



Comptes Économiques
Rapides pour l'Outre-mer



Les comptes satellites du tourisme entre 2010 et 2019

Le tourisme à La Réunion : un secteur mature porté par la clientèle locale

Estimée à 1,8 milliard d'euros en 2019 à La Réunion, la consommation du tourisme intérieur reste dynamique entre 2010 et 2019. Elle est tirée par la clientèle locale, dont les dépenses en villégiature dans l'île (achats de biens, restauration et loisirs) portent la croissance. La prédominance de la clientèle locale dans l'industrie touristique se renforce en 2019. Elle représente les deux tiers de la consommation du tourisme intérieur en 2019, comme au niveau national. Bien que dynamique, la consommation touristique ralentit de moitié entre 2010 et 2019 par rapport à la période 2005-2010. Ce ralentissement s'explique en partie par une forme de maturité des dépenses touristiques des Réunionnais, avec un poids dans leurs revenus identique à celui observé en France entière.

Le poids du secteur touristique dans l'économie réunionnaise progresse et s'établit à 3,3 % de la valeur ajoutée (VA) totale en 2019. L'industrie touristique réunionnaise emploie directement 13 550 personnes salariées et non salariées en 2018, soit 4,7 % de l'emploi total dans l'île. Le tourisme s'ancre ainsi de plus en plus dans l'économie réunionnaise.

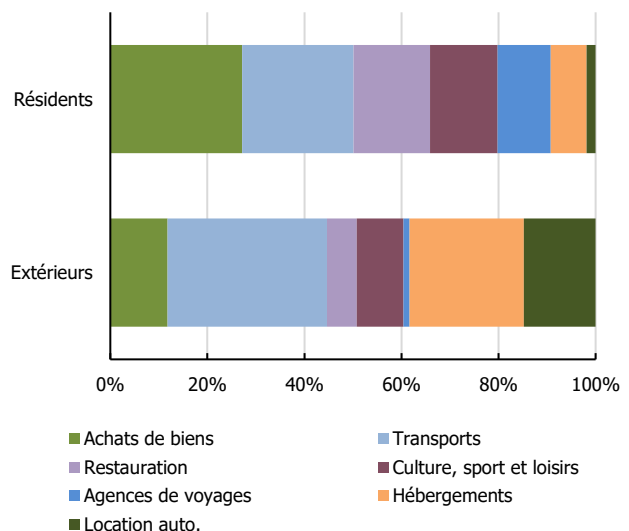
En 2019, la consommation touristique à La Réunion, également appelée consommation du tourisme intérieur, est estimée à 1,8 milliard d'euros. Elle correspond pour les deux tiers aux dépenses touristiques des résidents réunionnais (1,2 milliard d'euros) et pour un tiers à celles des touristes extérieurs (600 millions d'euros).

Clientèle locale et clientèle extérieure ne possèdent pas les mêmes caractéristiques en termes de consommation touristique. La structure de consommation des premiers reflète l'importance des activités touristiques à la journée et celle des voyages. D'un côté, un quart de leurs dépenses est consacré à des achats de biens effectués dans les commerces de l'île (supermarchés, supérettes, artisans, etc.) et de carburant dans le cadre de leurs activités touristiques dans l'île (*graphique 1*). Les dépenses en restauration (restaurant, snack et autre camion-bar) lors de leurs visites ou séjours dans l'île représentent aussi 16 % de leurs dépenses totales. De leur côté, les dépenses touristiques consacrées aux voyages (agences de voyage et billets d'avion) concentrent près d'un tiers de la consommation touristique des Réunionnais. La consommation des touristes extérieurs est, elle, marquée par leur besoin de se déplacer (avion et location auto.) qui concentre la moitié de leurs dépenses et leur besoin de se loger (un quart du total).

