

SUIVI DE LA DEMANDE TOURISTIQUE LOCALE À LA RÉUNION

Rapport annuel 2024

Rapport préparé pour l'IRT
Par Philippe Wagner & Armelle Garnier



ÎLE DE LA RÉUNION
TOURISME



OBSERVATOIRE
RÉGIONAL DU
TOURISME
I.R.T.



1 - CONTEXTE & OBJECTIFS



PRESENTATION DE L'ETUDE

Objectifs

Cette étude a pour objectifs de :

- **MESURER ET DÉCRIRE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE LOCALE** générée par :
 - Les **séjours**, c'est-à-dire avec nuitée(s) ;
 - Les **excursions**, c'est-à-dire les déplacements à la journée.
- **ESTIMER L'IMPACT ÉCONOMIQUE** en termes de volume de **dépenses** par grands postes : d'hébergement (pour les séjours), de restauration, loisirs.

Méthodologie

Les enquêtes ont été réalisées **online** sur la base de 3 000 panélistes.

Pour les observations du 1^{er} trimestre, les enquêtes ont été réalisées en avril/mai 2024.

A partir du 2^{ème} trimestre, le recueil de données se fait **le mois suivant** (ex : enquête sur les séjours en excursions en juin sont réalisées en juillet).

Chaque mois/chaque vague d'observation est réalisée sur un **échantillon représentatif de 600 Réunionnais** âgés de 18 ans et plus.

DEFINITIONS

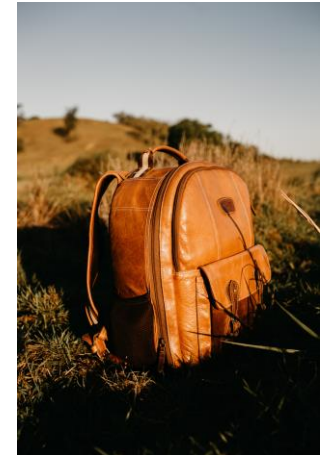
SEJOURS AVEC NUITEE(S)

- 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

- 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 sa commune de résidence. Sont exclues les excursions pour motifs professionnels ou de santé.**
- *Ex : loisirs, une sortie culturelle, rendre visite à un proche...*



2 – LES SEJOURS



2-1 Volumes & Budgets

Analytics

Audience

- Country
- City
- Status
- Sex
- Age
- Interests
- Collaboration
- Behavior
- Technology
- Mobile
- Custom 1
- Custom 2
- Custom 3
- Income
- Education

Home Dashboard Reporting Customization Help Log Out



Daily Product Sales by Category



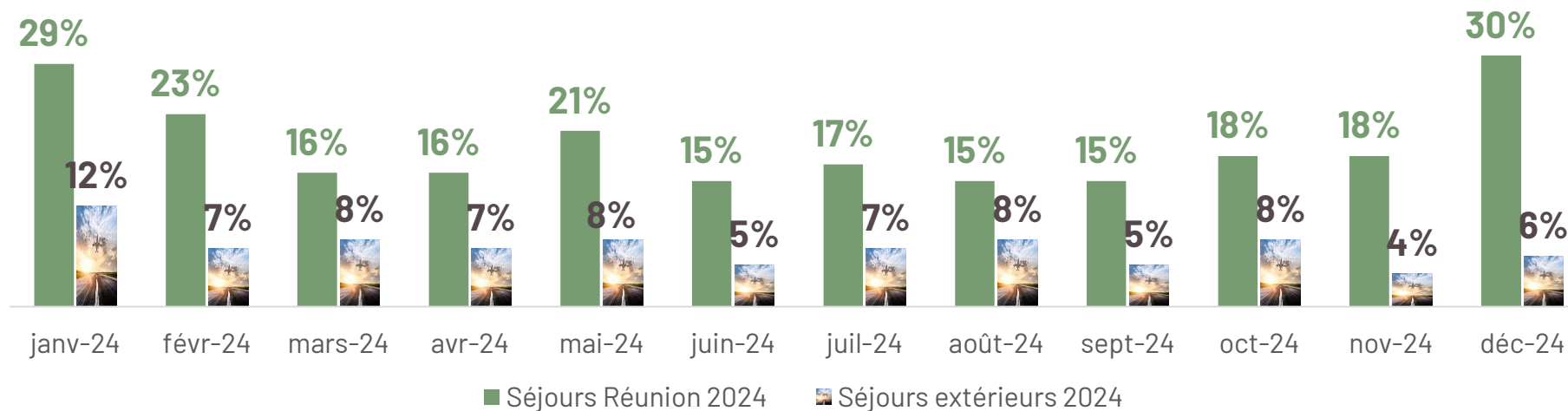
File	Edit	View	Insert	Data	Format	Window	Help		
Col	Row	Formula	Σ	fx					
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Agility development process	175	123.00	444	100	223.85	1467	1302	271
2	Agility development speed	810	106.21	481	60	120.87	224	127	19
3	Agility development cost	911	207.99	401	106	183.85	224	127	19
4	Agility development compliance	196	171.51	269	463	804.86	224	127	19
5	Agility development security	42	138.33	464	225	100.23	224	127	19
6	Agility development separation agreements	114	230.13	269	442	100.23	224	127	19
7	Agility development property settlements	42	138.33	464	225	100.23	224	127	19
8	Agility development architecture	114	230.13	269	442	100.23	224	127	19
9	Agility development technology strategy	42	138.33	464	225	100.23	224	127	19
10	Agility development concept	114	230.13	269	442	100.23	224	127	19
11	Agility development concept	42	138.33	464	225	100.23	224	127	19
12	Agility development	114	230.13	269	442	100.23	224	127	19
13	Agility development	42	138.33	464	225	100.23	224	127	19
14	Agility development	114	230.13	269	442	100.23	224	127	19
15	Agility development	42	138.33	464	225	100.23	224	127	19
16	Agility development	114	230.13	269	442	100.23	224	127	19
17	Agility development	42	138.33	464	225	100.23	224	127	19
18	Agility development	114	230.13	269	442	100.23	224	127	19
19	Agility development	42	138.33	464	225	100.23	224	127	19
20	Agility development	114	230.13	269	442	100.23	224	127	19
21	Agility development	42	138.33	464	225	100.23	224	127	19
22	Agility development	114	230.13	269	442	100.23	224	127	19
23	Agility development	42	138.33	464	225	100.23	224	127	19
24	Agility development	114	230.13	269	442	100.23	224	127	19



Les vacances de janvier et décembre ont été les plus favorables aux séjours à La Réunion

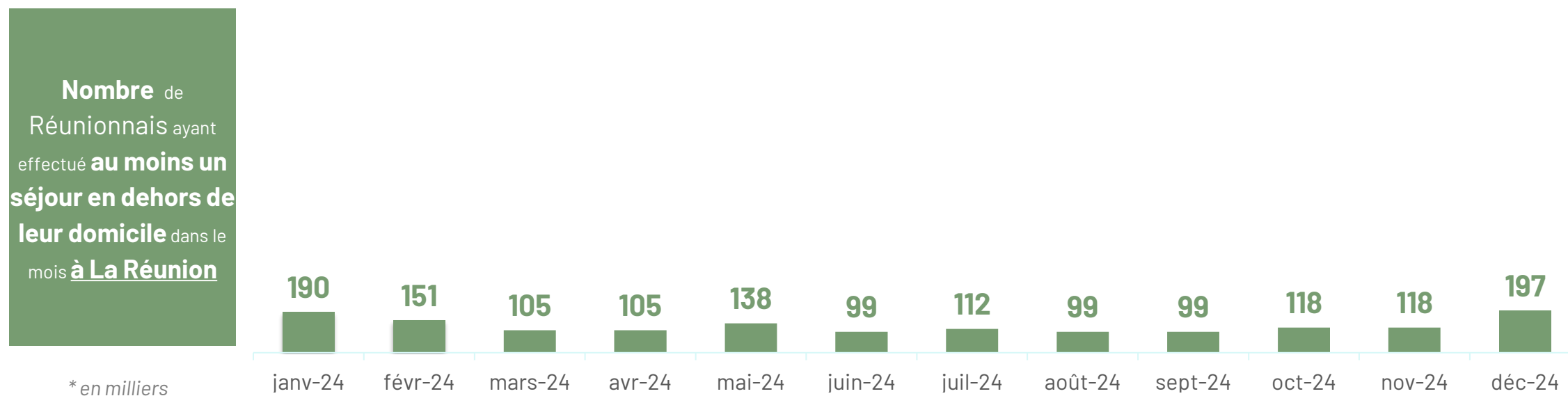
Taux de touristes locaux en séjours par mois en 2024

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



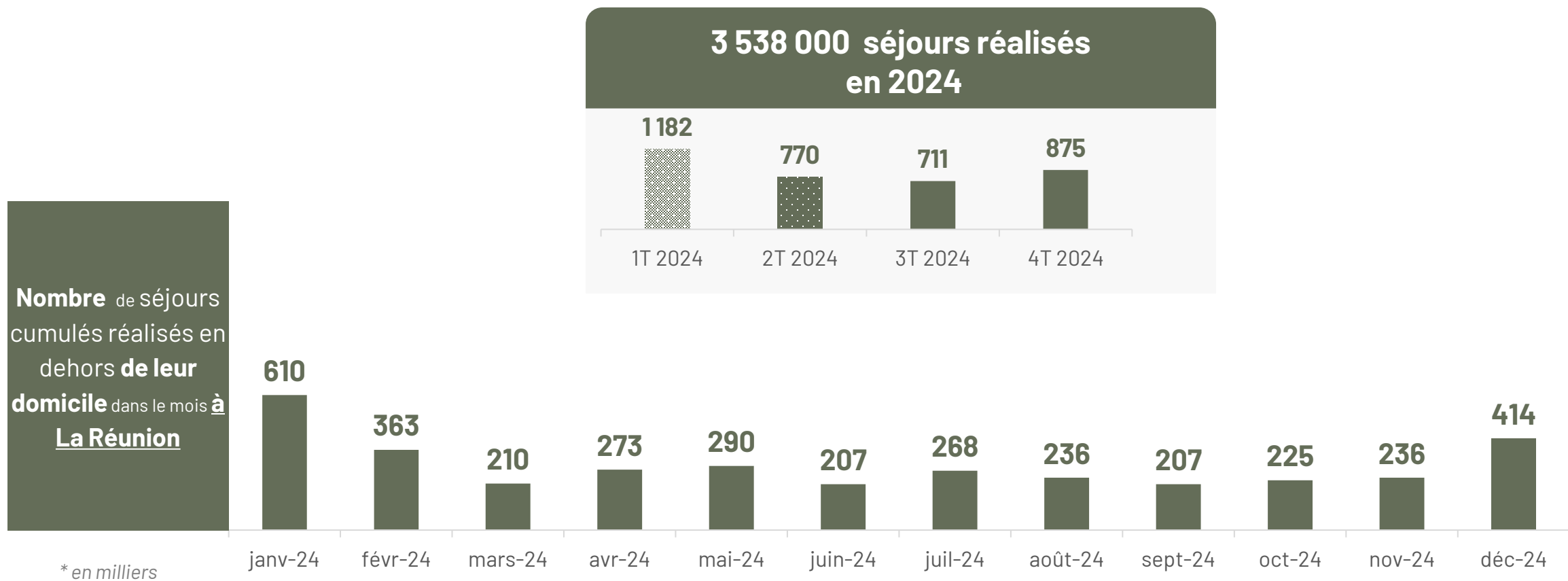
En moyenne en 2024, on estime à **128 000** le nombre de touristes locaux par mois

Nombre de Réunionnais ayant effectué au moins un séjour en dehors de leur domicile dans le mois à La Réunion par mois en 2024



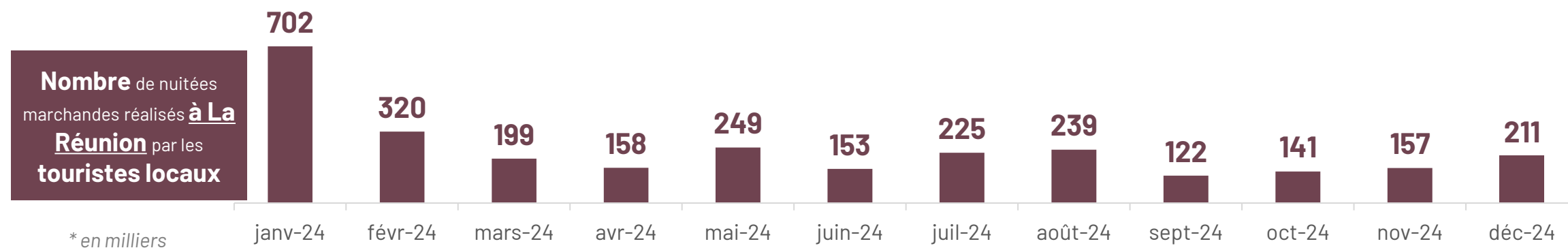
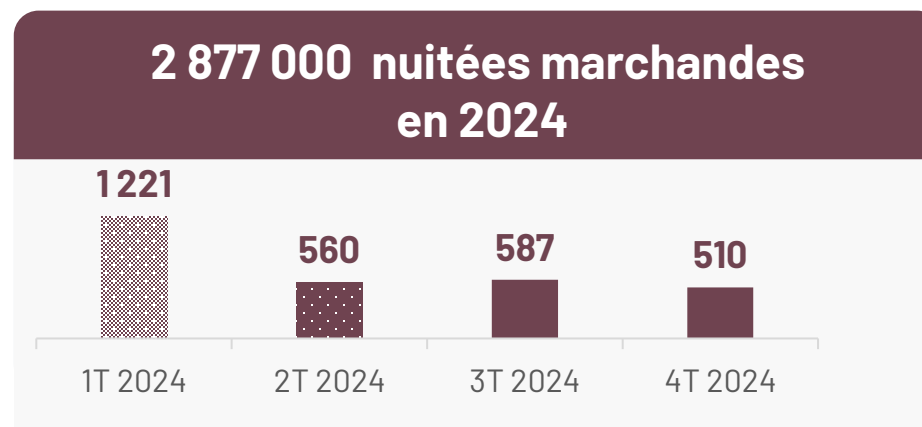
Au final cela représente **3,5 millions de séjours** réalisés en 2024

Nombre de séjours réalisés à La Réunion par les touristes locaux par mois en 2024



38% des séjours ont été réalisés en hébergements marchands, avec 2,0 nuitées en moyenne

Nombre de nuitées marchandes par mois en 2024



En moyenne, tous postes confondus, les Réunionnais ont dépensé sur la période environ **65€ / personne pour leur séjour**, dont plus de la moitié consacré à l'hébergement

Dépenses des TOURISTES locaux lors de leurs séjours sur l'île en 2024

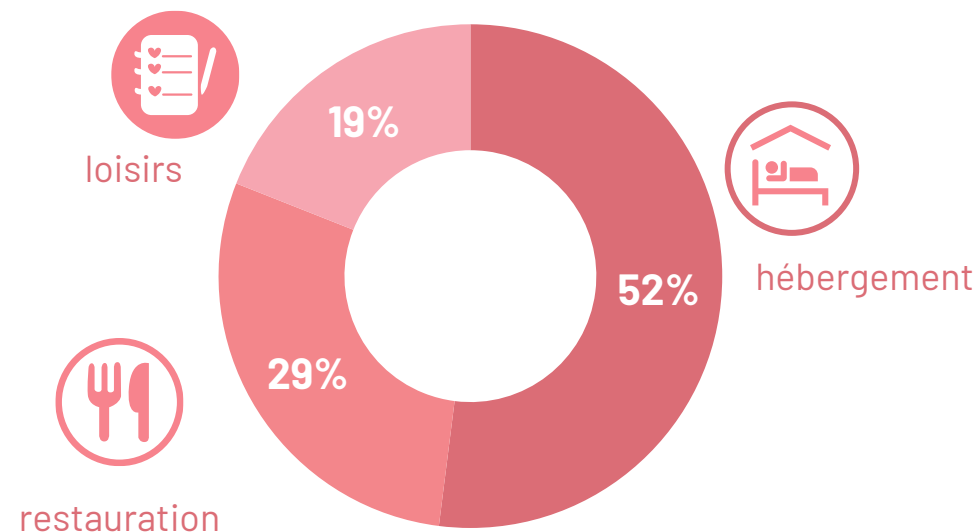
Dépense moyenne par touriste



65€

Soit un coût moyen par ménage de 153€

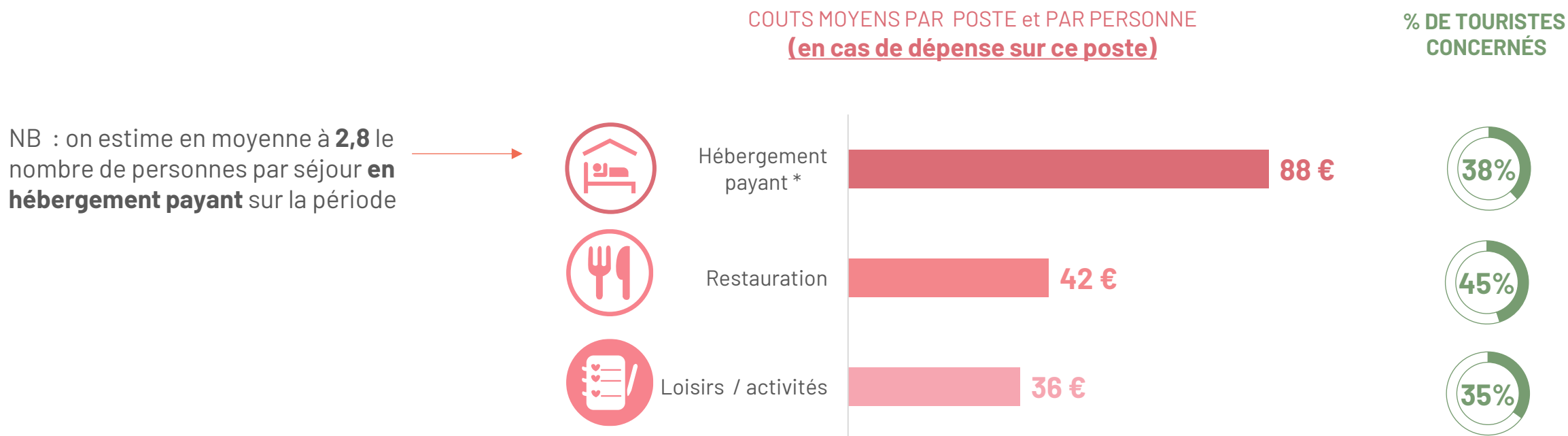
Répartition par poste de dépense



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

Le coût moyen par personne pendant le séjour s'élève à **88€ pour l'hébergement**, 42€ pour la restauration, et **36€ pour les activités de loisirs payantes**

