

## Baromètre

Baromètre officiel mensuel de l'activité hôtelière et para-hôtelière

Limoges

Mars 2022

MKG Consulting EMEA

5 rue de Dantzig - Paris  
+33 (0)1 70 36 01 36  
welcome@mkg-group.com



# AGGLOMÉRATION DE LIMOGES



## Les performances de l'hôtellerie et des résidences

MARS 2022

### NORD

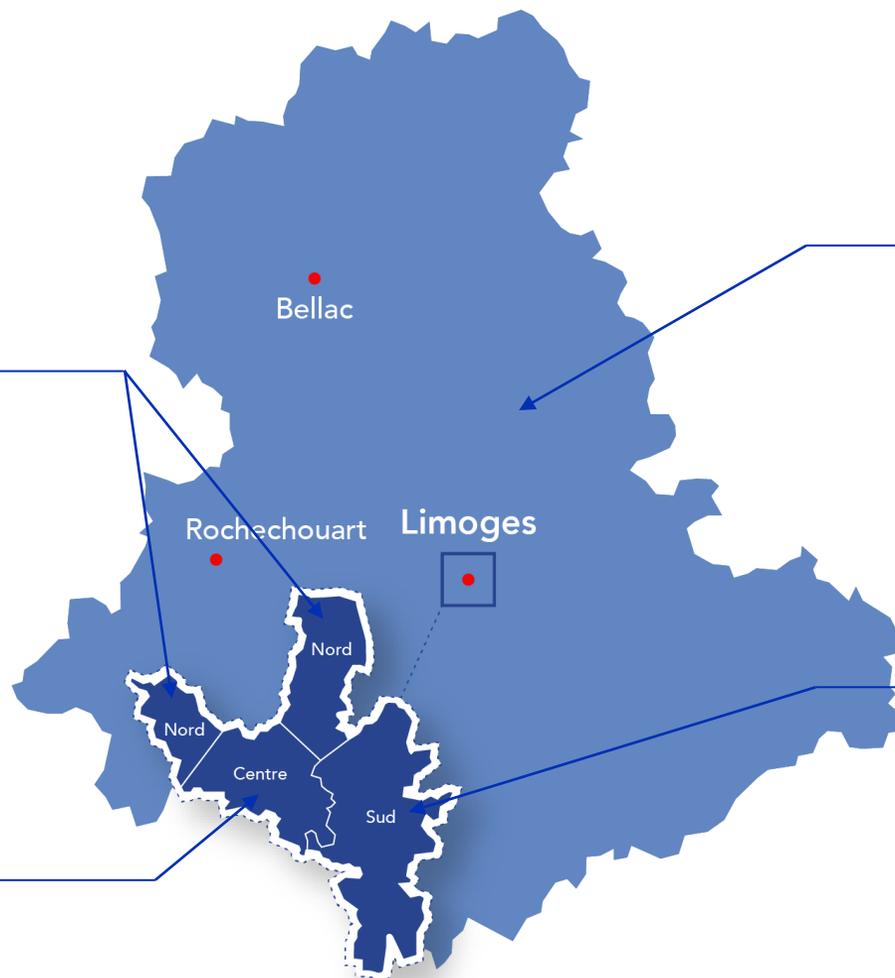
- Limoges

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	11	16	69%
<b>Chambres</b>	671	869	77%
<b>TO</b>	<b>PM HT</b>	<b>RevPAR</b>	
53,5%	64,0 €	34,2 €	

### CENTRE

- Limoges

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	9	24	38%
<b>Chambres</b>	642	981	65%
<b>TO</b>	<b>PM HT</b>	<b>RevPAR</b>	
56,5%	68,1 €	38,5 €	



### HORS LIMOGES

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	3	56	5%
<b>Chambres</b>	89	649	14%
<b>TO</b>	<b>PM HT</b>	<b>RevPAR</b>	
49,6%	81,1 €	40,2 €	

### SUD

- Limoges
- Feytiat
- Panazol

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	3	7	43%
<b>Chambres</b>	134	256	52%
<b>TO</b>	<b>PM HT</b>	<b>RevPAR</b>	
64,3%	72,4 €	46,5 €	

