

# SUIVI DE LA CLIENTÈLE LOCALE

Principaux résultats 1T-4T 2019

Rapport préparé pour l'Île de La Réunion Tourisme

Par Nolwenn De Bleeckere

Version du 05 mars 2020




# SOMMAIRE



<b>PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE.....</b>	<b>3</b>
<i>Objectifs et méthodologie.....</i>	<i>3</i>
<i>Définitions.....</i>	<i>4</i>
<b>SÉJOURS AVEC NUITÉE(S).....</b>	<b>5</b>
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>
<b>EXCURSIONS.....</b>	<b>40</b>
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>
<b>BILAN ANNUEL.....</b>	<b>69</b>


# OBJECTIFS DE L'ETUDE & METHOLOGIE



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 : **de janvier à décembre 2019 (soit 12 mois cumulés)**

Echantillons :

- **6 939** Réunionnais de 18 ans et plus interrogés par téléphone pour évaluer les volumes de séjours et excursions.
- **1 153** Réunionnais interrogés online pour décrire leurs **SÉJOURS**
- **1 420** Réunionnais interrogés online pour décrire leurs **EXCURSIONS**

# 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...

# SÉJOURS AVEC NUITÉE(S)

1



# VOLUMES & BUDGETS

1.1

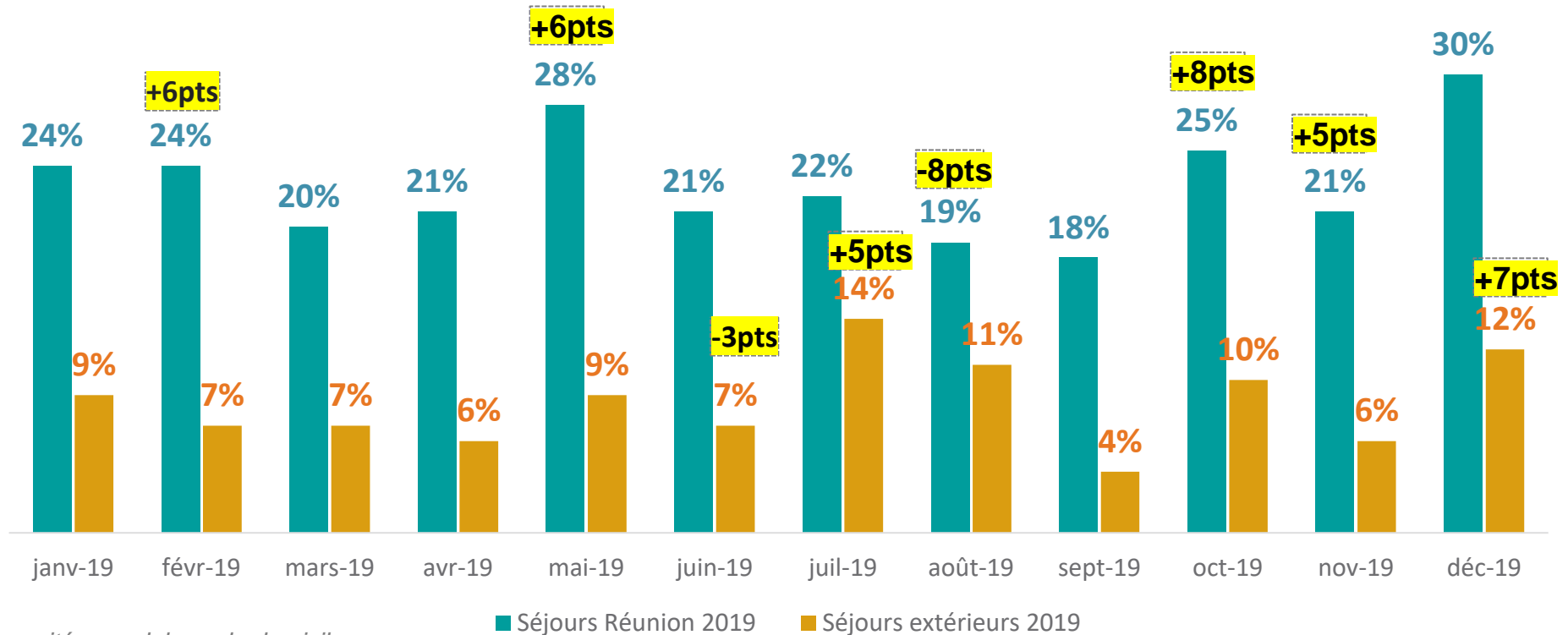
# TAUX DE TOURISTES LOCAUX EN SÉJOURS

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- Chaque mois en moyenne sur la période observée, 23% des Réunionnais de 18 ans et plus ont effectué au moins un séjour à La Réunion<sup>1</sup>

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



<sup>1</sup> Séjours à la Réunion avec nuitée, en dehors du domicile

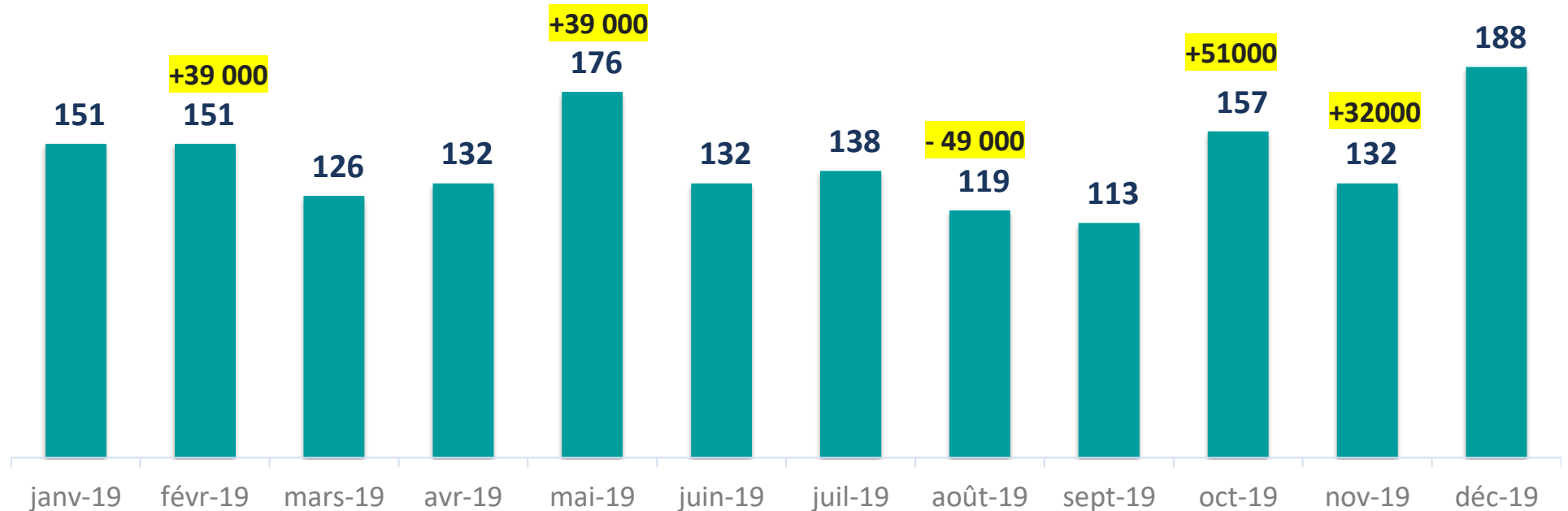
# NOMBRE DE TOURISTES LOCAUX

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

## Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- Chaque mois en moyenne sur la période observée, environ **143 000 Réunionnais** de 18 ans et plus ont effectué un séjour sur l'île, avec un pic en mai et décembre, et un nombre de séjours en hausse en mai et octobre

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



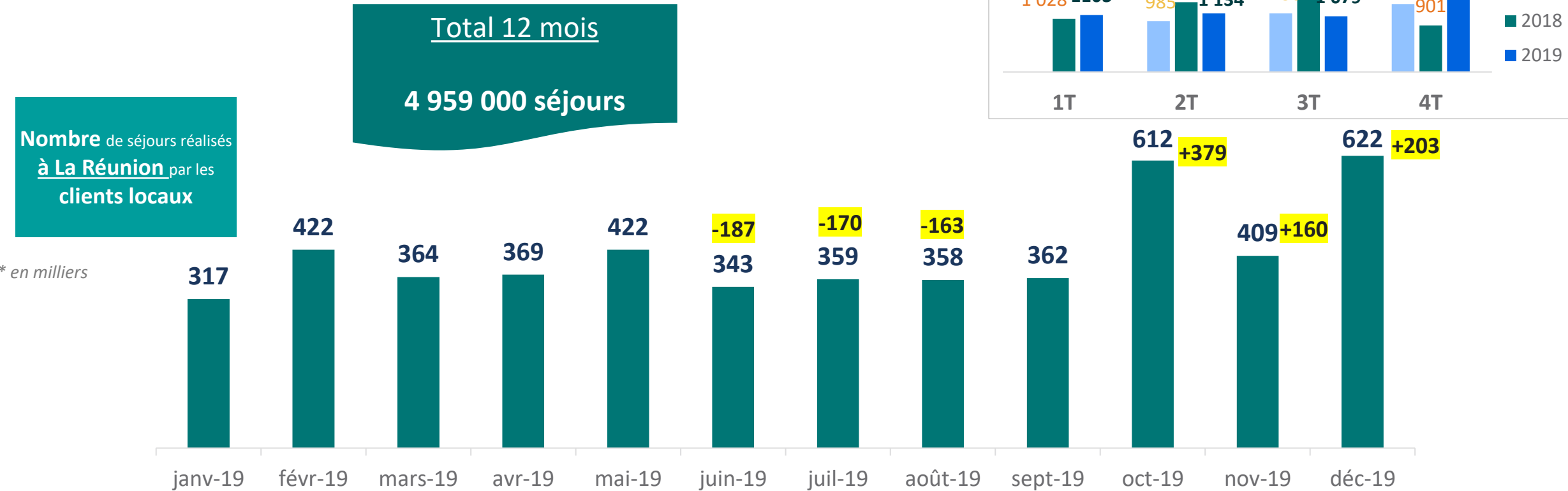


# NOMBRE DE SÉJOURS SUR L'ÎLE

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

## Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- Cela représente l'équivalent de **413 000 séjours** réalisés **chaque mois** tous motifs confondus, par la clientèle locale. Sur la période le volume est **supérieur de 5% par rapport à 2018** (+8% en fin d'année)

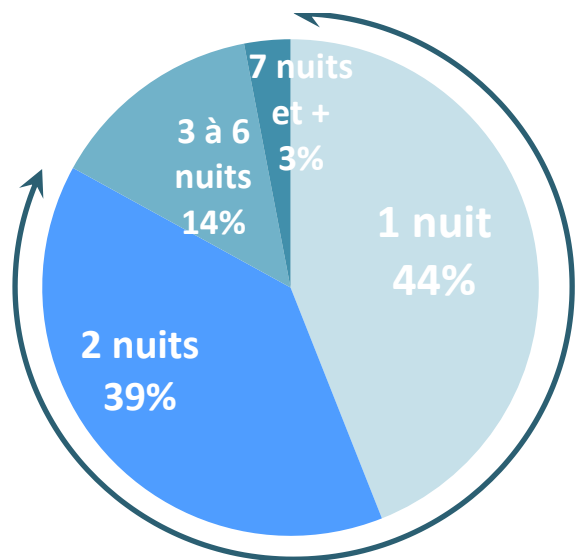


# ESTIMATION DU NOMBRE DE NUITÉES MARCHANDES SUR L'ÎLE

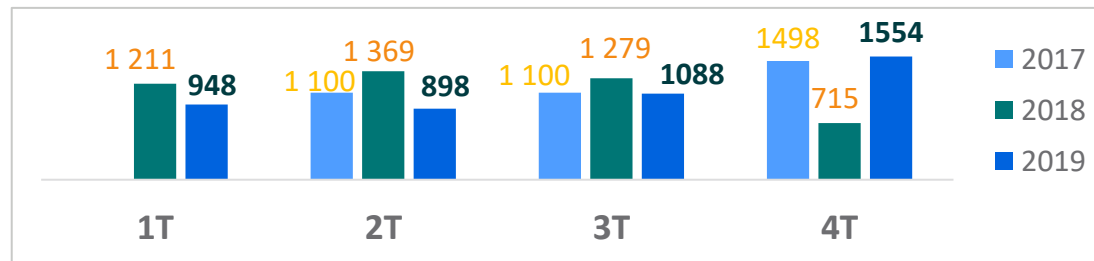
## Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

Base : Séjours réalisés à La Réunion

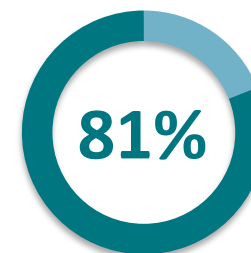
- 45% des séjours des clients locaux ont été réalisés en hébergement marchand, avec 2,0 nuits passées en moyenne (un chiffre en baisse), soit l'équivalent d'environ 374 000 nuitées marchandes chaque mois sur l'île sur la période (hors saisonnalité mensuelle). Au 4<sup>ème</sup> trimestre le volume de nuitées a été plus de 2 fois supérieur à celui de 2018.



**83%**  
de séjours très courts



Total 12 mois  
**4 488 000** 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

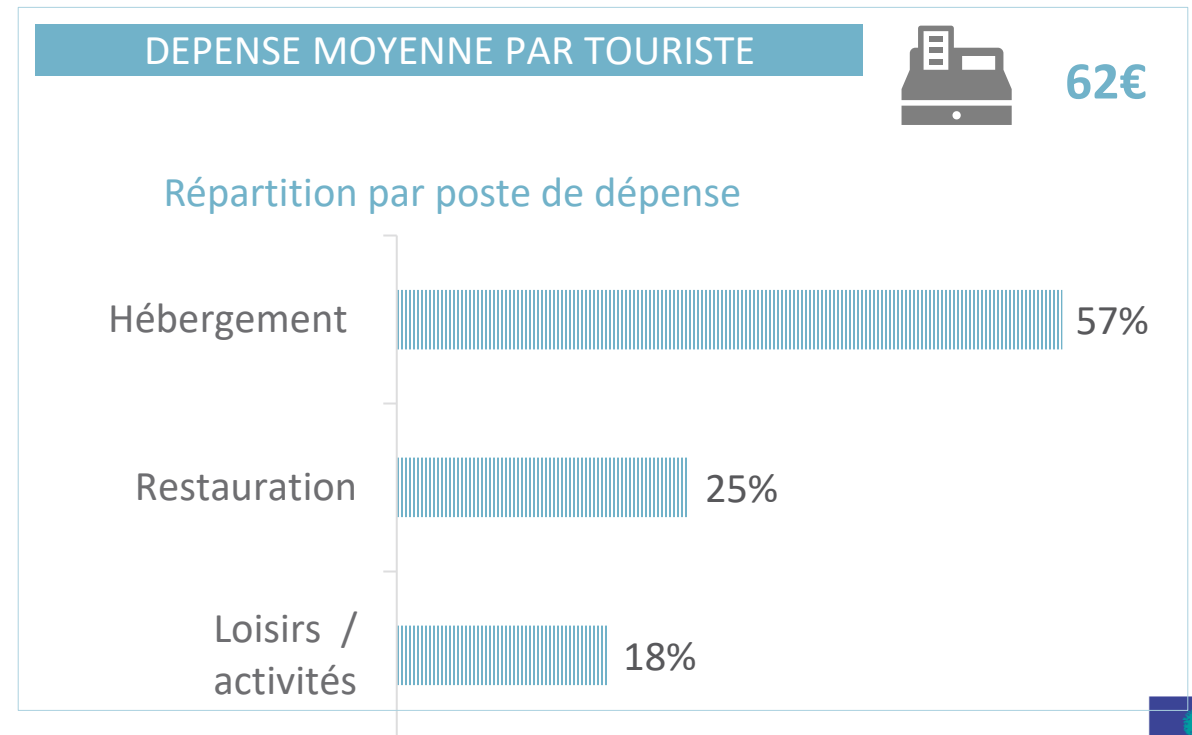
Base : Séjours réalisés à La Réunion

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

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- En moyenne, tous postes de dépenses confondus, les résidents réunionnais ont dépensé sur la période environ **62€ / personne pour leur séjour (soit l'équivalent de 152 € / ménage)**
- **L'hébergement** demeure le **premier poste de dépense**, suivi de la restauration et des loisirs payants

Soit un coût moyen par ménage de 152 €



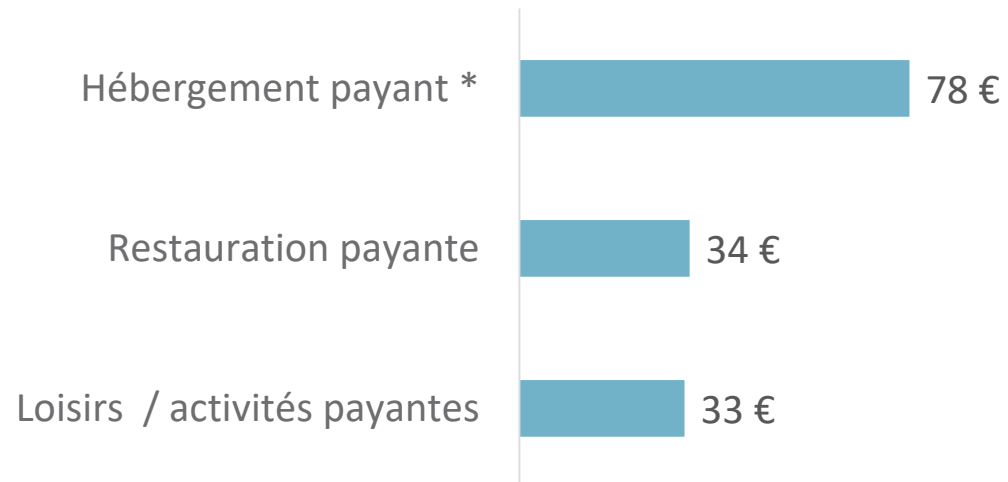
# DÉPENSES DES TOURISTES LOCAUX LORS DE LEURS SÉJOURS SUR L'ÎLE

## Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- Lorsque les touristes ont opté pour un **hébergement payant**, ce poste s'est élevé à **78€** en moyenne. **34€** pour ceux qui ont alloué un budget à la **restauration**, et **33€** pour ceux qui ont pratiqué des activités de **loisirs payantes**.

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

NB : on estime en moyenne à **2,9** 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)

# Motifs & nombre de personnes

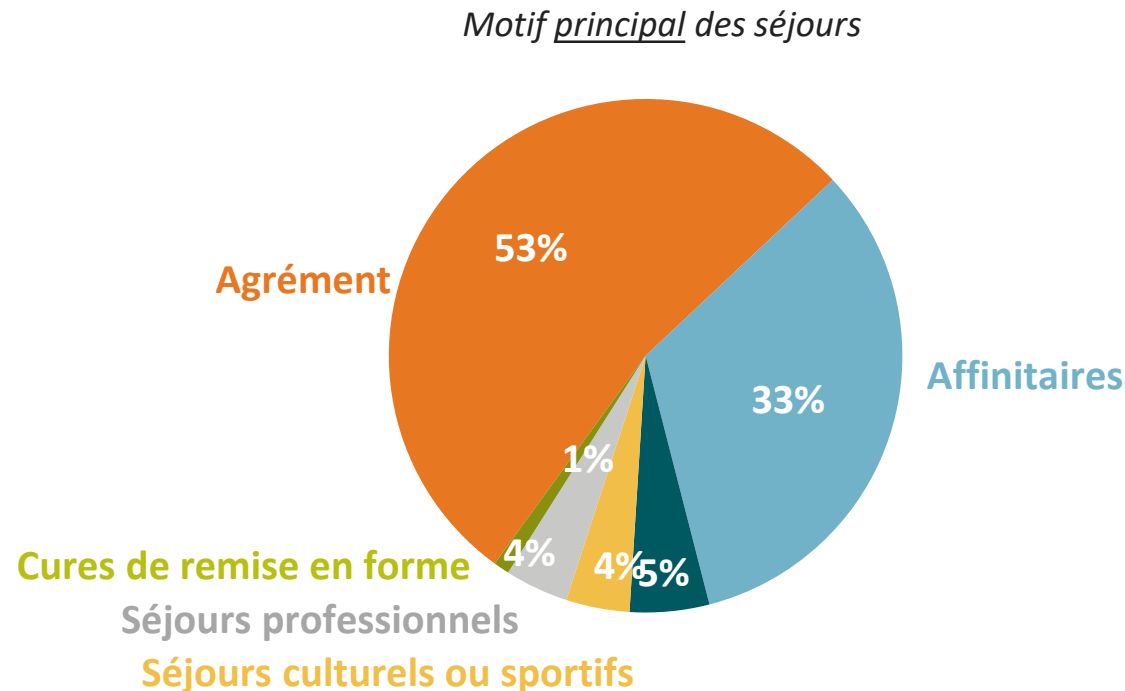
1.2

# MOTIVATION PRINCIPALE DES SÉJOURS

Base : Séjours réalisés à La Réunion

## Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- Les séjours se font toujours majoritairement à titre personnel ; et comme en 2018 plus d'1 sur 2 est réalisé dans le cadre de loisirs/vacances ; 1 sur 3 pour rendre visite à des proches
- On dénombre toujours très peu de séjours culturels ou sportifs en 2019.



