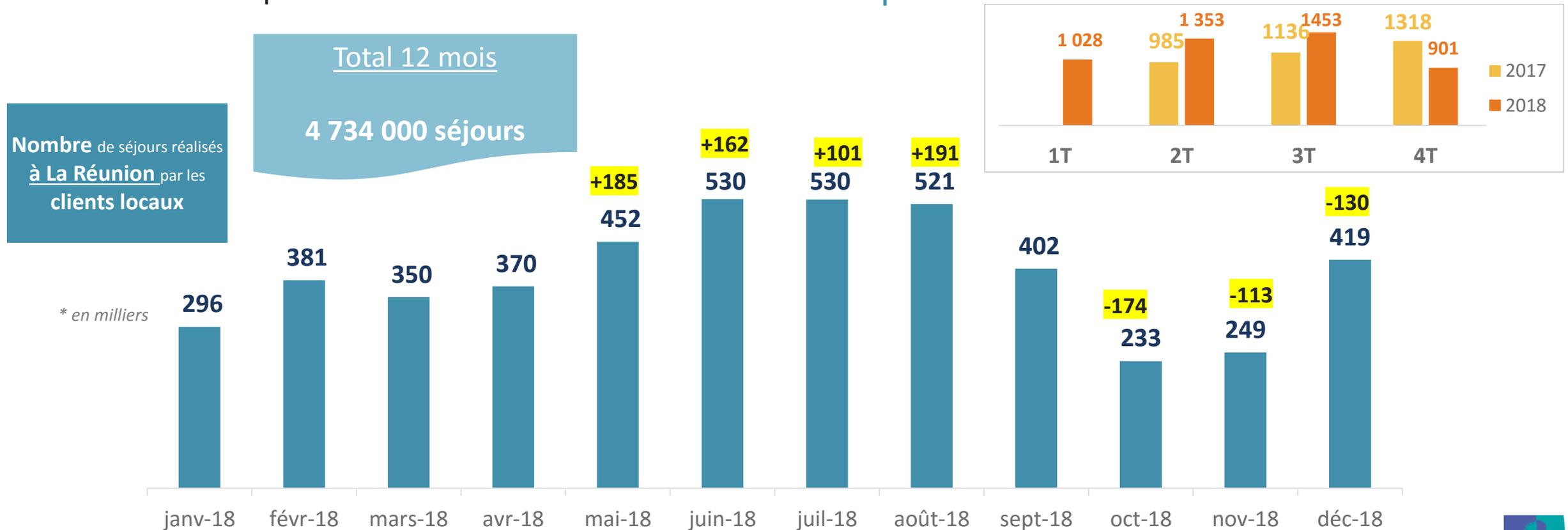
Évolution vs 2017

NOMBRE DE SÉJOURS SUR L'ÎLE

Base : Séjours réalisés à La Réunion

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- Cela représente l'équivalent de **395 000 séjours** réalisés **chaque mois** tous motifs confondus, par la clientèle locale, avec un volume important de juin à août et un « effet Gilets Jaunes » (-31%) en fin d'année. Sur la période 2T-4T le volume reste néanmoins **supérieur de 8% à 2017**

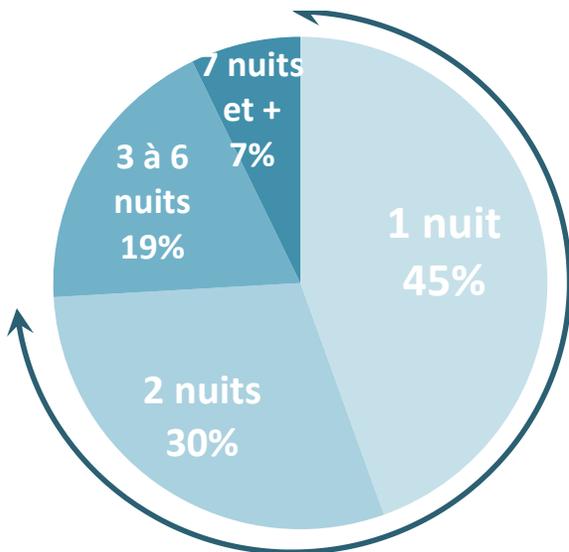


ESTIMATION DU NOMBRE DE NUITÉES MARCHANDES SUR L'ÎLE

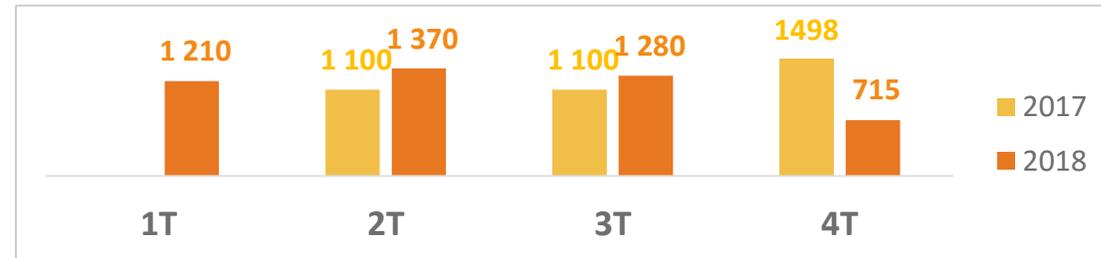
Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

Base : Séjours réalisés à La Réunion

- 40% des séjours des clients locaux ont été réalisés en hébergement marchand, avec 2,5 nuits passées en moyenne, soit l'équivalent (hors saisonnalité mensuelle) d'environ 382 000 nuitées marchandes chaque mois sur l'île sur la période. Au 4^{ème} trimestre le volume de nuitées est plus de 2 fois inférieur à celui de 2017, et en retrait de 9% sur la période 2T-4T.



75%
de séjours très courts



Total 12 mois

4 575 000 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

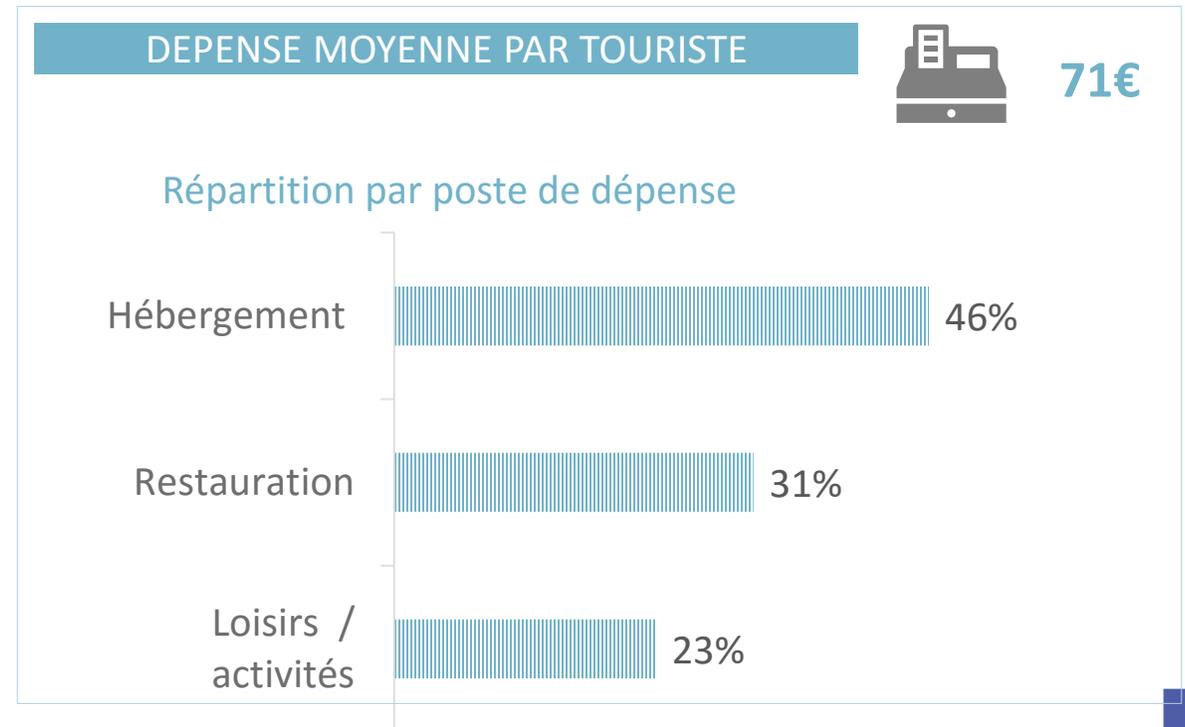
Base : Séjours réalisés à La Réunion

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

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- En moyenne, tous postes de dépenses confondus, les résidents réunionnais ont dépensé sur la période environ **71€ / personne pour leur séjour (soit l'équivalent de 174 € / ménage)**
- **L'hébergement** demeure le **premier poste de dépense**, suivi de la restauration et des loisirs payants

Soit un coût moyen par ménage de 174€



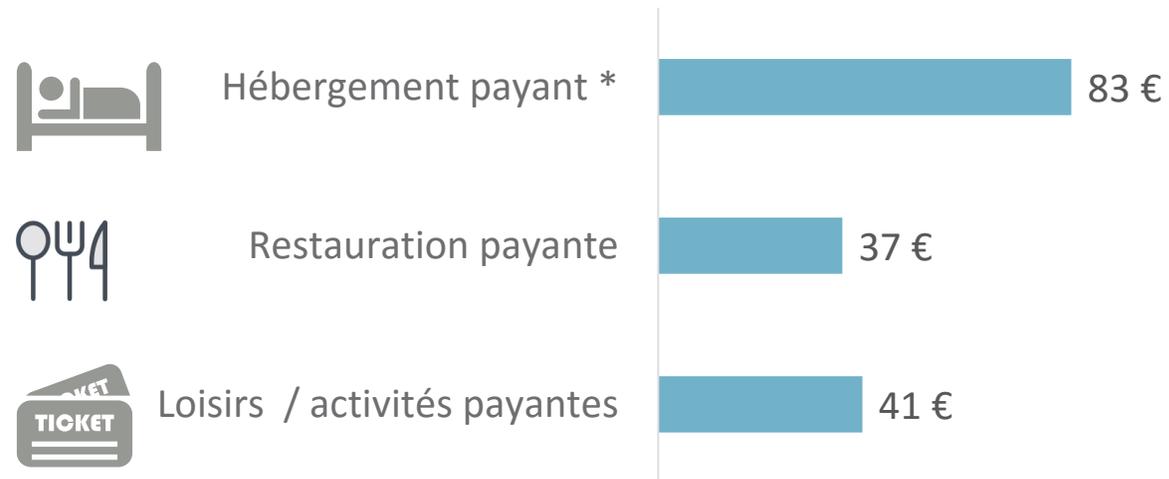
DÉPENSES DES TOURISTES LOCAUX LORS DE LEURS SÉJOURS SUR L'ÎLE

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- Le cout moyen par personne est de 37€ pour les repas du séjour, 41€ pour les loisirs payants, et 83€ pour un hébergement marchand.

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

NB : on estime en moyenne à **3,0** le nombre de personnes par séjour **en hébergement payant** sur la période



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



1.2

Motifs et nombre de personnes

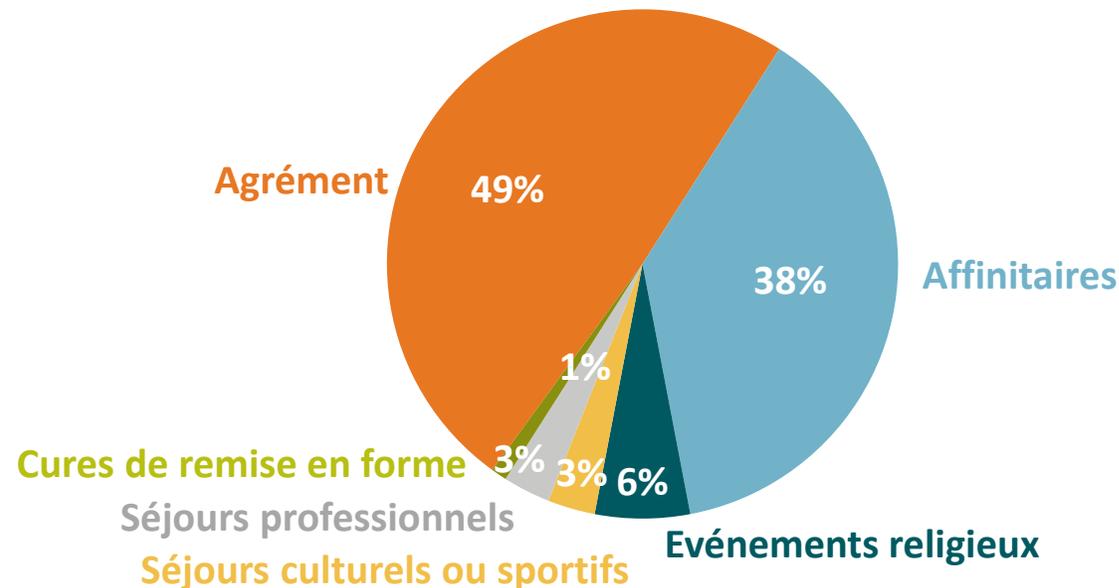


MOTIVATION PRINCIPALE DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- Les séjours se font très majoritairement à titre personnel
- 1 sur 2 est réalisé dans le cadre de loisirs/vacances ; un peu plus d'1 sur 3 pour rendre visite à des proches
- On dénombre très peu de séjours culturels ou sportifs

Motif principal des séjours



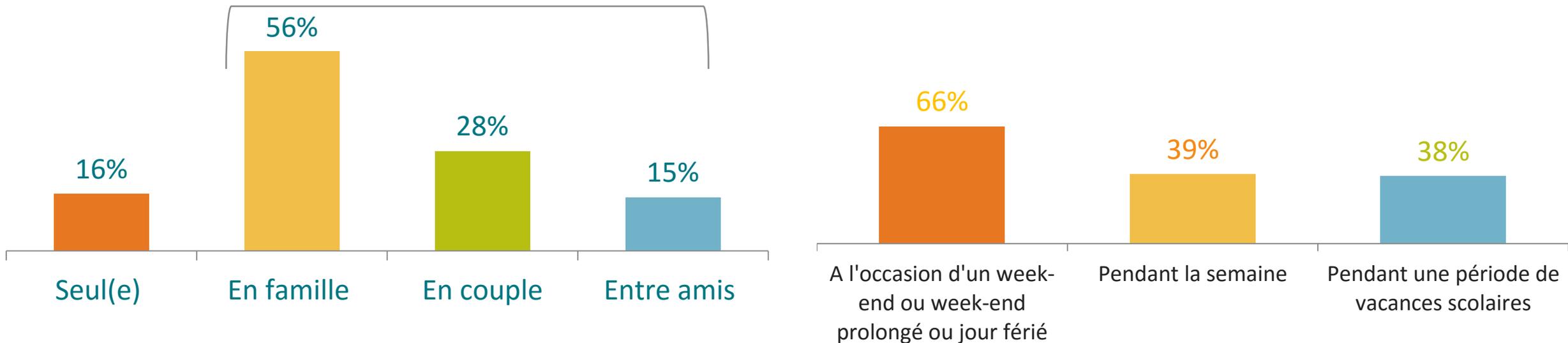
Base : Séjours réalisés à La Réunion

TYPOLOGIE DES GROUPES EN SÉJOUR

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- Plus d'1 séjour sur 2 se fait en famille, environ 1 sur 4 en couple, 1 sur 6 entre amis
- Une grande majorité des séjours ont lieu en période de vacances scolaires ou week-ends

