

# LE BAROMÈTRE OFFICIEL MENSUEL DE L'ACTIVITÉ HÔTELIÈRE ET PARA-HÔTELIÈRE LIMOGES

MAI 2019

OlaKala\_destination



# AGGLOMERATION DE LIMOGES

MAI 2019

## LES PERFORMANCES DE L'HÔTELLERIE ET DES RÉSIDENCES

### NORD

- Limoges

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	11	16	69%
Chambres	671	869	77%

TO	PM HT	RevPAR
62,0%	57,4 €	35,6 €

### CENTRE

- Limoges

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	9	24	38%
Chambres	642	981	65%

TO	PM HT	RevPAR
63,9%	61,9 €	39,6 €

### HORS LIMOGES

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	3	56	5%
Chambres	89	649	14%

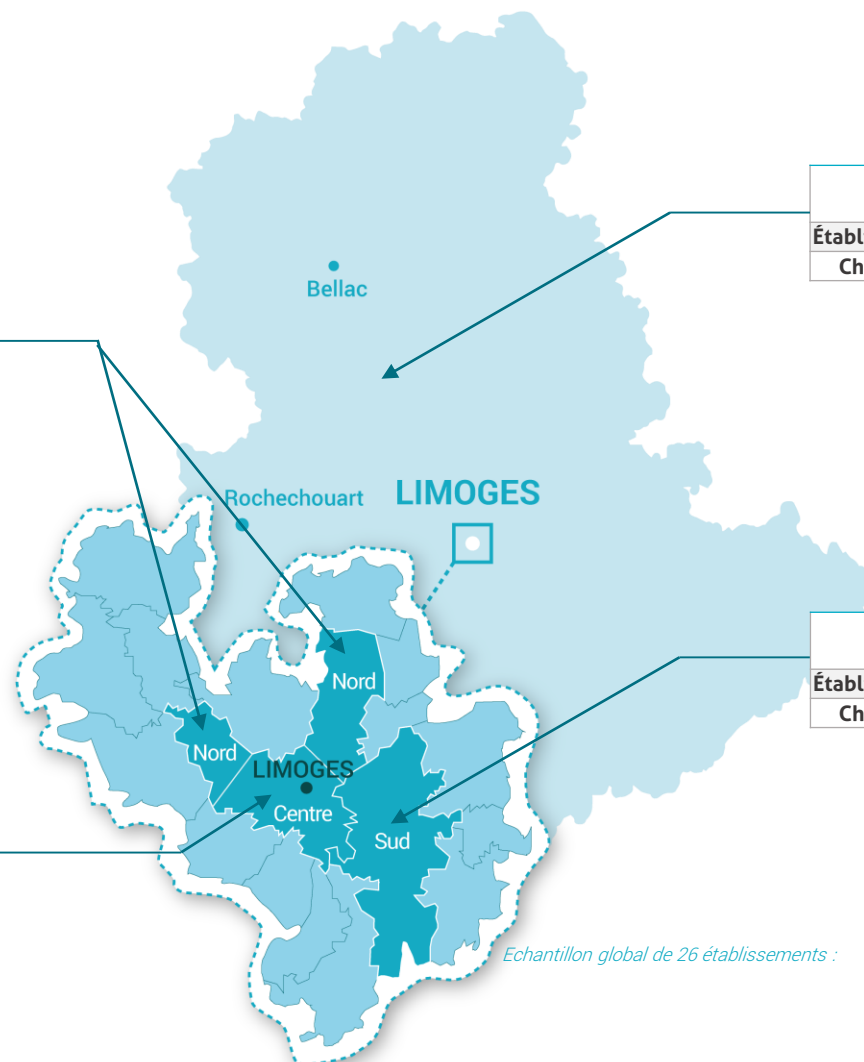
TO	PM HT	RevPAR
48,9%	79,7 €	38,9 €

### SUD

- Limoges
- Feytiat
- Panazol

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
Établissements	3	7	43%
Chambres	134	256	52%

TO	PM HT	RevPAR
57,2%	62,2 €	35,6 €



Echantillon global de 26 établissements :

