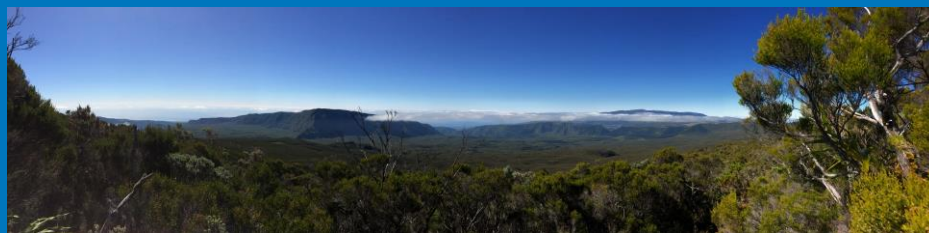




Comptes économiques rapides pour l'Outre-mer

La Réunion



Août 2015

Compte satellite du tourisme 2010

La clientèle locale, soutien du tourisme réunionnais

Estimée à 1,2 milliard d'euros en 2010, la consommation touristique intérieure progresse à La Réunion à un rythme soutenu entre 2005 et 2010. Elle est tirée par la clientèle locale, dont les comportements de consommation se portent plus largement sur les services de loisirs et de voyages. Le poids important des résidents, qui consomment 60 % de l'ensemble de la dépense touristique de La Réunion en 2010, est une caractéristique commune à la plupart des économies développées, dans lesquelles le secteur touristique s'appuie sur une consommation interne mature. Bien qu'il soit modeste (2,3 % de la valeur ajoutée), le poids de l'industrie touristique dans l'économie est supérieur à celui de secteurs traditionnels de l'île, tels que l'agriculture et la pêche ou l'industrie agroalimentaire.

David Perrain, IEDOM

En 2010, la consommation touristique intérieure à La Réunion est estimée à 1,2 milliard d'euros ; elle regroupe la consommation des visiteurs résidant à La Réunion et des visiteurs extérieurs (*définitions*). Elle progresse en moyenne de 8,3 % par an entre 2005 et 2010, années où ont été élaborés des comptes satellites du tourisme (*méthodologie*), et de 6,5 % par an hors inflation. Cette progression est nettement plus soutenue que celle enregistrée pour l'ensemble de la consommation finale des ménages (+ 1,7 % par an en volume). Elle est aussi plus marquée que celle de la croissance économique, le produit intérieur brut (PIB) ayant progressé de 1,6 % par an.

Les visiteurs résidant à La Réunion contribuent pour plus des deux tiers à la progression de la consommation touristique intérieure. Leurs dépenses augmentent trois fois plus vite que celles des touristes extérieurs (+ 13,0 % en moyenne par an, contre + 4,5 % par an). Après s'être équipés en biens matériels (équipements ménagers, informatique, etc.), les ménages réunionnais consomment de plus en plus massivement des loisirs,

encouragés par la hausse de leurs revenus (+ 3,6 % de revenu disponible brut ou RDB, en moyenne par an entre 2005 et 2010, hors inflation). Ils dépensent plus particulièrement pour des services fournis par l'industrie touristique et pour des biens à fort contenu technologique (tablettes, smartphones, etc.).

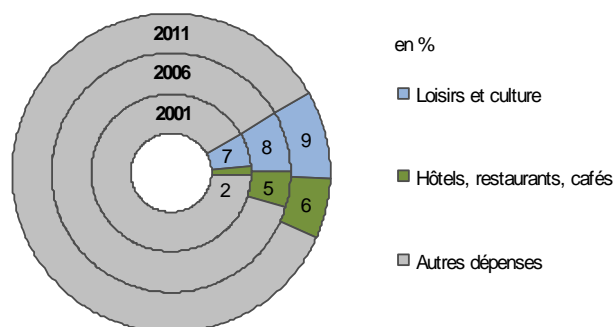
Ainsi, la part des dépenses en loisirs et culture et en services hôteliers et de restauration progressent entre 2006 et 2011 (respectivement + 0,8 point et + 0,7 point), tandis que celle consacrée à l'alimentation stagne et celles dédiées

au logement ou à l'habillement baissent (respectivement - 2,5 points et - 1,5 point) (*figure 1*). Enfin, le poste « Autres biens et services », qui comprend notamment les soins personnels et les assurances, s'accroît.