1

Une consommation touristique des Réunionnais partagée entre les activités sur l'île et les voyages

Répartition de la consommation touristique selon la clientèle et par poste de dépenses en 2019



Source : Cerom, comptes du tourisme

LA CONSOMMATION TOURISTIQUE CARACTÉRISÉE PAR SA MATURITÉ ET LE POIDS DE LA CLIENTÈLE LOCALE

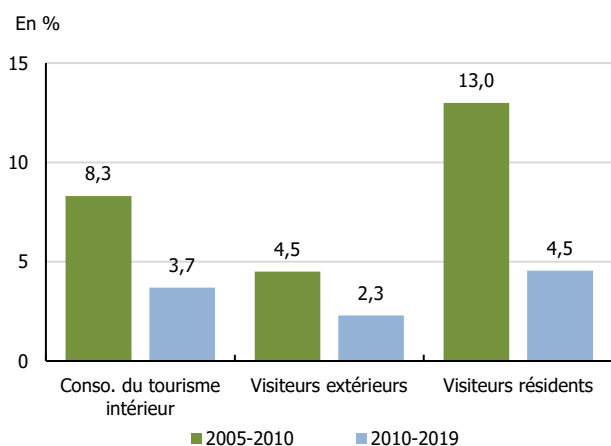
Une consommation touristique dynamique

La consommation du tourisme intérieur progresse de 3,7 % en moyenne par an entre 2010 et 2019, années où ont été élaborés des comptes satellites du tourisme (cf. *méthodologie*), soit +2,9 % en volume. La hausse de la consommation touristique est plus soutenue que de l'ensemble de la consommation finale des ménages (+ 1,6 % par an, en volume) et celle de la croissance économique (+1,9 % par an du PIB, en volume).

La clientèle locale contribue pour plus de 80 % à la progression de la consommation touristique intérieure. Les dépenses des résidents augmentent 2 fois plus vite que celles des touristes extérieurs : respectivement +4,5 % et 2,3 % en moyenne par an (*figure 2*). Cette hausse des dépenses touristiques des Réunionnais est stimulée par celle de leurs revenus.

2 Une consommation du tourisme intérieur toujours en hausse, mais qui ralentit

Évolution en moyenne par an de la consommation du tourisme intérieur



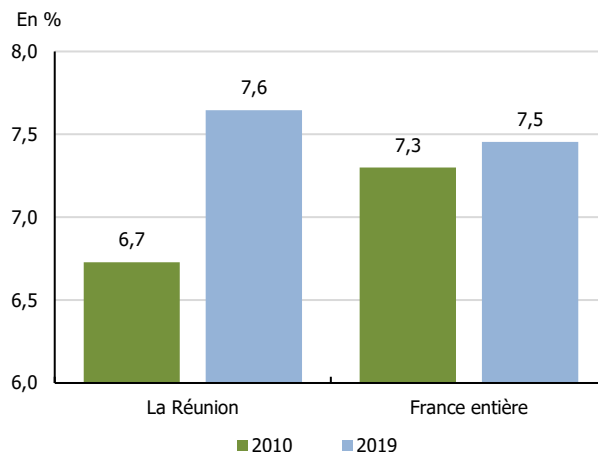
Source : Cerom, comptes du tourisme

Le pouvoir d'achat des ménages augmente de 1,7 % en moyenne par an. Par ailleurs, les Réunionnais consacrent une part de plus en plus importante de leur revenu en dépenses touristiques. La part de leur consommation touristique dans leur revenu passe de 6,7 % en 2010 à 7,5 % en 2019 (*figure 3*). Ils dépensent ainsi 1 400 euros pour leur consommation touristique en moyenne par habitant en 2019.

Enfin, la croissance de la consommation des visiteurs extérieurs s'explique par le dynamisme de la fréquentation touristique de l'île. En effet, La Réunion a accueilli 533 000 touristes extérieurs en 2019, soit un quart de plus qu'en 2010. Dans le même temps, le nombre de croisiéristes a triplé sur la même période et atteint 68 000 croisiéristes en 2019.

3 La part du revenu des Réunionnais consacrée au tourisme progresse

Part de la consommation touristique dans le RDB des ménages



Source : Cerom, comptes du tourisme

Une consommation touristique mature

Bien que dynamique, la croissance de la consommation touristique ralentit de moitié entre 2010 et 2019 par rapport à la période 2005-2010 : 3,7 % en moyenne par an entre 2010 et 2019 contre +8,3 % par an entre 2005 et 2010. Premier contributeur, les dépenses touristiques des Réunionnais ralentissent fortement, passant d'une croissance de 13,0 % par an entre 2005 et 2010 à + 4,5 % par an entre 2010 et 2019. Cette décélération s'explique en partie par une forme de maturité de cette dépense. En effet, les ménages réunionnais consacrent désormais relativement autant d'argent qu'un ménage au niveau national : 7,6 % de leur revenu en moyenne par habitant à La Réunion et 7,5 % en France entière en 2019 (*figure 3*).

