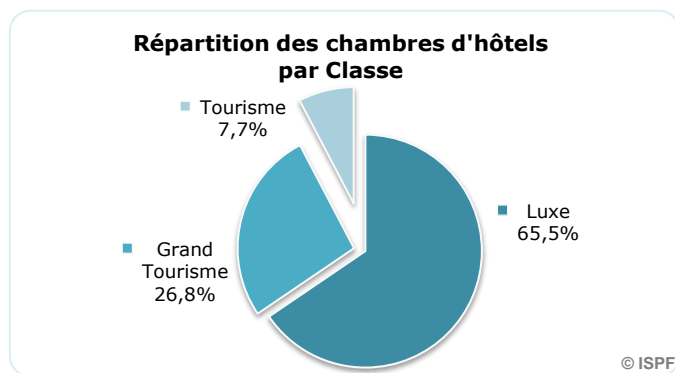
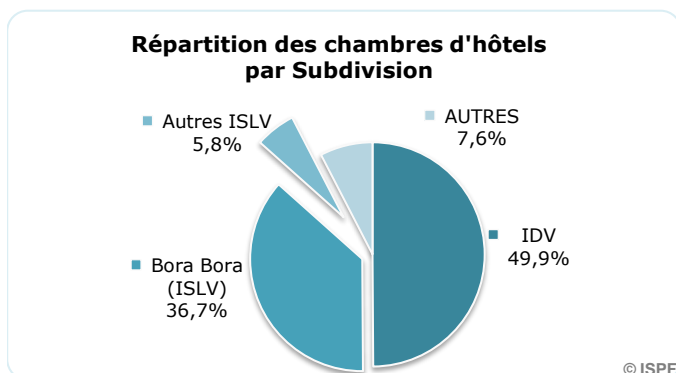


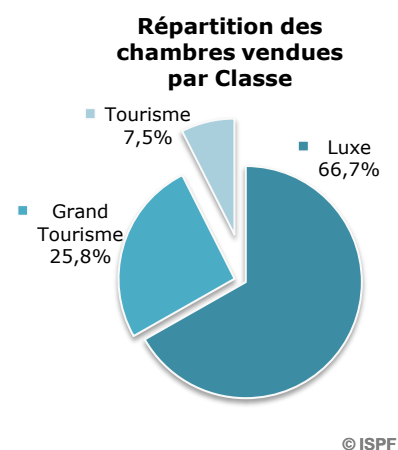
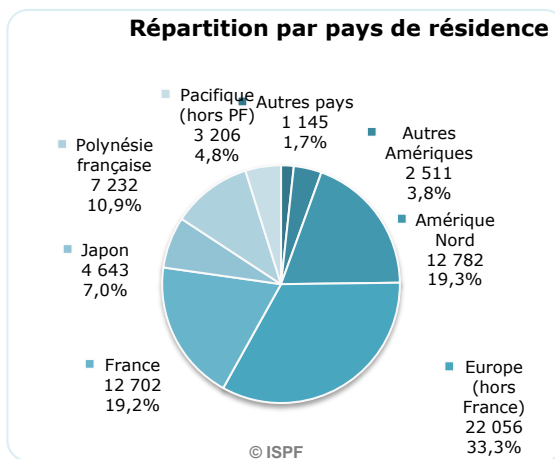
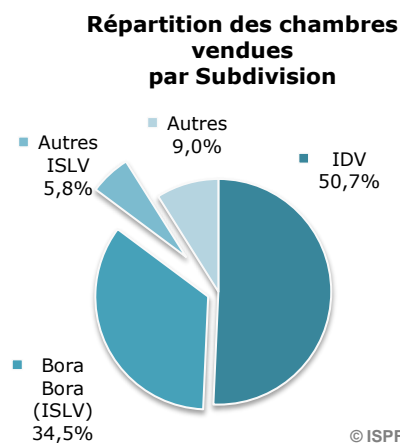