84% des touristes sont accompagnés
lors de leurs séjours



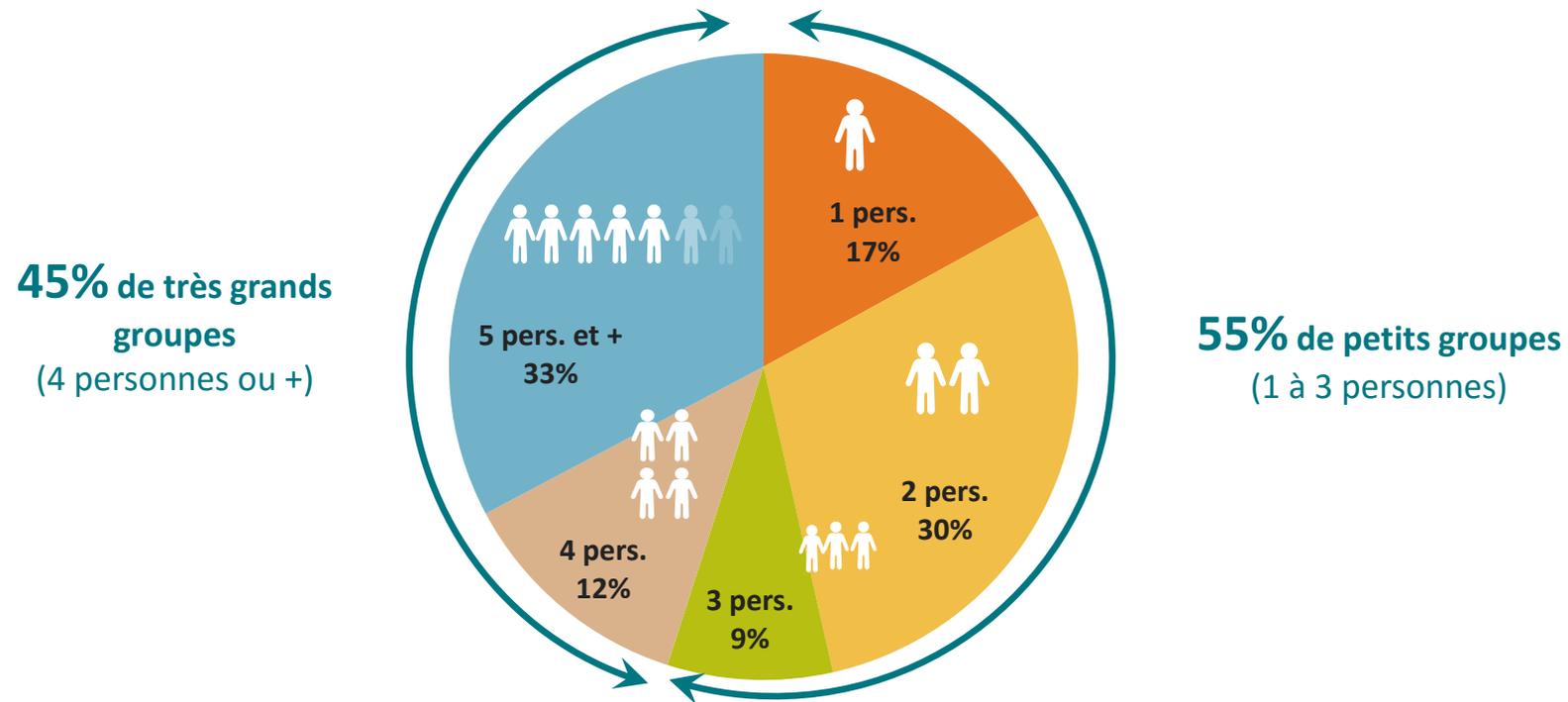
NB : il peut y avoir plusieurs types de personnes dans le groupe (amis, famille), la somme des réponses est donc supérieure à 100%

Base : Séjours réalisés à La Réunion

TAILLE DES GROUPES EN SÉJOUR

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- Les groupes sont composés de **5 personnes en moyenne** (adultes + enfants)



Base : Séjours réalisés à La Réunion



1.3

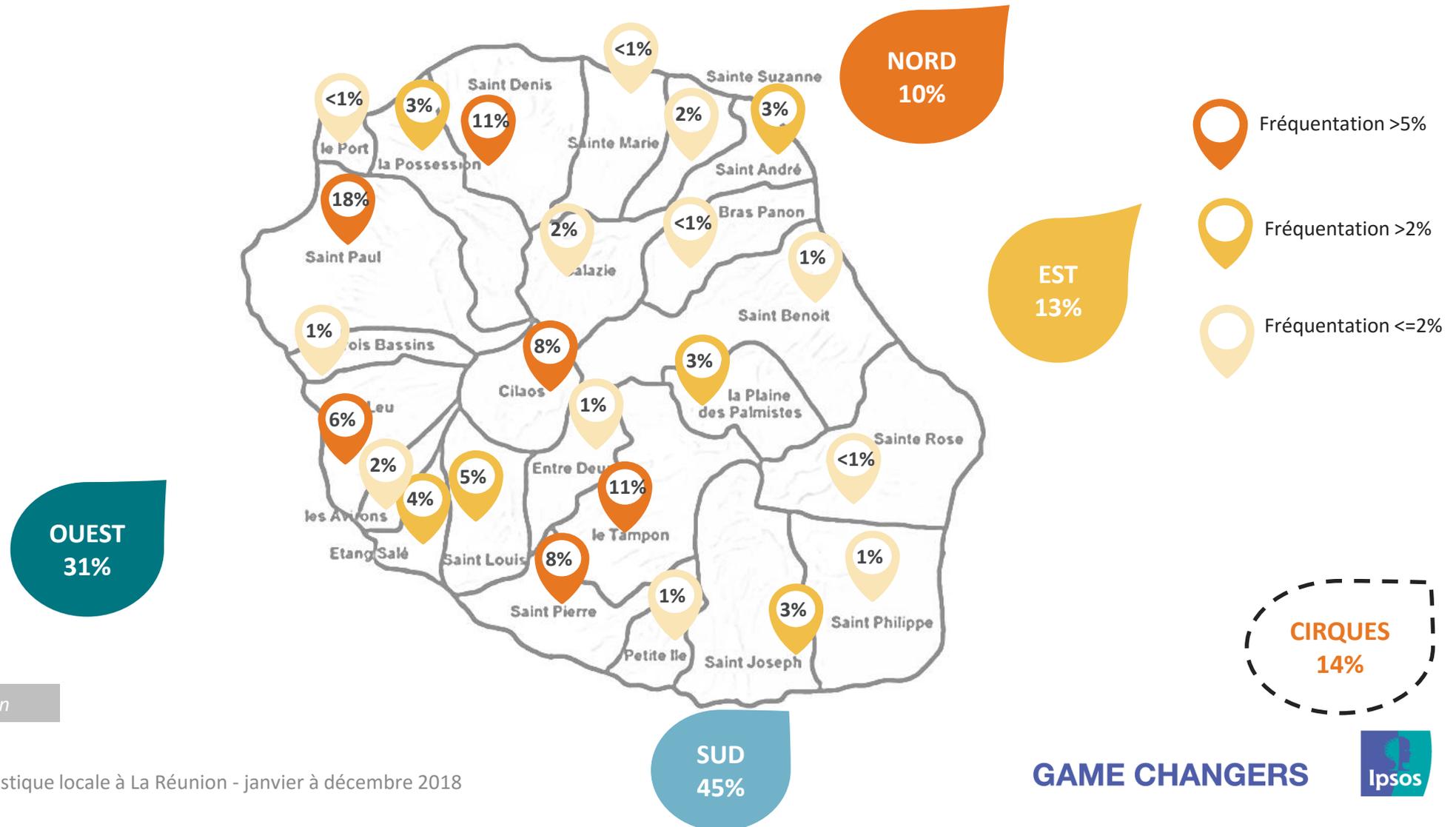
Lieux et types d'hébergement, activités



LIEU DE SÉJOUR DES TOURISTES LOCAUX (principal lieu d'hébergement)

Séjours avec nuitées avril à décembre 2018

- Ils séjournent un peu partout dans l'île, beaucoup du côté des plages, et dans le SUD

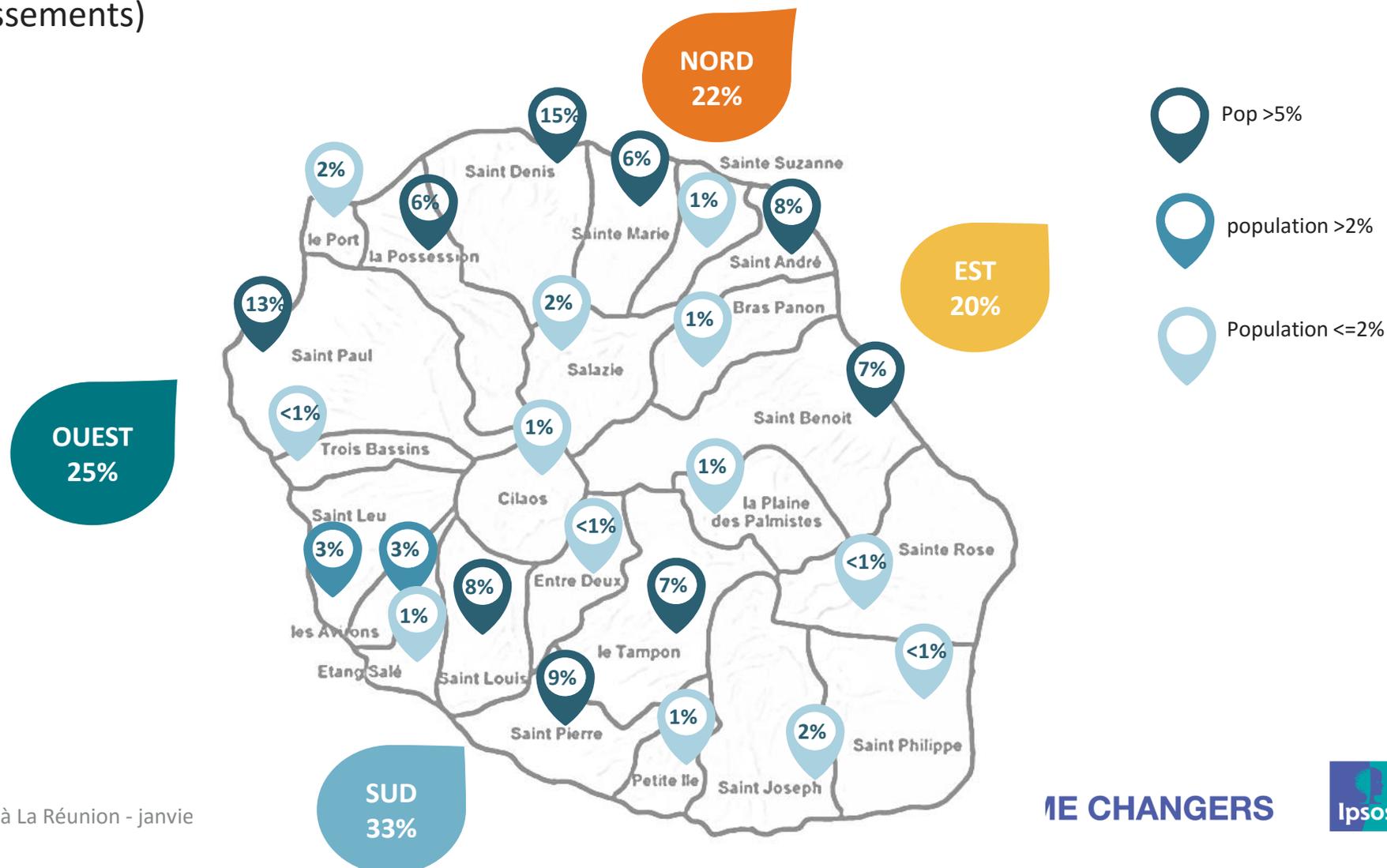


Base : Séjours réalisés à La Réunion

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

Séjours des clients locaux (avec nuitées marchandes) avril à décembre 2018

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



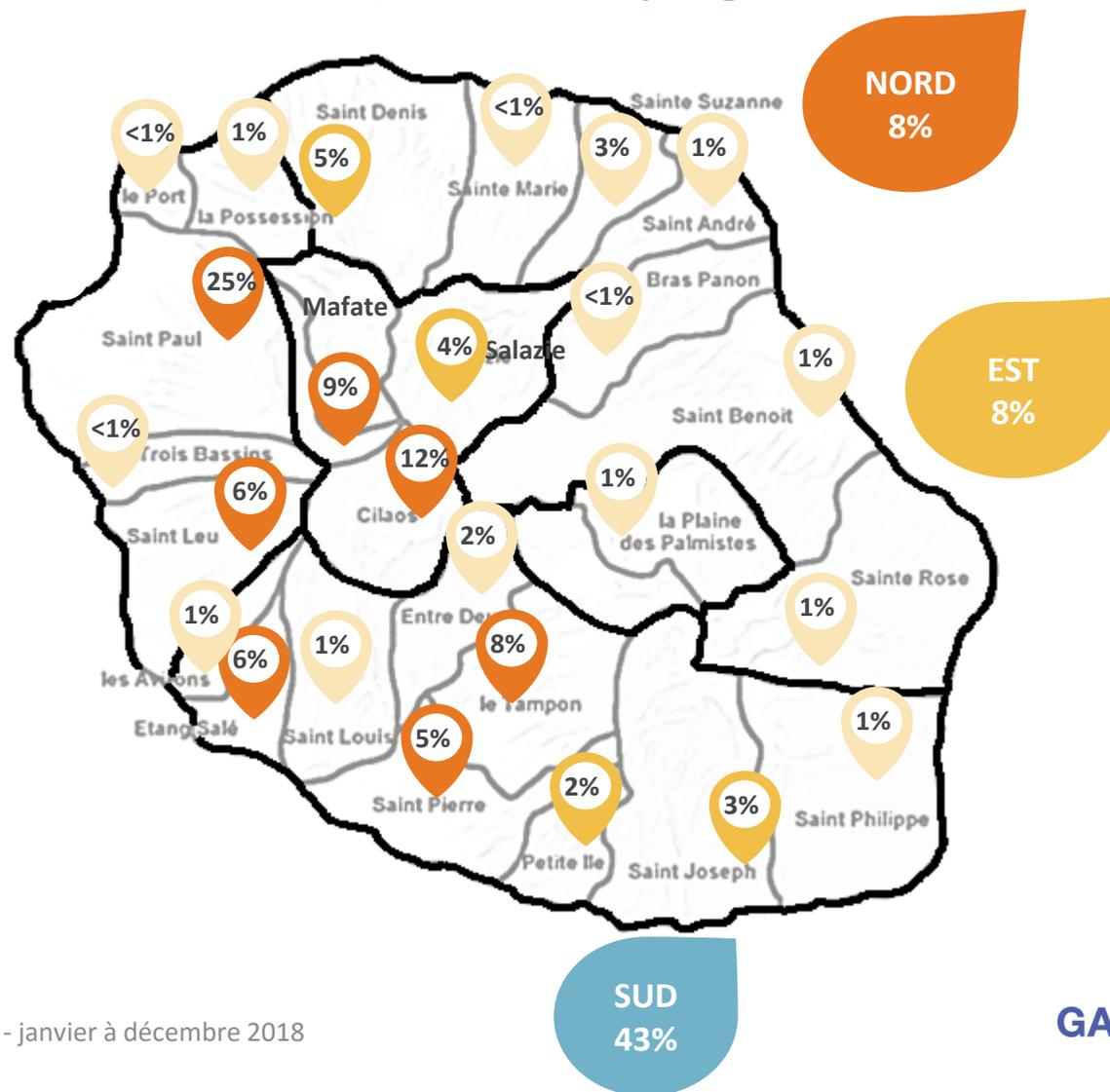
Base : Séjours en hébergement payant

DESTINATION DES SÉJOURS MARCHANDS (principal lieu d'hébergement)

Séjours (avec nuitées marchandes) avril à décembre 2018

- Ils séjournent un peu partout dans l'île, beaucoup du côté des plages, et dans le SUD

