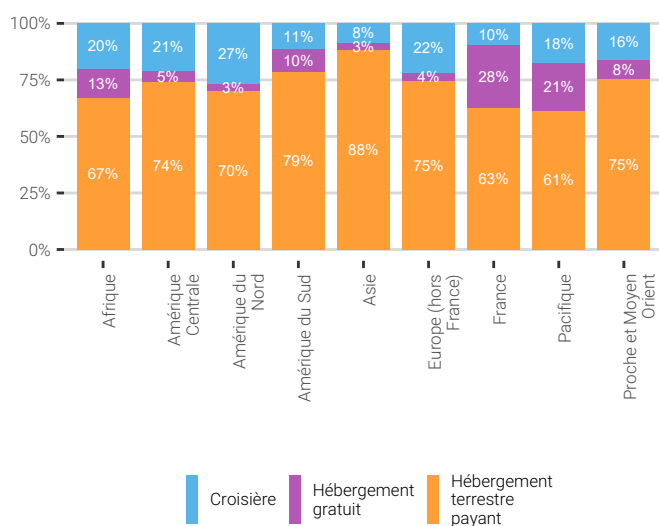


## Le bilan du tourisme de l'année 2019

**En 2019, 236 650 touristes ont séjourné en Polynésie française, soit une hausse de 9,4 % par rapport à l'année précédente. Parmi eux, 18 % sont des croisiéristes (au moins une nuit flottante pendant leur séjour) et 82 % sont des touristes terrestres (+ 11 % sur un an). Cette forte croissance des touristes terrestres s'explique à la fois par la bonne tenue du tourisme terrestre non marchand (12 % des effectifs totaux) et marchand (70 % des effectifs totaux) qui sont respectivement en hausse de 15 et 11 % sur un an.**

### La hausse de fréquentation s'observe sur tous les types d'hébergement

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



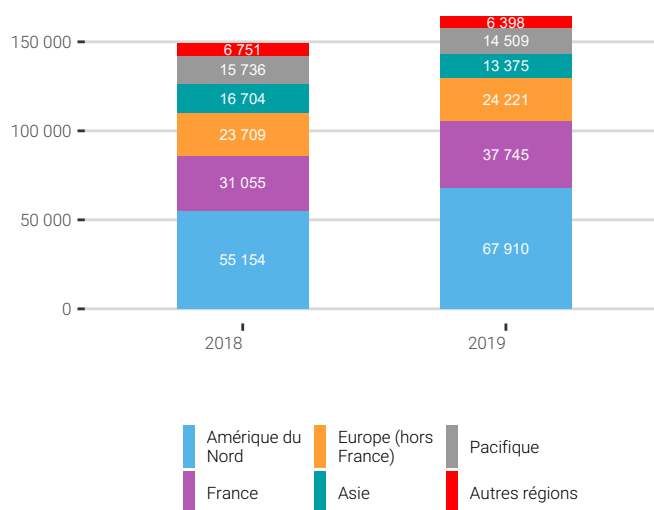
Source : ISPF - Enquête de fréquentation touristique

Depuis 2015, les touristes privilégiant l'hébergement terrestre marchand portent une grande part de la croissance de la fréquentation touristique en Polynésie française. Avec 15 000 touristes supplémentaires en 2019, c'est la plus forte augmentation en variation absolue depuis 20 ans. Les touristes en hébergements terrestres marchands représentent 70 % des effectifs touristiques et contribuent pour 7 points à la croissance globale en 2019. Avec 64 000 touristes, la clientèle originaire des États-Unis est très fortement majoritaire et représente 40 % des effectifs totaux. La clientèle métropolitaine est le second marché sur ce type de tourisme (37 000 touristes et 23 % de parts de marché). Ces deux principaux marchés contribuent respectivement pour 5,9 points et 3,1 points à la croissance annuelle. Les quatre pays suivants reculent : l'Italie et le Japon qui totalisent chacun 7 500 clients, la Nouvelle-Zélande et l'Australie avec 5 000 touristes chacun. Tous les autres pays

constituent moins de 2 % de la clientèle sur ce type d'hébergement. La durée de séjour en hébergement terrestre payant s'améliore de 0,3 jour à 12,8 jours.

Après avoir été le plus gros contributeur à la croissance touristique en 2018, le secteur flottant ralentit sa progression (+ 4 %) pour contribuer pour 0,7 point au résultat annuel. En 2019, 45 000 croisiéristes ont embarqué à bord des navires basés en Polynésie française (paquebot, yacht, plaisance), soit 2 000 touristes de plus sur un an. La durée de séjour est stable (13,7 jours) et le nombre de nuitées suit la hausse des effectifs (+ 3 %).