Dépenses des TOURISTES locaux lors de leurs séjours sur l'île en 2024



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

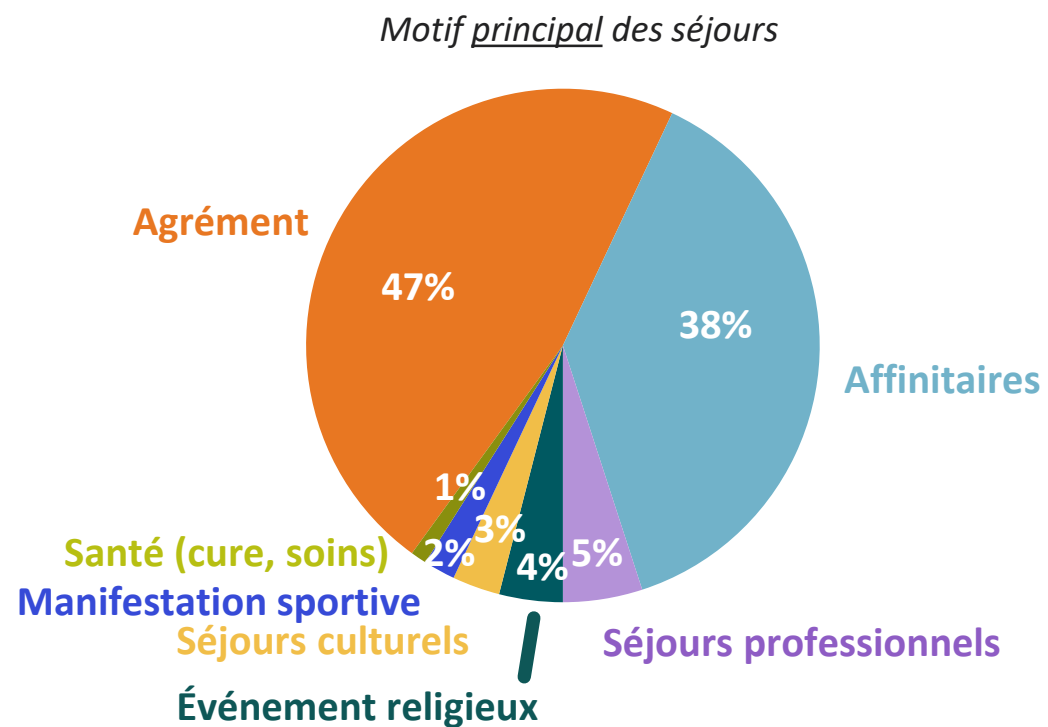
* Calcul hors valeurs extrêmes pour 1 hébergement

A photograph of three young women of diverse backgrounds hugging and laughing joyfully. The woman in the center has voluminous curly hair and is laughing heartily with her mouth wide open. The woman on the left is smiling broadly, and the woman on the right is partially visible, also smiling. They are all wearing casual clothing, with the woman on the right wearing a peach-colored long-sleeved shirt. The background is a plain, light-colored wall.

2-2 Motifs & Nombre de personnes

Les séjours d'agrément pèsent pour près de la moitié des séjours réalisés par les Réunionnais sur leur île

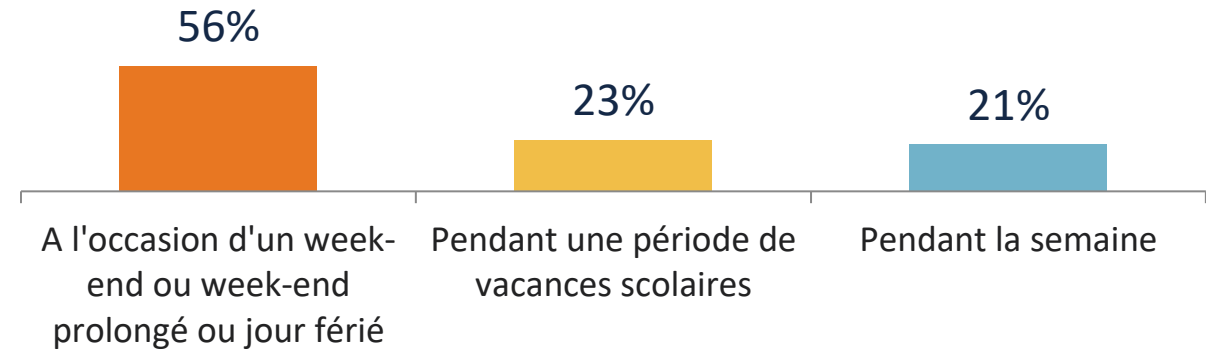
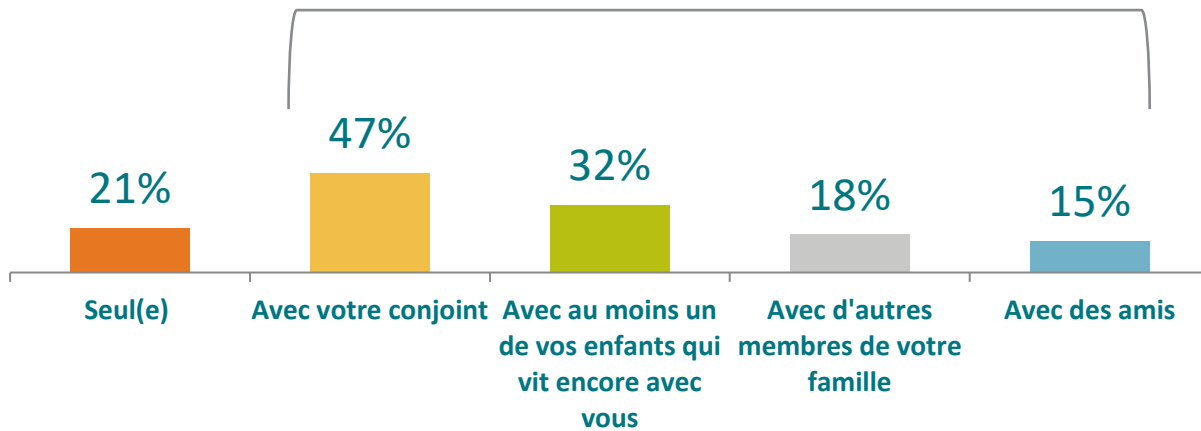
Motivations principales des séjours



4 Réunionnais sur 5 sont accompagnés pour leurs séjours, qu'ils réalisent essentiellement lors de week-ends et jours fériés

Typologie des groupes en séjour

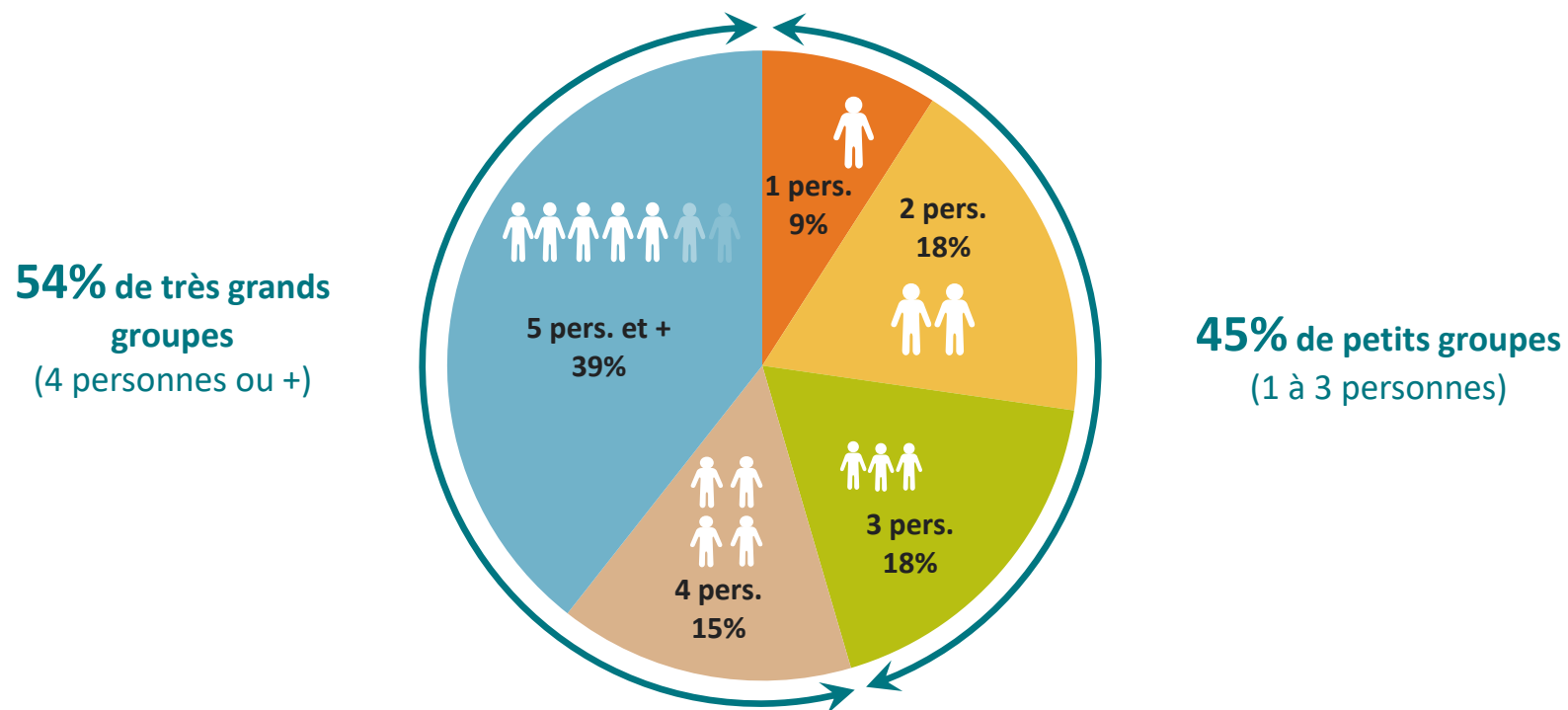
79% des touristes sont accompagnés
lors de leurs séjours




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

Les Réunionnais qui séjournent à plusieurs composent généralement des groupes conséquents de 4 personnes ou plus

Taille des groupes en séjour



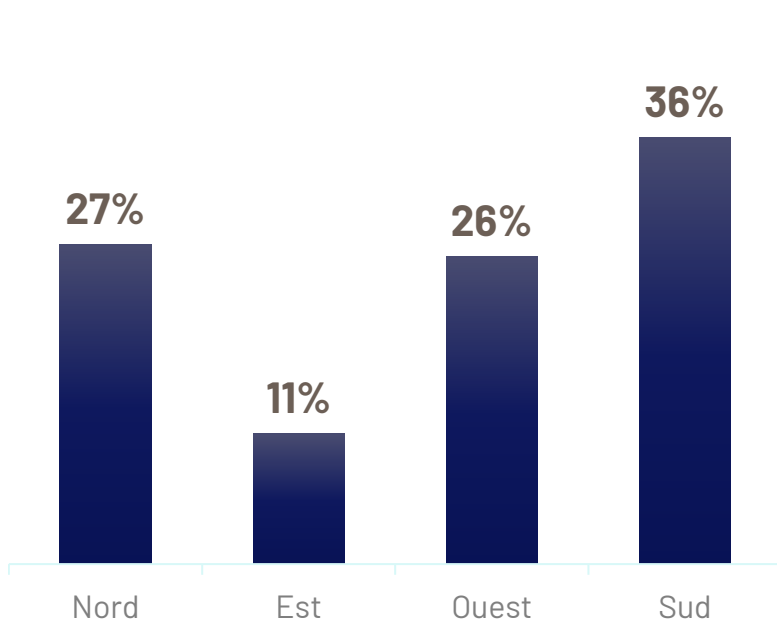
An aerial photograph of a vast, deep mountain valley. The valley floor is lush green, with a small cluster of buildings visible in the distance. The surrounding mountains are steep and covered in dense green vegetation. The sky is clear and blue. A semi-transparent grey banner is overlaid across the middle of the image, containing white text.

2-3 Lieux & types d'hébergement, activités

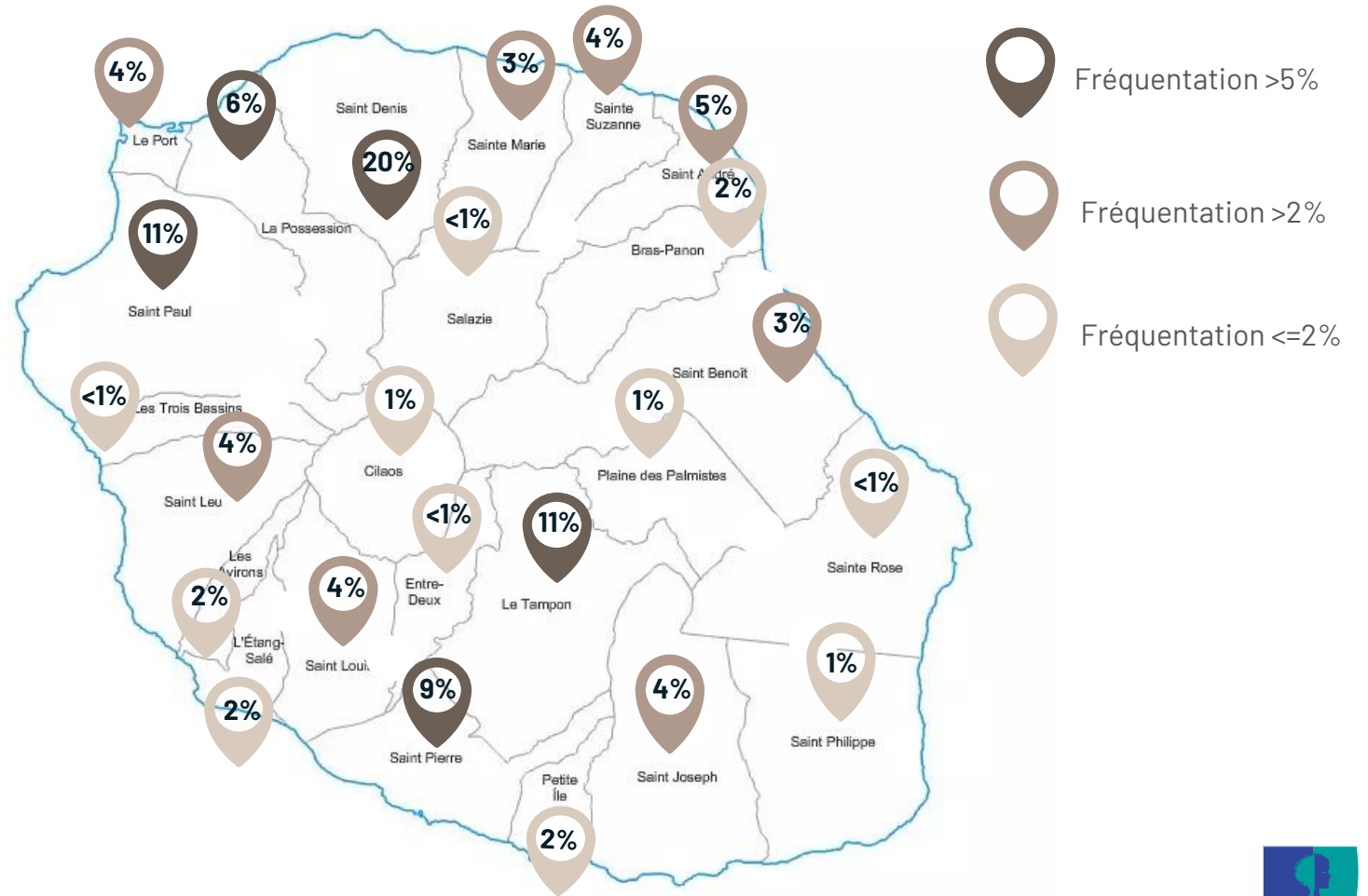
Les habitants de l'Est ont tendance à moins partir en séjour que les autres territoires de l'île

(source RGP INSEE)