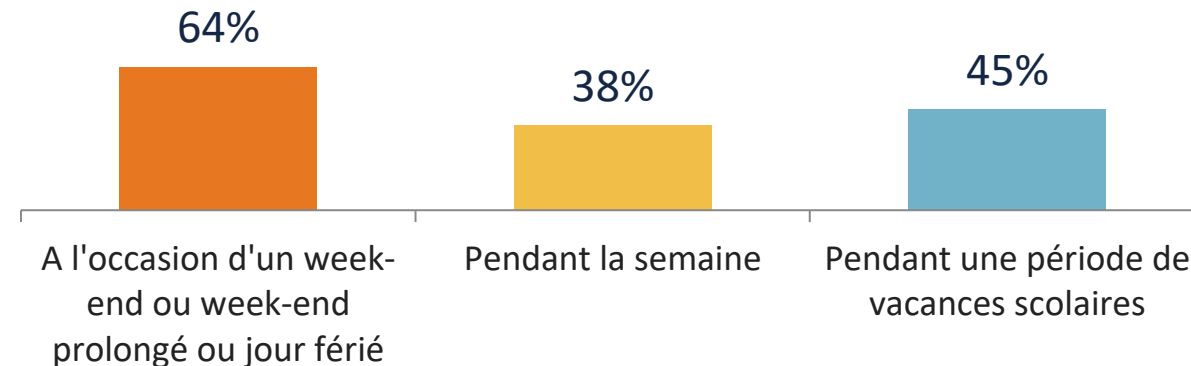
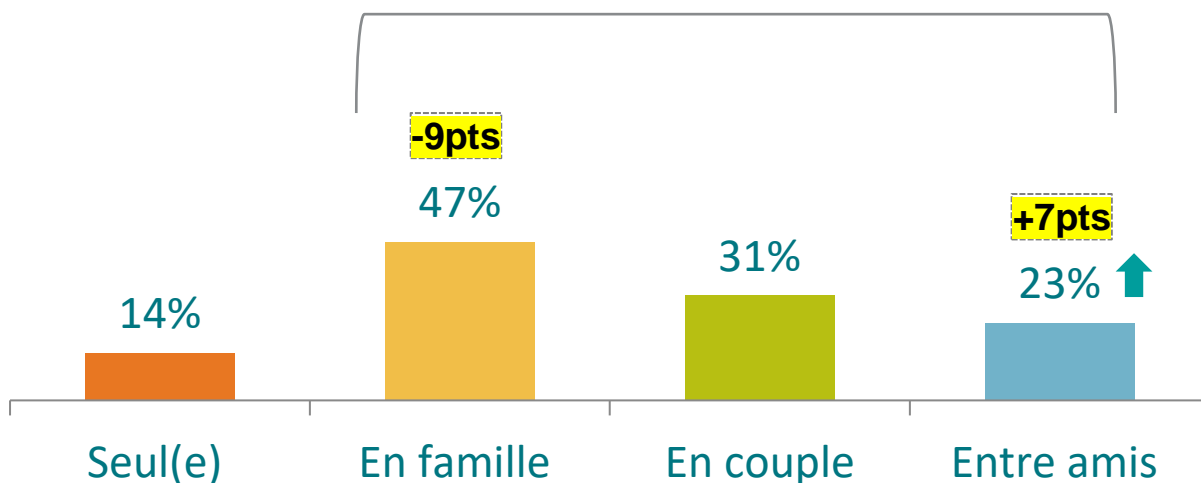
# TYPOLOGIE DES GROUPES EN SÉJOUR

Base : Séjours réalisés à La Réunion

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- Environ 1 séjour sur 2 se fait en famille, contre 1 sur 3 en couple et 1 sur 4 entre amis.
- La majorité des séjours a eu lieu à l'occasion d'un week-end ou lors d'un jour férié

**86%** des touristes sont accompagnés  
lors de leurs séjours



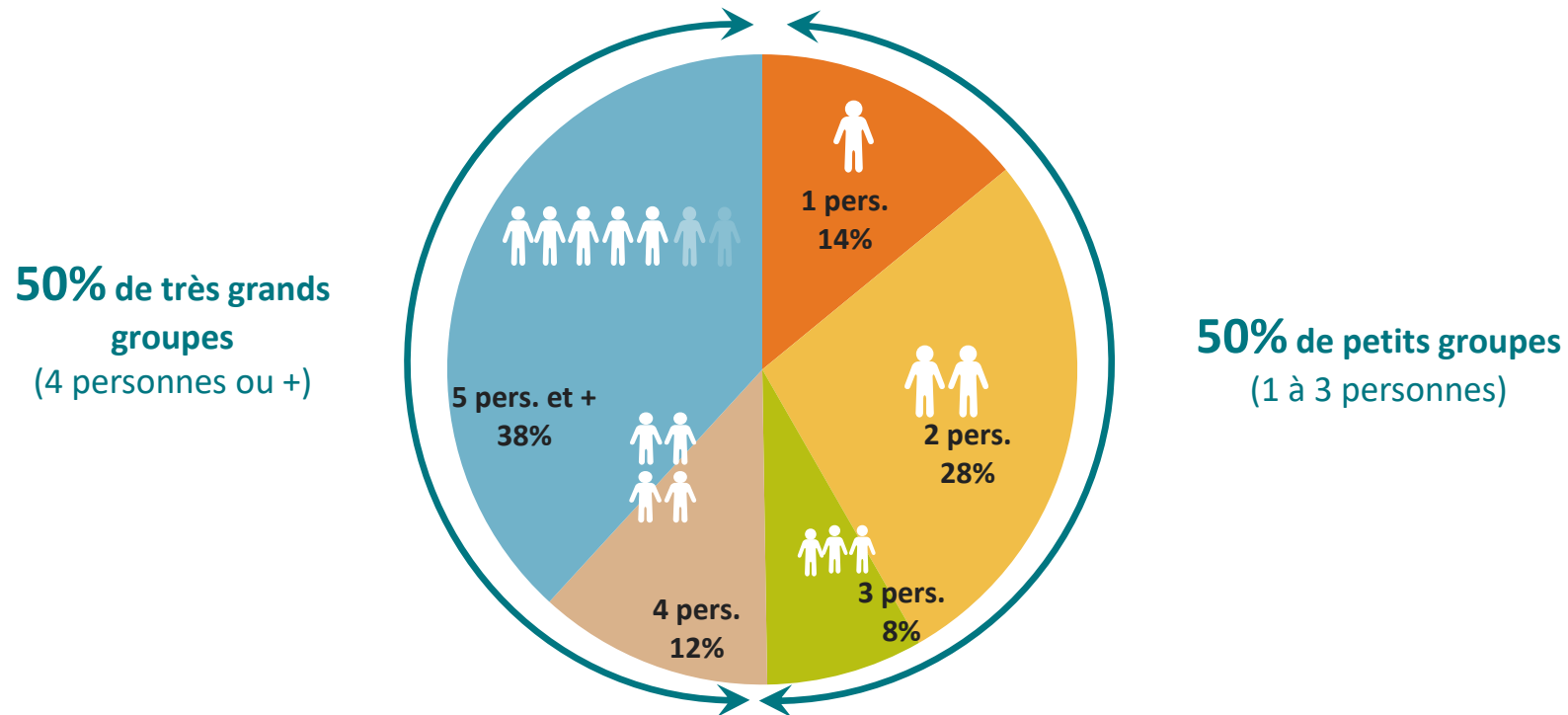
NB : il peut y avoir plusieurs types de personnes dans le groupe (amis, famille), la somme des réponses est donc supérieure à 100%

# TAILLE DES GROUPES EN SÉJOUR

Base : Séjours réalisés à La Réunion

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- Les groupes sont composés de **5 personnes en moyenne** (adultes + enfants). On dénombre toujours autant de petits que de grands groupes (4 personnes ou+).





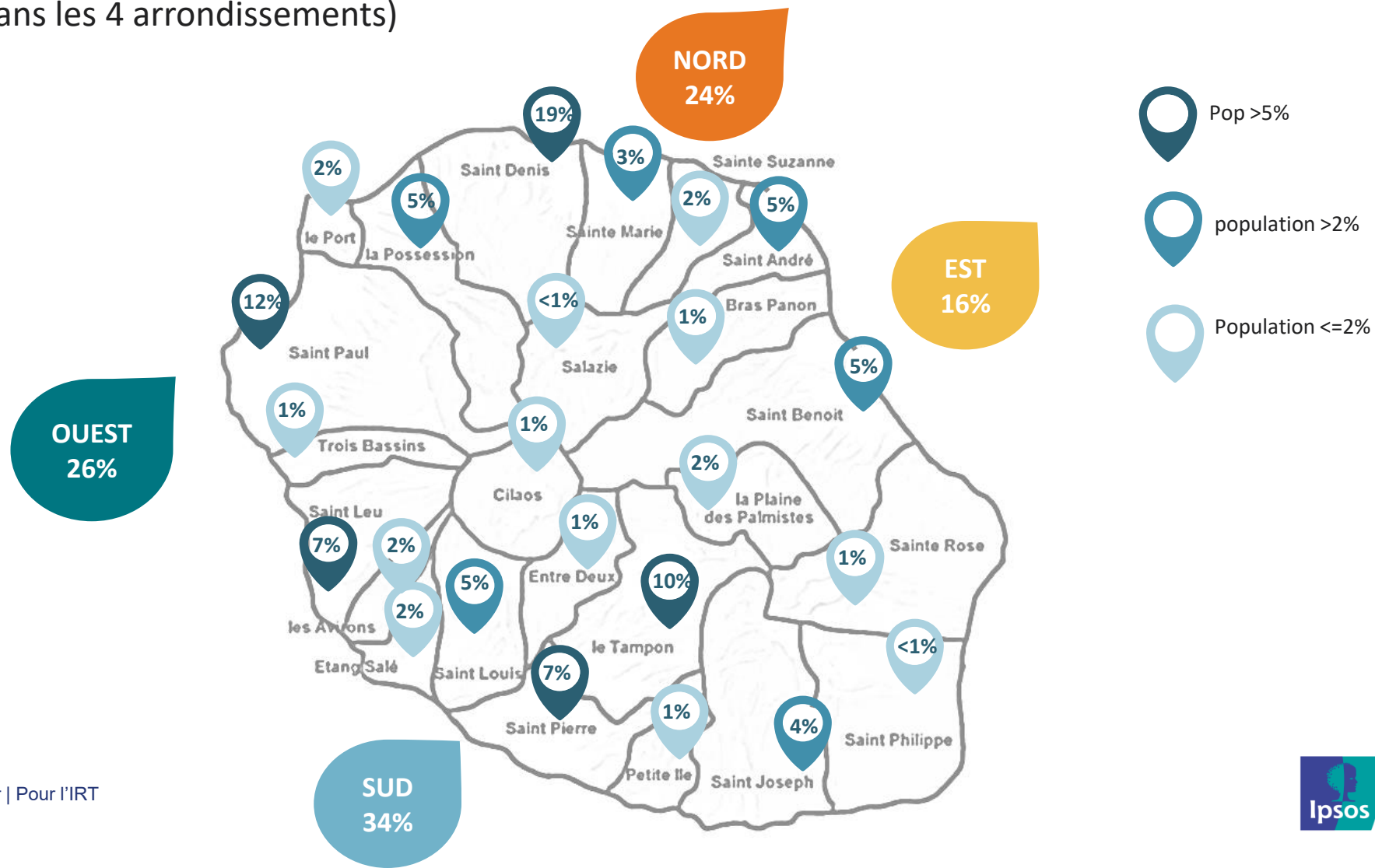
# Lieux & types d'hébergement, activités

# 1.3

# ORIGINE DES TOURISTES LOCAUX EN SEJOUR (selon leur commune de résidence)

## Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

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

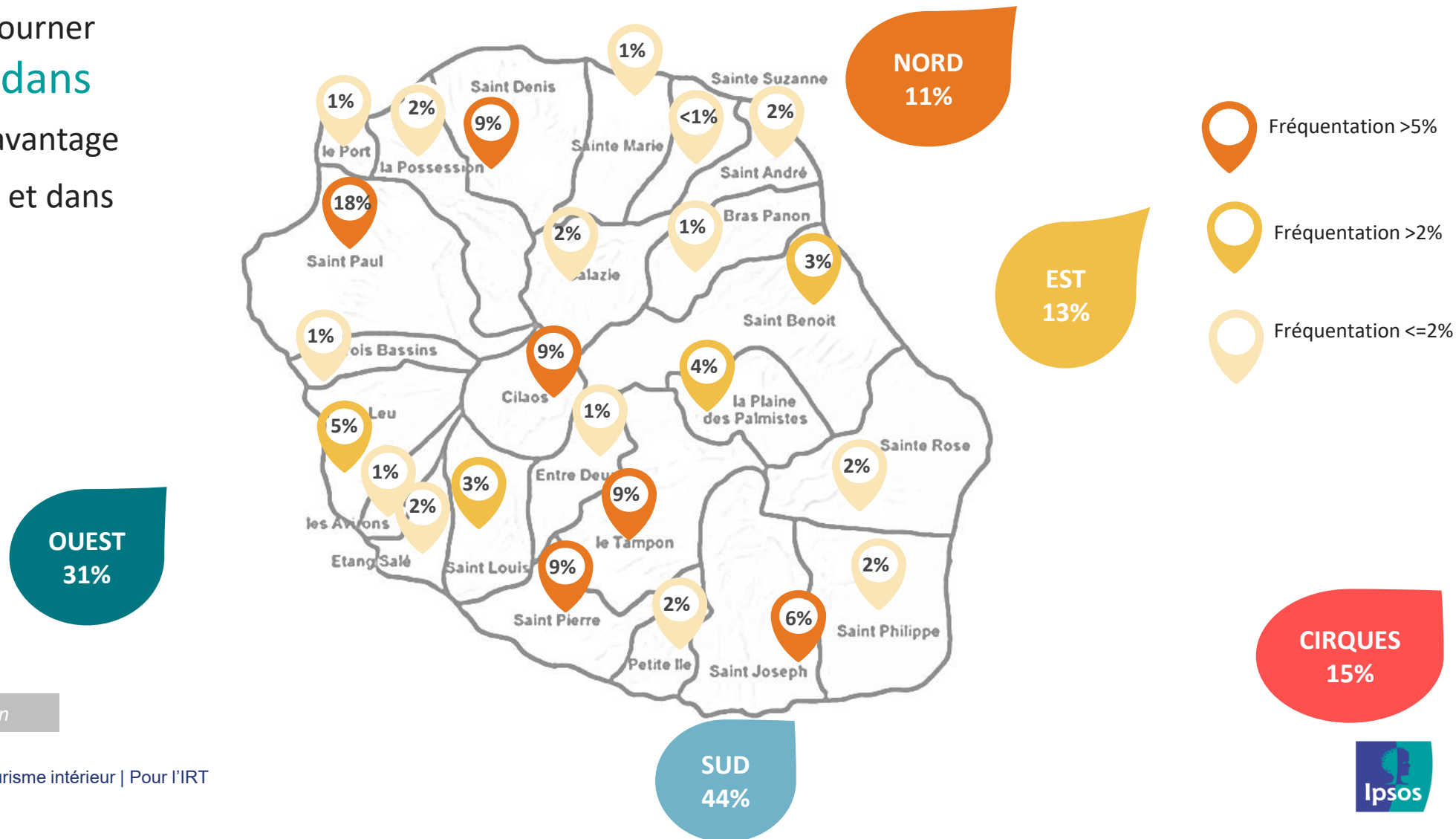


Base : Séjours en hébergement payant

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

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- Ils ont continué à séjourner **un peu partout dans l'île, et** toujours davantage du côté des **plages** et dans **le SUD**

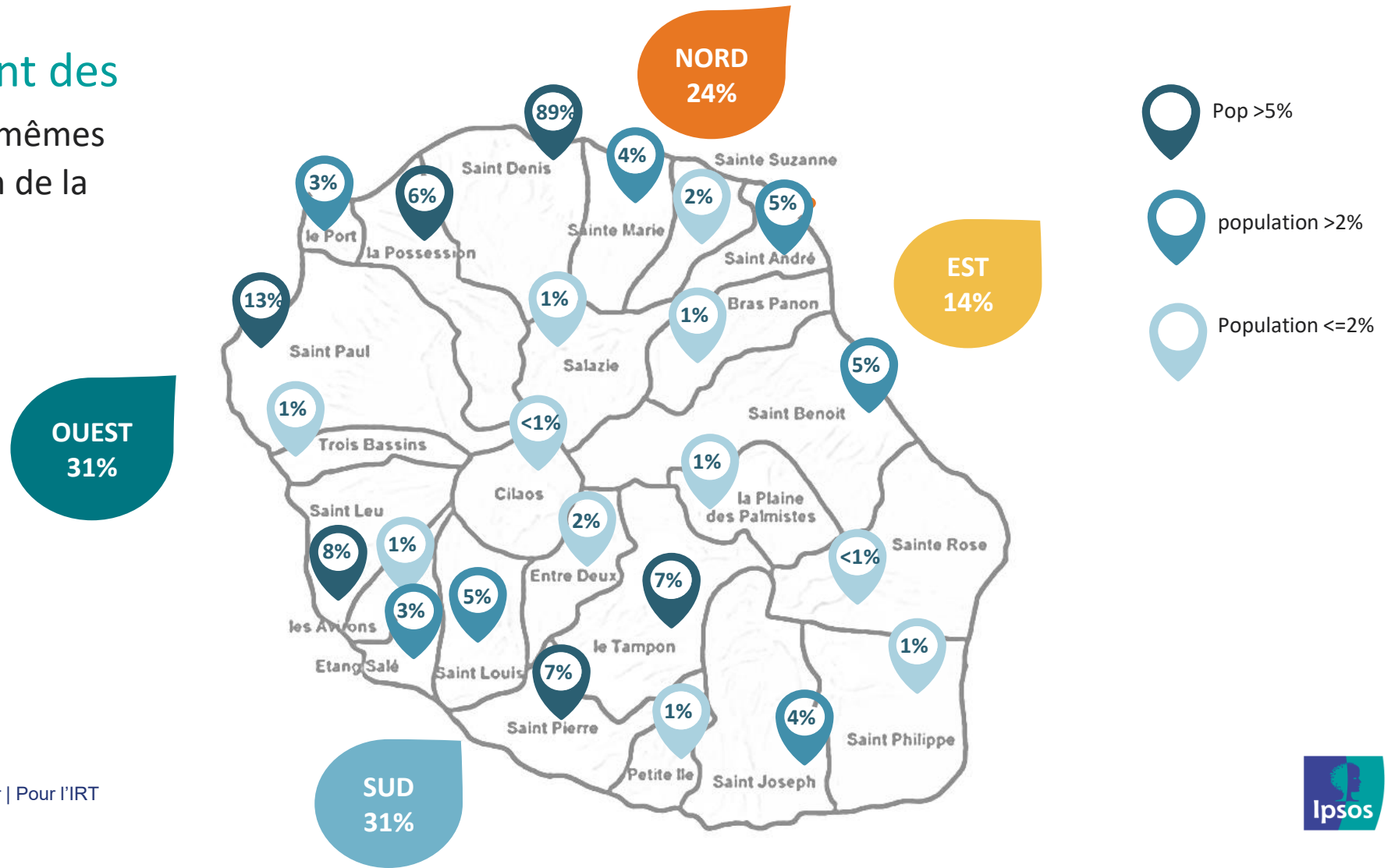


Base : Séjours réalisés à La Réunion

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

Séjours des clients locaux (avec nuitées marchandes) de janvier à décembre 2019

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

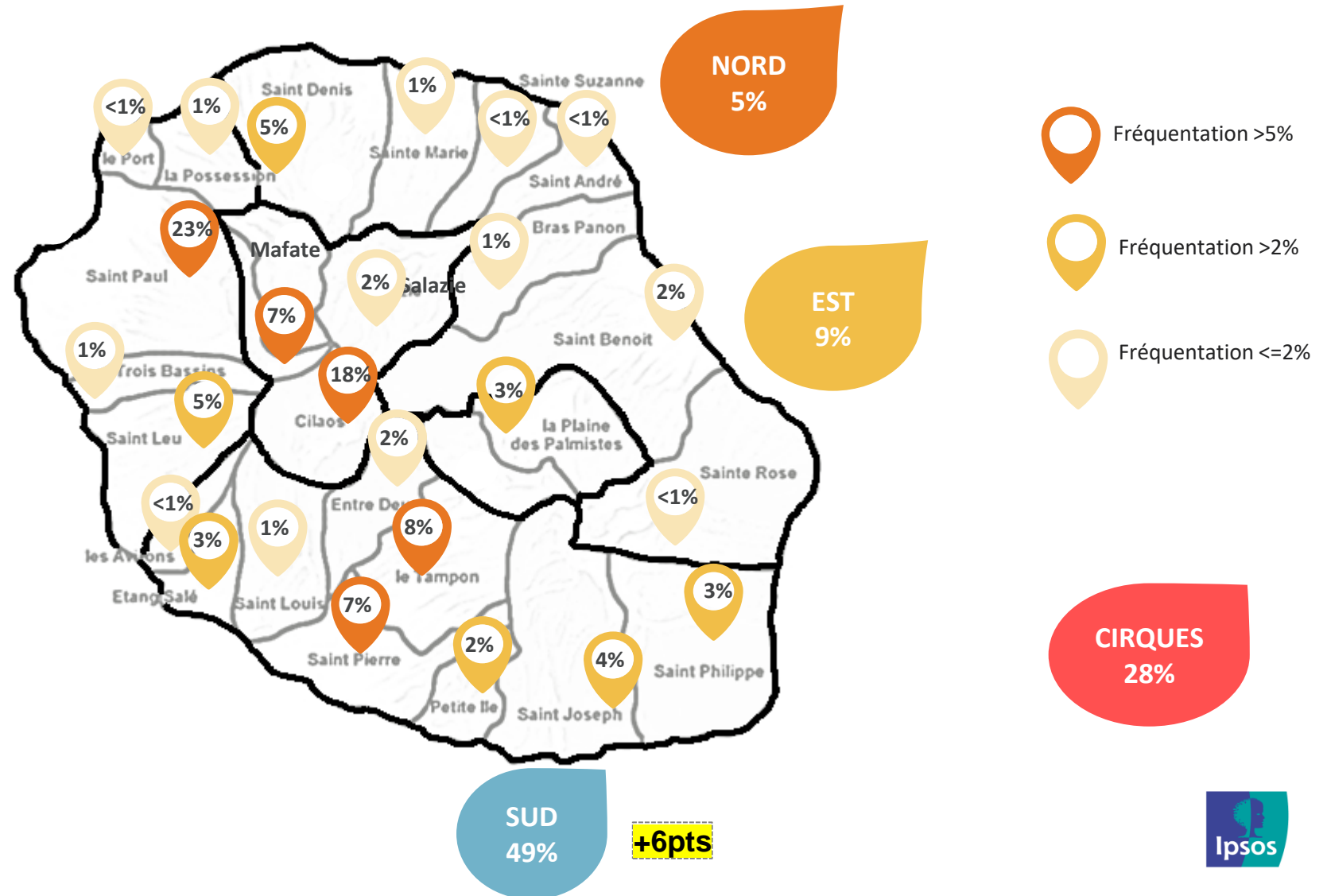


Base : Séjours réalisés à La Réunion

# DESTINATION DES SÉJOURS MARCHANDS (principal lieu d'hébergement)

Séjours (avec nuitées marchandes) de janvier à décembre 2019

- Ils ont séjourné **un peu partout dans l'île**, optant toujours autant pour les **plages**, et encore plus pour le **Sud**.
- Un peu plus **d'1/4 des séjours marchands** ont eu lieu dans les **cirques**.

