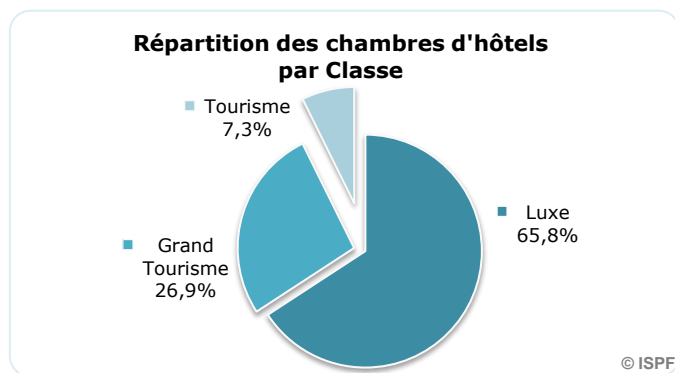
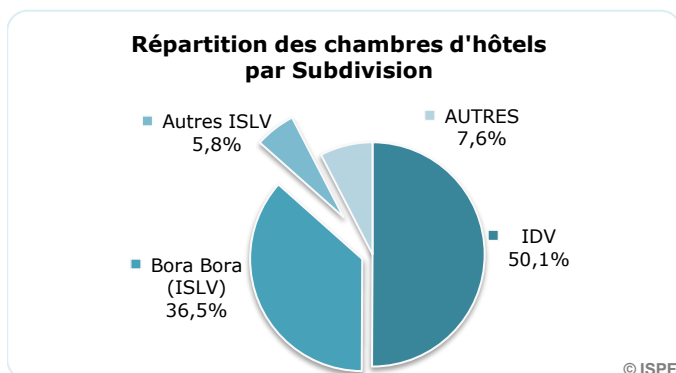
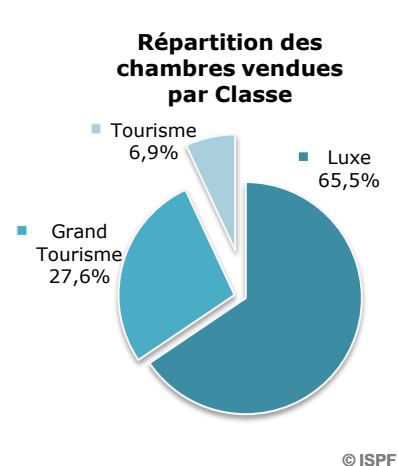
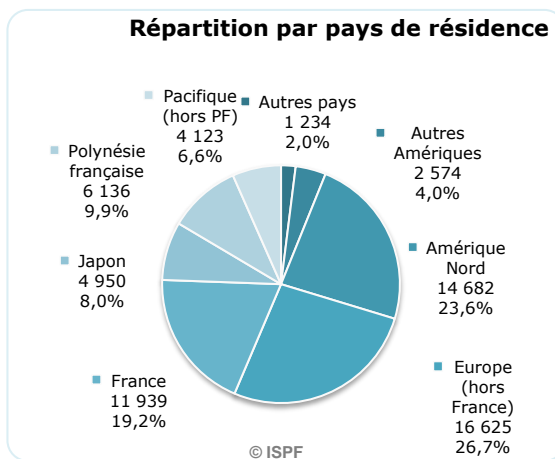
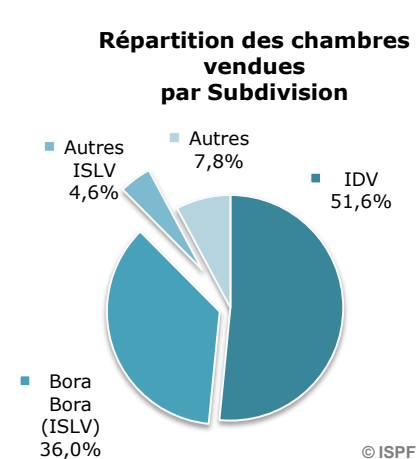