Origine des touristes en séjours marchands en 2024



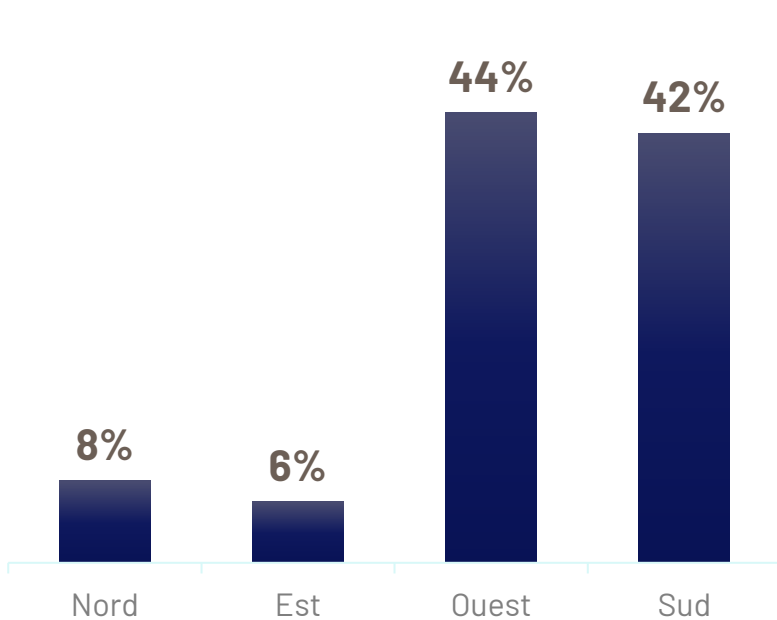
Base : Séjours en hébergement marchand



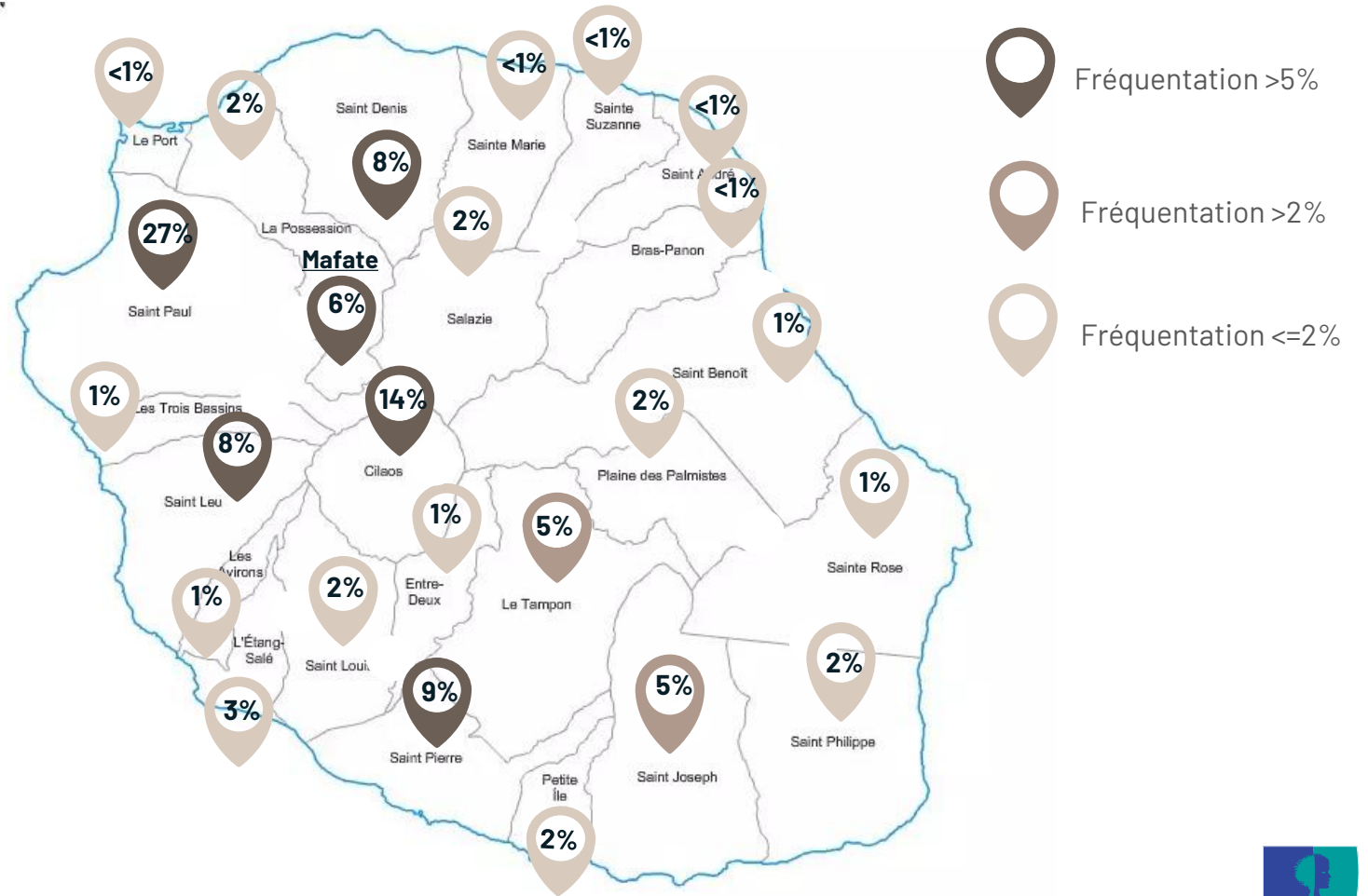
Base : Réunionnais en séjours marchands

L'Ouest et le Sud représentent à eux 2 près de 90% des destinations des séjours marchands

Destination des séjours marchands (principal lieu d'hébergement) en 2024



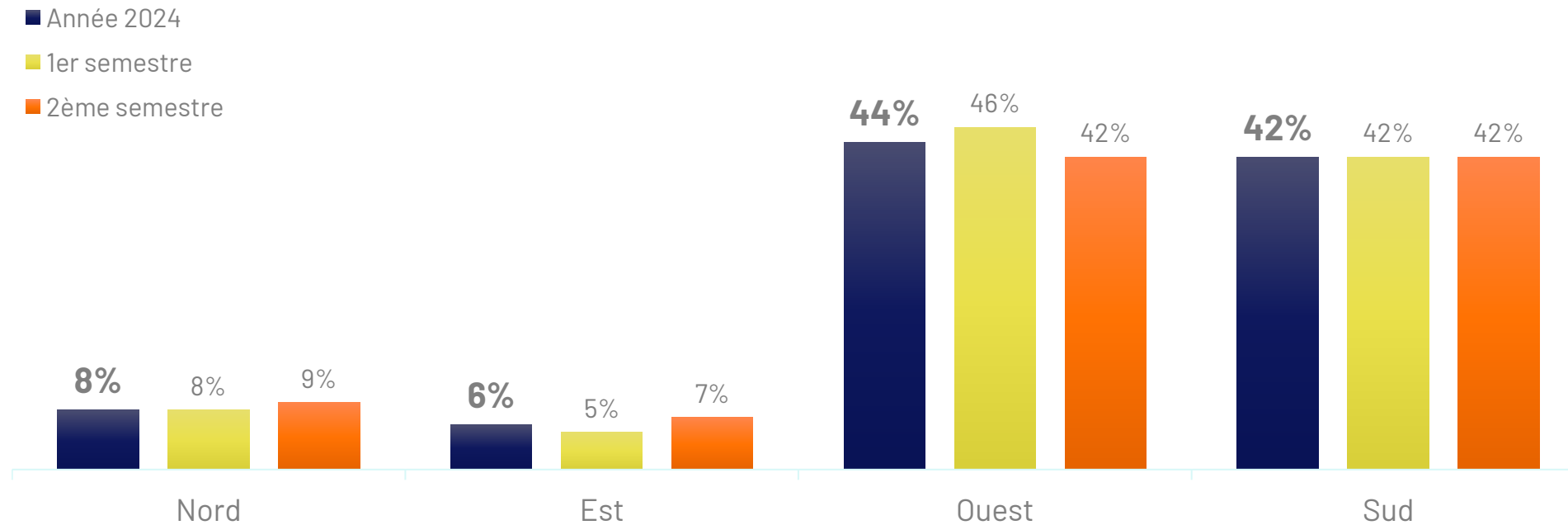
Base : Séjours en hébergement marchand



Base : Réunionnais en séjours marchands

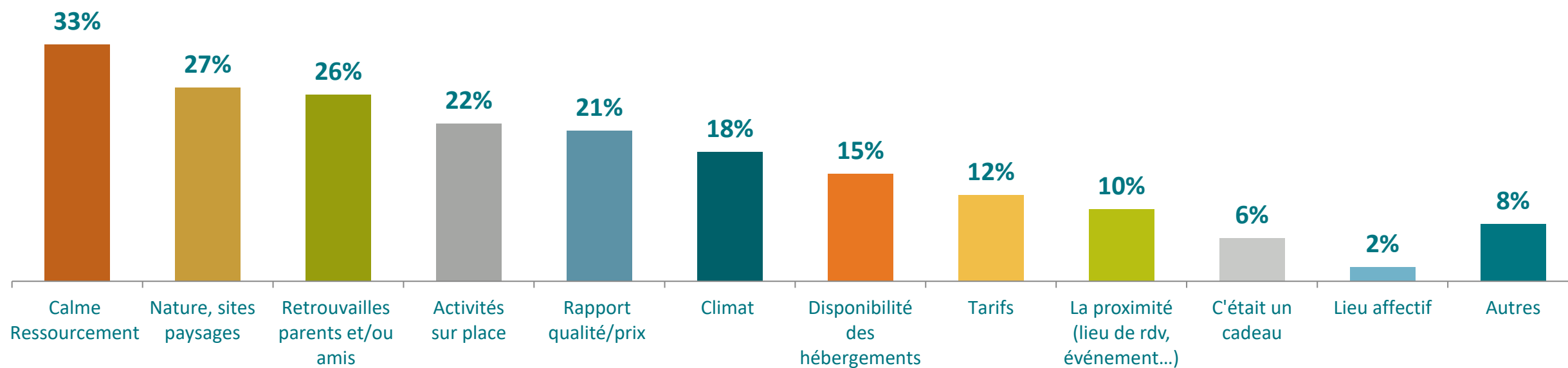
La fréquentation par micro-région est stable entre le 1^{er} et le 2^{ème} semestre 2024

Destination des séjours marchands (principal lieu d'hébergement) en 2024



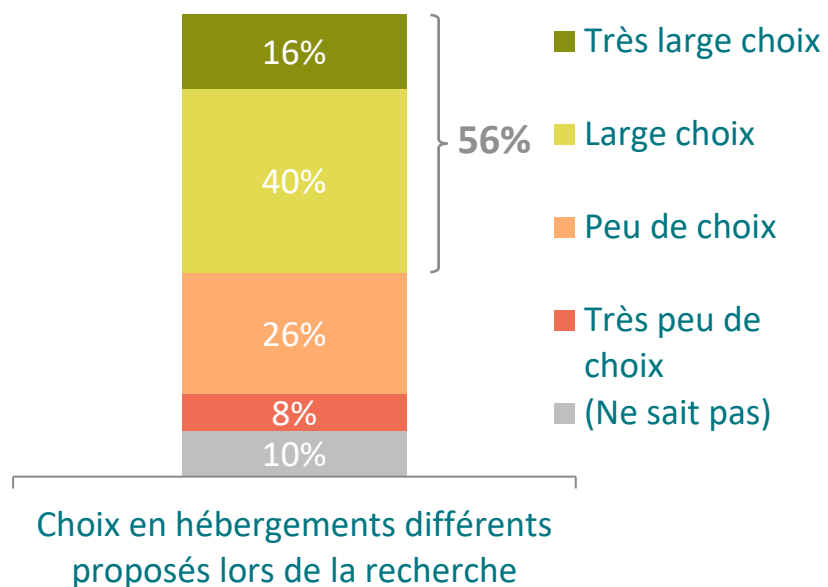
Les Réunionnais sont essentiellement en quête de sérénité et de retour à la nature lors de leurs séjours

Critères de sélection des lieux de séjours

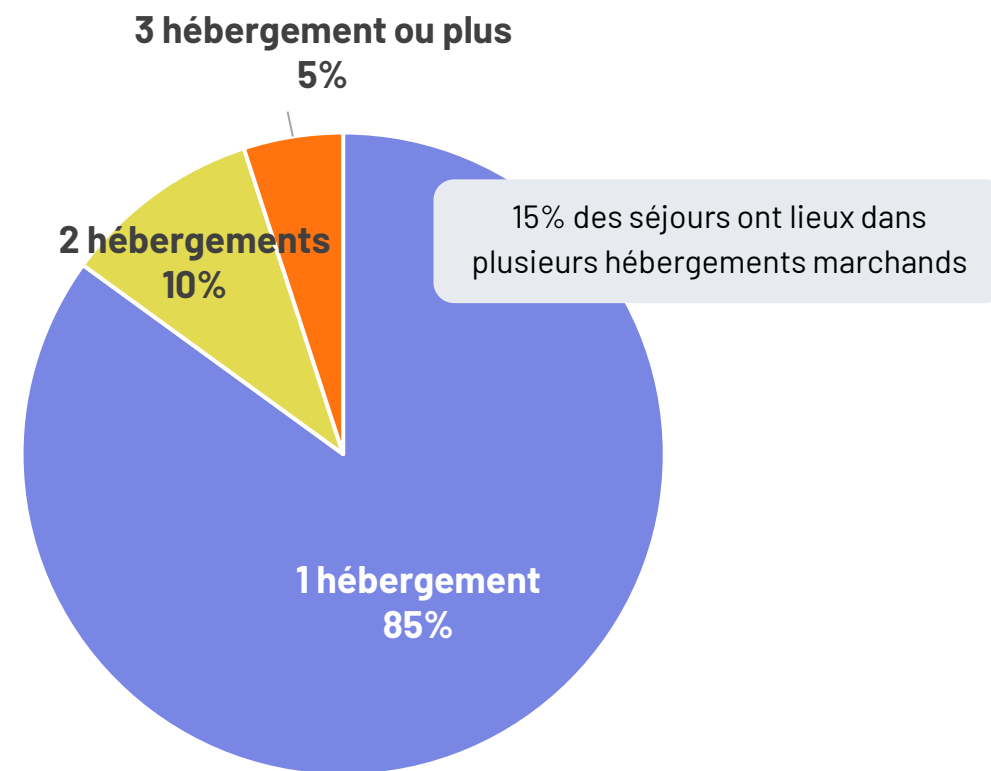


Lorsqu'ils choisissent un hébergement payant, plus d'un Réunionnais sur 3 considère que l'offre proposée n'est pas suffisamment étoffée

Taille de l'offre proposée et nombre d'hébergements payants utilisés lors du séjour



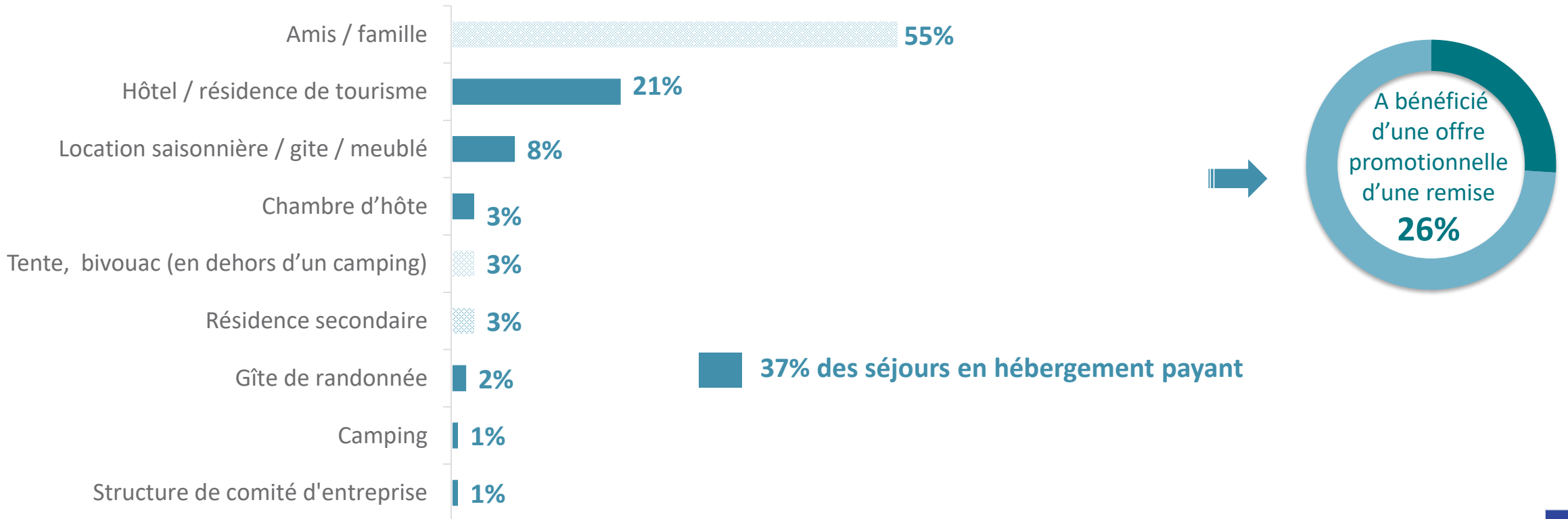
Base : Réunionnais décisionnaires en séjour avec hébergements payants



Base : Réunionnais en séjour avec hébergements payants

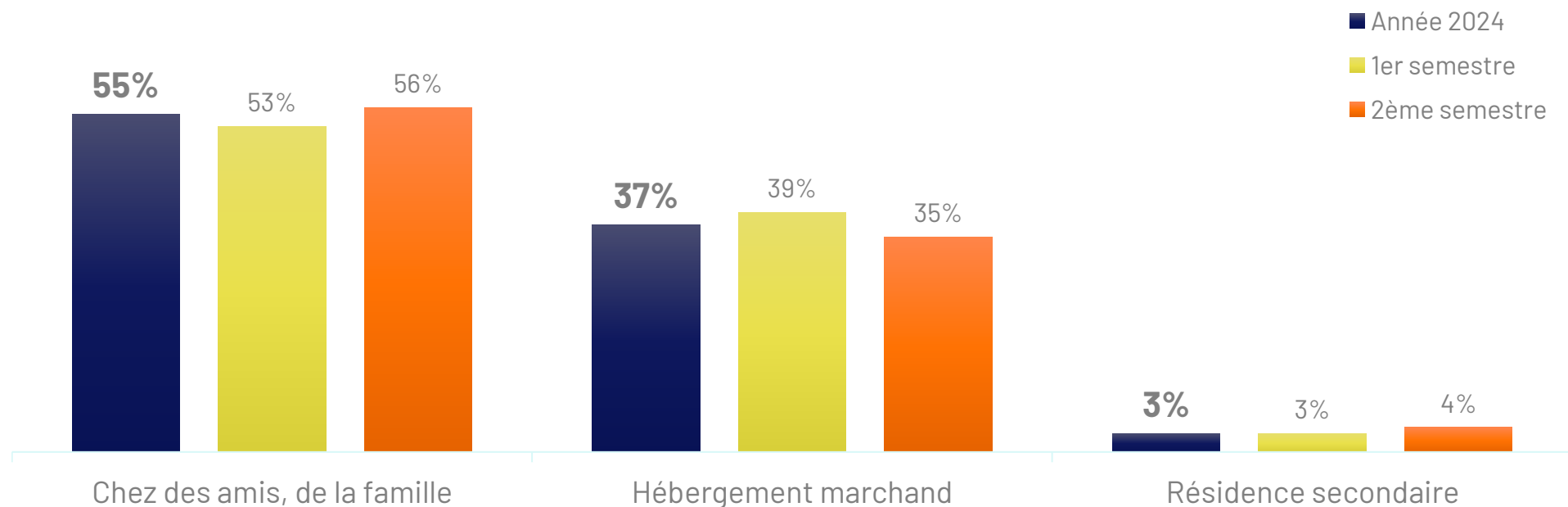
Les offres promotionnelles jouent un rôle important puisqu'elles concernent plus d'un tiers des séjours en hébergements marchands