# AGGLOMÉRATION DE LIMOGES

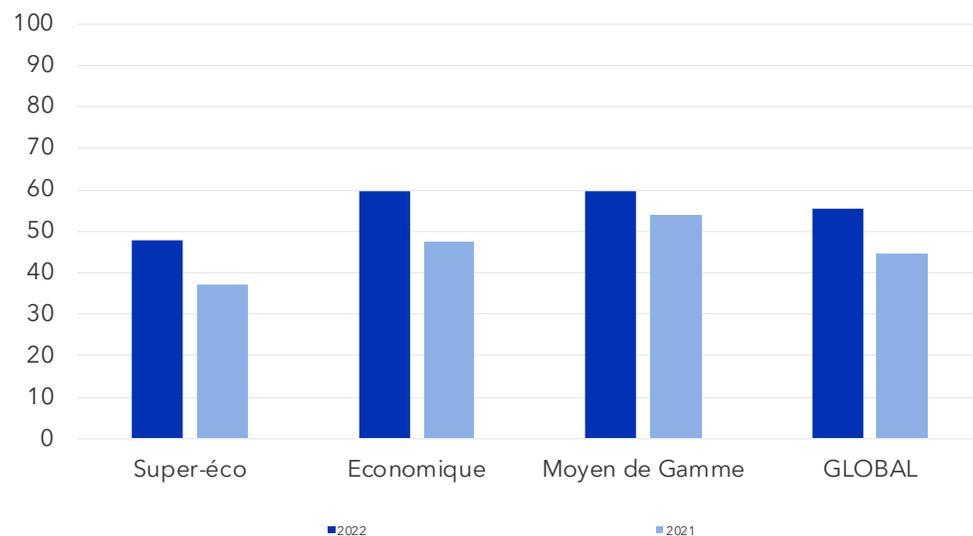


## Les performances par zone

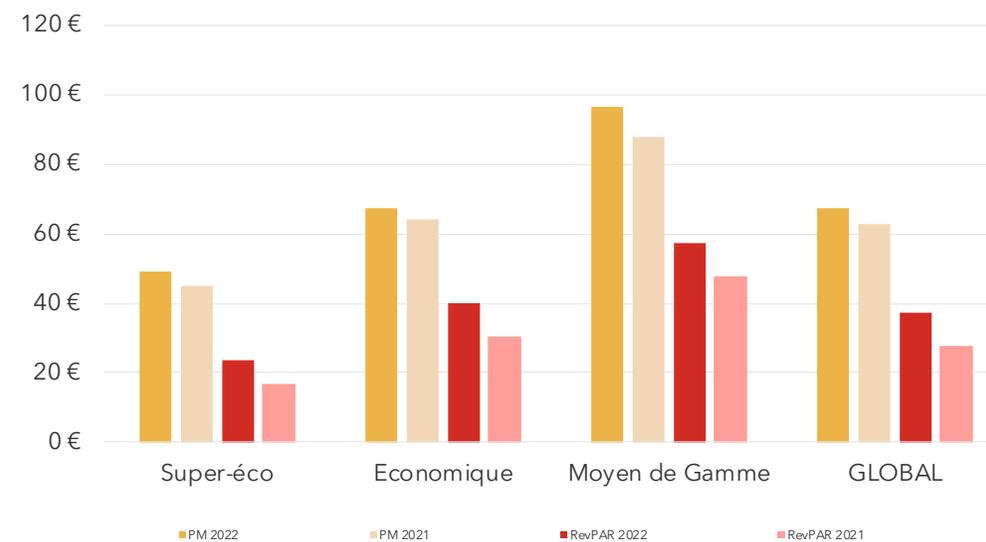
MARS 2022 versus MARS 2021 & MARS 2019

Segments	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR		
	%	Evol (pts) vs 2021	Evol (pts) vs 2019	€	% vs 2021	% vs 2019	€	% vs 2021	% vs 2019
Super-éco	47,9%	10,8	-4,7	49,0	9,1%	11,5%	23,5	40,9%	1,5%
Economique	59,7%	12,1	3,4	67,2	4,8%	8,1%	40,1	31,6%	14,7%
Moyen de Gamme	59,6%	5,5	3,5	96,3	9,5%	4,3%	57,4	20,7%	10,8%
<b>GLOBAL</b>	55,4%	10,9	0,6	67,5	7,5%	8,8%	37,4	33,9%	9,9%

Taux d'occupation



Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 26 hôtels représentant 1 536 chambres

