

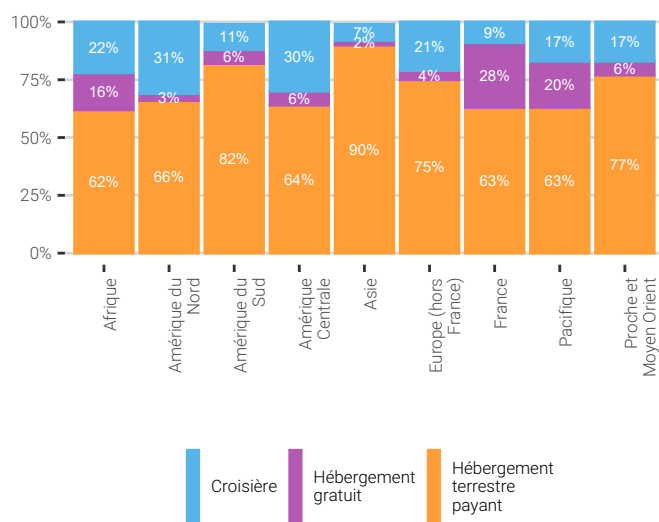
Bilan du tourisme en 2018

En 2018, la Polynésie française a accueilli 216 268 touristes, soit une hausse de 8,7 % par rapport à l'année précédente. Cette hausse profite essentiellement à l'hébergement marchand mais concerne aussi le tourisme affinitaire. L'hébergement flottant est le plus gros contributeur à la croissance globale pour 5 points. Les marchés américain et français sont les deux premiers marchés touristiques en 2018, les autres marchés sont en retrait.

La hausse de la fréquentation profite à toutes les formes d'hébergement

Les touristes privilégiant l'hébergement terrestre marchand contribuent au développement du tourisme en Polynésie française. Leur fréquentation a progressé de 2,8 % sur un an, soit 4 100 touristes supplémentaires. Les touristes favorisant ce mode d'hébergement représentent 69 % du total des touristes fréquentant la Polynésie française mais leur poids se réduit au profit des autres formes d'hébergement (ils étaient 73 % en 2017). Les trois premiers pays émetteurs sont les États-Unis (34,5 %), la France (21 %) et le Japon (6 %), les cinq pays suivants représentent 19,5 % des effectifs. Ainsi ces huit premiers pays constituent 81 % de la clientèle. Parmi eux, l'Italie et la France sont en forte augmentation, les États-Unis et le Canada progressent également. La clientèle métropolitaine a la croissance absolue la plus forte (+ 4 900 touristes), suivi du marché européen (+ 2 900) et de l'Amérique du Nord (+ 1 350). A contrario, les marchés d'Asie et de la région Pacifique se contractent et perdent respectivement 3 600 et 1 250 touristes sur ce type d'hébergement.

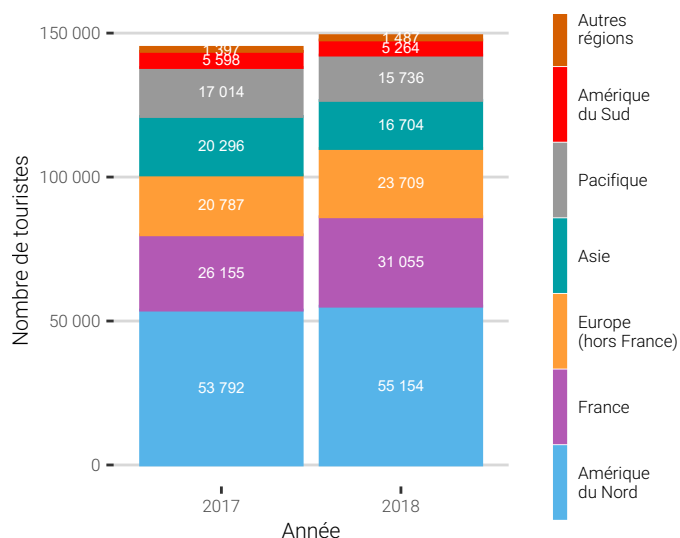
Fig. 1. Répartition des touristes par type d'hébergement et région



Source : Enquête Fréquentation touristique 2018 ISPF

Les établissements hôteliers et les pensions de familles demeurent les structures de séjour privilégiées. La location de meubles du tourisme gagne des parts de marché pour représenter 6 % de la clientèle. En 2018, 13 000 touristes déclarent avoir effectué au minimum une nuit dans ce type de logement, soit une croissance de 53 % par rapport à 2017. La durée moyenne de séjour en hébergement terrestre marchand progresse de 0,7 jour pour s'établir à 12,5 jours. La hausse s'observe sur la totalité des marchés touristiques, exception faite du marché français resté stable à 21,7 jours. De ce fait, le nombre de nuitées en hébergement terrestre marchand progresse de 9 %.

Fig. 2. Répartition et évolution du nombre de touristes en hébergement terrestre marchand par région



Source : Enquête Fréquentation touristique 2018 ISPF

L'hébergement flottant augmente de 30 % ; il constitue la seconde composante du tourisme en Polynésie française avec 20 % du total des effectifs. Sa progression s'explique par une hausse importante de l'offre avec la présence du Paul Gauguin sur une année complète (absent deux mois en 2017) ainsi que la réalisation de nouvelles croisières intra-polynésiennes par plusieurs paquebots (Maasdam, Ms Marina, ...) non basés sur Papeete. Avec

10 000 croisiéristes supplémentaires, le tourisme flottant est le plus gros contributeur à la croissance globale pour 5 points. La durée moyenne de séjour est stable à 13,7 jours en 2018. Le nombre de nuitées flottantes suit la croissance de la fréquentation et progresse fortement de 30 %, soit 136 991 nuitées supplémentaires.

Troisième et dernière composante du tourisme en Polynésie française, l'hébergement non marchand comprend 11 % des effectifs touristiques. Ils sont majoritairement originaires de métropole (58 %) et des pays voisins situés dans le Pacifique (21 %). En 2018, la part du tourisme non marchand progresse fortement (+ 16 %) par rapport à 2017, soit 3 250 touristes supplémentaires. La durée moyenne de séjour en hébergement non-marchand se réduit légèrement (- 0,4 jour) pour se situer à 30 jours, soit la plus longue durée de séjour pour l'ensemble des types de tourisme.