Mode d'hébergement principal



Les séjours en hôtellerie et résidences de tourisme ont baissé au 2^{ème} semestre

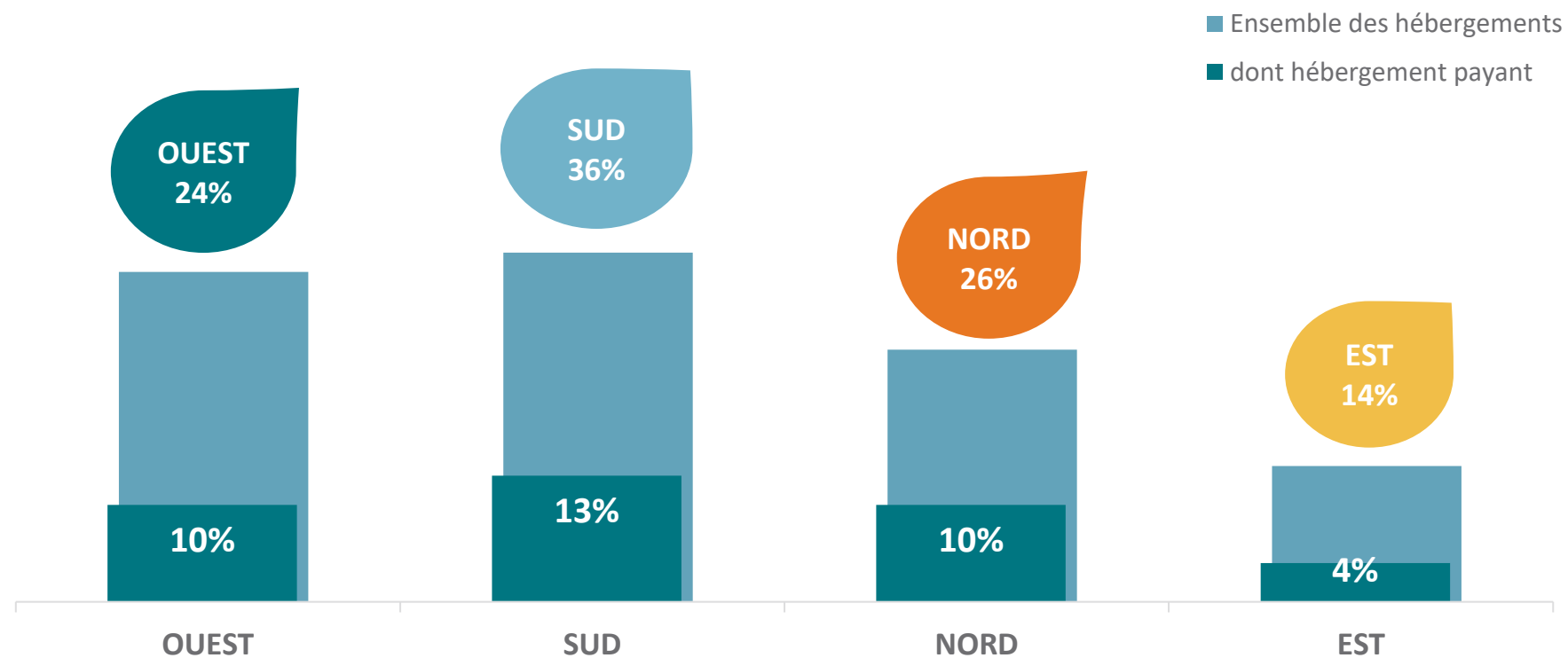
Typologies des hébergements des touristes locaux par trimestres



Dont 21% en hôtellerie ou résidences de tourisme
(1^{er} semestre = 24% / 2^{ème} semestre = 19%)

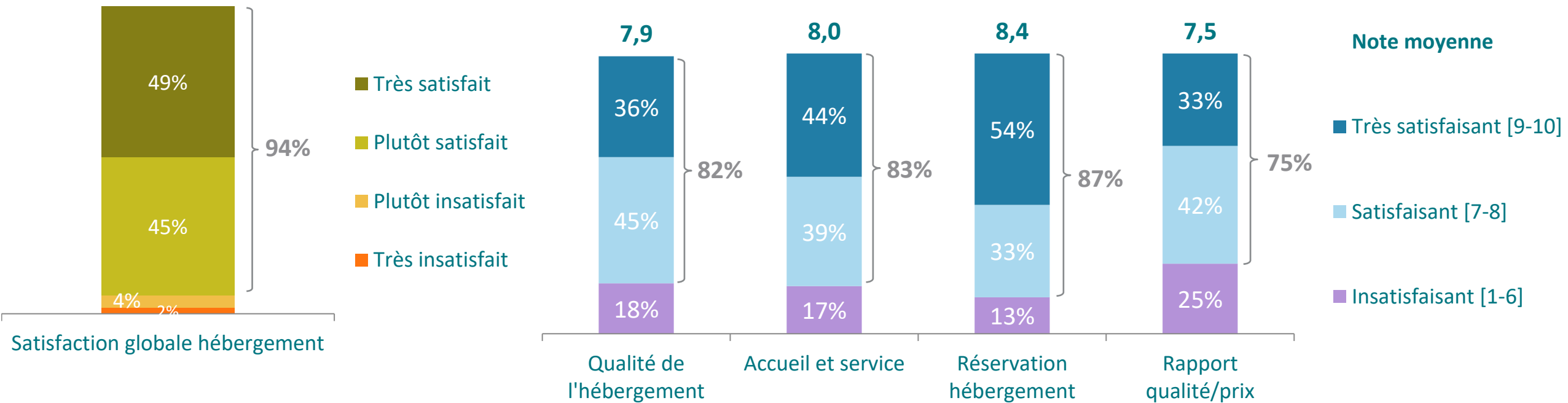
La proportion de nuitées passées en hébergement payant est inférieure dans l'Est de l'île par rapport aux autres territoires

Taux d'hébergements marchands selon les lieux de séjours



Les Réunionnais sont particulièrement satisfaits des prestations d'hébergement payant proposés sur le territoire

Satisfaction concernant les hébergements marchands



Les touristes locaux en hébergement payant sont davantage des 30-44 ans et des PCS+

Profil des touristes locaux en séjours

	Réunionnais 16 ans et + (B* = 7 200)	Touristes locaux (ayant effectué au - 1 séjour à la Réunion) (B = 1 409)	Réunionnais ayant effectué au -1 séjour à l'extérieur (B = 514)	Touristes locaux en hébergement payant (B = 545)	Touristes locaux avec loisir payant (B = 421)
Hommes	47%	45%	54%	48%	49%
Femmes	53%	55%	46%	52%	51%
18-29 ans	20%	28%	14%	21%	24%
30-44 ans	27%	34%	21%	37%	35%
45-59 ans	30%	23%	30%	27%	27%
60 ans ou plus	24%	15%	36%	15%	14%
PCS+ (petits patrons, cadres, professions intermédiaires)	23%	26%	32%	30%	28%
PCS- (employés, ouvriers)	36%	39%	25%	40%	42%
INACTIFS (étudiants, retraités, sans activité)	41%	35%	43%	30%	30%
Nord - Saint-Denis	24%	26%	26%	26%	27%
Sud - Saint-Pierre	36%	36%	31%	36%	34%
Est - Saint-Benoît	14%	14%	10%	12%	14%
Ouest - Saint-Paul	25%	24%	33%	26%	25%

B* : base d'échantillon (nombre d'interviews sur cette cible)

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 12% des Réunionnais ayant effectué un séjour avec hébergement payant vivent dans l'Est

The background of the slide features a dramatic sunset scene. The sun is a bright orange orb on the horizon, casting a warm glow across the sky. In the foreground, the dark silhouettes of several people are seen rappelling down a jagged cliff face. They are connected by ropes, and some have their arms raised in a gesture of triumph or accomplishment. The overall mood is one of adventure and achievement.

2-4 La restauration et les activités

Seuls 45% des Réunionnais ont consommé des repas « payants » lors de leurs séjours

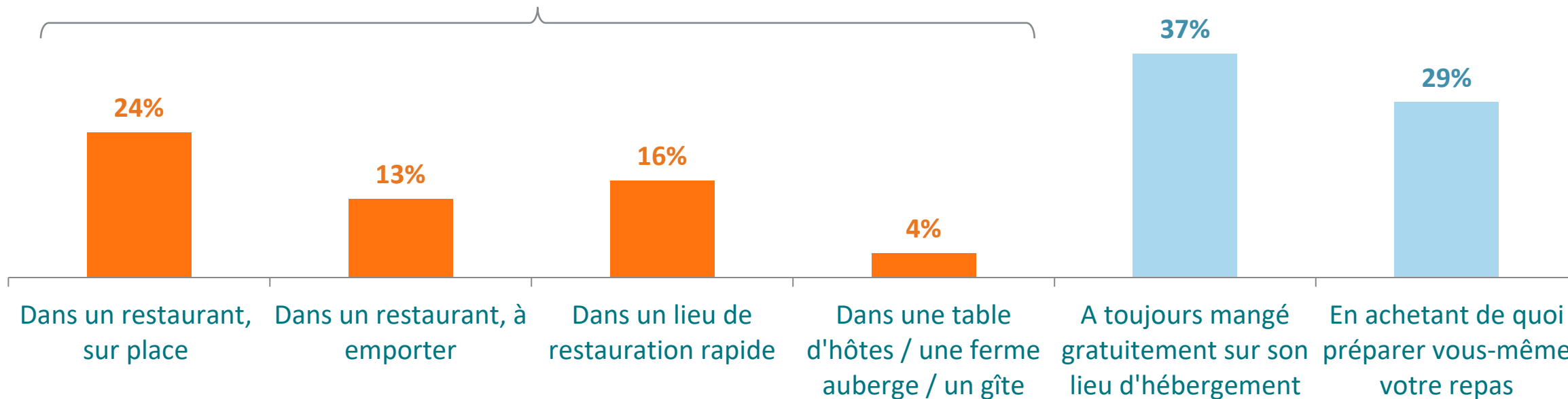
Base : Réunionnais en séjour avec restauration payante

Lieux de restauration & repas pris sur place lors des séjours

Lieux de restauration habituel lors du séjour

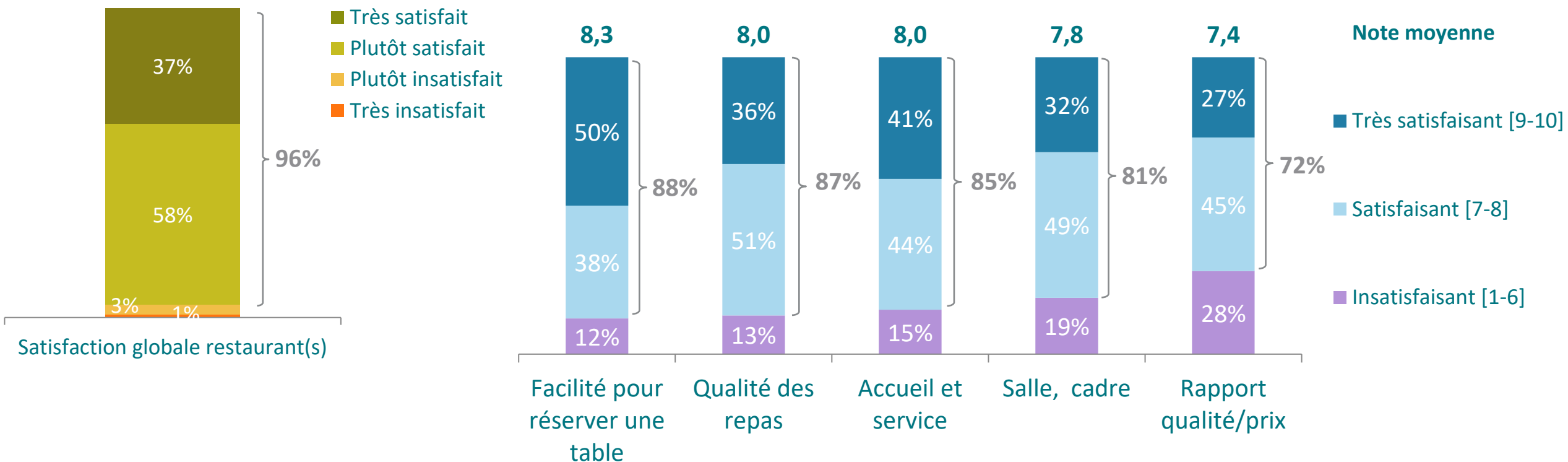


45% des repas payants



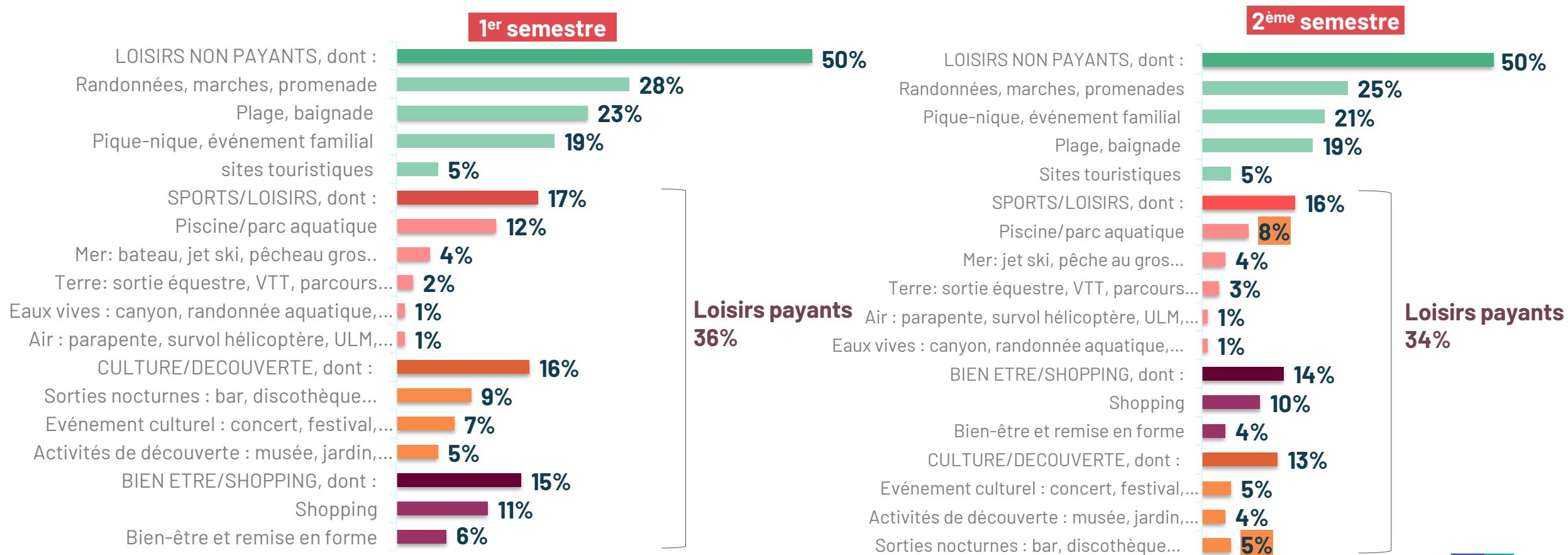
Comme pour les hébergements, les Réunionnais apprécient particulièrement l'offre proposée en restauration lors de leurs séjours

Satisfaction concernant la restauration lors des séjours



La fréquentation des piscines et parcs aquatiques baisse au 2^{ème} semestre avec la période d'hiver austral. 10% des Réunionnais qui ont pratiqué une activité payante lors de leur séjour ont bénéficié d'une remise

ACTIVITES PRATIQUEES LORS des séjours au 1^{er} et 2^{ème} semestre 2024



Hausse significative de la pratique entre les 2 périodes

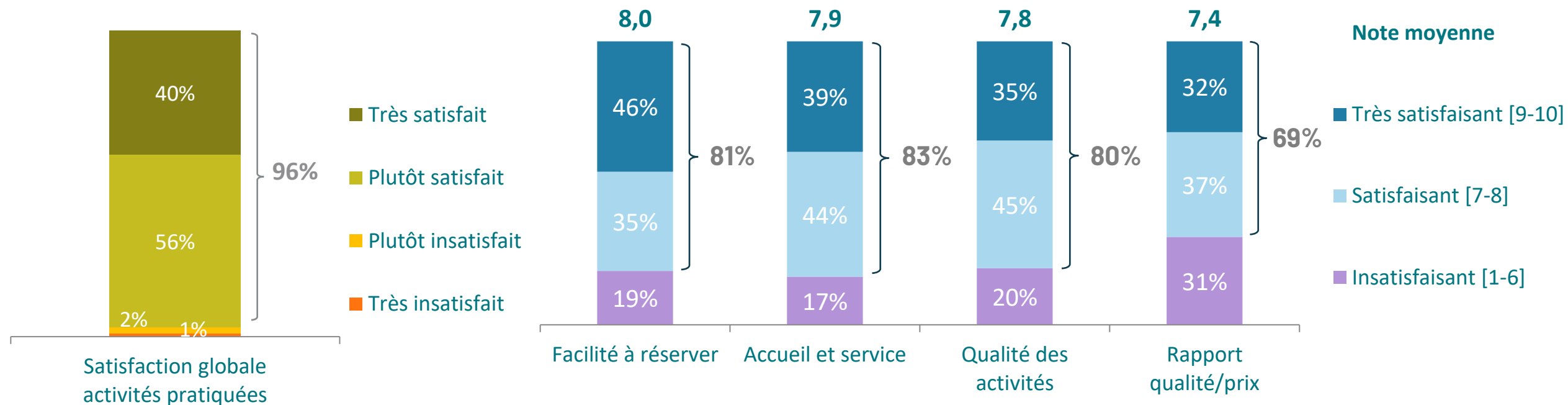
Baisse significative de la pratique entre les 2 périodes