## AOÛT 2008

### CHAMBRES OFFERTES A LA LOCATION : 103 646



### CHAMBRES VENDUES : 66 278



### REPARTITION DES CHAMBRES VENDUES PAR SUBDIVISION ET PAR CLASSE

	unité :	AOÛT-07	MAI-08	JUIN-08	JUIL-08	AOÛT-08	VARIATION
		nombre	nombre	nombre	nombre	nombre	2008/2007
<b>IDV</b>		<b>35 254</b>	<b>33 507</b>	<b>31 323</b>	<b>32 285</b>	<b>33 611</b>	<b>-4,7%</b>
Tourisme		3 329	2 840	2 585	3 346	3 380	1,5%
Grand Tourisme		7 333	7 875	8 059	8 351	8 074	10,1%
Luxe		24 592	22 792	20 679	20 588	22 157	-9,9%
<b>ISLV</b>		<b>28 599</b>	<b>21 466</b>	<b>20 899</b>	<b>22 626</b>	<b>26 731</b>	<b>-6,5%</b>
Tourisme		1 083	737	521	595	752	-30,6%
Grand Tourisme		7 937	5 780	5 644	6 167	7 372	-7,1%
Luxe		19 579	14 949	14 734	15 864	18 607	-5,0%
<b>AUTRES subdivisions</b>		<b>5 876</b>	<b>3 792</b>	<b>3 530</b>	<b>4 683</b>	<b>5 936</b>	<b>1,0%</b>
Tourisme		531	468	332	541	807	52,0%
Grand Tourisme		1 353	1 064	793	1 151	1 630	20,5%
Luxe		3 992	2 260	2 405	2 991	3 499	-12,3%
<b>TOTAL</b>		<b>69 729</b>	<b>58 765</b>	<b>55 752</b>	<b>59 594</b>	<b>66 278</b>	<b>-4,9%</b>
TOTAL Tourisme		4 943	4 045	3 438	4 482	4 939	-0,1%
TOTAL Grand Tourisme		16 623	14 719	14 496	15 669	17 076	2,7%
TOTAL Luxe		48 163	40 001	37 818	39 443	44 263	-8,1%

