

conjoncture

29

TOURISME

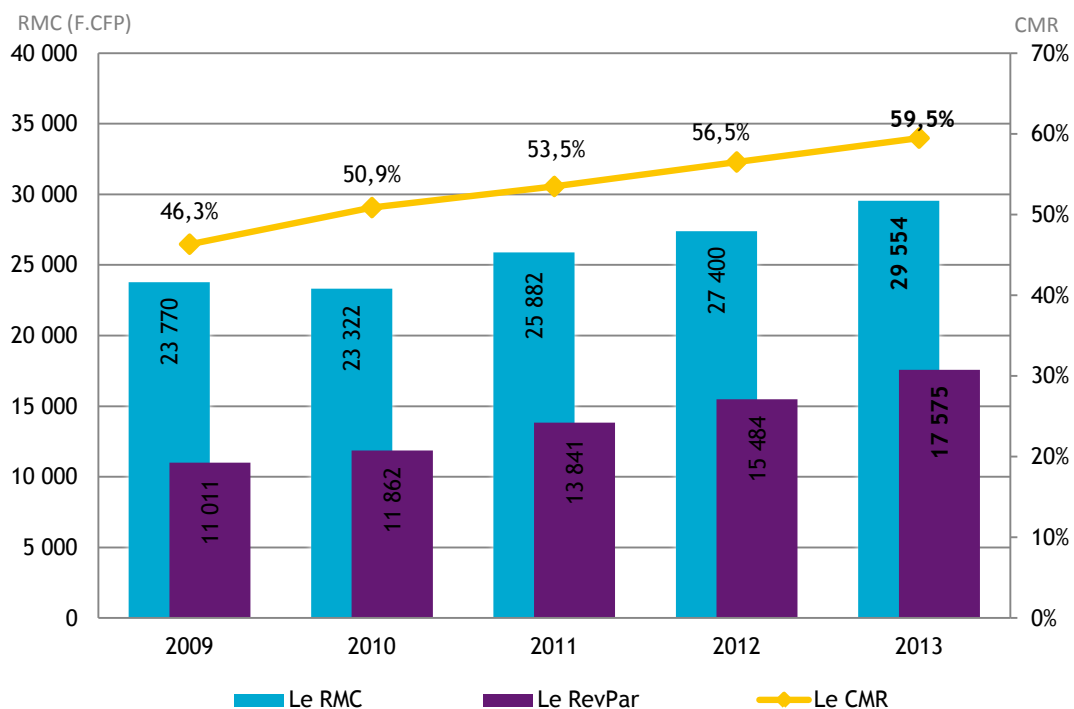
Septembre 2013

FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE HÔTELLERIE INTERNATIONALE

En septembre 2013, le nombre de chambres vendues dans les hôtels internationaux de Polynésie française diminue de 8,7 % par rapport à septembre 2012. Cette baisse est observée dans tous les archipels et pour toutes les catégories d'hôtels. Le recul du nombre de touristes originaires d'Amérique du nord et d'Europe (y compris France), et de la clientèle locale explique ce résultat. La baisse de la demande étant moins forte que la réduction de l'offre en chambre (- 9,7 %), le coefficient moyen de remplissage progresse de 1,2 point, à 69,5, s'accompagnant d'une hausse du revenu moyen par chambre de 10 %, le revenu par chambre disponible augmente de 12 % à 22 300 F.cfp. La hausse du RMC est même de 20 % sur l'île de Tahiti, qui a accueilli la coupe du monde de Beach soccer ce mois ci.

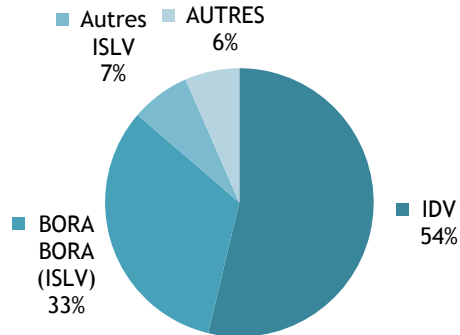
En cumul depuis le début de l'année, le CMR s'établit à 59,5 %, soit 3 points de

