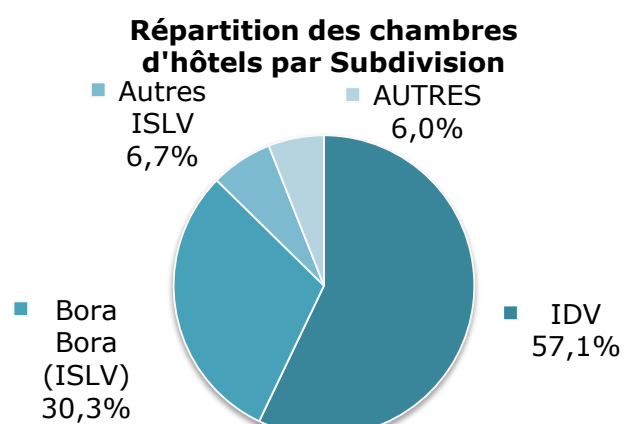


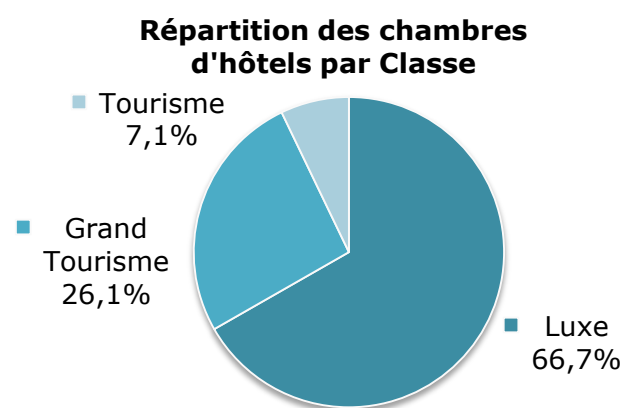


JUILLET 2010

CHAMBRES OFFERTES A LA LOCATION : 93 862

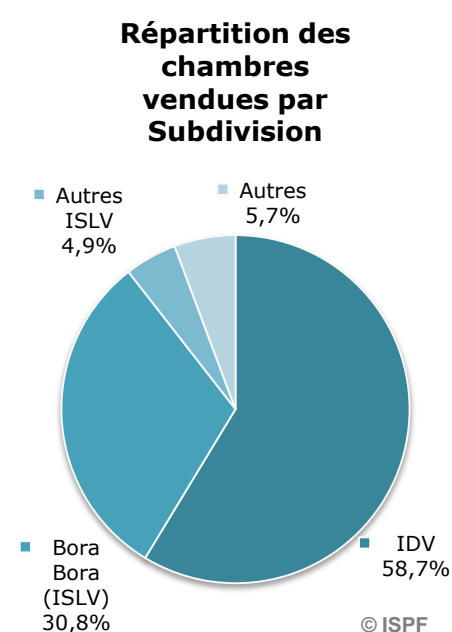


© ISPF



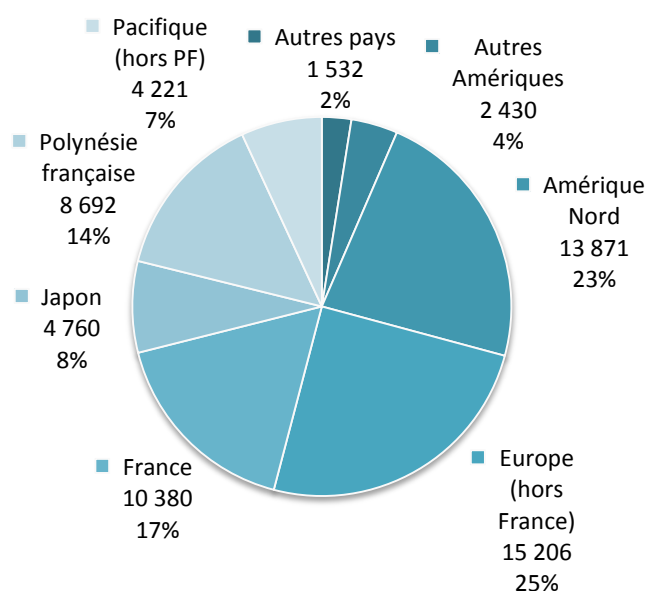
© ISPF

CHAMBRES VENDUES : 61 092

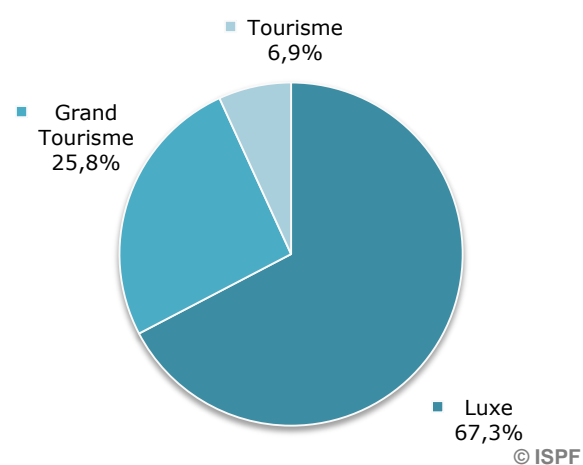


© ISPF

Répartition des chambres vendues par pays de résidence



Répartition des chambres vendues par Classe



© ISPF

REPARTITION DES CHAMBRES VENDUES PAR SUBDIVISION ET PAR CLASSE

	JUIL-09	AVR-10	MAI-10	JUIN-10	JUIL-10	VARIATION 2010/2009
unité :	nombre	nombre	nombre	nombre	nombre	%
IDV	31 351	25 286	26 626	26 366	35 850	14,4%
Tourisme	2 466	1 983	2 167	1 852	3 213	30,3%
Grand Tourisme	5 740	6 514	7 255	7 504	8 874	54,6%
