



## BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE

DÉPARTEMENT DE L'AUDE  
FEVRIER 2020



## INTRODUCTION

Le baromètre mensuel de l'activité hôtelière du département de l'Aude a été techniquement réalisé par la société MKG GROUP – OlaKala mandatée pour ce faire par l'ADT de l'Aude, la CCI de l'Aude, l'UMIH Aude et les Clubs Hôtelières de Carcassonne et de Narbonne.

Pleinement conscients de l'importance pour les professionnels du secteur de disposer rapidement des principaux indicateurs de performance hôtelière évalués à l'aune de leur environnement départemental et comparés aux résultats de la concurrence, les partenaires précités ont mutualisé leurs moyens et agi de concert pour réaliser ce tableau de bord mensuel.

Associant les données d'OlaKala\_suite et celles des professionnels audois adhérents de façon volontaire à ce dispositif, ce baromètre vise à donner aux acteurs du secteur hôtelier et aux territoires des indicateurs pertinents pour s'autoévaluer et performer les niveaux de prestations et les positionnements.

Afin de garantir la confidentialité et la représentativité des données, la publication des résultats par zone reste dépendante du nombre de professionnels adhérents au dispositif (cf. méthodologie) ; il est donc essentiel qu'il suscite l'adhésion de l'ensemble de la profession.

Fruit de la volonté commune des professionnels et des institutionnels audois d'améliorer la performance économique des entreprises, ce nouvel outil doit également nous permettre de mieux positionner notre destination dans le concert de la concurrence.

## MÉTHODOLOGIE

La Base de données de OlaKala\_suite effectue chaque jour et chaque mois le traitement statistique des parts de marché de plus de 3 500 hôtels : analyse personnalisée des taux d'occupation, prix moyens et RevPAR face au marché concurrentiel, en fournissant des indices de performance et des indices de pénétration des marchés, avec plus de 25 ans d'historique. Les traitements respectent les règles de confidentialité et de maintien de la concurrence édictées par les autorités de l'Union européenne.

**Outils de suivi** : la Base de données de OlaKala\_suite dispose d'un programme de suivi des performances quotidiennes – OlaKala\_Destination Daily® - sur les principales places françaises et européennes. Il permet de suivre en temps réel l'évolution des places et des grands pays européens.

**Echantillons et diffusion**: pour qu'un échantillon soit diffusable, un minimum de 4 établissements appartenant à 2 groupes différents est requis.

De plus, un opérateur ne peut représenter plus de 60-65% du poids en chambres de la sélection.

Les zones pour lesquelles nous n'avons pas pu fournir de statistiques dans ce rapport sont celles pour lesquelles nous n'avons à ce jour pas assez de participants.

## CONVENTIONS

Les données communiquées sont à destination unique du contractant. Les données ne peuvent en aucun cas être communiquées à un tiers sans un accord préalable et formel de OlaKala\_Suite (le cas échéant, les données seront obligatoirement sourcées : « Source : Olakala\_Destination »). Ce contrat n'autorise en aucun cas le signataire à commercialiser tout ou partie des données transmises.

## Urbain Carcassonnais :

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	19	42	45%
Chambres	1 152	2 002	58%

## Lauragais

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	1	9	11%
Chambres	72	210	34%

## Carcassonnais :

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	20	57	35%
Chambres	1 222	2 296	53%

## Grand Narbonne

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	14	55	26%
Chambres	717	2 904	25%

## Narbonne Ville :

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	14	19	74%
Chambres	747	972	77%

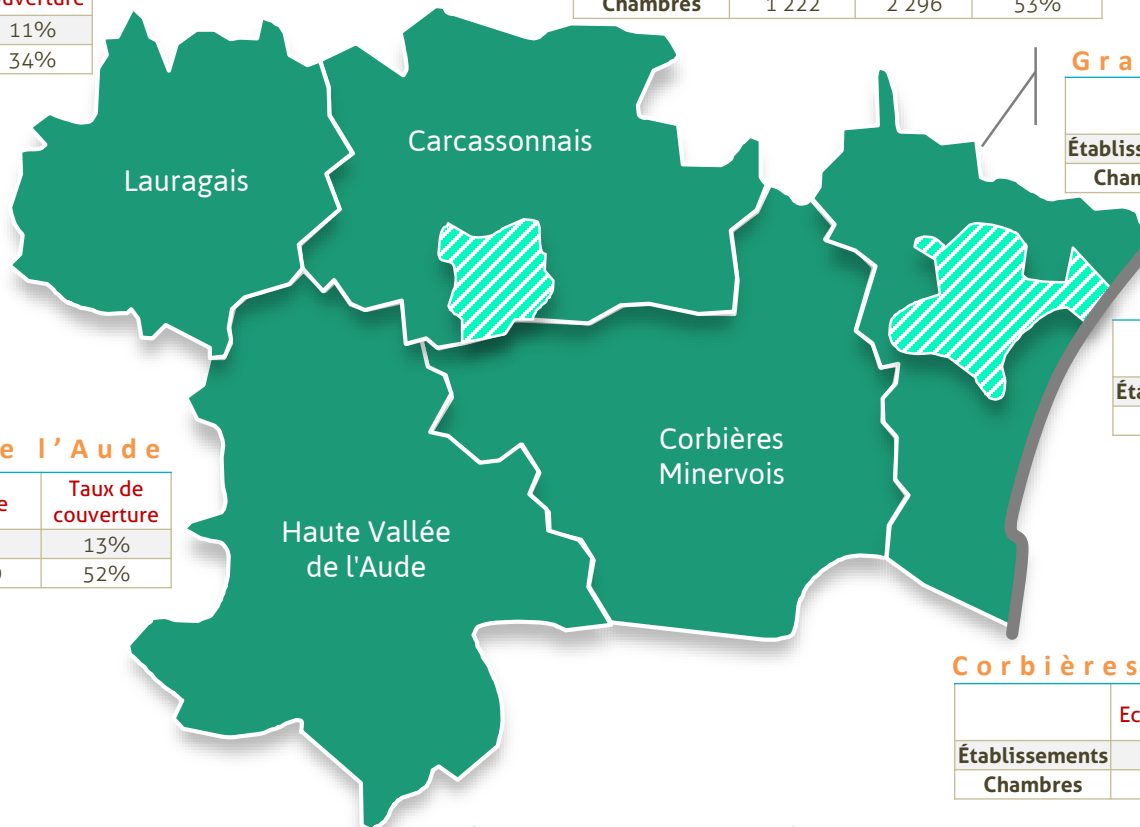
## Haute Vallée de l'Aude

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	3	23	13%
Chambres	242	469	52%

## Corbières Minervois

## Corbières Minervois

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	0	15	0%
Chambres	0	1 000	0%



Zone urbaine Littoral

## Département de l'Aude

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	38	158	24%
Chambres	2 113	6 879	31%

