

# BAROMÈTRE HÔTELLERIE

NOVEMBRE 2018



COLLECTION

# TOURISME



## PERFORMANCES MENSUELLES

En novembre 2018, les performances enregistrées au sein de Bordeaux métropole sont en hausse par rapport à l'année dernière. Le RevPAR augmente (+10,30%) avec une hausse de la fréquentation (+1,67 pt) et les prix moyens ont augmenté de 7,76% par rapport à l'an dernier. Ce mois-ci, les principaux événements ayant eu un impact sur l'hôtellerie ont été les salons Vivons du 31 octobre au 4 novembre, les journées annuelles de l'AVEF les 7 et 8 novembre, la 30<sup>ème</sup> convention France Défi du 12 au 14 novembre et le congrès international Logis les 25 et 26 novembre 2018.

### Analyse par segments :

- **Super-économique** : la fréquentation est en hausse (+0,63 pt), les tarifs augmentent de 7,07% et permettent au RevPAR du segment de progresser (+7,99%).
- **Le segment économique** : ce segment affiche une hausse de RevPAR de 8,50%. Cette augmentation s'explique par une hausse du taux d'occupation (+2,55 pts) et des prix moyens (+4,60%).
- **Le moyen de gamme et haut de gamme** : le RevPAR est en hausse (+5,94%) pour le « moyen de gamme » avec une fréquentation qui a augmenté (+1,46 pt) et les prix moyens ont connu une hausse de 3,73%. Quant au « haut de gamme », la fréquentation a augmenté de 3,68 pts et les prix moyens ont connu une hausse de 6,85% : le RevPAR croît de 13,49%.
- **Les résidences hôtelières** : cette catégorie affiche une hausse du taux d'occupation de 1,89 pt avec des prix moyens qui augmentent de 14,44%. Le RevPAR de cette catégorie a connu une hausse de 17,17% en novembre 2018.

**+10,30%**

ÉVOLUTION DU  
REVPAR  
(REVENU PAR CHAMBRE)

**8 088 CHAMBRES  
ET 89 HÔTELS**  
ENQUÊTÉS  
PAR MKG HOSPITALITY

**+1,70 PT**  
ÉVOLUTION  
DU TAUX  
D'OCCUPATION

TAUX D'OCCUPATION EN %

PRIX MOYEN / CHAMBRE HT

REVPAR EN HT

	TAUX D'OCCUPATION EN %	PRIX MOYEN / CHAMBRE HT	REVPAR EN HT
SUPER-ÉCO	74,84% 74,20%	46,71 43,63	34,96 32,37
ÉCONOMIQUE	71,07% 68,52%	77,53 74,12	55,10 50,78
MOYEN DE GAMME	69,85% 68,39%	92,02 88,71	64,27 60,67
HAUT DE GAMME	62,86% 59,18%	171,89 160,88	108,06 95,22
RÉS. HÔTELIÈRES	81,24% 79,35%	51,06 44,62	41,48 35,40
<b>GLOBAL</b>	<b>72,62%</b> <b>70,95%</b>	<b>76,29</b> <b>70,79</b>	<b>55,40</b> <b>50,22</b>

■ nov-18 ■ nov-17

# PERFORMANCES CUMULÉES DEPUIS LE DÉBUT DE L'ANNÉE

Les performances enregistrées pour l'année 2018 au sein de Bordeaux métropole montrent une évolution de 3,36% sur le RevPAR toutes catégories confondues.

Les segments affichent différentes variations de RevPAR depuis le début de l'année.

Le segment « résidences » affiche la plus forte évolution de RevPAR par rapport à l'an dernier (+9,83%). Le segment « haut de gamme » réalise de bonnes performances également (+4,99%).

Quant au segment « super-économique », il enregistre une hausse de RevPAR de 3,43%. Le segment « économique » constate une augmentation de RevPAR de 2,02% tandis que le « moyen de gamme » affiche une baisse de RevPAR de 0,70%.