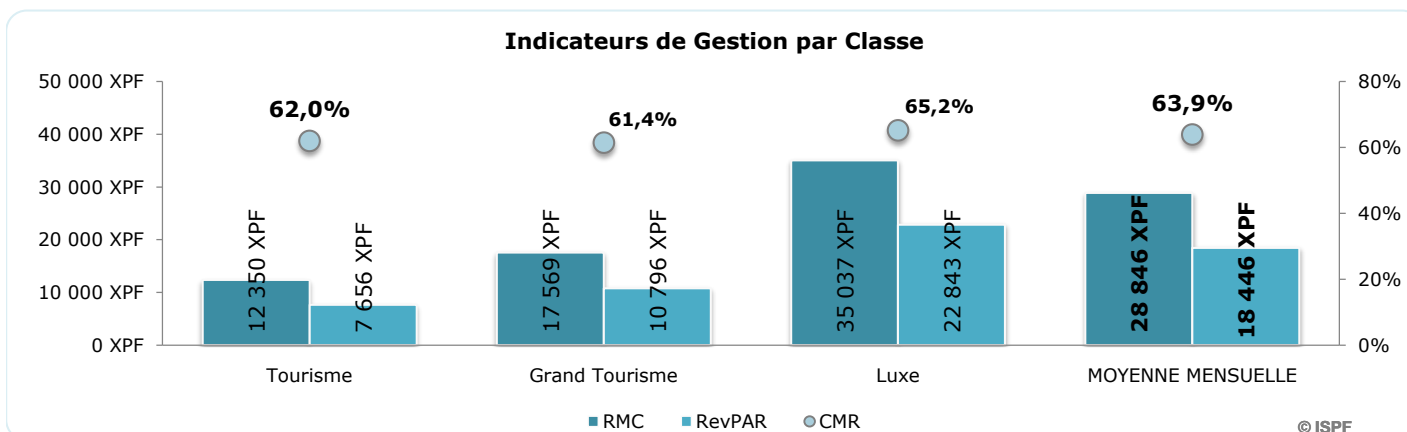
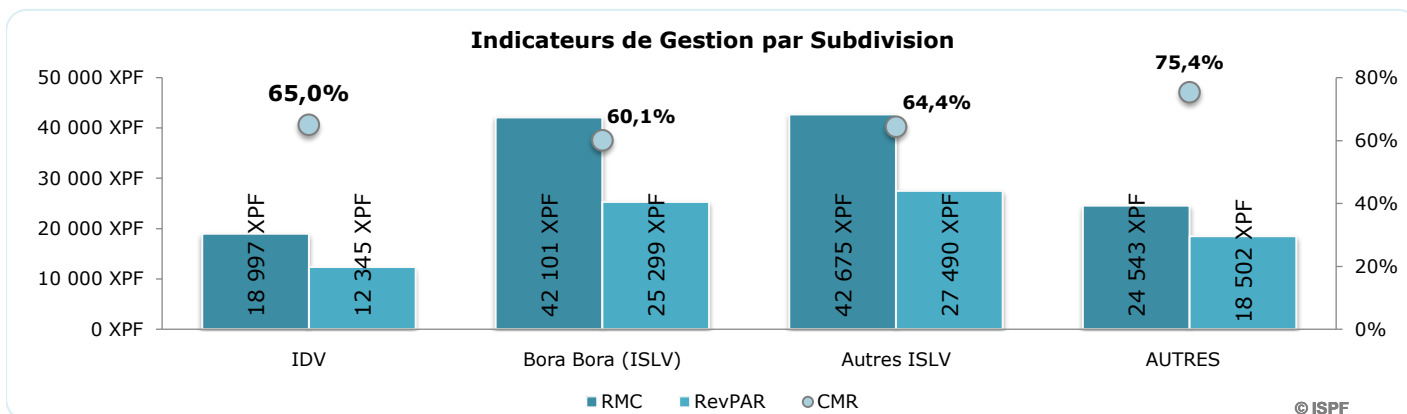
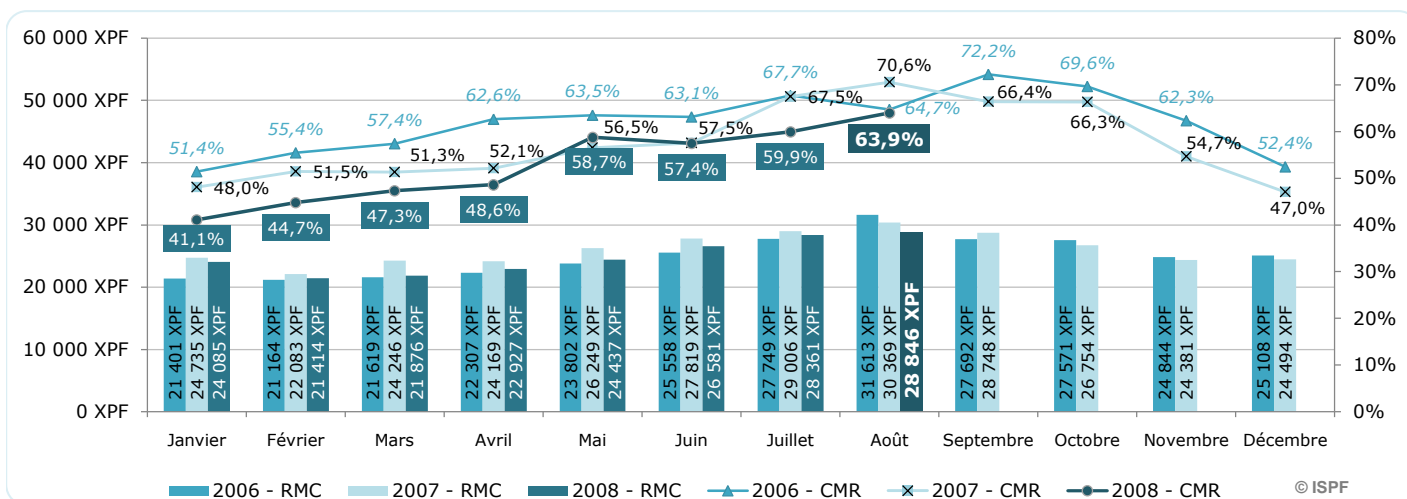
Source : ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)



**AOÛT 2008**

**INDICATEURS DE GESTION DU MOIS**

**RMC :** Recette Moyenne par Chambre louée **28 846 XPF**  
**RevPar :** Revenu moyen par chambre disponible **18 446 XPF**  
**CMR :** Coefficient Moyen de Remplissage **63,9%**



- **Le CMR ou Coefficient Moyen de Remplissage**, exprimé en pourcentage, est obtenu en divisant le nombre de chambres vendues par le nombre de chambres offertes à la location.
- **Le RMC ou Revenu Moyen par Chambre louée** est le produit de la Recette par le nombre de chambres vendues.
- **Le RevPar ou Revenu Moyen par Chambre disponible** est le produit de la Recette par le CMR. Il permet de mieux cerner les liens entre le remplissage et le prix de vente.