Convergence des comportements touristiques

En conséquence, la structure du budget des ménages se transforme progressivement. Les comportements de consommation des ménages convergent vers ceux de la France métro-

1 Évolution de la part des dépenses de consommation touristiques dans le budget des ménages à La Réunion



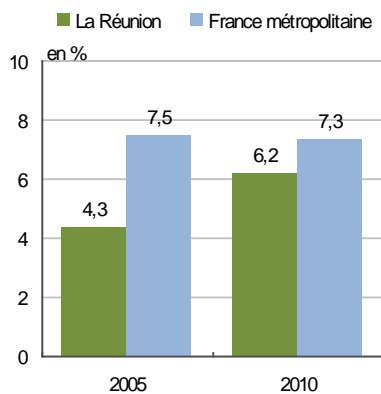
Source : Insee, enquêtes Budget de famille.



politaine. D'ailleurs, le poids de la consommation touristique des Réunionnais est passé de 4,3 % du RDB des ménages en 2005 à 6,2 % en 2010 (figure 2). Sur la même période, cette proportion baisse légèrement en France métropolitaine (- 0,2 point) mais reste encore supérieure (7,3 % en 2010).

Les Réunionnais dépensent chaque année 850 euros pour leur consommation touristique, soit 58 % de la dépense enregistrée en France métropolitaine. Cet écart est proche de celui du revenu disponible par habitant entre La Réunion et la France métropolitaine mais il tend à se réduire pour les dépenses touristiques.

2 Part de la consommation touristique dans le RDB des ménages



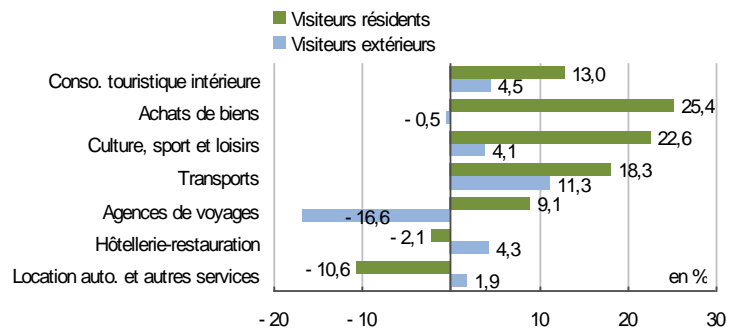
Sources : Insee, comptes définitifs ; Cerom, comptes satellites du tourisme 2005 et 2010.

Les Réunionnais dépensent de plus en plus pour des voyages à l'extérieur

La décomposition par poste permet de mettre en évidence une nette progression des dépenses en billets d'avion et auprès des agences de voyage (figure 3). Les Réunionnais voyagent davantage, aidés notamment par le dispositif de continuité territoriale mis en place en août 2010. Leur nombre bondit ainsi de 72 % entre 2009 et 2010. Les dépenses touristiques consacrées aux voyages (agences de voyage et billets d'avion) ont doublé en cinq ans : + 18,3 % par an pour les dépenses en transport entre 2005 et 2010 et + 9,1 % pour celles en agences de voyage. Ces deux postes expliquent près de la moitié de la hausse de la consommation touristique des résidents. Cette augmentation résulte également d'un effet prix, lié à la hausse du prix du kérosène sur la période.

Les achats en billets d'avion réalisés auprès de compagnies françaises implantées dans le département contribuent, à elles seules, au tiers des dépenses touristiques des résidents. Cet accroissement est presque entièrement capté par la compagnie régionale, Air Austral, dont le transport de passagers augmente de 10,5 % en moyenne chaque année entre 2005 et 2010. L'entreprise est passée

3 Taux de croissance annuel moyen de la consommation touristique à La Réunion par poste entre 2005 et 2010



Source : Cerom, compte satellite du tourisme.

d'une offre majoritairement axée sur le moyen-courrier dans l'océan Indien à une offre plus diversifiée. Elle profite également des hausses de trafic sur les lignes vers Mayotte et Maurice. Hors Air Austral, le nombre de passagers résidents ne progresse que de 1,9 % par an.