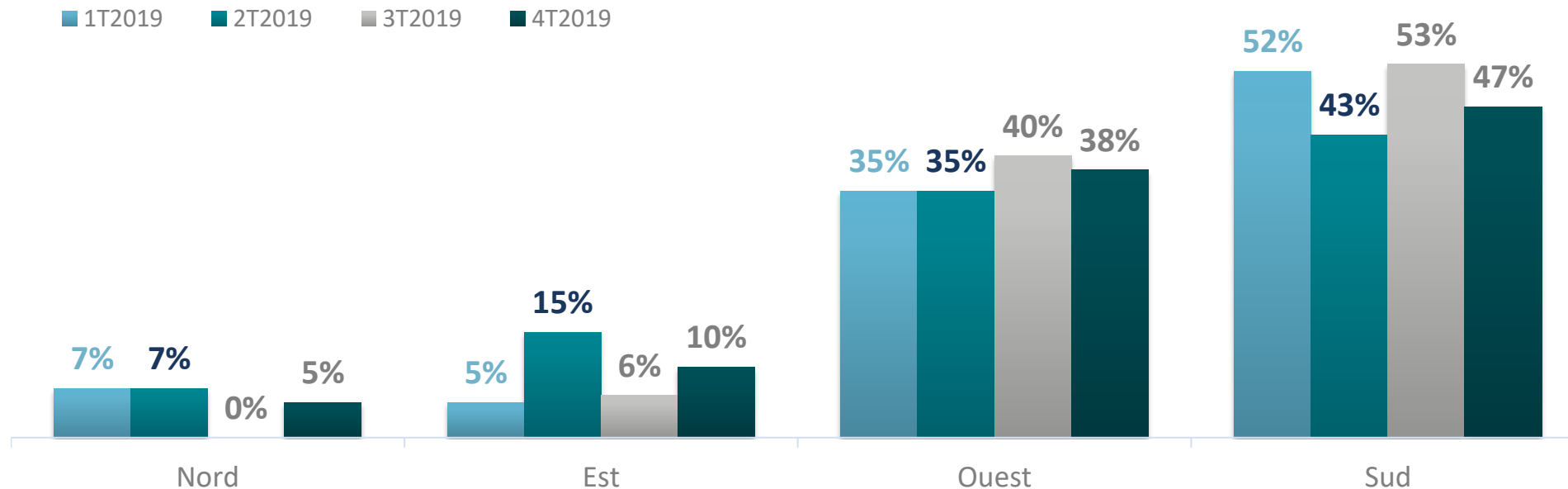


Base : Séjours en hébergement payant

# DESTINATION DES SÉJOURS MARCHANDS (principal lieu d'hébergement)

Séjours des clients locaux (avec nuitées marchandes) de janvier à décembre 2019

- Entre 78% et 93% des séjours sont réalisés dans l'Ouest et le Sud tout au long de l'année, avec des pics dans le Sud au 1T et au 3T.

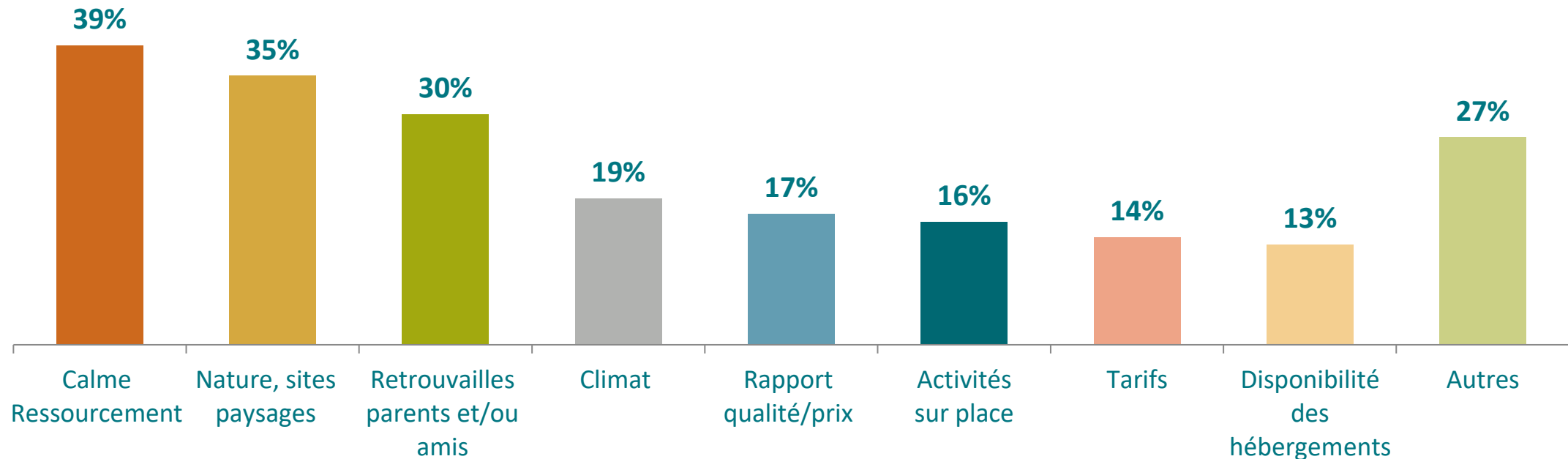


Base : Réunionnais de 18 ans et plus

# CHOIX DU LIEU DE SÉJOUR

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- Les touristes locaux restent à la recherche de calme, souhaitant profiter de la nature environnante, bien souvent pour des retrouvailles entre proches.

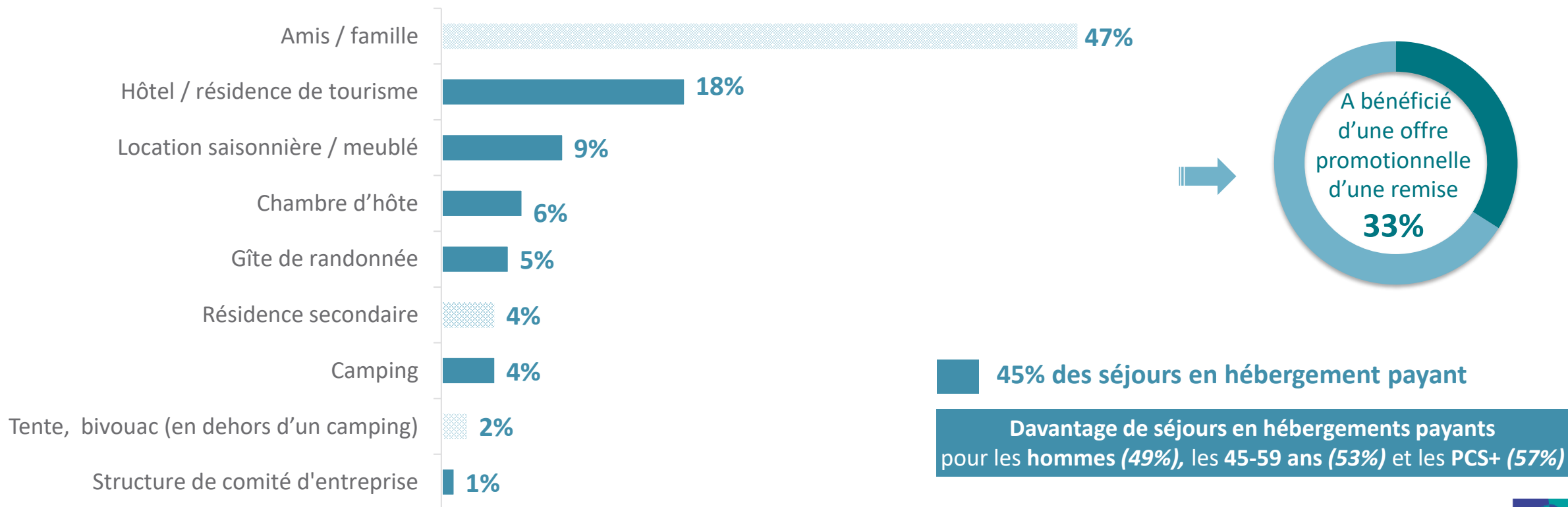


Base : Séjours pour motifs professionnel ou de loisir

# TYPOLOGIE DES HÉBERGEMENTS DES TOURISTES LOCAUX

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- 45% des séjours décrits, soit **près de 186 000 séjours chaque mois**, ont été réalisés en **hébergement marchand**, principalement en hôtels.
- Le poids du tourisme local affinitaire reste important.

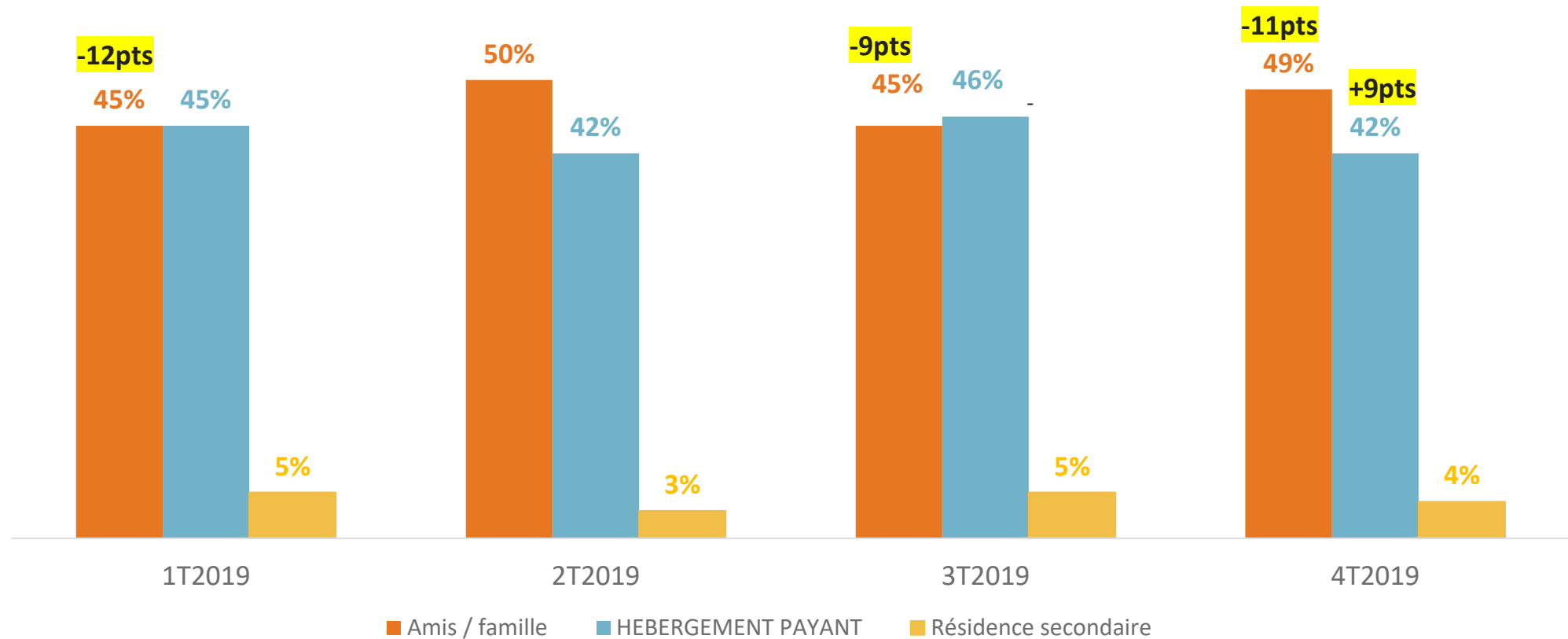




# TYPOLOGIE DES HÉBERGEMENTS DES TOURISTES LOCAUX PAR MOIS

## Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

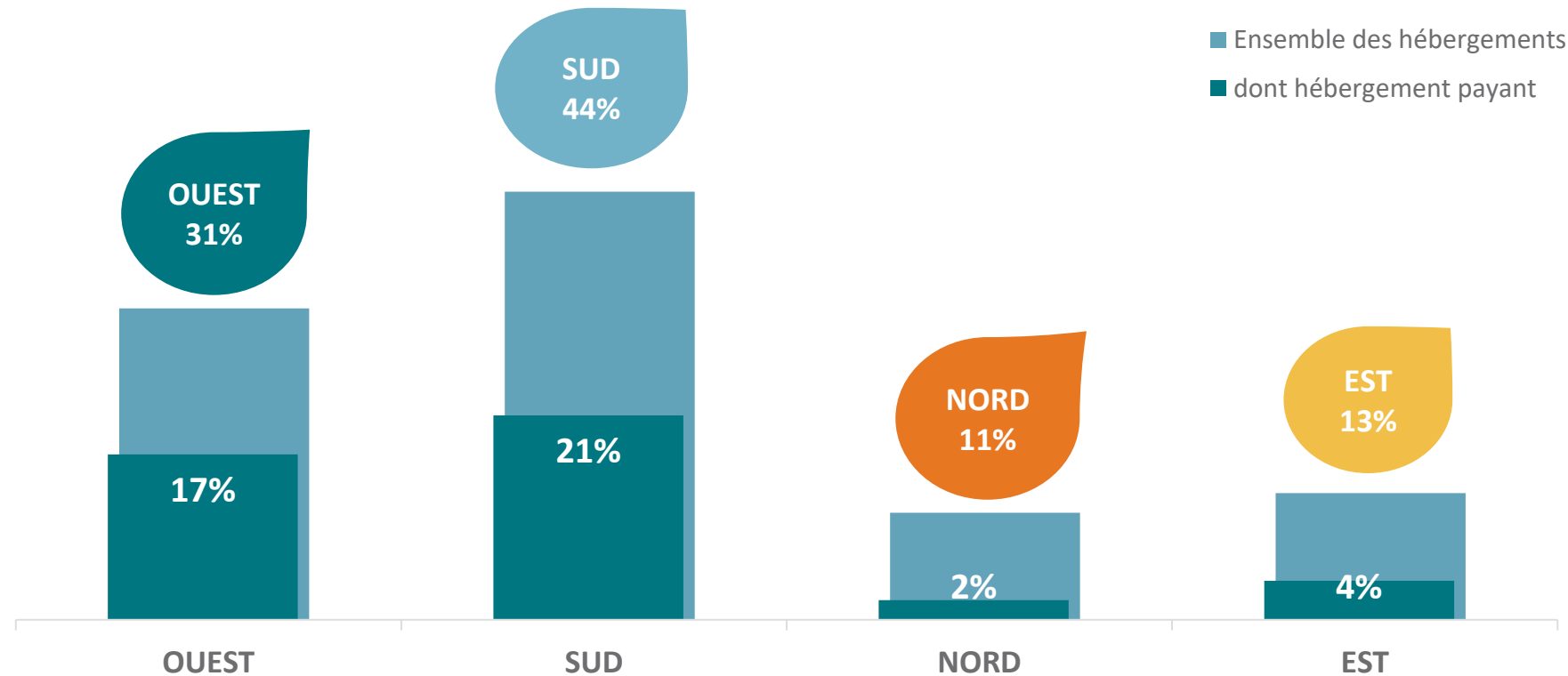
- Cette année, le **4ème trimestre a été plus favorable à l'hébergement payant** vs 2018 (+9pts). Mais le taux d'hébergement marchand est resté stable tout au long de l'année.



# TAUX D'HÉBERGEMENTS MARCHANDS SELON LES LIEUX DE SÉJOURS

## Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

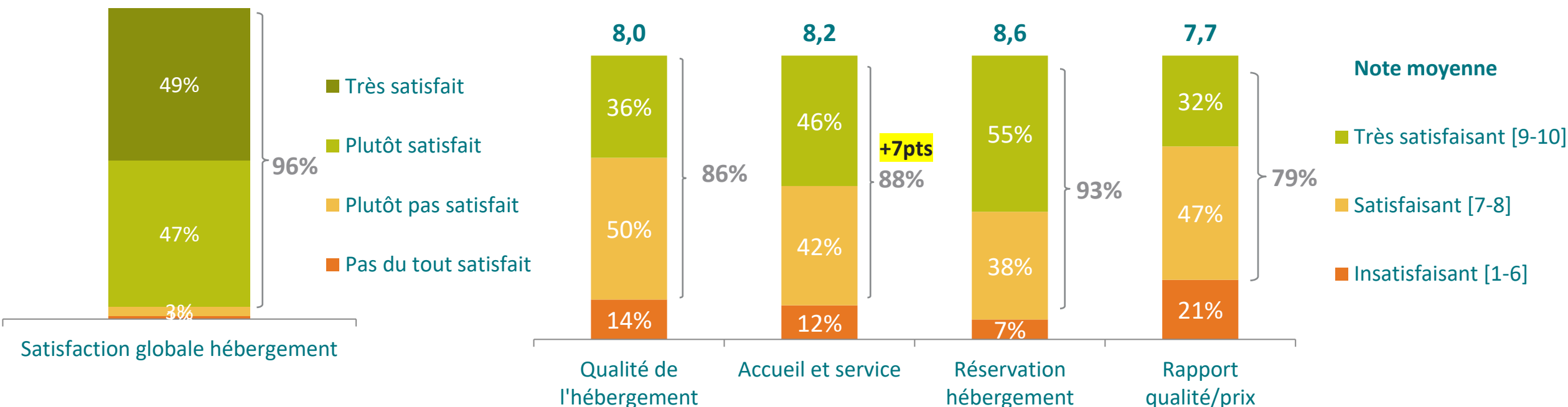
- Parmi ceux qui ont séjourné **dans l'Ouest** (31%), un peu plus de la moitié (17%) a choisi **un hébergement payant** ; vs un peu moins de la moitié **dans le Sud**.
- Un taux **d'hébergement payant toujours plus faible dans Le Nord-Est** vs le reste de l'île.



# SATISFACTION CONCERNANT LES HÉBERGEMENTS MARCHANDS

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- Les lieux d'hébergement sont globalement toujours très en phase avec les attentes des touristes locaux. Notons cette année une progression sur l'accueil et le service.