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



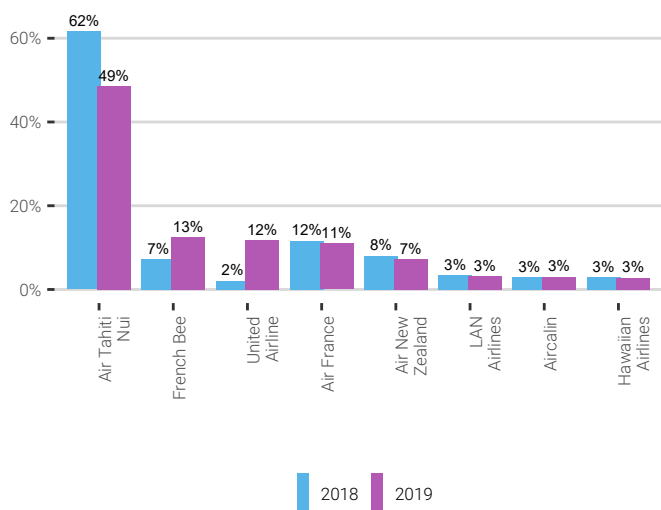
Source : ISPF - Enquête de fréquentation touristique

Le tourisme non marchand réitère sa performance de l'année précédente (+ 16 % de croissance). Le nombre de touristes sur ce secteur s'établit à 27 000 personnes, soit 10 000 de plus qu'en 2015. Il contribue pour 1,7 point à la fréquentation de 2019. Avec une durée de séjour de 29,6 jours (- 0,4 jour sur un an), le nombre de nuitées non marchandes (808 000 nuitées) est supérieur à celui du secteur flottant (620 000 nuitées) mais demeure inférieur par

rapport à l'hébergement terrestre marchand (2 100 000 nuitées). Les nuitées par secteur contribuent dans cet ordre pour 3,2 points, 0,6 point et 7,7 points aux nuitées globales et représentent 23 %, 18 % et 60 % des nuitées touristiques.

### Les nouvelles compagnies aériennes : grands artisans des flux additionnels

Fig. 3. Répartition des arrivées touristiques par compagnie aérienne



Source : ISPF - Enquête de fréquentation touristique

Toutes les compagnies aériennes débarquant à l'aéroport de Tahiti-Faa'a contribuent à la hausse de fréquentation touristique annuelle à l'exception d'Air Tahiti Nui et d'Air New Zealand. La compagnie locale qui transporte 49 % des effectifs cette année, perd 15 000 passagers visiteurs. Ce recul s'explique par la concurrence de French Bee et de United Airlines qui, en 2019, transportent 25 % des arrivées touristiques globales. Les touristes non marchands se détournent des compagnies historiques au profit de la compagnie low cost française qui devient la principale voie d'accès sur ce secteur avec 33 % des effectifs. En hébergement terrestre marchand, les nouveaux opérateurs constituent 12 % des effectifs pour la compagnie américaine et 10 % pour la compagnie française. Air France améliore son résultat avec 1 600 touristes supplémentaires transportés; Air Tahiti Nui transporte 50 % des touristes de ce secteur contre 63 % en 2018. Sur le secteur flottant, les croisiéristes sont 16 % à emprunter United Airlines (+ 6 300 clients) et 7 % French Bee (+ 1 600 clients). La compagnie locale (- 6 000 croisiéristes) représente 53 % de la clientèle (70 % en 2018). Air France et Air New Zealand restent stables (- 1 % chacun) avec 5 700 et 2 900 croisiéristes.

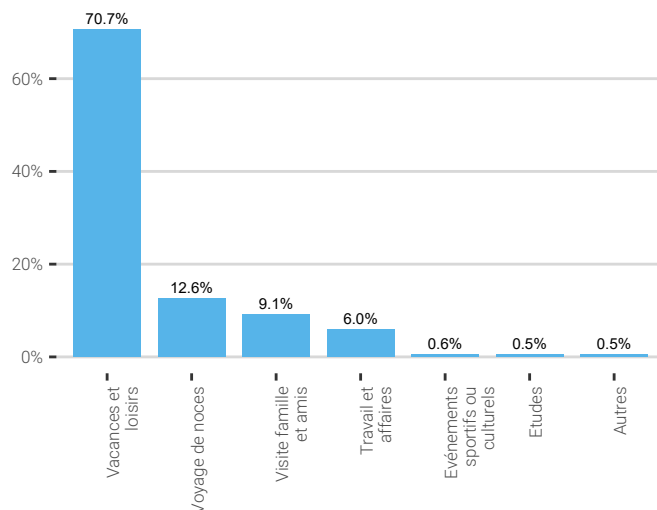
### Le tourisme de destination reste plébiscité en 2019

En 2019, 83 % des touristes visitent la Polynésie française comme destination unique. Pour les touristes en circuit, le séjour s'inscrit dans le cadre d'un voyage incluant la visite de plusieurs pays. Le tourisme de destination (+ 18 000 touristes) contribue pour 8,6 points à l'évolution globale avec les flux additionnels américains et métropolitains (+ 12 800 et + 9 800 touristes).