# PERFORMANCES HOTELIERES MENSUELLES

MAI 2019

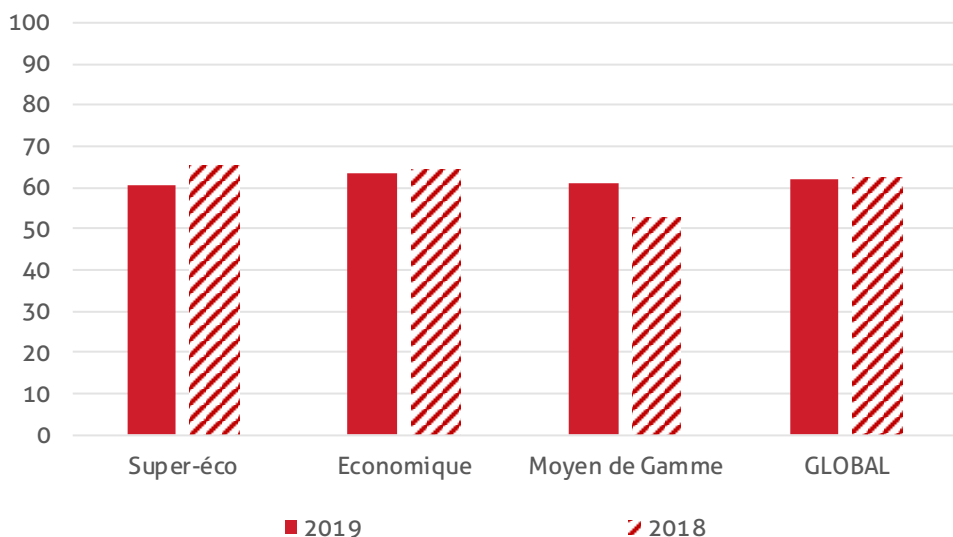
## MAI 2019 versus MAI 2018

Segments	Taux d'occupation		Prix moyen		RevPAR	
	%	Evol (pts)	€	%	€	%
Super-éco	60,6%	-4,8	44,1	-1,0%	26,7	-8,2%
Economique	63,6%	-0,7	60,3	-0,4%	38,3	-1,5%
Moyen de Gamme	60,9%	7,9	91,6	-7,0%	55,8	6,8%
<b>GLOBAL</b>	<b>61,9%</b>	<b>-0,5</b>	<b>60,7</b>	<b>-0,4%</b>	<b>37,6</b>	<b>-1,1%</b>

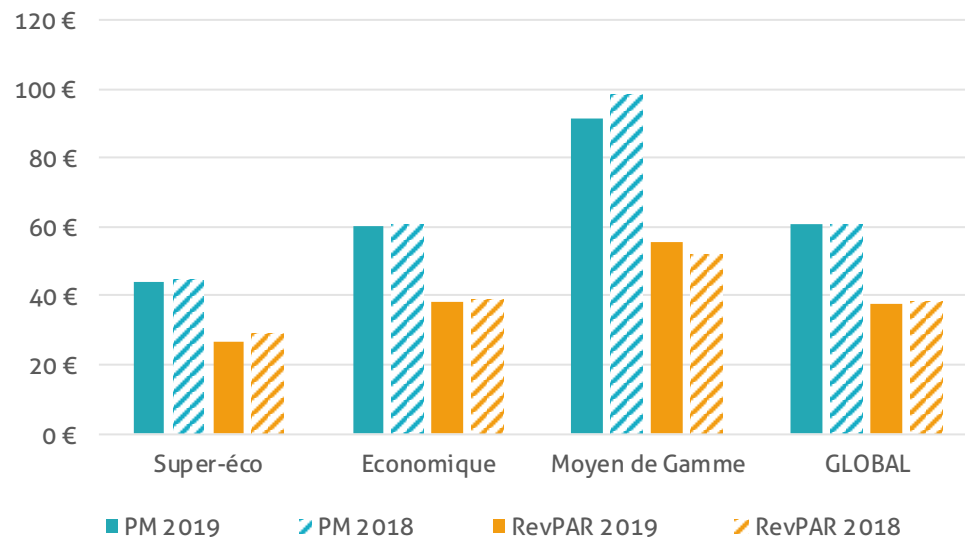
Prix moyen et RevPAR en euros TTC - Source: OlaKala\_destination