Base : Réunionnais en séjours à La Réunion



Malgré des tarifs jugés onéreux par 1 / 3 des touristes locaux, les activités pratiquées lors de leurs séjours les ont globalement enthousiasmées

Satisfaction concernant les activités payantes pratiquées lors du séjour

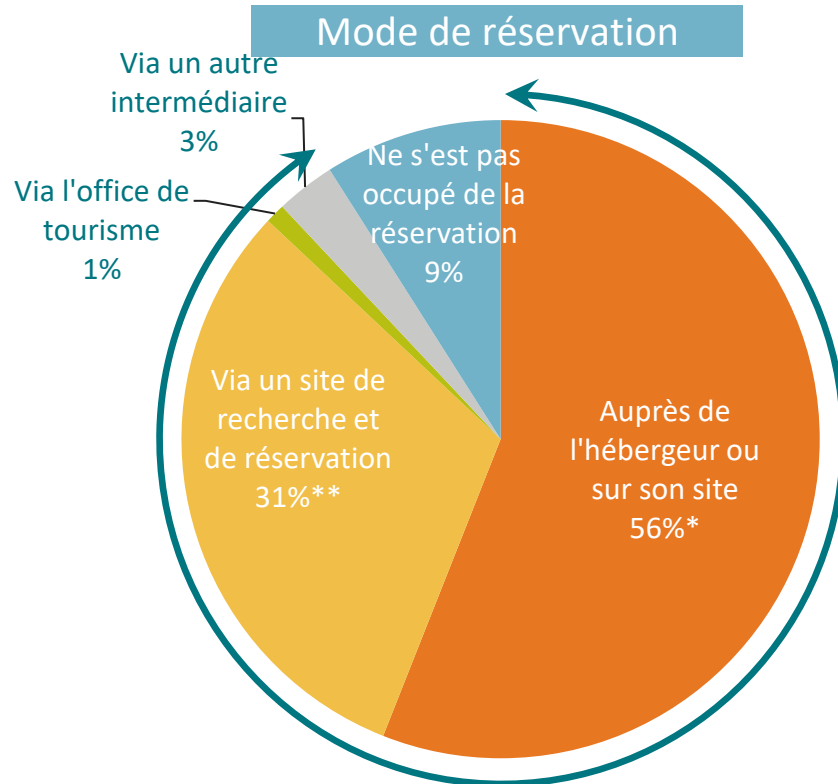


A photograph of three people in a meeting. A woman on the left is looking down, a man in the center is looking towards the camera, and a man on the right is looking towards the center. They are in a bright, indoor setting with a plant in the background.

2-5 Organisation du séjour

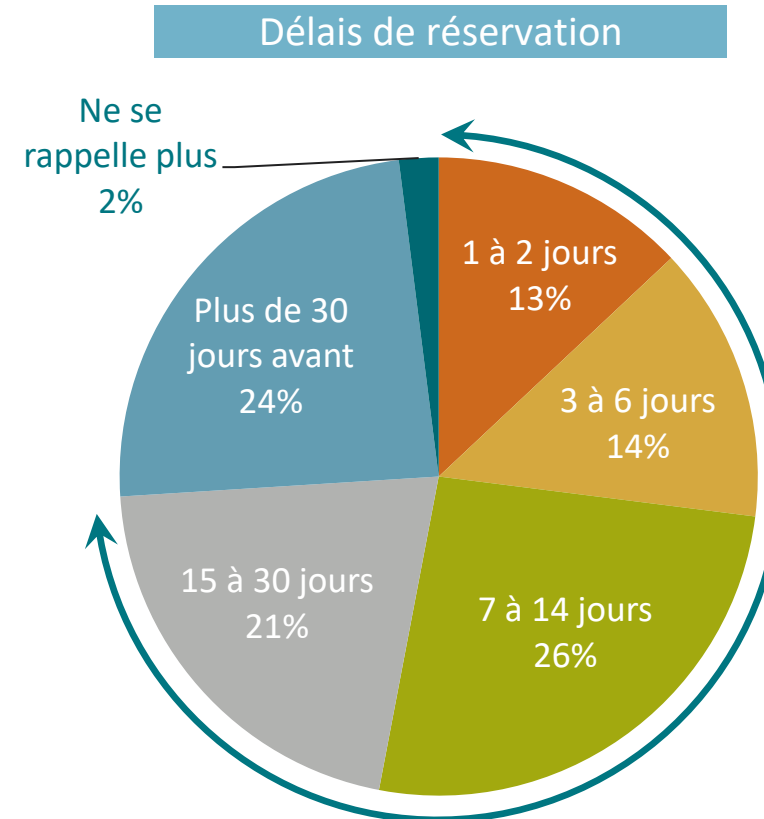
Un quart des réservations d'hébergement est réalisé à la dernière minute, moins d'une semaine avant le séjour

Mode & délais de réservation des hébergements marchands



91% des touristes se chargent de la réservation de leur séjour

Base : Réunionnais en séjour avec hébergement payant



74%
des réservations se font dans le mois

Base : Décisionnaire en séjour avec hébergement payant

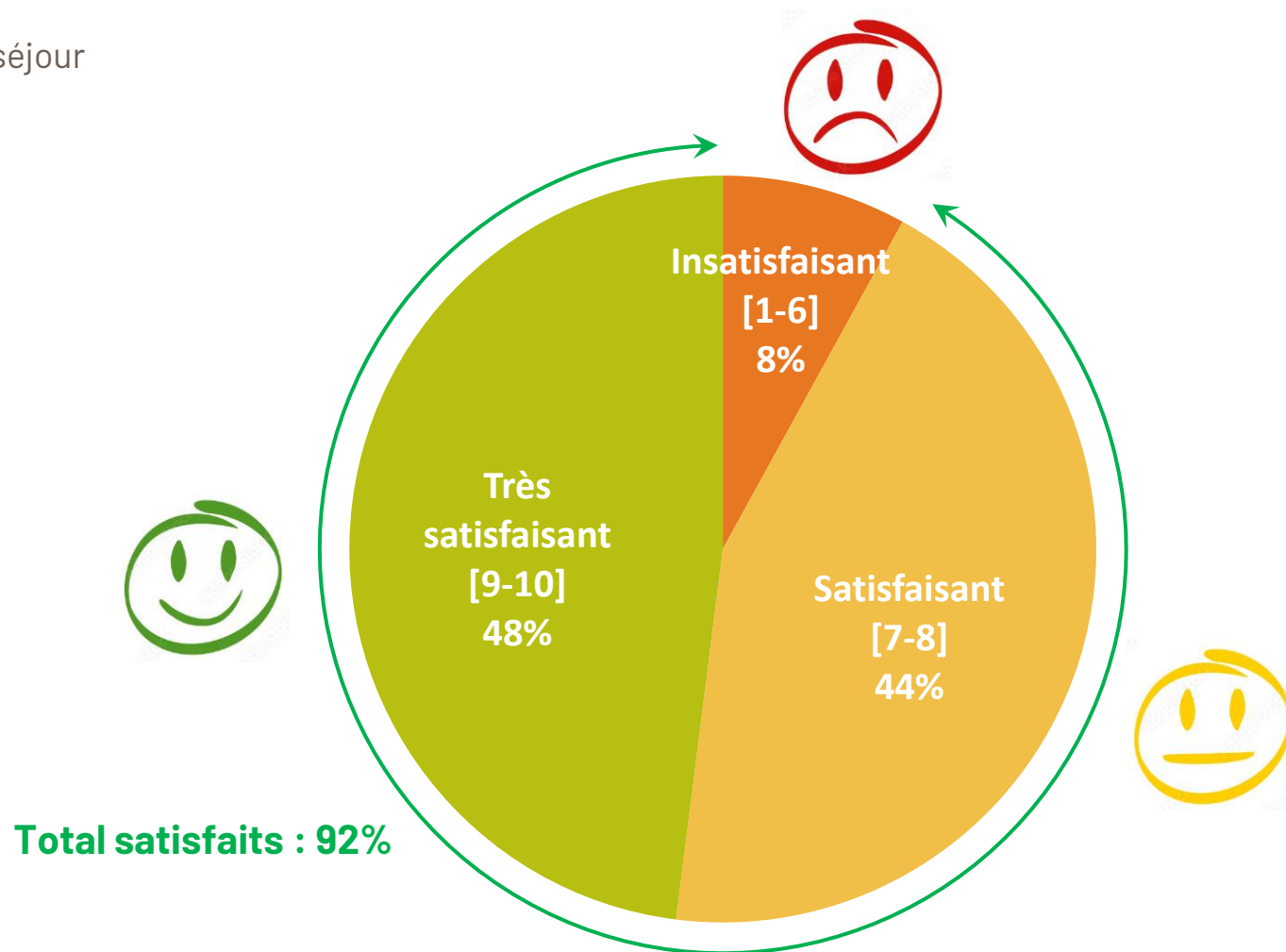
* Dont 33% par téléphone, 18% sur son site et 5% par email
** Dont 1% via « Explore La Réunion » ou « www.reunion.fr »



**2-6 Évaluation globale
du séjour**

Les Réunionnais sont globalement satisfaits de leurs séjours avec une évaluation de 8,4/10 en moyenne

Évaluation globale du séjour



3 – LES EXCURSIONS



3.1 Volumes & Budgets

Analytics

Audience

- Country
- City
- Status
- Sex
- Age
- Interests
- Collaboration
- Behavior
- Technology
- Mobile
- Custom 1
- Custom 2
- Custom 3
- Income
- Education

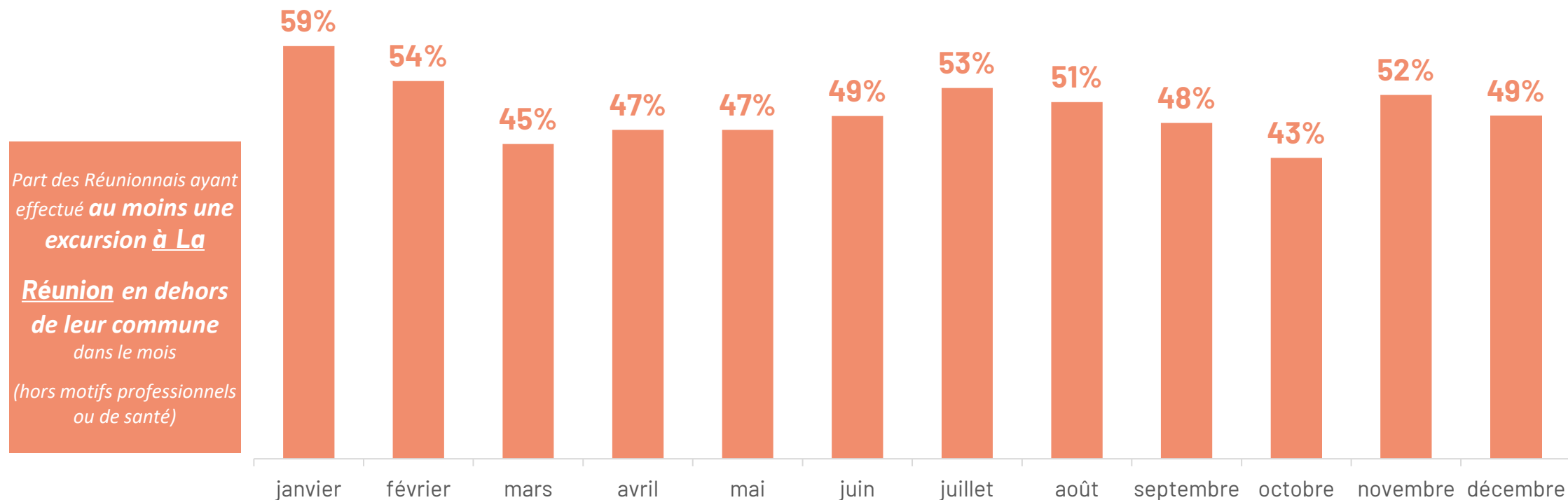
Home Dashboard Reporting Customization Help Log Out



File	Edit	View	Insert	Data	Format	Window	Help		
Col	Row	Formula	Σ	fx					
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Agility development process	177	123.00	444	100	223.80	14607	13002	13002
2	Agility development speed	1027	804	126.25	60	126.87	224	271	271
3	Agility development cost	3653	917	257.90	48	183.80	144	273	273
4	Agility development compliance	190	213.55	171.51	106	804.80	224	273	273
5	Agility development separation agreements	447	138.35	269	442	100.25	100	100	100
6	Agility development property settlements	447	138.35	269	442	100.25	100	100	100
7	Agility development technology strategy	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
8	Agility development	270	408.15	269	442	100.25	100	100	100
9	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
10	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
11	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
12	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
13	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
14	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
15	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
16	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
17	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
18	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
19	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
20	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
21	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
22	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
23	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144
24	Agility development for fresh air teachers	112	112.00	808	11700	140.51	144	144	144

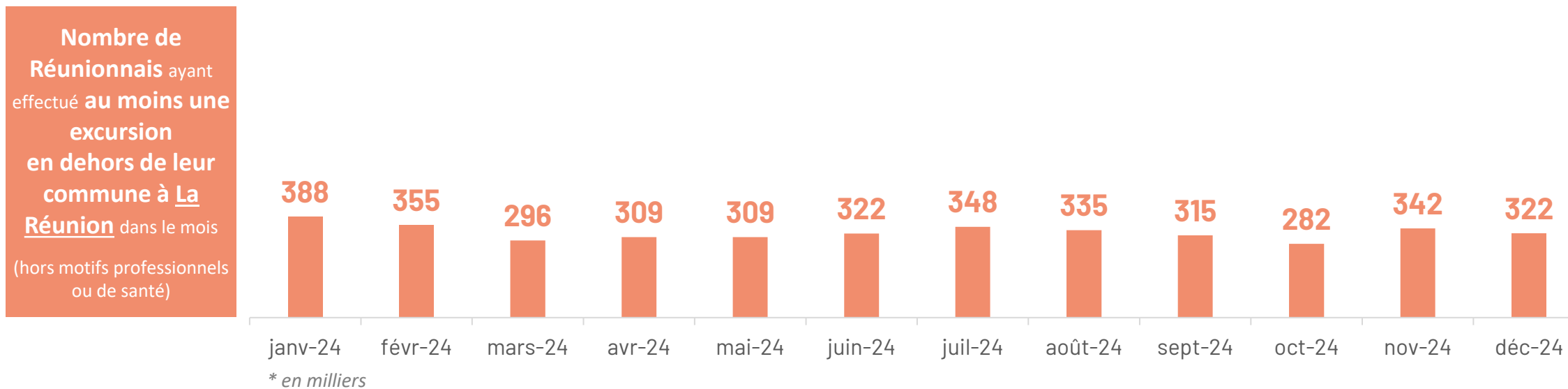
Chaque mois en moyenne sur la période observée, **50% des Réunionnais** de 18 ans et plus ont effectué au moins une excursion sur l'île (hors de leur commune de résidence)

Taux d'excursions hors commune de résidence par mois en 2024



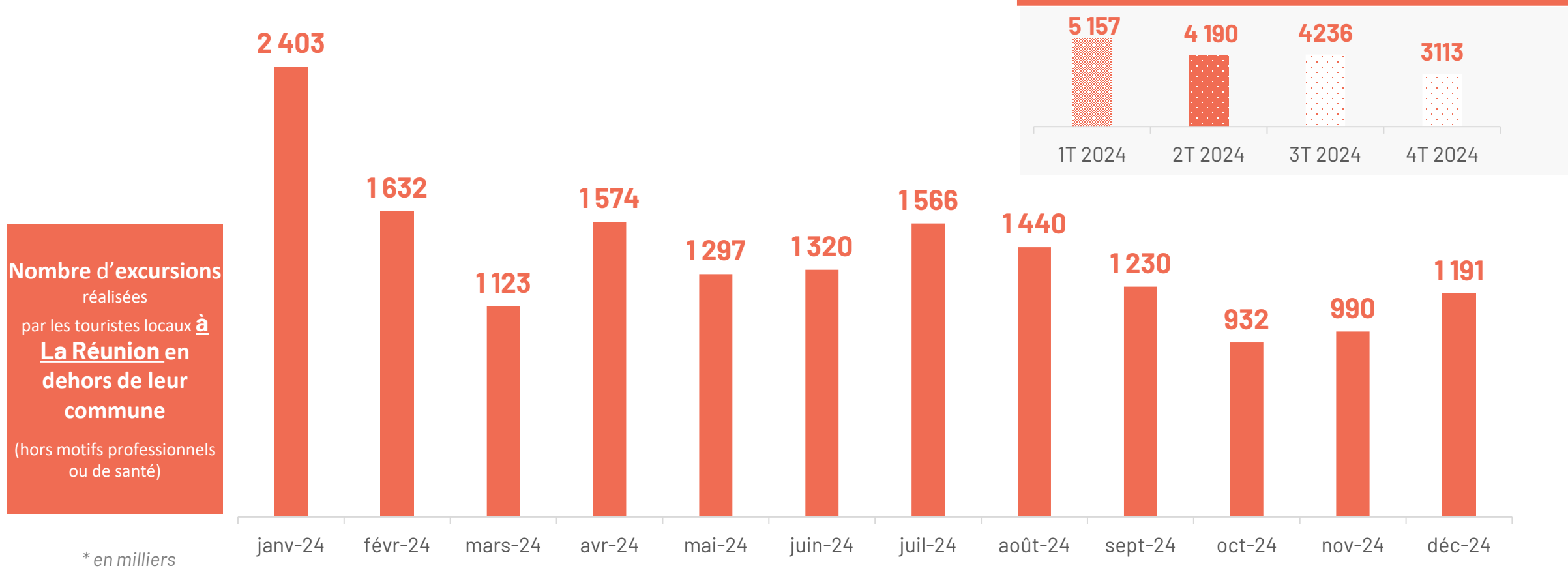
Ceci représente en moyenne **327 000 Réunionnais excursionnistes par mois**