## CHIFFRE CLÉ

**+3,36%**

REVPAR  
DEPUIS LE DÉBUT DE  
L'ANNÉE



TAUX D'OCCUPATION EN %

PRIX MOYEN / CHAMBRE HT

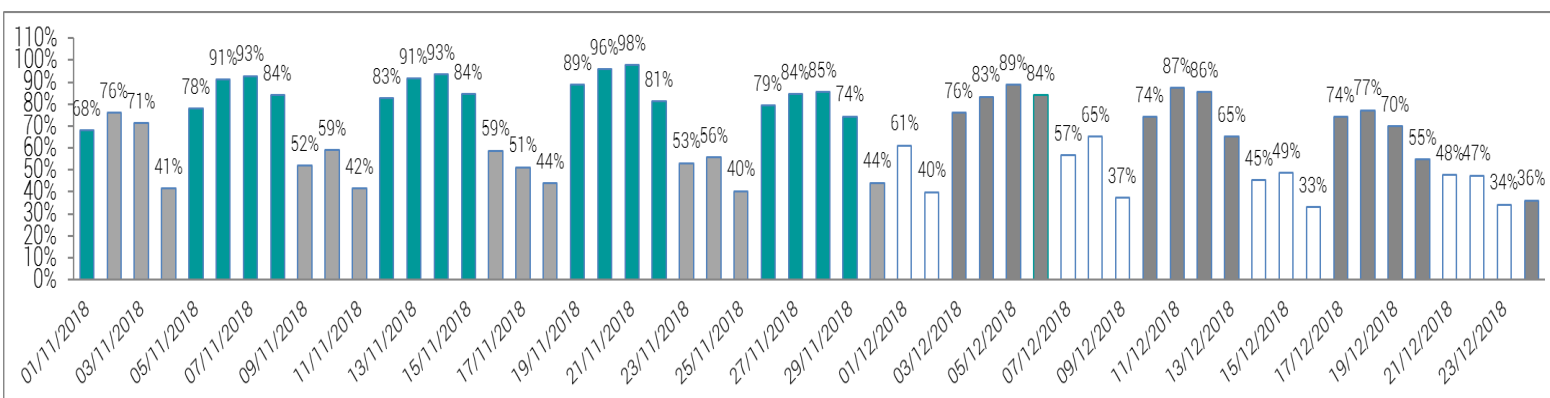
REVPAR EN HT

Segment	Taux d'occupation (2018 / 2017)	Prix moyen / chambre HT (2018 / 2017)	RevPAR en HT (2018 / 2017)
SUPER-ÉCO	78,32% / 78,17%	46,27 / 44,83	36,24 / 35,04
ÉCONOMIQUE	72,41% / 73,57%	76,98 / 74,26	55,74 / 54,64
MOYEN DE GAMME	72,74% / 74,46%	93,09 / 91,60	67,72 / 68,20
HAUT DE GAMME	69,79% / 68,24%	197,82 / 192,70	138,06 / 131,50
RÉS. HÔTELIÈRES	81,77% / 78,73%	51,87 / 49,05	42,41 / 38,62
<b>GLOBAL</b>	<b>75,30% / 75,30%</b>	<b>79,54 / 76,95</b>	<b>59,89 / 57,95</b>