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

## TAUX D'OCCUPATION



## PRIX MOYEN ET REVPAR



# PERFORMANCES HOTELIERES CUMULEES

MAI 2019

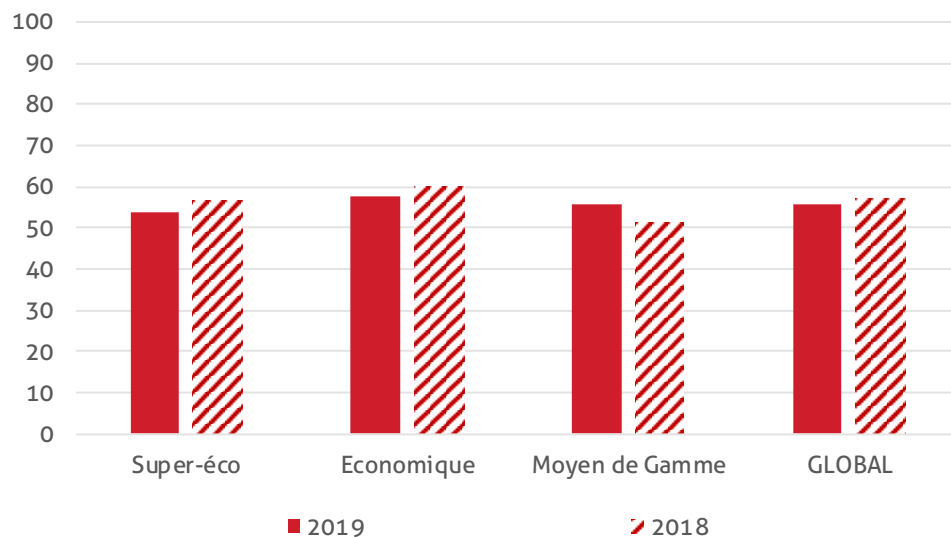
## YTD 2019 versus YTD 2018 (1<sup>er</sup> JANVIER au 31 MAI)

Segments	Taux d'occupation		Prix moyen		RevPAR	
	%	Evol (pts)	€	%	€	%
Super-éco	53,7%	-3,1	43,8	-0,5%	23,5	-6,0%
Economique	57,9%	-2,3	61,4	1,7%	35,5	-2,2%
Moyen de Gamme	56,0%	4,5	92,7	-6,0%	51,9	2,3%
<b>GLOBAL</b>	<b>55,9%</b>	<b>-1,2</b>	<b>61,5</b>	<b>0,3%</b>	<b>34,4</b>	<b>-1,9%</b>

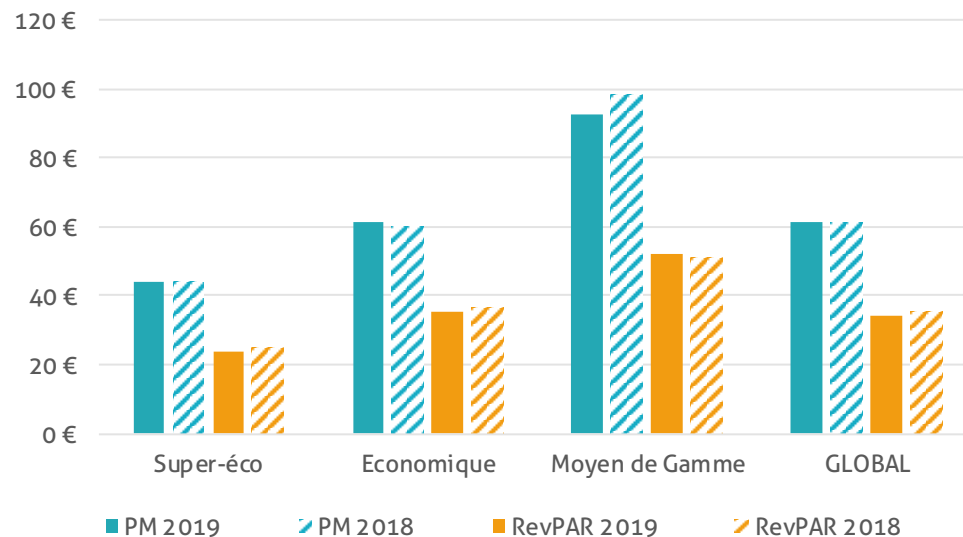
Prix moyen et RevPAR en euros TTC - Source: OlaKala\_destination