Pour les voyages en circuit international, l'Europe maintient sa position dominante avec 41 % des effectifs (16 500 voyageurs), suivie de l'Amérique du Nord (22 %). La France (7 500 globe-trotters) est le plus gros contributeur sur ce mode de voyage pour 3,2 points, suivie de l'Europe pour 1,5 point et de l'Amérique du Nord pour 1 point. À l'instar de leur fréquentation annuelle, les marchés du Pacifique, de l'Asie et des autres régions reculent sur les deux modes de voyage.

### Les vacances et les loisirs sont la principale motivation de séjour

Fig. 4. Répartition des touristes par but de séjour



Source : ISPF - Enquête de fréquentation touristique

En 2019, le premier motif de séjour en Polynésie française demeure le tourisme d'agrément (71 %). Ce type de tourisme contribue pour 8,2 points à la croissance. Il est suivi par le tourisme affinitaire et le tourisme d'affaires qui contribuent respectivement pour 1,6 point et 0,9 point à l'évolution. À l'inverse, le motif lune de miel (30 000 touristes) contribue négativement pour - 0,9 point en lien avec la baisse des touristes japonais (- 1 100 clients) malgré la hausse des honeymooners métropolitains (+ 500 touristes) et américains (+ 100 touristes).

La croissance du tourisme affinitaire s'accélère (+ 20 %) avec les arrivées additionnelles en provenance des principaux marchés émetteurs : France (+ 21 %), Amérique du Nord (+ 20 %), Europe (+ 10 %), Pacifique (+ 13 %) et Asie (+ 12 %). Ils sont 21 500 touristes pour ce type de séjour.

Le tourisme d'affaires (14 000 touristes) retrouve également une embellie après trois années d'évolution négative. Il progresse de 16 % porté par les Américains (+ 800 touristes), les Métropolitains (+ 600 touristes) et les clients originaires du Pacifique (+ 300 touristes). La France reste majoritaire avec 5 500 touristes, suivie de l'Amérique du Nord et du Pacifique avec 3 500 et 3 000 touristes.

## Les touristes réitérant leur voyage en Polynésie progressent de 13 %

La fréquentation des touristes réitérant leur voyage en Polynésie française s'établit à 53 000 personnes et contribue pour 2,8 points à la hausse globale de fréquentation. La croissance est d'autant plus forte que les îles visitées sont éloignées de Tahiti. Ainsi, aux Australes, leur part augmente de 30 % pour représenter la moitié de la fréquentation annuelle (2 100 touristes en 2019), et de 20 % dans l'archipel des Marquises. Les personnes ayant déjà séjourné en Polynésie française sont principalement originaires de Métropole (36 %), d'Amérique du Nord (31 %) et du Pacifique (17 % contre 20 % en 2018). L'Europe et l'Asie sont peu représentées, respectivement pour 7 % et 5 %. Ces touristes privilégient l'hébergement terrestre marchand pour 56 % d'entre eux, dont les deux tiers séjournent en hôtellerie (+ 7 %). Dans les pensions de famille et les meublés du tourisme, leurs effectifs progressent respectivement de 19 % et de 39 %. Les repeaters sont 9 500 en croisières et 14 000 en hébergement gratuit. Avec une durée moyenne de séjour deux fois plus longue sur le segment non marchand qu'en structure payante (30,7 jours contre 15 jours), les repeaters consomment 457 000 nuitées terrestres marchandes, 432 000 nuitées non marchandes et 143 000 nuitées flottantes.