! Changement de questionnaire au 2T 2018



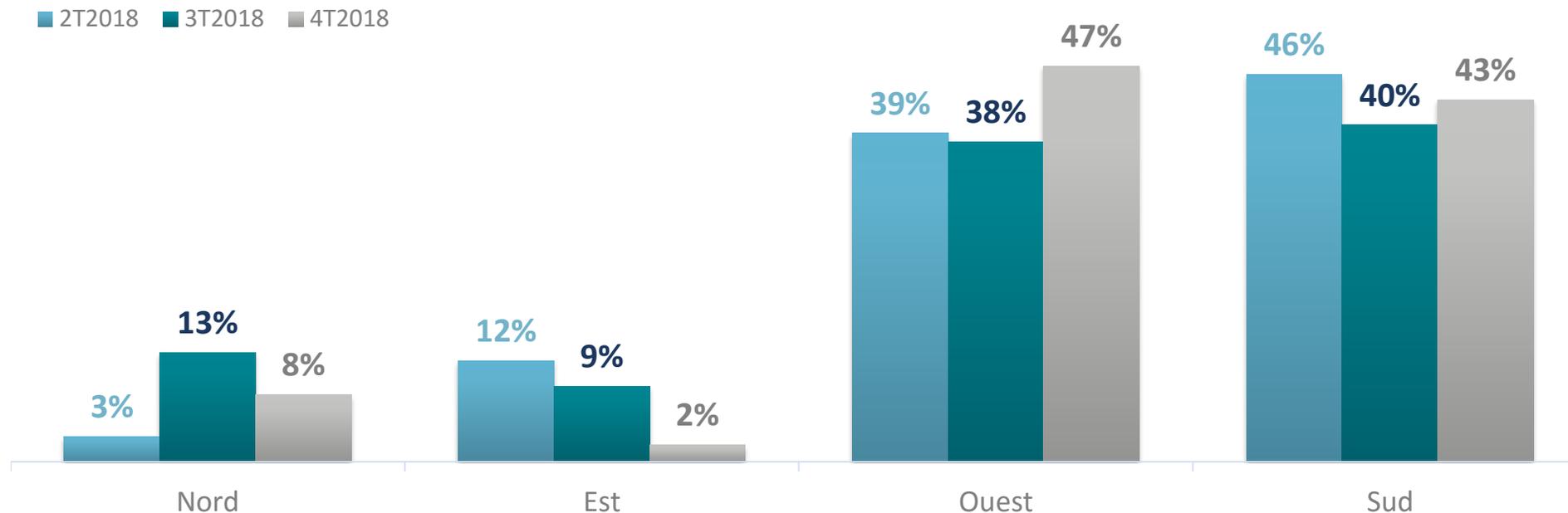
Base : Séjours en hébergement payant

DESTINATION DES SÉJOURS MARCHANDS (principal lieu d'hébergement)

Séjours des clients locaux (avec nuitées marchandes) avril à décembre 2018

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

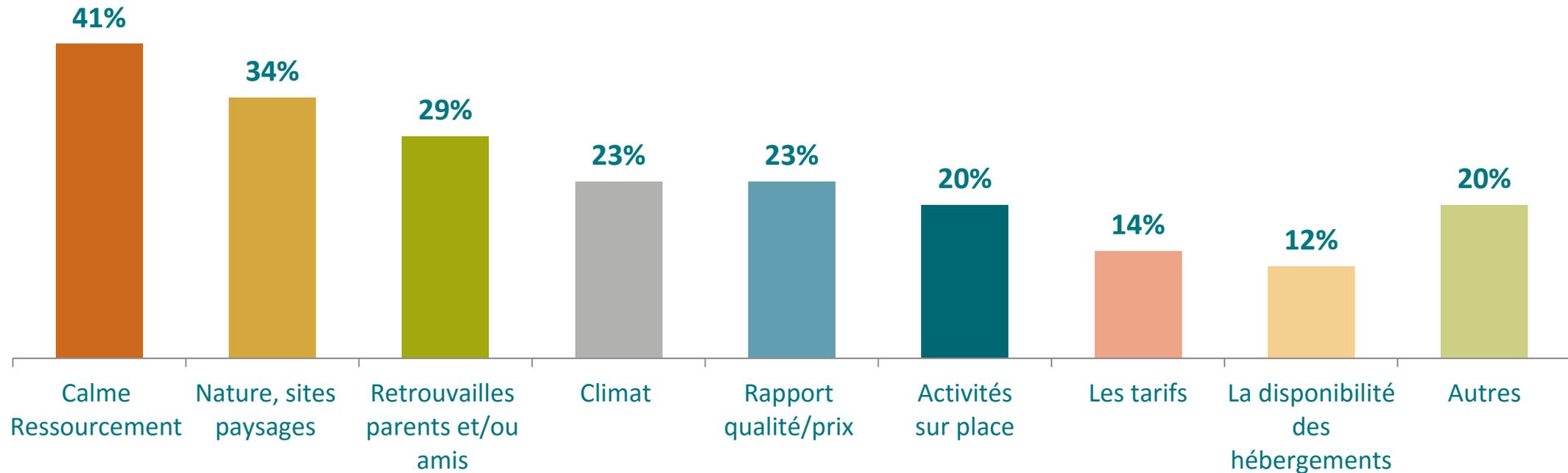
- Entre 78% et 90% des séjours sont réalisés dans l'ouest et le sud,



CHOIX DU LIEU DE SÉJOUR

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- Les touristes locaux sont à la recherche de calme et souhaitent profiter de la nature environnante.



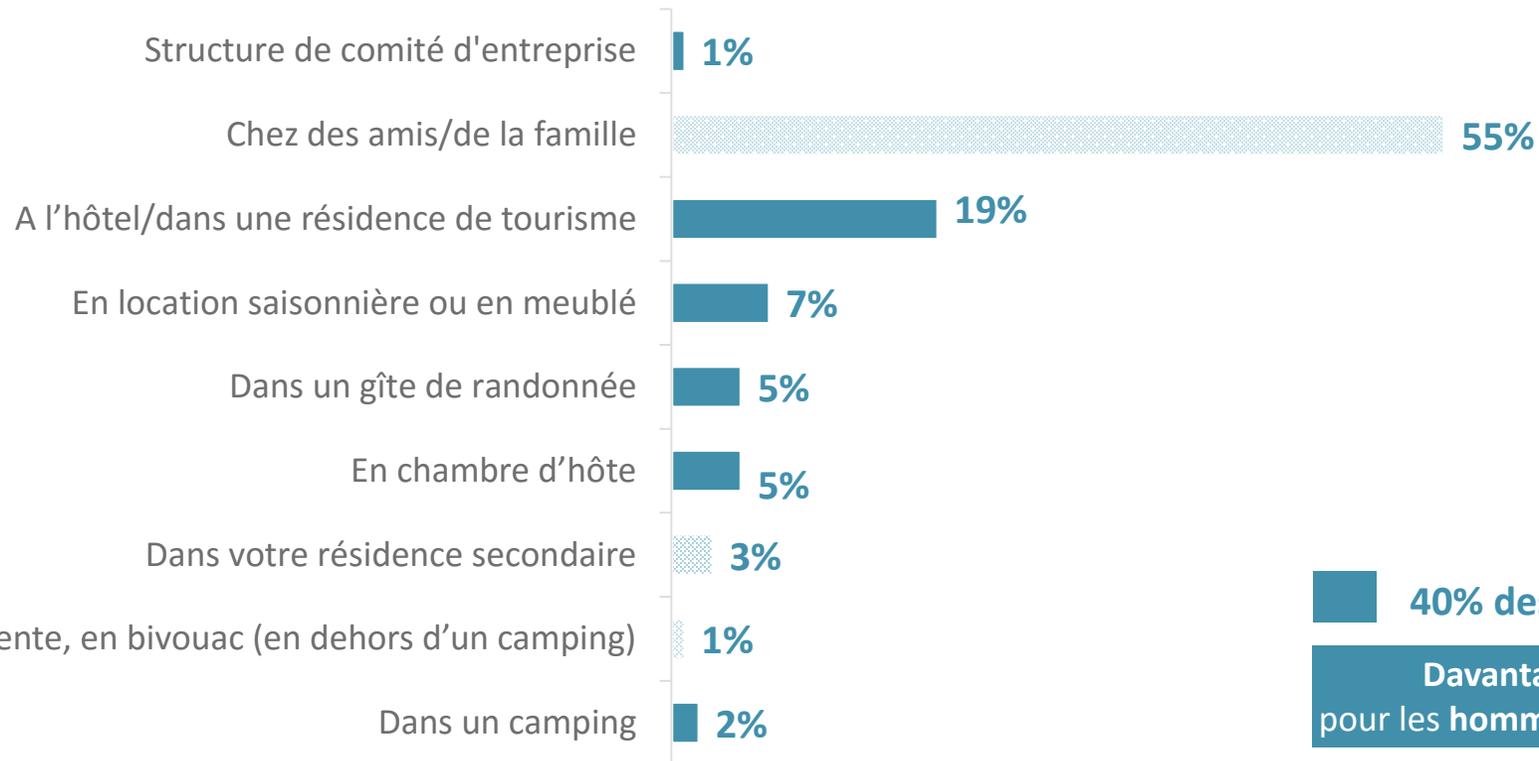
Changement de questionnaire vs 2017

Base : Séjours pour motifs professionnel ou de loisir

TYPOLOGIES DES HÉBERGEMENTS DES TOURISTES LOCAUX

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- 40% des séjours décrits, soit **près de 158 000 séjours chaque mois**, ont été réalisés en **hébergement marchand**, principalement en hôtels. Le poids du tourisme local affinitaire reste très important.



*posée à partir d'avril 2018

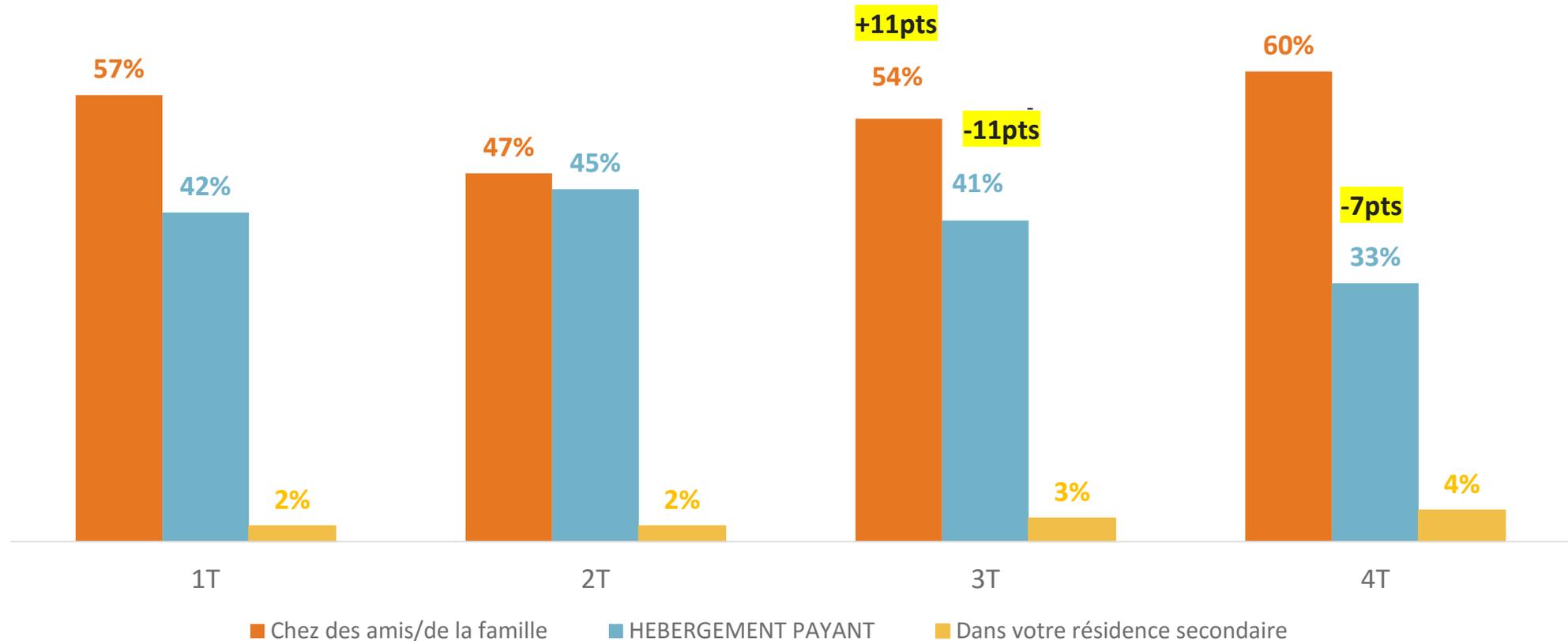
40% des séjours en hébergement payant

Davantage de séjours en hébergements payants pour les hommes (49%), les 40-59 ans (46%) et les PCS+ (50%)

TYPOLOGIE DES HÉBERGEMENTS DES TOURISTES LOCAUX PAR MOIS

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

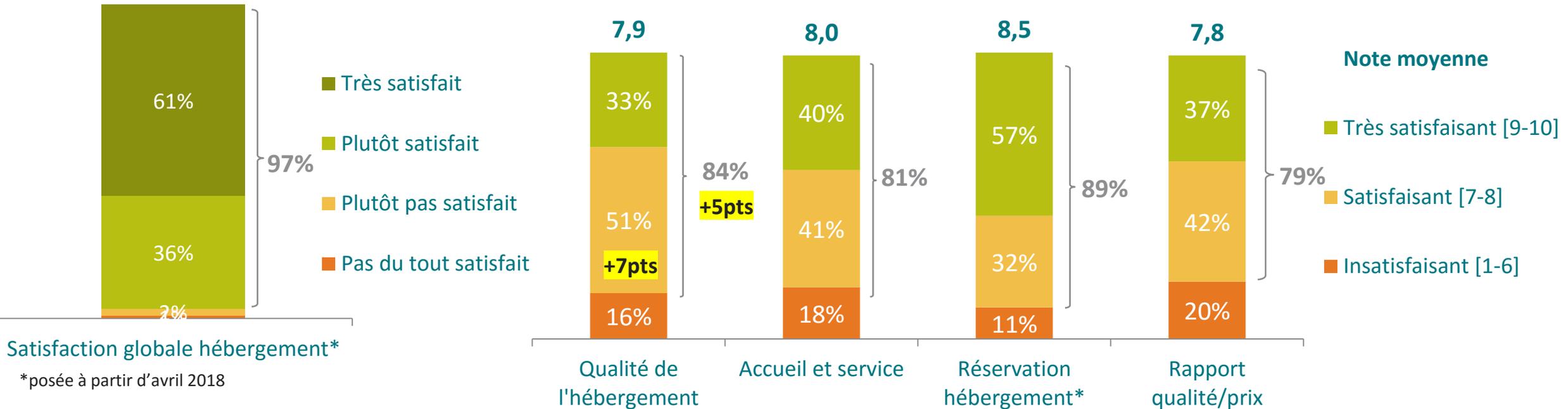
- Cette année, le 3^{ème} et le 4^{ème} trimestre ont été moins favorables à l'hébergement payant.



SATISFACTION CONCERNANT LES HÉBERGEMENTS MARCHANDS

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- Les lieux d'hébergement sont globalement en phase avec les attentes des touristes locaux, notamment en termes d'accueil et de service, avec une progression cette année sur la qualité de l'hébergement.