■ Jan.-Nov. 2018 ■ Jan.-Nov. 2017

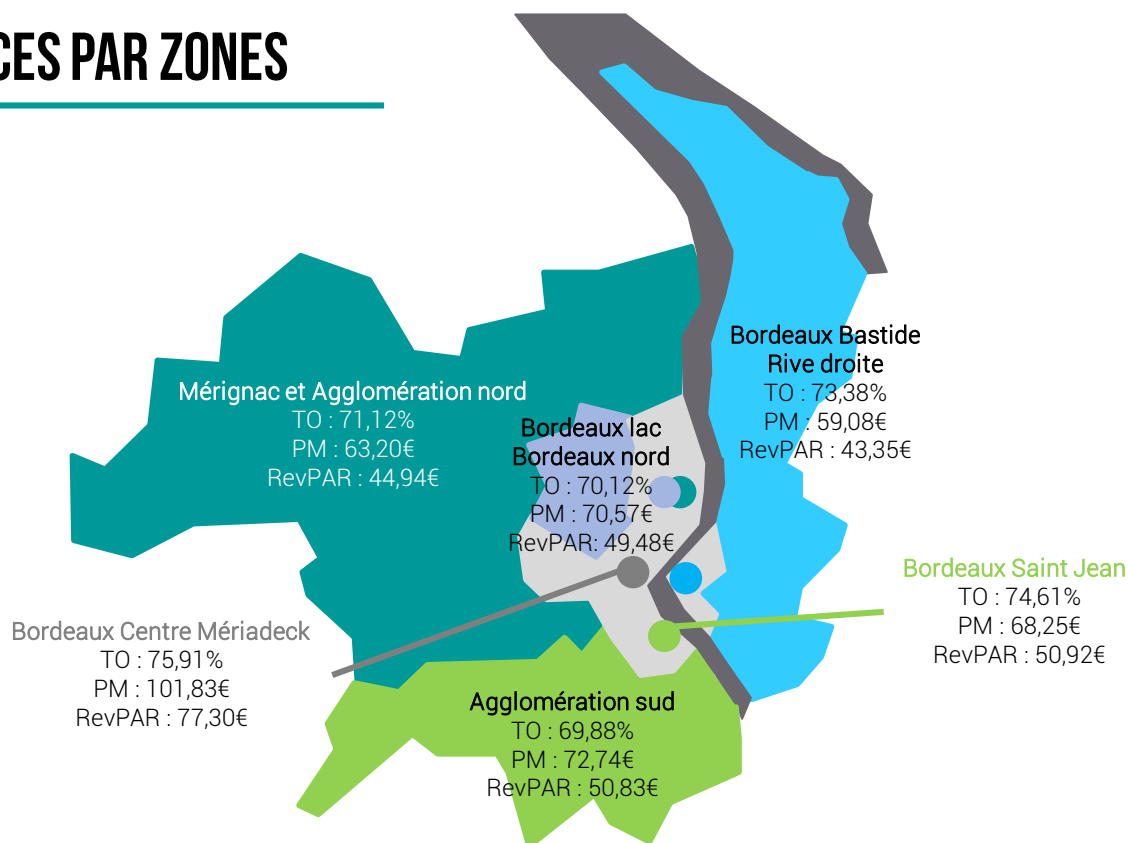
## PERFORMANCES PAR JOUR AU MOIS DE NOVEMBRE ET PREMIÈRES TENDANCES DE DECEMBRE 2018

Taux d'occupation quotidien



Source : l'observatoire quotidien OlaKala, provenant d'une collecte de statistiques au jour le jour de plus de 3200 chambres étudiées : soit une couverture de 79% des segments Super-Eco & Eco et de 29% des segments Moyen et Haut de Gamme représentés sur un échantillon de 6447 chambres étudiées dans l'enquête mensuelle.

# PERFORMANCES PAR ZONES



# PERFORMANCES PAR GRANDES AGGLOMÉRATIONS

## Par rapport à l'an dernier :

- Nantes et Lille enregistrent des hausses de RevPAR, respectivement de 6,62% et de 6,32%.
- Toulouse et Marseille voient leurs résultats augmenter de 2,11% et de 3,06% en ce mois de novembre sur ce même indicateur.
- Lyon est sur une tendance positive en termes de RevPAR avec une augmentation de cet indicateur de 15,12%.



**TAUX D'OCCUPATION  
BORDEAUX**

	TAUX D'OCCUPATION EN %	PRIX MOYEN / CHAMBRE HT	REVPAR EN HT
<b>BORDEAUX</b>	72,62% 70,95%	76,29 70,79	55,40 50,22
LILLE	78,66% 75,04%	82,66 81,50	65,03 61,16
LYON	77,42% 76,10%	101,16 89,40	78,32 68,03
MARSEILLE	63,37% 61,06%	75,29 75,83	47,72 46,30
NANTES	70,25% 70,04%	75,61 71,12	53,11 49,81
TOULOUSE	71,09% 70,81%	83,33 81,92	59,24 58,01

■ nov-18 ■ nov-17

# LE PALMARÈS DE L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE

La clientèle **française** représente 79,7% de la clientèle totale en novembre. Cette clientèle a privilégié les hôtels «moyen de gamme» puis les établissements du segment «économique».

La clientèle **américaine** se classe au deuxième rang avec 3,6% de la clientèle totale et fréquente les établissements «moyen de gamme» puis «haut de gamme».