La desserte aérienne s'agrandit de deux nouvelles compagnies internationales

En 2018, deux nouvelles compagnies aériennes desservent la Polynésie française, l'opérateur low cost français French Bee et l'opérateur américain United Airline qui contribuent respectivement pour 7,9 points et 2,2 points à la hausse de fréquentation. Arrivée en mai, la compagnie française a transporté 7 % de la clientèle annuelle, soit 15 500 passagers contre 2 % pour la compagnie américaine arrivée en octobre (4 500 passagers). La clientèle de French Bee se compose à 70 % de métropolitains, à 20 % d'Américains et à 7 % d'Européens ; les passagers de United Airline (93 % d'Américains) alimentent exclusivement les hébergements payants qu'ils soient terrestres (78 %) ou flottants (19 %). Seuls 3 % de ces passagers séjournent dans un hébergement gratuit contre 31 % pour la clientèle de French Bee, soit 5 000 touristes. Ainsi, les passagers du low cost contribuent pour 24 points à l'évolution du secteur non marchand. Néanmoins, 59 % des voyageurs de la compagnie métropolitaine choisissent un établissement terrestre payant et 10 %, la croisière. La durée moyenne de séjour pour les passagers de French Bee est supérieure de 14 jours à celle de United Airline (24,7 jours contre 10,4 jours) et alimente le chiffre d'affaires des entreprises polynésiennes.

La clientèle européenne incarne le voyage en circuit international

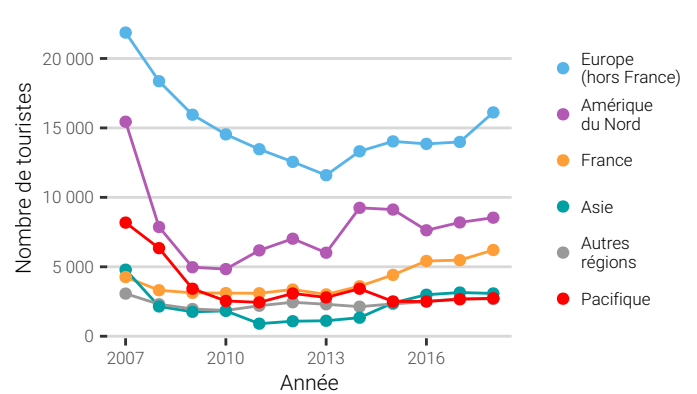
En 2018, la part des touristes dont le voyage vers la Polynésie française constitue l'unique destination s'établit à 82 %. La part restante visite le pays dans le cadre d'un circuit touristique intégrant la visite de plusieurs pays. Cette répartition est identique à l'année précédente et augmente de 8,7 % dans chacune des catégories. La part du tourisme de destination se renforce cependant sur les marchés en croissance (+ 13 % pour l'Amérique du Nord, + 19 % pour la France et + 17 % pour la clientèle européenne).

Le tourisme de destination est fortement privilégié par la totalité des marchés touristiques présents en Polynésie à l'exception du marché européen dont 51 % des effectifs découvrent la Polynésie en circuit touristique ; compte tenu de la distance les séparant de cette destination, le trajet s'effectue par étapes.

Cette forme de voyage concerne aussi 10 % de la clientèle américaine et de la région Pacifique, 12 % de la clientèle française et

17 % de la clientèle asiatique. Au global, ce sont 40 000 touristes qui parcourent la Polynésie dans le cadre d'un circuit international.

Fig. 3. Evolution des effectifs touristiques en voyage de circuit international



Source : Enquête Fréquentation touristique 2018 ISPF

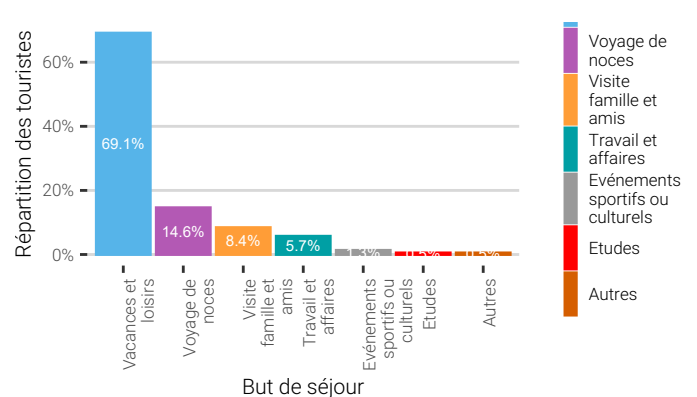
Deux tiers des touristes viennent pour les vacances et le loisir

En 2018, le tourisme d'agrément demeure le premier but de séjour pour plus des deux tiers des touristes. Il progresse de 12,3 % et contribue pour 8,2 points à la hausse des effectifs. Le mariage et la lune de miel arrivent en seconde position du classement par but de séjour avec 14,5 % des effectifs touristiques. La lune de miel connaît un regain de dynamisme auprès des clientèles européenne et française qui progressent respectivement de 11 % et 12,5 % pour représenter 42 % de la clientèle totale. Les marchés historiques (Asie et Amérique du Nord) se détournent de ce but de vacances, en baisse de 5,2 %.

Le tourisme affinitaire qui concerne 18 000 touristes, progresse de 13 % avec une forte hausse des touristes originaires de France métropolitaine (+ 18 %) et d'Europe (+ 13 %). Le marché Nord américain augmente (+ 3,7 %). A contrario, la clientèle asiatique décline (- 9 %) et celle du Pacifique reste stable.

Le tourisme d'affaires représente 6 % des motifs de séjour. Il diminue pour la troisième année consécutive (- 3,7 %, soit 500 personnes) en raison de la contraction des principaux pays émetteurs (Amérique, Asie, Pacifique, Europe). Le marché métropolitain contre la tendance et progresse de 1,6 % pour représenter 40 % des effectifs du tourisme d'affaires.