*posée à partir d'avril 2018

*posée à partir d'avril 2018

Base : Séjours en hébergement marchand

Évolution vs avril 2017-
mars 2018

PROFIL DES TOURISTES LOCAUX EN SEJOURS

Séjours janvier à décembre 2018

	Réunionnais 16 ans et + (B* =6 438)	Touristes locaux (ayant effectué au -1 séjour à la Réunion) (B=1 410)	Réunionnais ayant effectué au -1 séjours à l'extérieur (B=424)	Touristes locaux en hébergement payant (B=361)	Touristes locaux avec loisir payant (B=379)
Hommes	47%	50%	57%	50%	45%
Femmes	53%	50%	43%	50%	55%
16-29 ans	21%	33%	16%	23%	31%
30-44 ans	26%	27%	22%	38%	34%
45-59 ans	29%	23%	32%	25%	23%
60 ans ou plus	23%	17%	30%	14%	12%
PCS+ (petits patrons, cadres, professions intermédiaires)	22%	28%	35%	27%	26%
PCS- (employés, ouvriers)	37%	35%	27%	37%	38%
INACTIFS (étudiants, retraités, sans activité)	41%	37%	38%	36%	36%
Nord - Saint-Denis	24%	27%	29%	24%	25%
Sud - Saint-Pierre	36%	37%	33%	32%	32%
Est - Saint-Benoît	15%	15%	13%	21%	18%
Ouest - Saint-Paul	25%	21%	26%	23%	24%

B* : base d'échantillon (nombre d'interviews sur cette cible). Les cibles peuvent être issues du Tracking ou du panel

En bleu : poids de la cible (ex: hommes) significativement supérieur à l'ensemble des Réunionnais

En rouge : poids de la cible (ex: hommes) significativement inférieur à l'ensemble des Réunionnais

Principe de lecture 21% des Réunionnais ayant effectué un séjour avec hébergement payant vivent dans l'Est



1.4

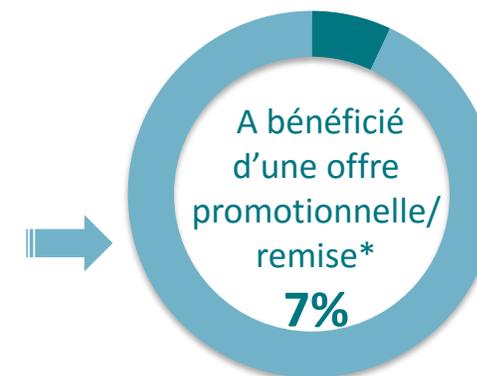
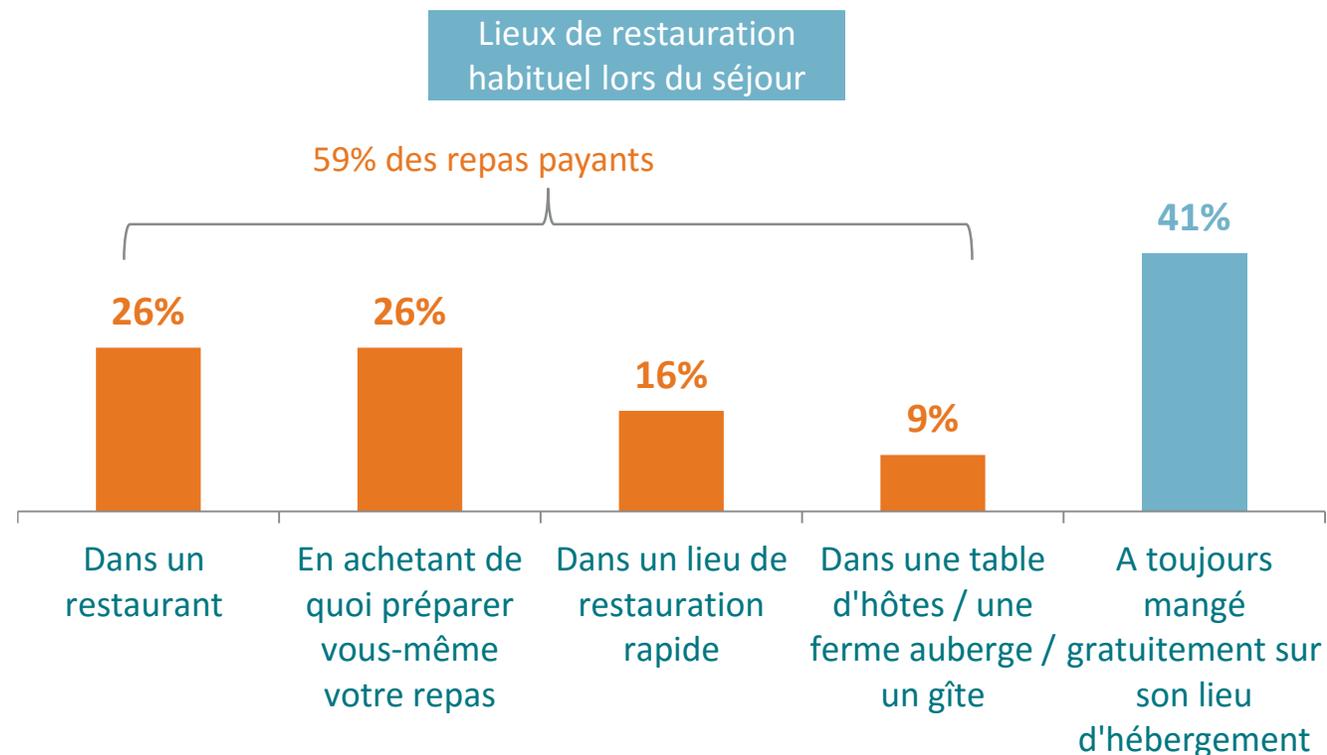
La restauration et les activités



LIEUX DE RESTAURATION & REPAS PRIS SUR PLACE LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées avril à décembre 2018

- 59% des touristes se sont restaurés de manière payante



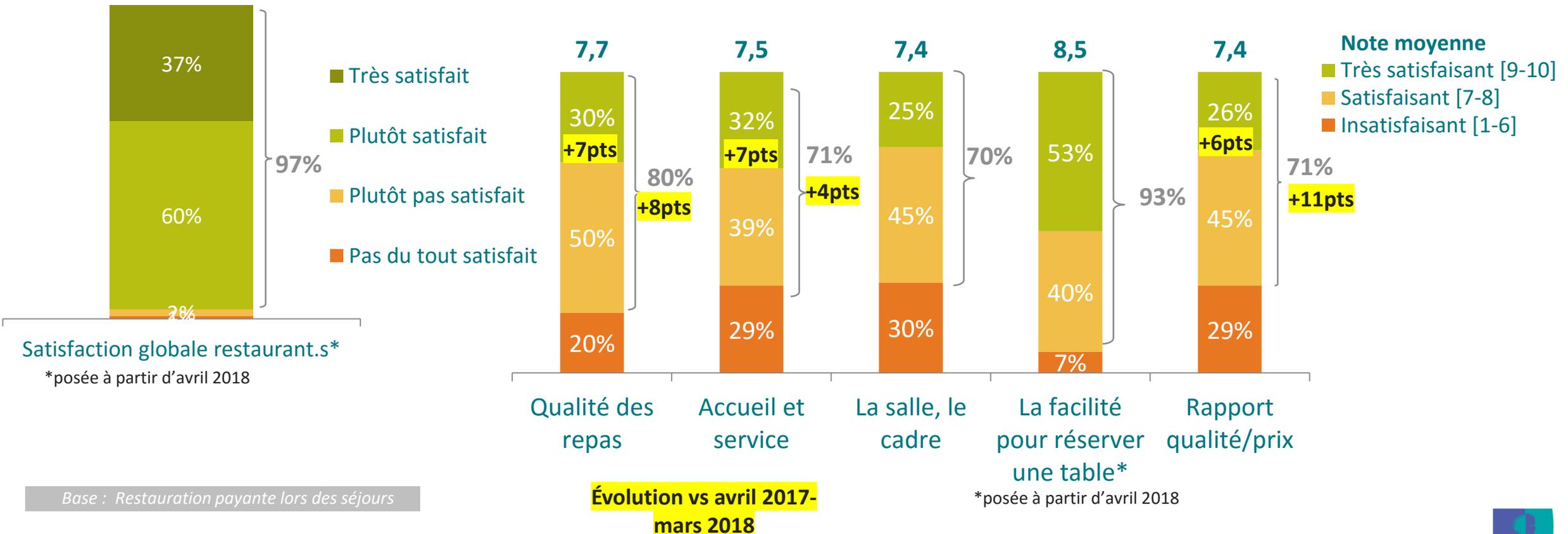
*posée à partir d'avril 2018

Base : Séjours réalisés à La Réunion

SATISFACTION CONCERNANT LA RESTAURATION LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- La qualité des repas, l'accueil et le service progressent en satisfaction, améliorant ainsi le rapport qualité/prix de 11pts.

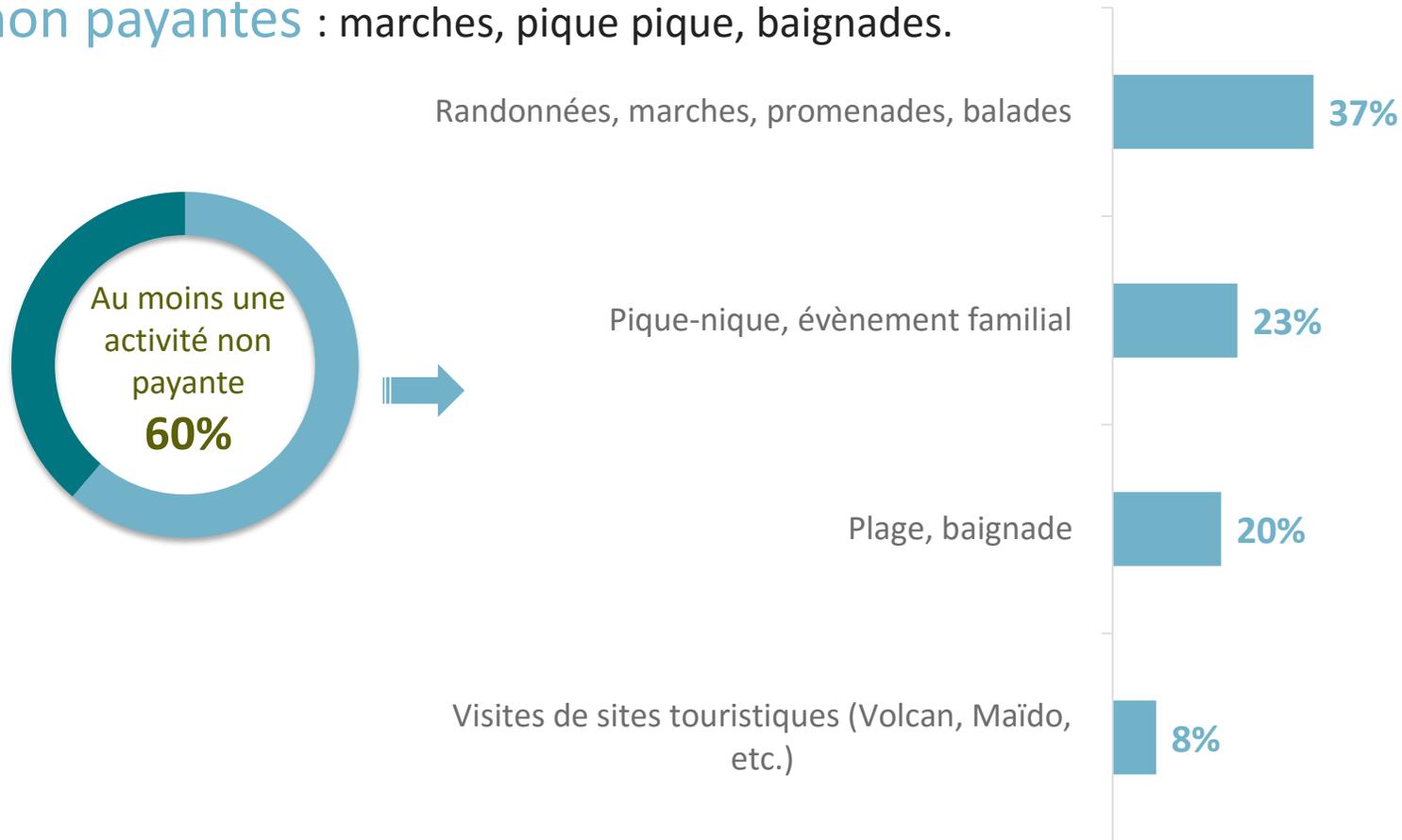


Base : Restauration payante lors des séjours

PRATIQUES D'ACTIVITÉS NON PAYANTES LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- 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.

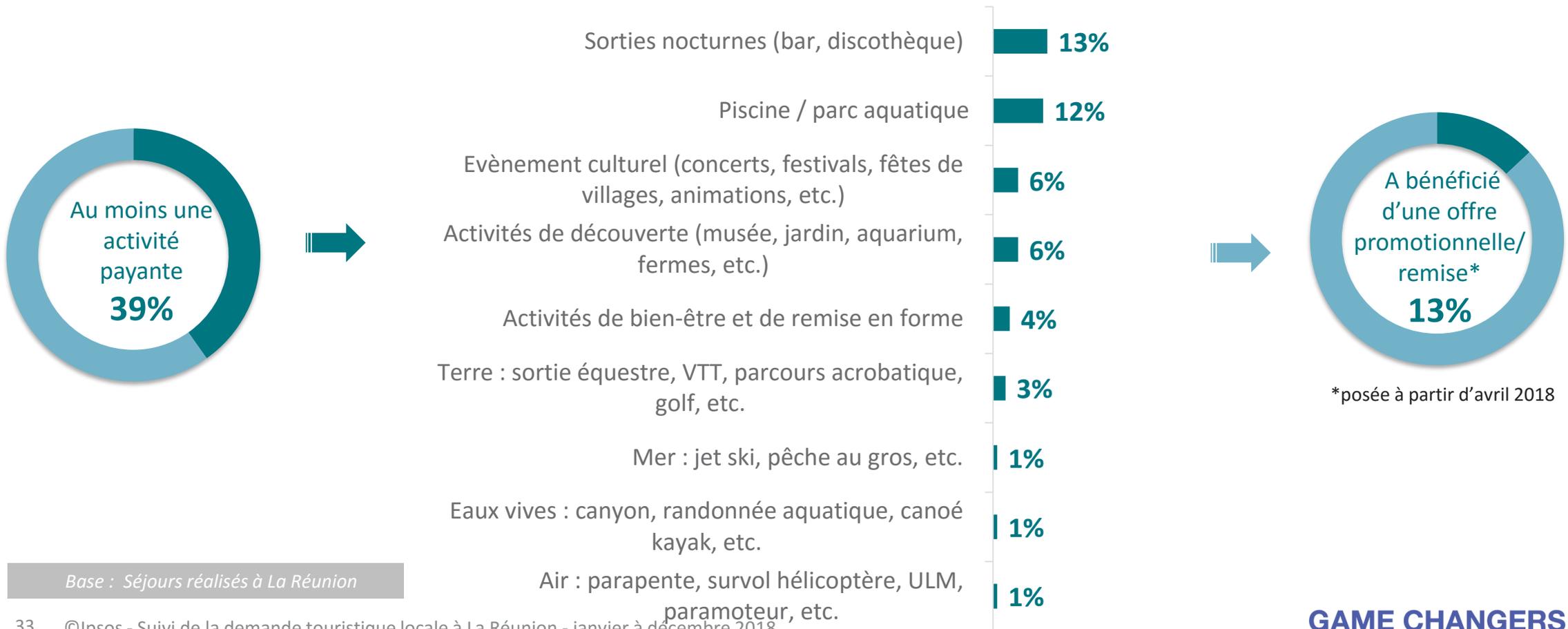


Base : Séjours réalisés à La Réunion

PRATIQUES D'ACTIVITÉS PAYANTES LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- 2 touristes sur 5 profitent 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.

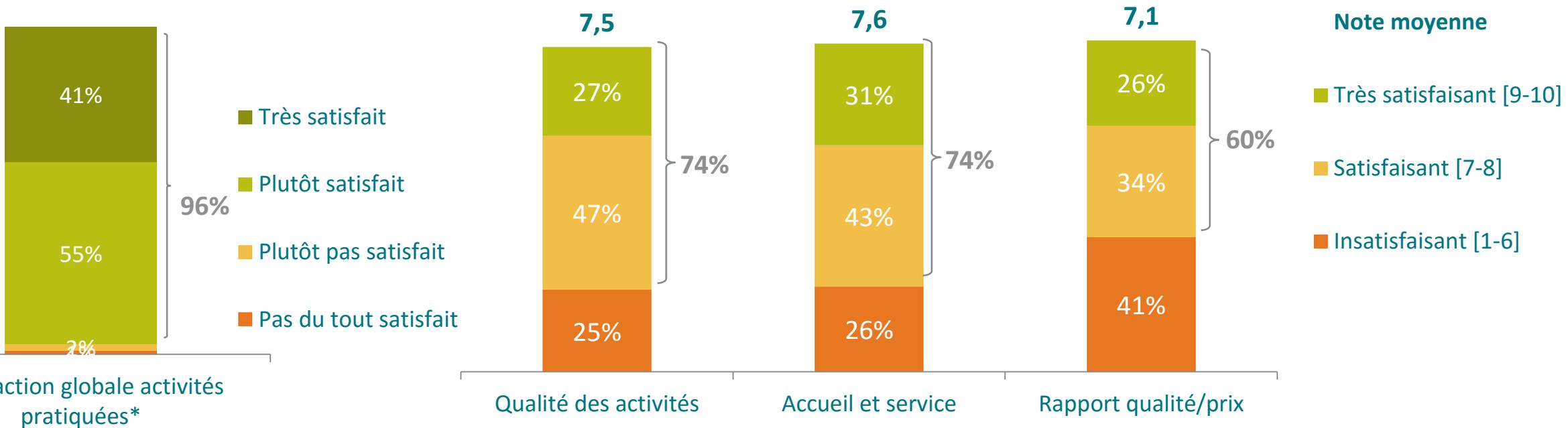


Base : Séjours réalisés à La Réunion

SATISFACTION CONCERNANT LES ACTIVITÉS PAYANTES PRATIQUÉES LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

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



Satisfaction globale activités pratiquées*

*posée à partir d'avril 2018

Base : Activités payantes lors des séjours

1.5

Organisation du séjour

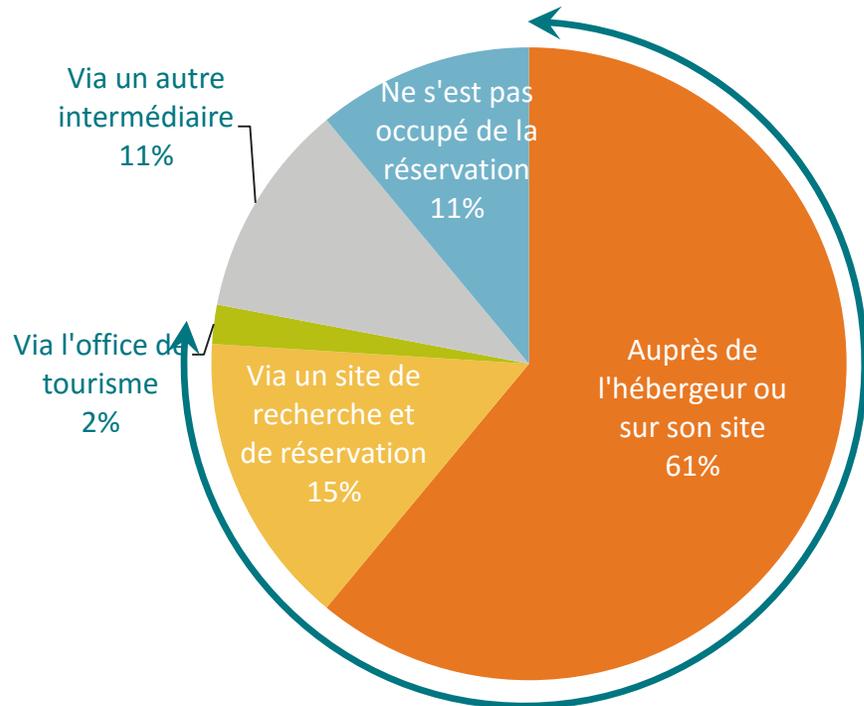


MODE & DELAIS DE RÉSERVATION DES HÉBERGEMENTS MARCHANDS

Séjours avec nuitées janvier à décembre 2018

- La réservation se fait la plupart du temps directement auprès de l'hébergeur, par le touriste lui-même, 15 jours avant dans 60% des cas.