## Urbain Carcassonnais:

TO	PM HT	RevPAR
43,5%	57,3 €	24,9 €

## Carcassonnais\*:

TO	PM HT	RevPAR
n/a	n/a	n/a

\*Résultats non disponibles – un hôtel d'écart avec l'Urbain Carcassonnais

## Grand Narbonne\*:

TO	PM HT	RevPAR
n/a	n/a	n/a

\*Résultats non disponibles – un hôtel d'écart avec Narbonne Ville

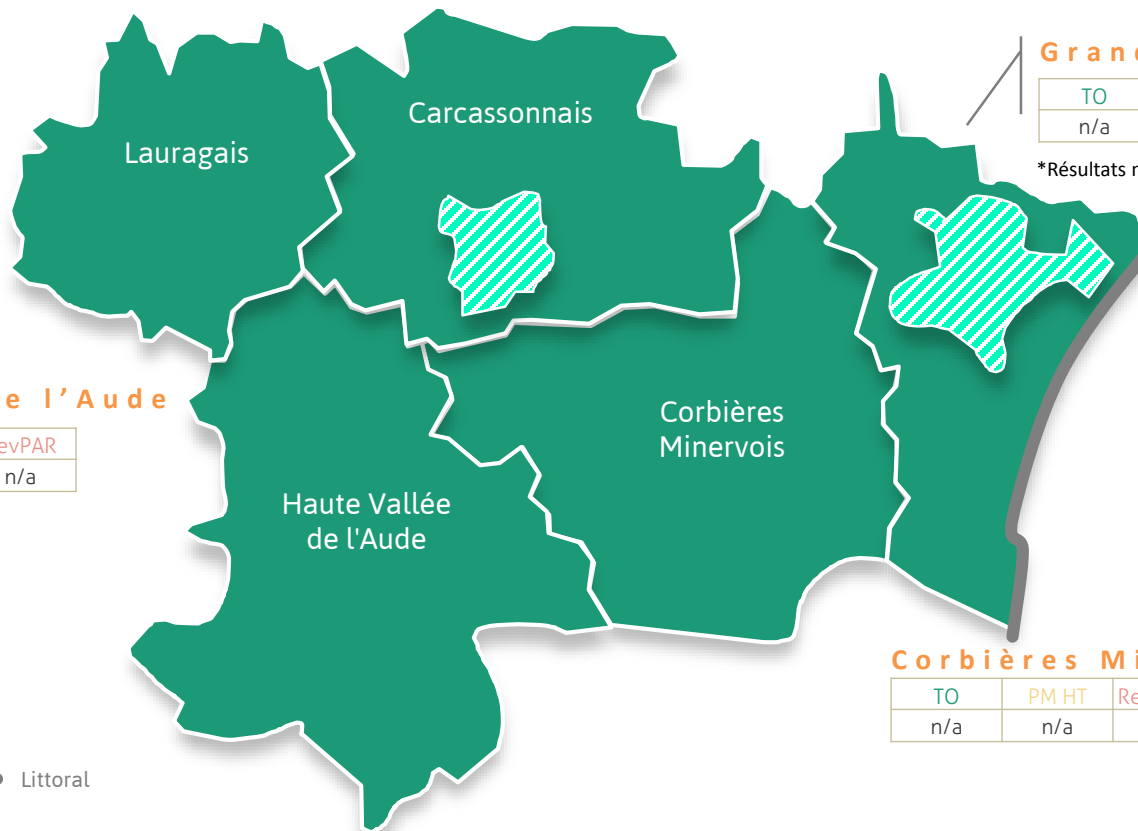
## Narbonne Ville:

TO	PM HT	RevPAR
58,8%	56,4€	33,2€

## Haute Vallée de l'Aude

TO	PM HT	RevPAR
n/a	n/a	n/a

Zone urbaine Littoral



## Corbières Minervois

TO	PM HT	RevPAR
n/a	n/a	n/a

DEPARTEMENT DE L'AUDE	TO en %	PM en € (HT)	RevPAR en € (HT)
Le mois de FEVRIER 2020	49,4%	57,3	28,3

## L'ANALYSE DU MOIS DE FEVRIER 2020

En février 2020, les hôtels du département enregistrent des performances en forte hausse par rapport à l'an dernier, le RevPAR (revenu par chambre) augmentant de 20,7%. Les hôtels classés 3\*/4\*/5\* affichent une hausse des performances avec une fréquentation en augmentation de 8,1 pts et des prix moyen en légère hausse (+2,2%). De leur côté, les hôtels classés 1\*/2\* enregistrent un RevPAR en augmentation de 13,5%, avec une fréquentation en hausse (+4 points) par rapport à février 2019, les prix moyens ont augmenté de 5,3%.

Concernant les différents marchés du département, l'Urbain Carcassonnais affiche des performances en hausse (RevPAR:+13,8%). Cette tendance est plus accentuée pour les hôtels de Narbonne Ville, qui enregistrent une augmentation de RevPAR de 29,6% suite à une hausse de la fréquentation de 9,1 pts.

Comparée aux marchés similaires situés dans le même secteur géographique, Narbonne s'affiche en tête en termes de progression de RevPAR. Les hôtels perpignanais, suite à une hausse de la fréquentation (+6,1 points), enregistrent une augmentation de RevPAR de 16,6%. Carcassonne avec un taux d'occupation en hausse et des tarifs relativement stables, obtient la 3<sup>e</sup> plus forte hausse de RevPAR. Les niveaux de taux d'occupation sont hétérogènes et sont compris entre 43,5% et 80,7% (Sète et Nîmes sont les villes plébiscitées en ce mois de février). Au niveau des tarifs, les deux marchés audois affichent des prix similaires, 57,3€ pour Carcassonne soit le deuxième prix moyen le plus élevé parmi ce panel de villes derrière Avignon (61,5€), Narbonne est en troisième position (56,4€) devant Nîmes. Le département enregistre la plus forte augmentation de RevPAR par rapport aux autres départements comparés, la deuxième plus forte hausse ayant été enregistrée par le département des Pyrénées-Orientales (+19,3%). Les autres départements comme les Pyrénées-Atlantiques(+11,1%) et la Charente-Maritime (+10,6%) sont sur une tendance positive également.

En ce mois de février, l'activité est plus forte en semaine (50,3%) que pendant les week-ends (46,7%) en termes de fréquentation. Les prix moyens, de leur côté, sont 1€ plus élevés lors des semaines que pendant les week-ends.

En février 2020, la clientèle nationale représente 81,5% de la clientèle totale. Le podium est complété par les espagnols (8%) et les allemands (2,6%).

La clientèle dominante venue dans le département est la clientèle d'agrément qui représente 58,5% de la clientèle totale. Cette clientèle séjourne essentiellement dans les hôtels classés 3\*/4\*/5\* du département.

## Performances hôtelières du département de l'Aude

FEVRIER 2020

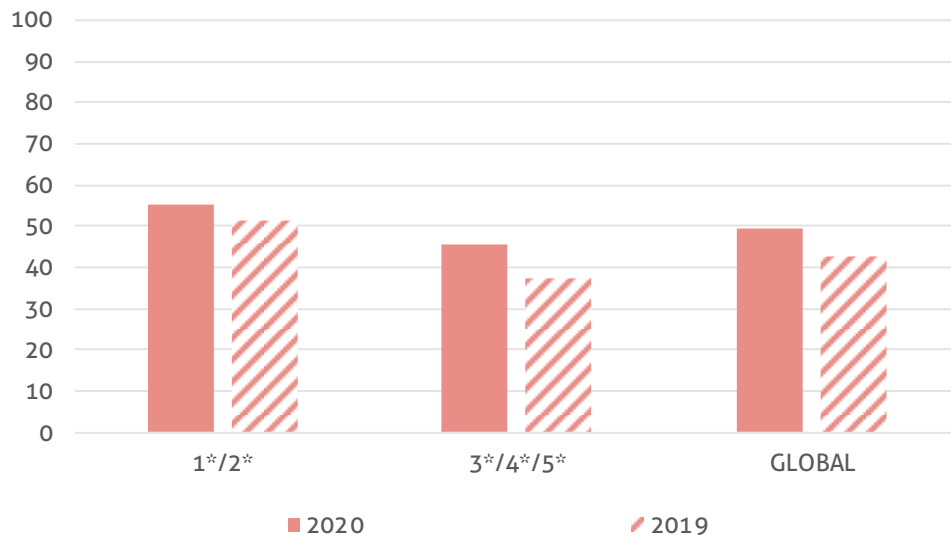
### FEVRIER 2020 versus FEVRIER 2019

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	55,2%	4,0	41,2	5,3%	22,7	13,5%
3*/4*/5*	45,6%	8,1	70,1	2,2%	32,0	24,3%
<b>GLOBAL</b>	<b>49,4%</b>	<b>6,5</b>	<b>57,3</b>	<b>4,8%</b>	<b>28,3</b>	<b>20,7%</b>

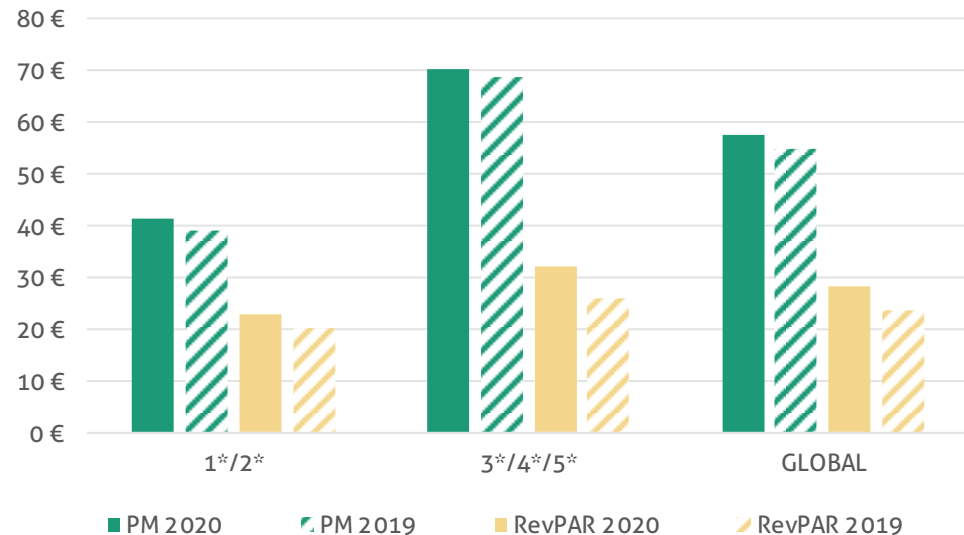
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

Note : Basé sur un échantillon de 32 hôtels représentant 1 912 chambres

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### PRIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)