Fig. 4. Répartition des touristes par but de séjour



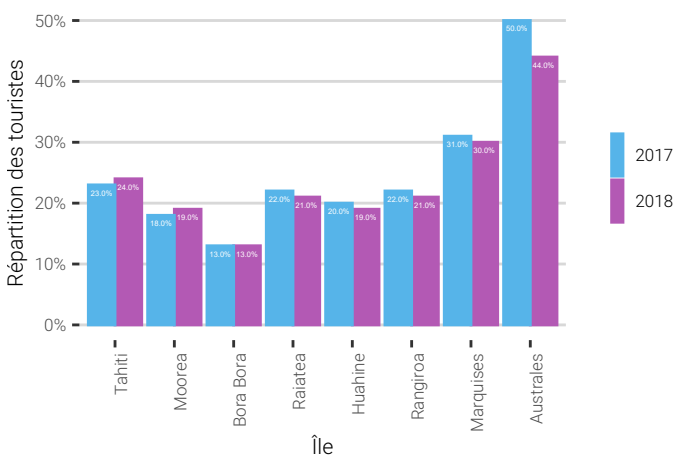
Source : Enquête Fréquentation touristique 2018 ISPF

Hausse du nombre de « repeaters » dans le paysage touristique

En 2018, la fréquentation des touristes ayant déjà séjourné en Polynésie française (repeaters) augmente de 10,8 % pour représenter 21,7 % de la fréquentation touristique globale contre 23,6 % l'année précédente. Ce type de tourisme contribue pour 2,3 points à la hausse globale de fréquentation. La croissance est significative pour les marchés américain (+ 14 %), français (+ 13 %) et de la région Pacifique (+ 10,5 %). L'Europe suit avec une progression de + 6,5 % ; l'Asie recule (- 6 %). Les repeaters constituent 17 % de la fréquentation américaine, 32 % des touristes métropolitains et 37 % des touristes originaires du Pacifique.

La proportion des repeaters privilégiant l'hébergement terrestre payant est de 55 % et elle augmente de 6 % par rapport à 2017. Cependant, les touristes revenant en Polynésie se sont davantage orientés vers l'hébergement non marchand (26 % des effectifs) et flottant (19 % des effectifs) qui progressent respectivement de 12 % et 22 %. Les repeaters consomment 21,5 % des nuitées terrestres marchandes, 54 % des nuitées non marchandes et 22 % des nuitées flottantes. La fréquentation des repeaters est d'autant plus forte que les îles visitées sont plus éloignées de Tahiti. Ainsi, s'ils ne représentent que 13 % des touristes ayant visité Bora Bora, ils constituent 44 % et 30 % des touristes ayant visité respectivement les Australes et les Marquises.

Fig. 5. Evolution de la part des "repeaters" par île visitée



Source : Enquête Fréquentation touristique 2018 ISPF

Les USA et la France sont les deux premiers marchés touristiques en 2018

En 2018, les deux premiers marchés touristiques, États-Unis et la France, regroupent plus de la moitié des effectifs et contribuent conjointement pour 7,6 points à l'évolution globale. Les touristes originaires des États-Unis représentent 35 % des effectifs touristiques. La France progresse fortement (+ 18 %) et renforce sa position de second pays émetteur avec 23 % des parts de marché (21 % en 2017). A contrario, les marchés japonais et australien se contractent et contribuent négativement pour 1,8 point à l'évolution globale. Ces baisses concordent avec la tendance observée sur leurs régions respectives. Ainsi le Japon conserve sa troisième place mais diminue fortement de 23 % ; il rejoint le marché chinois qui décline pour la seconde année consécutive (- 7 %). La baisse

des arrivées de touristes australiens et néo-zélandais masque la hausse de fréquentation de la Nouvelle-Calédonie (+ 870 personnes).

TABLE 1. Fréquentation touristique par marché

PAYS	2018 (nombre)	Variation 2018/2017 (%)	Part de marché (%)	Contribution à l'évolution de la fréquentation de		
				touristes (points)	touristes flottants (points)	touristes terrestres (points)
USA	75 693	11	35	3,8	17,6	0,9
France	49 272	18	23	3,8	2,3	4,1
Japon	9 912	-23	5	-1,5	-0,1	-1,7
Australie	9 335	-7	4	-0,3	0,2	-0,5
Nouvelle-Zélande	8 947	-5	4	-0,2	0,6	-0,4
Italie	8 802	14	4	0,5	0	0,7
Canada	7 846	23	4	0,7	3,8	0,1
Nouvelle-Calédonie	5 684	18	3	0,4	0,1	0,5
Chine	5 055	-7	2	-0,2	0	-0,2
Allemagne	4 539	17	2	0,3	0,9	0,2
Royaume-Uni	4 382	16	2	0,3	0,5	0,3
Suisse	3 406	12	2	0,2	0,5	0,1
Espagne	2 530	3	1	0	0,1	0
Argentine	2 067	-3	1	0	-0,2	0
Chili	2 018	3	1	0	0	0
Brésil	1 788	-10	1	-0,1	0,2	-0,2
Autres Pays	14 992	13	7	0,9	3,1	0,3

Source : Enquête Fréquentation touristique 2018 ISPF

Fort rebond du marché nord-américain notamment sur la croisière

Avec une croissance des effectifs de 12 %, le marché nord-américain réalise sa deuxième meilleure fréquentation sur le territoire polynésien. Les États-Unis et le Canada composent ce marché respectivement pour 90 % et 10 % ; Hawaii représente 4,3 % des touristes américains. Les touristes des États-Unis proviennent pour 36 % d'entre eux de la Californie. Le littoral ouest américain (Hawaii inclus) progresse de 16 %, soit 5 000 touristes supplémentaires pour une contribution de 7,2 points à l'évolution de la fréquentation américaine en Polynésie. L'Amérique du Nord contribue pour 4,5 points à la croissance touristique globale. Ils sont 5 % à voyager avec United et 4 % avec French Bee.

Cette année, le tourisme flottant porte la croissance américaine avec une progression de 39 % et une contribution de 9,7 points à l'évolution contre 1,8 point pour l'hébergement terrestre marchand et 0,5 point pour le tourisme non marchand. Le secteur de la croisière est plébiscité par 30 % des effectifs américains, soit 25 700 personnes qui constituent 60 % des passagers totaux embarqués en 2018. Ils contribuent pour 3,6 points à l'évolution globale de ce secteur. L'hébergement terrestre est dominé par le segment marchand avec 66 % des effectifs contre 4 % pour le non marchand. Le tourisme non marchand est le plus dynamique, il augmente de 16 % contre 2,5 % pour le tourisme terrestre payant.

Les repeaters représentent 14 % du marché américain et renouvellent pour 60 % d'entre eux leur séjour en hébergement terrestre payant, ils progressent de 29 % sur la croisière.