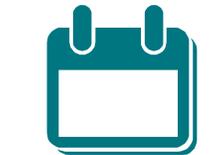
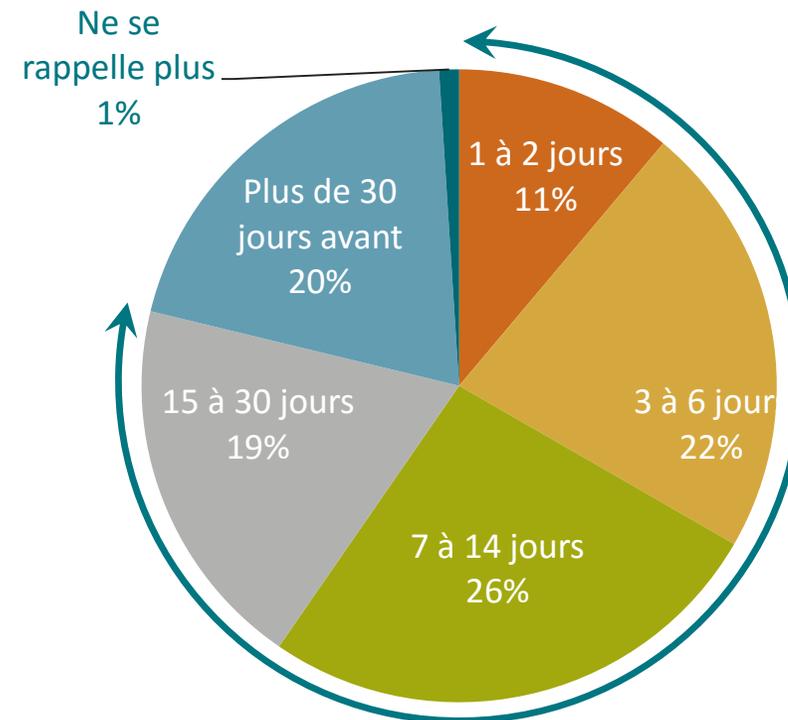
Mode de réservation



78% des touristes se chargent de la réservation de leur séjour

Base : Séjours payants

Délais de réservation



78% des réservations se font dans le mois

Base : Séjours payants, décisionnaire



1.6

Optimisations



OPTIMISATION DE L'OFFRE DE SÉJOURS

Séjours des clients locaux avril à septembre 2018 (nouvelle question)



Q40B. En plus de ce que vous avez déjà pu exprimer à propos des lieux de restauration, des activités de loisirs que vous avez éventuellement pratiquées, avez-vous d'autres remarques à formuler ? des attentes dont vous souhaiteriez faire part aux professionnels du tourisme ? des choses à améliorer ? à créer ?



2-EXCURSIONS





2.1

Volumes et budgets

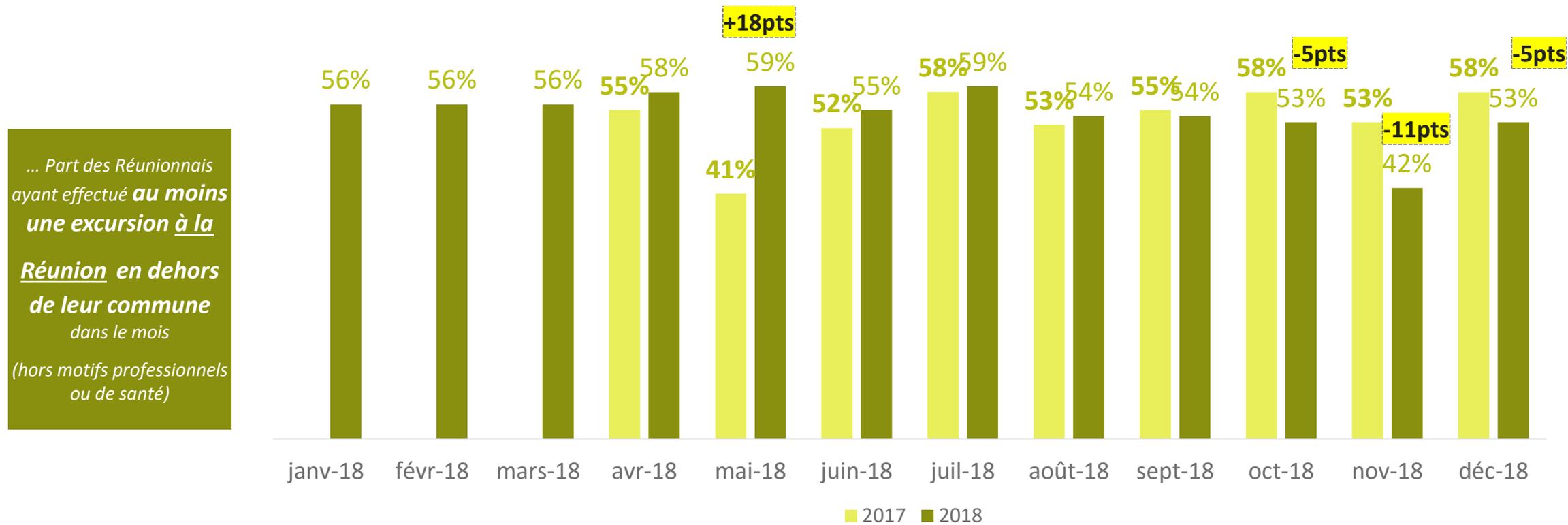


TAUX D'EXCURSIONNISTES LOCAUX

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

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



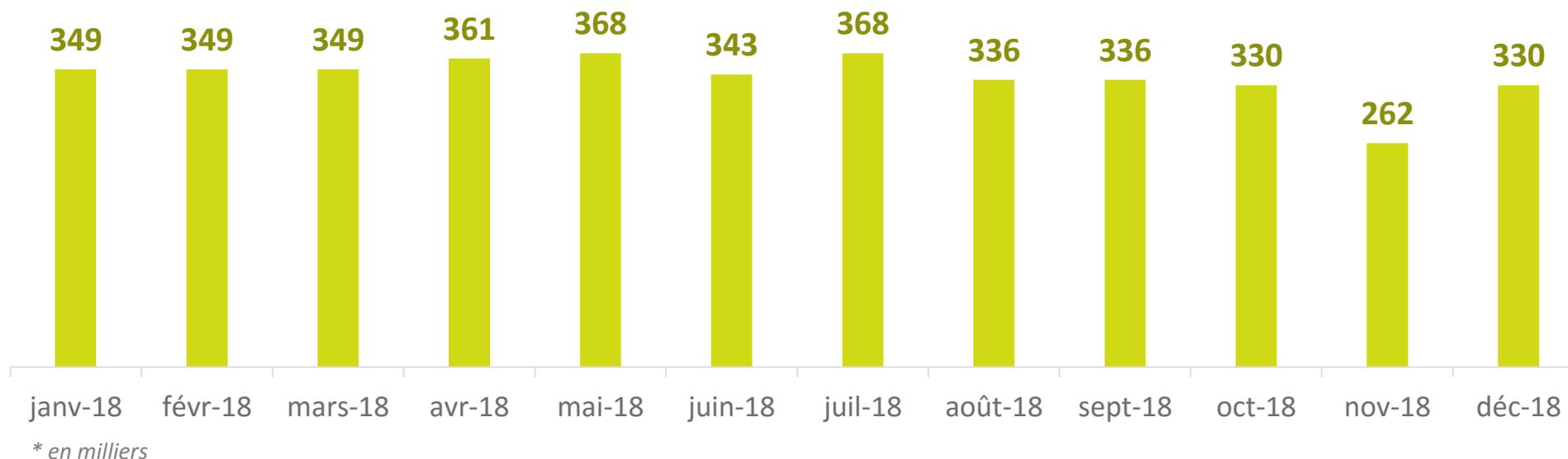
NOMBRE D'EXCURSIONNISTES LOCAUX

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- Chaque mois en moyenne sur la période observée, **340 000 Réunionnais** de 18 ans et plus ont effectué **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)

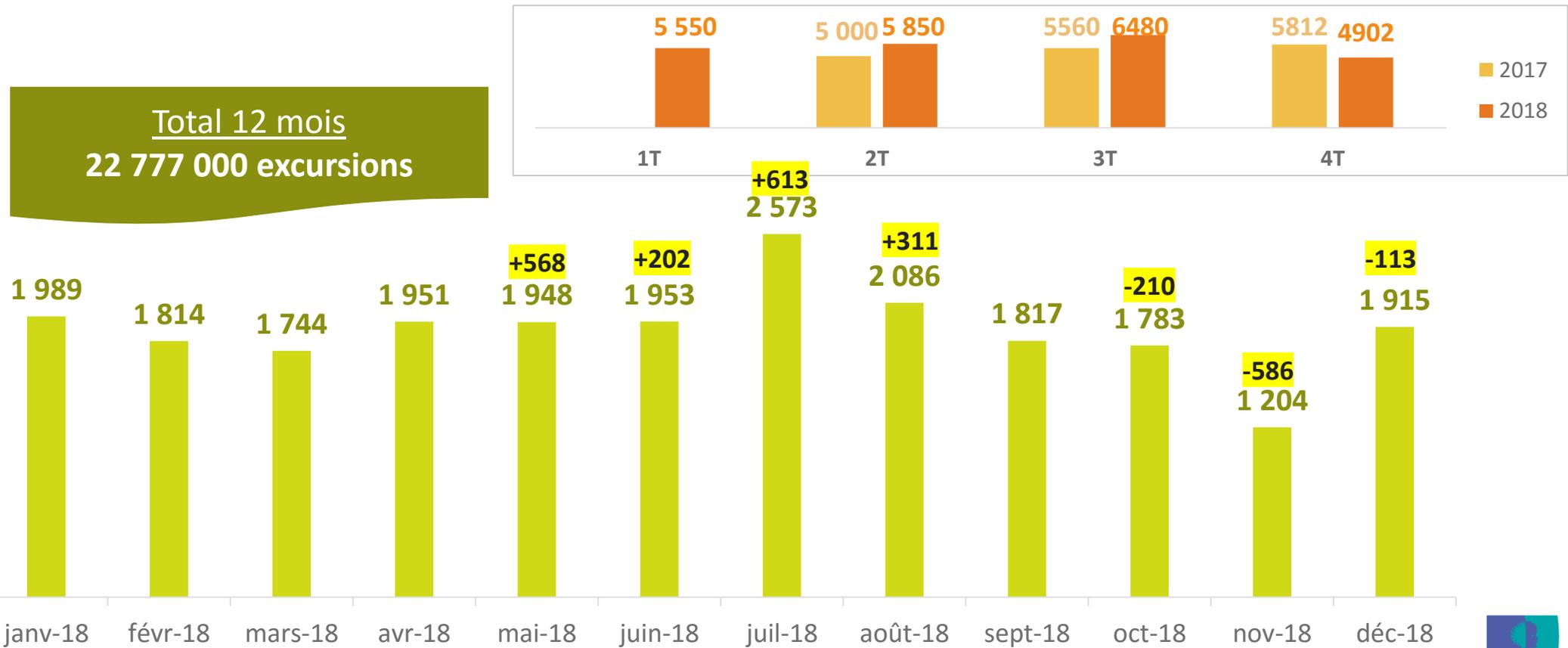


NOMBRE D'EXCURSIONS SUR L'ÎLE

Base : Excursions réalisées à La Réunion

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- A raison de **5,6 sorties mensuelles par excursionniste local**, cela a représenté l'équivalent de **1 898 000 excursions** réalisées chaque mois, avec un pic en juillet. Par rapport à 2017, on compte 16% d'excursions en moins sur le 4T (effet gilets jaunes), mais au final +5% sur 3 derniers trimestres en 2018.



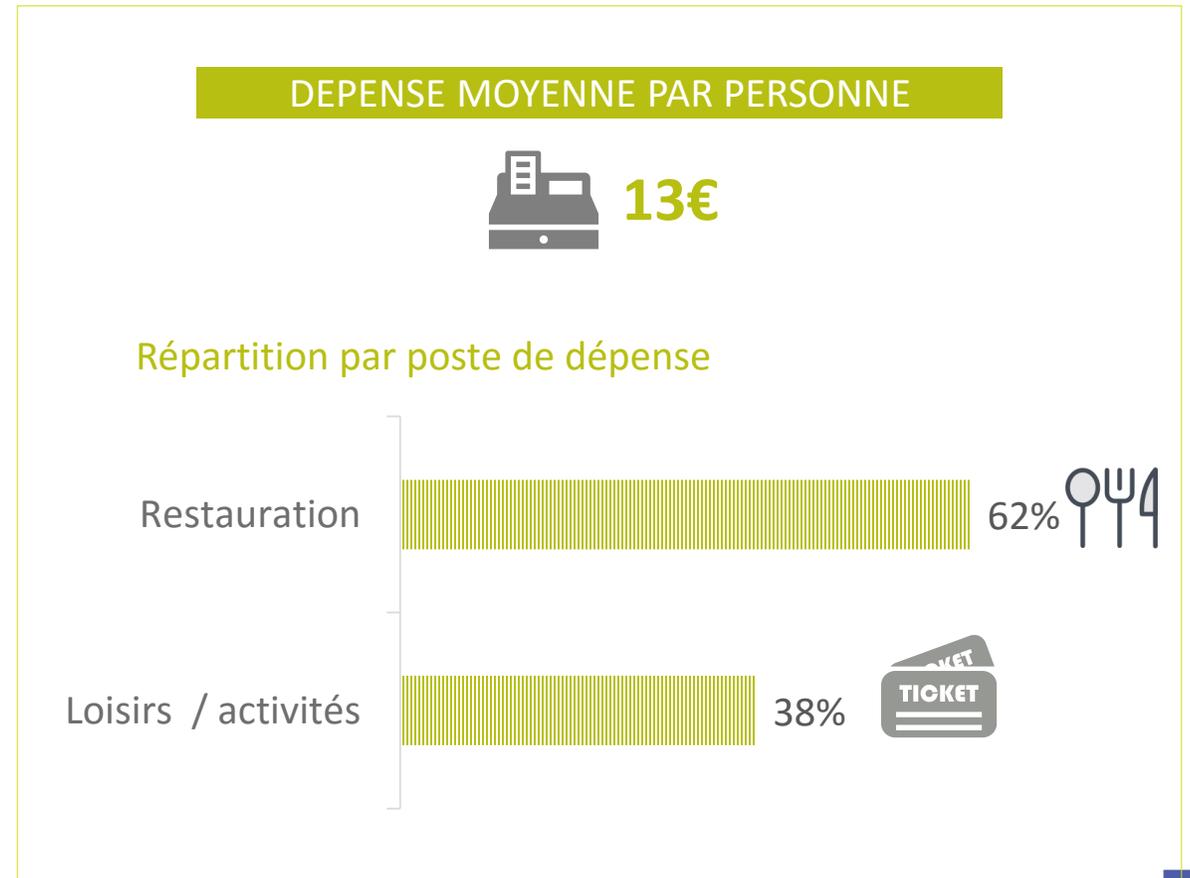
... Nombre d'excursions réalisées par les touristes locaux à La Réunion en dehors de leur commune (hors motifs professionnels ou de santé)