Nombre d'excursionnistes LOCAUX en 2024



A raison de 4,2 sorties mensuelles par excursionniste, on comptabilise **1 391 000 excursions** chaque mois

Nombre d'excursions sur l'île par mois en 2024



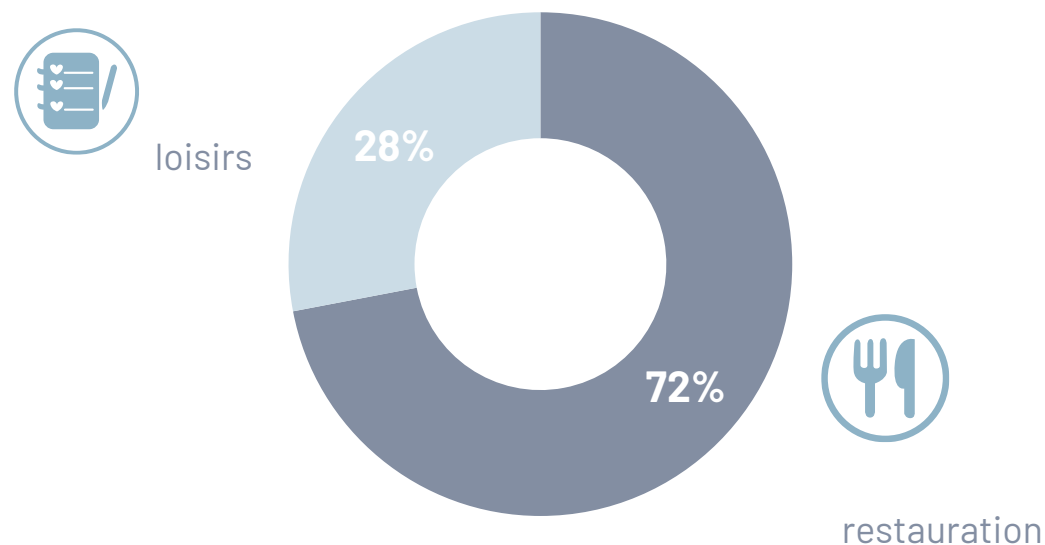
En moyenne, les excursionnistes dépensent **14€ par sortie/personne**. Le 1^{er} poste de dépense est la restauration

Dépenses des excursionnistes locaux lors de leurs séjours sur l'île par mois en 2024

Dépense moyenne par touriste

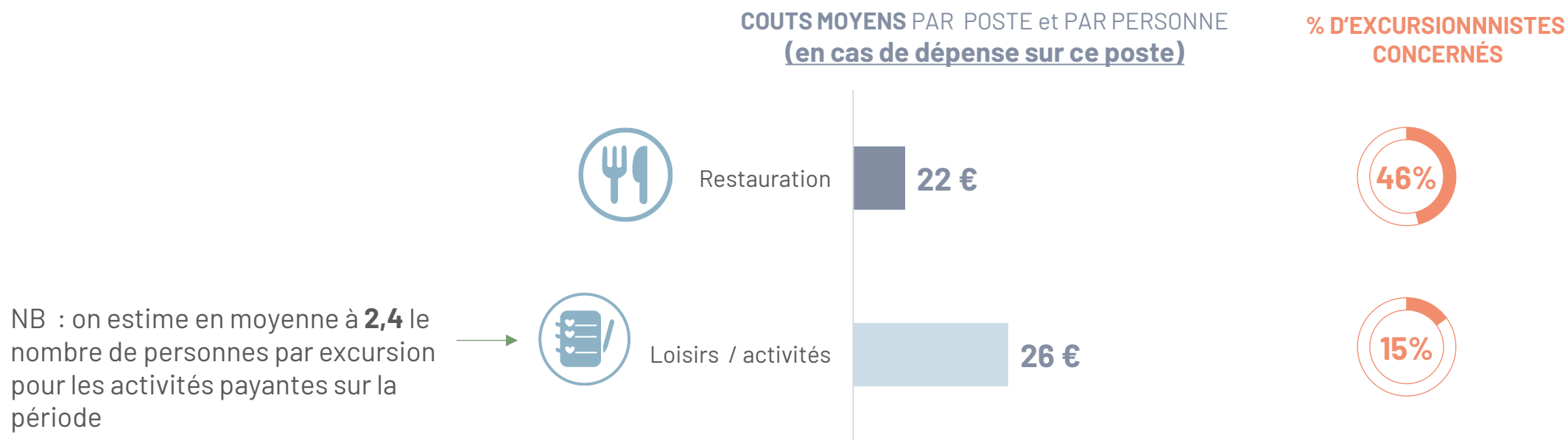


Répartition par poste de dépense



Près **d'1 excursionniste sur 2** a **dépensé un budget en restauration**, et y a dans ce cas consacré 22€/personne en moyenne. **15%** des excursionnistes ont pratiqué **une activité payante**, qui a coûté en moyenne 26€/personne

Dépenses des excursionnistes locaux lors de leurs séjours sur l'île par mois en 2024



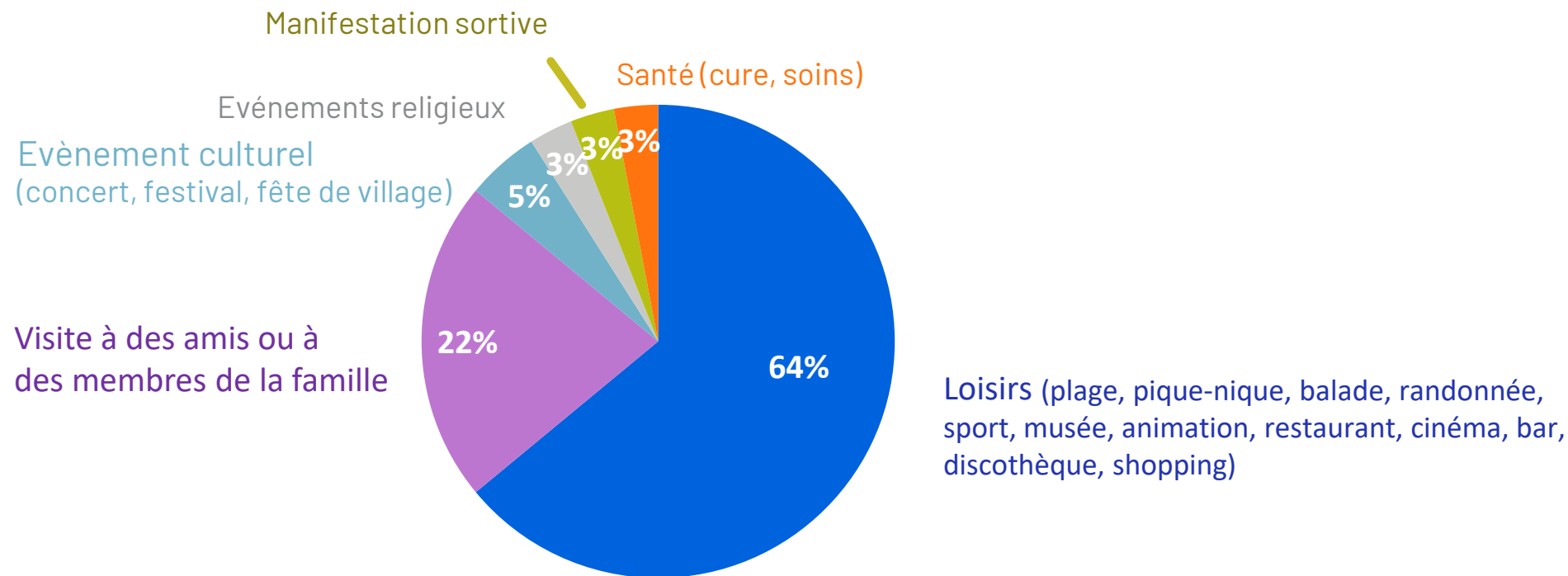
A photograph of three young women of diverse backgrounds hugging and laughing joyfully. The woman in the center has voluminous curly hair and is laughing heartily with her mouth wide open. The woman on the left is smiling broadly, and the woman on the right is partially visible, also smiling. They are all wearing casual clothing, and the overall mood is one of happiness and camaraderie.

3.2 Motifs et nombre de personnes

Les Réunionnais quittent leur commune à la journée essentiellement pour les loisirs et la détente

Motif principal des excursions

Motif principal des excursions, hors motifs professionnels

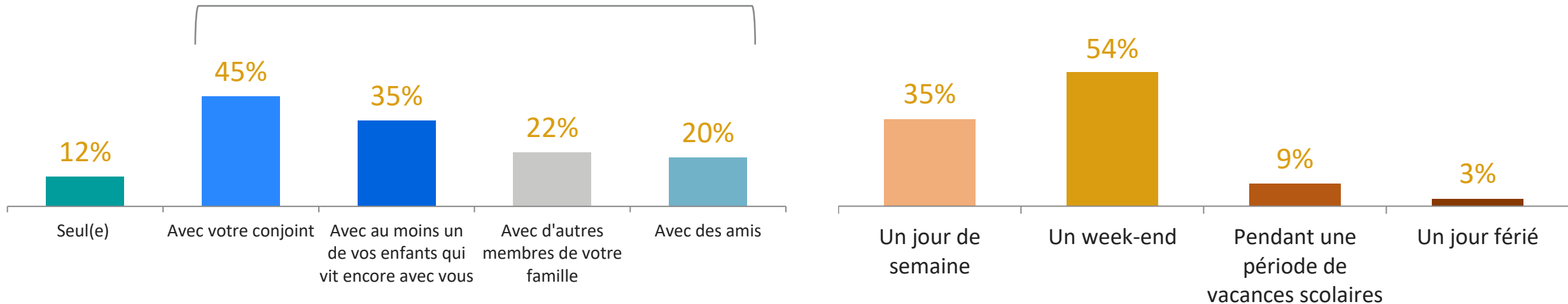


Base : excursionnistes locaux

Si les Réunionnais privilégient assez naturellement les week-ends pour partir en excursion, 35% d'entre eux le font en semaine, hors vacances scolaires

Typologie des groupes d'excursionnistes

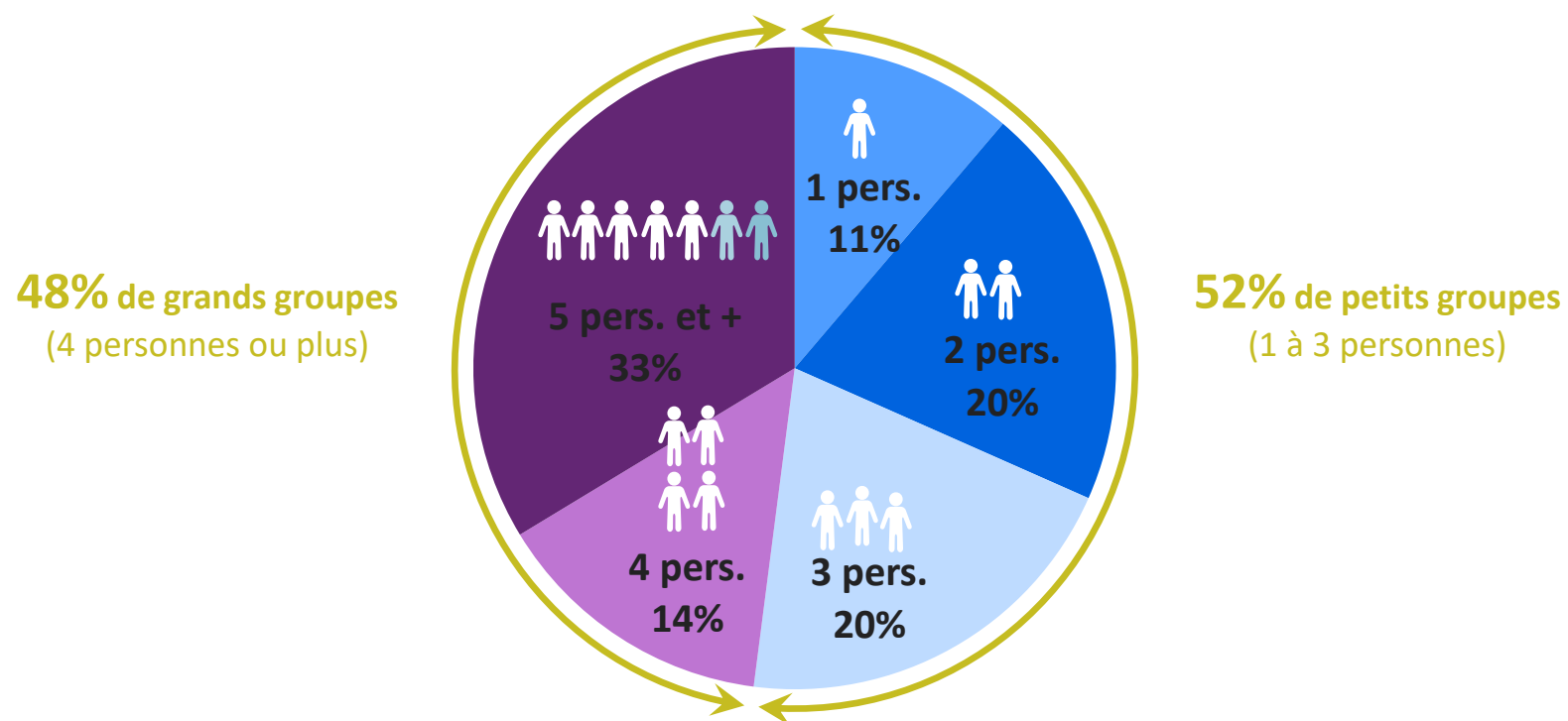
88% des excursionnistes sont accompagnés lors de leurs sorties



*NB : il peut y avoir plusieurs types de personnes dans le groupe (amis, famille), la somme des réponses est donc supérieure à 100%
Idem pour les périodes d'excursion.*

Un tiers des excursions sont composées de groupes de 5 personnes ou plus

Taille des groupes d'excursionnistes

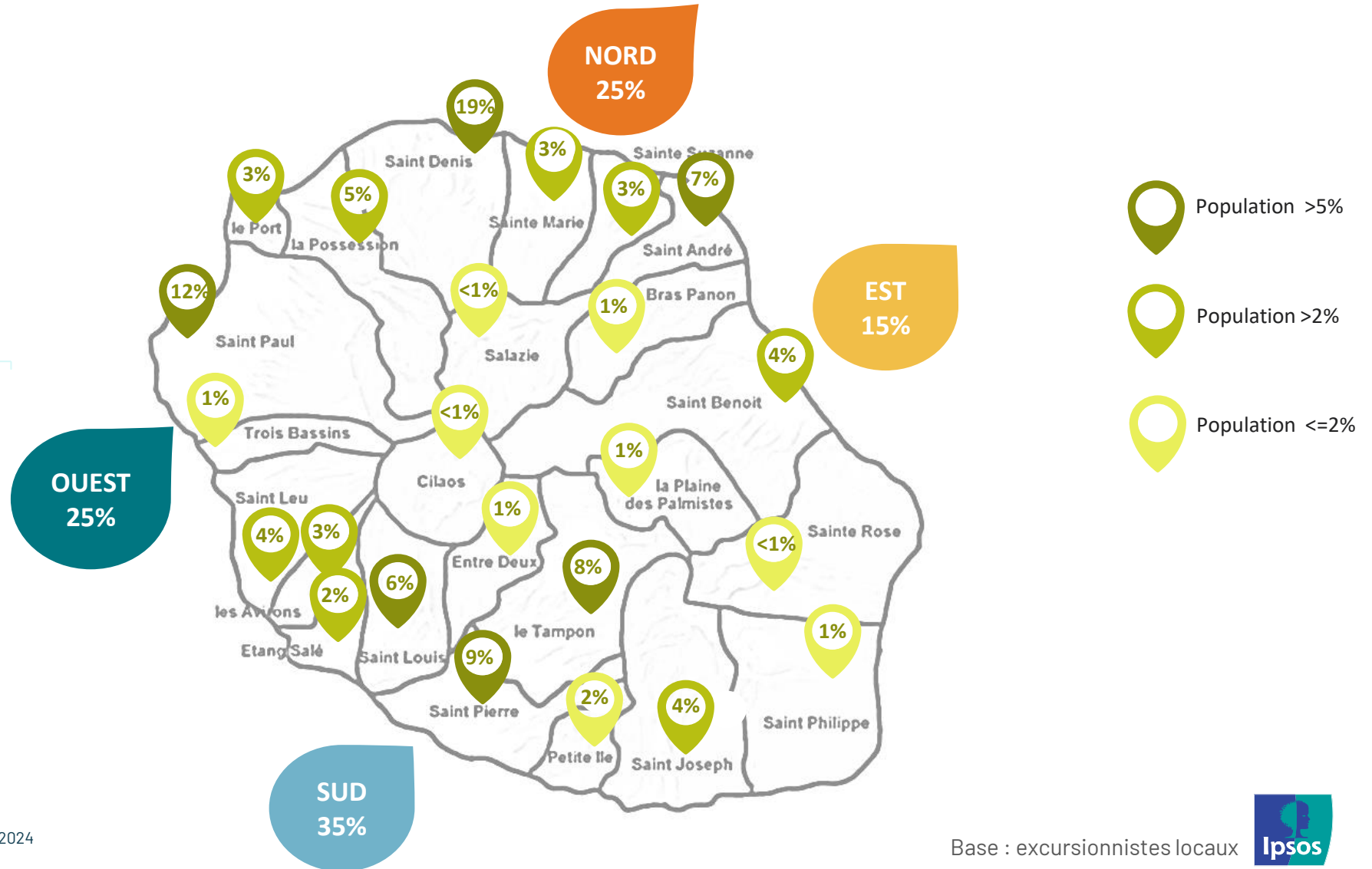
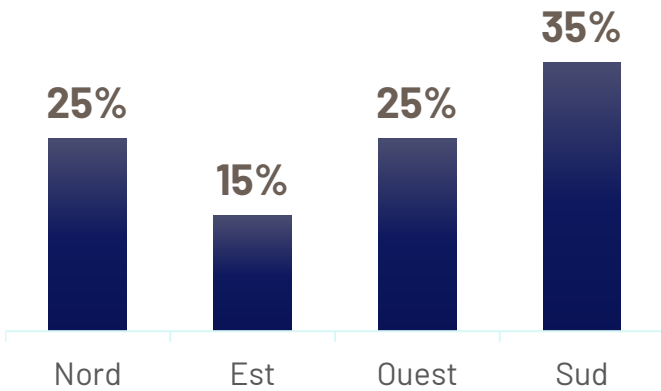


A young woman with long brown hair, wearing a wide-brimmed brown hat and a long, button-down brown dress, is walking on a sandy beach. She has a light blue backpack on her shoulders and is smiling. The background features palm trees and a cloudy sky. A semi-transparent grey banner is overlaid across the middle of the image, containing the text.