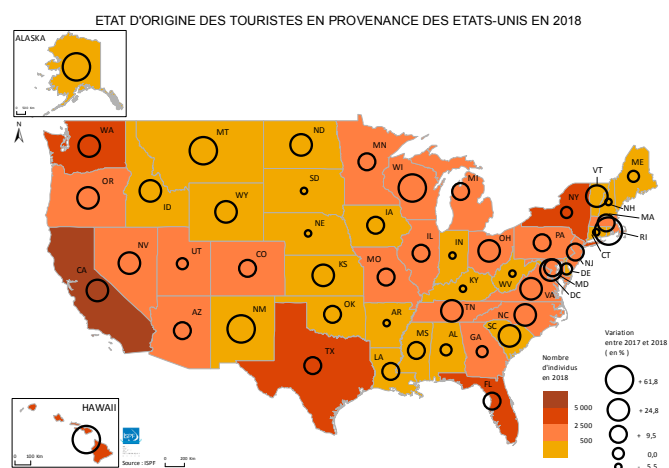
La moitié des touristes américains sont des chefs d'entreprises et des cadres supérieurs et 21 % sont des retraités (+ 30 % en 2018).

La clientèle américaine vieillit en 2018. L'âge moyen augmente à 46,6 ans en lien avec la hausse de la croisière dont la moyenne d'âge est de 56,6 ans contre 42,3 ans pour l'hébergement terrestre payant. La part des touristes âgés de plus de 55 ans représente 37 % des effectifs et progresse de 25 %.

La part des touristes nord-américains déclarant la catégorie « vacances et loisirs » comme but de séjour progresse (+ 17 %) contrairement au « voyage de noces » qui recule de 11,5 % et représente désormais 12,6 % des motifs de séjour du marché américain. Bora-Bora est l'île la plus visitée et sa fréquentation augmente de 5 %. Cependant, la part des Américains visitant Bora-Bora se réduit (58 % des effectifs) au profit des autres destinations (+ 50 % vers les Marquises et + 40 % aux Australes).

La durée moyenne de séjour progresse de 0,4 jour à 10,4 jours mais demeure inférieure à celles des autres marchés (11,3 jours hors France). La clientèle nord-américaine consomme 867 726 nuitées, soit 27 % des nuitées totales.

Fig. 6. Etat d'origine des touristes en provenance des Etats Unis



Source : Enquête Fréquentation touristique 2018 ISPF

La hausse de fréquentation du marché métropolitain est la plus forte

En 2018, le nombre de touristes métropolitains progresse fortement. Cette hausse, observée pour la cinquième année consécutive, permet à la France d'atteindre 23 % de part de marché. Cette augmentation se répartit sur tous les types d'hébergement. Les touristes métropolitains privilégient très fortement le segment terrestre pour 90 % d'entre eux, répartis à 63 % dans un établissement payant et 27 % dans une structure gratuite. Le secteur marchand profite principalement de la croissance des effectifs, avec 19 % de hausse contre 16 % pour le secteur non marchand, les contributions respectives des deux segments sont de 13,6 points et 4,6 points. Le secteur de la croisière progresse de 21 % et contribue pour 1,9 points à l'évolution de la fréquentation hexagonale.

Les effectifs métropolitains privilégient le tourisme de destination et constituent la nationalité la plus représentée dans les îles éloignées (55 % des touristes aux Australes et 49 %, aux Marquises). Un touriste métropolitain sur trois est déjà venu en Polynésie française.

Leur durée moyenne de séjour est la plus longue de l'ensemble

des marchés (26 jours de moyenne contre 11,3 jours), qu'elle soit marchande (22,7 jours) ou non marchande (36,7 jours). Ce temps additionnel leur offre la possibilité de multiplier les expériences touristiques ; la clientèle française consomme ainsi 1 282 957 nuitées (+ 186 332 nuitées sur un an) pour représenter 40,5 % des nuitées touristiques de 2018.

Les vacances et le loisir restent le but de séjour principal déclaré par la moitié des touristes ; ce type de séjour progresse de 24 %. Le voyage de noces concerne uniquement 9 % des touristes mais progresse de 12,5 % sur l'année. La visite de famille et d'amis concerne un quart des touristes, en progression de 18 % par rapport à 2017.

L'âge des touristes français se situe entre 25 et 64 ans pour 68 % d'entre eux avec un âge moyen de 43,5 ans. Un tiers de ces touristes sont des cadres et chefs d'entreprises et 18 % d'entre eux sont des retraités. La moitié des touristes métropolitains sont originaires des régions Île de France, Rhône Alpes, Provence Alpes Côte d'Azur et Aquitaine.

La clientèle française est saisonnière avec un pic de fréquentation marqué en juillet (7 400 touristes) où le nombre de touristes accueillis est multiplié par deux. Durant cette période estivale (juillet et août), le marché français devient le premier pays émetteur devant les Etats-Unis. Depuis le mois de mai, 11 000 passagers métropolitains ont voyagé avec French Bee, soit 22 % de la fréquentation annuelle.

La hausse de la fréquentation européenne s'intensifie

En 2018, le nombre de touristes européens progresse de 16 %. Cette augmentation s'explique par la hausse conjuguée du nombre de croisiéristes (+ 24,5 %) et du nombre de touristes en hébergement non marchand (+ 15 %) et terrestre marchand (+ 14 %).

A l'exception du Portugal, l'ensemble des pays européens améliorent leurs résultats sur l'année. Les premiers marchés de la zone Europe sont, dans cet ordre, l'Italie (28 %), l'Allemagne (14,5 %), le Royaume-Uni (14 %) et la Suisse (11 %) ; ils contribuent collectivement pour 1,4 point à l'évolution de la fréquentation globale.

Les touristes européens sont pour 80 % d'entre eux âgés entre 25 et 64 ans, avec un âge moyen de 42,5 ans (44,4 ans tous marchés confondus). Plus de 40 % de ces touristes sont des cadres et chefs d'entreprises et 13 % d'entre eux sont des retraités. Cette part de la clientèle augmente de 27 %. Les vacances et le loisir restent le but principal de séjour des deux tiers des touristes ; ce type de séjour progresse de 21 %. Le voyage de noces concerne 8 600 personnes, soit 27,5 % des effectifs européens et 27 % de la clientèle totale sur ce motif de séjour. Les Européens contribuent pour 2,6 points à la progression de ce type de tourisme, les Italiens sont majoritaires (61 % de la clientèle).

