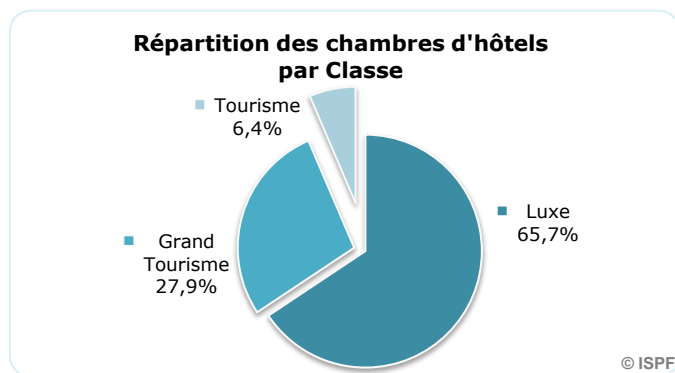
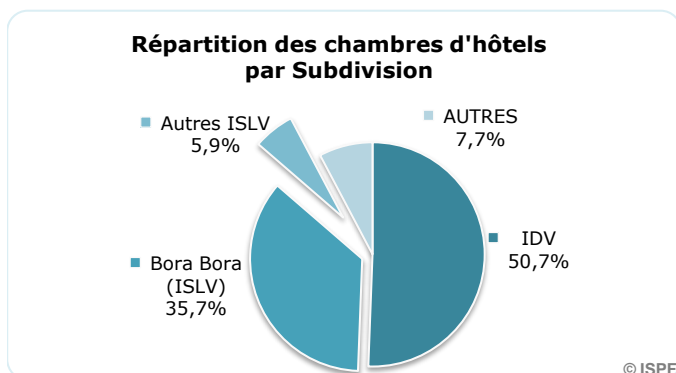


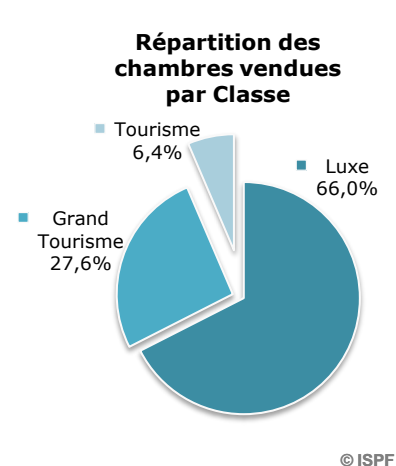
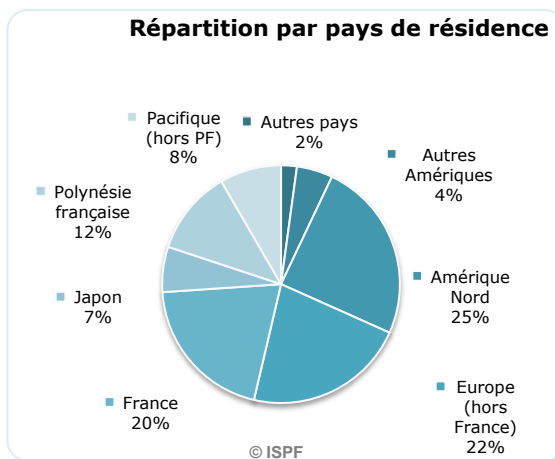
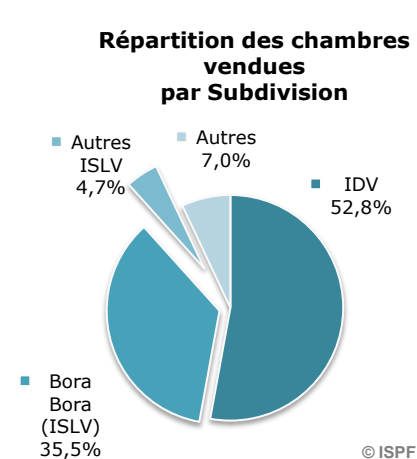