TABLE 1. Fréquentation touristique par marché

Pays	Clt.	Rang	2019 (nombre)	Variation 2019/2018	Part de marché	Contribution à l'évolution de la fréquentation de		
						touristes (points)	touristes flottants (points)	touristes terrestres (points)
USA	1	→	88 782	17%	38%	6,1	0,9	7,4
France	2	→	60 382	23%	26%	5,1	3,0	5,7
Italie	3	+3	8 369	-5%	4%	-0,2	0,2	-0,3
Australie	4	→	8 204	-12%	3%	-0,5	0,1	-0,7
Japon	5	-2	8 176	-18%	3%	-0,8	0,1	-1,0
Nlle-Zélande	6	-1	7 960	-11%	3%	-0,5	-0,3	-0,5
Canada	7	→	7 958	1%	3%	0,1	-0,8	0,3
Nlle-Calédonie	8	→	6 522	15%	3%	0,4	0,1	0,5
Allemagne	9	+1	5 010	10%	2%	0,2	0,6	0,1
Royaume-Uni	10	+1	4 424	1%	2%	0,0	-0,1	0,1
Suisse	11	+1	3 524	3%	1%	0,1	-0,1	0,1
Chine	12	-3	3 345	-34%	1%	-0,8	-0,1	-1,0
Espagne	13	→	2 775	10%	1%	0,1	0,1	0,1
Chili	14	+1	2 456	22%	1%	0,2	0,0	0,3
Brésil	15	+1	1 871	5%	1%	0,0	0,0	0,1
Belgique	16	+1	1 502	21%	1%	0,1	0,1	0,1
Argentine	17	-4	1 073	-48%	0%	-0,5	0,0	-0,6
Autres Pays	18		14 309	4%	6%	0,3	0,0	0,3

Source : ISPF - Enquête de fréquentation touristique

## La concentration du tourisme sur la clientèle américano-métropolitaine s'intensifie

En 2019, deux touristes sur trois accueillis en Polynésie française sont originaires des États-Unis ou de la France. Les États-Unis demeurent le premier pays émetteur avec 38 % des parts de marché et la France est seconde avec 26 % des effectifs. Le taux de croissance relative métropolitaine est plus soutenu (+ 23 % contre 17 % pour les États-Unis), mais sa contribution au résultat annuel est inférieure d'un point par rapport aux États-Unis qui contribuent pour 6,1 points. Leur clientèle a été multipliée par deux en 10 et 6 ans.

## L'Amérique du Nord : moteur du tourisme polynésien

En 2019, le marché Nord-américain augmente ses effectifs pour la dixième année consécutive. Composée des États-Unis (89 000 touristes) et du Canada (8 000 touristes), la hausse de fréquentation (+ 16 %) repose exclusivement sur la clientèle des États-Unis qui représente 99 % des flux additionnels avec 13 000 touristes supplémentaires. Un tiers des touristes américains provient de Californie et 4 % de Hawaï; ils contribuent respectivement pour 6 points et 0,3 point à l'évolution.

L'hébergement terrestre marchand, plébiscité par 68 000 touristes américains (+ 23 %), a généré 650 000 nuitées (+ 26 %). Le segment non marchand qui suit la croissance du marché américain (+ 16 %) totalise 56 600 nuitées (+ 6 %). L'hébergement flottant reste stable avec 25 700 croisiéristes américains (+ 0,1 %) pour 300 000 nuitées consommées (- 0,1 %). Les Américains demeurent les principaux demandeurs avec 57 % des passagers (59 % en 2018) mais leur part se réduit au profit des Métropolitains et des Européens.

La moyenne d'âge de la clientèle américaine est de 45,8 ans avec un âge moyen pour les croisiéristes de 55,4 ans et de 40,6 ans pour ceux en hébergement terrestre payant.

Un tiers des effectifs appartient aux catégories sociales les plus aisées et 9 % sont des retraités. Les vacances et les loisirs sont le principal motif de séjour pour 82 % de la clientèle et 4 % pour le travail et les affaires. La honeymoon progresse de 1 % pour représenter 11 % des effectifs.

## Record d'affluence pour la clientèle métropolitaine

La fréquentation de la France métropolitaine n'a jamais été aussi élevée qu'en 2019 avec 60 382 touristes. Le marché métropolitain représente 26 % des effectifs totaux et contribue pour 5,1 points à la croissance. La hausse de fréquentation de 23 % du marché métropolitain se répartit de façon homogène sur tous les types d'hébergement. Ainsi, les secteurs terrestres marchands, non marchands et flottants représentent, comme l'année passée, 63 %, 28 % et 10 % des effectifs métropolitains. La durée moyenne de séjour de la clientèle métropolitaine est supérieure à l'ensemble des marchés (25,5 jours contre 11,3 jours) mais se réduit cette année de 0,5 jour. De ce fait, le nombre de nuitées consommées (+ 20 %) croît moins vite que la hausse des effectifs pour s'établir à 1 550 000 nuitées, soit 43 % des nuitées touristiques annuelles polynésiennes. La moitié de ces nuitées est consommée en hébergement terrestre payant et la seconde moitié en hébergement non payant (600 000 nuitées) et flottant (130 000 nuitées). Les nuitées flottantes et terrestres progressent de 23 % et 20 %.