# Performances hôtelières du département de l'Aude

## FEVRIER 2020

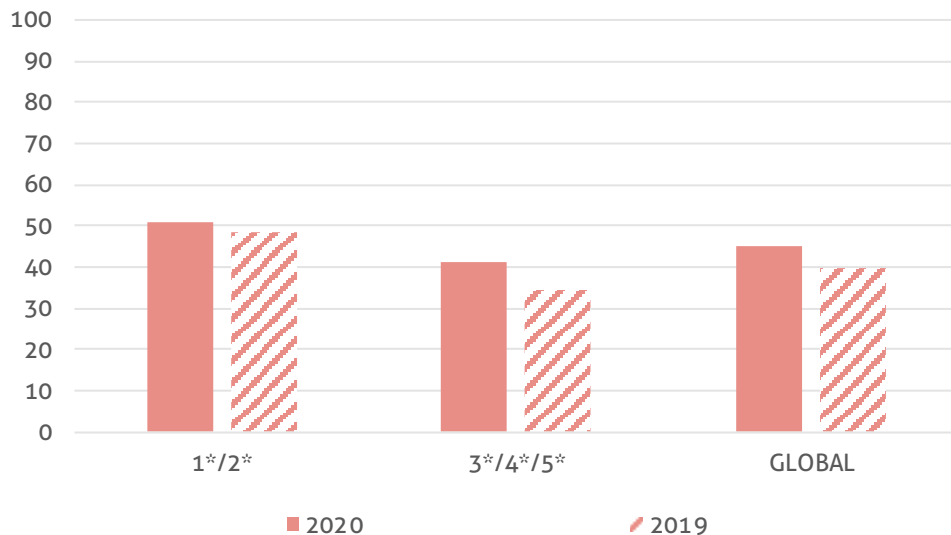
### YTD 2020 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 29 FEVRIER)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	51,0%	2,2	40,6	4,0%	20,7	8,8%
3*/4*/5*	41,1%	6,7	70,7	1,0%	29,0	20,6%
<b>GLOBAL</b>	<b>45,0%</b>	<b>5,0</b>	<b>57,1</b>	<b>3,4%</b>	<b>25,7</b>	<b>16,3%</b>

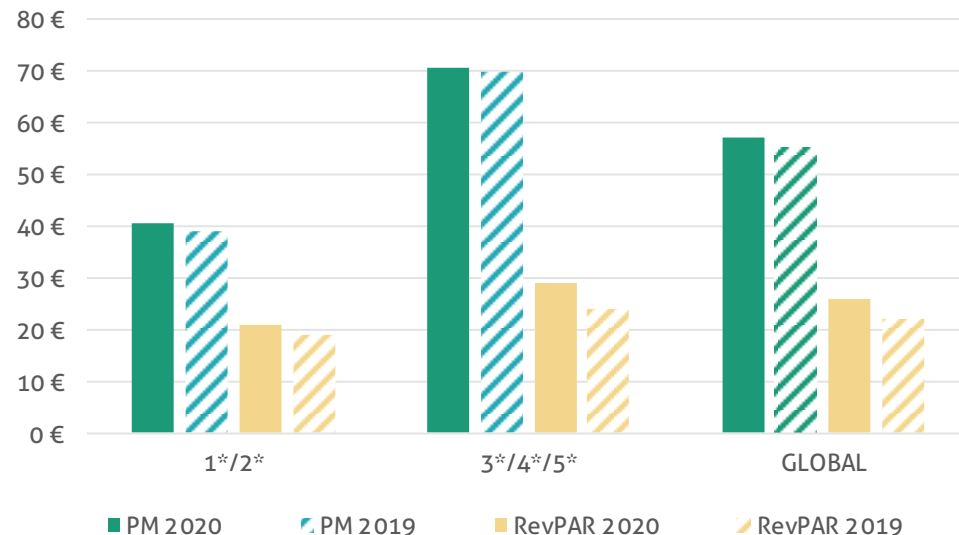
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

Note : Basé sur un échantillon de 32 hôtels représentant 1 912 chambres

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### RIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)



## Performances hôtelières Semaine / Week-end du département de l'Aude FEVRIER 2020

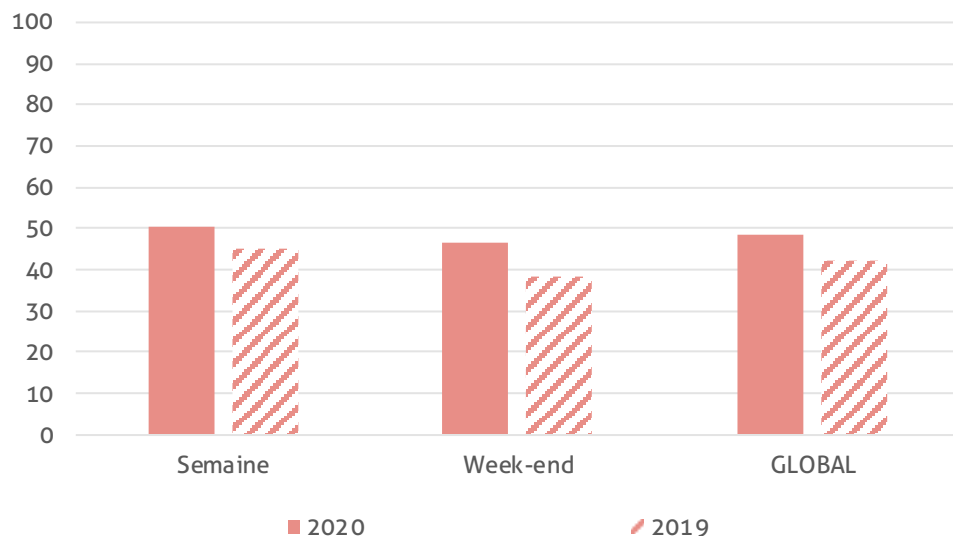
### FEVRIER 2020 versus FEVRIER 2019

Période	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Semaine	50,3%	5,3	51,8	7,4%	26,1	19,9%
Week-end	46,7%	8,1	50,8	8,2%	23,7	31,0%
<b>GLOBAL</b>	<b>48,7%</b>	<b>6,4</b>	<b>51,4</b>	<b>7,6%</b>	<b>25,0</b>	<b>23,9%</b>

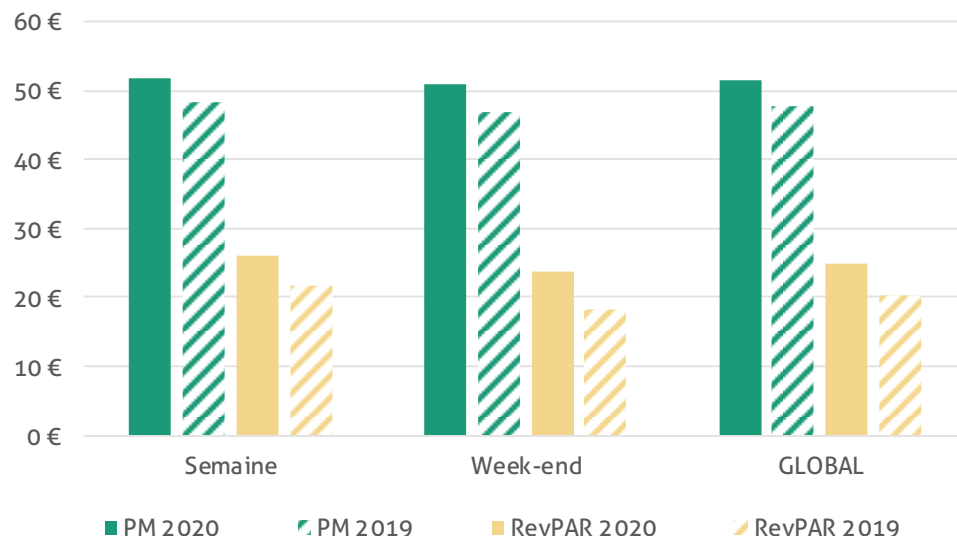
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

Note : Basé sur un échantillon de 14 hôtels représentant 1 013 chambres

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### PRIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)