Des dépenses touristiques principalement tournées vers la villégiature

La consommation touristique des Réunionnais progresse principalement par des dépenses en villégiature dans l'île. En effet, les achats de biens effectués dans les commerces de l'île et de carburant progressent de 10,6 % par an en moyenne. Celles-ci expliquent un tiers de la croissance de la consommation touristique des visiteurs résidents entre 2010 et 2019 (*figure 4*). La clientèle locale a également de plus en plus recours aux services d'hébergement et de restauration. La progression de ces dépenses participe pour un peu moins d'un tiers à la dynamique des dépenses touristiques des Réunionnais. Plus précisément, les dépenses en restauration par la clientèle locale augmentent de 6,1 % en moyenne par an. Viennent ensuite les produits culturels, sportifs et les activités récréatives (accrobranches, sorties en mer, etc.), qui contribuent aussi largement à la dynamique de la consommation touristique sur cette période.

Parallèlement, la consommation des touristes extérieurs se concentre aussi dans des dépenses de villégiature comme l'hôtellerie-restauration et la location automobile. Les dépenses en hôtellerie-restauration (principalement en

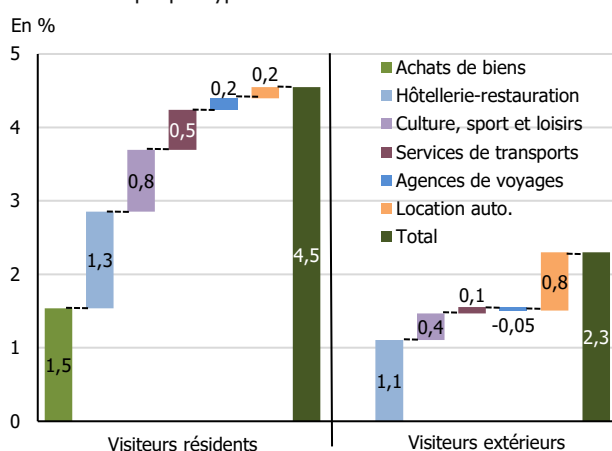
hébergement) contribuent pour moitié à la hausse de la consommation touristique extérieure. Celles de location automobile y participent pour un tiers.

À l'inverse, les dépenses destinées aux voyages à l'extérieur (agences de voyages et transport aérien) contribuent peu à l'évolution de la consommation touristique des Réunionnais, mais également des touristes extérieurs (*figure 4*).

4

Les achats de biens contribuent à un tiers de la hausse des dépenses touristiques des Réunionnais

Contribution de l'évolution annuelle moyenne de la consommation touristique par type de visiteurs entre 2010 et 2019



Source : Cerom, comptes du tourisme

Une prédominance de la clientèle locale

La place de la clientèle locale dans l'industrie touristique se renforce sur la décennie, en raison de la croissance de la consommation touristique des Réunionnais. Elle représente 63 % de la consommation du tourisme intérieur en 2019 contre 60 % des dépenses en 2010 et 50 % en 2005 (*figure 5*). La clientèle locale occupe ainsi le même poids dans l'économie touristique qu'au niveau national.

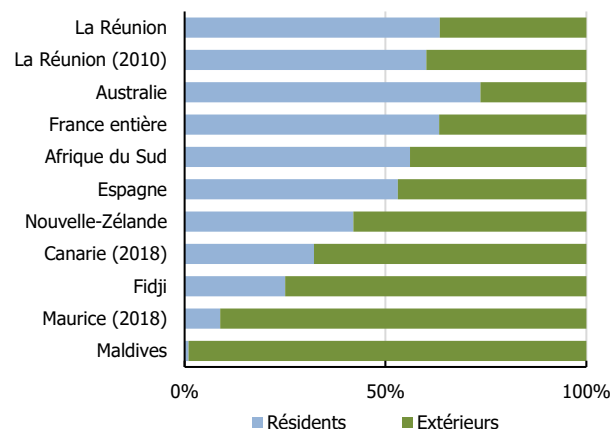
Cette prédominance locale dans la consommation touristique est une caractéristique commune à de nombreuses destinations, comme l'Espagne (2^e destination mondiale) avec 53 % de la consommation générée par la clientèle locale ou l'Australie (75 %) et l'Afrique du Sud (56 %).