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

# AGGLOMÉRATION DE LIMOGES

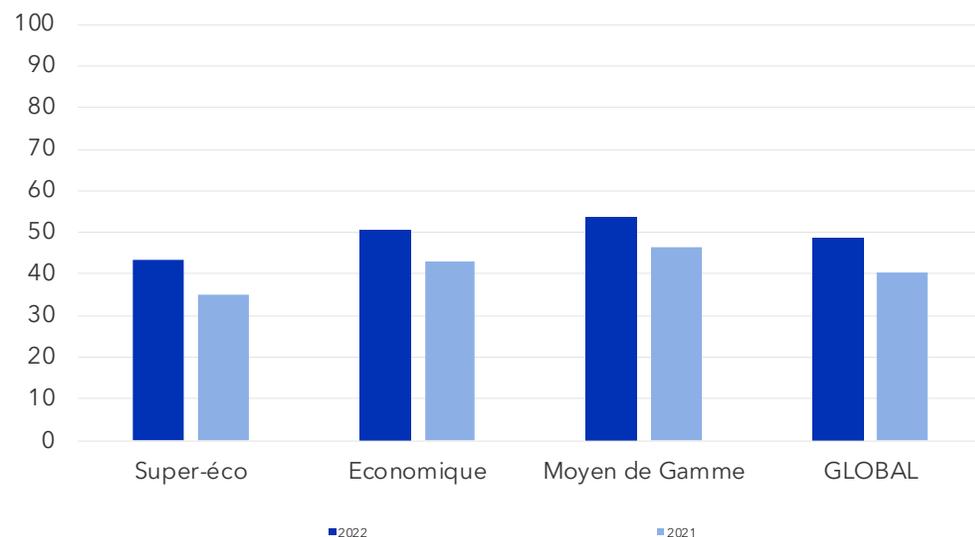


## Les performances hôtelières cumulées

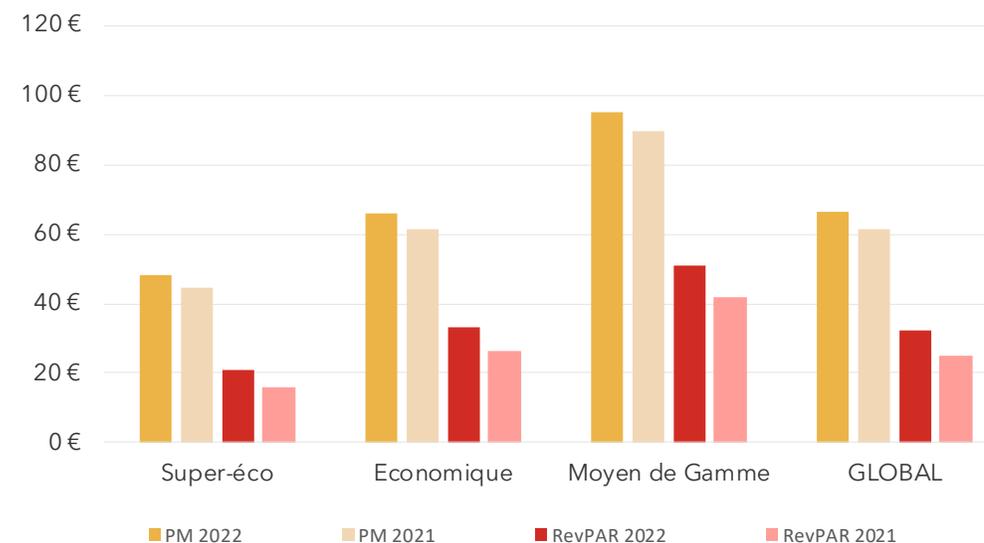
YTD 2021 versus YTD 2020 & YTD 2019 (1er JANVIER au 31 MARS)

Segments	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR		
	%	Evol (pts) vs 2021	Evol (pts) vs 2019	€	% vs 2021	% vs 2019	€	% vs 2021	% vs 2019
Super-éco	43,5%	8,4	-5,6	48,4	8,5%	10,7%	21,1	34,3%	-1,9%
Economique	50,5%	7,6	-4,3	65,8	6,9%	6,1%	33,2	25,7%	-2,2%
Moyen de Gamme	53,5%	6,9	0,0	95,3	6,4%	1,3%	51,0	22,1%	1,4%
<b>GLOBAL</b>	48,6%	8,1	-3,7	66,4	7,9%	6,5%	32,3	29,4%	-1,1%

Taux d'occupation



Prix Moyen et RevPAR



Note : Basé sur un échantillon de 26 hôtels représentant 1 536 chambres

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

# AGGLOMÉRATION DE LIMOGES



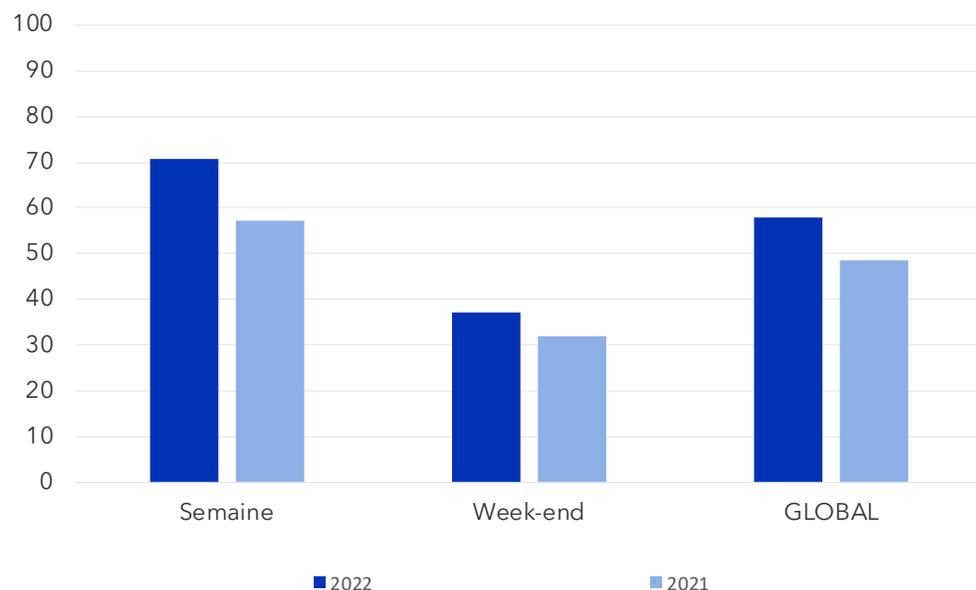
## Les performances hôtelières semaine / week-end