* en milliers

DÉPENSES DES EXCURSIONNISTES

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- En moyenne, les excursionnistes dépensent **13€** par sortie/personne.
- Le **1^{er}** poste de dépense est la restauration

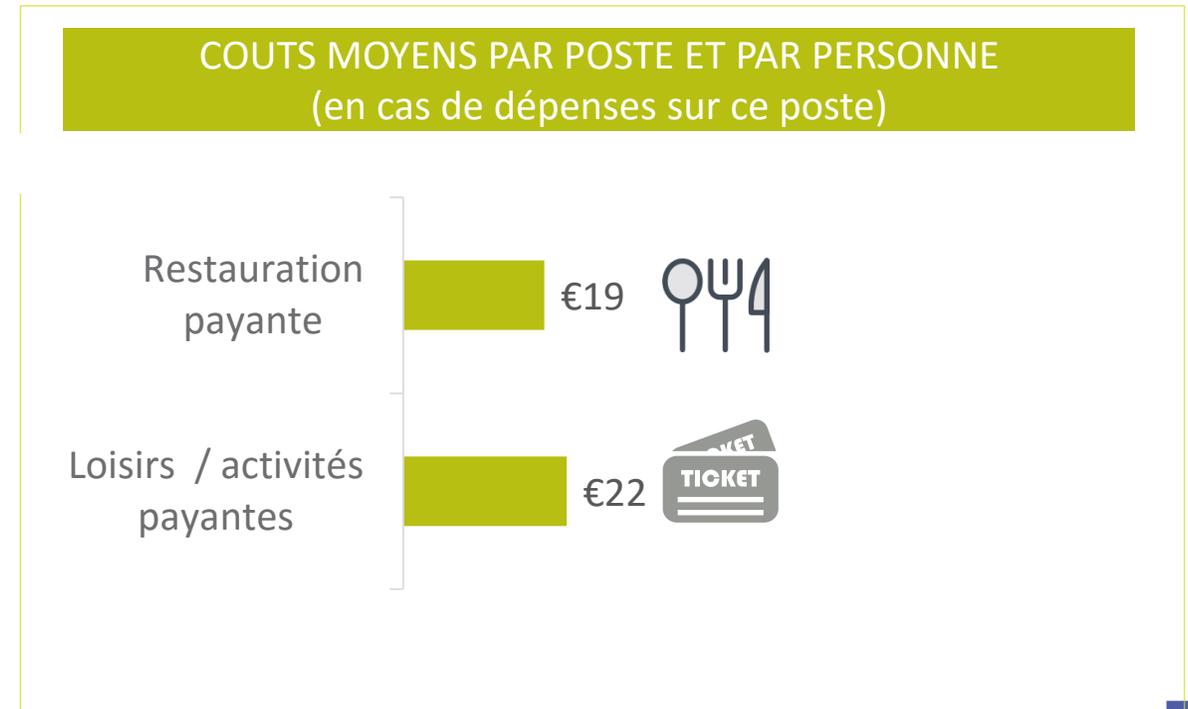


DÉPENSES DES EXCURSIONNISTES

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- Lors des excursions le **cout moyen par personne est de 19€ pour les repas, 22€ pour les activités**

NB : on estime en moyenne à **2,3** le nombre de personnes par excursion pur les activités payantes sur la période



2.2

Motifs et nombre de personnes

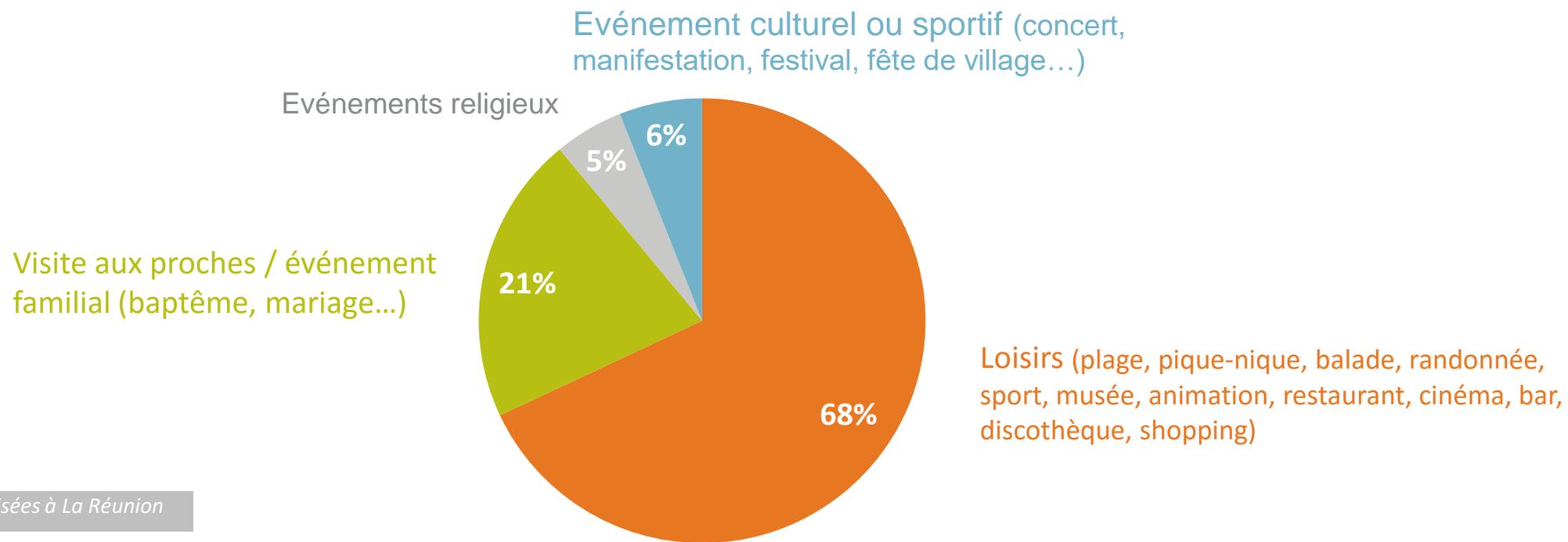


MOTIF PRINCIPAL DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- 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



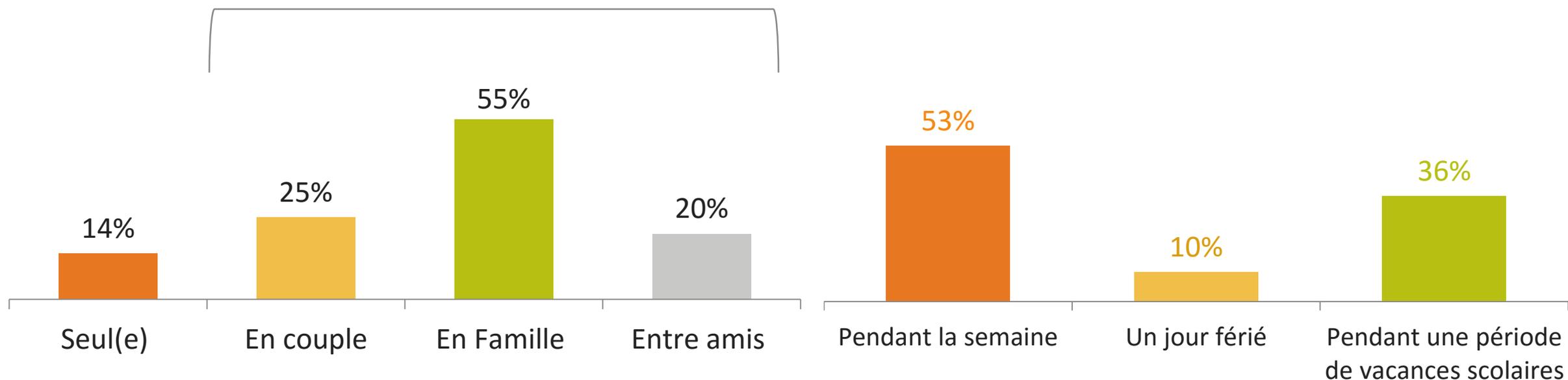
Base : Excursions réalisées à La Réunion

TYPOLOGIE DES GROUPES D'EXCURSIONNISTES

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- Les excursionnistes se déplacent **très rarement seuls** ; plus d'**1** excursion sur **2** se font en famille
- La majorité des **excursions** se déroule en **semaine**

86% des excursionnistes sont accompagnés lors de leurs sorties

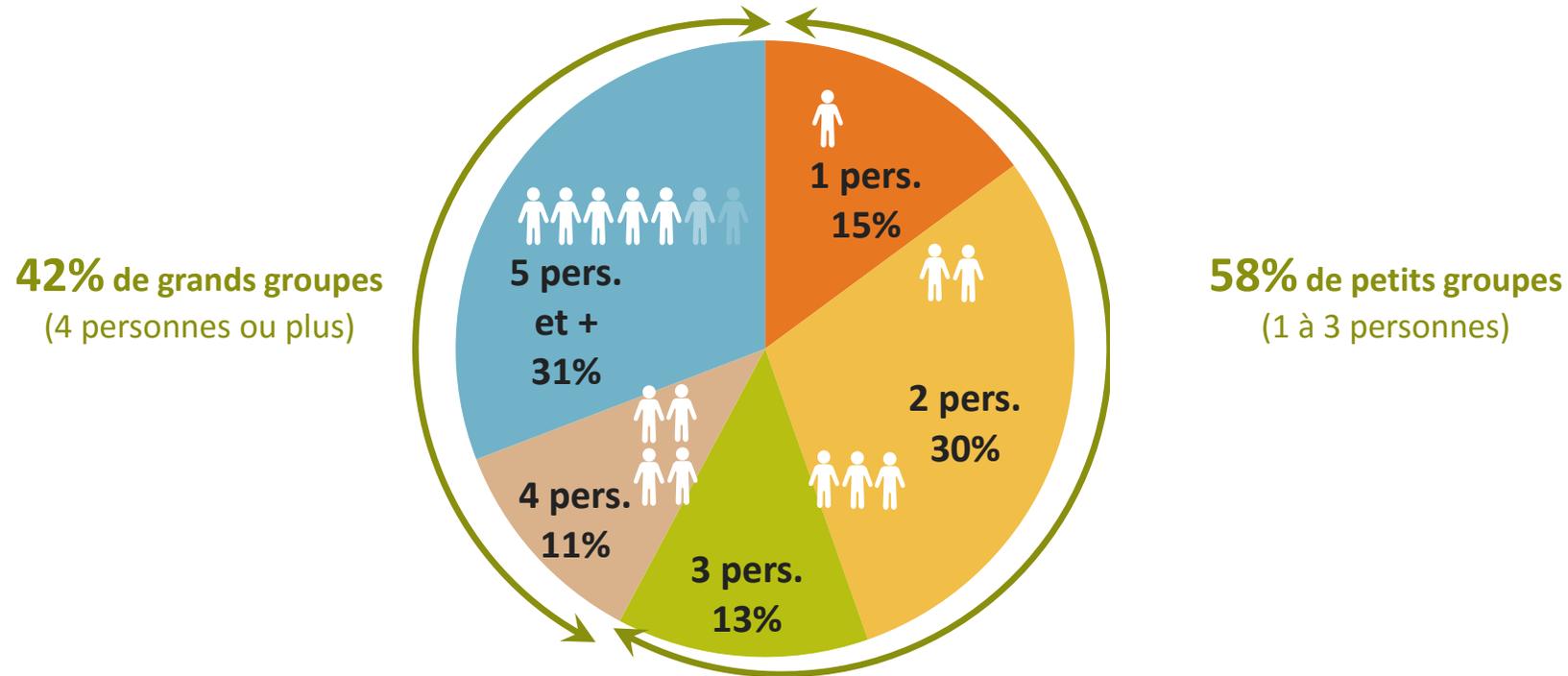


NB : il peut y avoir plusieurs types de personnes dans le groupe (amis, famille), la somme des réponses est donc supérieure à 100%

TAILLE DES GROUPES D'EXCURSIONNISTES

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- Les groupes d'excursionnistes sont composés de **5,0 personnes en moyenne** (adultes et enfants)





2.3

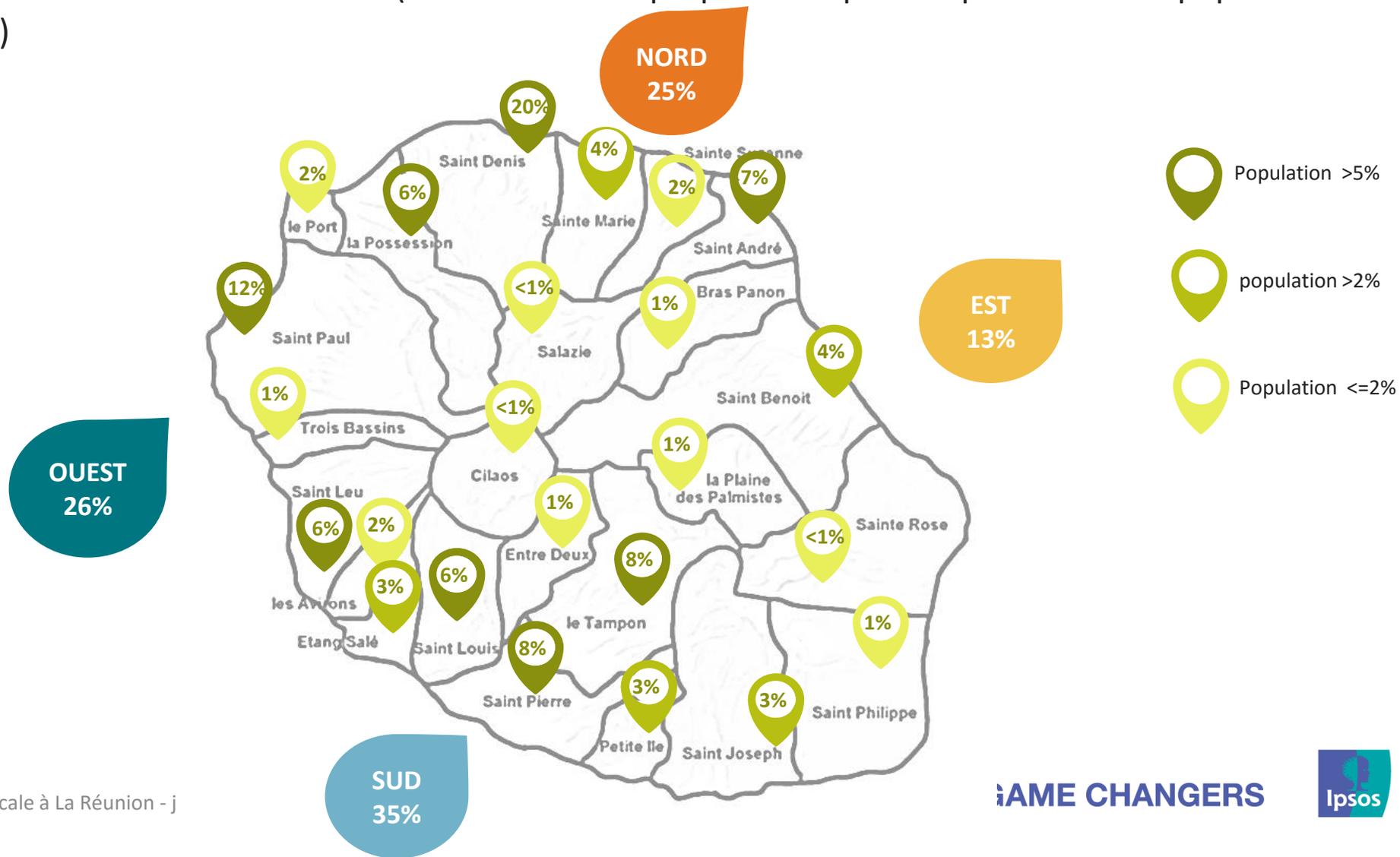
Lieux d'excursions et activités



ORIGINE DES EXCURSIONNISTES (selon leur commune de résidence habituelle)

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- 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