3.3 Lieux d'excursions et activités

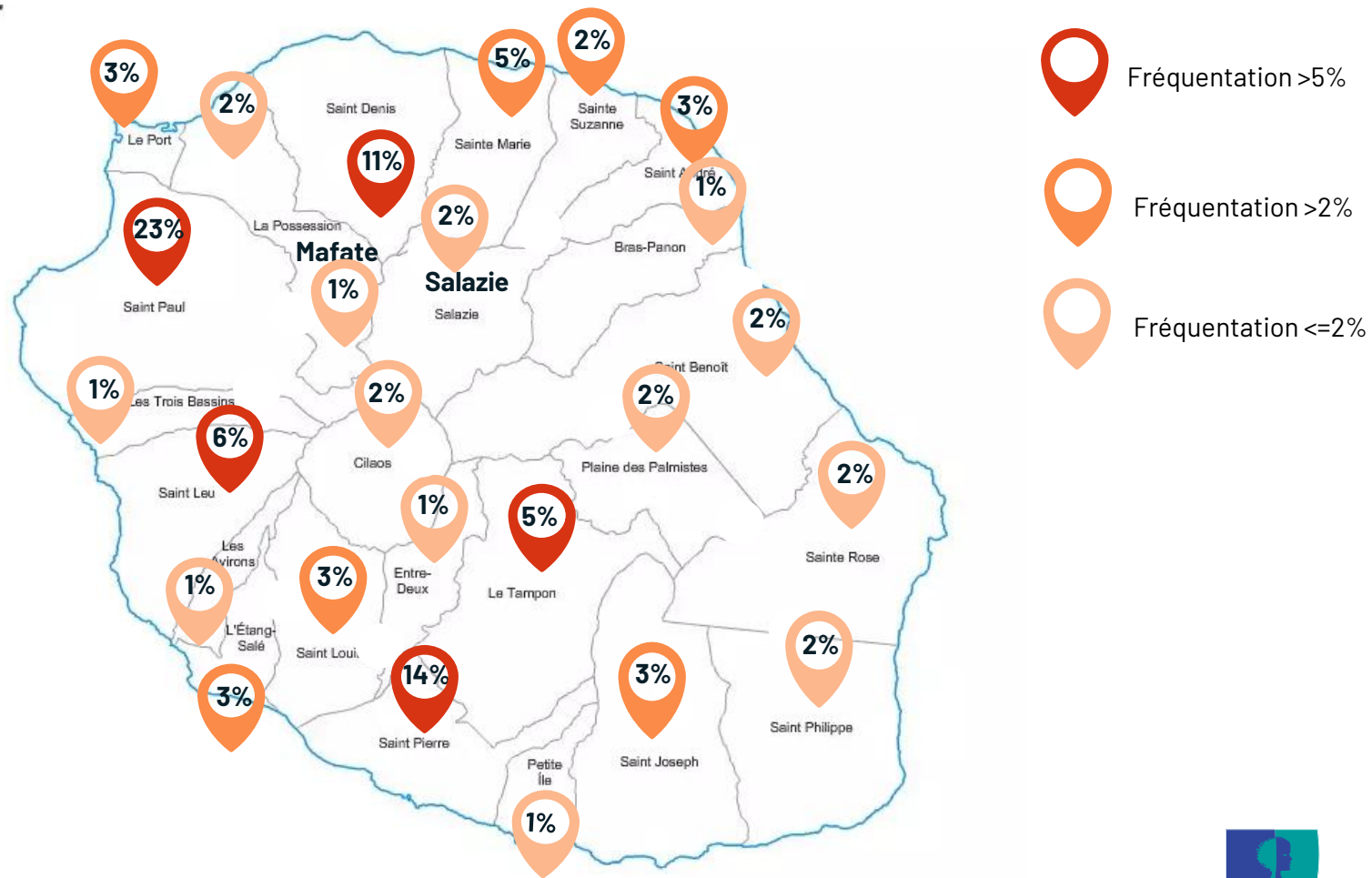
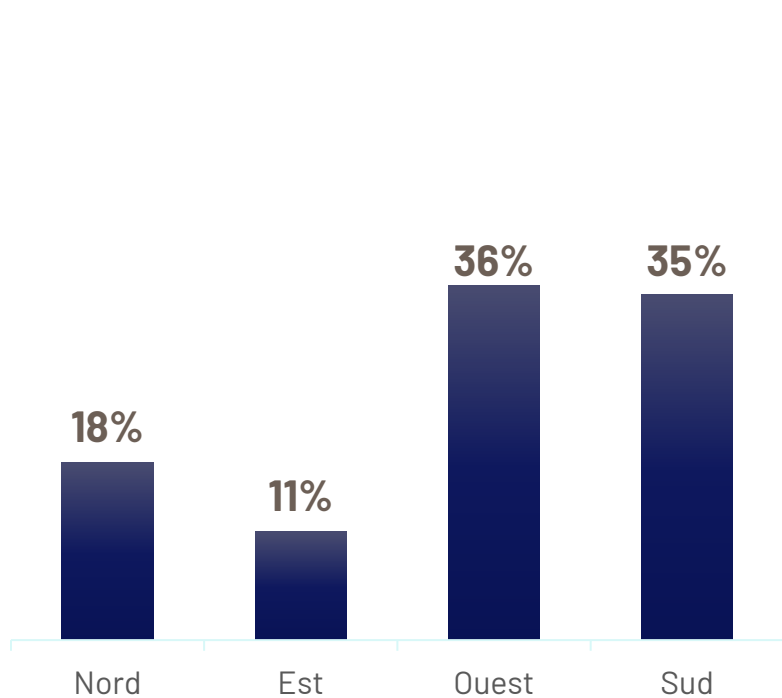
Aucune distinction notable vs les concentrations de population par commune (source RGP INSEE)

Origine des excursionnistes



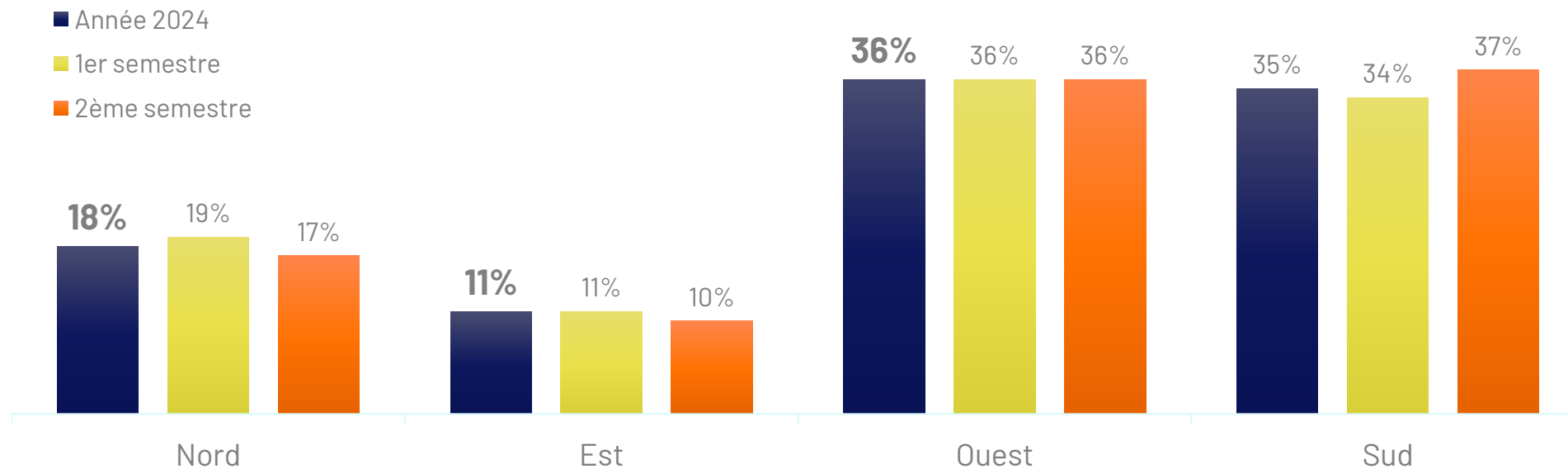
Pour les excursions, les **régions Nord et Est** sont plus attractives que pour les séjours et représentent 29% des destinations

Destination des excursions en 2024



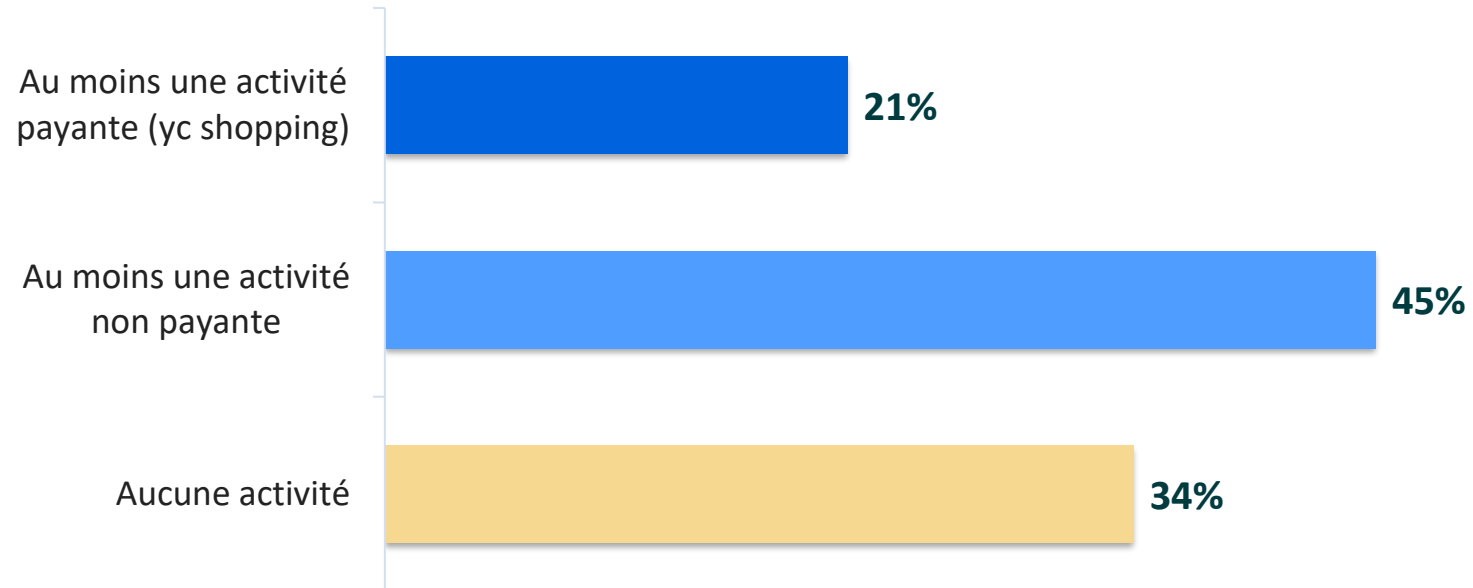
Les destinations restent globalement aussi fréquentées au 1^{er} qu'au 2^{ème} semestre

Destination des excursions par trimestres



Les activités pratiquées sont essentiellement des activités gratuites du type randonnées, plages, pique-niques...

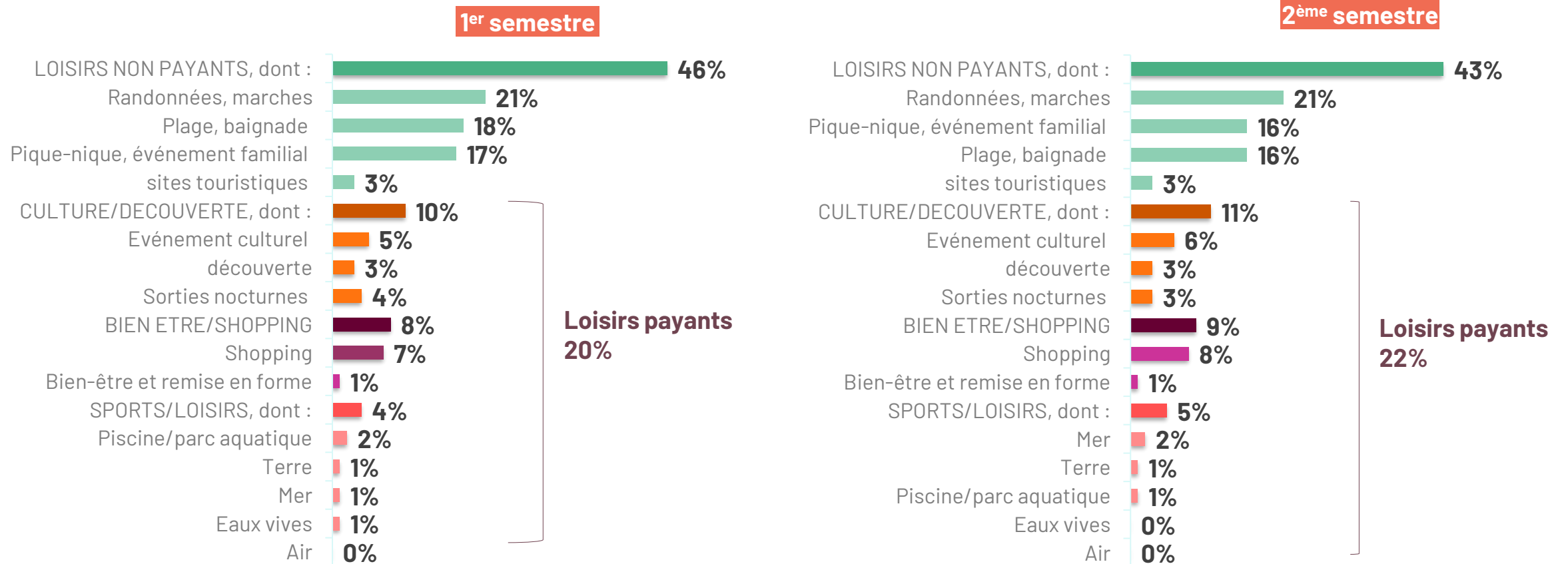
Pratique d'activités lors des excursions



Le taux de fréquentation par activités est stable entre les 2 semestres.