MARS 2022 versus MARS 2021 & MARS 2019

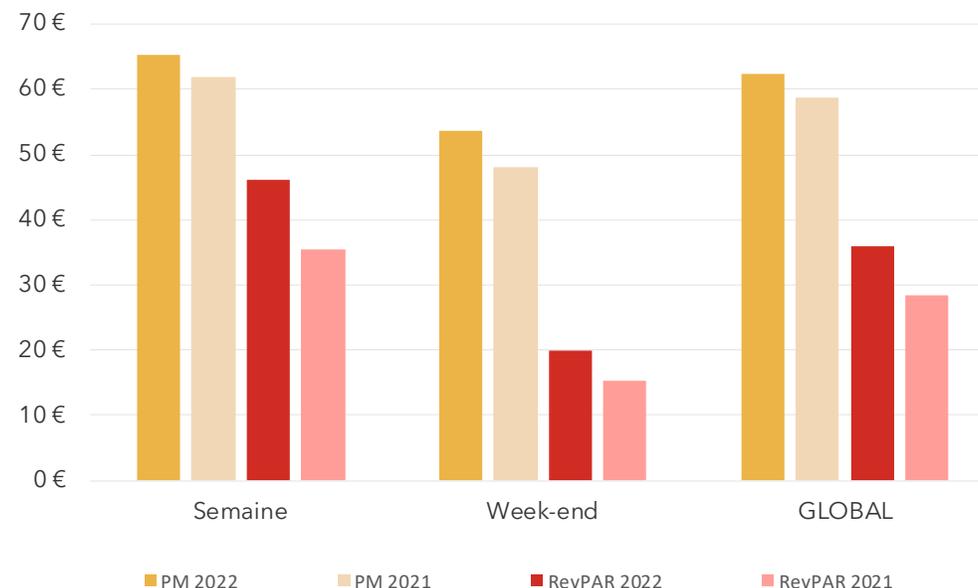
Période	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR		
	%	Evol (pts) vs 2021	Evol (pts) vs 2019	€	% vs 2021	% vs 2019	€	% vs 2021	% vs 2019
Semaine	70,9%	13,5	-6,2	65,2	5,4%	9,2%	46,2	30,3%	0,4%
Week-end	37,2%	5,2	-3,0	53,5	11,4%	14,6%	19,9	29,4%	6,1%
<b>GLOBAL</b>	57,9%	9,4	-1,4	62,3	6,2%	12,4%	36,0	26,7%	9,8%

Note : Basé sur un échantillon de 12 hôtels représentant 852 chambres

Taux d'occupation



Prix Moyen et RevPAR



Jours de semaine : du lundi au jeudi  
Jours de week-end : du vendredi au dimanche

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

# AGGLOMÉRATION DE LIMOGES



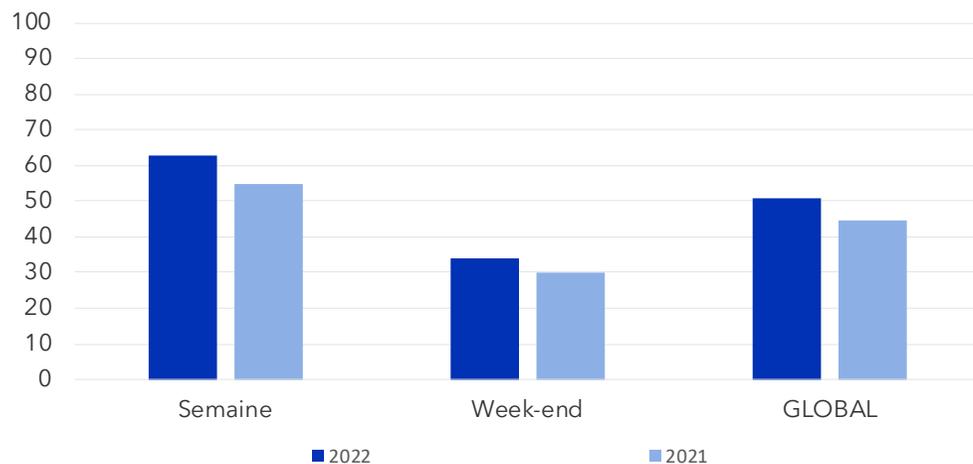
## Les performances hôtelières semaine / week-end

YTD 2021 versus YTD 2020 & YTD 2019 (1er JANVIER au 31 MARS)

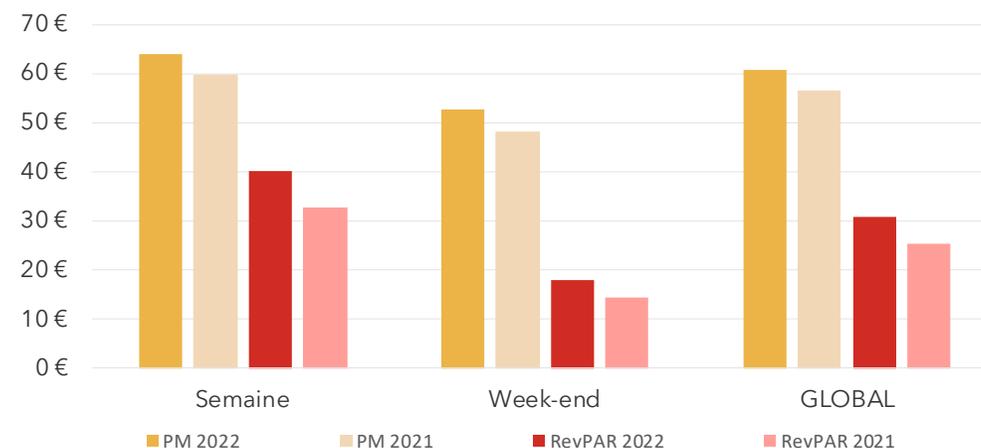
Période	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR		
	%	Evol (pts) vs 2021	Evol (pts) vs 2019	€	% vs 2021	% vs 2019	€	% vs 2021	% vs 2019
Semaine	62,8%	8,1	-9,2	64,0	6,7%	8,9%	40,2	22,4%	-5,1%
Week-end	34,0%	4,2	-3,4	52,9	9,6%	14,8%	18,0	24,9%	4,4%
<b>GLOBAL</b>	50,8%	6,1	-6,3	60,9	7,1%	10,4%	30,9	21,7%	-1,8%