Les touristes européens restent en moyenne 13,9 jours en Polynésie française et consomment 436 500 nuitées, soit une progression de 17,4 % sur un an. Les nuitées effectuées en hébergement payant augmentent de 18 % et contribuent pour 2,8 points aux nuitées totales du secteur marchand.

Le déclin asiatique se confirme avec le ralentissement du marché japonais.

Les effectifs touristiques originaires d'Asie reculent de 15,6 % en 2018. Cette baisse s'explique par la contraction conjointe des deux

marchés principaux qui totalisent 81 % de la fréquentation régionale : le Japon (54 %) et la Chine (27 %). Contrairement à l'année précédente, la fréquentation japonaise diminue comme le marché chinois en baisse pour la seconde année consécutive après 5 ans de croissance ininterrompue. Le Japon contribue négativement pour 1,5 point et la Chine pour 0,2 point à l'évolution de la fréquentation asiatique.

La clientèle japonaise est présente exclusivement sur le secteur terrestre (95,5 % des effectifs), en diminution de 23 % cette année. Les touristes japonais sont pour 38 % d'entre eux âgés entre 24 et 34 ans (24,5 % pour l'ensemble des touristes) avec un âge moyen de 42,7 ans. Ce profil plus jeune est en lien avec le séjour lune de miel qui est le vecteur historique de leur présence (56 % en 2006). Cependant, ce motif diminue de 19 % au profit du séjour d'agrément qui représente 60 % des effectifs accueillis contre 35 % présents pour la lune de miel. Plus de 37 % de ces touristes sont des cadres et chefs d'entreprises et 19 % d'entre eux sont des techniciens ou employés et seulement 7 % des retraités (tous marchés confondus, les retraités représentent 17 % des touristes). Ils sont 74 % à déclarer visiter Tahiti et 41 % à visiter Bora-Bora.

Les touristes originaires de Chine sont moins nombreux en 2018 (- 375 touristes) mais cette baisse est moins significative que l'année passée. La clientèle loge exclusivement dans les structures d'hébergement payant (98 % des touristes) et contribue négativement pour 7,3 points à la diminution des effectifs. Cette clientèle est très jeune (42 % d'entre eux sont âgés entre 25 et 34 ans) avec un âge moyen de 37,1 ans. Les vacances et le loisir sont le but de séjour principal, il est déclaré par 72 % des touristes ; ce type de séjour recule de 3,5 % et contribue négativement pour 2,2 points à l'évolution des effectifs. Le voyage de noces, en recul de 8 %, est déclaré par 21,5 % des touristes chinois.

Les touristes asiatiques restent en moyenne 8,4 jours en Polynésie française, soit la durée de séjour la plus faible de l'ensemble des marchés. Néanmoins, leur présence s'allonge de 0,5 jour. Ils consomment 154 220 nuitées, soit une diminution de 19 000 nuitées sur un an dont 15 500 pour le Japon. Le marché asiatique représente 5 % des nuitées globales.

Le marché du Pacifique se réduit mais consomme plus de nuitées

Après un résultat exceptionnel l'année précédente, le marché du Pacifique recule de 1 % en 2018. Néanmoins, la fréquentation arrive en troisième position après celles de 2006 et 2017. L'Australie et la Nouvelle-Zélande contribuent négativement pour 0,6 point à l'évolution globale. Ces touristes délaissent l'hébergement marchand en baisse de 7,5 % pour l'hébergement non payant qui progresse de 19,5 %.

Le marché néo-calédonien confirme son rebond et la fréquentation augmente de 18 % pour la seconde année consécutive. La Nouvelle-Calédonie est très présente sur le secteur non marchand qui représente la moitié de sa fréquentation touristique. La durée de séjour en établissement payant est de 13,5 jours et de 19,7 jours en hébergement non payant. Ces moyennes sont supérieures aux résultats touristiques observés en Polynésie mais demeurent inférieurs au marché métropolitain dont la durée de séjour s'allonge de 15 jours en hébergement gratuit. L'âge moyen est de 41,7 ans et

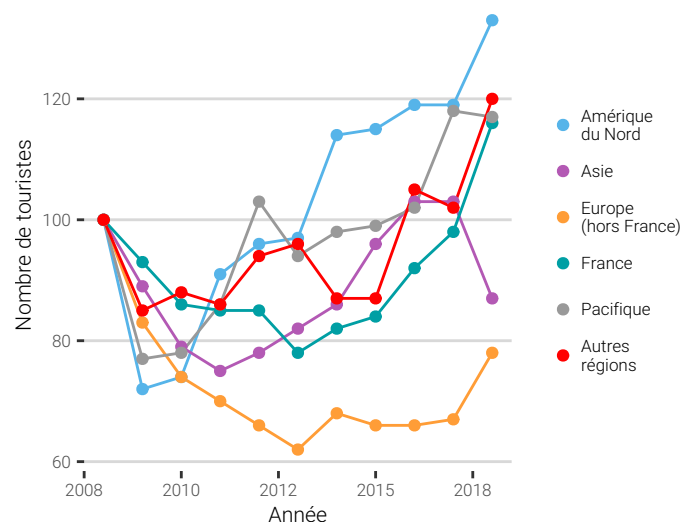
les effectifs de retraités sont moins nombreux (13 % contre 17 % tous marchés confondus).

Les touristes anglo-saxons du Pacifique portent un intérêt au secteur de la croisière. Les croisiéristes australiens et néo-zélandais représentent 62 % et 32,5 % de la fréquentation de leurs marchés respectifs. Leur effectif progresse de 7 % et contribue pour 0,8 point à la croissance de l'activité. Le secteur terrestre en baisse contribue négativement pour 1,8 point à la fréquentation touristique de la clientèle du Pacifique.

Les touristes originaires du Pacifique sont pour 49 % d'entre eux âgés entre 24 et 54 ans avec un âge moyen de 44,3 ans. Plus de 39 % de ces touristes sont des cadres et chefs d'entreprises et 16,5 % d'entre eux sont des retraités. Les vacances et le loisir restent le but de séjour déclaré par 66 % des touristes ; ce type de séjour diminue de 4 %. Le voyage de noces (en baisse de 25 %) est déclaré par à peine 4,4 % des touristes du Pacifique avec une progression de 2 % des Néo-calédoniens sur ce motif de séjour. Le voyage d'affaires diminue de 4 % mais progresse de 2 % pour les Calédoniens, qui contribuent pour 0,6 point à ce type de tourisme.