OCTOBRE 2008

**CHAMBRES OFFERTES A LA LOCATION : 101 725**



**CHAMBRES VENDUES : 63 134**



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

	OCT-07	JUIL-08	AOÛT-08	SEPT-08	OCT-08	VARIATION 2008/2007
unité :	nombre	nombre	nombre	nombre	nombre	%
<b>IDV</b>	<b>35 806</b>	<b>32 285</b>	<b>33 611</b>	<b>32 104</b>	<b>33 377</b>	<b>-6,8%</b>
Tourisme	3 493	3 346	3 380	3 214	2 906	-16,8%
Grand Tourisme	7 474	8 351	8 074	7 977	8 454	13,1%
Luxe	24 839	20 588	22 157	20 913	22 017	-11,4%
<b>ISLV</b>	<b>25 041</b>	<b>22 626</b>	<b>26 731</b>	<b>25 285</b>	<b>25 340</b>	<b>1,2%</b>
Tourisme	778	595	752	606	681	-12,5%
Grand Tourisme	7 080	6 167	7 372	7 817	6 811	-3,8%
Luxe	17 183	15 864	18 607	16 862	17 848	3,9%
<b>AUTRES subdivisions</b>	<b>4 995</b>	<b>4 665</b>	<b>5 918</b>	<b>4 872</b>	<b>4 417</b>	<b>-11,6%</b>
Tourisme	584	541	807	506	480	-17,8%
Grand Tourisme	1 317	1 133	1 612	1 333	1 182	-10,3%
Luxe	3 094	2 991	3 499	3 033	2 755	-11,0%
<b>TOTAL</b>	<b>65 842</b>	<b>59 576</b>	<b>66 260</b>	<b>62 261</b>	<b>63 134</b>	<b>-4,1%</b>
TOTAL Tourisme	4 855	4 482	4 939	4 326	4 067	-16,2%
TOTAL Grand Tourisme	15 871	15 651	17 058	17 127	16 447	3,6%
TOTAL Luxe	45 116	39 443	44 263	40 808	42 620	-5,5%