**SEPTEMBRE 2008**
**CHAMBRES OFFERTES A LA LOCATION : 100 315**

**CHAMBRES VENDUES : 62 263**

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

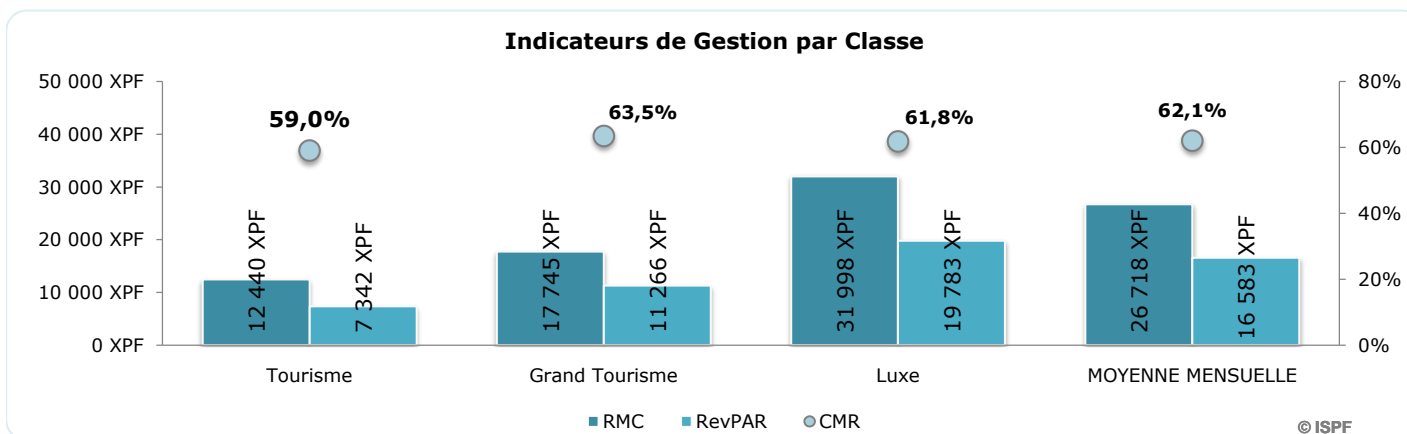
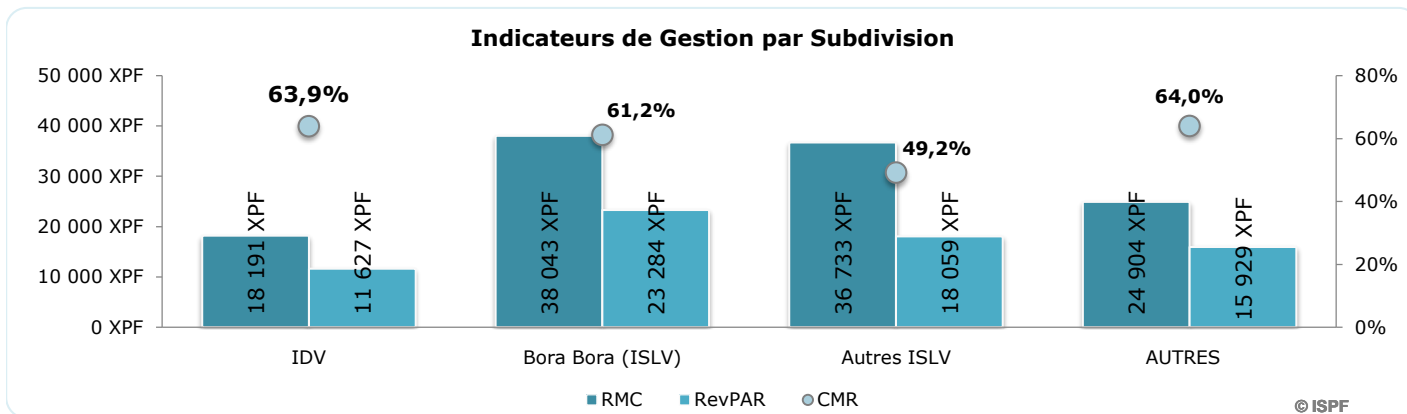
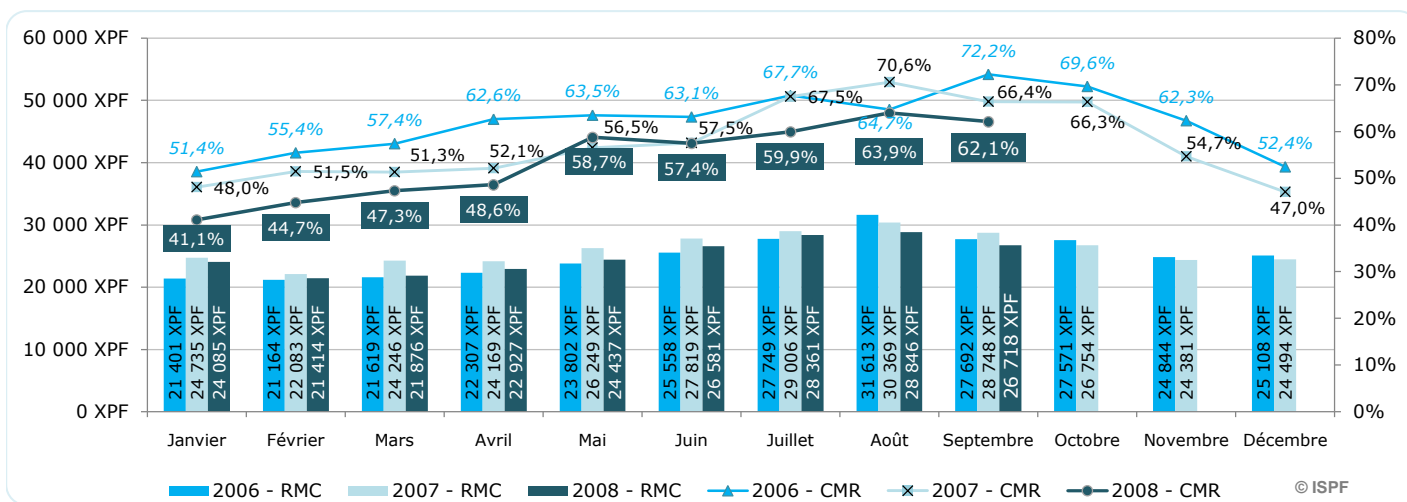
	unité :	SEPT-07	JUIN-08	JUIL-08	AOÛT-08	SEPT-08	VARIATION
		nombre	nombre	nombre	nombre	nombre	2008/2007
<b>IDV</b>		<b>31 971</b>	<b>31 323</b>	<b>32 285</b>	<b>33 611</b>	<b>32 104</b>	<b>0,4%</b>
Tourisme		3 270	2 585	3 346	3 380	3 214	-1,7%
Grand Tourisme		6 356	8 059	8 351	8 074	7 977	25,5%
Luxe		22 345	20 679	20 588	22 157	20 913	-6,4%
<b>ISLV</b>		<b>26 580</b>	<b>20 899</b>	<b>22 626</b>	<b>26 731</b>	<b>25 285</b>	<b>-4,9%</b>
Tourisme		804	521	595	752	606	-24,6%
Grand Tourisme		7 298	5 644	6 167	7 372	7 817	7,1%
