

## conjoncture

23

TOURISME

Juin 2014

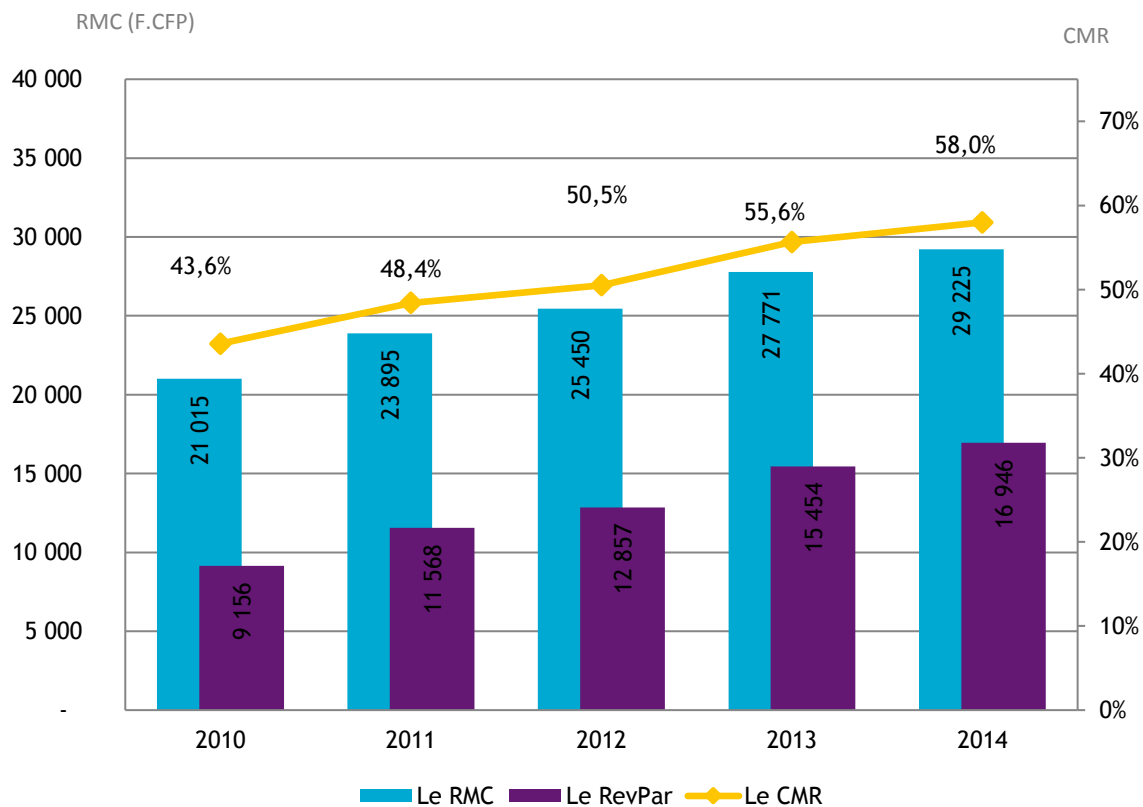
### FRÉQUENTATION HÔTELIÈRE HÔTELLERIE INTERNATIONALE

En juin 2014, le nombre de chambres vendues dans les hôtels internationaux de Polynésie française diminue de 3,2 % par rapport à juin 2013. Cette baisse s'explique principalement par la contraction des ventes à destination des marchés nord et sud-américains non compensée par la croissance des ventes auprès des clients originaires de métropole et du Pacifique (y compris le marché domestique).

Le coefficient moyen de remplissage (CMR) baisse ainsi de 0,6 point pour s'établir à 61,4 %. Avec une augmentation de 8,5 % du revenu moyen par chambre vendue (RMC) à 33 331 F.CFP, le revenu moyen par chambre disponible (RevPar) progresse de 7 % à 20 451 F.CFP.

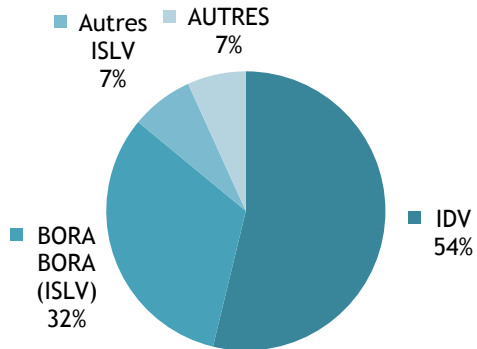
Depuis le début de l'année, le CMR gagne 2,4 points pour s'établir à 58 %, soit le meilleur taux de remplissage de ces cinq dernières années.