## Performances hôtelières Semaine / Week-end du département de l'Aude

FEVRIER 2020

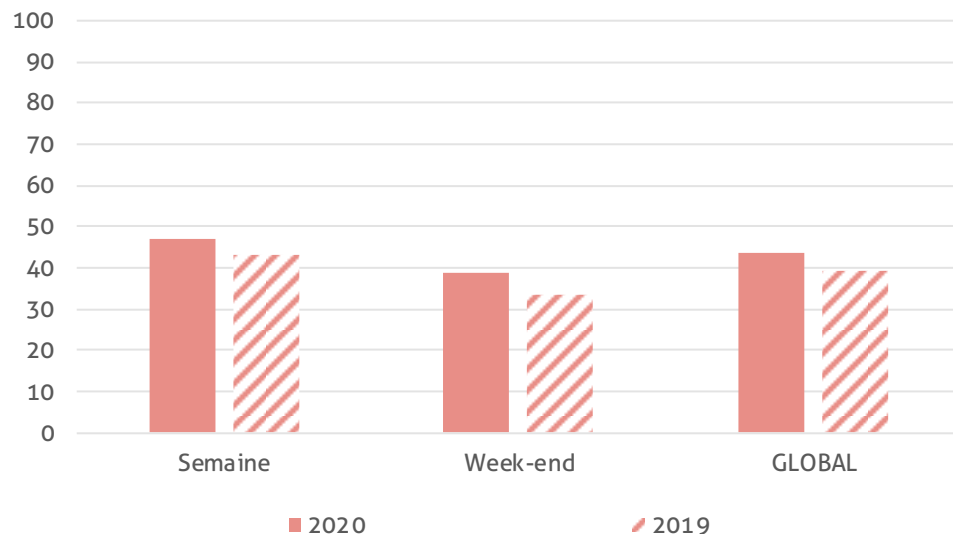
### YTD 2020 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 29 FEVRIER)

Période	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Semaine	47,0%	3,9	51,6	6,0%	24,2	15,5%
Week-end	39,1%	5,4	49,6	7,5%	19,4	24,9%
<b>GLOBAL</b>	<b>43,6%</b>	<b>4,3</b>	<b>50,8</b>	<b>6,4%</b>	<b>22,1</b>	<b>17,9%</b>

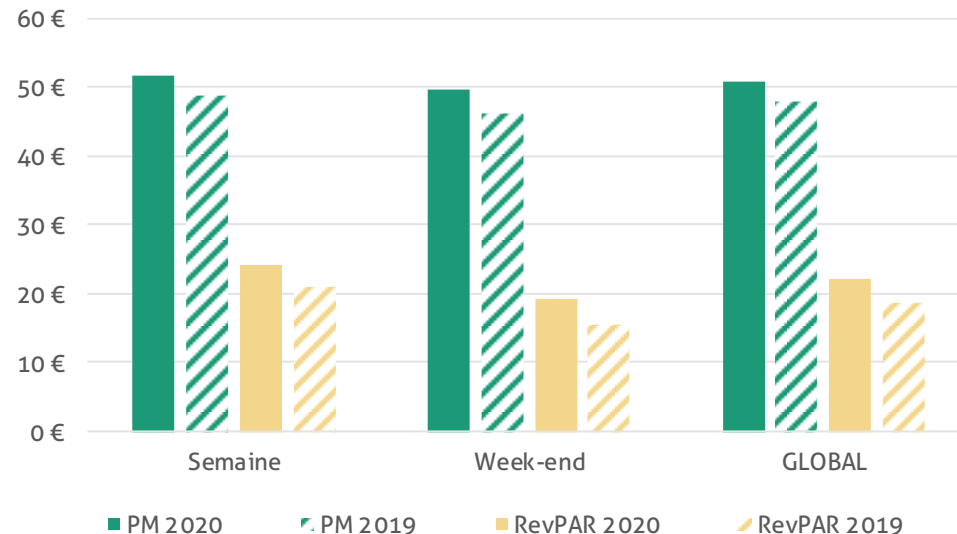
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

Note : Basé sur un échantillon de 14 hôtels représentant 1 013 chambres

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### PRIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)

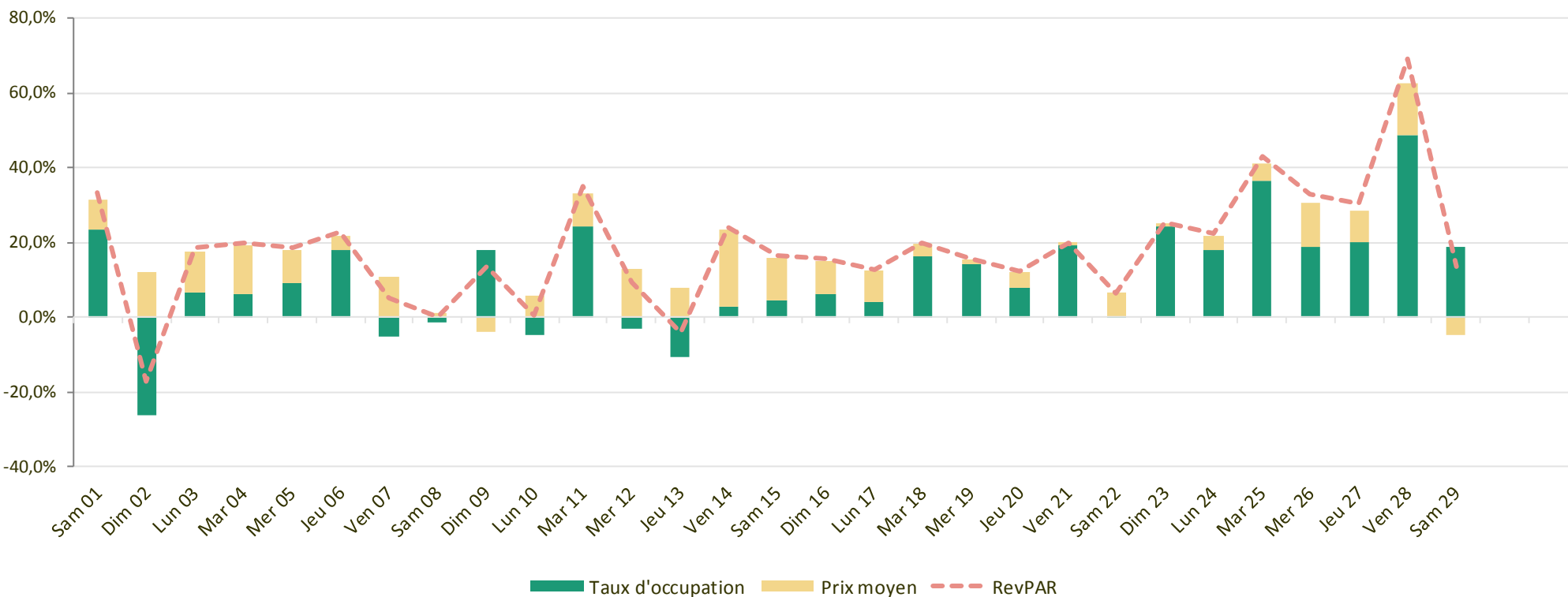


# Evolution quotidienne des performances hôtelières

FEVRIER 2020

## ÉVOLUTION DES INDICATEURS D'ACTIVITÉ JOUR PAR JOUR

samedi 1<sup>er</sup> FEVRIER 2020 vs samedi 2 FEVRIER 2019, dimanche 2 FEVRIER 2020 vs dimanche 3 FEVRIER 2019, etc



Note : Basé sur un échantillon de 14 hôtels représentant 1 013 chambres

# Performances de la zone Urbain Carcassonnais

FEVRIER 2020

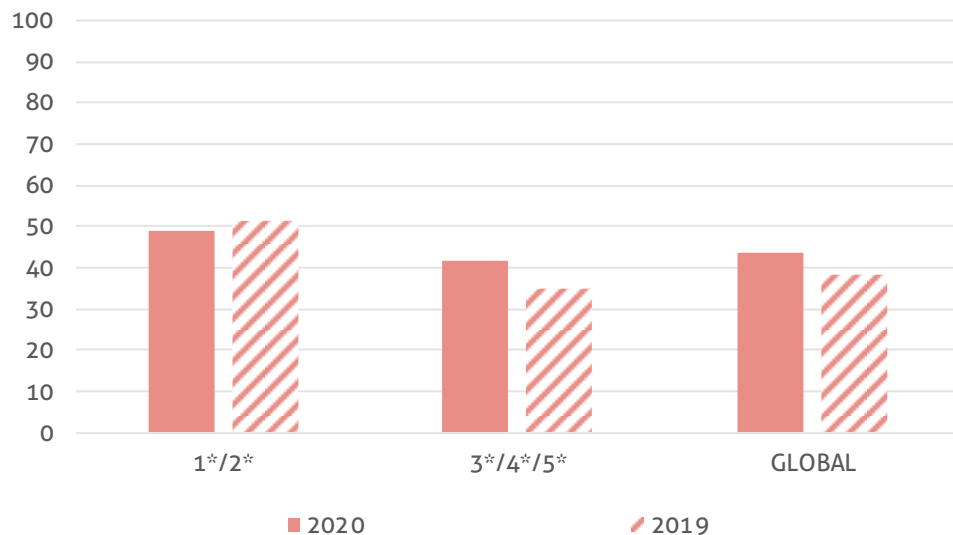
## FEVRIER 2020 versus FEVRIER 2019

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	49,2%	-2,0	34,0	0,1%	16,7	-3,8%
3*/4*/5*	42,0%	6,9	64,7	-2,0%	27,2	17,4%
<b>GLOBAL</b>	<b>43,5%</b>	<b>5,0</b>	<b>57,3</b>	<b>0,6%</b>	<b>24,9</b>	<b>13,8%</b>