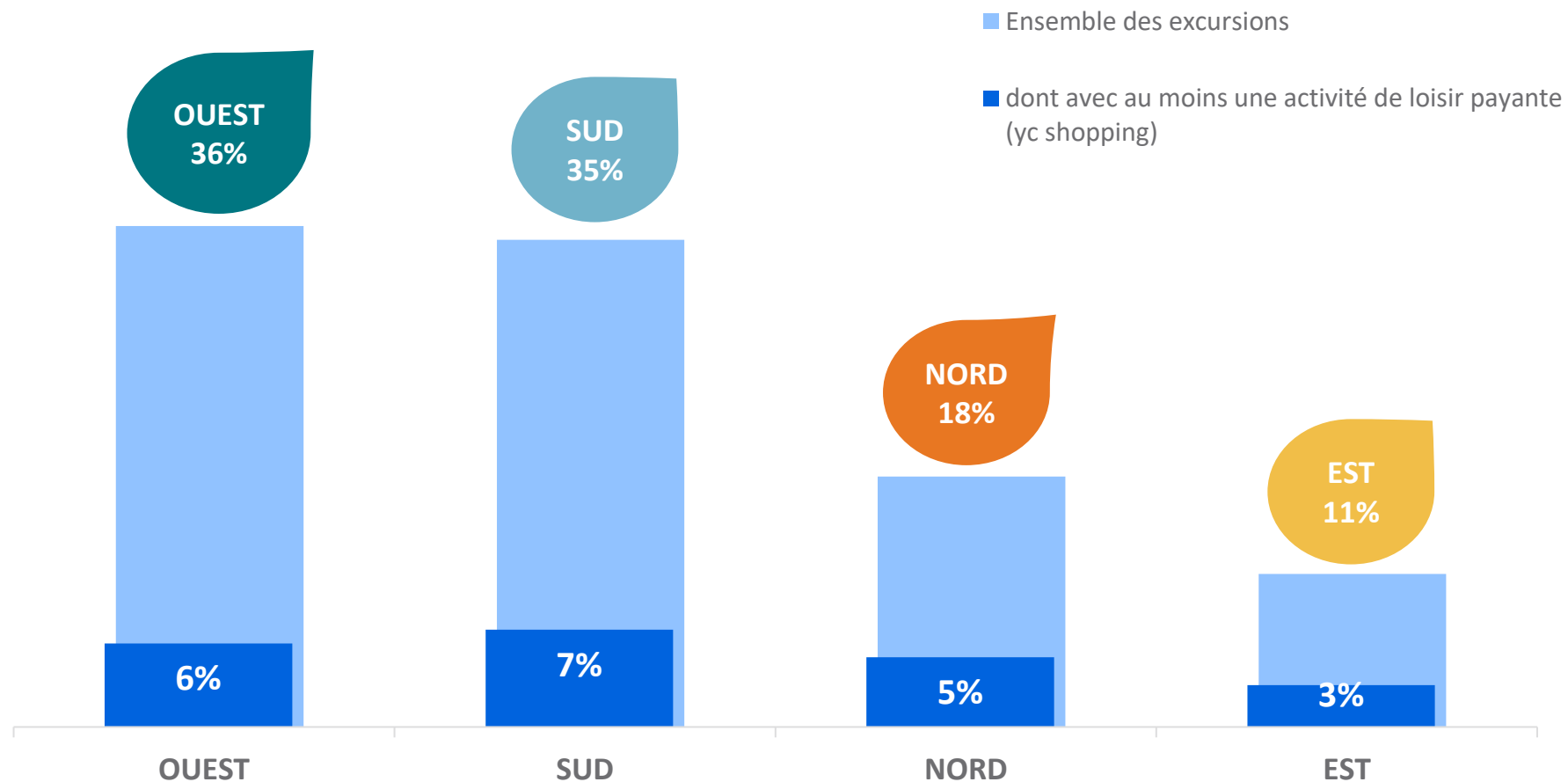
12% des Réunionnais qui ont pratiqué une activité payante lors de leur excursion ont bénéficié d'une remise

Activités pratiquées lors des excursions au 1er et 2ème semestre 2024



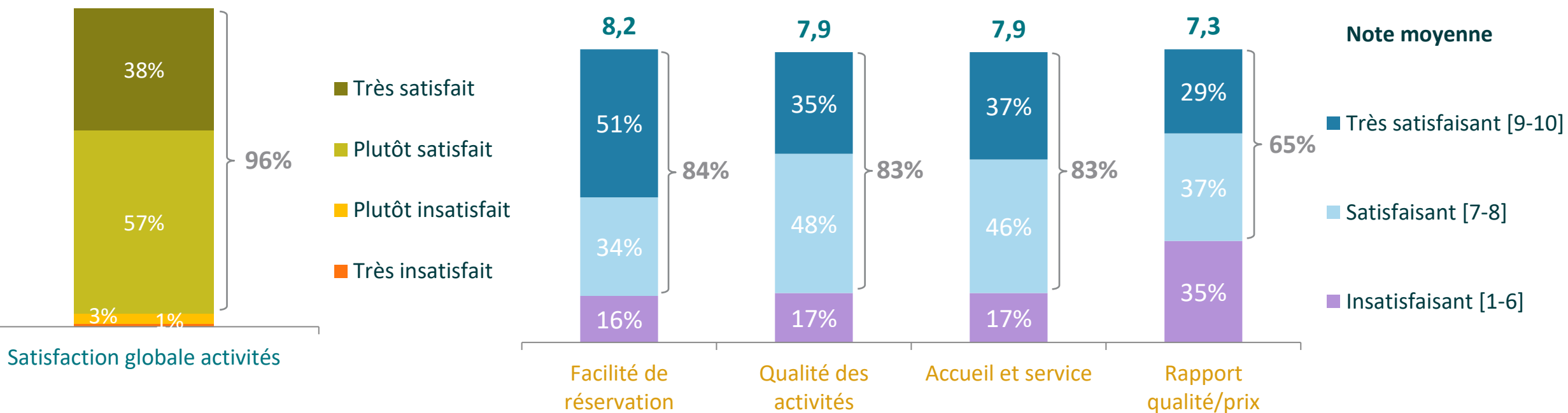
Proportionnellement, les excursionnistes sont plus enclins à pratiquer des activités payantes dans le Nord et dans le Est de l'île

Pratique d'activités payantes selon les lieux d'excursion



Malgré un tiers d'excursionnistes locaux insatisfaits du rapport qualité/prix, les activités payantes restent globalement appréciées de tous

Satisfaction concernant les activités payantes pratiquées lors des excursions



Les excursionnistes locaux sont essentiellement des 18-44 ans et des actifs

Profil des excursionnistes

	Réunionnais 16 ans et + (B* = 7 200)	Excursionnistes locaux (ayant effectué au -1 excursion) (B = 3 604)	Excursionnistes locaux avec loisir payant (B = 531)	Clientèle locale en séjours (pour rappel) (B = 1 409)
Hommes	47%	45%	49%	45%
Femmes	53%	55%	51%	55%
18-29 ans	20%	23%	23%	28%
30-44 ans	27%	33%	34%	34%
45-59 ans	30%	27%	26%	23%
60 ans ou plus	24%	17%	17%	15%
PCS+ (petits patrons, cadres, professions intermédiaires)	23%	26%	30%	26%
PCS- (employés, ouvriers)	36%	39%	36%	39%
INACTIFS (étudiants, retraités, sans activité)	41%	36%	34%	35%
Nord - Saint-Denis	24%	25%	25%	26%
Sud - Saint-Pierre	36%	35%	32%	36%
Est - Saint-Benoît	14%	15%	13%	14%
Ouest - Saint-Paul	25%	25%	30%	24%

B* : base d'échantillon (nombre d'interviews sur cette cible)

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

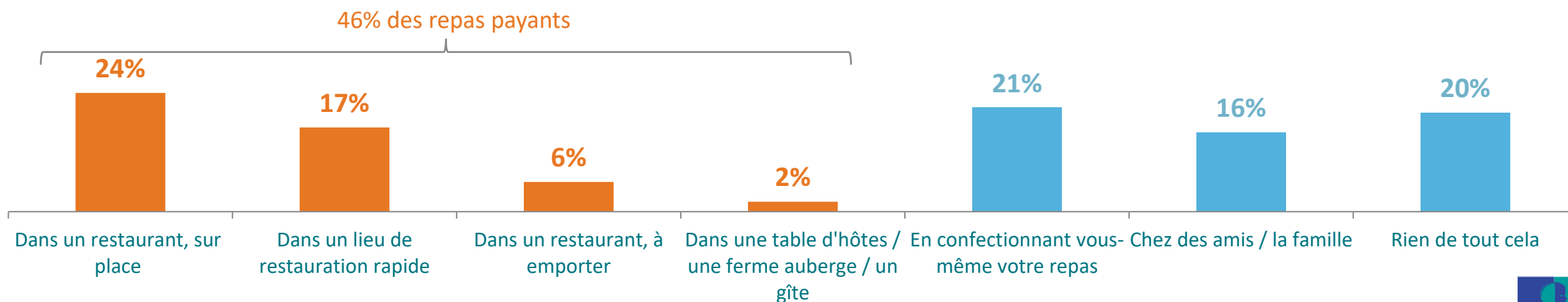
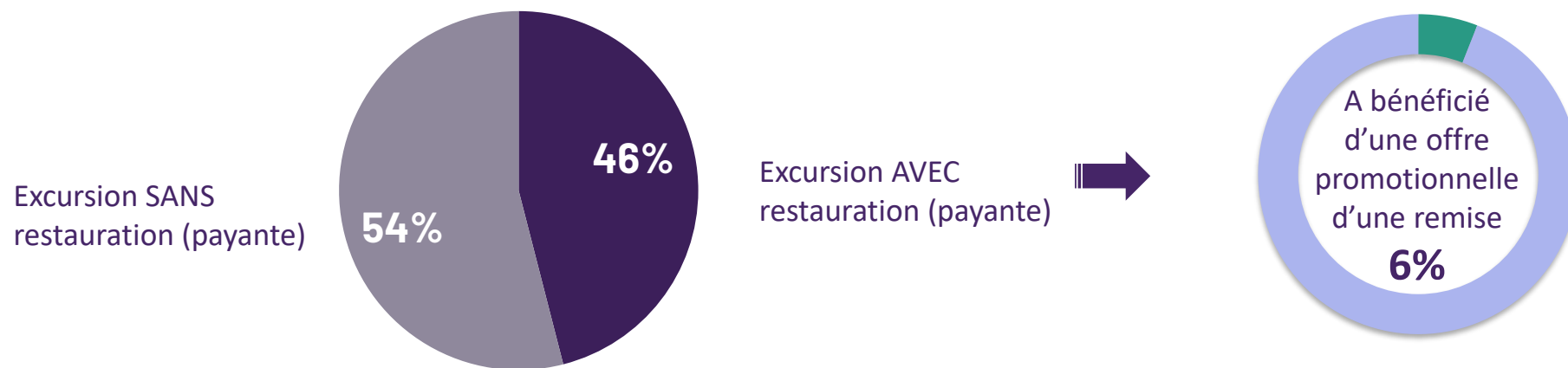
Principe de lecture 30% des Réunionnais ayant effectué une excursion avec loisir payant vivent dans l'Ouest



3.4 La restauration

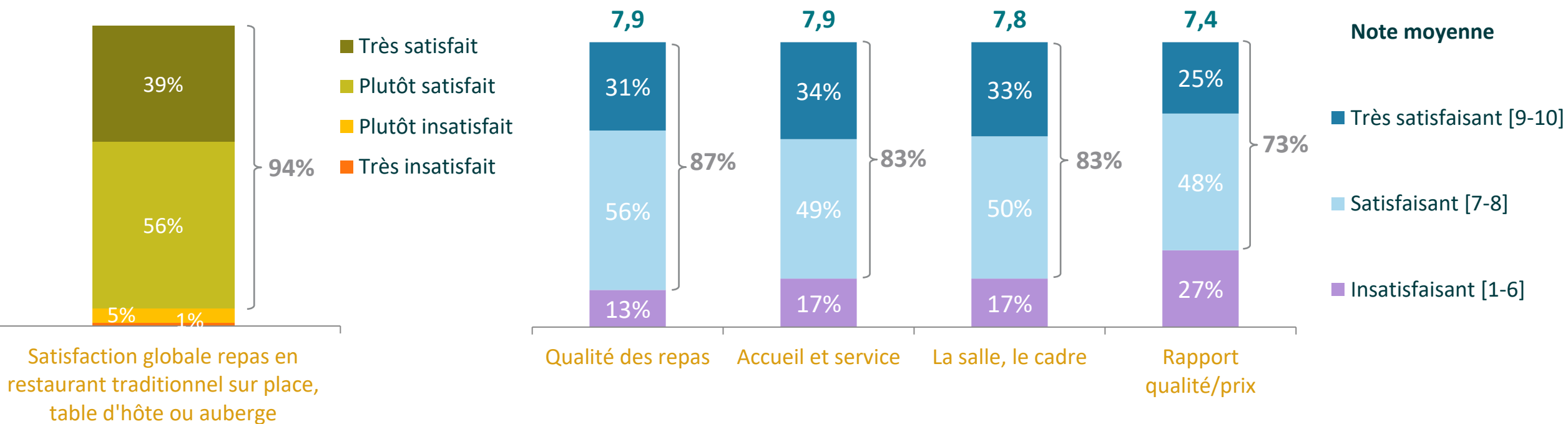
Près de la moitié des excursionnistes réunionnais consomme ses repas dans un établissement de restauration

Restauration lors des excursions



Globalement, l'offre en restauration payante (restaurants, fast-foods, tables d'hôtes) est jugée très satisfaisante

Satisfaction concernant la restauration lors des excursions

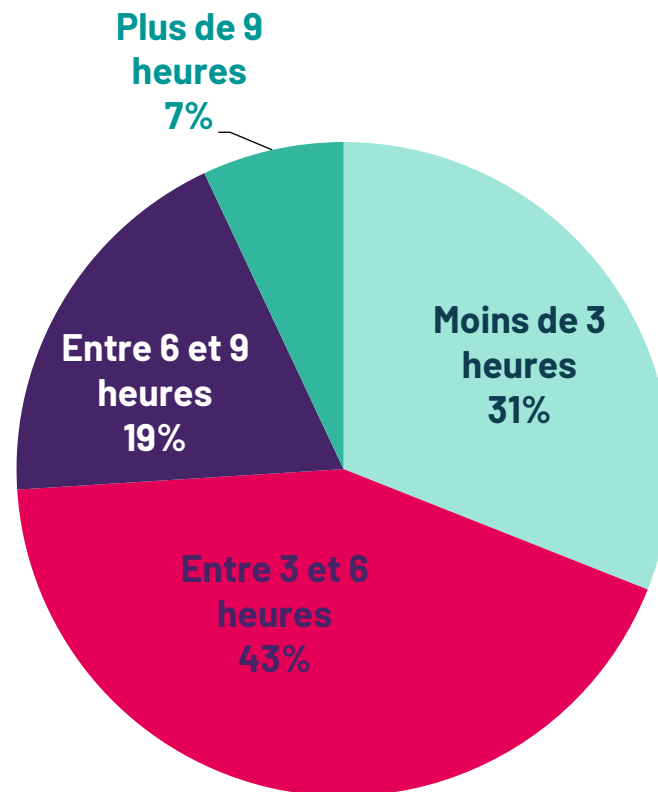


A photograph of three people in a meeting. A woman on the left is looking down, a man in the center is looking towards the camera, and a man on the right is looking towards the center. They are in a bright, indoor setting with a plant in the background.

3.5 Organisation des excursions

En comptant le temps de transport, les excursions durent généralement 6 heures ou moins (74%)

Durée des excursions

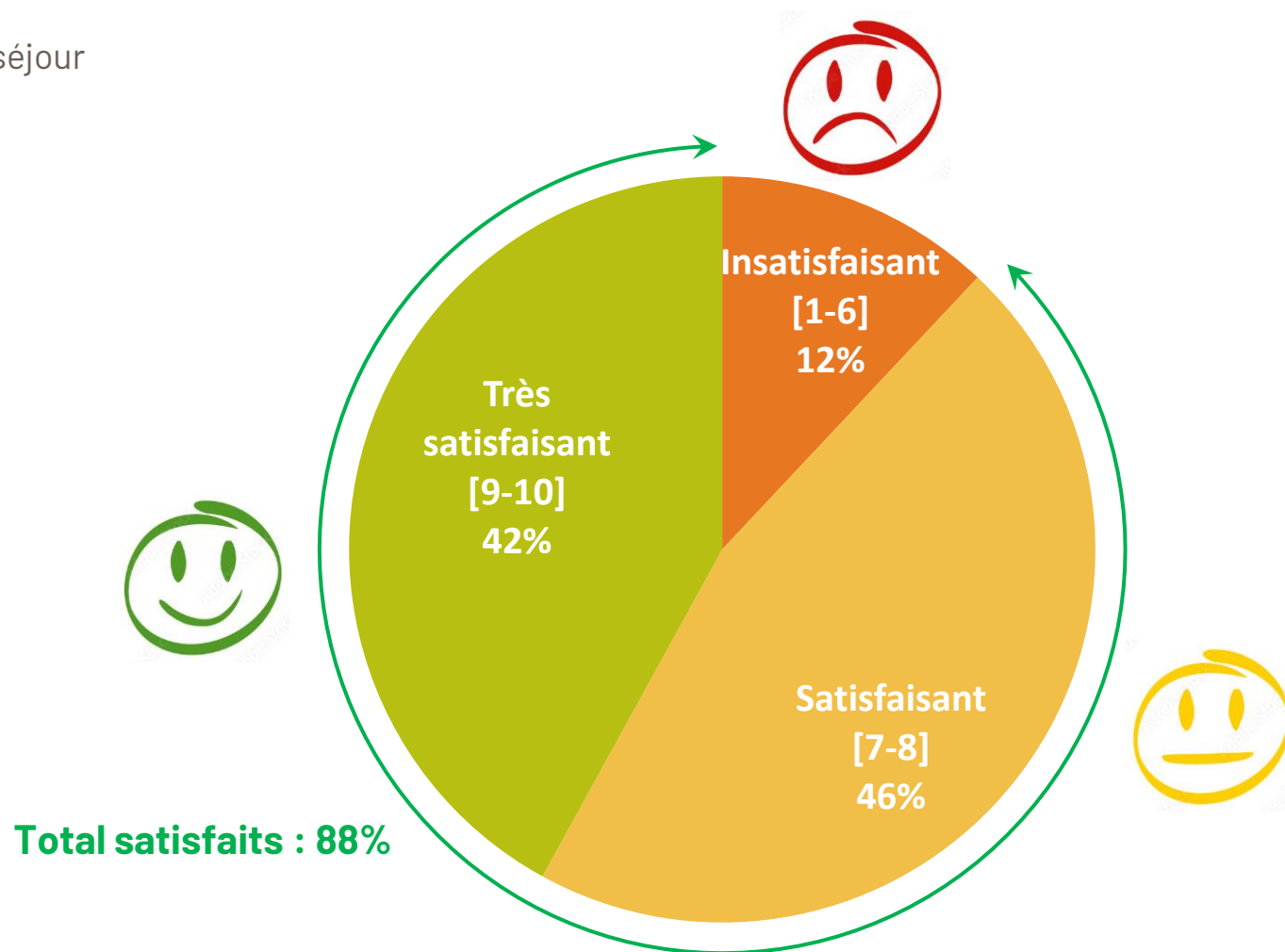




3.6 Évaluation globale de l'excursion

Les Réunionnais sont globalement satisfaits de leurs excursions avec une évaluation de 8,2/10 en moyenne

Évaluation globale du séjour



3 – Bilan annuel



Bilan année 2024

Pour l'année 2024, on comptabilise pour la demande touriste locale :



3 538 000 séjours



Dont 2 877 000 avec nuitées marchandes



230 M€ de recettes



16 697 000 excursions



Dont 3 506 000 avec activités payantes



235 M€ de recettes

Soit un total de **465 M€** de recettes générées au total en 2024

Vos contacts sur cette étude

**Armelle
Garnier**



Directrice Générale

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

**Philippe
Wagner**



Chargé d'études senior

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

**Nolwenn
De Bleeckere**



Traitements informatiques

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