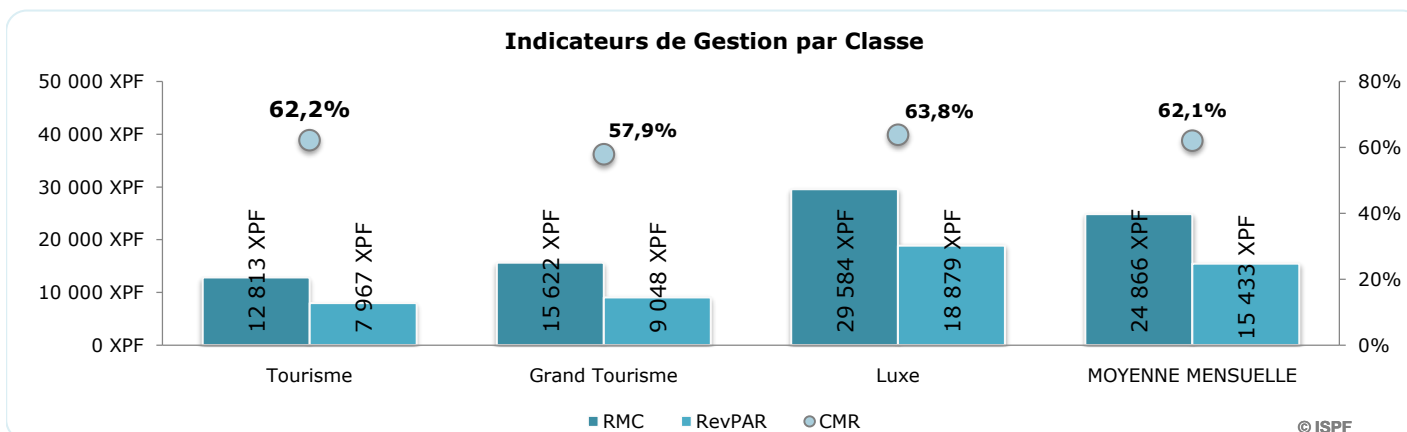
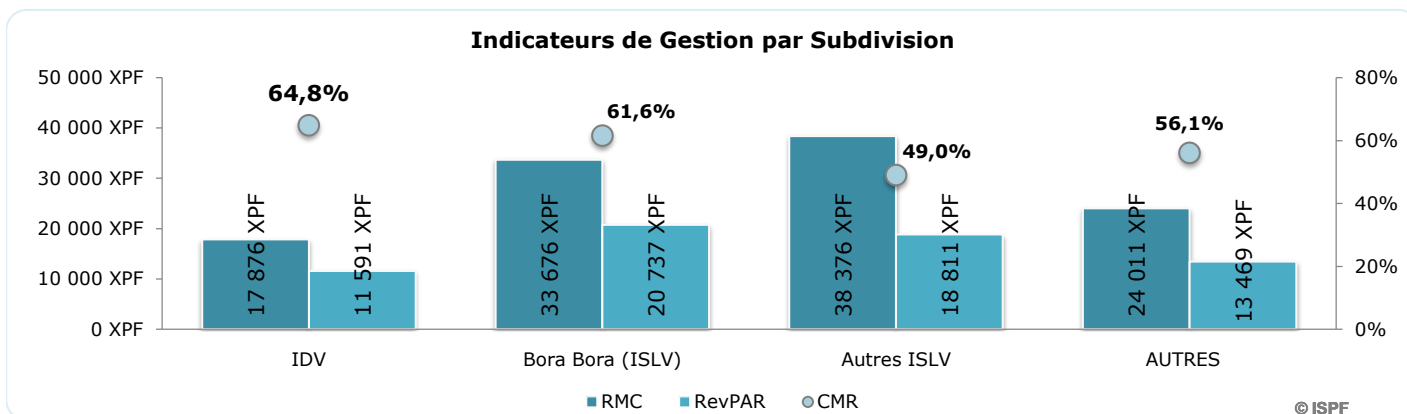
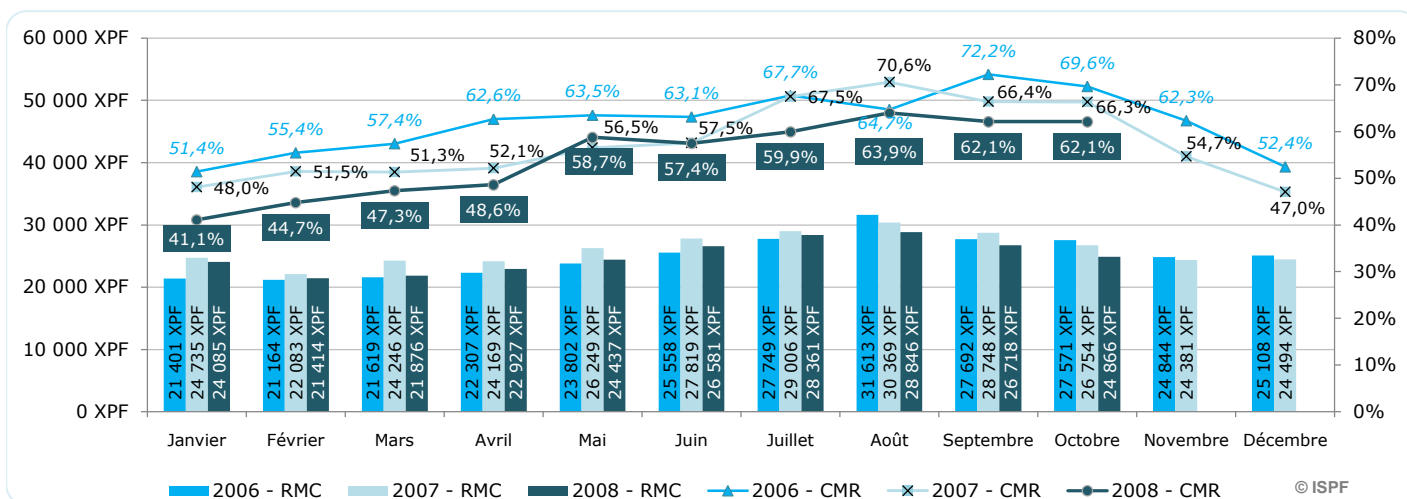
Source : ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)



**OCTOBRE 2008**

**INDICATEURS DE GESTION DU MOIS**

**RMC :** Recette Moyenne par Chambre louée **24 866 XPF**  
**RevPar :** Revenu moyen par chambre disponible **15 433 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.