Base : Séjours en hébergement marchand

Évolution vs 2018

# PROFIL DES TOURISTES LOCAUX EN SEJOURS

Séjours de janvier à décembre 2019

	Réunionnais 16 ans et + (B* =6 939)	Touristes locaux (ayant effectué au -1 séjour à la Réunion) (B=1 153)	Réunionnais ayant effectué au -1 séjour à l'extérieur (B=592)	Touristes locaux en hébergement payant (B=513)	Touristes locaux avec loisir payant (B=405)
Hommes	48%	50%	48%	49%	46%
Femmes	52%	50%	52%	51%	54%
18-29 ans	21%	32%	18%	22%	25%
30-44 ans	26%	29%	24%	26%	23%
45-59 ans	29%	24%	32%	19%	19%
60 ans ou plus	23%	16%	27%	33%	33%
PCS+ (petits patrons, cadres, professions intermédiaires)	22%	30%	36%	29%	22%
PCS- (employés, ouvriers)	37%	34%	27%	37%	38%
INACTIFS (étudiants, retraités, sans activité)	41%	36%	37%	34%	40%
Nord - Saint-Denis	24%	30%	27%	25%	25%
Sud - Saint-Pierre	36%	29%	36%	31%	31%
Est - Saint-Benoît	15%	15%	11%	14%	17%
Ouest - Saint-Paul	26%	26%	27%	30%	26%

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 14% des Réunionnais ayant effectué un séjour avec hébergement payant vivent dans l'Est

# La restauration et les activités

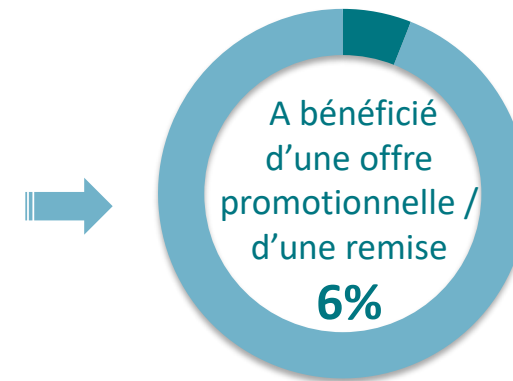
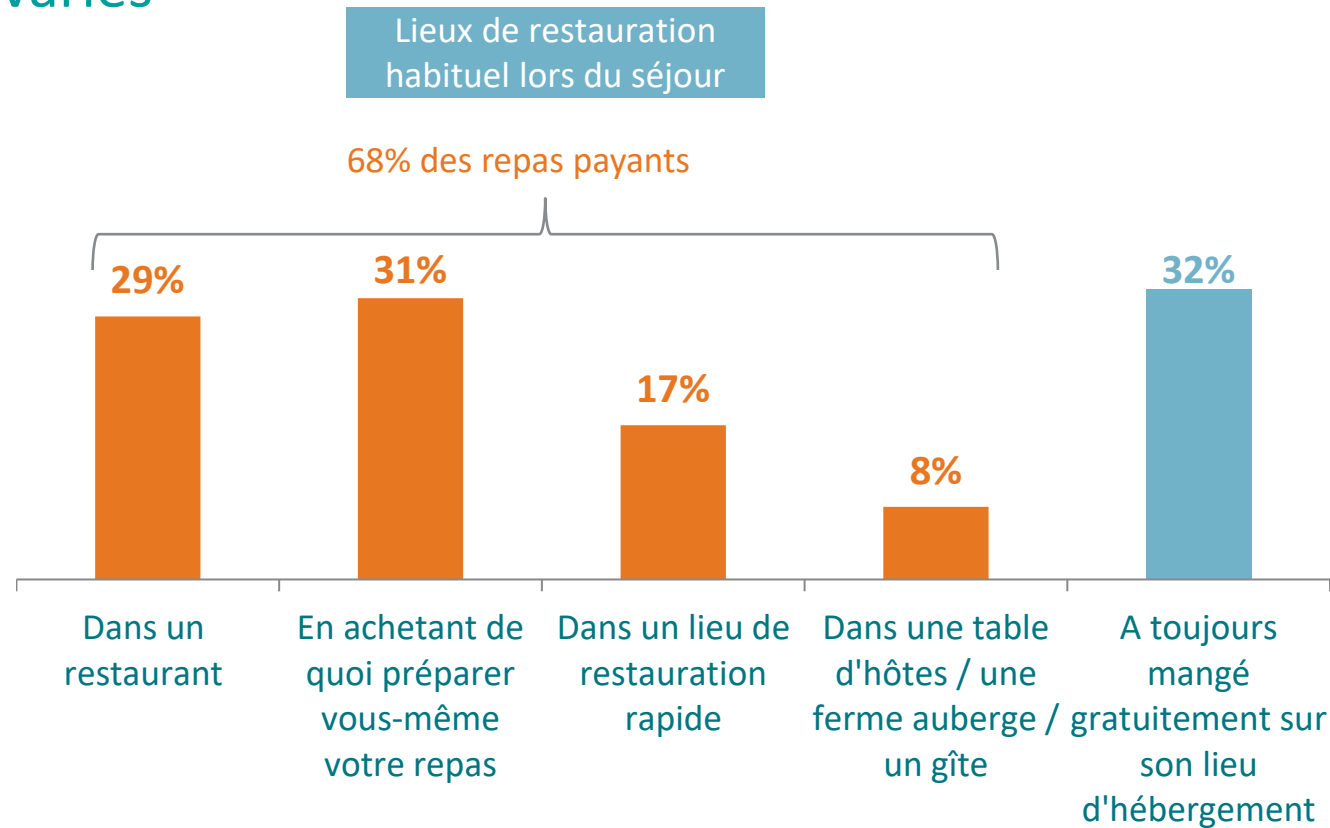
1.4

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

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

Base : Séjours réalisés à La Réunion

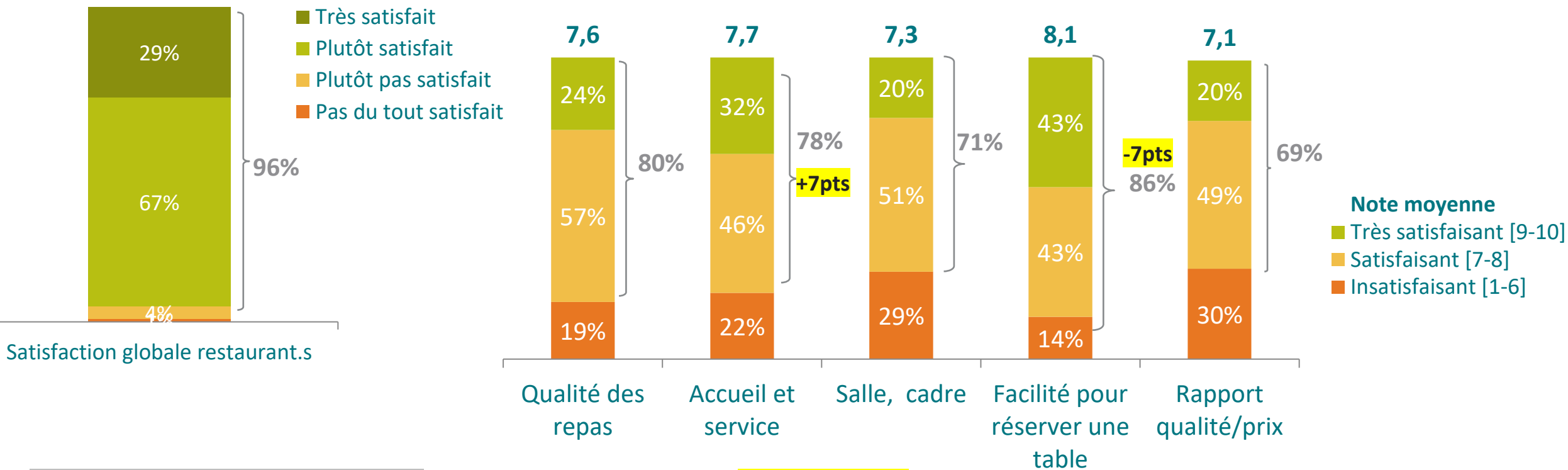
- 68% des touristes se sont restaurés de manière **payante**. Des **modes de restauration** toujours très variés



# SATISFACTION CONCERNANT LA RESTAURATION LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- **L'accueil et le service** progressent en satisfaction. En revanche les modalités de **réservations** se sont avérées plus compliquées.



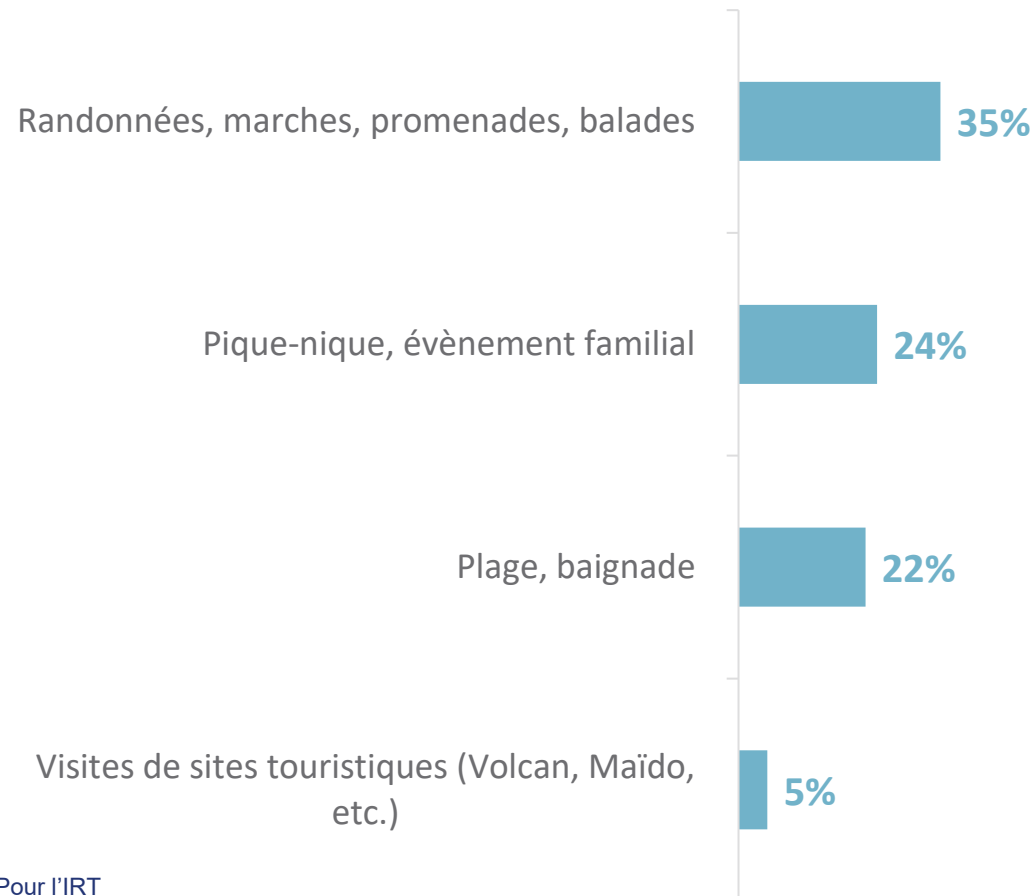
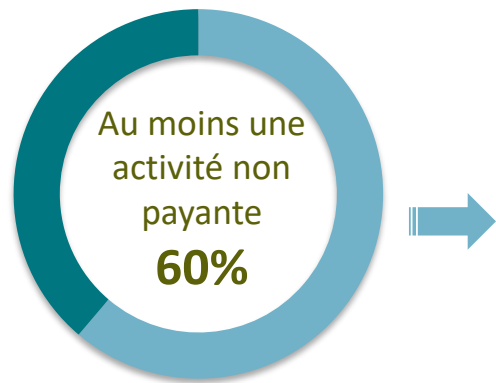
Base : Restauration payante lors des séjours

# ACTIVITÉS NON PAYANTES LORS DES SÉJOURS

Base : Séjours réalisés à La Réunion

## Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

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



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

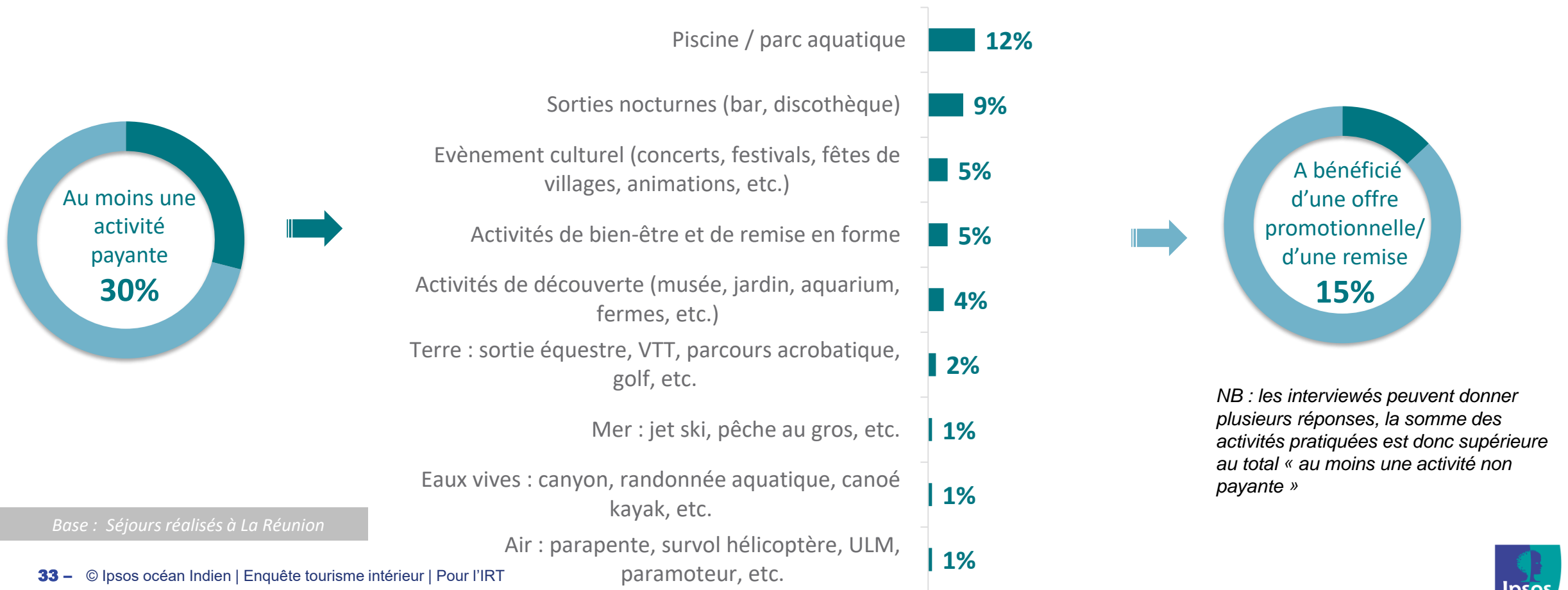
Base : Séjours réalisés à La Réunion



# PRATIQUES D'ACTIVITÉS PAYANTES LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- **3 touristes sur 10** ont profité de leur séjour pour s'adonner à **une activité payante** ; le cas échéant des activités aussi bien tournées vers la **culture**, la **découverte** que vers le **sport**.

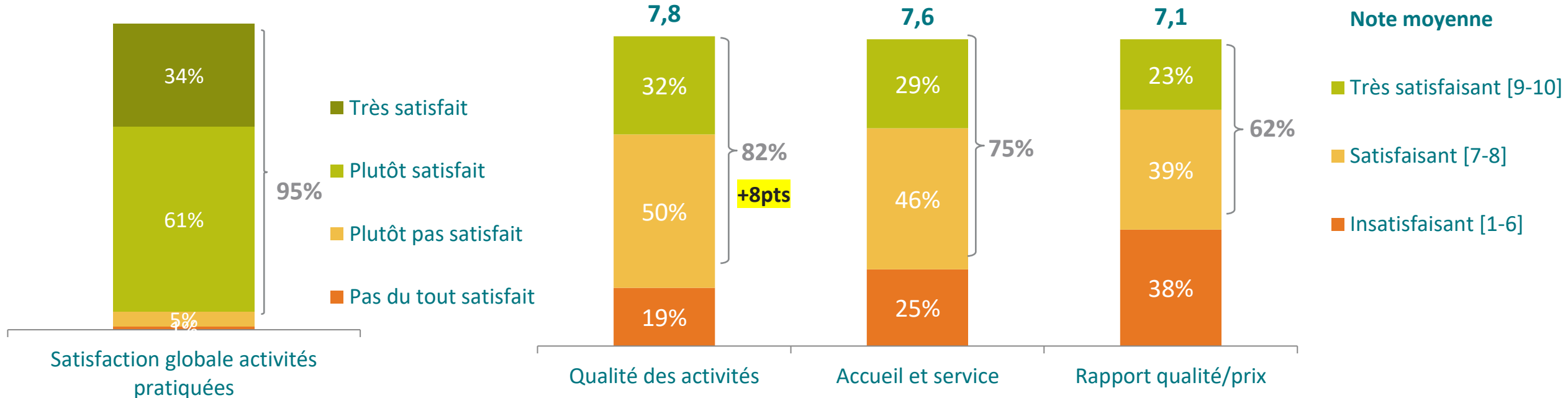


Base : Séjours réalisés à La Réunion

# SATISFACTION CONCERNANT LES ACTIVITÉS PAYANTES PRATIQUÉES LORS DES SÉJOURS

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- La qualité des activités disponibles est de plus en plus reconnue. En revanche **le rapport qualité prix** demeure **plutôt insatisfaisant**.



Base : Activités payantes lors des séjours

# Organisation du séjour

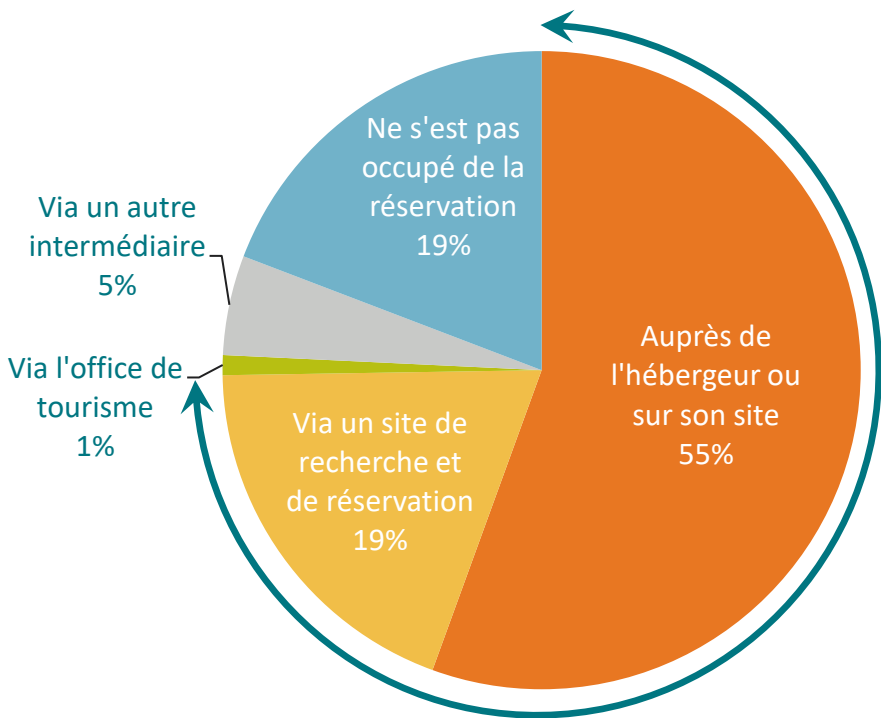
1.5

# MODE & DELAIS DE RÉSERVATION DES HÉBERGEMENTS MARCHANDS

Séjours avec nuitées de janvier à décembre 2019

- La réservation des séjours se fait toujours le plus souvent **directement auprès de l'hébergeur**, par le **touriste lui-même**, à moins de 15 jours du départ dans la moitié des cas.