#### INDICATEURS DE GESTION EN CUMUL DEPUIS JANVIER

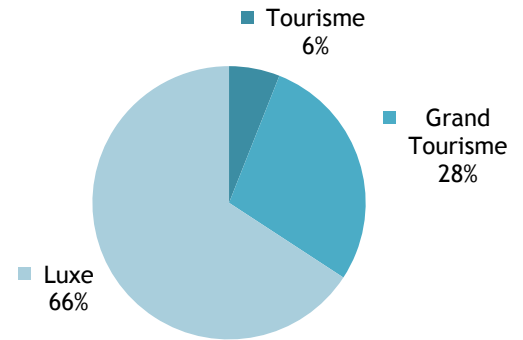


CAPACITÉ HÔTELIÈRE : 76 374 CHAMBRES OFFERTES À LA LOCATION

RÉPARTITION PAR SUBDIVISION



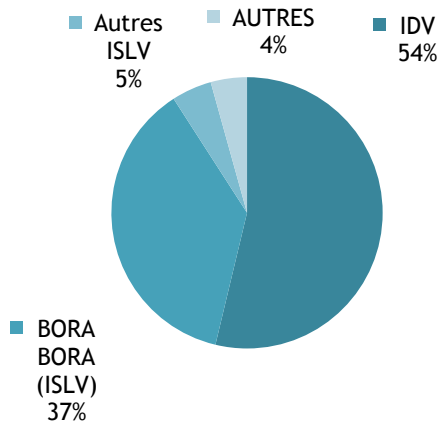
RÉPARTITION PAR CLASSE



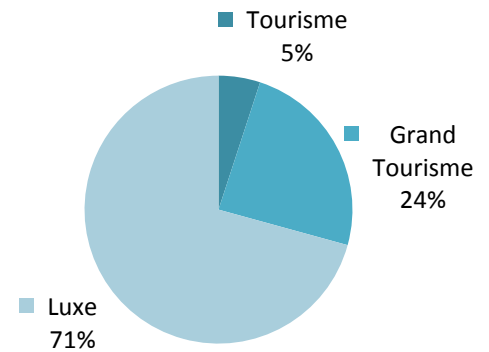
Source: ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)

BILAN DE L'HÔTELLERIE : 46 862 CHAMBRES VENDUES

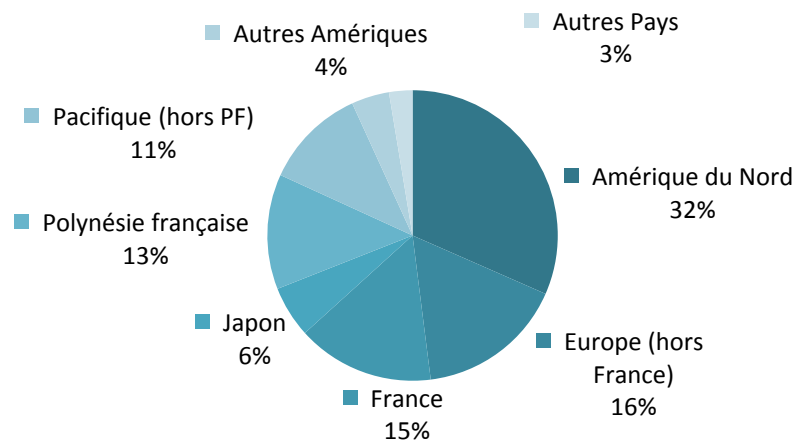
RÉPARTITION PAR SUBDIVISION



RÉPARTITION PAR CLASSE



RÉPARTITION PAR PAYS DE RÉSIDENCE



Source: ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)