Un tiers des effectifs métropolitains avait déjà séjourné en Polynésie française. Le tourisme de destination est plébiscité et représente 45 % des effectifs aux Tuamotu-Gambier, 58 % aux Marquises et 60 % aux Australes.

La moyenne d'âge est stable à 43,4 ans avec deux tiers des touristes âgés entre 25 ans et 64 ans. Les motifs vacances et loisirs, travail et affaires et honeymoon contribuent respectivement pour 16,6 points, 1,2 point et 1,1 point au résultat annuel pour représenter 55 %, 9 % et 8 % des effectifs.

## La clientèle européenne progresse grâce à ses marchés secondaires

Avec une hausse de fréquentation de 3,5 %, l'Europe continue sa croissance pour la quatrième année consécutive malgré le recul de son principal marché émetteur : l'Italie (- 5 %). Les Transalpins représentent un quart des effectifs européens avec une fréquentation qui s'établit à 8 300 touristes. La progression s'explique par la hausse de fréquentation des marchés secondaires : l'Allemagne (+ 10,4 %), le Royaume-Uni (+ 1 %) et la Suisse (+ 3,5 %). La plus forte variation relative est attribuée à la Belgique (+ 21 %). 96 % de la clientèle européenne privilégie l'hébergement marchand pour ses vacances, dont un quart est en croisière. La durée moyenne de séjour est identique à l'année précédente (13,9 jours).

L'âge moyen des touristes est de 42,9 ans avec une clientèle terrestre (40,2 ans) plus jeune que les croisiéristes (51,6 ans). Le voyage de nocés qui concerne un quart des buts de séjour est en baisse de 6 % avec la contraction du nombre de touristes italiens.

## Le ralentissement de fréquentation du marché du Pacifique se confirme

Le fléchissement observé l'année passée de la clientèle originaire du Pacifique s'accroît en 2019 (- 5,5 %). Les deux marchés principaux : l'Australie (8 200 touristes) et la Nouvelle-Zélande (8 000 touristes) perdent chacun 1 000 touristes cette année. Mis à part la hausse des croisiéristes australiens (+ 1,8 %), la clientèle australienne et néo-zélandaise recule sur tous les types d'hébergement. A contrario, les effectifs calédoniens (6 500 touristes) maintiennent leur taux de croissance de l'année passée (+ 15 %). Avec 800 touristes additionnels dont 570 en hébergement terrestre marchand, le tourisme terrestre marchand devient pour la première fois majoritaire avec 50 % des effectifs contre 47 % pour le non marchand ; le reste des effectifs calédoniens séjournent en croisière (+ 18 %).

La durée moyenne de séjour est stable à 13 jours. La clientèle du Pacifique a ainsi consommé 306 000 nuitées dont 20 % par la Nouvelle-Calédonie en hébergement non marchand. Avec la baisse de fréquentation, les nuitées du Pacifique se réduisent (avec - 12 000 nuitées) pour contribuer pour - 0,4 point aux nuitées totales de la région.

Les touristes originaires du Pacifique sont âgés en moyenne de 45 ans. Plus de 41 % d'entre eux sont des cadres ou des chefs d'entreprise et 17 % des retraités. Les vacances et les loisirs restent le but de séjour déclaré par 68 % des touristes ; le travail et les affaires en progression de 14 % concernent 12 % des touristes. Le voyage de nocés (en baisse de 30 %) n'est déclaré plus que par 3 % des touristes du Pacifique.