À l'inverse, d'autres destinations insulaires affichent une dépendance plus forte aux touristes extérieurs. Aux Canaries, autre région ultrapériphérique, plus des deux tiers de la consommation touristique proviennent des visiteurs extérieurs en 2018. Ce poids monte à 75 % pour les Fidji, 91 % à Maurice et 99 % aux Maldives (*figure 5*).

5

À La Réunion, la clientèle locale représente les deux tiers de la consommation du tourisme intérieur

Répartition de la consommation du tourisme intérieur en 2019



Source : Cerom, comptes du tourisme ; OMT ; Ines ; Insee

LE SECTEUR DU TOURISME S'ANCRE AU CŒUR DE L'ÉCONOMIE RÉUNIONNAISE

Le poids du tourisme progresse dans l'économie réunionnaise

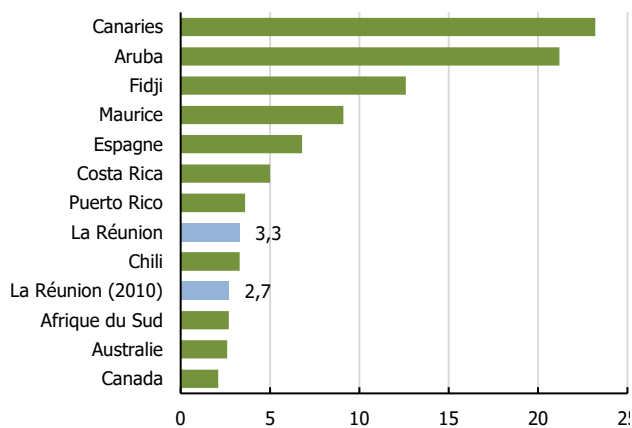
La valeur ajoutée (VA) touristique, c'est-à-dire la valeur ajoutée de l'industrie touristique générée par l'activité des visiteurs (*cf. définitions*), est estimée à 561,5 millions d'euros en 2019. Le tourisme concentre 3,3 % de la VA totale cette année-là (*figure 6*). Le poids du tourisme dans l'économie réunionnaise progresse ainsi de 0,6 point par rapport à 2010 (2,7 % de la VA totale).

Bien qu'en progression, la part du tourisme dans l'économie de l'île reste nettement inférieure à d'autres économies insulaires dans le monde, comme les Canaries (23,2 %), les Fidji (12,6 %) ou Maurice (9,1 %). Néanmoins, celle-ci reste supérieure à celle observée dans d'autres destinations comme l'Afrique du Sud, le Canada ou l'Australie (*figure 6*).

Le secteur du tourisme confirme son ancrage au sein de l'économie réunionnaise. La VA touristique est deux fois importante que celle des secteurs de l'énergie, eau et déchet (1,6 % de la VA totale), des industries agroalimentaires (1,8 %) et de l'agriculture et de la pêche (1,9 %). Il se situe également au-dessus de services aux entreprises, comme les activités d'ingénierie ou les services administratifs et de soutien. Le poids du tourisme est quasiment identique à celui du secteur de l'information et communication.