RÉPARTITION DES CHAMBRES VENDUES PAR SUBDIVISION ET PAR CLASSE

		JUIN-13	MARS-14	AVR-14	MAI-14	JUIN-14	VARIATION 2014/2013
		Unité: nombre	nombre	nombre	nombre	nombre	%
<b>IDV</b>		<b>27 516</b>	<b>26 568</b>	<b>26 202</b>	<b>28 262</b>	<b>25 187</b>	<b>-8,5%</b>
	Tourisme	2 012	1 888	1 385	2 231	2 008	-0,2%
	Grand Tourisme	7 892	7 508	7 870	8 275	7 574	-4,0%
	Luxe	17 612	17 172	16 947	17 756	15 605	-11,4%
<b>ISLV</b>		<b>19 244</b>	<b>16 683</b>	<b>18 474</b>	<b>22 514</b>	<b>19 650</b>	<b>2,1%</b>
	Tourisme	334	263	355	368	349	4,5%
	Grand Tourisme	2 701	2 637	3 007	3 965	3 084	14,2%
	Luxe	16 209	13 783	15 112	18 181	16 217	0,0%
<b>AUTRES Subdivisions</b>		<b>1 660</b>	<b>1 641</b>	<b>1 958</b>	<b>2 067</b>	<b>2 025</b>	<b>22,0%</b>
	Tourisme	0	0	0	0	0	NS .
	Grand Tourisme	1 172	686	919	827	702	-40,1%
	Luxe	488	955	1 039	1 240	1 323	171,1%
<b>TOTAL</b>		<b>48 420</b>	<b>44 892</b>	<b>46 634</b>	<b>52 843</b>	<b>46 862</b>	<b>-3,2%</b>
	TOTAL Tourisme	2 346	2 151	1 740	2 599	2 357	0,5%
	TOTAL Grand Tourisme	11 765	10 831	11 796	13 067	11 360	-3,4%
	TOTAL Luxe	34 309	31 910	33 098	37 177	33 145	-3,4%

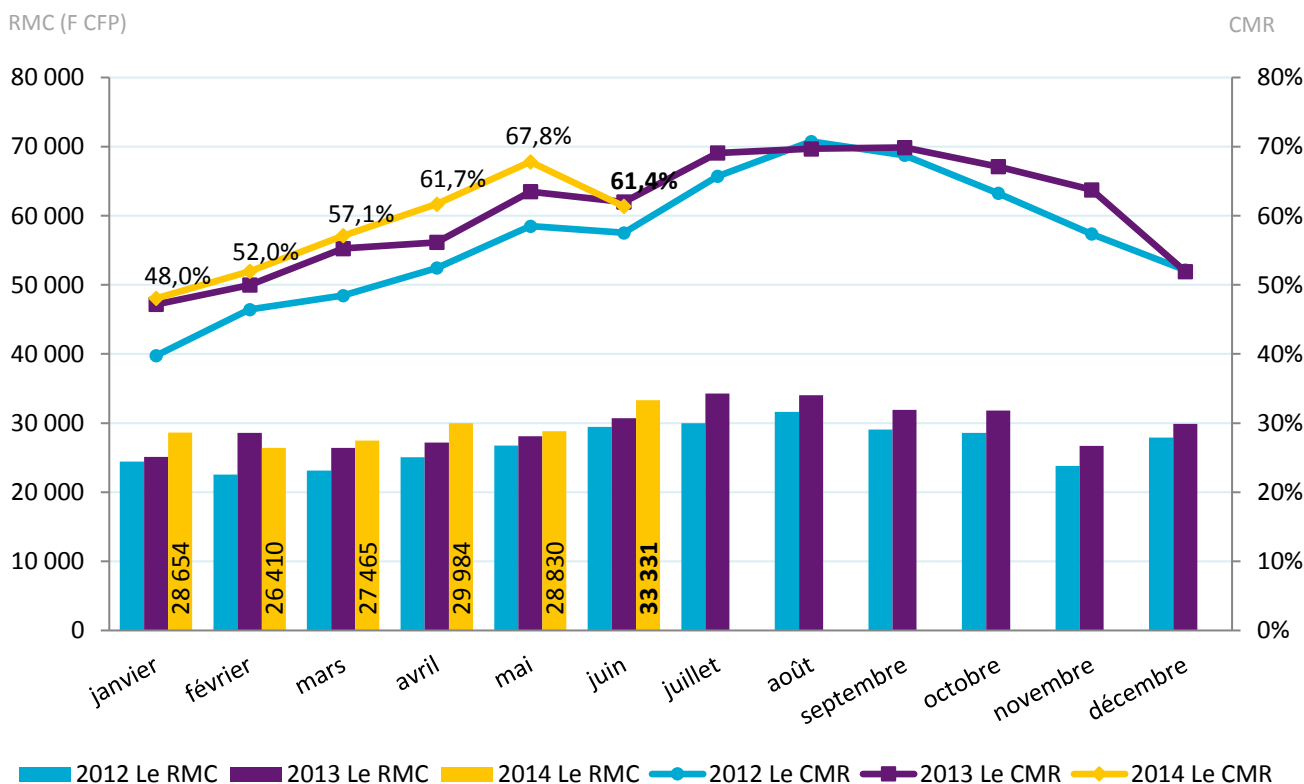
Source: ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)