## Le nombre de touristes originaires d'Asie se contracte pour la troisième année consécutive

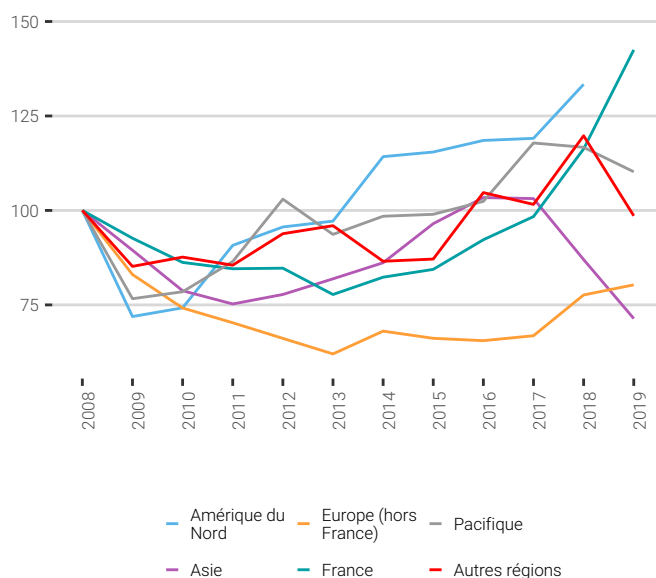
Avec 15 000 touristes accueillis en 2019, la clientèle originaire d'Asie représente 6,4 % des effectifs annuels. Ce marché décline pour la troisième année consécutive (- 18 %), affaibli par ses deux marchés porteurs : le Japon (- 17 %) et la Chine (- 34 %). Néanmoins, un regain de dynamisme s'observe pour les autres pays de la région (Singapour et Hong Kong).

Le Japon et la Chine enregistrent chacun 1 700 touristes de moins, sur un an, pour s'établir à 8 100 clients et 3 300 clients. Cette clientèle ne fréquente que les hébergements terrestres marchands (92 %) avec une durée de séjour globale stable à 8,5 jours (+ 0,1 jour), restant la plus courte de l'ensemble des marchés. Les nuitées reculent de 25 000 unités pour s'établir à 130 000 nuitées.

La clientèle chinoise est plus jeune que la clientèle japonaise (37,9 ans contre 42,8 ans) et 28 % sont des cadres moyens (17 % pour le Japon et 13 % pour l'ensemble des marchés). La catégorie CSP+ concerne 32 % des Chinois et 37 % des Japonais. Dans cet ordre, les retraités constituent 8 % et 10 % des effectifs.

Les vacances et les loisirs sont le principal motif de séjour de la clientèle originaire de Chine (72 %) et du Japon (63 %). La honeymoon (29 % des effectifs japonais) n'a jamais dépassé 23 % des effectifs chinois (2017), ils sont 19 % cette année. Le travail et les affaires reculent de 1 % pour les touristes chinois mais progressent de 18 % pour le Japon, et concernent dans cet ordre 5 % et 6 % de leurs effectifs respectifs.

FIG. 5. Variation des arrivées touristiques par région



Source : ISPF - Enquête de fréquentation touristique

## Le coefficient de remplissage progresse dans l'hôtellerie internationale

En 2019, 46 établissements hôteliers internationaux sont actifs en Polynésie française. Ils proposent chaque jour 2 536 unités à la location, dont 54 % sont situées dans les Îles du Vent et 40 % dans les Îles Sous-Le-Vent. Ces hôtels ont loué, en 2019, 641 035 chambres soit 69 % des chambres offertes. En dehors de Tahiti et Moorea (- 2,1 %), les hôtels de Polynésie française ont vendu plus de chambres (+ 1,7 %). Cumulé à la baisse de l'offre hôtelière (- 6 %), leur taux de remplissage progresse de 8 % et compense la baisse observée dans les Îles du Vent (- 3 %).

TABLE 2. Évolution des indicateurs de gestion hôtelière par catégorie d'hôtel

	Chambres offertes			Chambres vendues			CMR		RMC	
	2019 (nb)	Part (%)	Var. 2019/18 (%)	2019 (nb)	Part (%)	Var. 2019/18 (%)	2019 (%)	Var. 2019/18 (%)	2019 (nb)	Var. 2019/18 (%)
Luxe	611 386	66%	4,0%	432 870	68%	2,9%	70,8%	-1,0%	56 444	4%
Grand Tourisme	229 727	25%	-8,1%	155 531	24%	0,2%	67,7%	9,0%	24 077	8%
Tourisme	84 758	9%	-19,4%	52 634	8%	-22,8%	62,1%	-4,3%	13 603	-6%
<b>Total</b>	<b>925 871</b>	<b>100%</b>	<b>-1,8%</b>	<b>641 035</b>	<b>100%</b>	<b>-0,5%</b>	<b>69,2%</b>	<b>1,4%</b>	<b>45 074</b>	<b>6%</b>

Source : ISPF - Enquête de fréquentation hôtelière

### Les hôtels de « grand tourisme » portent les indicateurs de gestion

Le prix moyen des chambres louées et le taux de remplissage progressent respectivement de 6 % et de 1,4 %, pour s'établir à 45 074 F.CFP et 69,2 %. Ces deux indicateurs progressent de 8 % et 9 % pour les hôtels de « grand tourisme » (3 étoiles) contrairement aux hôtels de « tourisme » où les indicateurs de gestion se contractent dans cet ordre de 6 % et 4,3 %. Pour les hôtels de « luxe » (4 et 5 étoiles), le coefficient moyen de remplissage baisse de 1 % à 70,8 % mais le revenu moyen par chambre progresse de 4 % à 56 444 F.CFP. Au global, le nombre de chambres vendues à destination des hôtels de « luxe » et de gamme intermédiaire progresse de 2,9 % et 0,2 % mais ne compense pas le recul des hôtels de « tourisme » (-22,8 %), le nombre de chambres vendues en Polynésie française diminue de 0,5 %.