Luxe		18 478	14 734	15 864	18 607	16 862	-8,7%
<b>AUTRES subdivisions</b>		<b>5 055</b>	<b>3 514</b>	<b>4 667</b>	<b>5 920</b>	<b>4 874</b>	<b>-3,6%</b>
Tourisme		409	332	541	807	506	23,7%
Grand Tourisme		1 346	777	1 135	1 614	1 335	-0,8%
Luxe		3 300	2 405	2 991	3 499	3 033	-8,1%
<b>TOTAL</b>		<b>63 606</b>	<b>55 736</b>	<b>59 578</b>	<b>66 262</b>	<b>62 263</b>	<b>-2,1%</b>
TOTAL Tourisme		4 483	3 438	4 482	4 939	4 326	-3,5%
TOTAL Grand Tourisme		15 000	14 480	15 653	17 060	17 129	14,2%
TOTAL Luxe		44 123	37 818	39 443	44 263	40 808	-7,5%



**SEPTEMBRE 2008**

**INDICATEURS DE GESTION DU MOIS**

**RMC :** Recette Moyenne par Chambre louée **26 718 XPF**  
**RevPar :** Revenu moyen par chambre disponible **16 583 XPF**  
**CMR :** Coefficient Moyen de Remplissage **62,1%**



- **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.