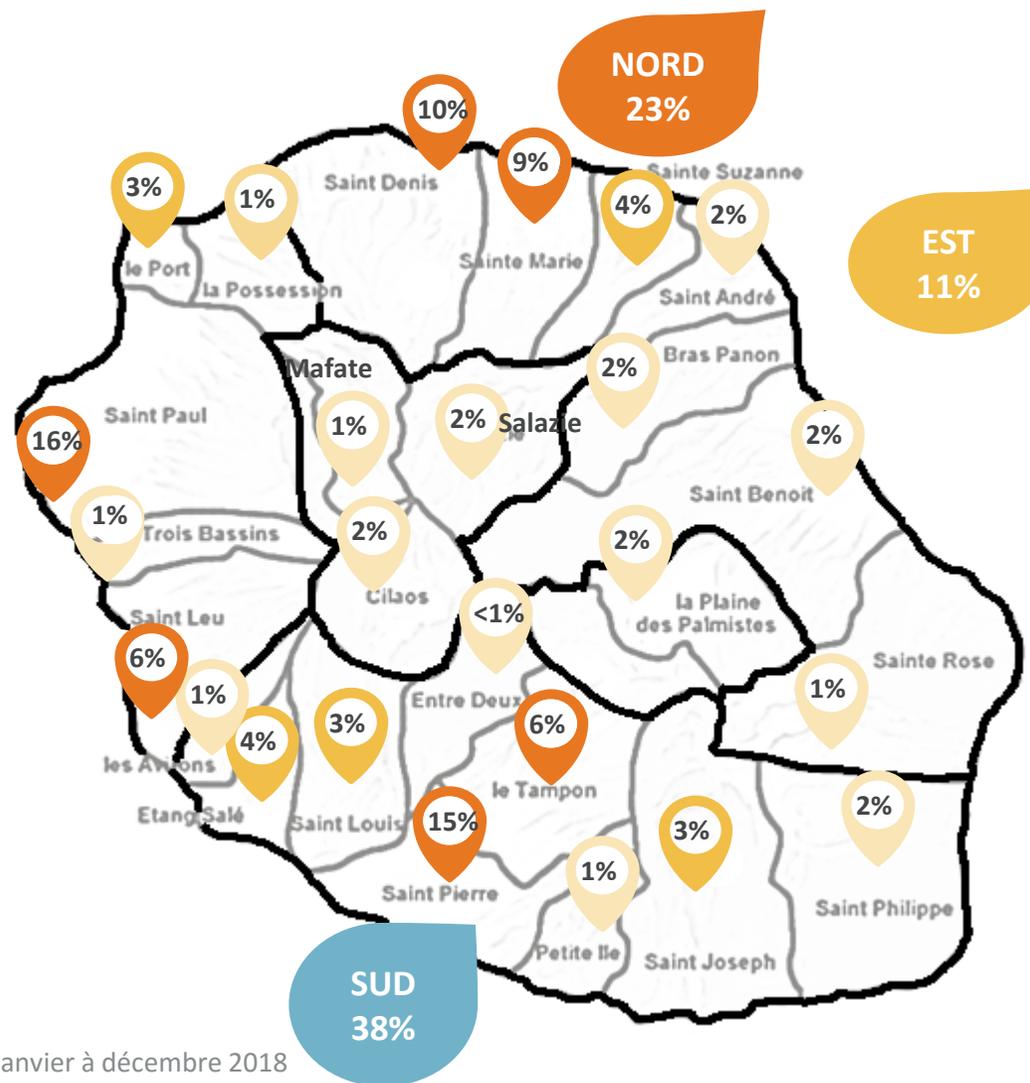
DESTINATION - LIEUX D'EXCURSIONS SUR L'ILE

Excursions hors commune de résidence avril à décembre 2018

- Les lieux d'excursions sont bien plus dispersés sur le territoire que les lieux de séjours.



Changement de questionnaire au 2T 2018

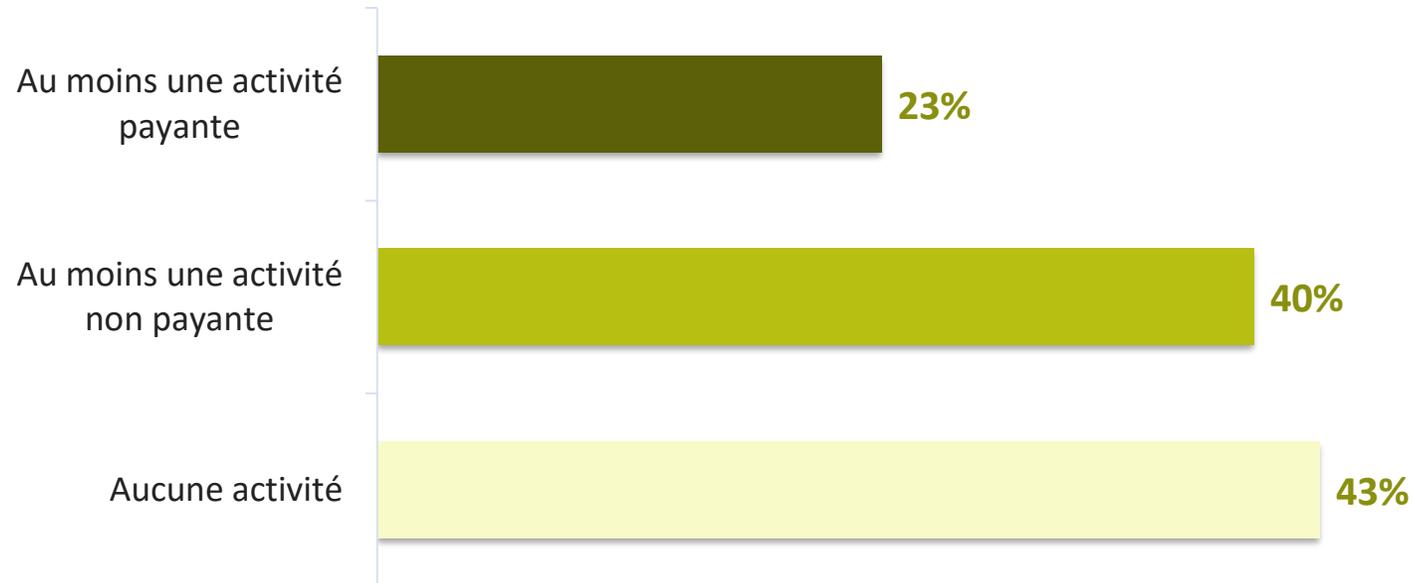


Base : Excursions réalisées à La Réunion

PRATIQUE D'ACTIVITÉS LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence avril-décembre 2018

- **23% des excursionnistes** ont pratiqué des loisirs **payants** à l'occasion de leur sortie.

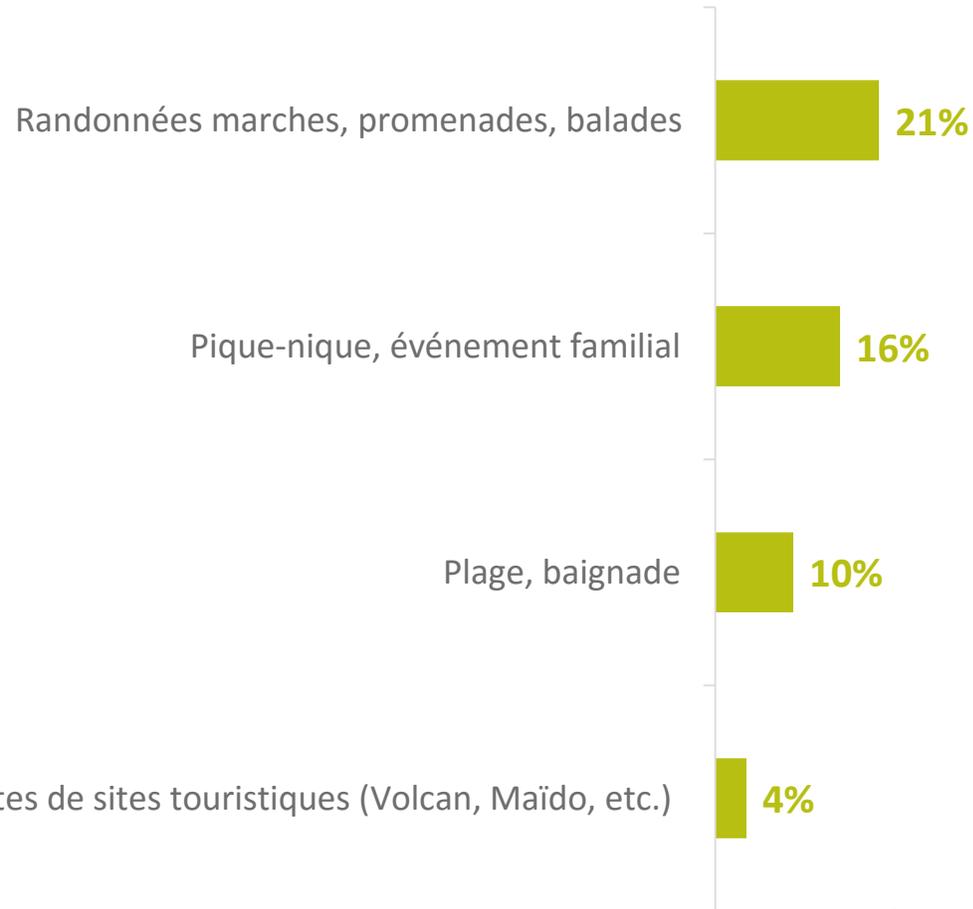


Base : Excursions réalisées à La Réunion

PRATIQUES D'ACTIVITÉS NON PAYANTES LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence avril à décembre 2018

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



Base : Excursions réalisées à La Réunion

PRATIQUES D'ACTIVITÉS PAYANTES LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence avril à décembre 2018

- 1 excursion sur 4 occasionne une **activité** de loisir **payante**. Des activités **très diverses**

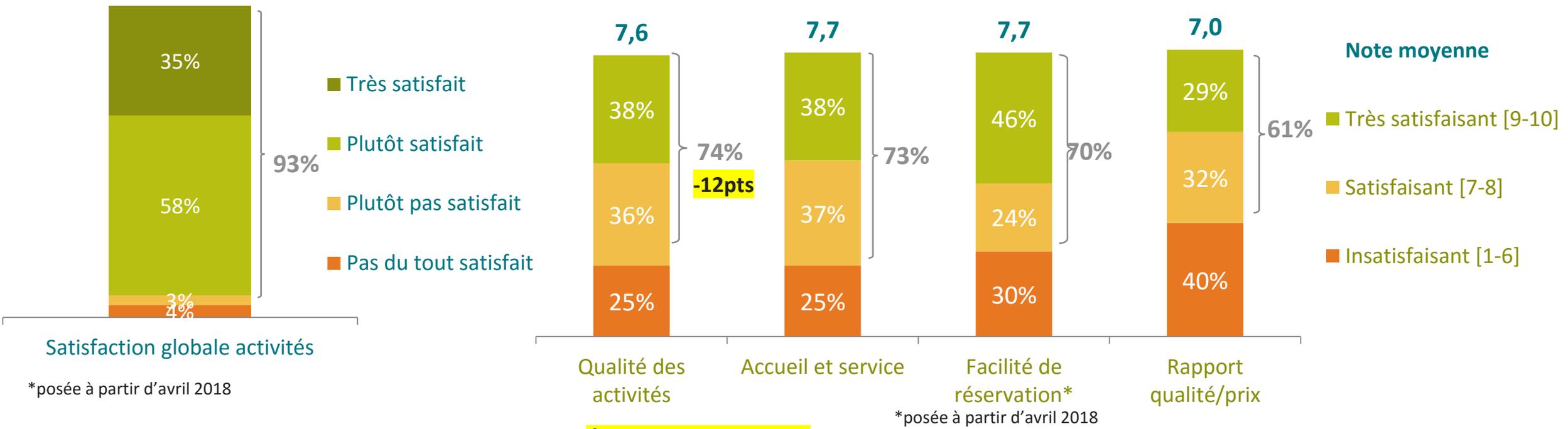


Base : Excursions réalisées à La Réunion

SATISFACTION CONCERNANT LES ACTIVITÉS PAYANTES PRATIQUÉES LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- La **qualité** des activités proposées est en baisse mais reste très satisfaisante, tout comme l'accueil et le service.
- Le **rapport qualité prix** reste moyen.



Évolution vs avril 2017-
mars 2018

Base : Activités payantes lors des excursions

PROFIL DES EXCURSIONNISTES

Séjours janvier à décembre 2018

	Réunionnais 16 ans et + (B* : 6 438)	Excursionnistes locaux (ayant effectué au -1 excursion) (B=3 451)	Excursionnistes locaux avec loisir payant (B=379)	Clientèle locale en séjours (pour rappel) (B=1 410)
Hommes	47%	49%	48%	50%
Femmes	53%	51%	52%	50%
16-29 ans	21%	24%	21%	33%
30-44 ans	26%	28%	36%	27%
45-59 ans	29%	28%	27%	23%
60 ans ou plus	23%	20%	16%	17%
PCS+ (petits patrons, cadres, professions intermédiaires)	22%	28%	28%	28%
PCS- (employés, ouvriers)	37%	36%	36%	35%
INACTIFS (étudiants, retraités, sans activité)	41%	35%	36%	37%
Nord - Saint-Denis	24%	23%	25%	27%
Sud - Saint-Pierre	36%	37%	32%	37%
Est - Saint-Benoît	15%	15%	11%	15%
Ouest - Saint-Paul	25%	24%	32%	21%

B* : base d'échantillon (nombre d'interviews sur cette cible). Les cibles peuvent être issues du Tracking ou du panel

En bleu : poids de la cible (ex: hommes) significativement supérieur à l'ensemble des Réunionnais

En rouge : poids de la cible (ex: hommes) significativement inférieur à l'ensemble des Réunionnais

Principe de lecture 32% des Réunionnais ayant effectué une excursion avec loisir payant vivent dans l'Ouest



2.4

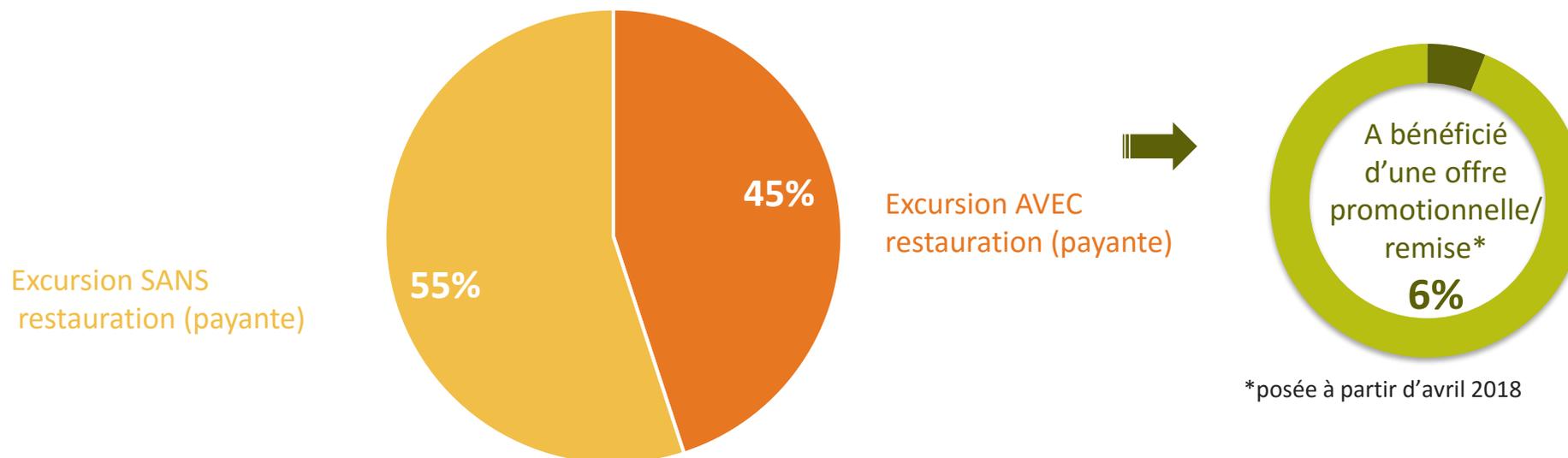
La restauration



RESTAURATION LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence avril à décembre 2018