6 Le tourisme représente 3,3 % de VA totale créée à La Réunion

Poids du tourisme dans la valeur ajoutée en 2019



Sources : Cerom, comptes du tourisme ; OMT ; Insee

En %

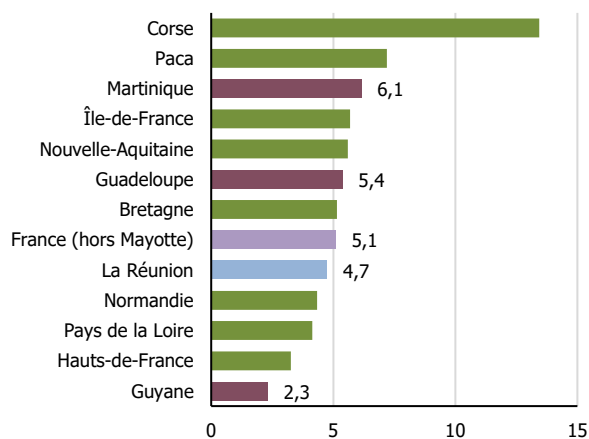
13 550 emplois à La Réunion en 2018

L'industrie touristique réunionnaise emploie directement 13 550 personnes dont 2 750 emplois non salariés en 2018, selon les estimations de l'emploi touristique de l'Insee. Cela représente 4,7 % de l'emploi total dans l'île cette même année (figure 7). Le tourisme est une activité de main-d'œuvre, ce qui explique son poids plus élevé dans l'emploi que dans la valeur ajoutée.

La Réunion se situe en deçà des niveaux observés en France hors Mayotte (5,1 %) ou bien en Guadeloupe (5,4 %) et Martinique (6,1 %).

7 4,7 % des emplois sont liés au tourisme à La Réunion

Poids du tourisme dans l'emploi (salarié et non-salarié) en 2018



Sources : Cerom, comptes du tourisme ; Insee, Estimations d'emploi

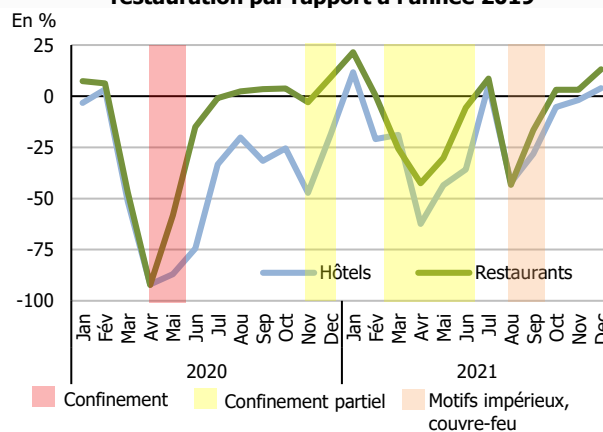
Le tourisme très affecté par la crise sanitaire en 2020 et 2021

Comme dans les autres Drom et les îles voisines de l'océan Indien, le tourisme est le secteur d'activité le plus touché par la crise sanitaire de la Covid-19 qui a débuté en mars 2020. Les mesures de restrictions (confinement, couvre-feu, motifs impérieux pour voyager, pass-sanitaire...) mises en œuvre afin de limiter la progression de l'épidémie ont en effet un impact fort sur la fréquentation touristique, notamment celle de la clientèle extérieure.

L'année 2020 est marquée par un effondrement du tourisme à La Réunion. Les restrictions de déplacements se traduisent par une chute de l'ordre de 60 % par rapport à 2019 du nombre de passagers. La clientèle locale et sa consommation touristique sont également impactées par le confinement. En 2021, l'activité touristique rebondit quelque peu. Elle est néanmoins très variable au cours de l'année, fluctuant fortement en fonction des mesures de restrictions. Le nombre de passagers aériens et la dépense des touristes extérieurs se redressent légèrement par rapport à 2020 en moyenne sur l'année, mais restent deux fois plus faibles qu'en 2019.

Les secteurs emblématiques du tourisme à La Réunion sont touchés de façon inégale par la crise sanitaire. L'effet de la crise sanitaire est plus marqué dans les transports et l'hébergement, qui sont davantage dépendants du tourisme extérieur que le commerce et la restauration, qui ont pu en partie compenser le manque de touristes extérieurs par la clientèle locale. Ainsi, le chiffre d'affaires (CA) de l'hébergement chute de 37 % en 2020 par rapport à 2019. L'activité rebondit en 2021, mais reste inférieure de l'ordre de 15 % à celle de 2019. Dans les transports, le chiffre d'affaires baisse de 18 % en 2020 et reste en 2021 inférieur à 11 % à 2019. La restauration s'en sort un peu mieux : son chiffre d'affaires baisse de 15 % en 2020 et de 6 % en 2021 en comparaison avec 2019.