### Les États-Unis et la France compensent le recul général des marchés émetteurs

La clientèle originaire des États-Unis (+ 10,7 %) et de France (+ 5,3 %) stabilise les ventes de chambres à destination de la clientèle internationale. Ces deux marchés qui représentent respectivement 35 % et 21 % des ventes annuelles compensent la baisse de l'ensemble des marchés émetteurs. La clientèle européenne, asiatique et celle de la région Pacifique diminuent respectivement de 6,1 %, 19 % et 20,4 %. La clientèle résidente se contracte également (- 4 %) pour représenter 11,8 % des effectifs annuels, soit 75 500 chambres louées. L'Europe, le Pacifique et l'Asie constituent dans cet ordre 14 %, 6,4 % et 3,1 % de la clientèle totale.

TABLE 3. Évolution des indicateurs de gestion hôtelière par archipel

Archipel	Chambres offertes			Chambres vendues			CMR		RMC	
	2019 (nb)	Part (%)	Var. 2019/18 (%)	2019 (nb)	Part (%)	Var. 2019/18 (%)	2019 (%)	Var. 2019/18 (%)	2019 (nb)	Var. 2019/18 (%)
<b>Iles du Vent</b>	522 223	56%	1,0%	367 068	57%	-2,1%	70,3%	-3,0%	29 958	8%
dont Moorea	201 785	22%	-1,8%	144 959	23%	-3,0%	71,8%	-1,3%	32 067	7%
dont Tahiti	307 546	33%	2,9%	216 618	34%	-1,5%	70,4%	-4,3%	21 704	8%
<b>ISLV</b>	343 991	37%	-5,9%	241 535	38%	1,7%	70,2%	8,1%	69 903	4%
dont Bora Bora	277 235	30%	-6,5%	199 670	31%	1,7%	72,0%	8,8%	77 099	4%
dont Autres ISLV	66 756	7%	-3,0%	41 865	7%	1,9%	67,2%	5,0%	32 211	3%
<b>Tuam-Gambier</b>	47 815	5%	-0,5%	26 557	4%	0,4%	55,5%	0,9%	34 454	6%
<b>Marq.- Australes</b>	11 842	1%	-4,6%	5 875	1%	11,5%	49,6%	16,8%	16 662	-3%
<b>Total PF</b>	<b>925 871</b>	<b>100%</b>	<b>-1,8%</b>	<b>641 035</b>	<b>100%</b>	<b>-0,5%</b>	<b>69,2%</b>	<b>1,4%</b>	<b>45 074</b>	<b>6%</b>

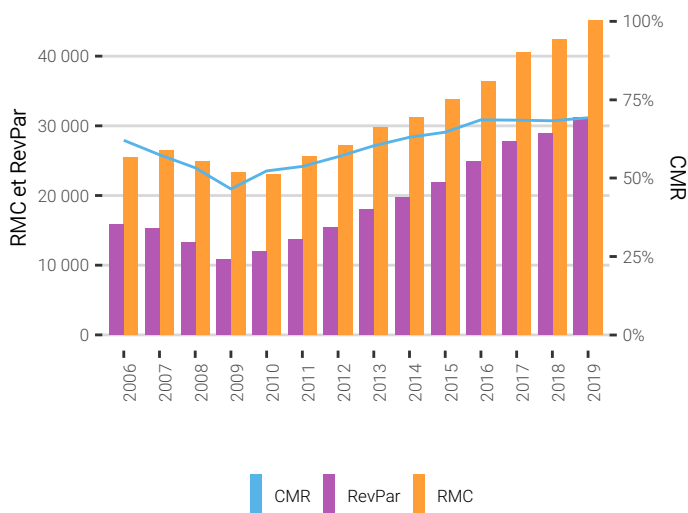
Source : ISPF - Enquête de fréquentation hôtelière

### La fréquentation hôtelière progresse dans les archipels, sauf aux îles du Vent

Exception faite pour l'île de Tahiti, les hôtels de Polynésie française proposent moins de chambres à la location en 2019 et augmentent leurs ventes auprès de la clientèle internationale sauf à Moorea. Ainsi, les archipels des Marquises et Australes enregistrent une hausse de la clientèle non-résidente de 28 % et de 2 % sur l'ensemble des Îles Sous-le-Vent où Bora Bora constitue 31 % des ventes totales.