Note : Basé sur un échantillon de 12 hôtels représentant 852 chambres

Taux d'occupation



Prix Moyen et RevPAR



Jours de semaine : du lundi au jeudi  
 Jours de week-end : du vendredi au dimanche

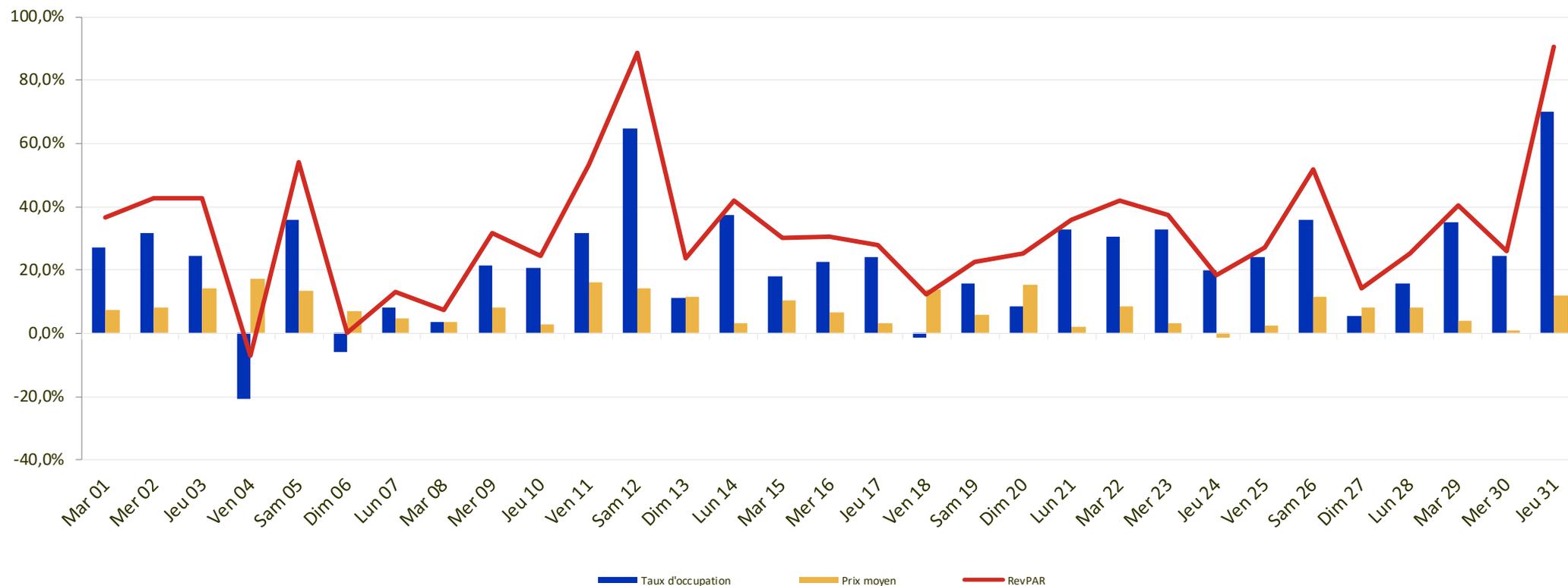
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: MKG\_destination

# ÉVOLUTION DES PERFORMANCES HÔTELIÈRES



## Évolution des indicateurs d'activité jour par jour

mardi 1er MARS 2022 vs mardi 2 MARS 2021, mercredi 2 MARS 2022 vs mercredi 3 MARS 2021, etc