La villégiature à La Réunion progresse également

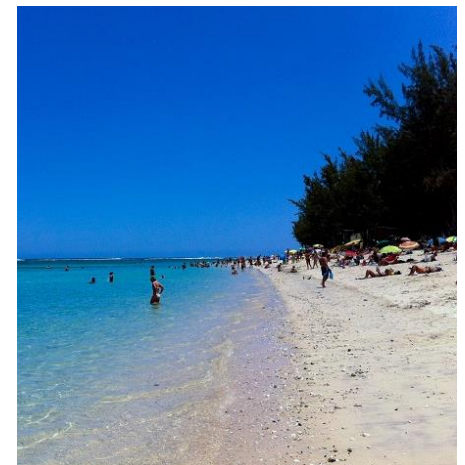
En parallèle, les Réunionnais en villégiature sur le territoire consomment également davantage de services offerts par l'industrie touristique. Ils ont de plus en plus recours au restaurant, snack et autre camion-bar lors de leurs visites ou séjours dans l'île.

Les Réunionnais consomment également plus de produits culturels, sportifs et récréatifs (+ 22,6 % en moyenne par an). Au sein de cet ensemble, les dépenses en services sportifs baissent, tandis que celles en services culturels augmentent fortement. L'organisation de nouveaux festivals comme Kaloo Bang Festival ou les Électropicales et l'expansion du festival Sakifo contribuent à cette croissance. Les services récréatifs (loisirs, casinos, etc.) sont également bien orientés (+ 31,7 % par an).

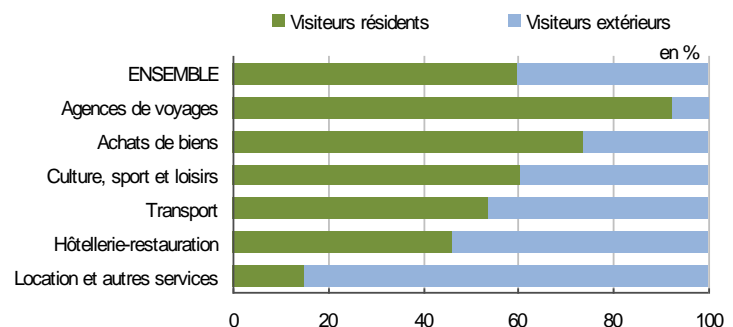
Enfin, les résidents sont attirés par l'hôtellerie locale pour laquelle leurs dépenses progressent de 7,0 % par an. Outre les services, une partie de la consommation touristique des visiteurs réunionnais concerne les achats effectués

dans les commerces de l'île (hyper-marchés, supérettes, marchés forains ou directement auprès de producteurs), notamment les cadeaux et souvenirs, ainsi que pour les achats de carburant dans le cadre de leurs déplacements vers des sites touristiques. Ces achats contribuent pour près de la moitié à la forte progression des dépenses touristiques des résidents.

Le poids de la clientèle locale progresse dans tous les postes de consommation touristique, hormis la location de véhicules. Elle devient majoritaire dans les dépenses touristiques en culture, sport et loisirs (61 % en 2010 contre 47 % en 2005) et transport (54 % contre 46 %), et reste la première clientèle dans les dépenses touristiques effectuées auprès des agences de voyage ou des commerces de l'île (figure 4).



4 Répartition de la consommation touristique intérieure en 2010 à La Réunion



Source : Cerom, compte satellite du tourisme 2010.