À la troisième place de ce classement, on retrouve les **espagnols** qui ont privilégié les établissements «moyen de gamme» puis «économique».

La clientèle **britannique** arrive au quatrième rang, suivie de la clientèle **italienne**. Les touristes britanniques ont séjourné dans les établissements «moyen de gamme» puis «haut de gamme», la clientèle italienne a opté pour un séjour au sein des résidences puis des hôtels «moyen de gamme».

## L'ÉTAT DES RÉSERVATIONS

### Taux de réservations effectuées sur le web (en%)

En novembre 2018, les réservations réalisées par de la vente directe représentent 59% des réservations effectuées. Elle est très fortement représentée pour le segment «haut de gamme» (87%).

Les réservations effectuées pour l'ensemble des segments ont privilégié les canaux de vente indirecte en ligne plutôt que les sites propres aux hôteliers. Par ailleurs, ce sont les moyens propres aux hôteliers qui sont les plus efficaces dans la vente non en ligne.

### Prévision de la fréquentation sur les 3 mois

Les prévisions concernant les 3 prochains mois sont différentes selon les segments.

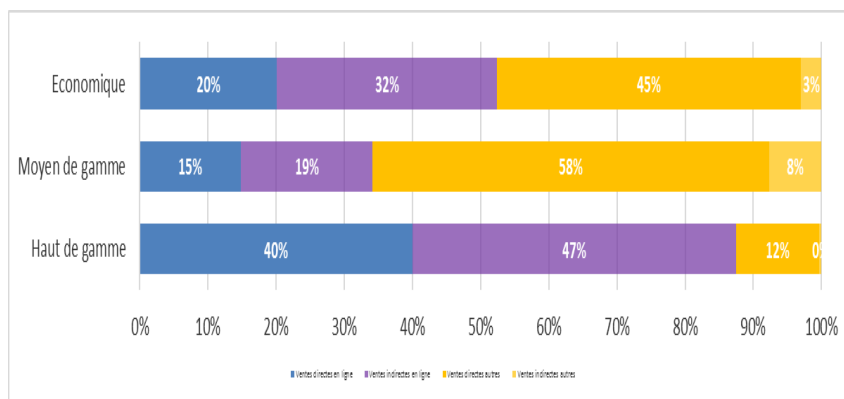
Pour les trois prochains mois, le segment «moyen de gamme» prévoit un taux d'occupation conforme aux prévisions. C'est également le cas pour le segment «haut de gamme», mis à part une baisse de la fréquentation en février.

Le segment «économique» s'attend à un taux d'occupation conforme aux prévisions en janvier, supérieur en février et en baisse en mars.

### La répartition de la clientèle par nationalité en % Des 5 premières nationalités hébergées

	Super-éco	Economique	Moyen de Gamme	Haut de Gamme	Global
France	-	89,0%	77,9%	76,1%	79,7%
Etats-Unis	-	0,6%	5,1%	6,6%	3,6%
Espagne	-	4,4%	4,7%	2,4%	3,4%
Royaume-Uni	-	1,9%	3,9%	5,1%	3,2%
Italie	-	0,4%	1,6%	2,1%	3,0%

Source : OlaKala\_destination



Source : OlaKala\_destination

Nombre d'hôtels étudiés sur la période : 23

Nombre de chambres étudiées sur la période : 2 007

	Jan.	Fév.	Mars
Super-éco	-	-	-
Economique	=	↑	↓
Moyen de Gamme	=	=	=
Haut de Gamme	=	↓	=

# TYPLOGIE DE LA CLIENTÈLE

En novembre 2018, la clientèle de **loisirs** représente 38,2% de la clientèle totale.

La clientèle individuelle, venue à Bordeaux pour les loisirs, représente 27,1% de la clientèle totale et a séjourné au sein des résidences puis des hôtels « économique » puis « moyen de gamme ».

Les groupes Tourisme, ont opté pour les segments « moyen de gamme » puis « haut de gamme ».