INDICATEURS DE GESTION EN CUMUL DEPUIS JANVIER

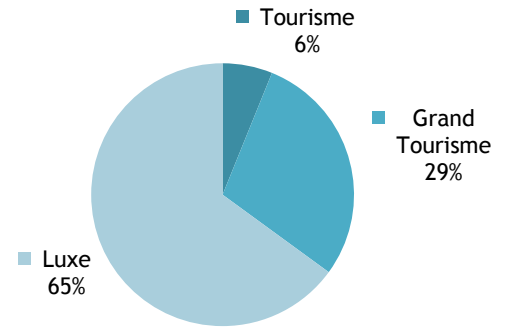


CAPACITÉ HÔTELIÈRE : 78 974 CHAMBRES OFFERTES À LA LOCATION

RÉPARTITION PAR SUBDIVISION



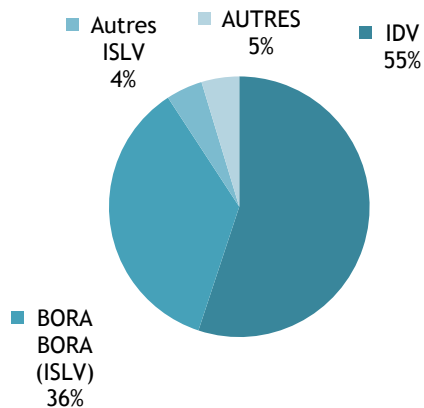
RÉPARTITION PAR CLASSE



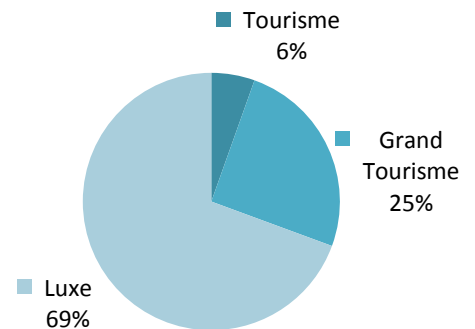
Source: ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)

BILAN DE L'HÔTELLERIE : 54 850 CHAMBRES VENDUES

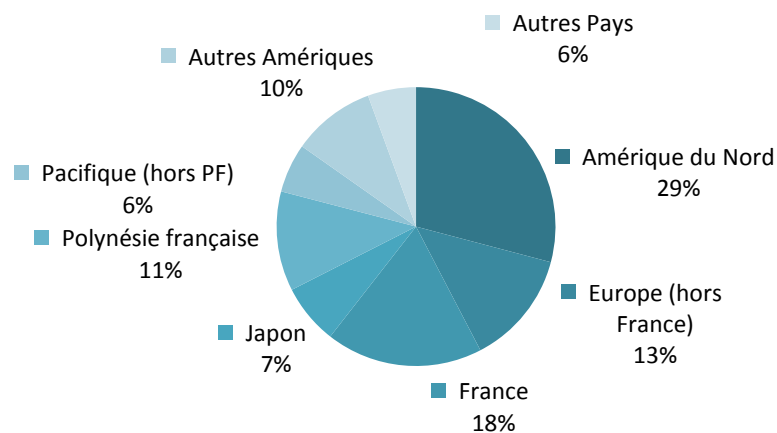
RÉPARTITION PAR SUBDIVISION



RÉPARTITION PAR CLASSE



RÉPARTITION PAR PAYS DE RÉSIDENCE



Source: ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)

RÉPARTITION DES CHAMBRES VENDUES PAR SUBDIVISION ET PAR CLASSE

		SEPT-12	JUIN-13	JUIL-13	AOÛT-13	SEPT-13	VARIATION 2013/2012
Unité:		nombre	nombre	nombre	nombre	nombre	%
IDV		32 742	27 516	31 472	30 013	30 208	-7,7%
	Tourisme	2 315	2 012	2 339	2 517	2 483	7,3%
	Grand Tourisme	8 470	7 892	9 065	8 806	8 663	2,3%
	Luxe	21 957	17 612	20 068	18 690	19 062	-13,2%
ISLV		23 265	19 244	22 652	23 639	22 073	-5,1%
	Tourisme	541	334	514	570	505	-6,7%
	Grand Tourisme	4 329	2 701	3 466	3 906	3 340	-22,8%
	Luxe	18 395	16 209	18 672	19 163	18 228	-0,9%
AUTRES Subdivisions		4 085	1 280	2 225	3 130	2 569	-37,1%
	Tourisme	470	0	0	0	0	-100,0%
	Grand Tourisme	2 126	533	1 618	2 192	1 802	-15,2%
	Luxe	1 489	747	607	938	767	-48,5%
TOTAL		60 092	48 040	56 349	56 782	54 850	-8,7%
	TOTAL Tourisme	3 326	2 346	2 853	3 087	2 988	-10,2%
	TOTAL Grand Tourisme	14 925	11 126	14 149	14 904	13 805	-7,5%
	TOTAL Luxe	41 841	34 568	39 347	38 791	38 057	-9,0%