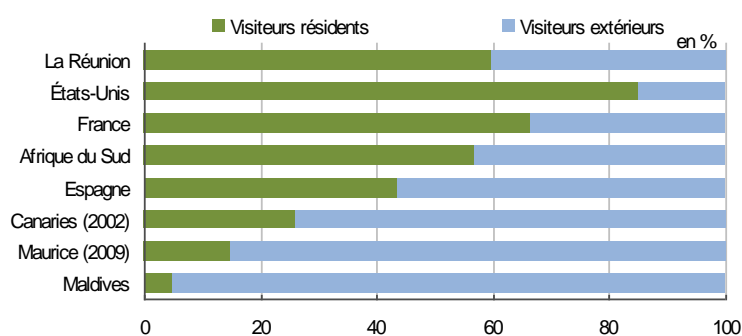
Les touristes extérieurs changent également de comportement

La consommation touristique réceptive, c'est-à-dire provenant des visiteurs extérieurs, augmente principalement dans le poste transport aérien. Les compagnies résidentes ont accompagné la légère hausse de fréquentation touristique (11 000 touristes supplémentaires entre 2005 et 2010) et gagnent des parts de marché. En revanche, les touristes extérieurs délaissent les voyages à forfait, préférant organiser eux-mêmes leur séjour. Ces voyages représentaient un quart des séjours en 2004-2005, contre 15 % en 2010. Les comportements des touristes extérieurs en matière d'hébergement changent également. Ils privilégient de plus en plus les locations saisonnières au détriment des hôtels. Le nombre de touristes extérieurs logés dans un hôtel ou une résidence de tourisme baisse de 2,1 % par an entre 2005 et 2010, tandis que celui des touristes en location meublée augmente de 8,1 % par an. Dans l'ensemble, les dépenses en hébergement marchand progressent de 4,5 % par an. En 2010, les touristes extérieurs génèrent les deux tiers des dépenses en hébergements marchands et 85 % de la location automobile.

Une économie touristique aux caractéristiques proches des économies développées

Compte tenu de la croissance rapide de la consommation touristique des Réunionnais, l'industrie touristique est de plus en plus tributaire de la clientèle locale (60 % des dépenses en 2010 contre 50 % en 2005) (*figure 5*). Cette prédominance de la clientèle locale est une caractéristique commune à la plupart des économies développées, dans lesquelles le secteur touristique s'assoit sur une consommation interne mature. Au niveau national, les deux tiers des dépenses touristiques proviennent ainsi des visiteurs français. Cette proportion atteint même 85 % aux États-Unis, qui sont pourtant la première destination internationale en termes des recettes touristiques. À l'inverse, les

5 Répartition de la consommation touristique intérieure en 2010



Sources : Cerom, compte satellite du tourisme 2010, OMT.

touristes extérieurs sont la composante principale dans de nombreuses autres destinations, telles que l'île Maurice (85 % des dépenses touristiques) ou les Maldives (95 %). C'est également le cas dans d'autres régions européennes ultrapéripériques, telles que les Canaries (74 % en 2002).

Un poids dans l'économie réunionnaise relativement faible

Autre caractéristique proche d'économies développées, le poids de la valeur ajoutée (VA) générée par la consommation touristique intérieure dans le PIB est relativement faible. La VA touristique (*définitions*) est estimée à 323 millions d'euros en 2010, soit 2,3 % de la VA totale en 2010 (contre 2,2 % en 2005) (*figure 6*). La contribution économique du tourisme dans l'île est ainsi proche de celle observée dans certaines économies développées, telles que la Nouvelle Zélande (2,4 %), les États-Unis (2,5 %) ou l'Australie (2,7 %). Elle reste néanmoins modeste comparée à d'autres destinations insulaires, comme les Maldives (20 % du PIB) ou les Canaries (31 %), dont l'économie repose beaucoup sur le tourisme (*figure 7*).

Ce poids dans la richesse est néanmoins supérieur à celui d'autres secteurs traditionnels de l'île, comme l'agriculture et la pêche (1,2 %) ou l'industrie agroalimentaire (1,6 %), dont le poids baisse dans l'économie entre 2005 et 2010 (respectivement - 0,2 point et - 1,7 point). Le tourisme se place également devant le

secteur de l'énergie (électricité, gestion de l'eau et des déchets), qui pèse 2,0 % de la VA totale.