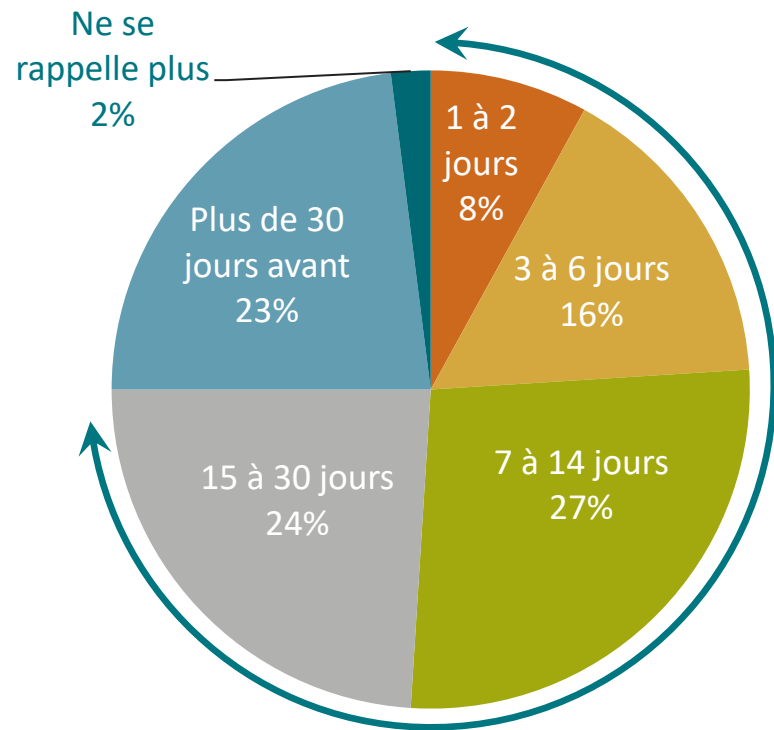
Mode de réservation



**74%** des touristes se chargent de la réservation de leur séjour

Base : Séjours payants

Délais de réservation



**75%** des réservations se font dans le mois

Base : Séjours payants, *décisionnaire*

# Optimisations

1.6

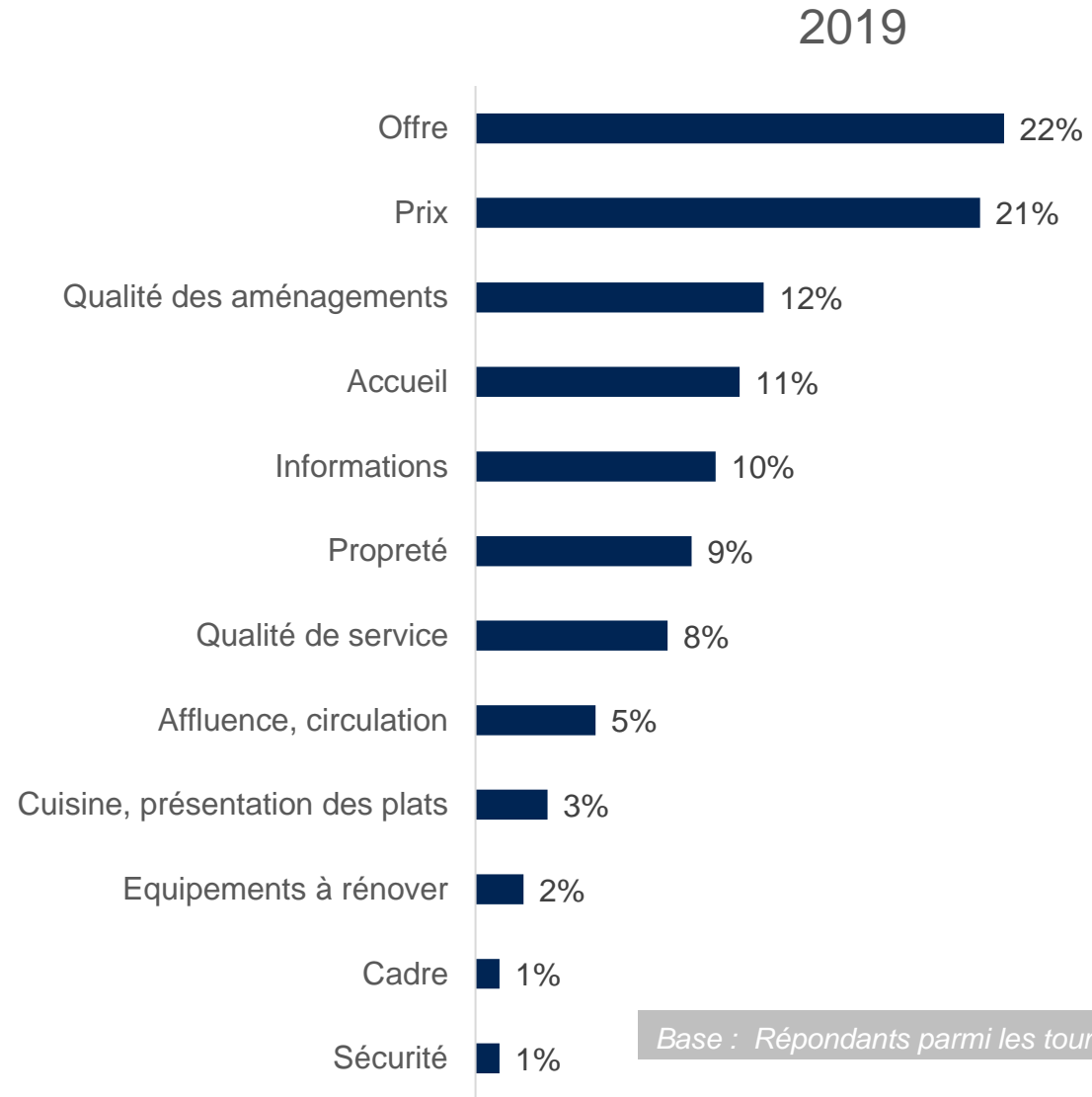
# OPTIMISATION DE L'OFFRE DE SÉJOURS

Séjours des clients locaux de janvier à décembre 2019



25% des touristes locaux en séjour ont exprimé une remarque à propos de l'offre de séjours

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 ? (SPONTANE)



# OPTIMISATION DE L'OFFRE DE SÉJOURS

## Séjours des clients locaux de janvier à décembre 2019

### Trop cher

*Obligé de passer par une offre Internet (hotelissima) pour bénéficier de prix attractifs et promotionnels.  
Mettre en place des tarifs résidents avec un vrai service et non pas un service à rabais à cause de la promotion.  
Plus de promotion pour les familles.*

### Offre limitée

*Une disponibilité plus large sur les heures de déjeuner, car il est compliqué en vacances de se conformer aux horaires de repas classiques.  
Plus d'activités pour les enfants.  
Manque d'activités nocturnes.  
Il devrait il y avoir plus d'activités à moindre coup pour les familles nombreuses, à part les randonnées il n'y a pas grand chose d'abordable.*

### Accueil

*L'accueil avec le sourire c'est quand même plus appréciable ! plus de professionnalisme, plus d'explications.  
L'accueil est à revoir : on s'est senti un peu perdus, il fallait insister pour avoir des informations sur les prestations proposées.*

### Propreté

*Merci de re-mettre des poubelles dans des lieux très fréquentés.  
Plus de propreté sur les airs de pique nique.  
Des toilettes propres à la plage.  
L'entretien régulier des sentiers de randonnée.  
Sensibiliser les gens à ramener les déchets chez eux, plus particulièrement les bouteilles vides surtout en plastique. Il y en a trop aux abords des routes.  
Propreté et l'hygiène dans les snacks et camion bars à revoir.*

### Aménagements

*Un peu plus de confort au niveau de la literie.  
Mieux aménager les routes pour accéder aux lieux de restaurant.  
Il aurait été super d'avoir les noms des plantes endémiques sur le parcours.  
Améliorer le réseau de bus. Plan de la ville et panneaux touristiques plus complet. Toilettes publiques.*

### Qualité de service

*Difficulté de réserver une chambre ou une table alors que la structure n'est pas pleine ... C est souvent le cas à La Réunion, hôtels restos vides mais refus, car personnel insuffisant.*

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 ?

# EXCURSIONS

## *Le* VOLCAN

# 2





# VOLUMES & BUDGETS

# 2.1

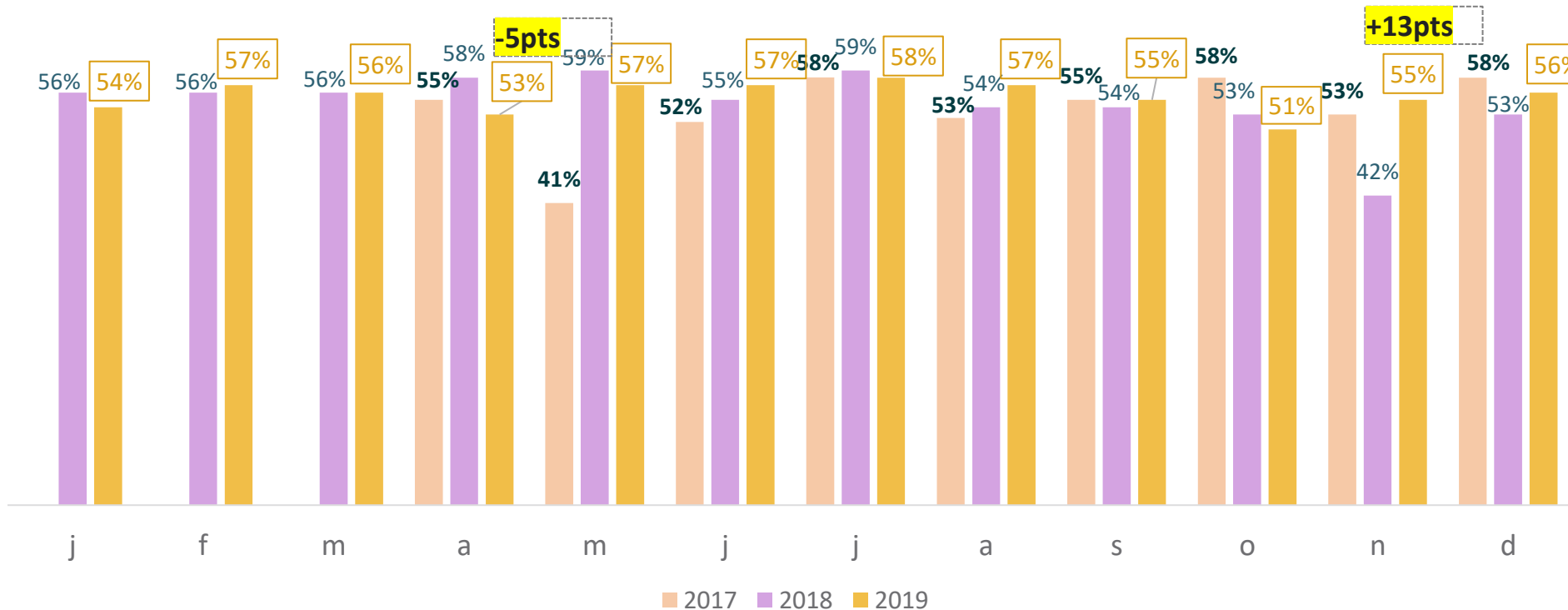
# TAUX D'EXCURSIONNISTES LOCAUX

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- Chaque mois en moyenne sur la période observée, **56%** des Réunionnais de 18 ans et plus ont effectué 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)



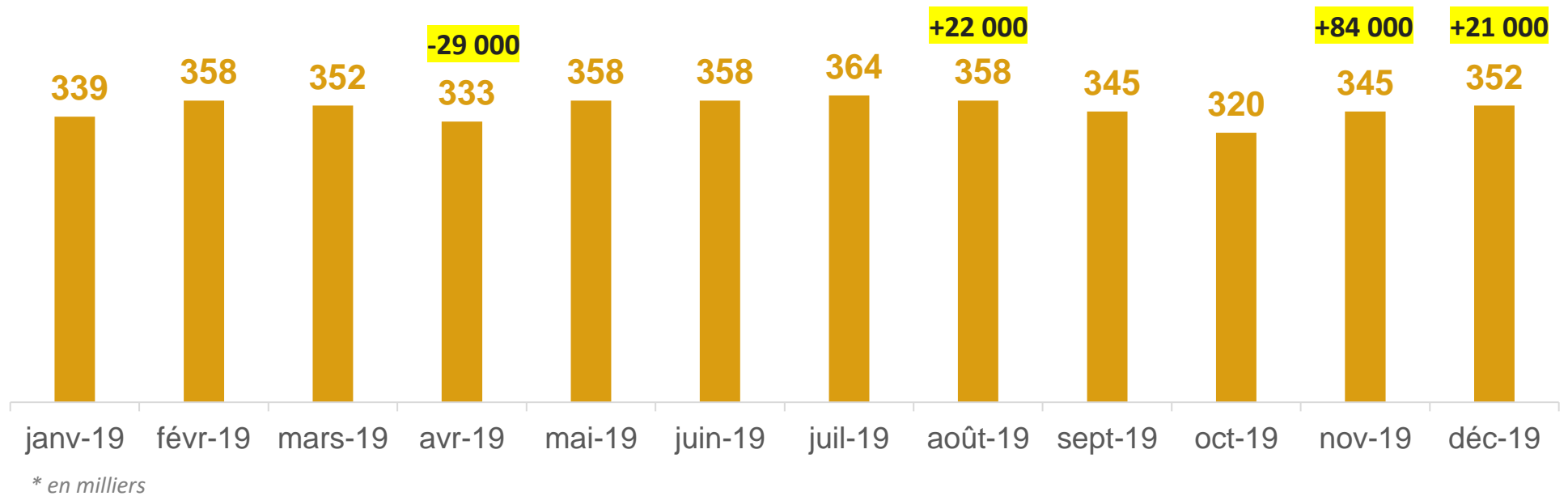
# NOMBRE D'EXCURSIONNISTES LOCAUX

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- Chaque mois en moyenne sur la période observée, **349 000 Réunionnais** de 18 ans et plus ont effectué **au moins une excursion sur l'île**. Avec un mois de novembre plus « normal » cette année (date de démarrage des mouvements gilets jaunes en 2018) et une belle progression en août.

... 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)



Évolution vs 2018

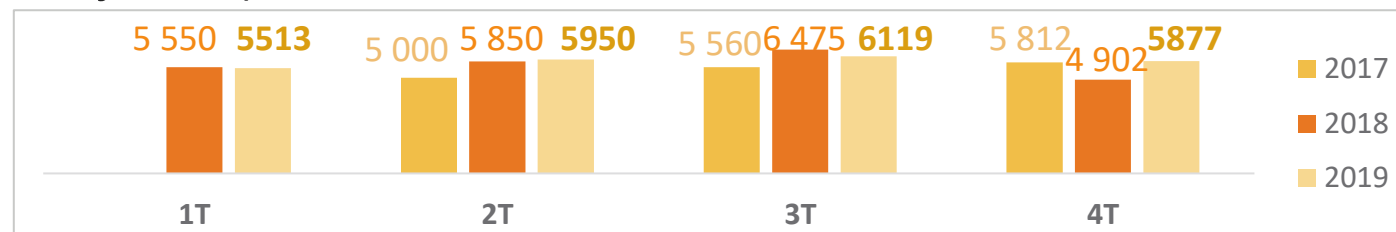
# NOMBRE D'EXCURSIONS SUR L'ÎLE

Base : Excursions réalisées à La Réunion

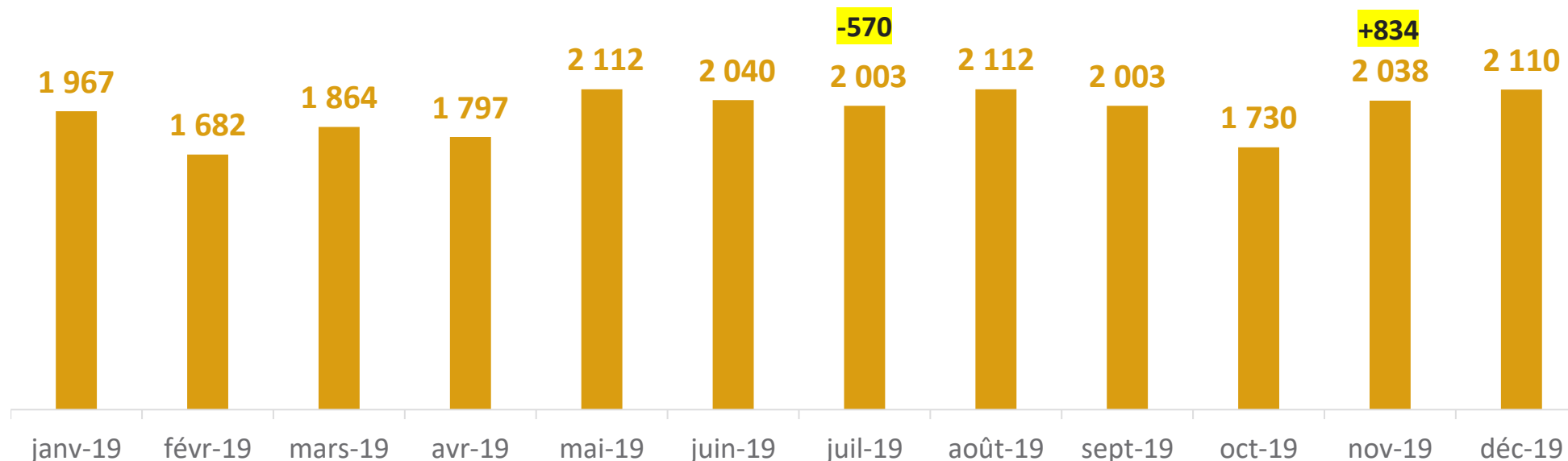
Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- A raison de **5,6 sorties mensuelles par excursionniste local** (un chiffre constant), cela a représenté l'équivalent de **1 955 000 excursions** réalisées chaque mois. Par rapport à 2018, on compte 20% d'excursions en plus sur le 4T (contre-effet gilets jaunes).

Total 12 mois  
23 459 000 excursions



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



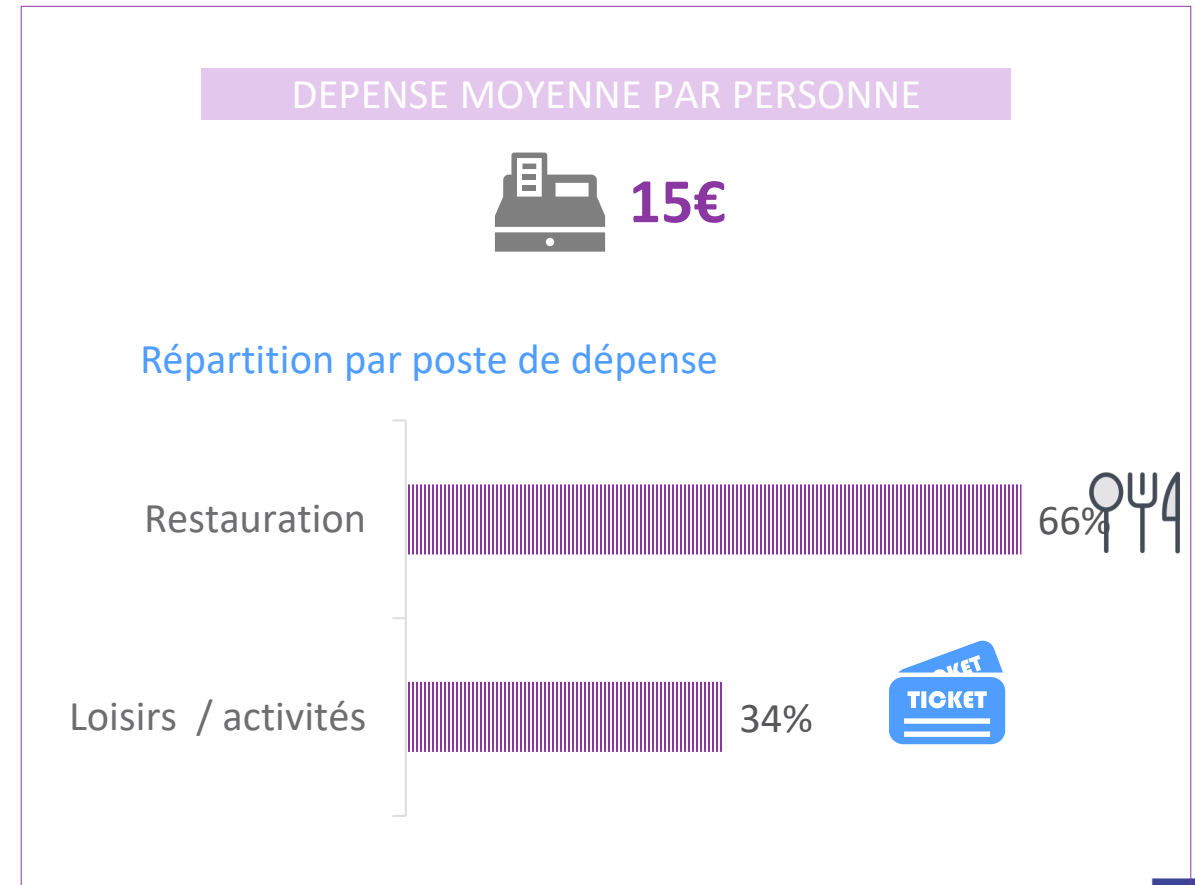
\* en milliers

# DÉPENSES DES EXCURSIONNISTES

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- En moyenne, les excursionnistes dépensent **15€ par sortie/personne**. Le **1er poste** de dépense est toujours **la restauration**



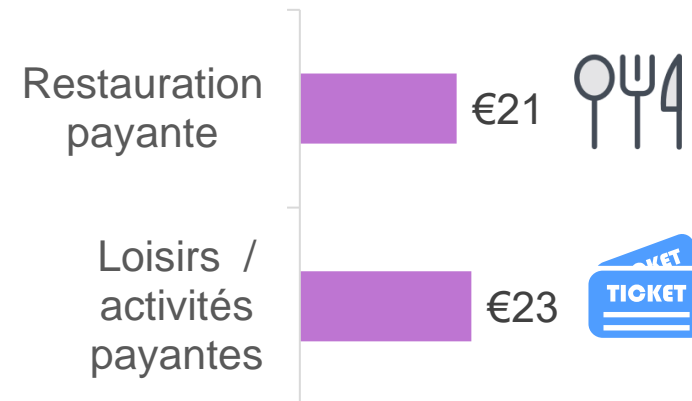
# DÉPENSES DES EXCURSIONNISTES

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- Lorsque les excursionnistes ont alloué un budget à la restauration, le montant moyen consacré aux repas est de 21€. Et quasiment autant pour les activités payantes, lorsqu'il en y a eu, (23€).