Malgré une baisse de fréquentation, le marché du Pacifique consomme davantage de nuitées touristiques cette année pour s'établir à 318 000 nuitées. Ces nuitées supplémentaires sont consommées à 85 % dans l'hébergement non marchand : par pays, la proportion est de 40 % pour la Nouvelle-Calédonie, 31 % pour la Nouvelle-Zélande et 19 % pour l'Australie. Les nuitées marchandes progressent de 1,3 % avec un fort impact de la Nouvelle-Calédonie qui porte le résultat du segment marchand avec une progression de 25 % qui contribue pour 3,5 points à la croissance de la zone. La durée de séjour des touristes originaires de la région Pacifique augmente de 1 jour à 12,7 jours en 2018.

Fig. 7. Variation des arrivées touristiques par région



Source : Enquête Fréquentation touristique 2018 ISPF

Fréquentation hôtelière stable en Polynésie française

Le coefficient de remplissage est stable et demeure le plus haut de ces 10 dernières années

En 2018, 44 établissements hôteliers internationaux sont actifs en Polynésie française. Ils proposent chaque jour 2 583 unités à la

location, dont 54 % sont situées dans les Îles du Vent et 39 % aux Îles Sous-Le-Vent. Ces hôtels ont loué, en 2018, 648 000 chambres soit 68,7 % des chambres offertes. Par rapport à 2017, le taux de remplissage des hôtels reste stable. Cette stabilité s'explique par la hausse du nombre de chambres louées dans les Îles Sous-Le-Vent (+ 1,7 %) qui compense la baisse des chambres louées sur Tahiti et Moorea (- 0,8 %) et dans les autres archipels (- 2,4 %).

TABLE 2. Evolution des indicateurs de gestion hôtelière par archipel

Archipel	Chambres offertes			Chambres vendues			CMR		RMC	
	2018 (nb)	Part (%)	Variation 2018/2017 (%)	2018 (nb)	Part (%)	Variation 2018/2017 (%)	2018 (%)	Variation 2018/2017 (%)	2018 (F. CFP)	Variation 2018/2017 (%)
Îles du Vent	517 196	54,8%	-2,7%	374 755	57,8%	-0,8%	72,5%	1,9%	27 741	7,0%
dont Moorea	205 478	21,8%	-6,1%	149 496	23,1%	-1,0%	72,8%	5,4%	30 088	7,2%
dont Tahiti	298 943	31,7%	-0,7%	219 990	33,9%	-1,1%	73,6%	-0,5%	20 068	8,6%
Îles Sous-le-Vent	365 451	38,7%	3,4%	241 041	37,2%	1,7%	66,0%	-1,7%	67 049	2,0%
dont Bora Bora	296 645	31,5%	4,1%	199 573	30,8%	-0,7%	67,3%	-4,7%	73 898	4,6%
dont autres ISLV	68 806	7,3%	0,5%	41 468	6,4%	15,0%	60,3%	14,5%	34 090	-10,6%
Tuamotu - Gambier	48 055	5,1%	-3,1%	27 217	4,2%	-0,6%	56,6%	2,6%	31 490	8,0%
Marquises - Australe	12 410	1,3%	-0,1%	5 257	0,8%	-10,7%	42,4%	-10,6%	17 161	17,3%
Polynésie française	943 112	100,0%	-0,4%	648 270	100,0%	0,0%	68,7%	0,4%	42 428	4,7%

Source : Enquête de Fréquentation hôtelière 2018 ISPF

Les indicateurs de gestion des hôtels progressent (hors catégorie Luxe)

Le prix moyen des chambres louées est en hausse de 4,7 % à 42 400 FCFP et s'améliore sur l'ensemble des établissements hôteliers de Polynésie (toutes catégories confondues). La hausse est la plus nette dans la gamme « tourisme » qui progresse de 16,4 % et dans celle des hôtels de « luxe » qui progresse de 6,7 %. Cependant, le taux de remplissage recule principalement dans les hôtels les mieux classés (4 et 5 étoiles). En revanche, le taux de remplissage progresse de 7 % pour la gamme intermédiaire et de 3,5 % pour la gamme « tourisme ».

Hausses contrastées des principaux clients de l'hôtellerie internationale

La clientèle européenne est la plus dynamique dans le secteur de l'hôtellerie internationale. Les ventes progressent de 13,5 % sur l'ensemble du territoire. Les arrivées additionnelles de touristes métropolitains se répercutent sur le nombre de chambres louées qui augmente de 8 %. Le marché américain qui est le principal client des hôtels en Polynésie (37 % des chambres louées) réduit légèrement le poids de ses ventes (- 0,4 %), soit 205 000 chambres louées cette année.

Ces trois marchés compensent la baisse de vente des chambres à destination de la clientèle asiatique et pacifique (respectivement - 25 % et - 18 %). Les principaux contributeurs de ces marchés sont moins présents cette année : Japon (- 25,2 %), Australie (- 14,7 %), Nouvelle-Zélande (- 24,2 %).

La fréquentation de la clientèle résidente (12,1 % des chambres louées), soit 78 000 chambres louées recule de 2 % sur l'ensemble de la Polynésie mais augmente de 1,1 % dans les hôtels de Tahiti et de 14,4 % dans les Îles Sous-Le-Vent hors Bora-Bora.

TABLE 3. Evolution des indicateurs de gestion hôtelière par catégorie d'hôtel

	Chambres offertes			Chambres vendues			CMR		RMC		RevPar	
	2018 (nb)	Part (%)	Variation 2018/2017 (%)	2018 (nb)	Part (%)	Variation 2018/2017 (%)	2018 (%)	Variation 2018/2017 (%)	2018 (F.CFP)	Variation 2018/2017 (%)	2018 (F.CFP)	Variation 2018/2017 (%)
Luxe	588 080	62,4	-1,9	424 477	65,5	-2,9	72,2	-1	54 293	6,7	39 188	5,6
Grand Tourisme	249 924	26,5	3,5	155 622	24	7	62,3	3,3	22 305	1,3	13 889	4,7
Tourisme	105 108	11,1	-0,9	68 171	10,5	3,5	64,9	4,5	14 492	16,4	9 399	21,7
Total	943 112	100	-0,4	648 270	100	0	68,7	0,4	42 428	4,7	29 164	5,1