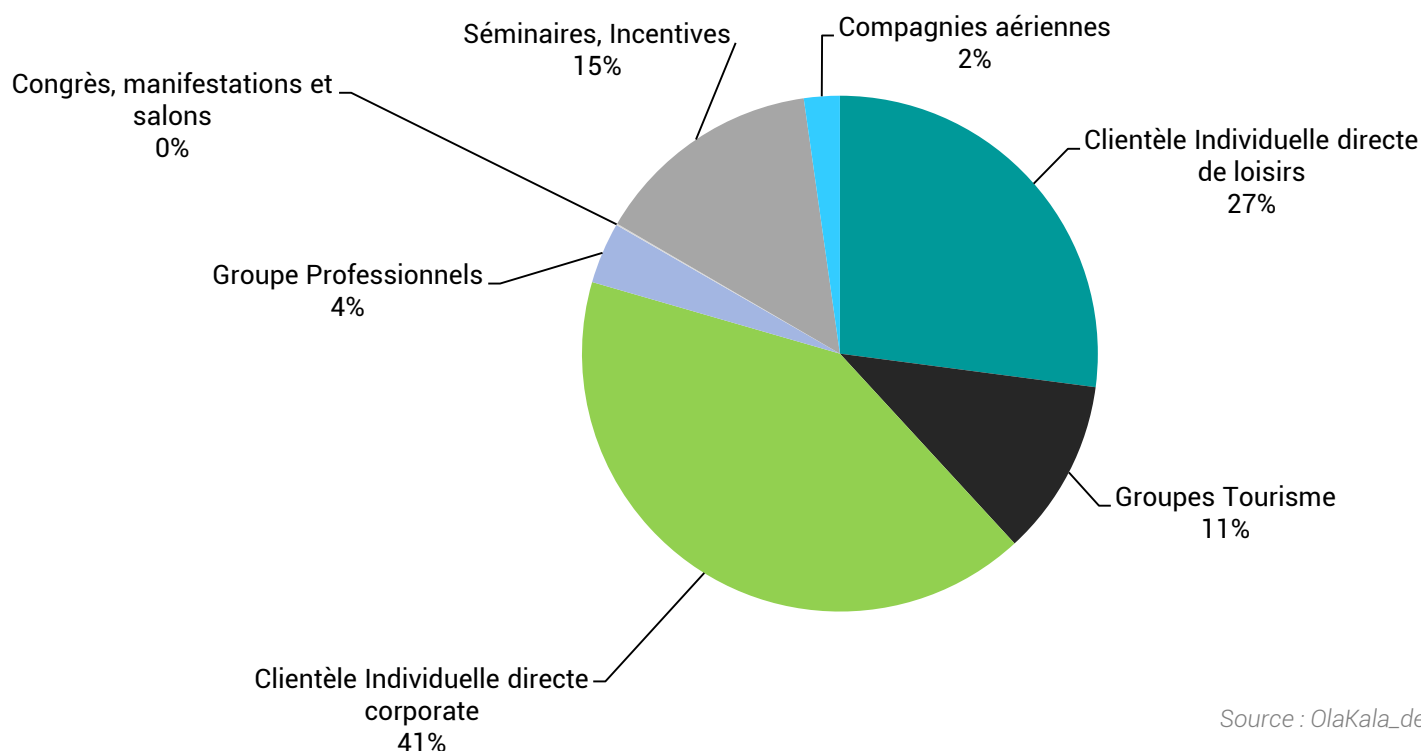
La clientèle d'**affaires** représente 61,8% de la clientèle totale.

Lorsqu'elle vient de manière individuelle dans la capitale girondine, elle fréquente les établissements du segment « économique » puis « moyen de gamme ».

	Typologie de la clientèle (en %)				
	Super-éco	Eco	Moyen de Gamme	Haut de Gamme	Rés.
Clientèle Individuelle de loisirs	-	30,1%	21,2%	20,9%	-
Groupes Tourisme	-	0,9%	14,6%	23,1%	-
Clientèle Individuelle « corporate »	-	58,1%	41,6%	19,5%	-
Groupes professionnels	-	10,0%	0,0%	2,6%	-
Congrès, manifestations et salons	-	0,3%	0,0%	0,0%	-
Séminaires, Incentives	-	0,7%	16,8%	33,9%	-
Compagnies aériennes (personnels navigants, chambres dites d'urgence)	-	0,0%	5,9%	0,0%	-

Source : OlaKala\_destination

## Répartition des sources des réservations en % - en Novembre 2018



Source : OlaKala\_destination