La clientèle résidente progresse sur l'île de Tahiti (+ 3 %), Tahaa (+ 29 %) et aux Tuamotu (+ 19 %) mais évite Moorea (- 16 %) et les destinations de notoriété internationale comme Bora Bora (- 12 %) et les Marquises (- 38 %).

Fig. 6. Évolution des indicateurs de gestion hôtelière



Source : ISPF - Enquête de fréquentation hôtelière

### Le tourisme mondial consolide sa croissance en 2019

Le nombre de touristes a progressé de 4 % au niveau mondial (soit 100 millions de touristes supplémentaires), pour atteindre 1,5 milliard de personnes. C'est la dixième année consécutive de croissance.

Toutes les régions affichent une augmentation des arrivées internationales. Toutefois, avec l'incertitude autour du Brexit, la faillite de Thomas Cook, les tensions géopolitiques et sociales et le ralentissement de l'économie mondiale, la croissance s'est tassée par rapport aux taux exceptionnels de 2017 et de 2018.

En Europe, la croissance a été plus faible que les années précédentes (+ 4 %) mais reste en tête des arrivées internationales avec 743 millions de touristes internationaux reçus l'an dernier (soit 51 % du marché mondial). La France affiche la plus forte hausse des dépenses de tourisme international (+ 11 %).

En Amérique, la situation est variable (+ 2 %). De nombreuses destinations insulaires des Caraïbes ont consolidé leur redressement après les ouragans de 2017, mais on a assisté à une baisse des arrivées en Amérique du Sud, due en partie à l'agitation politique et sociale actuelle. Grâce à un dollar fort, les États-Unis d'Amérique arrivent en tête en chiffres absolus des dépenses touristiques (+ 6 %).



La région Asie Pacifique connaît un ralentissement, mais sa croissance (+ 5 %) reste supérieure à la moyenne des arrivées internationales. En Chine, premier marché émetteur mondial, les voyages à l'étranger ont augmenté de 14 % au premier semestre 2019 mais les dépenses ont baissé de 4 %.

La première place revient au Moyen-Orient avec une croissance des arrivées de touristes internationaux deux fois supérieure à celle de l'économie mondiale (+ 8 %).

Pour l'Afrique (+ 4 %), les données disponibles font apparaître une croissance restée vigoureuse en Afrique du Nord (+ 9 %) et un ralentissement de la croissance des arrivées en Afrique subsaharienne (+ 1,5 %).

## 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 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.

**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)  
Enquête de fréquentation touristique (ISPF)  
Port Autonome de Papeete : cette source vient compléter la liste des visiteurs en Polynésie française arrivés par voie aérienne.  
Enquête Fréquentation Hôtelière (ISPF)  
Le service du tourisme de la Polynésie française

## Bibliographie

T. BELLI (2020) 1196 Le bilan du tourisme 2018  
J. VUCHER-VISIN (2020) Les dépenses des touristes en hébergement terrestre en 2018  
J. VUCHER-VISIN (2019) Les dépenses des touristes internationaux en 2018  
J. VUCHER-VISIN (2018) Enquête de satisfaction touristique 2017  
J. VUCHER-VISIN (2018) Le bilan du tourisme 2017

## Télécharger les données

 Toutes les données (et données complémentaires)

<b>Editeur</b>	Institut de la statistique de Polynésie française
<b>Collection</b>	Points Etudes et Bilans
<b>Numéro</b>	1237
<b>Auteur de la publication</b>	Teva BELLI
<b>Rédacteur en chef</b>	Nadine RESNAY
<b>Directeur de la publication</b>	Nicolas PRUD'HOMME
<b>Dépôt légal</b>	Février 2021
<b>Informations</b>	Immeuble Uupa - 1 <sup>er</sup> étage 15 rue Edouard Ahnne BP 395 - 98713 Papeete Tahiti Polynésie française
<b>Téléphone</b>	+689 40 47 34 34
<b>Fax</b>	+689 40 42 72 52
<b>Courriel</b>	ispf@ispf.pf
<b>Copyright</b>	© ISPF, Papeete 2021 La reproduction est autorisée, sauf à des fins commerciales, si la source est mentionnée
<b>ISSN</b>	2118-478X