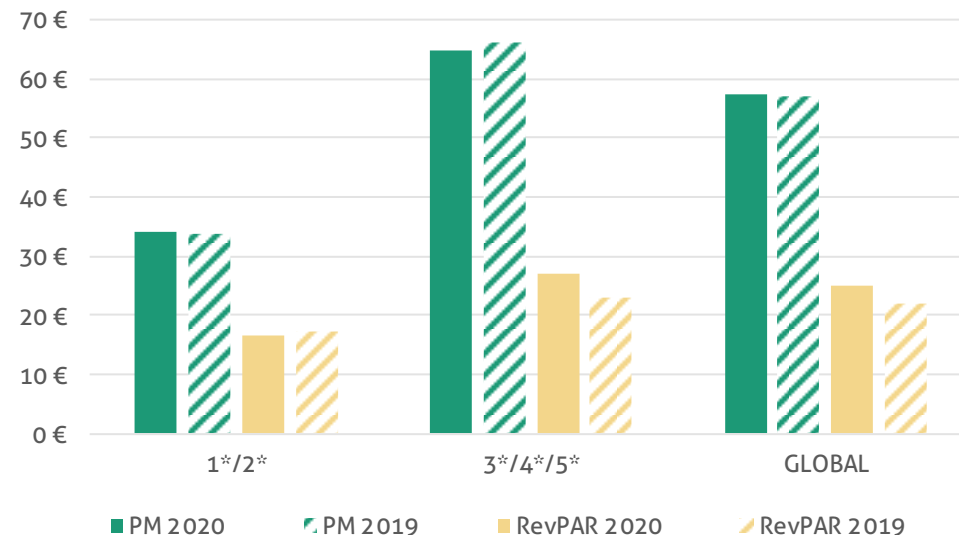
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

Note : Basé sur un échantillon de 16 hôtels représentant 1 056 chambres

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### PRIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)



## Performances de la zone Urbain Carcassonnais

FEVRIER 2020

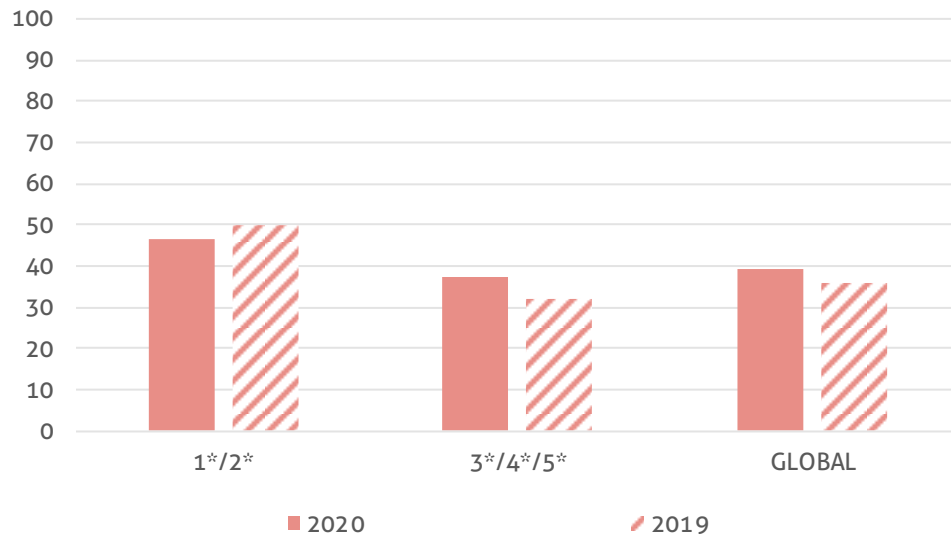
### YTD 2020 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 29 FEVRIER)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	46,5%	-3,3	34,1	-0,3%	15,9	-6,8%
3*/4*/5*	37,2%	5,3	65,9	-2,9%	24,5	13,2%
<b>GLOBAL</b>	<b>39,2%</b>	<b>3,5</b>	<b>57,7</b>	<b>-0,2%</b>	<b>22,6</b>	<b>9,5%</b>

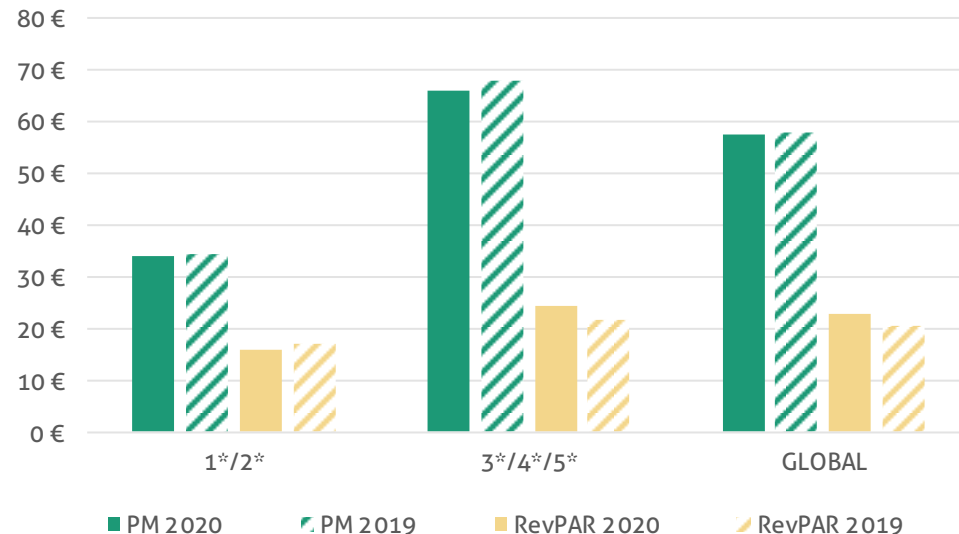
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

Note : Basé sur un échantillon de 16 hôtels représentant 1 056 chambres

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### PRIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)



## Performances de la zone Narbonne Ville

FEVRIER 2020

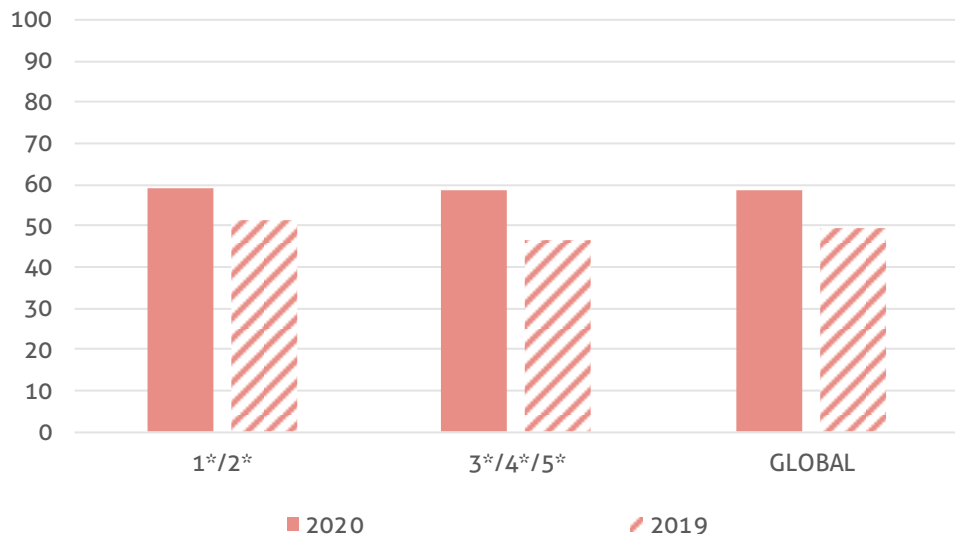
### FEVRIER 2020 versus FEVRIER 2019

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	59,0%	7,5	43,1	6,3%	25,4	21,8%
3*/4*/5*	58,5%	11,7	78,9	10,0%	46,1	37,6%
<b>GLOBAL</b>	<b>58,8%</b>	<b>9,1</b>	<b>56,4</b>	<b>9,5%</b>	<b>33,2</b>	<b>29,6%</b>