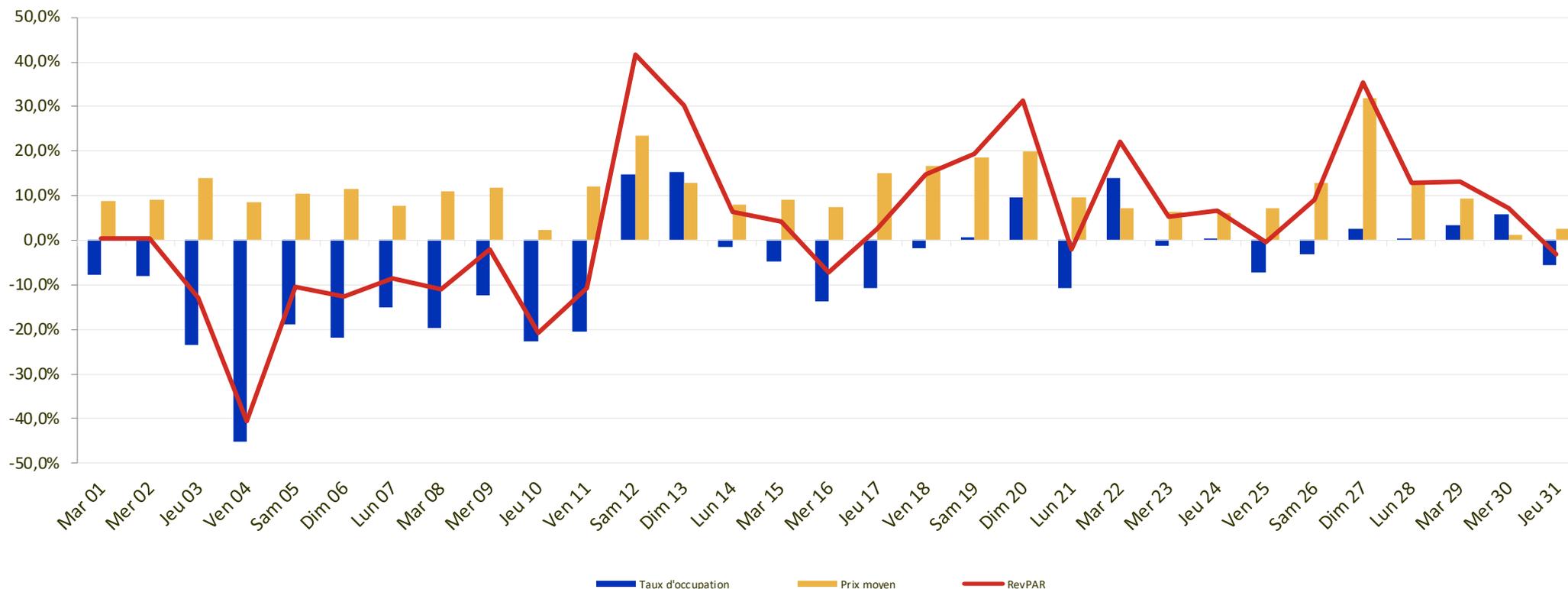


# ÉVOLUTION DES PERFORMANCES HÔTELIÈRES



## Évolution des indicateurs d'activité jour par jour

mardi 1er MARS 2022 vs mardi 5 MARS 2019, mercredi 2 MARS 2022 vs mercredi 6 MARS 2019, etc



# NATIONALITÉS

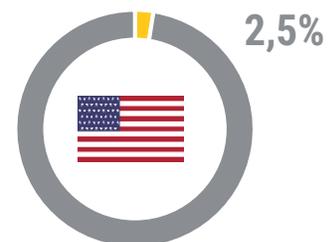
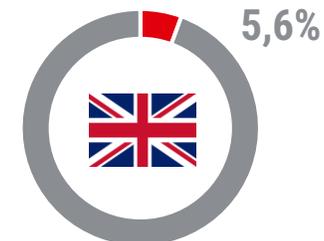
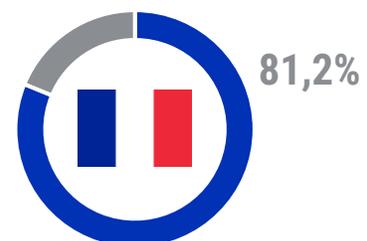


## Classement des nationalités - Top 5

MARS 2022

### NATIONALITES PAR SEGMENTS (en %)

NATIONALITIES PAR SEGMENT (in %)		
	Economique	Global
France	62,3%	81,2%
Royaume-Uni	19,8%	5,6%
Etats-Unis	0,0%	2,5%
Pays-Bas	3,3%	2,1%
Belgique	6,2%	1,8%
Autres	8,4%	6,8%
TOTAL	100,0%	100,0%