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

## TAUX D'OCCUPATION



## PRIX MOYEN ET REVPAR



# PERFORMANCES HOTELIERES SEMAINE/WEEK-END

MAI 2019

## MAI 2019 versus MAI 2018

Période	Taux d'occupation		Prix moyen		RevPAR	
	%	Evol (pts)	€	%	€	%
Semaine	67,1%	-10,5	65,5	2,3%	43,9	-11,5%
Week-end	58,9%	5,1	54,4	6,2%	32,0	16,3%
<b>GLOBAL</b>	<b>63,9%</b>	<b>-4,4</b>	<b>61,5</b>	<b>2,4%</b>	<b>39,3</b>	<b>-4,3%</b>

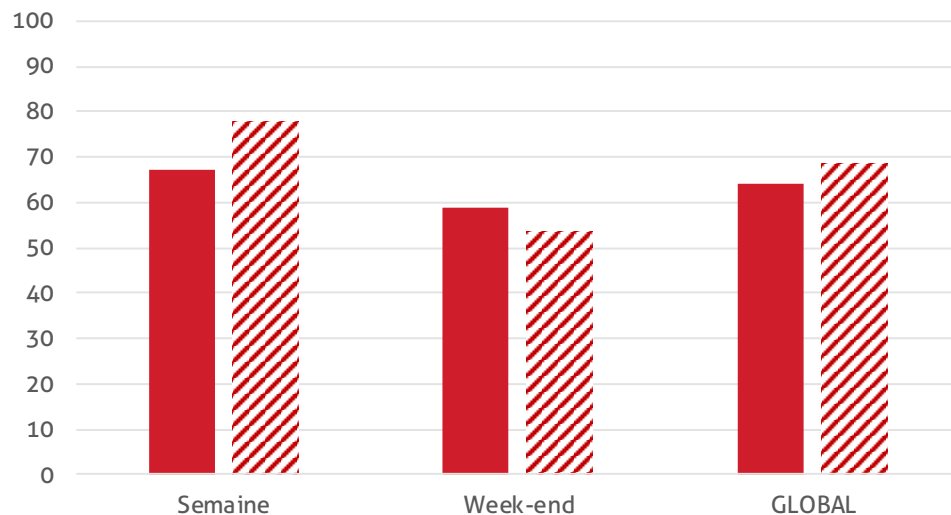
Prix moyen et RevPAR en euros TTC - Source: OlaKala\_destination