## COÛTS MOYENS PAR POSTE ET PAR PERSONNE (en cas de dépenses sur ce poste)



NB : on estime en moyenne à 2,4 le nombre de personnes par excursion pour les activités payantes sur la période

**Motifs &  
nombre de  
personnes**

**2.2**

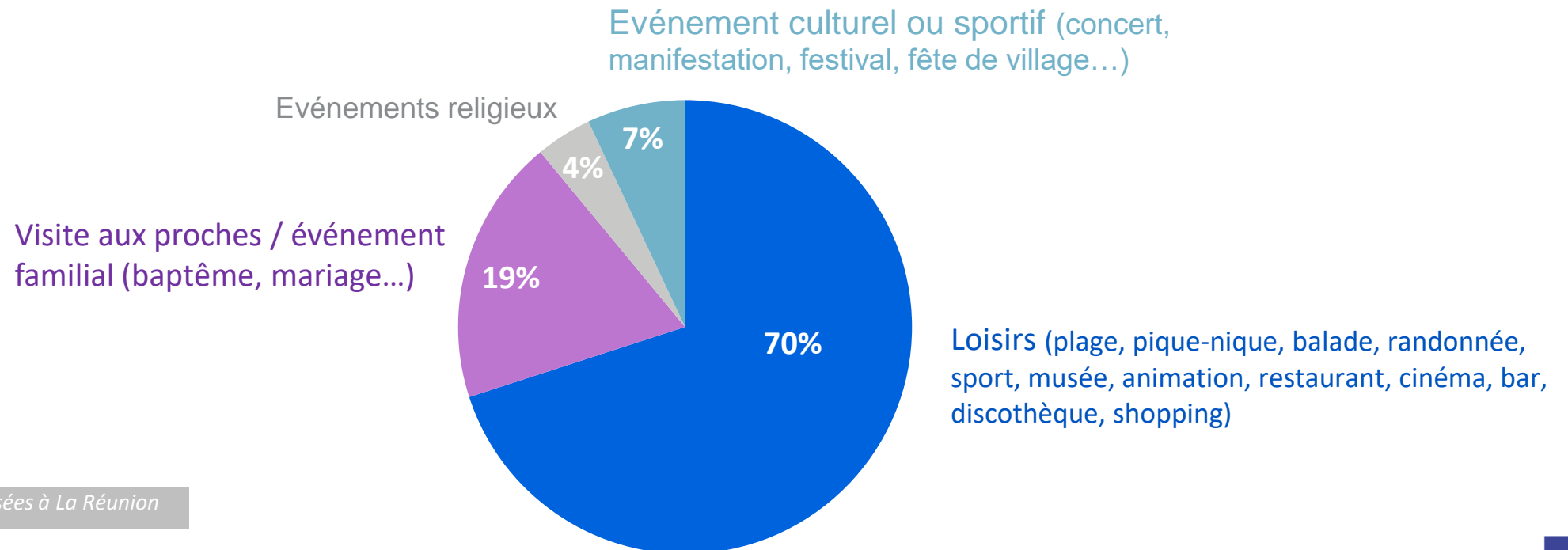
# MOTIF PRINCIPAL DES EXCURSIONS

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- Les excursions restent pour la **grande majorité** consacrées aux **loisirs**. **1** sortie **sur 5** est l'occasion de rendre **visite à des proches** ou de 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

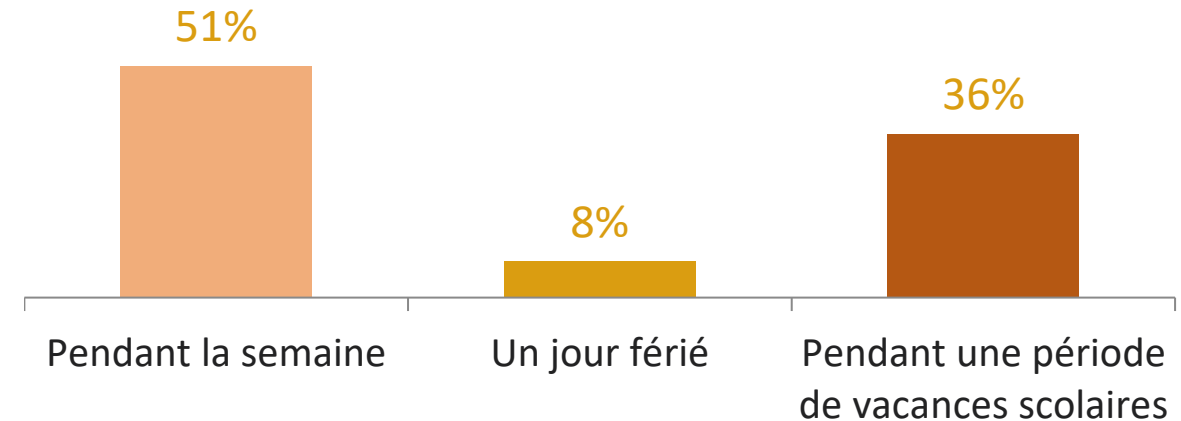
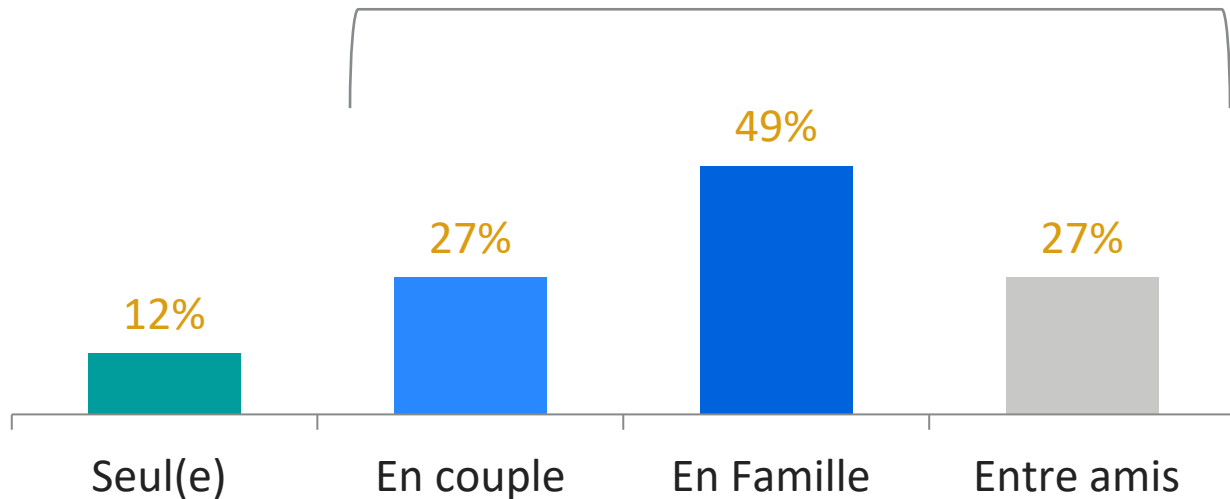


# TYPOLOGIE DES GROUPES D'EXCURSIONNISTES

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- Les excursionnistes se déplacent **très rarement seuls** ; **1** excursion sur **2** se fait en famille
- La moitié des **excursions** se déroulent en **semaine**, et un peu plus d'**1/3** pendant les **vacances scolaires**

**88%** des excursionnistes sont accompagnés lors de leurs sorties

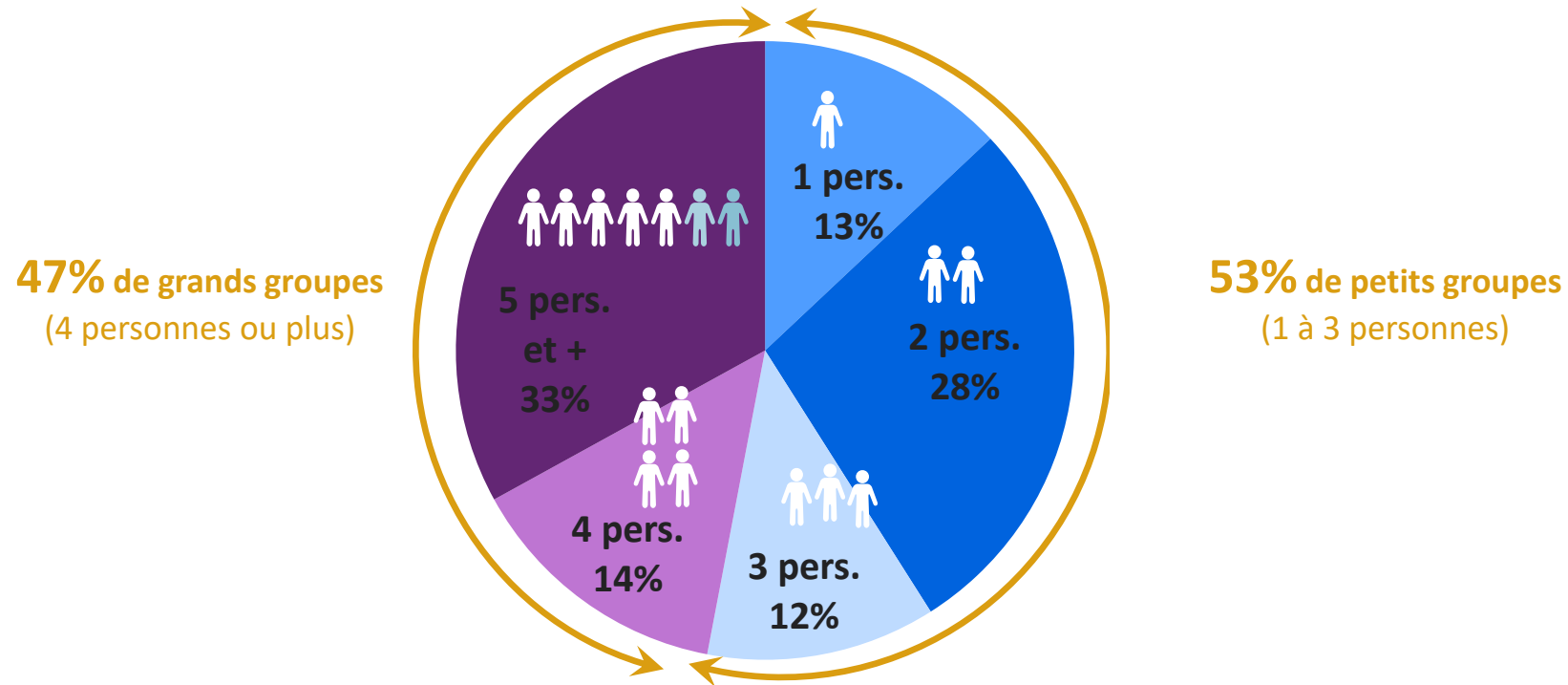


*NB : il peut y avoir plusieurs types de personnes dans le groupe (amis, famille), la somme des réponses est donc supérieure à 100%*

# TAILLE DES GROUPES D'EXCURSIONNISTES

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- Les groupes d'excursionnistes sont composés de **5 personnes en moyenne** (adultes et enfants), avec quasiment autant de petits groupes que de groupes de 4 personnes ou+



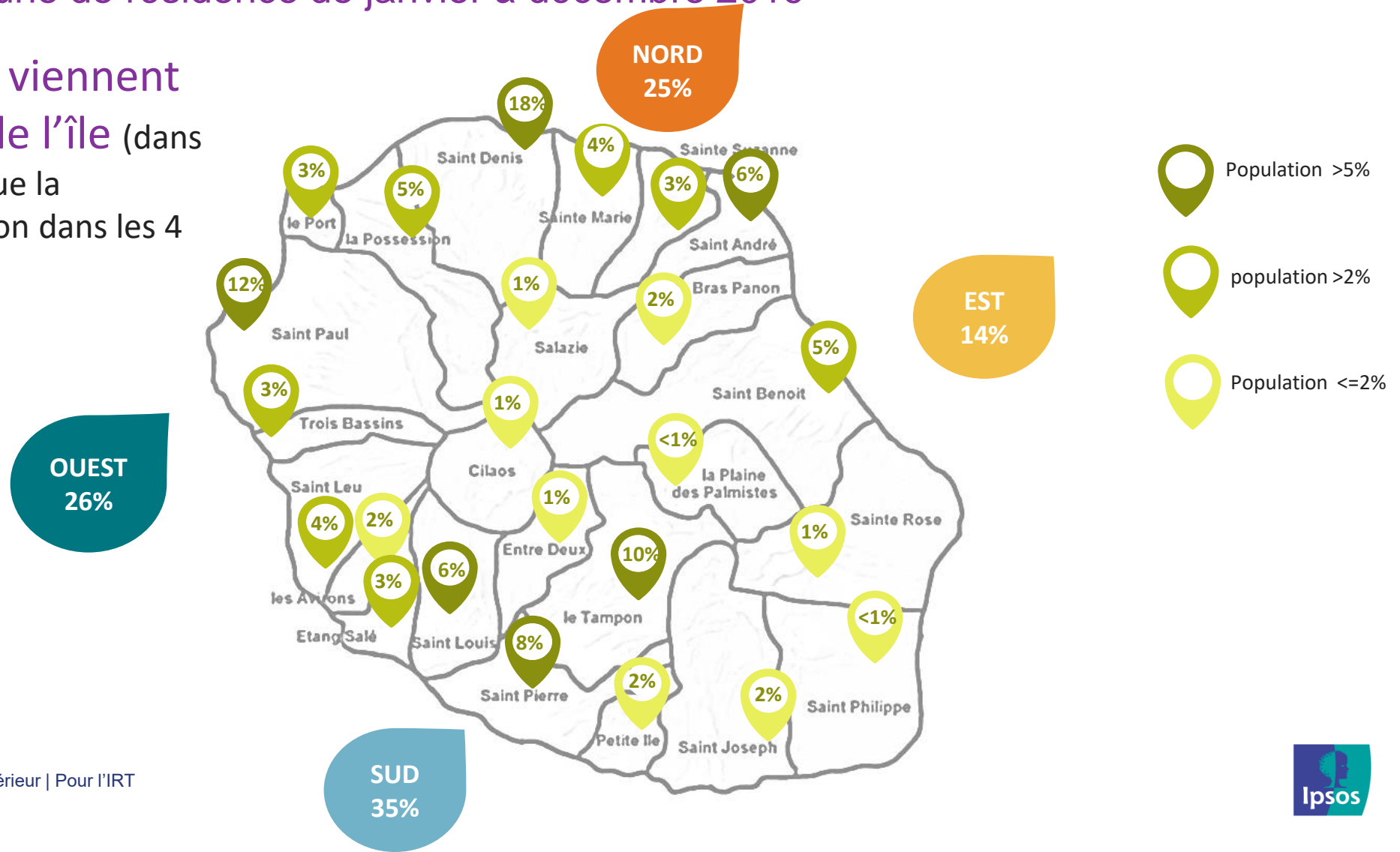
# Lieux d'excursions & activités

# 2.3

# ORIGINE DES EXCURSIONNISTES (selon leur commune de résidence habituelle)

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

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

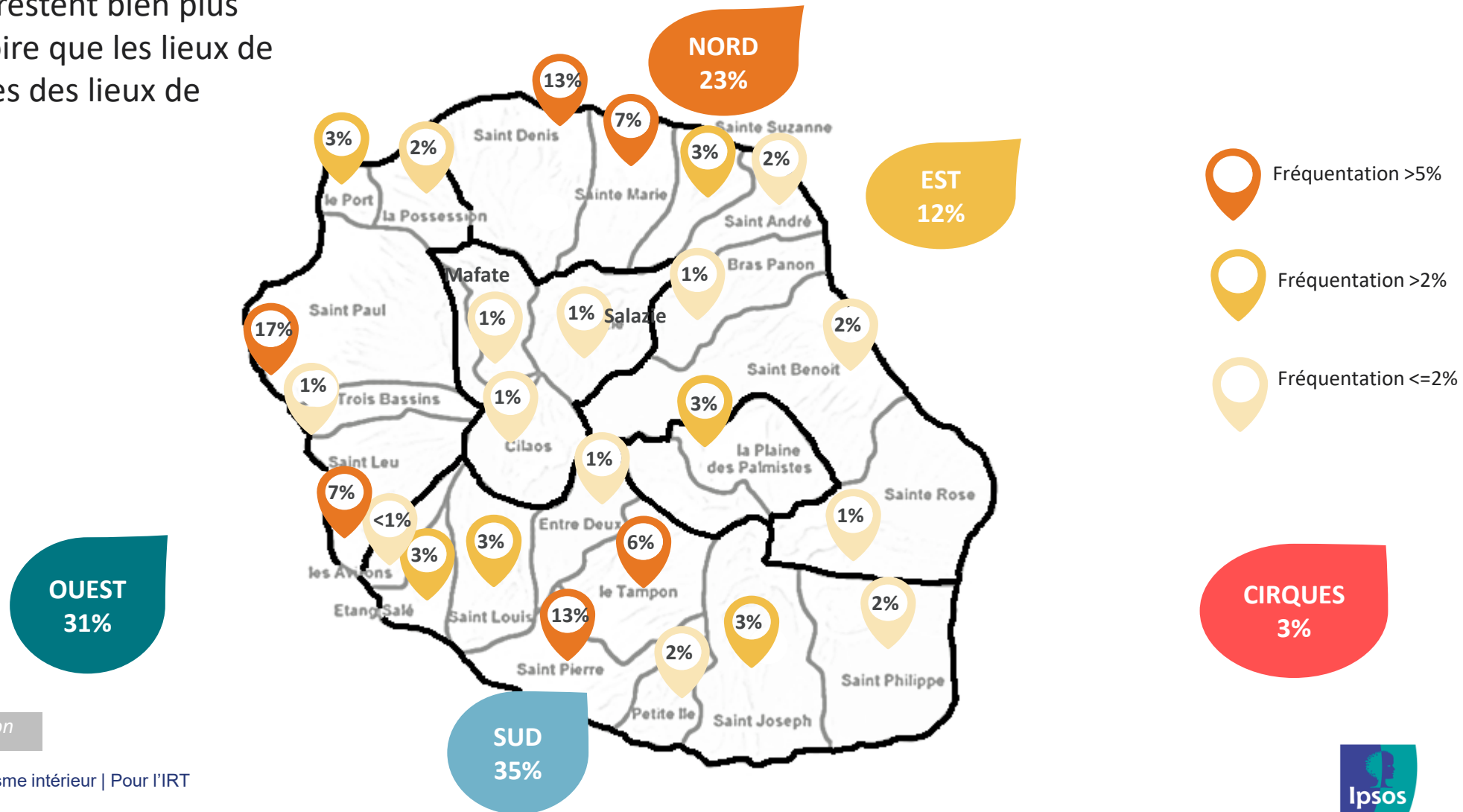


Base : Excursions réalisées à La Réunion

# DESTINATION - LIEUX D'EXCURSIONS SUR L'ILE

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- Les lieux d'excursions restent bien plus dispersés sur le territoire que les lieux de séjours, et plus proches des lieux de résidence.