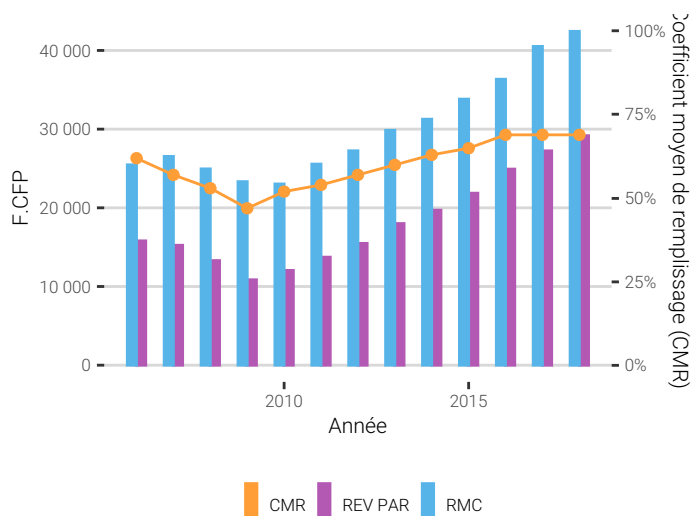
Source : Enquête de Fréquentation hôtelière 2018 ISPF

Baisse des ventes de chambres d'hôtels dans les Îles du Vent et Bora-Bora

La fréquentation hôtelière baisse pour les hôtels situés dans les zones à forte concentration touristique (Tahiti, Moorea et Bora-Bora). Cette observation s'explique par une faible augmentation de la clientèle internationale à Bora-Bora (+ 0,1 %) conjuguée à un recul des ventes dans les hôtels des Îles du Vent (-1,6 % à Tahiti et - 0,8 % à Moorea).

Hors Bora Bora, les Îles Sous-Le-Vent augmentent de 15 % leurs ventes à l'attention de la clientèle internationale et de 14 % vers la clientèle résidente qui, parallèlement, a aussi consommé plus de chambres sur Tahiti (+ 1,1 %). L'île de Moorea enregistre une diminution de la fréquentation à la fois sur le segment local (- 2,4 %) et international (- 0,8 %).

Fig. 8. Evolution des indicateurs de gestion hôtelière



Source : Enquête de Fréquentation hôtelière 2018 ISPF

Tourisme mondial - 2018 : une croissance soutenue pour la neuvième année consécutive

Le nombre de touristes a progressé de 6 % au niveau mondial (soit 72 millions de touristes supplémentaires) cette année, pour atteindre 1,4 milliard de personnes. Ce cap a été atteint deux ans plus tôt que ne le prévoyait l'OMT. C'est la neuvième année consécutive de croissance soutenue depuis la crise économique et financière mondiale de 2009. Ce sont ainsi 470 millions de touristes internationaux de plus qui ont sillonné le monde depuis 2008. La croissance des arrivées et des recettes du tourisme international

continue d'être supérieure à celle de l'économie mondiale. Pour la septième année consécutive, les exportations touristiques ont augmenté plus vite que les exportations de marchandises.

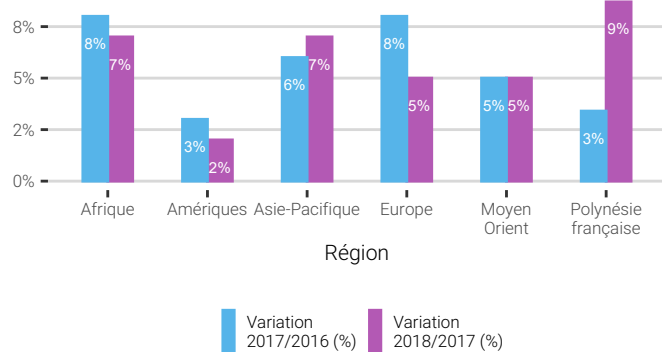
L'Europe demeure, et de très loin, la première destination touristique mondiale. Le Vieux Continent capte en effet à lui seul plus de la moitié des voyageurs, avec 710 millions d'arrivées en 2018, en hausse de 5 %. Comme les années précédentes, l'Europe du Sud et Méditerranéenne affichent les meilleurs résultats (+ 8 %). Les destinations de l'Europe centrale et orientale ont une croissance conforme à la moyenne régionale (+ 5 %). En revanche, la zone de l'Europe du Nord a vu sa fréquentation stagner. Les incertitudes liées au Brexit ont freiné l'attractivité touristique du Royaume-Uni.

Cette année, la plus forte progression des arrivées est en Asie-Pacifique (+ 7 %), soit 348 millions de touristes internationaux. L'Asie du Sud arrive en tête de la croissance (+ 19 %), suivi par l'Asie du Sud-Est (+ 7 %). La région du Nord-Est a connu un net rebond consécutif à l'organisation des Jeux Olympiques d'hiver en Corée du Sud. La croissance en Océanie (+ 3 %) est tirée par l'Australie, qui bénéficie d'un cours plus favorable du dollar australien.

L'Amérique enregistre une hausse de fréquentation de 2 %, avec 216 millions de visiteurs, malgré une baisse des arrivées touristiques en Amérique Centrale (- 2 %) et dans les Caraïbes (- 1 %), qui ne se sont pas totalement remis des ouragans qui ont frappés la zone en 2017. L'Amérique du Sud (+ 1 %) connaît des progressions contrastées liées aux situations politiques régionales. L'Amérique du Nord (+ 4 %) tire la croissance avec les performances robustes du Mexique et des États-Unis.

Le résultat de l'Afrique et du Moyen-Orient progresse de + 7 % et + 5 %, accueillant respectivement 67 et 60 millions de touristes.

Fig. 9. Variation des arrivées touristiques mondiales














Source : Office mondial du tourisme

Perspectives optimistes pour 2019

Le ralentissement de l'économie mondiale et les tensions commerciales poussent l'OMT à avancer des prévisions plus modestes pour 2019. Ces freins devraient être néanmoins en partie compensés par l'essor constant du tourisme venant de pays émergents, comme l'Inde ou la Chine. L'organisme table sur une augmentation de 3 % à 4 % des touristes internationaux cette année.