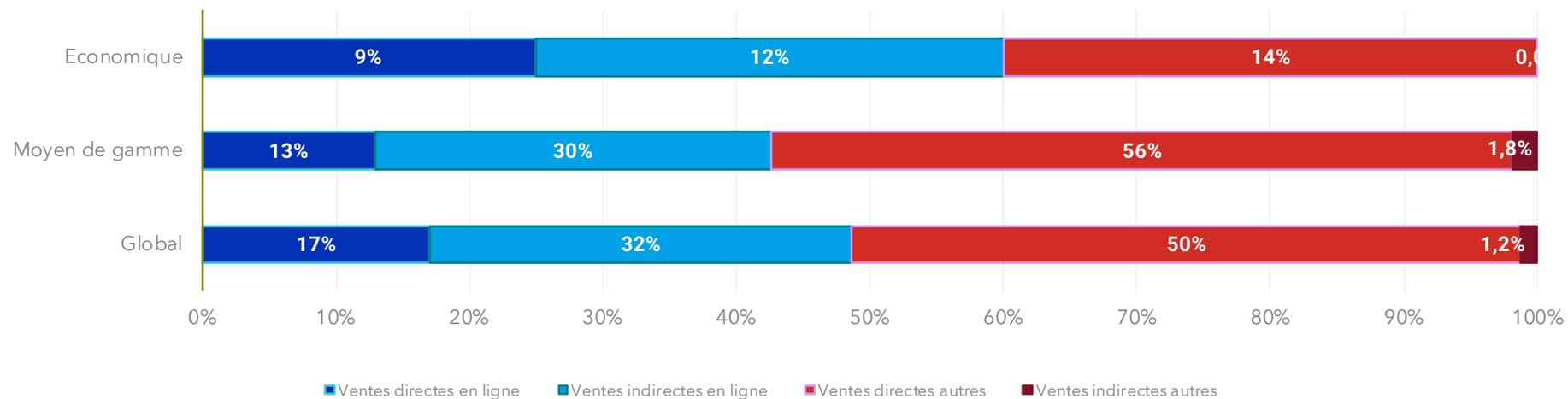


## MIX CLIENTÈLE



Taux de réservations effectuées par l'ensemble des canaux de réservation  
( en % des nuitées )

MARS 2022



## MIX CLIENTÈLE



Impression sur les mois passés et prévision de la fréquentation sur les 3 prochains mois

MARS 2022

=	Mois passés	Mai	Mai	Mai
Super-économique	<i>nd</i>	<i>nd</i>	<i>nd</i>	<i>nd</i>
Economique	<i>nd</i>	<i>nd</i>	<i>nd</i>	<i>nd</i>
Moyen de gamme	-	-	-	-
<b>Global</b>	-	-	-	-

« nd » : segment non diffusable car trop peu de répondants

# AGGLOMÉRATION DE LIMOGES

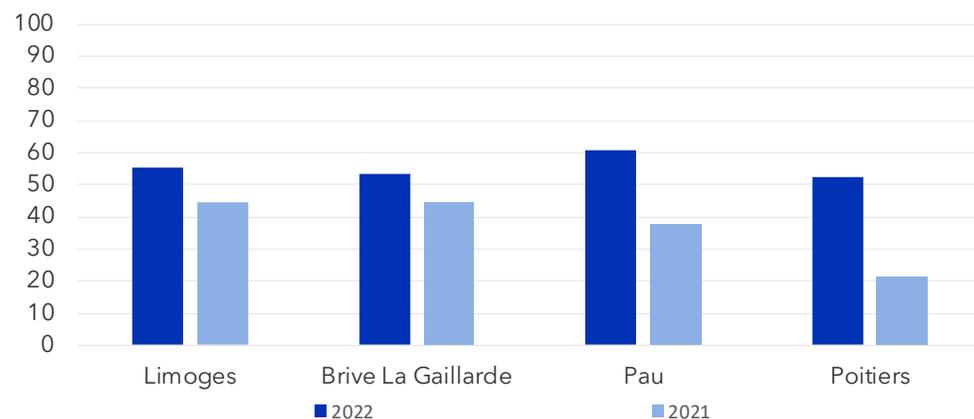


## Comparaison versus autres agglomérations

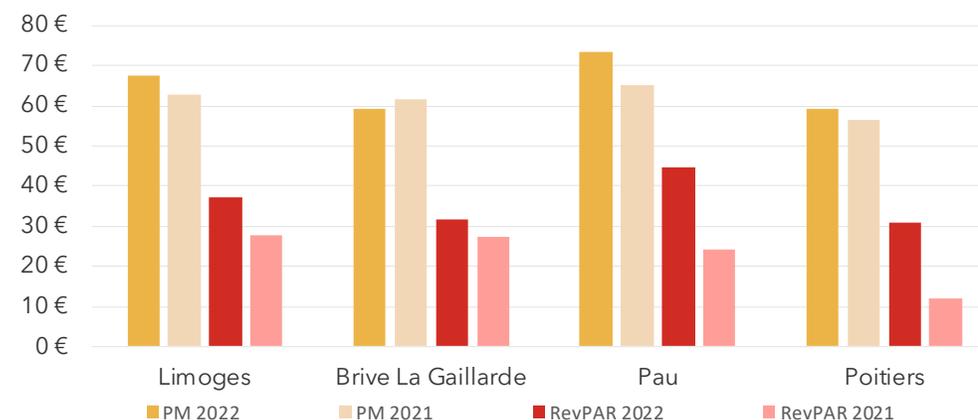
MARS 2022 versus MARS 2021 & MARS 2019

Zones	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR		
	%	Evol (pts) vs 2021	Evol (pts) vs 2019	€	% vs 2021	% vs 2019	€	% vs 2021	% vs 2019
Limoges	55,4%	10,9	0,6	67,5	7,5%	8,8%	37,4	33,9%	9,9%
Brive La Gaillarde	53,3%	8,8	1,8	59,3	-3,9%	6,6%	31,6	15,1%	10,3%
Pau	61,0%	23,6	3,1	73,4	12,7%	11,1%	44,8	83,8%	17,0%
Poitiers	52,2%	30,9	-2,7	59,3	4,6%	2,5%	31,0	156,7%	-2,5%

