

# BILAN DE LA FREQUENTATION TOURISTIQUE 2016

ILE DE LA REUNION



## 2016, une deuxième année record pour la destination Réunion

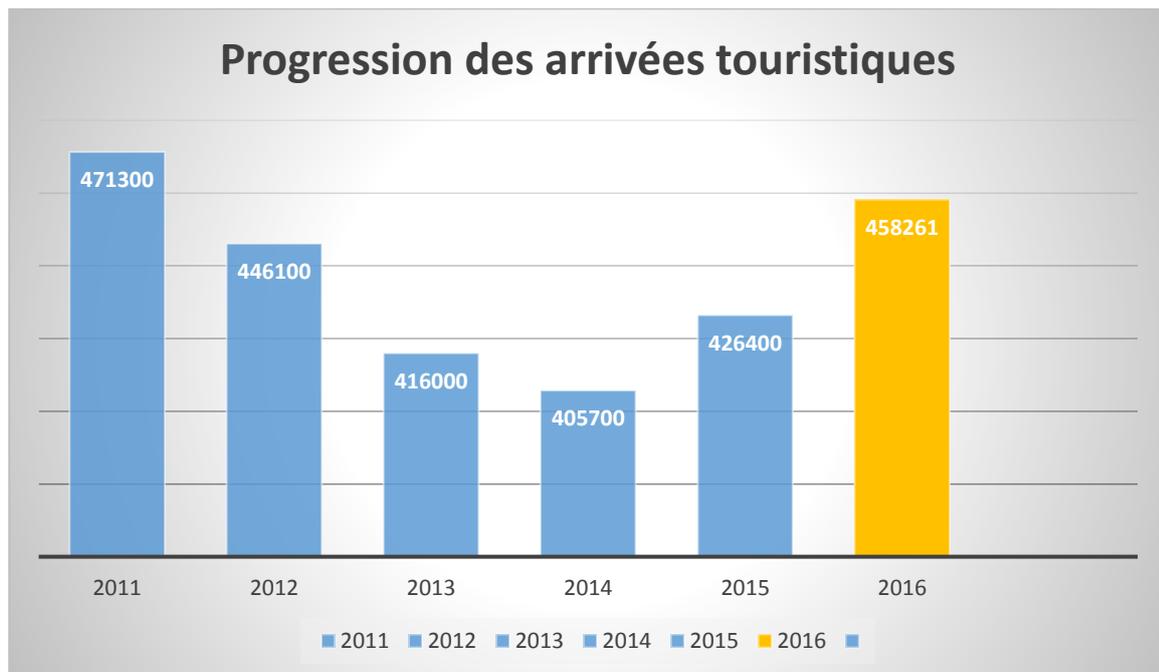
L'année **2016** aura été une **année intensément réussie** pour le tourisme réunionnais !

L'Île de La Réunion Tourisme, dans ses missions de promotion de la destination, concourt à l'exécution de la politique du tourisme décidée par la Région Réunion, en concertation avec les partenaires institutionnels et acteurs professionnels.

L'organisme qui est le maître d'œuvre du marketing touristique de la destination, a pour principale mission de contribuer à la croissance du nombre de voyageurs qui arrivent à l'île de La Réunion dans une finalité annoncée : augmenter les recettes du tourisme en provenance de l'extérieur.

A l'issu d'un travail impulsé par la nouvelle direction marketing et communication de l'IRT, la fréquentation touristique s'envole. En effet, le repositionnement stratégique de la destination Réunion, couplé à de nombreuses actions de promotion et de communication de l'île intense, sont la résultante des choix stratégiques mis en place.

Atteignant pour la seconde année un record d'arrivées touristiques avec **458 261 touristes**, engendrant des **recettes touristiques** évaluées à **325,3 millions d'euros**, le tourisme réunionnais connaît une embellie qui se confirme depuis les trois dernières années.





La destination Réunion se pare d'un marquage identitaire emblématique pour développer une image forte afin de servir les objectifs de développements économiques touristiques.

Il s'agit ainsi de pouvoir **expérimenter** et s'appuyer sur les forces locales, afin de servir à protéger nos parts de marché et en acquérir de nouvelles, en accentuant les efforts visant à faire progresser la qualité d'accueil et l'innovation.

Ainsi, alors que le principal réservoir de clientèle de l'île reste **la France continentale, avec 369 309 touristes**, en 2016 on constate une progression de **15,5 %** par rapport à 2015.