Source: ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)

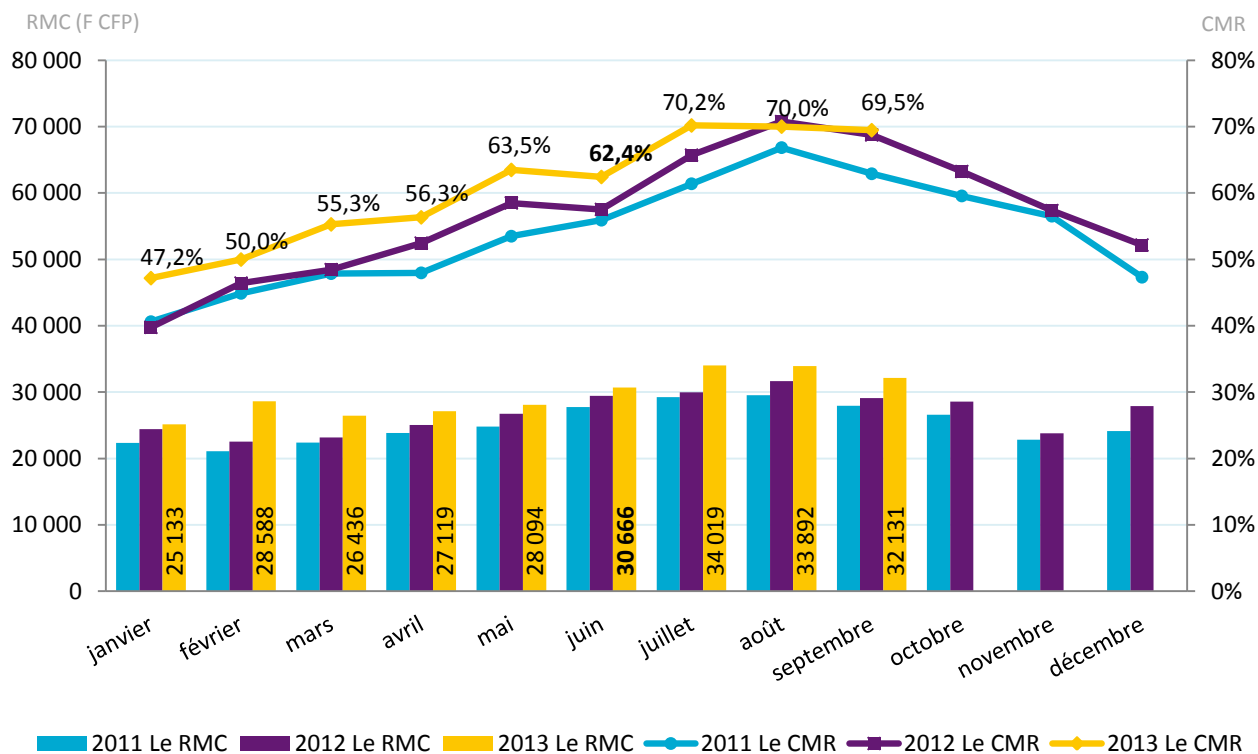
INDICATEURS DE GESTION DE SEPTEMBRE 2013