Taux d'occupation



Prix Moyen et RevPAR



# AGGLOMÉRATION DE LIMOGES

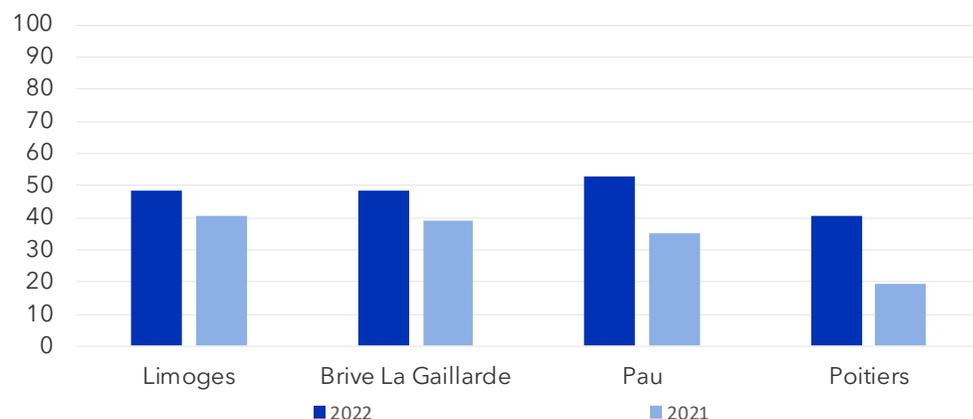


## Comparaison versus autres agglomérations

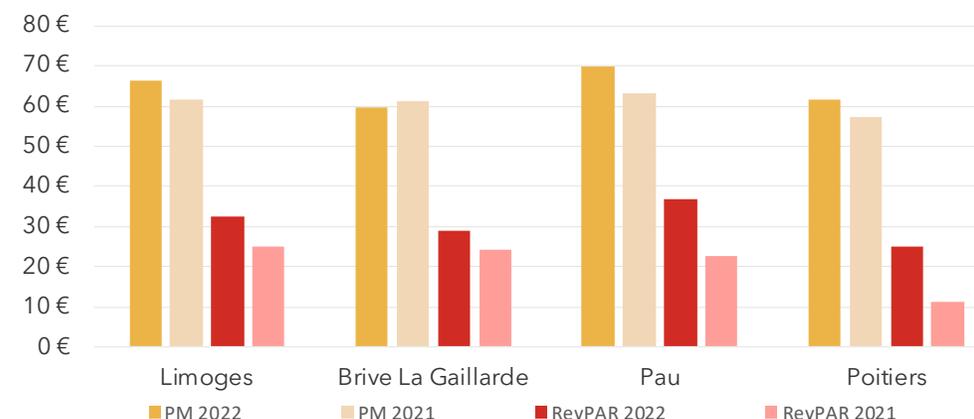
YTD 2021 versus YTD 2020 & YTD 2019 (1er JANVIER au 31 MARS)

Zones	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR		
	%	Evol (pts)	Evol (pts) vs 2019	€	% vs 2020	% vs 2019	€	% vs 2020	% vs 2019
Limoges	48,6%	8,1	-3,7	66,4	7,9%	6,5%	32,3	29,4%	-1,1%
Brive La Gaillarde	48,7%	9,4	-0,9	59,8	-2,3%	7,0%	29,1	21,2%	5,1%
Pau	52,7%	17,3	-4,9	70,1	10,6%	6,4%	36,9	64,6%	-2,7%
Poitiers	40,7%	21,3	-8,4	61,5	7,7%	4,4%	25,1	126,1%	-13,4%

Taux d'occupation



Prix Moyen et RevPAR



# MÉTHODOLOGIE

La Base de données de MKG\_destination 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 20 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 MKG\_destination dispose d'un programme de suivi des performances quotidiennes - MKG\_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

## GLOSSAIRE

- **Taux d'occupation :** Rapport entre le nombre de chambres vendues (ou appartements) et le nombre de chambres disponibles (ou appartements)
- **Chambres vendues :** ensemble des chambres louées par l'hôtel, y compris les gratuités
- **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.
- **Prix moyen :** Chiffre d'affaires hébergement divisé par le nombre de chambres vendues (ou appartements).
- **RevPAR :** Taux d'occupation multiplié par le prix moyen ou CA hébergement divisé par le nombre de chambres disponibles (ou appartements).
- **Evolution (pts ou %) :** Hausse ou baisse comparée à la même période de l'année précédente.
- **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 lignes ? :** 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 direct autres :** tél, fax, face à face...
- **Vente directe en ligne :** OTA (Booking.com, Expedia, Hotels.com etc...), site de réservation tiers...
- **Ventes indirecte en autres :** agences de voyage ou voyagistes

## 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 MKG\_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.

# CONTACT

## MARIE-LAURE BOURDIER

CCI Limoges Haute-Vienne

T. +33 (0)5 55 45 16 39

E-mail : marie-laure.bourdier@limoges.cci.fr

## HERVE CHAISEMARTIN

Office de tourisme Intercommunal de Limoges

T. +33 (0)5 55 34 70 26

E-mail : administration@limoges-tourisme.com

## GUILLAUME RICHOUX

MKG\_destination

T. +33 (0)1 56 56 87 87

E-mail : observatoire@mkg-consulting.com

OFFICE DE TOURISME  
www.limoges-tourisme.com