Une création de richesse progresse moins vite que les dépenses touristiques

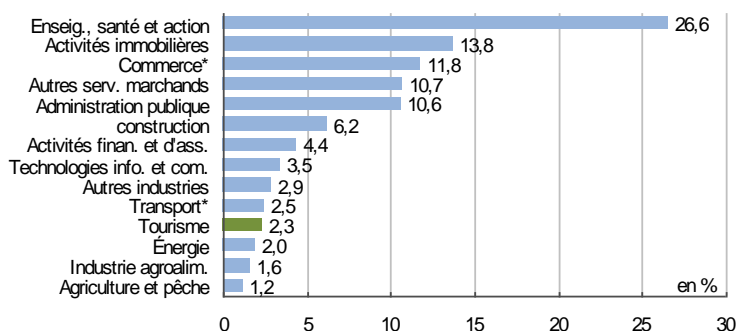
La valeur ajoutée touristique progresse en moyenne de 4,1 % par an entre 2005 et 2010, soit un rythme moitié moins élevé que celui de la consommation touristique intérieure. Cette croissance plus faible s'explique par une forte hausse des consommations intermédiaires (+ 10,6 % en moyenne par an), qui limite l'effet de l'augmentation de la consommation touristique sur la création de richesse. En particulier, les coûts s'accroissent en raison du renchérissement de nombreuses matières premières. Par exemple, le prix du baril de pétrole Brent augmente en euro de 6,4 % par an entre 2005 et 2010 et pèse sur de nombreux secteurs touristiques en particulier le transport aérien ou la location de voiture.

L'hôtellerie-restauration reste le secteur le plus créateur de richesse, avec un tiers de la VA touristique, principalement générée par les services d'hébergements marchands. Celle créée dans le secteur du transport aérien de voyageurs progresse deux fois moins rapidement que sa consommation touristique (+ 6,9 % par an pour la VA contre + 15,2 % pour la consommation touristique). Il contribue néanmoins à un tiers de la hausse de la VA touristique. Moins gourmand en consommation intermédiaire, le secteur des services culturels, sportifs et récréatifs contribue pour près de la moitié à la hausse globale.

Les évolutions en cours sont appelées à se poursuivre

Les comptes satellites du tourisme 2005 et 2010 montrent que la progression de la consommation touristique intérieure à La Réunion est principalement tirée par la clientèle locale, dont les comportements de consommation changent en faveur d'un accès plus large aux services de loisirs et de voyages. Depuis 2010, cette tendance

6 Répartition de la valeur ajoutée à La Réunion en 2010



* hors tourisme.

Note : le tourisme n'est pas un secteur au sens de la Nomenclature d'activités françaises (NAF), il a dû être isolé dans cette étude.

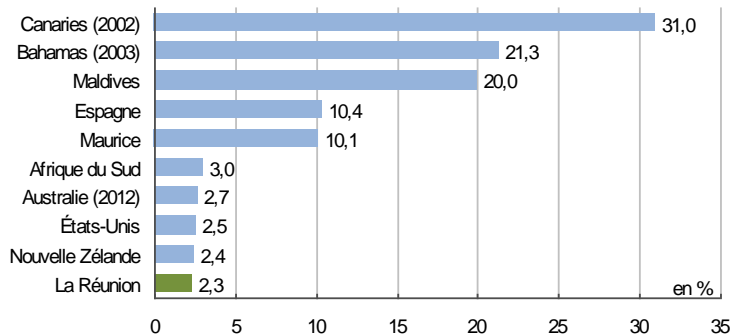
Sources : Cerom, compte satellite du tourisme 2010, OMT.

se poursuit. Soutenues par une hausse en volume du revenu disponible brut de 1,8 % en moyenne par an entre 2010 et 2014, les dépenses des ménages en services touristiques progressent. Le poids de la clientèle locale dans l'activité touristique continue donc à se renforcer, à l'instar du transport aérien dont le nombre de passagers locaux progresse (+ 1,3 % par an entre 2010 et 2014).

En revanche, la fréquentation touristique ne décolle pas, avec des niveaux proches de ceux observés au début des années 2000. De plus, le poids des dépenses des touristes extérieurs dans le PIB réunionnais stagne depuis 2006.