CHIFFRES DU MOIS

Revenu moyen par chambre louée : 32 131 F CFP

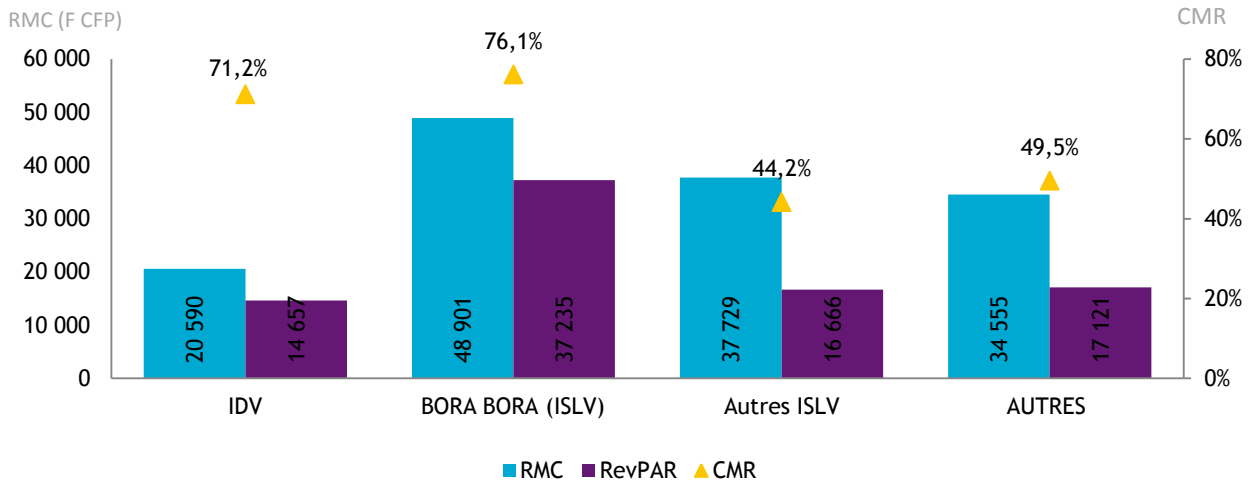
Revenu moyen par chambre disponible : 22 316 F CFP

Coefficient moyen de remplissage : 69,5%



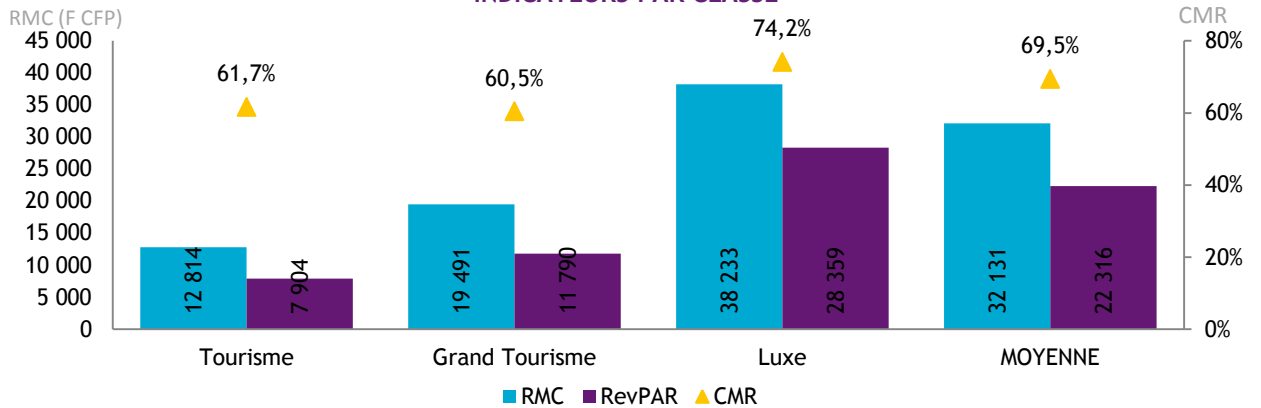
Source: ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)

INDICATEURS PAR SUBDIVISION



Source: ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)

INDICATEURS PAR CLASSE



Source: ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)

DÉFINITIONS

Coefficient Moyen de Remplissage (CMR) : Exprimé en pourcentage, il indique le niveau moyen de fréquentation d'un hébergement sur la période donnée. Il est obtenu en divisant le nombre de chambres vendues par le nombre de chambres offertes à la location.

Le Revenu Moyen par Chambre louée (RMC) : Le RMC reflète le prix moyen auquel est vendue une chambre sur une période donnée. Il est obtenu en divisant la Recette hébergement par le nombre de chambres vendues. Le RMC est exprimé hors taxes.

Le Revenu Moyen par Chambre disponible (RevPar) : Est obtenu en divisant la Recette hébergement par le nombre de chambres disponibles. Il peut également être obtenu en multipliant le RMC par le CMR. Il permet de mieux cerner les liens entre le remplissage et le prix de vente. Le RevPar est exprimé hors taxes.

Luxe, Grand Tourisme ou Tourisme : Correspond à une division par classe de l'hôtellerie internationale. La classe Luxe correspond aux hôtels 4 et 5 étoiles, le Grand Tourisme aux hôtels 3 étoiles et le Tourisme aux hôtels 2 étoiles.

TOUTES LES STATISTIQUES SONT DISPONIBLES SUR WWW.ISPF.PF