Luxe	23 145	16 789	17 204	17 010	23 763	2,7%
ISLV	19 383	14 284	17 141	15 383	21 767	12,3%
Tourisme	423	162	256	282	411	-2,8%
Grand Tourisme	4 411	3 193	3 545	3 509	5 602	27,0%
Luxe	14 549	10 929	13 340	11 592	15 754	8,3%
AUTRES subdivisions	4 134	2 246	2 574	2 386	3 475	-15,9%
Tourisme	679	256	383	368	562	-17,2%
Grand Tourisme	2 192	865	940	848	1 293	-41,0%
Luxe	1 263	1 125	1 251	1 170	1 620	28,3%
TOTAL	54 868	41 816	46 341	44 135	61 092	11,3%
TOTAL Tourisme	3 568	2 401	2 806	2 502	4 186	17,3%
TOTAL Grand Tourisme	12 343	10 572	11 740	11 861	15 769	27,8%
TOTAL Luxe	38 957	28 843	31 795	29 772	41 137	5,6%

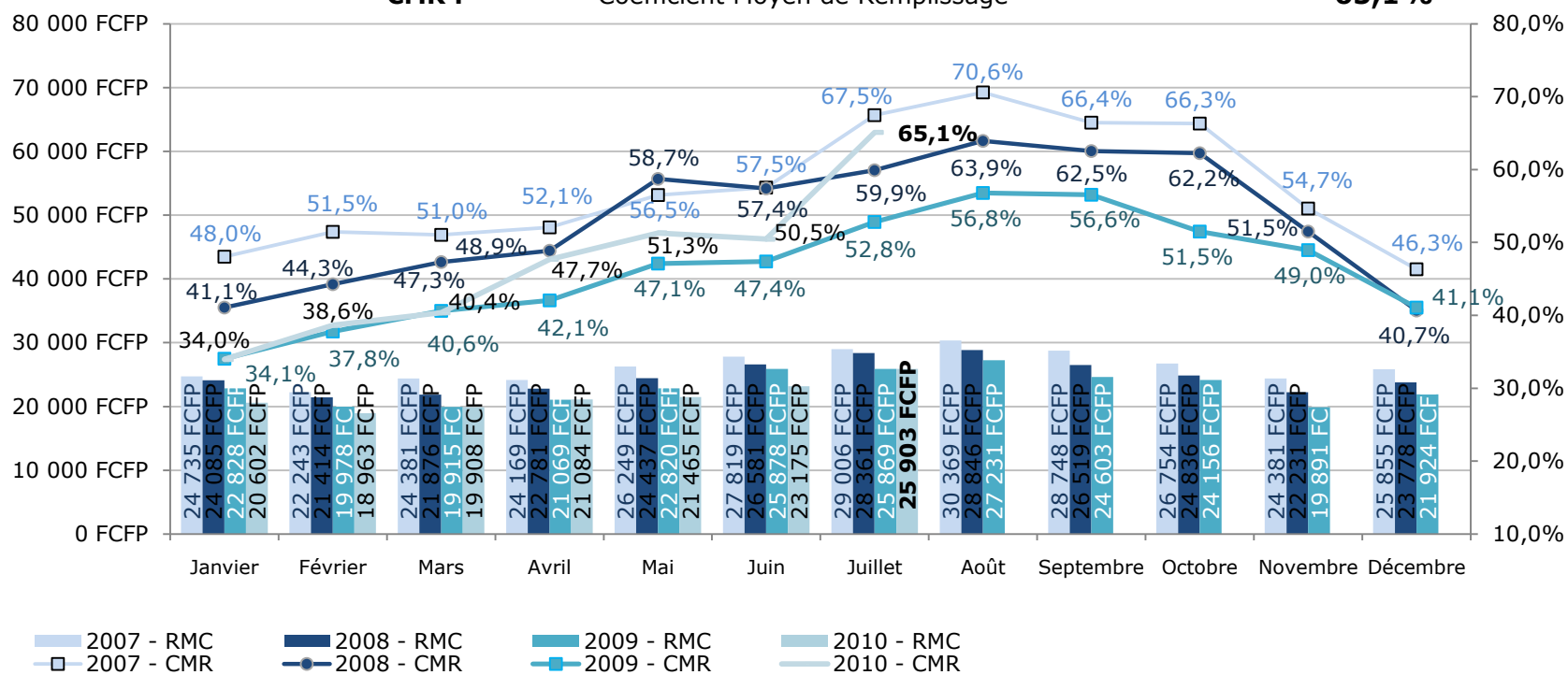
Source : ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)