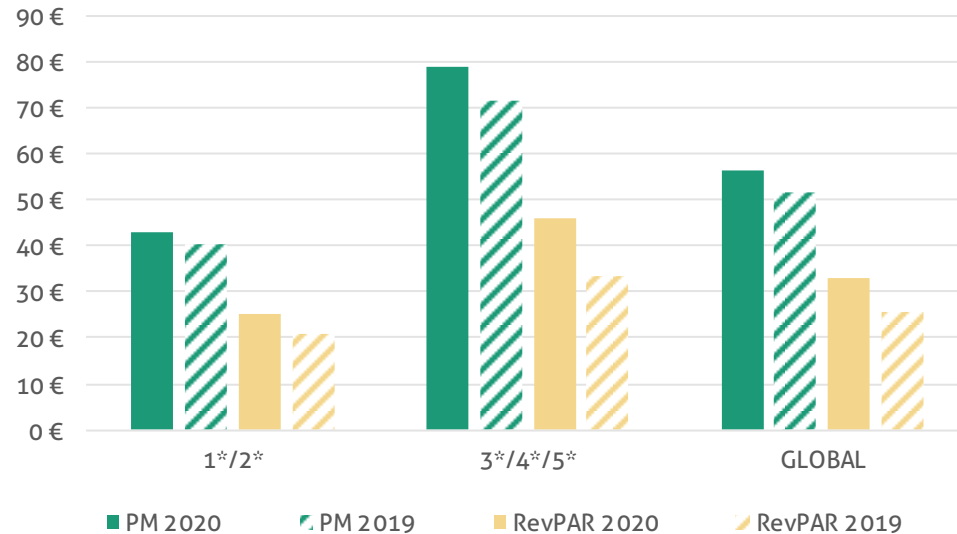
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

Note : Basé sur un échantillon de 13 hôtels représentant 720 chambres

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### RIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)



## Performances de la zone Narbonne Ville

FEVRIER 2020

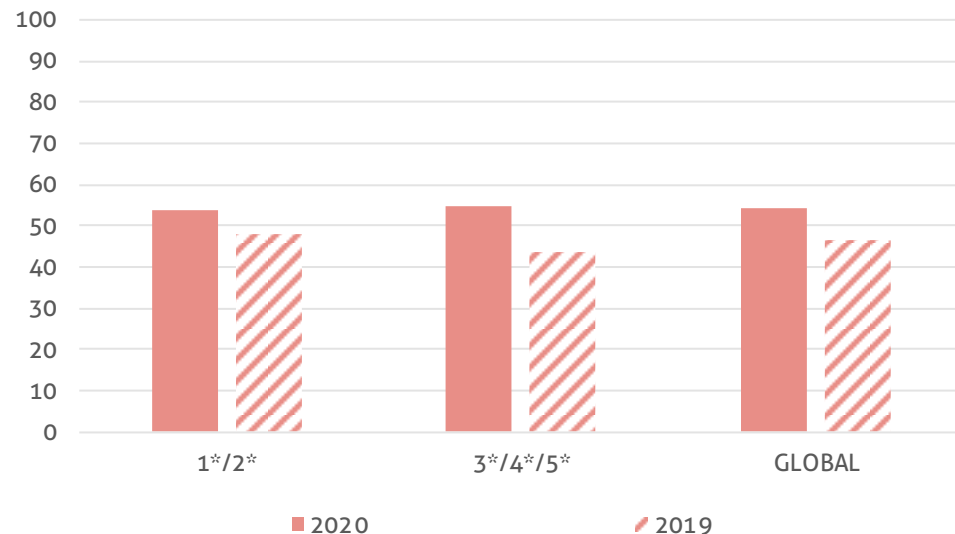
### YTD 2020 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 29 FEVRIER)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	53,7%	5,6	42,1	4,4%	22,6	16,4%
3*/4*/5*	54,8%	11,1	77,8	9,3%	42,6	37,0%
<b>GLOBAL</b>	<b>54,1%</b>	<b>7,6</b>	<b>55,4</b>	<b>8,1%</b>	<b>30,0</b>	<b>25,8%</b>

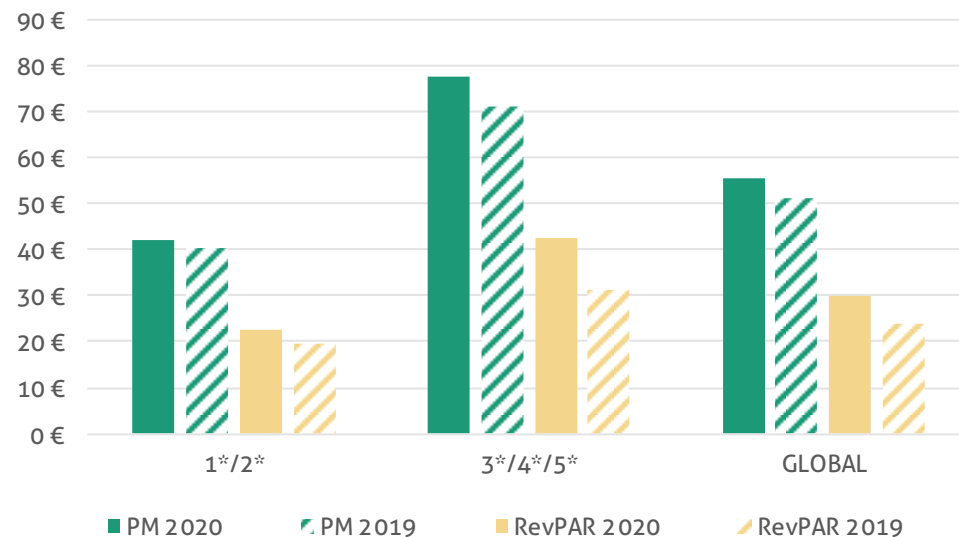
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

Note : Basé sur un échantillon de 13 hôtels représentant 720 chambres

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### PRIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)



## Comparaison vs autres villes

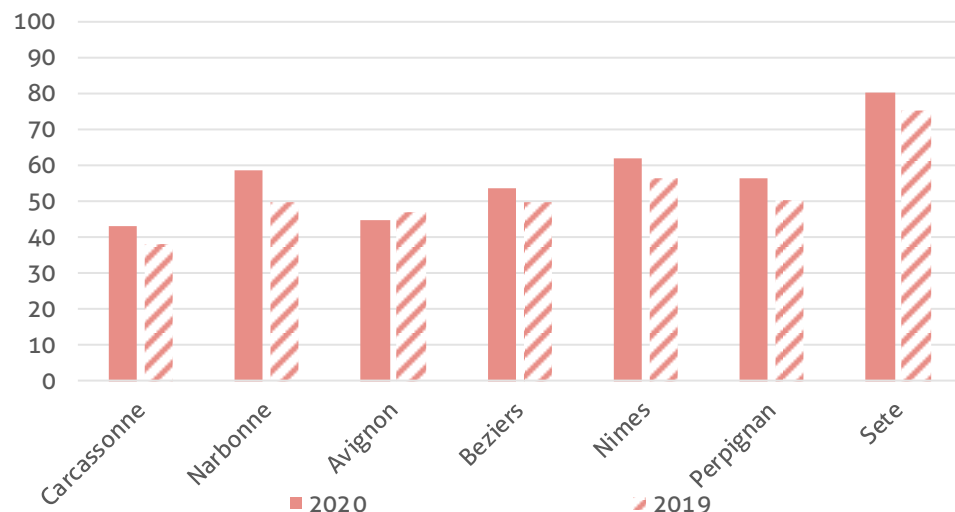
FEVRIER 2020

### FEVRIER 2020 versus FEVRIER 2019

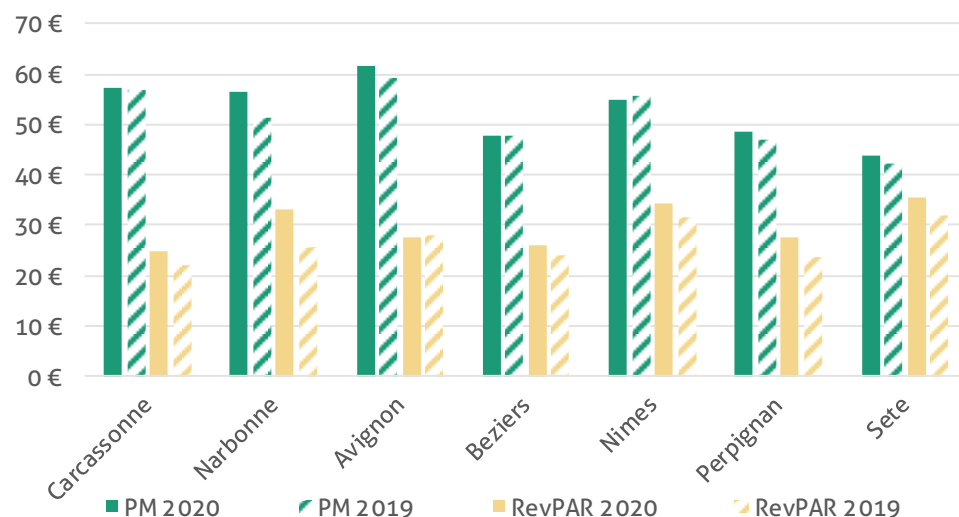
Villes	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Carcassonne	43,5%	5,0	57,3	0,6%	24,9	13,8%
Narbonne	58,8%	9,1	56,4	9,5%	33,2	29,6%
Avignon	45,0%	-2,1	61,5	4,0%	27,7	-0,8%
Beziers	54,0%	3,9	47,9	0,4%	25,8	8,3%
Nimes	62,3%	5,7	55,0	-1,4%	34,3	8,4%
Perpignan	56,5%	6,1	48,7	3,9%	27,5	16,6%
Sete	80,7%	5,0	43,9	4,2%	35,5	11,1%

Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### PRIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)



## Comparaison vs autres villes

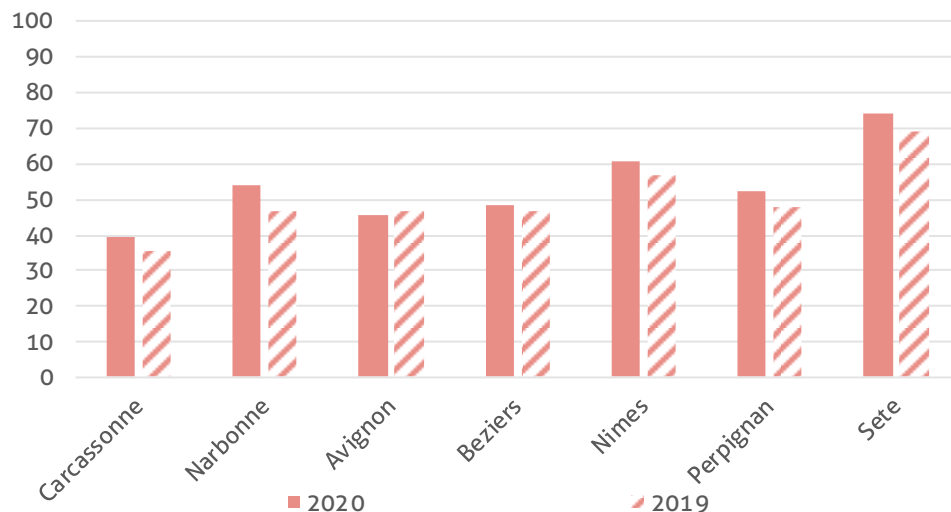
FEVRIER 2020

### YTD 2020 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 29 FEVRIER)

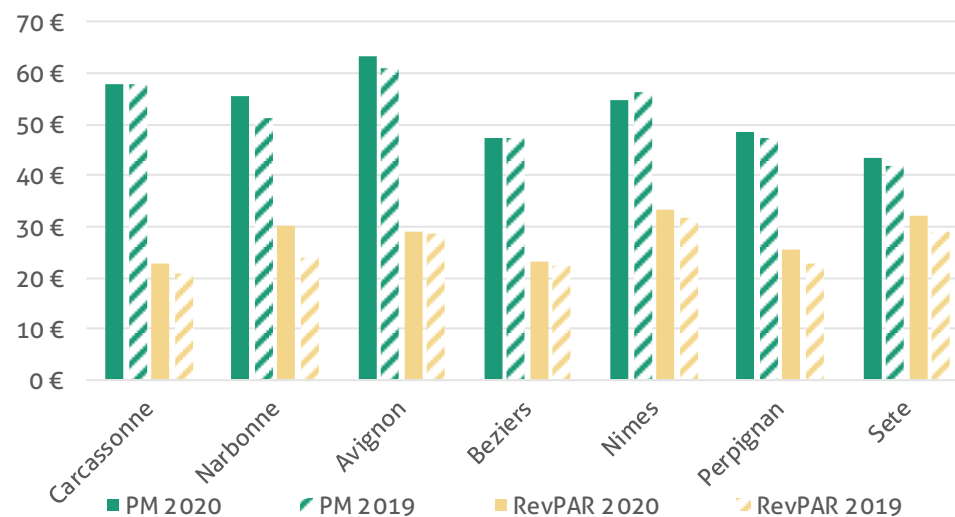
Villes	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Carcassonne	39,2%	3,5	57,7	-0,2%	22,6	9,5%
Narbonne	54,1%	7,6	55,4	8,1%	30,0	25,8%
Avignon	45,7%	-1,1	63,3	3,7%	28,9	1,3%
Beziers	48,6%	1,7	47,5	0,1%	23,1	3,7%
Nimes	60,8%	4,1	54,9	-2,1%	33,4	5,0%
Perpignan	52,3%	4,6	48,3	1,9%	25,3	11,7%
Sete	74,2%	4,8	43,3	3,8%	32,2	11,1%

Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### PRIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)





## Comparaison vs autres départements

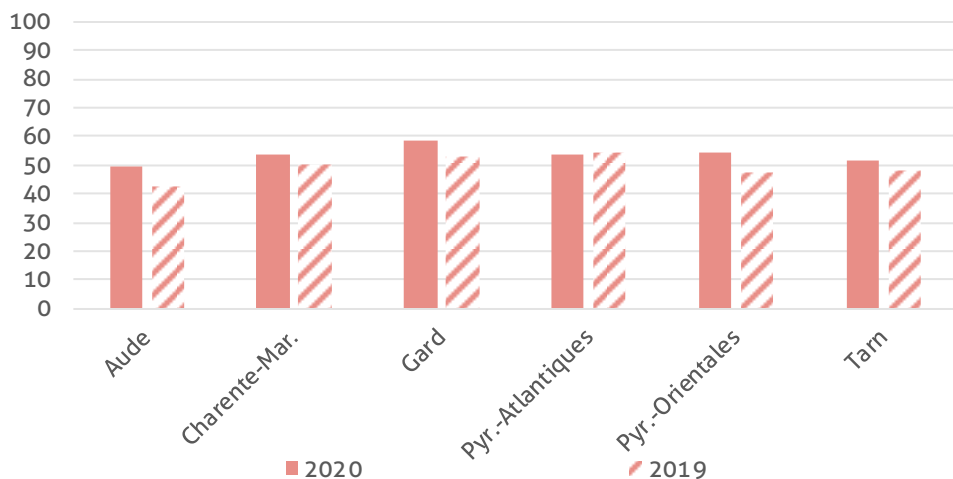
FEVRIER 2020

### FEVRIER 2020 versus FEVRIER 2019

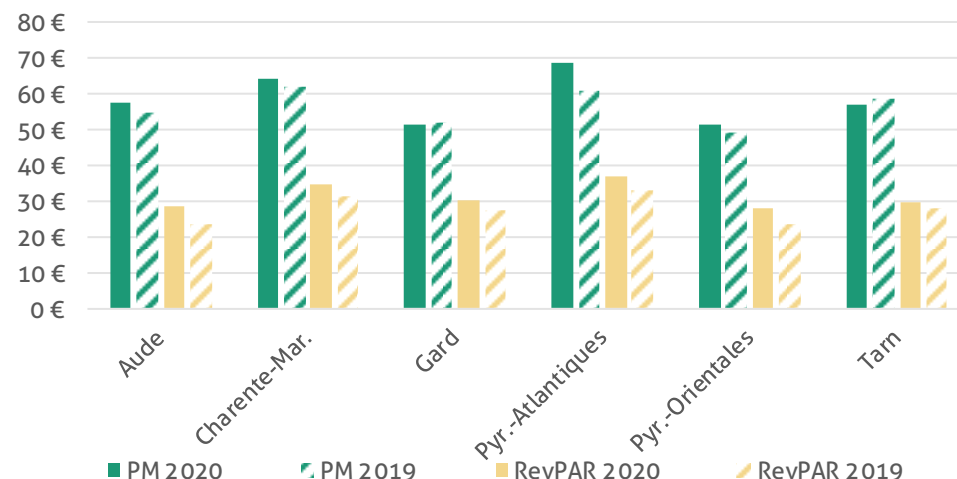
Départements	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Aude	49,4%	6,5	57,3	4,8%	28,3	20,7%
Charente-Mar.	53,7%	3,3	64,3	3,8%	34,6	10,6%
Gard	58,8%	6,1	51,2	-1,6%	30,1	9,8%
Pyr.-Atlantiques	53,6%	-0,9	68,7	12,9%	36,8	11,1%
Pyr.-Orientales	54,6%	6,9	51,3	4,2%	28,0	19,3%
Tarn	51,8%	3,9	56,9	-2,9%	29,5	5,1%

Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

### TAUX D'OCCUPATION (en%)



### PRIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)



## Comparaison vs autres départements

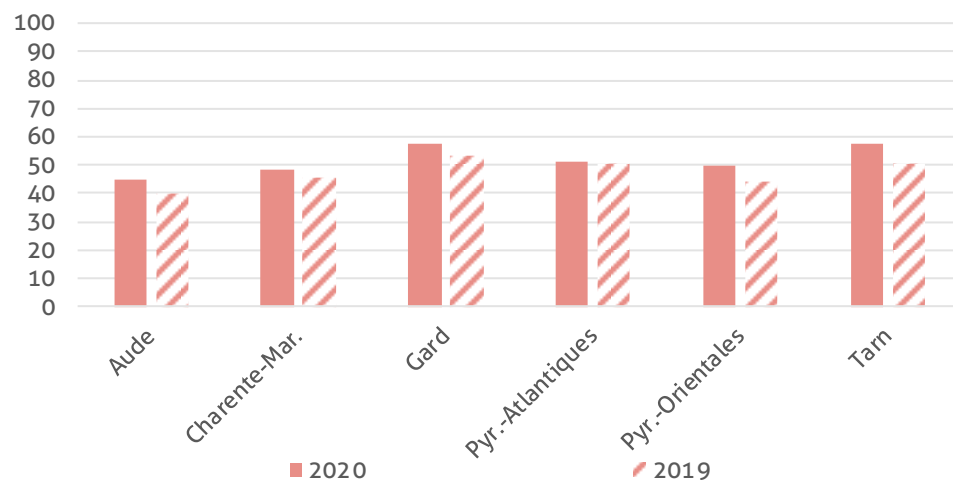
FEVRIER 2020

### YTD 2020 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 29 FEVRIER)

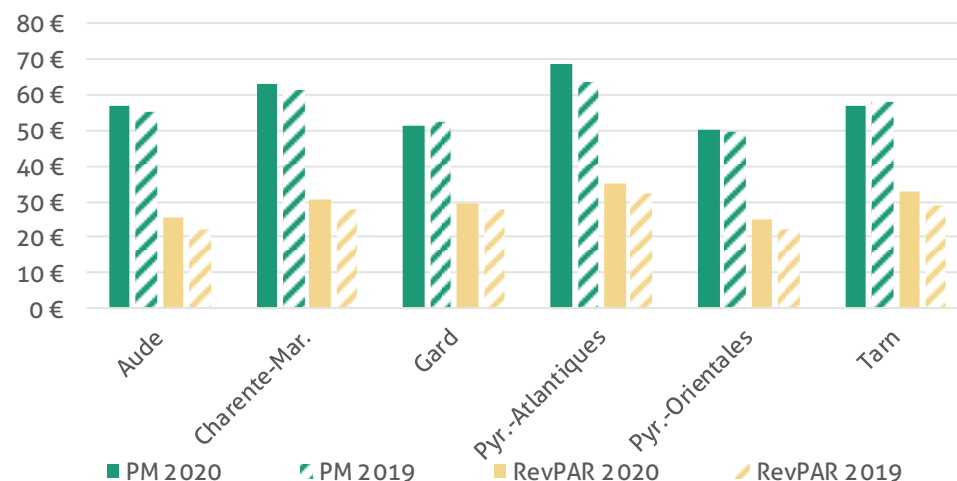
Départements	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Aude	45,0%	5,0	57,1	3,4%	25,7	16,3%
Charente-Mar.	48,5%	2,8	62,8	2,6%	30,5	8,8%
Gard	57,6%	4,2	51,5	-1,6%	29,6	6,2%
Pyr.-Atlantiques	51,3%	0,5	68,8	8,5%	35,3	9,5%
Pyr.-Orientales	50,0%	5,4	50,2	1,3%	25,1	13,6%
Tarn	57,7%	7,4	56,9	-1,4%	32,9	13,1%

Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: OlaKala\_destination

### TAUX D'OCCUPATION (en%)

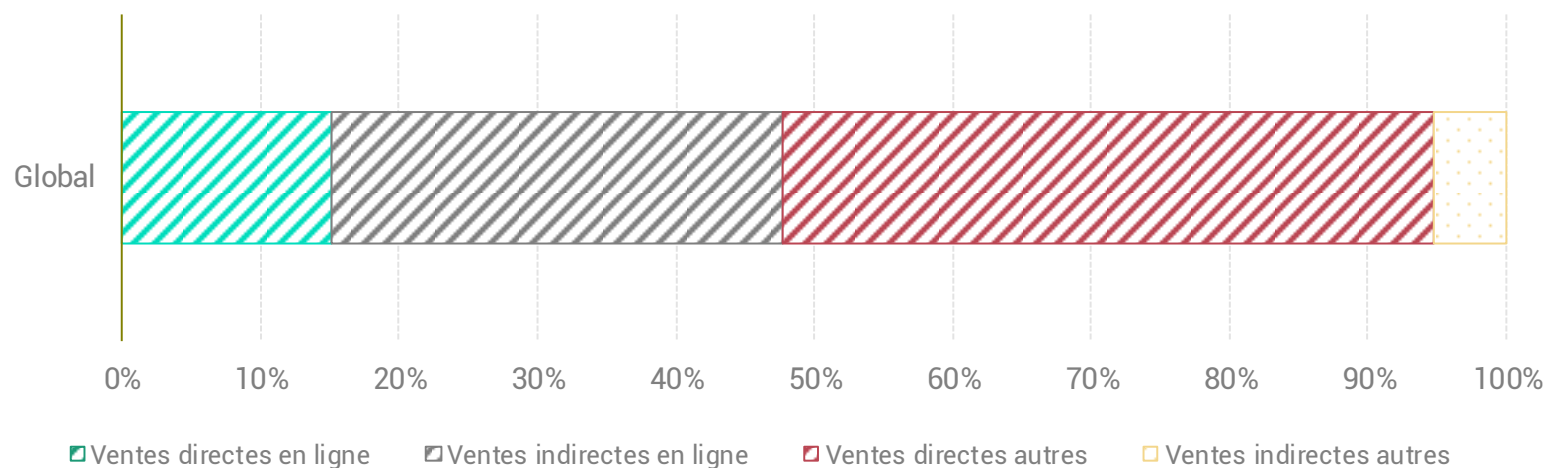


### PRIX MOYEN ET REVPAR (en € HT)

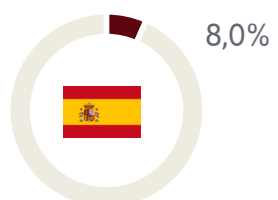


## MIX CLIENTÈLE

TAUX DE RÉSERVATION EFFECTUÉES PAR L'ENSEMBLE DES CANAUX DE RESERVATION (en % des nuitées)



France



Espagne



Allemagne



**AFFAIRES**  
41,5%



**LOISIRS**  
58,5%



**DUREE MOYENNE**  
1,5 jour

## GLOSSAIRE

**Taux d'occupation** : rapport entre le nombre de chambres vendues et le nombre de chambres disponibles à la vente des hôtels.

**Chambres occupées** : ensemble des chambres louées par l'hôtel, y compris les gratuites.

**Chiffre d'affaires** : seul le chiffre d'affaires hébergement est utilisé dans les traitements. Le chiffre d'affaires restauration n'est pas pris en compte.

**Evolution (points ou %)** : hausse ou baisse comparée à la même période de l'année précédente.

**Prix moyen (PM) HT** : chiffre d'affaires hébergement divisé par le nombre de chambres occupées.

**RevPAR HT** : taux d'occupation multiplié par le prix moyen ou chiffres d'affaires hébergement divisé par le nombre de chambres disponibles.

**Vente directe** : mode de distribution par lequel l'hôtelier assure lui-même l'activité de vente

**Vente indirecte** : mode de distribution comptant au minimum un intermédiaire entre l'hôtelier ou son groupe/réseau et le client

**Que représente les ventes en ligne ?** : Ce sont des réservations s'opérant à distance par le biais d'interfaces électroniques disponibles sur internet.

**Vente directe en ligne** : site web de l'hôtel ou du réseau/groupe

**Vente directe Autres** : tél, fax, face à face...

**Vente indirecte en ligne** : OTA (Booking.com, Expedia, Hotels.com etc...), site de réservation tiers...

**Vente indirecte Autres** : agences de voyage ou voyagistes

#### Abréviations:

**TO** : Taux d'occupation

**PM** : Prix moyen

**YTD** : Year to Date

## CONTACTS

## Baromètre mensuel de l'AUDE

**ADT de l'AUDE** : François  
RAYNAUD  
f.raynaud@audetourisme.com  
04 68 11 65 95

**CCI de l'AUDE**: Marie DUCASSE  
m.ducasse@aude.cci.fr

**OlaKala**: Lucie de CORSON  
01 56 56 87 75  
advisors@olakala.com