Dans l'avenir, le développement de l'industrie touristique réunionnaise passe par la capacité des acteurs du secteur à

7 Poids du tourisme dans la valeur ajoutée en 2010



Sources : Cerom, compte satellite du tourisme 2010, OMT.

anticiper la poursuite de ces changements de comportement et à articuler l'offre aux différentes attentes émanant d'une part de

la clientèle locale, familiale, plus modeste, et d'autre part d'une clientèle extérieure plus aisée. ■

Définitions

Un **visiteur** désigne toute personne qui se déplace vers un lieu situé en dehors de son environnement habituel pour une durée inférieure à douze mois et dont le motif de la visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité. Un visiteur se définit, d'une part, par la durée de sa visite (s'il passe au moins une nuit hors de son environnement habituel il s'agit d'un touriste et s'il y passe seulement la journée il s'agit d'un excursionniste), d'autre part, par l'objet de sa visite (personnel ou professionnel) et enfin par son lieu de résidence (résident ou non du territoire observé).

Un **visiteur résident** habite à La Réunion.

La **consommation touristique intérieure** regroupe la consommation des visiteurs résidant à La Réunion et des visiteurs non résidents extérieurs, au cours ou en vue des voyages qu'ils ont effectués à La Réunion ou à partir du territoire réunionnais, réalisés auprès des fournisseurs de services résidant dans le département. Cela inclut les dépenses des Réunionnais auprès des agences de voyage et des compagnies aériennes françaises basées sur l'île, même si l'objet est de voyager en dehors du département.

La **valeur ajoutée touristique** correspond à la consommation touristique à laquelle ont été retranchées les consommations intermédiaires.

Méthodologie

Phénomène social, culturel et économique, le tourisme regroupe les activités liées aux déplacements de visiteurs, c'est-à-dire de touristes au sens strict ou d'excursionnistes, résidents ou non-résidents. La mesure économique des activités touristiques à La Réunion est permise par l'élaboration de comptes satellites du tourisme en 2005 et 2010 grâce au partenariat Cerom, en suivant les recommandations de l'Organisation mondiale du tourisme. Ces comptes satellites permettent de mesurer le poids de cette industrie dans l'économie et d'appréhender ses transformations.

Un **Compte Satellite du Tourisme** (CST) constitue le principal cadre statistique pour la mesure économique du tourisme. En effet, le tourisme n'est pas un secteur de la nomenclature d'activité officielle (NAF), mais il est transverse à de nombreux secteurs. Le CST crée des relations entre le tourisme et d'autres activités économiques dans le cadre des comptes économiques. Il permet également d'analyser en détail tous les aspects de la demande de biens et services liés à l'activité des visiteurs. Le CST 2005 a été révisé suite au changement de base des comptes économiques et à l'actualisation des taux de touristicité des activités touristiques. De ce fait, la consommation touristique et la valeur ajoutée touristique du CST 2005 peuvent différer des résultats publiés en 2009.

Partenariat

Le partenariat Cerom (Comptes économiques rapides pour l'Outre-mer) regroupe l'IEDOM, l'Insee et l'AFD. Sa principale mission est la production des comptes économiques rapides. Ont également participé à l'élaboration de cette publication : Magali Ardoine (IEDOM) et Bérangère Duploux (Insee).

Directeur de la publication :
Nicolas De Sèze

Rédaction en chef :
Claire Grangé

Conception graphique :
Pierre Thibault

© Insee - Iedom - AFD 2015

Pour en savoir plus :

- Brassat M., Deheeger S., Parain C., Perrain, D., Schmeitzky J., « [Le tourisme réunionnais : une activité diversifiée, fortement dépendante des résidents](#) », Compte satellite du tourisme 2005, Cerom, décembre 2009 ;
- Mezino E., Perrain D., « [Le tourisme à La Réunion : une activité qui peine à décoller](#) », Note Expresse n° 293, IEDOM Réunion, octobre 2014 ;
- Ho Ta Khanh J., Rulfi D., Scherrer S., « [Le compte satellite du tourisme 2005-2010](#) », DGCIS, novembre 2012 ;
- « [Compte satellite du tourisme : recommandations concernant le cadre conceptuel 2008](#) », ONU, OMT, OCDE et Eurostat, 2010.