CHIFFRES DU MOIS

Revenu moyen par chambre louée : 33 331 F CFP

Revenu moyen par chambre disponible : 20 451 F CFP

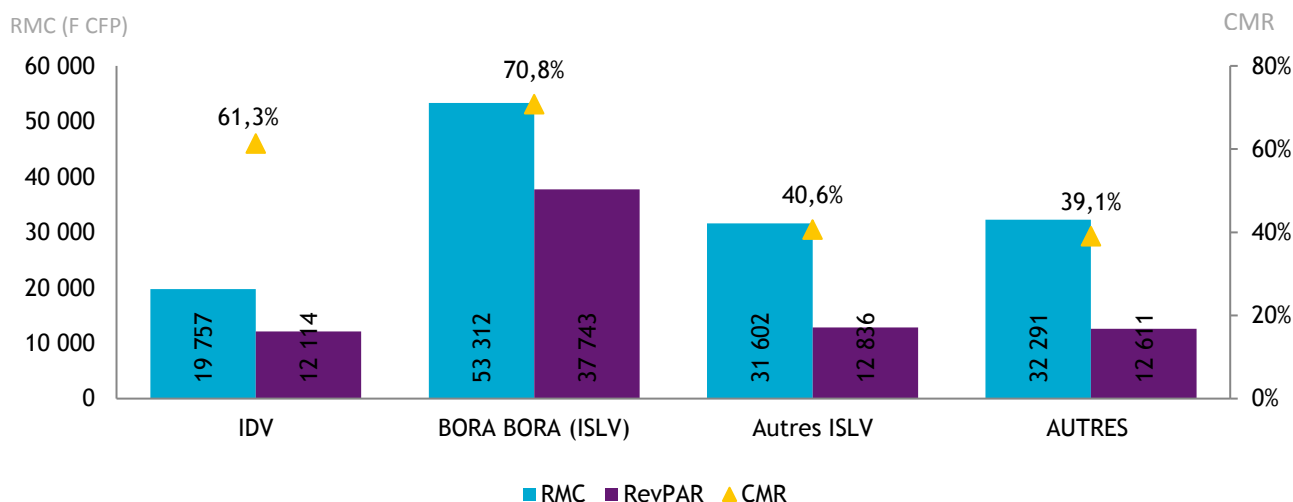
Coefficient moyen de remplissage : 61,4%



Source: ISPF - Enquête de Fréquentation Hôtelière (EFH)

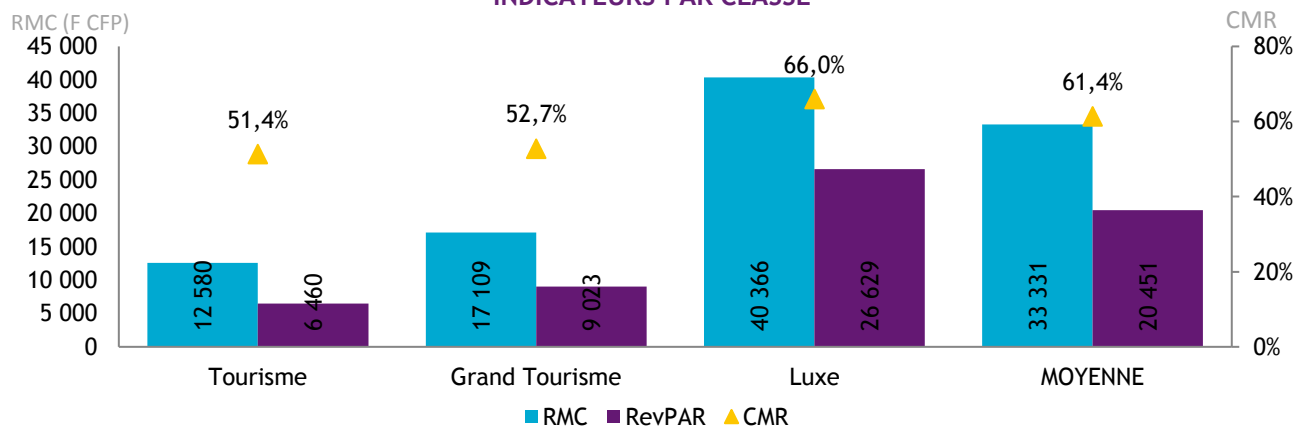


### INDICATEURS PAR SUBDIVISION



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.