Évolution mensuelle du CA de l'hébergement et de la restauration par rapport à l'année 2019



Source: DGFIP, Insee

Dans le même temps, l'emploi touristique a résisté, même au plus fort des restrictions sanitaires. En effet, le recours au chômage partiel, mais aussi à des dispositifs tels que les fonds de solidarité et les prêts aux entreprises, ont permis de préserver les emplois. En avril 2020, plus de 50 % des salariés du commerce et des transports sont au chômage partiel et plus de 90 % dans l'hébergement-restauration. Les effectifs salariés de l'hébergement-restauration, après un recul de 5 % en 2020, repartent à la hausse en 2021 et dépassent en fin d'année de 4 % leur niveau d'avant-crise.

Fin 2021 et début 2022, la reprise de l'activité du secteur à La Réunion se confirme. Au 4^e trimestre 2021, la fréquentation des hôtels à La Réunion est soutenue, le nombre de nuitées est notamment supérieur de 3 % par rapport à la même période en 2019. Dans la restauration, le mois de décembre est aussi marqué par une forte activité, avec un chiffre d'affaires qui dépasse de 13 % le niveau d'avant-crise à la même période.

Définition

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, réalisé auprès des fournisseurs de services résidant dans le département. Cela inclut les dépenses des Réunionnais auprès des agences de voyages 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 extérieurs. La mesure économique des activités touristiques à La Réunion est permise par l'élaboration de comptes satellites du tourisme en 2010, 2017 et 2019 (estimations rapides) 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 2010 a été révisé à la suite du changement de base des comptes économiques et à l'actualisation des taux de touristicité des activités touristiques. Le compte 2019 est une projection du CST complet 2017, à l'aide des évolutions de chiffres d'affaires et de valeurs ajoutées des entreprises présentes dans la base Esane de l'Insee.

Pour en savoir plus

[Compte Satellite du Tourisme à La Réunion en 2005](#), CEROM, décembre 2009.

[Compte Satellite du Tourisme à La Réunion en 2010](#), CEROM, août 2015.

[Forte croissance des emplois touristiques entre 2011 et 2018](#), Insee Analyse Réunion n° 52, décembre 2020.

[Tourisme - L'activité touristique lourdement impactée par la crise sanitaire en 2020](#), Insee conjoncture Réunion n° 17, juillet 2021.

[Juillet et août 2021 : à La Réunion, une fréquentation touristique toujours dépendante de la crise sanitaire](#), Insee flash Réunion, novembre 2021.

[En 2021, forte reprise de l'activité économique et dynamisme du marché du travail](#), Insee conjoncture Réunion n° 22, juillet 2022.



Le partenariat pour les Comptes économiques rapides pour l'Outre-mer (CEROM) réunit, depuis 2004, les Instituts d'émission (IEDOM-IEOM), l'Agence française de développement (AFD), et les instituts de statistique intervenant dans les départements et collectivités d'outre-mer : l'Institut national de la statistique et des études économiques (Insee), l'Institut de la statistique et des études économiques de Nouvelle-Calédonie (Isee), l'Institut de la statistique de Polynésie française (ISPF).

Il a pour objectifs l'élaboration des comptes rapides, la modélisation de l'évolution des économies et la publication d'analyses macroéconomiques ou thématiques sur les départements et collectivités d'Outre-mer. Les comptes économiques rapides reposent sur une modélisation macroéconomique alimentée par les premières données disponibles de l'année écoulée. Il ne s'agit donc pas d'un compte définitif. Les estimations pourront faire l'objet d'une révision lorsque la totalité des données de l'année sera connue.



Directeur de la publication : Philippe Lacognata

Responsable de la rédaction : Marie Aouriri

Rédaction : David Perrain (IEDOM) et Bryan Rakotomalala (Insee) ; **contribution :** Sébastien Seguin (Insee) et Ourida Cherchem (Insee)

Éditeur : IEDOM

Achévé d'imprimer : juillet 2022

Dépôt légal : ISSN 2114-0456