Télécharger les données

-  Répartition des touristes par type d'hébergement et région (Fig. 1)
-  Répartition et évolution du nombre de touristes en hébergement terrestre marchand par région (Fig. 2)
-  Evolution des effectifs touristiques en voyage de circuit international (Fig. 3)
-  Répartition des touristes par but de séjour (Fig. 4)
-  Evolution de la part des "repeaters" par île visitée (Fig. 5)
-  Fréquentation touristique par marché (Tab. 1)
-  Etat d'origine des touristes en provenance des Etats Unis (Fig. 6)
-  Variation des arrivées touristiques par région (Fig. 7)
-  Evolution des indicateurs de gestion hôtelière (Fig. 8)
-  Evolution des indicateurs de gestion hôtelière par archipel (Tab. 2)
-  Evolution des indicateurs de gestion hôtelière par catégorie d'hôtel (Tab. 3)
-  Variation des arrivées touristiques mondiales (Fig. 9)

Définitions

Croisière intra-polynésienne : un séjour sur un navire ayant Paapeete pour point d'embarquement et de débarquement. Les visiteurs utilisant cette forme d'hébergement flottant sont comptabilisés comme des touristes.

Croisière transpacifique : un séjour sur un navire transitant dans les eaux polynésiennes avec un port d'entrée et de sortie différents et sans aucun hébergement terrestre. Les visiteurs utilisant cette forme d'hébergement flottant sont comptabilisés comme des excursionnistes.

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 louées par le nombre de chambres offertes à la location.

Excursionnistes : visiteurs dont le séjour ne comporte aucune nuitée dans un hébergement terrestre ni dans une croisière intra-polynésienne. Cela comprend les passagers logés à bord des navires en transit, en croisière transpacifique. Ils peuvent visiter le pays pendant un ou plusieurs jours et revenir sur leur bateau pour y dormir.

Hébergement flottant : hébergement sur un yacht, voilier, bateau de croisière.

Hébergement terrestre : par opposition à un hébergement flottant, hébergement qui n'est pas un yacht, un voilier ou un bateau de croisière.

Hébergement marchand : hébergement payant, comme : un hôtel, une pension de famille, une résidence de tourisme ou une location de vacances.

Hébergement non-marchand : hébergement non-payant, en général : un hébergement chez des particuliers (la famille ou les amis) ou dans une structure collective gratuite.

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.

Le Revenu Moyen par Chambre louée (RMC) : le RMC reflète le prix moyen auquel est louée une chambre sur une période donnée. Il est obtenu en divisant la Recette hébergement par le nombre de chambres louées. Le RMC 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.

Nuitée touristique : l'unité de compte de la durée du séjour d'un touriste, constituée d'une nuit par personne passée en hébergement hors de son domicile déclaré. Elle sert à mesurer la durée de séjour moyenne.

Touristes : visiteurs qui passent au moins une nuit en Polynésie française dans un hébergement terrestre ou dans le cadre d'une croisière intra-polynésienne.

Touristes en hébergement flottant : touristes hébergés sur un navire (plaisance, croisière intra-polynésienne, yachting). Cela s'oppose aux touristes en hébergement terrestre.

Visiteurs : personnes non résidentes qui font un voyage en Polynésie française pour une durée comprise entre une nuit et un an. Les passagers en transit et les membres d'équipage sont exclus des visiteurs. Les visiteurs sont qualifiés de touristes ou d'excursionnistes.

Sources

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) : l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) est une institution spécialisée des Nations-Unies destinée à promouvoir et développer le tourisme. L'OMT tient à jour un dictionnaire des concepts sur lequel nos définitions s'appuient.

Enquête Fréquentation Touristique : l'Enquête Fréquentation Touristique (EFT) a été réalisée par le Service du tourisme jusqu'en 2006. L'ISPF en a la charge depuis 2007. Cette opération est réalisée toute l'année avec le concours des compagnies aériennes. Pour tous les vols commerciaux atterrissant en Polynésie française, les voyageurs complètent une fiche touristique, qu'ils soient visiteurs ou résidents. Les informations collectées portent sur les caractéristiques des voyageurs et de leur séjour. L'EFT s'intéresse aux touristes internationaux et non internes à la Polynésie française.

Port Autonome de Papeete : le Port Autonome de Papeete est un établissement public à caractère industriel et commercial qui gère la zone portuaire. Il identifie les navires faisant escale en Polynésie française et dénombre leurs passagers et membres d'équipage. Cette source vient compléter la liste des visiteurs en Polynésie française arrivés par voie aérienne.

Enquête Fréquentation Hôtelière : l'Enquête Fréquentation Hôtelière (EFH) est réalisée par l'ISPF depuis 2007. Cette opération est réalisée tous les mois de l'année avec le concours de 42 hôtels internationaux de Polynésie française. Les hôteliers de Polynésie française répondent à un questionnaire qu'ils transmettent à l'ISPF. Les informations collectées portent sur l'origine géographique de leurs clients, le nombre de chambres offertes et vendues ainsi que la recette hébergement.

Le service du tourisme : le service du tourisme dispose d'une compétence générale en matière de tourisme. Il est chargé de la conception, de la coordination, de la mise en œuvre et de l'évaluation de la stratégie en matière de tourisme, en relation avec les entités publiques et privées ad hoc.

Bibliographie

Julien VUCHER-VISIN (2020) Les dépenses des touristes en hébergement terrestre en 2018

Julien VUCHER-VISIN (2019) Les dépenses des touristes internationaux en 2018

Julien VUCHER-VISIN (2018) Enquête de satisfaction touristique 2017

Julien VUCHER-VISIN (2018) Le bilan du tourisme 2017

Julien VUCHER-VISIN (2017) Les dépenses des touristes selon le type d'hébergement en 2015

Julien VUCHER-VISIN (2017) Les dépenses des touristes internationaux en 2015

Editeur	Institut de la statistique de Polynésie française
Collection	Points Etudes et Bilans
Numéro	1196
Auteur de la publication	Teva BELLI
Rédacteur en chef	Patricia ANNEVILLE
Directeur de la publication	Nicolas PRUD'HOMME
Dépôt légal	Avril 2020
Informations	Immeuble Uupa - 1 ^{er} étage 15 rue Edouard Ahne BP 395 - 98713 Papeete Tahiti Polynésie française
Téléphone	+689 40 47 34 34
Fax	+689 40 42 72 52
Courriel	ispf@ispf.pf
Copyright	© ISPF, Papeete 2020 La reproduction est autorisée, sauf à des fins commerciales, si la source est mentionnée
ISSN	1247-7370