En parallèle à ces bons résultats, la tendance est identique concernant **la clientèle européenne**. Avec **36 463 touristes** ayant foulé le sol réunionnais, on note une augmentation de **1,3 %** par rapport à 2015.

⇒ **Pour la deuxième année consécutive la destination passe le cap des 36 000 touristes européens.**

Ces résultats confortent les actions de promotion menées sur ces marchés, à savoir :

- **L'organisation d'éductours** et l'accueil d'une centaine d'agents de voyages ;
- **La mise en place d'une quarantaine de voyages de presse ;**
- **Des présences sur une quinzaine de workshops, formant plus d'une centaine d'agents de voyages**

⇒ **La destination doit poursuivre sur la voie de la diversification des clientèles.**

Concernant les **marchés de la zone océan Indien**, le **leader incontestable reste le marché Mauricien avec 21 574 touristes**, soit une **croissance de 7,3 %**.

Pour ce qui est du **marché sud-africain**, le nombre de touristes est encore trop faible pour que les chiffres recueillis par l'enquête soient statistiquement fiables.



## L'objet principal du voyage

---

En 2016, les **touristes de loisirs** ont représenté **396 795** touristes, soit **une hausse de 10,5 %** par rapport à 2015.

Par ailleurs, pour ce qui est des **touristes d'affaires**, ils ont été **52 457** à séjourner sur l'île soit **une progression de 5,5 %**.

## Mode d'hébergement principal

---

Le **mode d'hébergement principal**, « **chez les parents et amis** » domine avec **224 076 touristes** et enregistre **une croissance de 11 %**.

Dans les modes « hébergements marchands », **l'hôtel progresse de 0,4 %** avec **101 241 touristes**.

Les **locations** avec **66 561 touristes** progressent également de **0,4 %**.

## Composition des ménages et la durée de séjour

---

Une **très forte majorité de ménages de petite taille**, soit **74 % des ménages** sont **composés d'une ou de deux personnes**.

Concernant **la durée des séjours**, la moyenne par touriste **s'établit à 17,8 jours**.

Plus précisément :

- Les **touristes d'affaires** restent **13,3 jours** ;
- Les **touristes de loisirs** restent **18,3 jours** ;

## Des recettes touristiques à la hausse

---

Les recettes touristiques **sont évaluées à 325,7 millions d'euros**.

Parmi les principales dépenses :

- les dépenses relatives à l'**hébergement** représente **41,7 %** de l'ensemble des dépenses globales soit **133,7 millions d'euros** ;



- le poste relatif à la **location de voiture** (55 millions d'euros) représente **16,9 %** des dépenses globales.
- les dépenses relatives à la **restauration** représentent **15,8 %** et s'élèvent à 51,3 millions d'euros ;

## En conclusion

---

L'année 2016 a été une année touristique intense marquée par :

- **L'augmentation des recettes touristiques**
- **L'augmentation de la fréquentation touristique extérieure**
- **Une bonne fin de saison avec un très bon mois de décembre**
- **Des touristes qui déclarent avoir apprécié l'accueil, la destination touristique (plus de 98 % des touristes se déclarent satisfait ou très satisfait).**

Les données de l'enquête de fréquentation 2016 sont les résultats d'enquêtes menée aux aéroports de La Réunion par le bureau d'études MTA.

**MTA** est un bureau d'études spécialisé dans l'univers du transport aérien depuis 1992, il a travaillé principalement en métropole, en Europe et dans la zone Caraïbes.

Il a réalisé les **enquêtes Visavion** pour le **CRT Nice Côte d'Azur** depuis 2013 ainsi que de nombreuses enquêtes pour les aéroports de Nice, Bordeaux, Paris, Marseille etc.

Contact Presse : Sarah HUGON-MANGLOU – 06 92 29 56 01 – [s.hugon-manglou@reunion.fr](mailto:s.hugon-manglou@reunion.fr)  
Retrouvez toute l'actualité de l'île de La Réunion sur [actu.reunion.fr](http://actu.reunion.fr)  
Devenez fan sur Facebook.com/ReunionTourisme et vivez un voyage d'émotions sur [www.reunion.fr](http://www.reunion.fr)





ÎLE DE LA RÉUNION

# INTENSÉMENT RÉUNIONNAIS

© Lubovic Semetich

L'ILE INTENSE

WWW.REUNION.FR