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



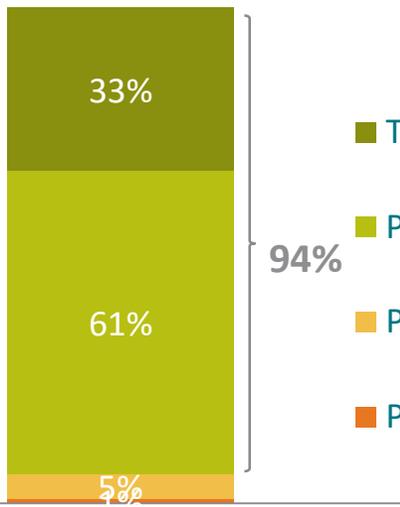
*posée à partir d'avril 2018

Base : Restauration payante lors des excursions

SATISFACTION CONCERNANT LA RESTAURATION LORS DES EXCURSIONS

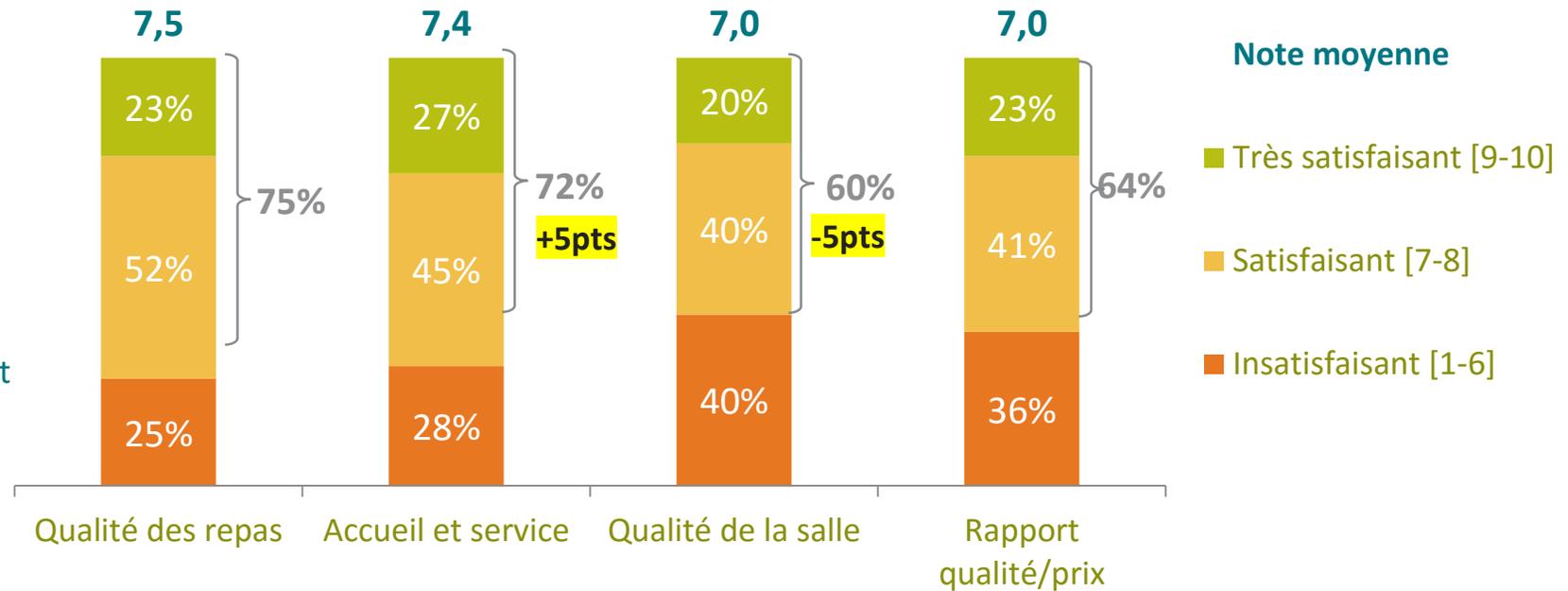
Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- La qualité des repas est toujours satisfaisante et **l'accueil et le service** (souvent pointés du doigt dans les optimisations) **s'améliorent!** Par contre la satisfaction des touristes locaux se dégrade sur la **qualité des salles**, et encore une fois le rapport qualité-prix est à optimiser



Satisfaction globale repas*

*posée à partir d'avril 2018



Évolution vs avril 2017- mars 2018

Base : Restauration payante lors des excursions

2.5

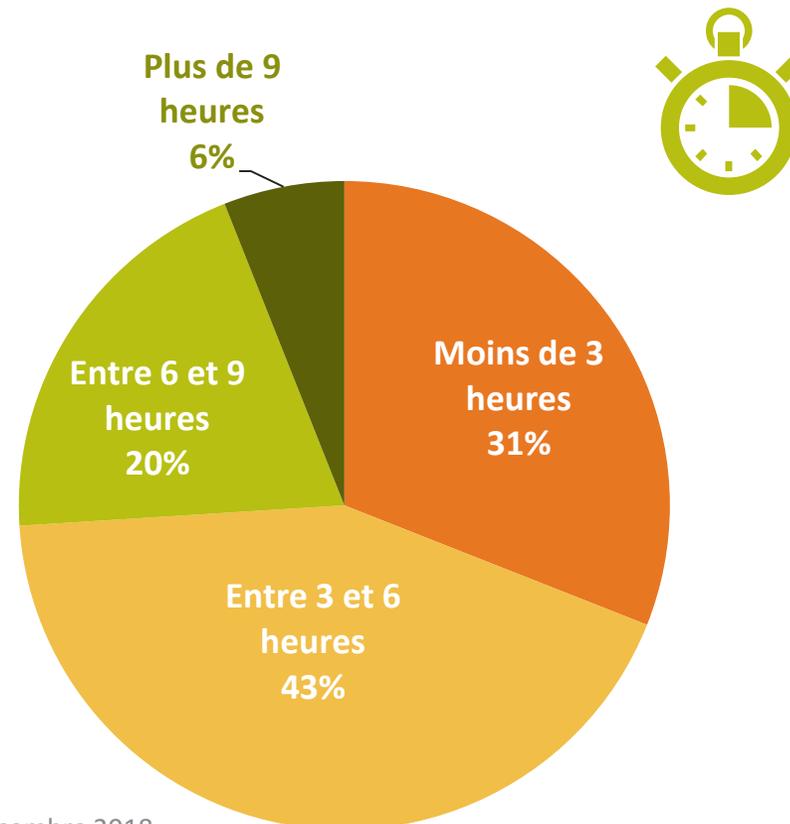
Organisation des excursions



DURÉES DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence janvier à décembre 2018

- Près d'**1/3** des excursions durent **moins de 3 heures**, un autre quart se prolonge **jusque tard dans la journée**.





2.6

Optimisations



OPTIMISATION DE L'OFFRE D' EXCURSIONS

Excursions d'avril à septembre 2018 (nouvelle question)

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Q58. En plus de ce que vous avez déjà pu exprimer à propos des lieux de restauration, des activités que vous avez éventuellement pratiquées, avez-vous d'autres remarques à formuler ? Des attentes dont vous souhaiteriez faire part aux professionnels du tourisme ? des choses à améliorer ? à créer ?





3- BILAN ANNUEL (JANVIER A DECEMBRE 2018)

CHIFFRES CLES DE LA CLIENTELE LOCALE

Sur la période Janvier à décembre 2018, on comptabilise :

• SEJOURS AVEC NUITEE(S)

• 4 734 000 séjours   +7%

• 4 575 000 nuitées marchandes   +6%

• 337M€ de recettes   -10%

• EXCURSIONS HORS COMMUNE DE RESIDENCE

• 22 777 000 excursions dont :   +5%

• 5 240 000 avec activité payante   +27%

• 306M€ de recettes   +8%

>> Chiffre d'affaires total généré par la clientèle locale entre janvier et décembre 2018 : 643M€ <<

 -2%

GAME CHANGERS





ANNEXES

FICHE TECHNIQUE

Etude CATI



ÉCHANTILLON

- Réunionnais de 18 ans et plus
- Sous-échantillon extrait d'un échantillon représentatif des 16 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 d'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 de manière quotidienne
- Période observée = janvier à décembre 2018



TRAITEMENTS DES DONNÉES

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

Questionnaire



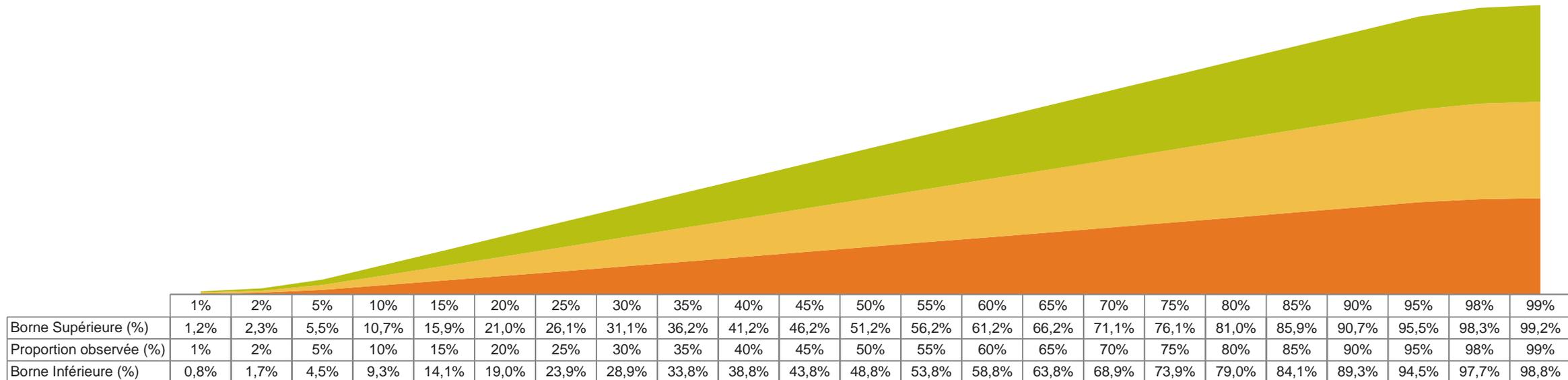
Qst cadrage



Feuille de calcul

- En l'occurrence s'agissant de cette étude :
 - Intervalle de confiance : **95%**
 - Taille d'échantillon : **6 438**
- Les proportions observées sont comprises entre :

■ Borne Supérieure (%) ■ Proportion observée (%) ■ Borne Inférieure (%)



FICHE TECHNIQUE

Étude CAWI

PÉRIODE D'ENQUÊTE



- Interviews réalisées par vagues mensuelles
- Période observée = janvier à décembre 2018



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



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)

Questionnaires versions revues du 29
mai 2018



EXCURSIONS



Séjours

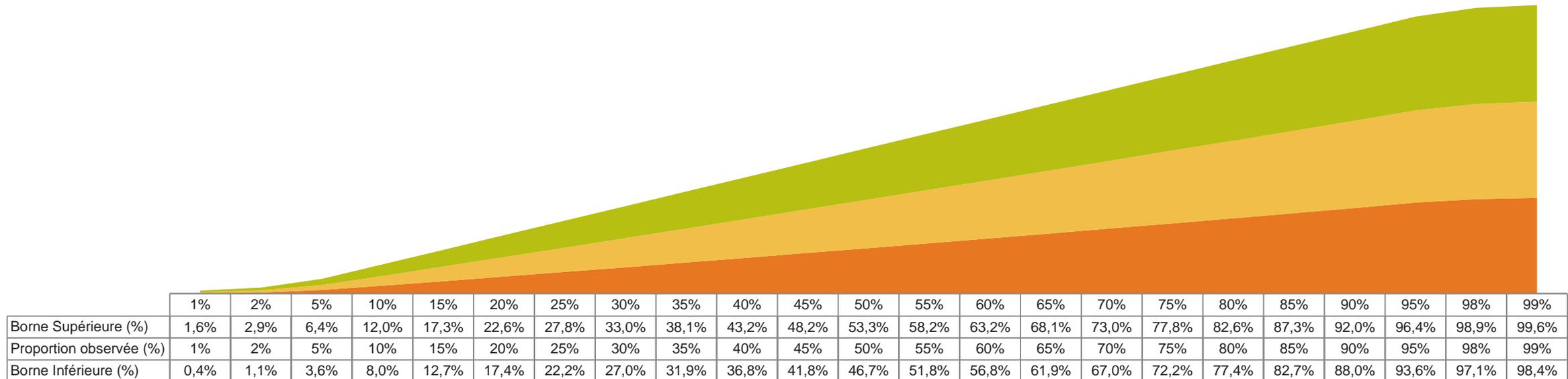
Feuille de calcul

- En l'occurrence s'agissant de cette étude :
 - Intervalle de confiance : **95%**
 - Taille d'échantillon : **901**
- Les proportions observées sont comprises entre :

■ Borne Supérieure (%)

■ Proportion observée (%)

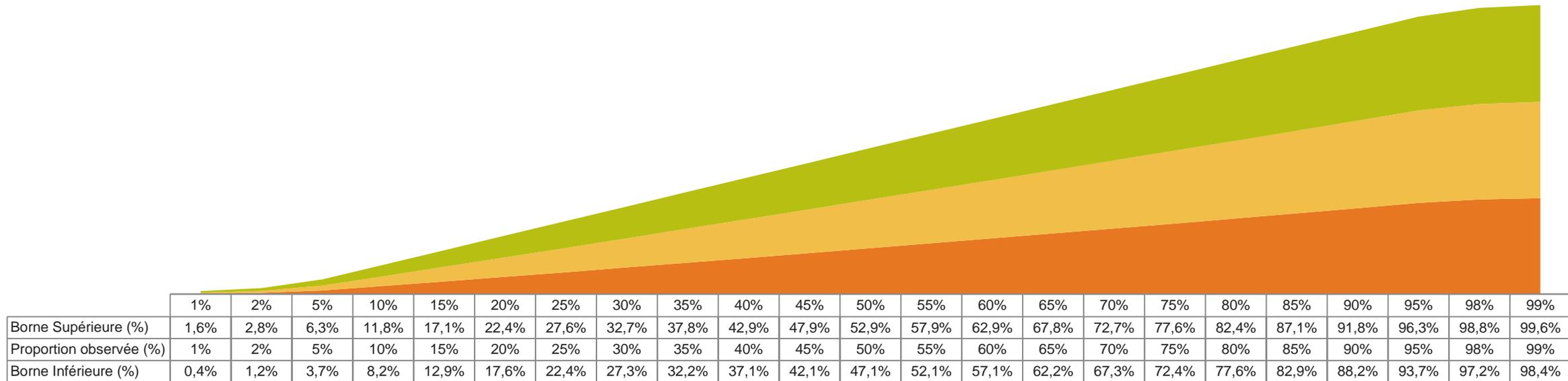
■ Borne Inférieure (%)



Feuille de calcul

- En l'occurrence s'agissant de cette étude :
 - Intervalle de confiance : **95%**
 - Taille d'échantillon : **1 104**
- Les proportions observées sont comprises entre :

■ Borne Supérieure (%) ■ Proportion observée (%) ■ Borne Inférieure (%)



Études administrées par enquêteur



La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases des études.

☑ EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un processus de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.
- **Collecte** : les enquêteurs sont formés aux techniques d'enquêtes dans un module de formation dédié préalable à toute participation à une étude. Par ailleurs, ils reçoivent ou assistent à un briefing détaillé au démarrage de chaque étude.

☑ LORS DU RECUEIL

- **Échantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes sur ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: règles de dispersion en face à face, tirage aléatoire sur liste au téléphone, méthode des quotas, ...

- **Suivi du terrain** : la collecte est suivie (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses) et le travail de l'enquêteur contrôlé soit par écoute complète (5% des questionnaires réalisés), soit a posteriori (10% en rappel téléphonique ou par revisite pour les enquêtes réalisées en face à face)

☑ EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.



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), European Society for Opinion and Market Research,

☑ 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 les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

• A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

☑ Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : version 2012 par AFNOR Certification**

- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et 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 codes et normes internationales

NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS AIDER VOS CONTACTS SUR CETTE ÉTUDE



Armelle Garnier
Directrice Générale

✉ Armelle.Garnier@ipsos.com

☎ +262 262 20 01 22



Erika Vanrietvelde
Directrice de production

✉ Erika.Vanrietvelde@ipsos.com

☎ +262 262 20 09 10



Philippe Wagner
Chargé d'études

✉ Philippe.Wagner@ipsos.com

☎ +262 262 20 90 03

Ce document a été rédigé selon les standards Qualité d'Ipsos.
Il a été relu et validé par Erika Vanrietvelde

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 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

Syndicated studies

© 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.

Ad hoc studies

© 2018 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.

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](https://twitter.com/IpsosFrance)