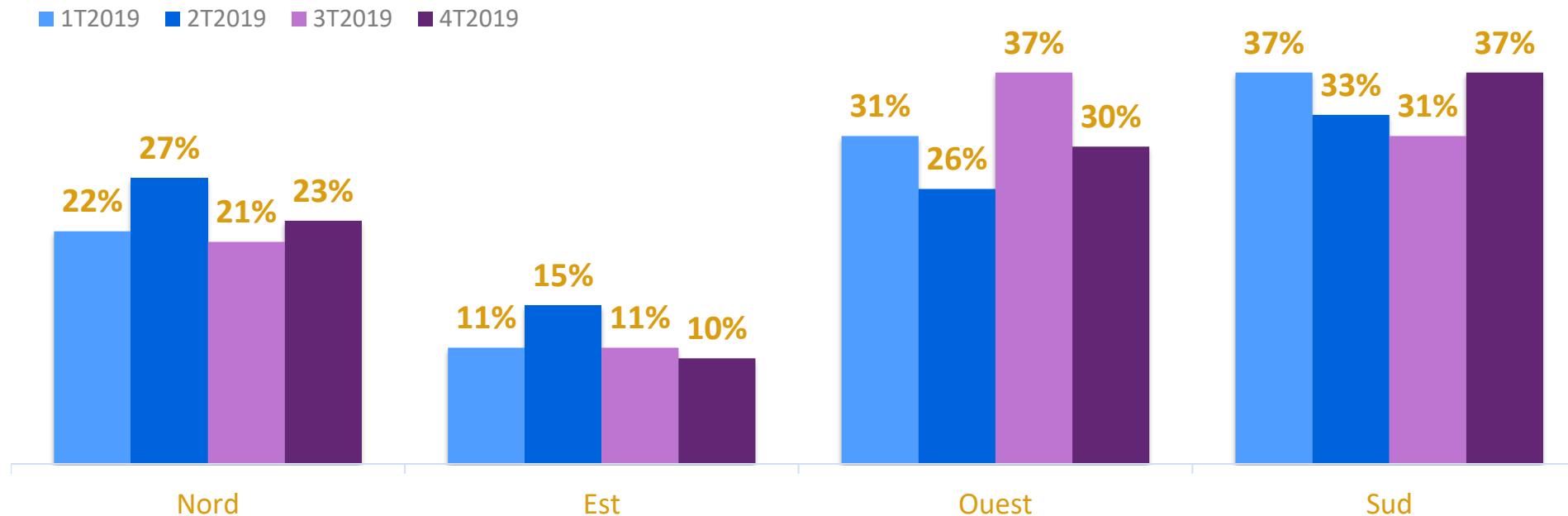
Base : Excursions réalisées à La Réunion

# DESTINATION - LIEUX D'EXCURSIONS SUR L'ILE

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

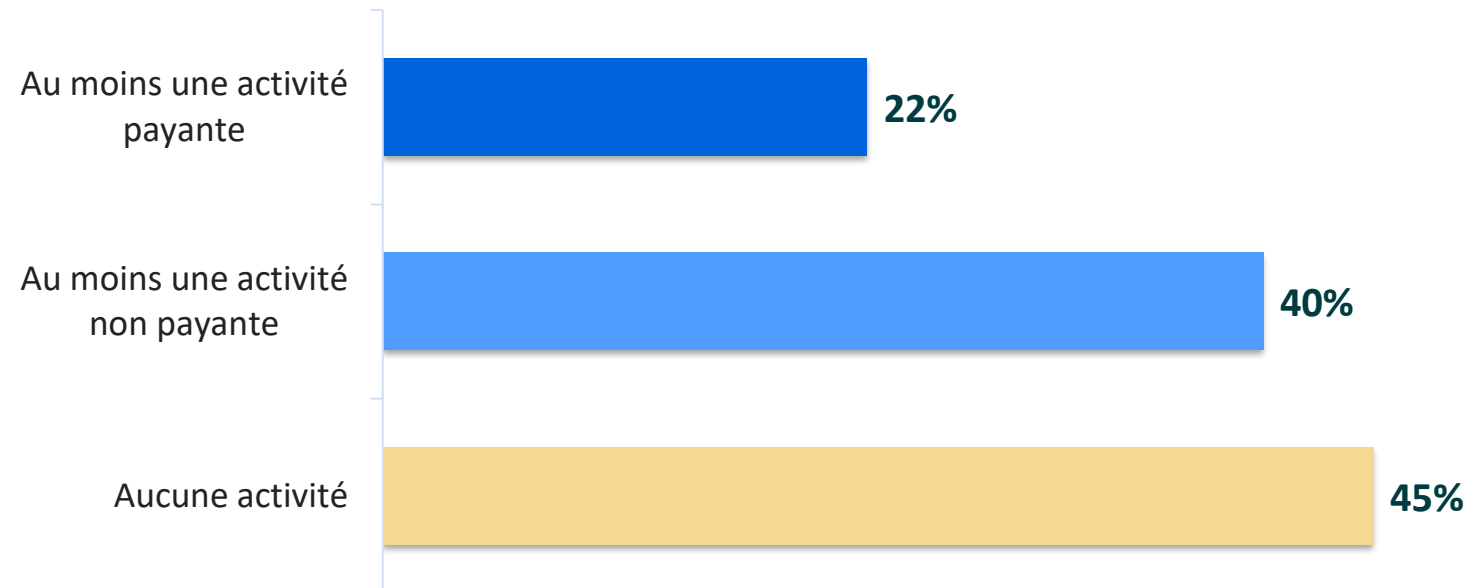
- L'Ouest et le Sud sont toujours privilégiées pour les excursions, proches des communes de résidence.



# PRATIQUE D'ACTIVITÉS LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- **22% des excursionnistes** ont pratiqué des loisirs **payants** à l'occasion de leur sortie, un chiffre stable.

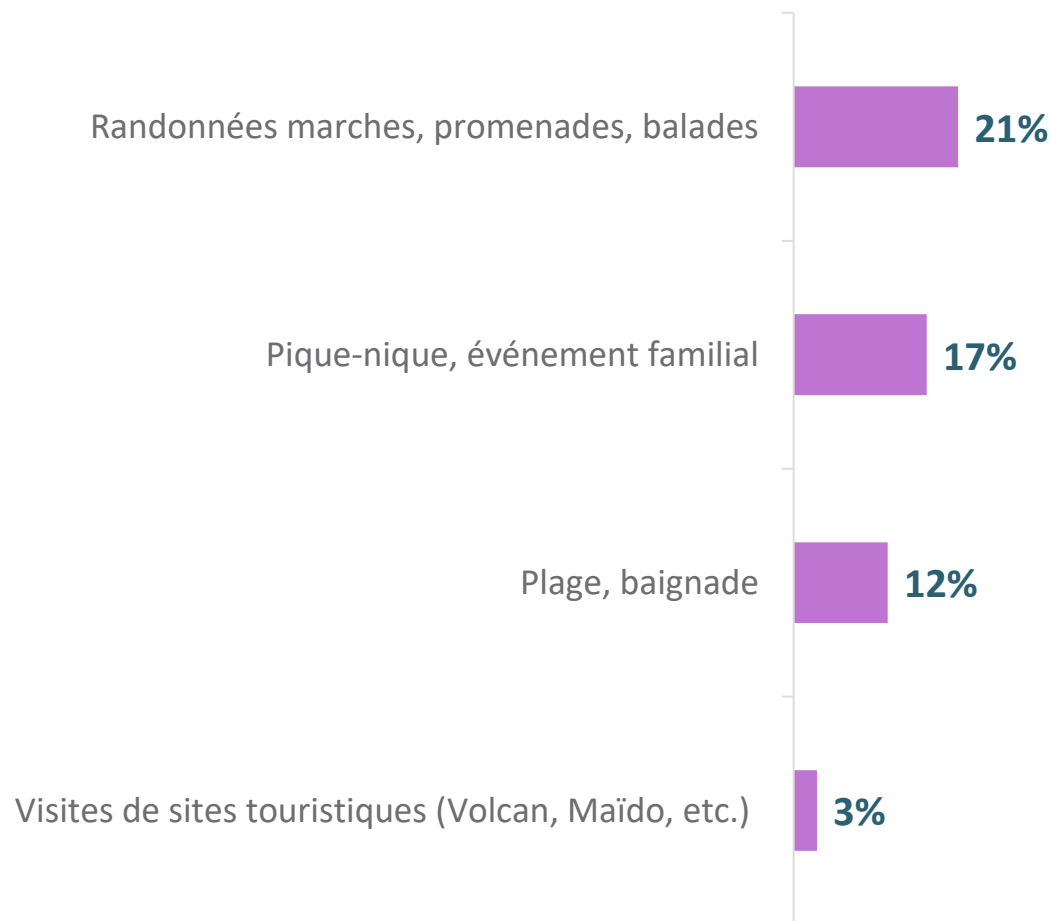


Base : Excursions réalisées à La Réunion

# PRATIQUES D'ACTIVITÉS NON PAYANTES LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- Randonnées et balades constituent toujours les principales activités pratiquées lors des excursions, devant les pique-nique et événements familiaux.



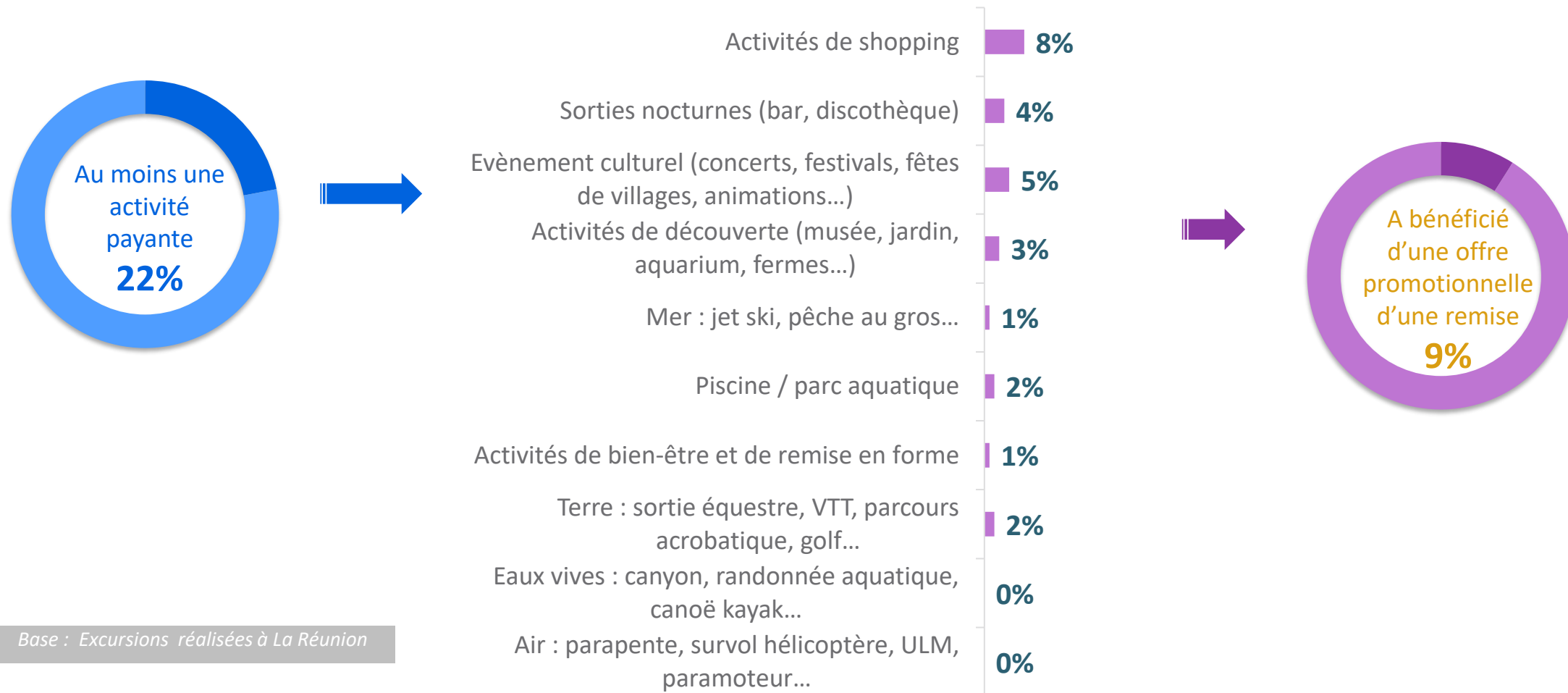
Base : Excursions réalisées à La Réunion



# PRATIQUES D'ACTIVITÉS PAYANTES LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

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

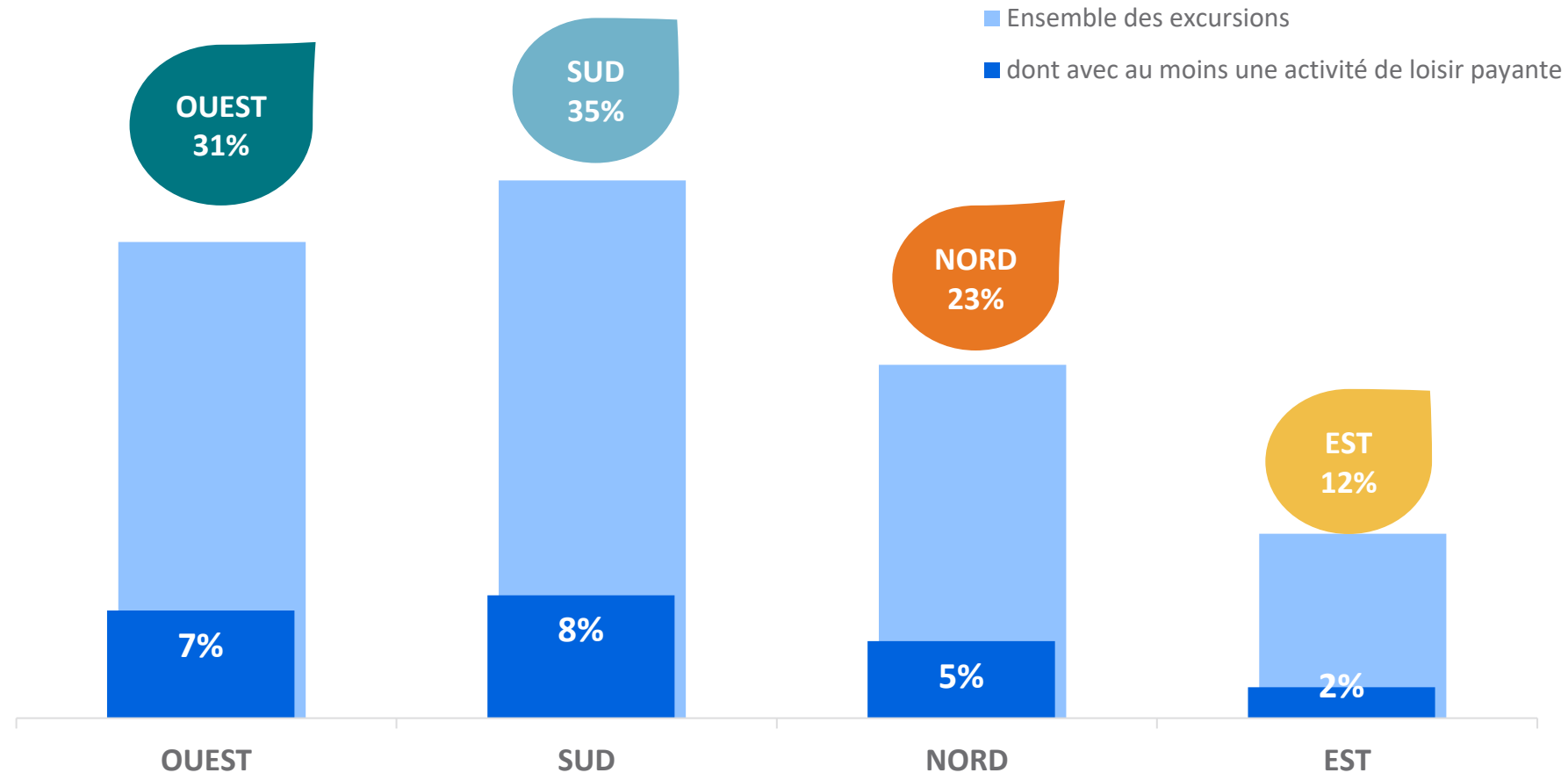


Base : Excursions réalisées à La Réunion

# PRATIQUE D'ACTIVITÉS PAYANTES SELON LES LIEUX D'EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

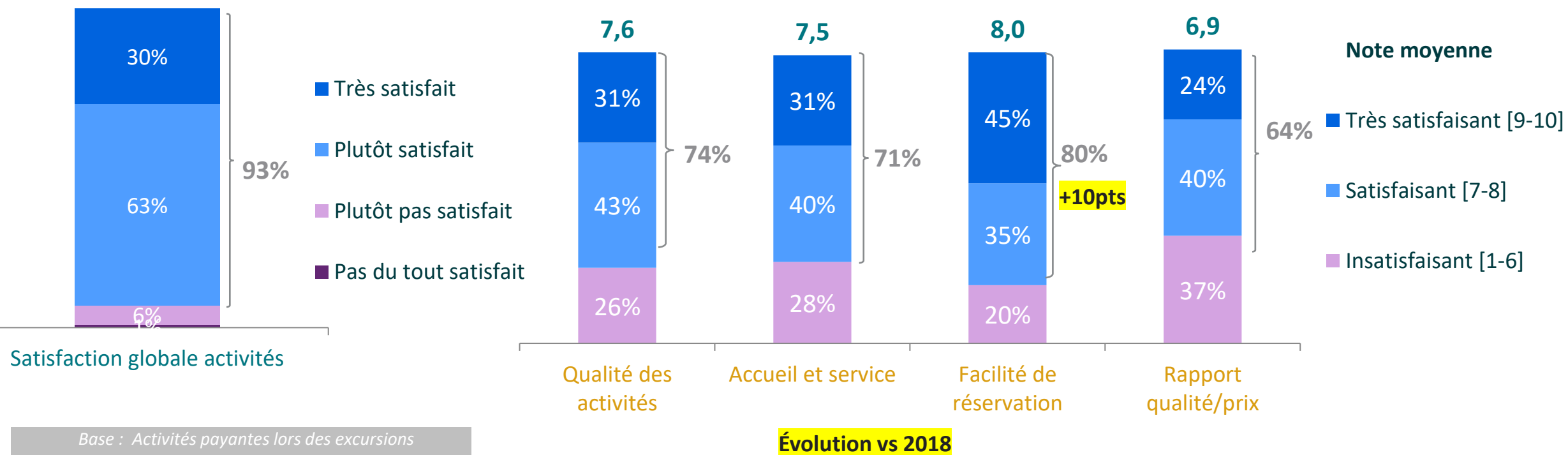
- Hormis dans l'Est, 1/4 à 1/3 des excursionnistes ont pratiqué **une activité payante** à l'occasion de sa sortie.



# SATISFACTION CONCERNANT LES ACTIVITÉS PAYANTES PRATIQUÉES LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- La **qualité** des activités proposées et **l'accueil** restent très satisfaisants. Il semble désormais bien **plus facile de réserver** ses prestations. Le **rapport qualité prix** en revanche est toujours jugé très moyen.



# PROFIL DES EXCURSIONNISTES

## Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

	Réunionnais 16 ans et + (B* : 6 939)	Excursionnistes locaux (ayant effectué au -1 excursion) (B=1 420)	Excursionnistes locaux avec loisir payant (B=316)	Clientèle locale en séjours (pour rappel) (B=1 153)
Hommes	48%	51%	49%	50%
Femmes	52%	49%	51%	50%
16-29 ans	21%	24%	18%	32%
30-44 ans	26%	30%	30%	29%
45-59 ans	29%	28%	22%	24%
60 ans ou plus	23%	17%	30%	16%
PCS+ (petits patrons, cadres, professions intermédiaires)	22%	29%	27%	30%
PCS- (employés, ouvriers)	37%	37%	37%	34%
INACTIFS (étudiants, retraités, sans activité)	41%	34%	37%	36%
Nord - Saint-Denis	24%	25%	21%	30%
Sud - Saint-Pierre	36%	35%	39%	29%
Est - Saint-Benoît	15%	14%	13%	15%
Ouest - Saint-Paul	26%	26%	26%	26%

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 26% des Réunionnais ayant effectué une excursion avec loisir payant vivent dans l'Ouest

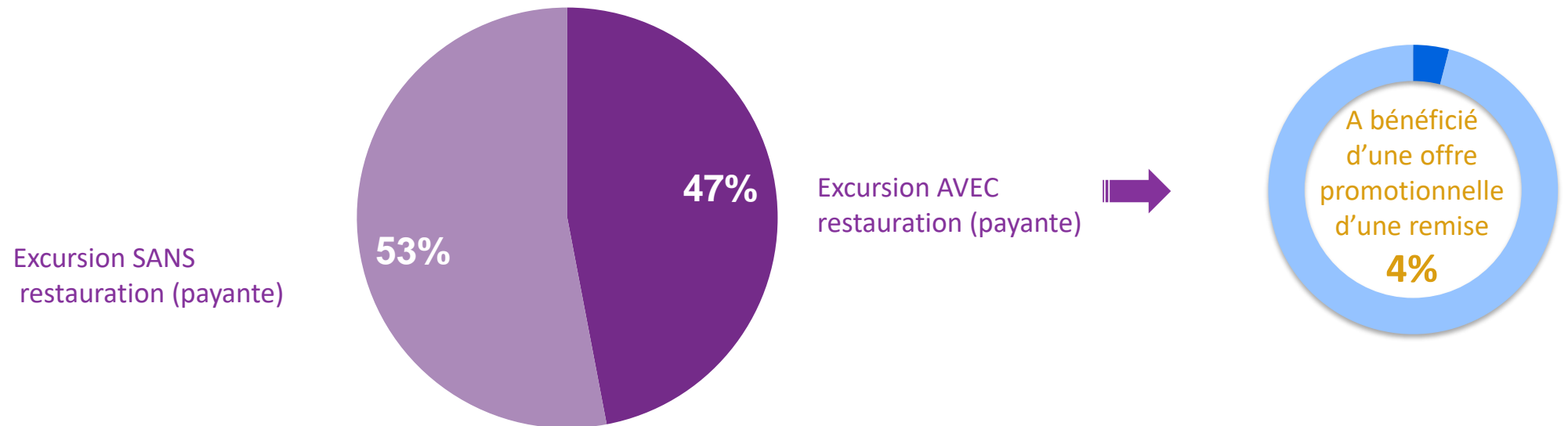
# La restauration

# 2.4

# RESTAURATION LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

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

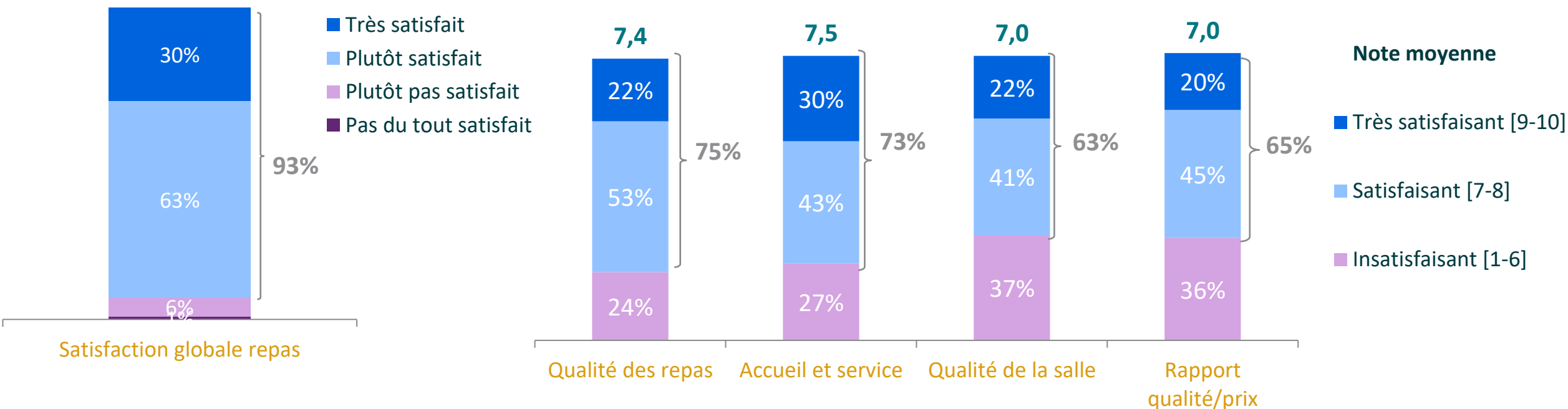


Base : Restauration payante lors des excursions

# SATISFACTION CONCERNANT LA RESTAURATION LORS DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- La **qualité des repas** et **l'accueil** sont toujours jugés très satisfaisants.
- En revanche **le rapport qualité-prix** reste globalement décevant.