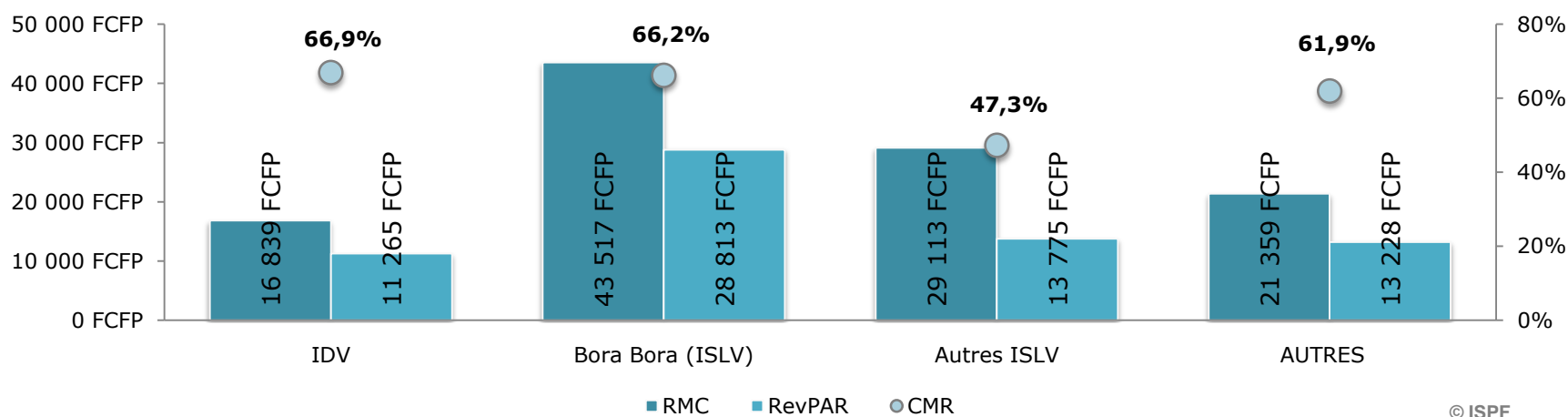
JUILLET 2010

INDICATEURS DE GESTION DU MOIS

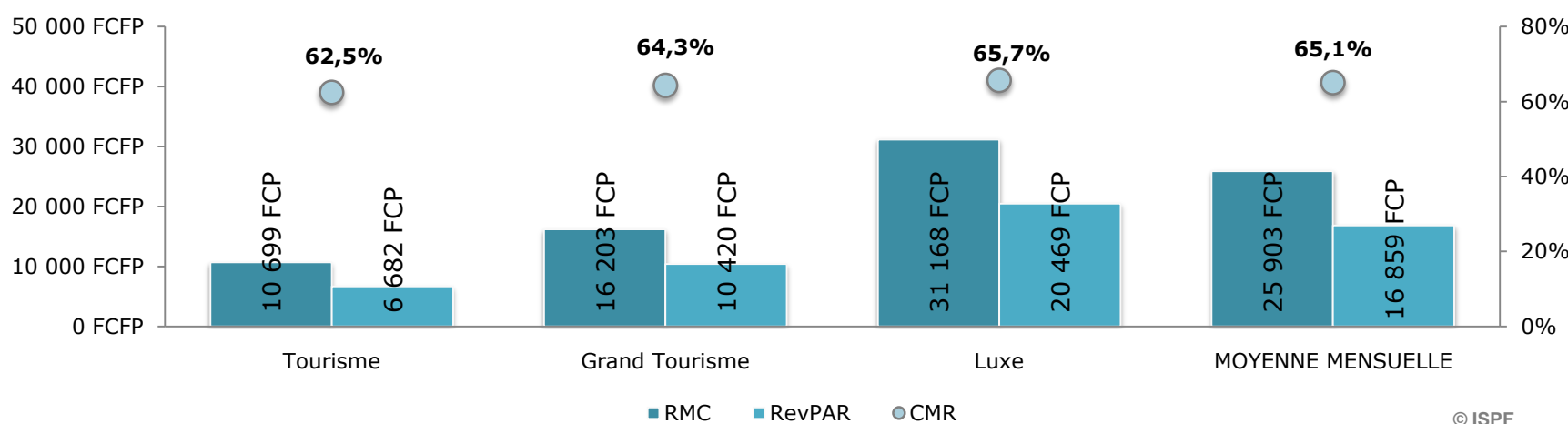
RMC : Revenu Moyen par Chambre louée **25 903 FCFP**
RevPar : Revenu moyen par chambre disponible **16 859 FCFP**
CMR : Coefficient Moyen de Remplissage **65,1%**



Indicateurs de Gestion par Subdivision



Indicateurs de Gestion par Classe



- **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 obtenu en divisant la Recette par le nombre de chambres vendues.
- **Le RevPar ou Revenu Moyen par Chambre disponible** est obtenu en multipliant le RMC par le CMR. Il permet de mieux cerner les liens entre le remplissage et le prix de vente.