Base : Restauration payante lors des excursions

Évolution vs 2018



# Organisation des excursions

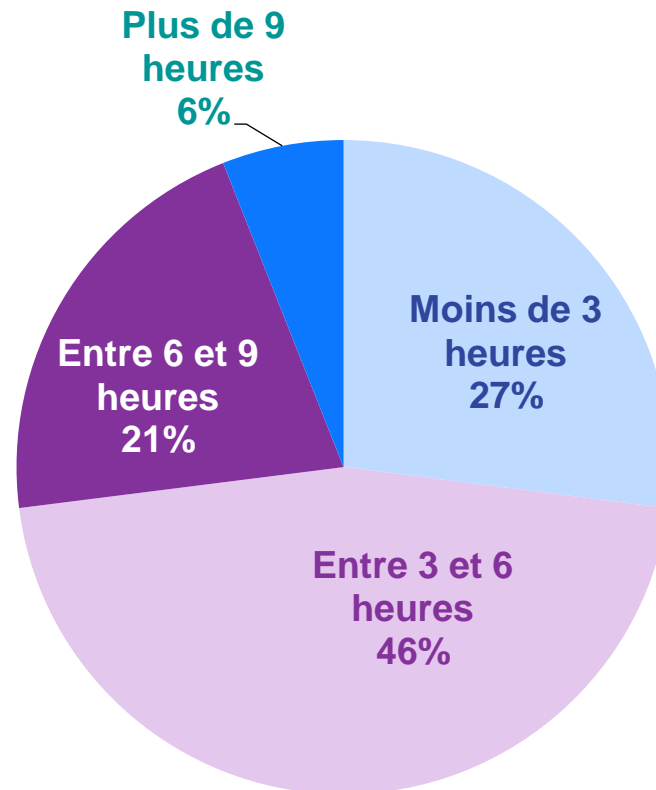
# 2.5



# DURÉES DES EXCURSIONS

Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

- 1/4 des excursions dure moins de 3 heures, un autre quart se prolonge jusque tard dans la journée.



# Optimisations

# 2.6

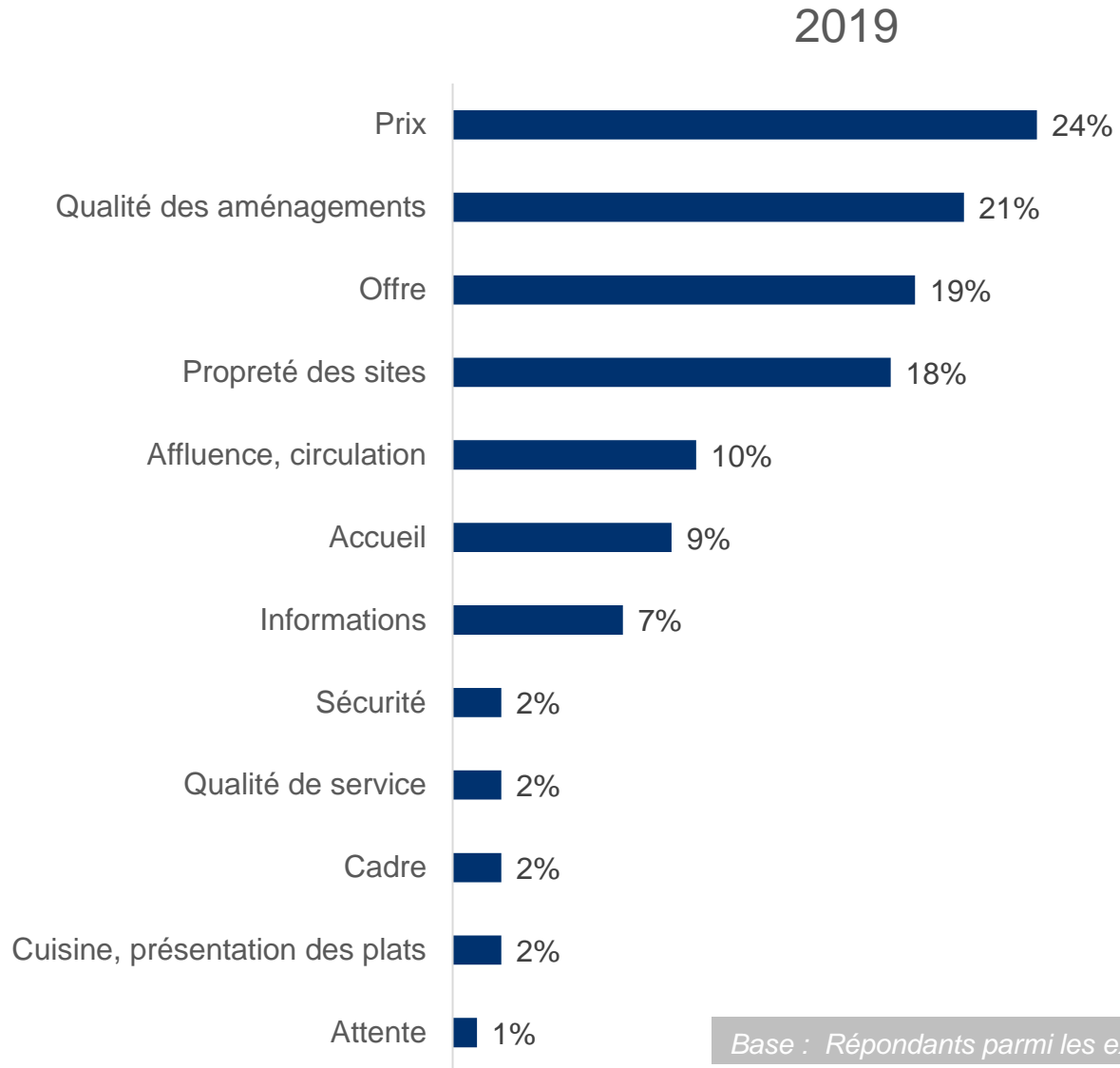
# OPTIMISATION DE L'OFFRE D'EXCURSIONS

Excursions de janvier à décembre 2019



25% des excursionnistes ont exprimé une remarque

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 ? (SPONTANÉ)



Base : Répondants parmi les excursionnistes

# TAUX D'EXCURSIONNISTES LOCAUX

Base : Réunionnais de 18 ans et plus

## Excursions hors commune de résidence de janvier à décembre 2019

### Trop cher

*La prestation est bien pour les enfants malgré le prix, 45 euros pour 3 enfants pour une balade d'une quinzaine de minutes.  
Réduire les prix de la restauration. Proposer plus de forfaits du genre boisson chaude/pâtisserie boisson fraîche/sandwich.  
Un week-end dans un hôtel à La Réunion coûte plus cher qu'un séjour à Maurice billet d'avion et hôtel en demi-pension.*

### Offre limitée

*Domage que tous les restos ferment à 14h.  
Plus d'espaces multiculturels en centre-ville.  
Ce n'est pas facile de trouver des séjours en auberge ou en gîte pour une famille de 6 personnes en demi-pension.  
Plus d'offre et promos liées aux vacances scolaires.*

### Cadre décevant

*Pensez à varier les menus, les cadres.  
Au front de mer de St Pierre où se font les grands spectacles concerts, svp revoyez cette arrivée de ravine qui se déverse dans la mer !  
Quelquefois le restaurant mise sur la quantité de places, au détriment de l'intimité des clients.*

### Propreté

*Une plage et une eau de baignade plus propres.  
Plus de poubelles pour la propreté.  
Incivilité des personnes qui ne respectent pas la propreté des sentiers.  
La salubrité publique commence à poser de sérieux problèmes d'image, l'errance animale également.*

### Qualité des informations

*Avoir plus d'informations sur les activités, les visites proposées dans l'île.  
Pour les restaurants souvent on part à l'aventure, on s'arrête dans les fast food des centres commerciaux.  
Manque de signalisation (flèches) dans les sentiers.*

### Affluence, circulation

*Réhabiliter la route de la Plaine des Sables, dans un piteux état.  
Une meilleure communication sur le stationnement, la fermeture des routes.  
Amélioration de l'accès à des places de parking.  
Plus de transport en commun le soir.  
Les embouteillages restent constants et rédhibitoires, malgré un choix d'heure censée être relativement calme.*

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

# BILAN ANNUEL

(de janvier à décembre 2019)

# 3



# CHIFFRES CLES DE LA CLIENTELE LOCALE 2019

Sur la période janvier à décembre 2019, on comptabilise :

## • SEJOURS AVEC NUITEE(S)

- 4 959 000 séjours   +5%
- 4 488 000 nuitées marchandes  -2%
- 309M€ de recettes   -8%

## • EXCURSIONS HORS COMMUNE DE RESIDENCE

- 23 459 000 excursions dont :   +3%
- 5 161 000 avec activité payante   -2%
- 345M€ de recettes   +13%

>> Chiffre d'affaires total généré par la clientèle locale entre de janvier et décembre : 654M€ <<

 +2%

# ANNEXES

# 4

# FICHE TECHNIQUE

## Étude 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
- ✓ Échantillon réalisé : 6 939 individus



### COLLECTE DES DONNÉES

- ✓ Date de terrain : Interviews réalisées par vagues mensuelles  
Période observée = de janvier à décembre 2019
- ✓ 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 localement et régulièrement formés, pour garantir une qualité constante dans le recueil des informations.  
Les enquêteurs parlent couramment créole.



### TRAITEMENT DES DONNÉES

- ✓ Échantillon pondéré
- ✓ Redressement des données sur les objectifs de quotas par jour nommé, selon les dernières données du recensement INSEE.
- ✓ Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- ✓ Critères de redressement : sexe, âge, PCS de l'interviewé, zone de résidence

#### QUESTIONNAIRE



Qst cadrage



# FEUILLE DE CALCUL

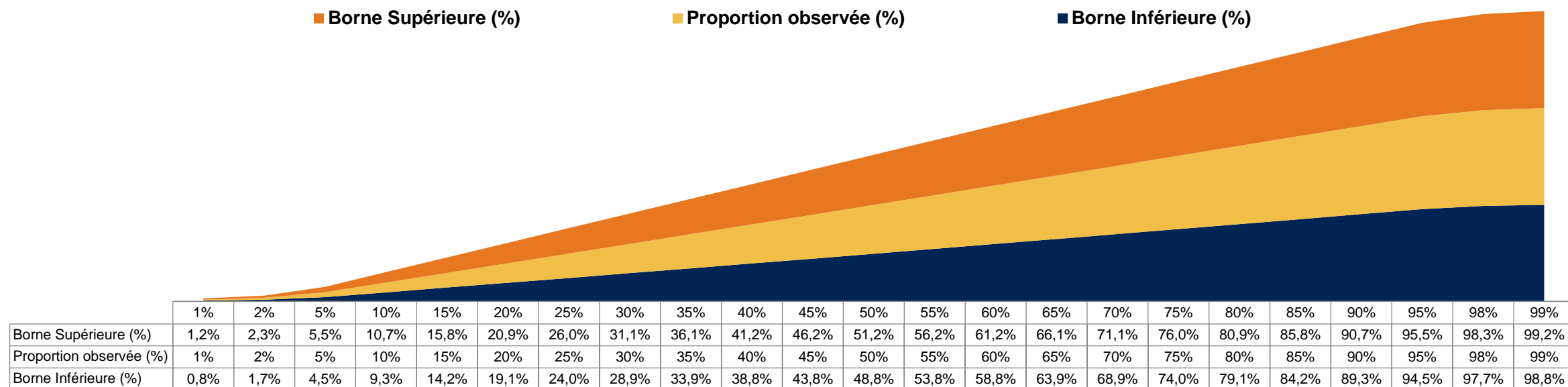
## Fiabilité des résultats DE L'ETUDE CAWI

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

Intervalle de confiance : **95%**

Taille d'échantillon : **6 939**

Les proportions observées sont comprises entre :



# FICHE TECHNIQUE

## Étude CAWI sur la base du panel Ipsos Océan Indien©



### 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)
- ✓ Tirage de l'échantillon et fichier sources : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- ✓ Critères et sources de représentativité de l'échantillon : sexe, âge, PCS, zone de résidence.
- ✓ Échantillon réalisé : 2 573 individus



### COLLECTE DES DONNÉES

- ✓ Date de terrain : Interviews réalisées par vagues mensuelles  
Période observée = de janvier à décembre 2019
- ✓ Mode de recueil : Recueil On line
- ✓ Type d'incentive : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- ✓ Méthodes de contrôle de la qualité de la collecte: surveillance des comportements de réponse des internautes Ipsos Océan Indien (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))



### TRAITEMENT DES DONNÉES

- ✓ Échantillon pondéré
- ✓ Méthode de pondération utilisée : méthode de calage sur marges
- ✓ Critères de redressement : sexe, âge, PCS de l'interviewé, zone de résidence

#### QUESTIONNAIRE



EXCURSIONS



Séjours

# FEUILLE DE CALCUL

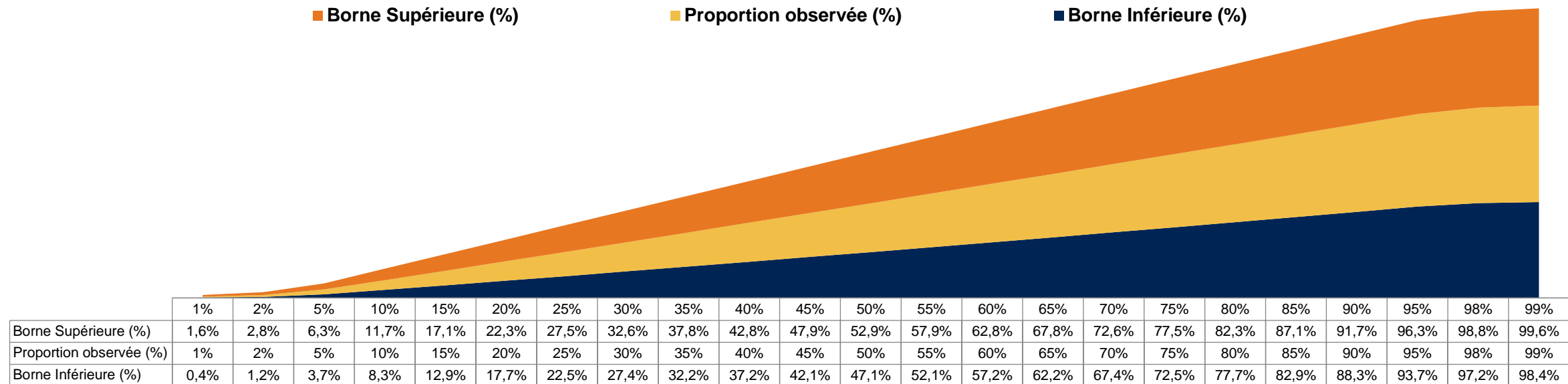
## Fiabilité des résultats DE L'ETUDE CAWI

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

Intervalle de confiance : **95%**

Taille d'échantillon : **1 153**

Les proportions observées sont comprises entre :



# FEUILLE DE CALCUL

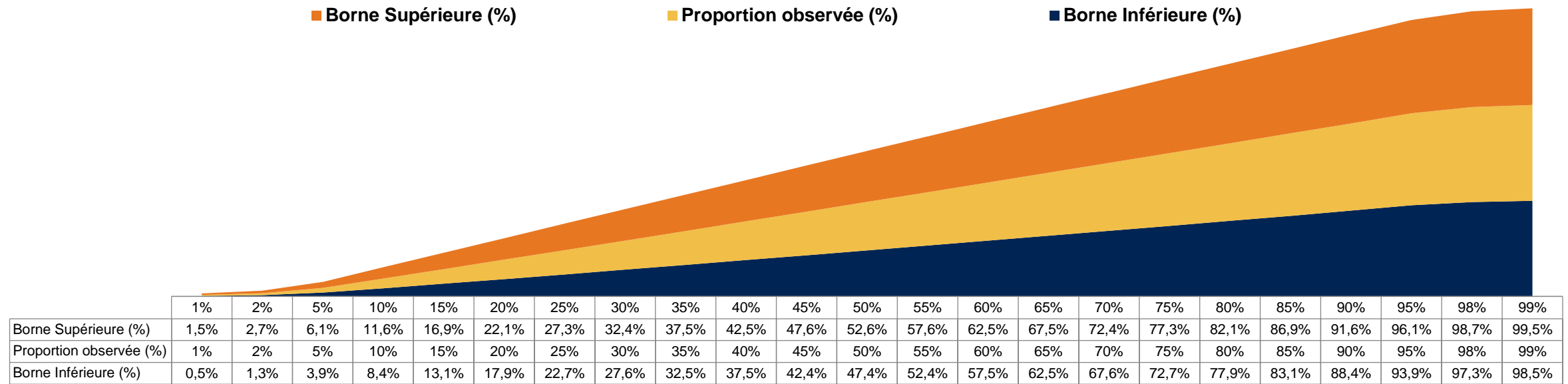
## Fiabilité des résultats DE L'ETUDE CAWI

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

Intervalle de confiance : **95%**

Taille d'échantillon : **1 420**

Les proportions observées sont comprises entre :



# FICHE TECHNIQUE

## Organisation



### LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS

- Design et méthodologie
- Échantillonnage
- Élaboration du questionnaire / Scripting et validation
- Programmation du questionnaire (CATI uniquement)
- 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 PARTENAIRES RÉFÉRENCÉS

- Programmation du questionnaire (on-line uniquement)
- Collecte des données

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS



## 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](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France

**ESOMAR** ([www.esomar.org](http://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

# VOS CONTACTS SUR CETTE ÉTUDE

## Armelle GARNIER

Directrice Générale

✉ Armelle.Garnier@ipsos.com  
☎ +262 262 20 01 22

## Erika VANRIETDELDE

Directrice de production

✉ Erika.Vanrietvelde@ipsos.com  
☎ +262 262 20 09 10

## Philippe WAGNER

Chargé d'Etudes

✉ Philippe.Wagner@ipsos.com  
☎ +262 262 20 90 03

## Nolwenn DE BLEECKERE

Responsable de traitement

✉ Nolwenn.DeBleeckere@ipsos.com  
☎ +262 262 20 90 02



Ce document a été rédigé selon les standards Qualité d'Ipsos.

Il a été relu et validé par : Armelle GARNIER, Directrice Générale Ipsos Océan Indien



# ABOUT IPSOS

---

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. 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](http://www.ipsos.com)

# GAME CHANGERS

---

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth: You act better when you are sure.

**THANK  
YOU**

**GAME CHANGERS**