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

Jours de semaine : du lundi au jeudi

Jours de week-end : du vendredi au dimanche

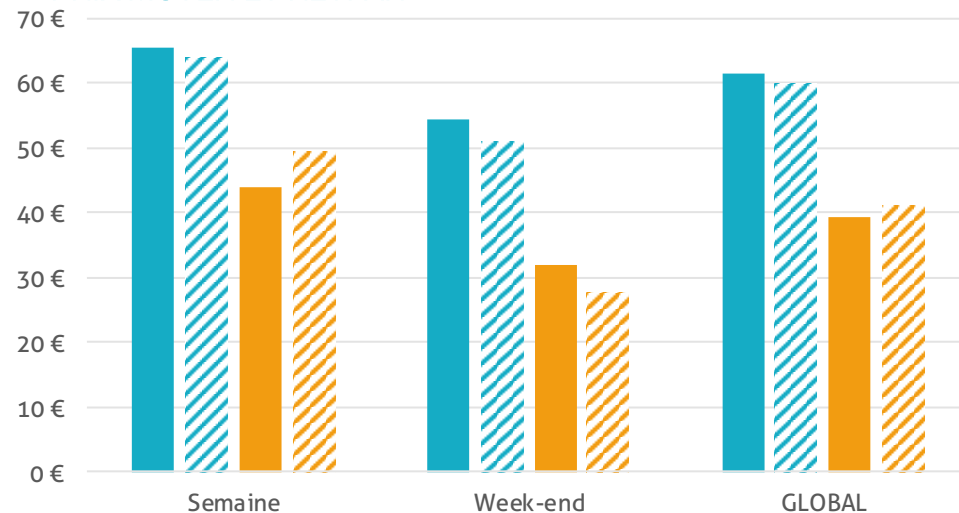
## TAUX D'OCCUPATION



■ 2019

▨ 2018

## RIX MOYEN ET REVPAR



■ PM 2019

▨ PM 2018

■ RevPAR 2019

▨ RevPAR 2018

# PERFORMANCES HOTELIERES SEMAINE/WEEK-END

MAI 2019

## YTD 2019 versus YTD 2018 (1<sup>er</sup> JANVIER au 31 MAI)

Période	Taux d'occupation		Prix moyen		RevPAR	
	%	Evol (pts)	€	%	€	%
Semaine	69,2%	-4,3	65,7	4,0%	45,5	-2,1%
Week-end	40,5%	-4,1	53,0	6,9%	21,5	-2,8%
<b>GLOBAL</b>	<b>57,2%</b>	<b>-4,3</b>	<b>61,9</b>	<b>4,8%</b>	<b>35,4</b>	<b>-2,5%</b>

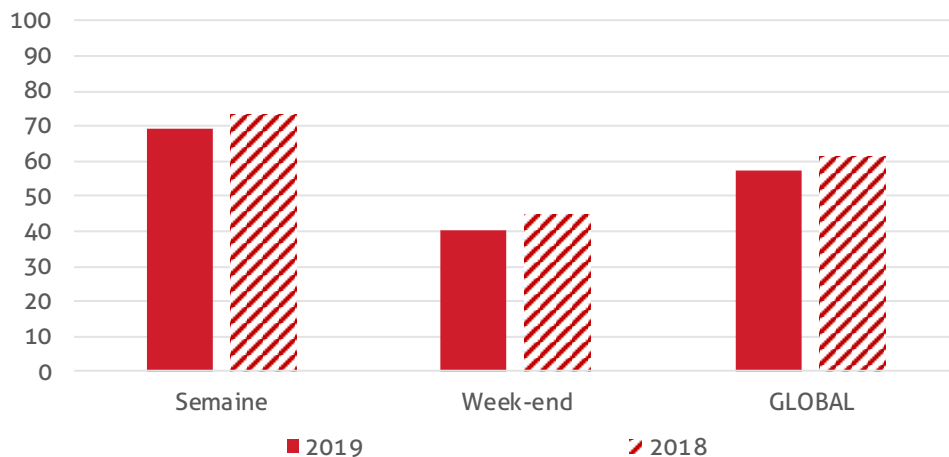
Prix moyen et RevPAR en euros TTC - Source: OlaKala\_destination

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

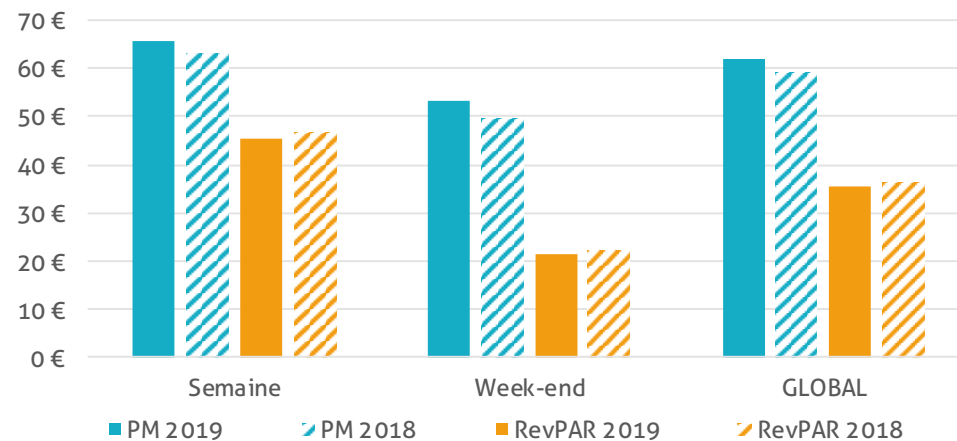
Jours de semaine : du lundi au jeudi

Jours de week-end : du vendredi au dimanche

## TAUX D'OCCUPATION



## RIX MOYEN ET REVPAR

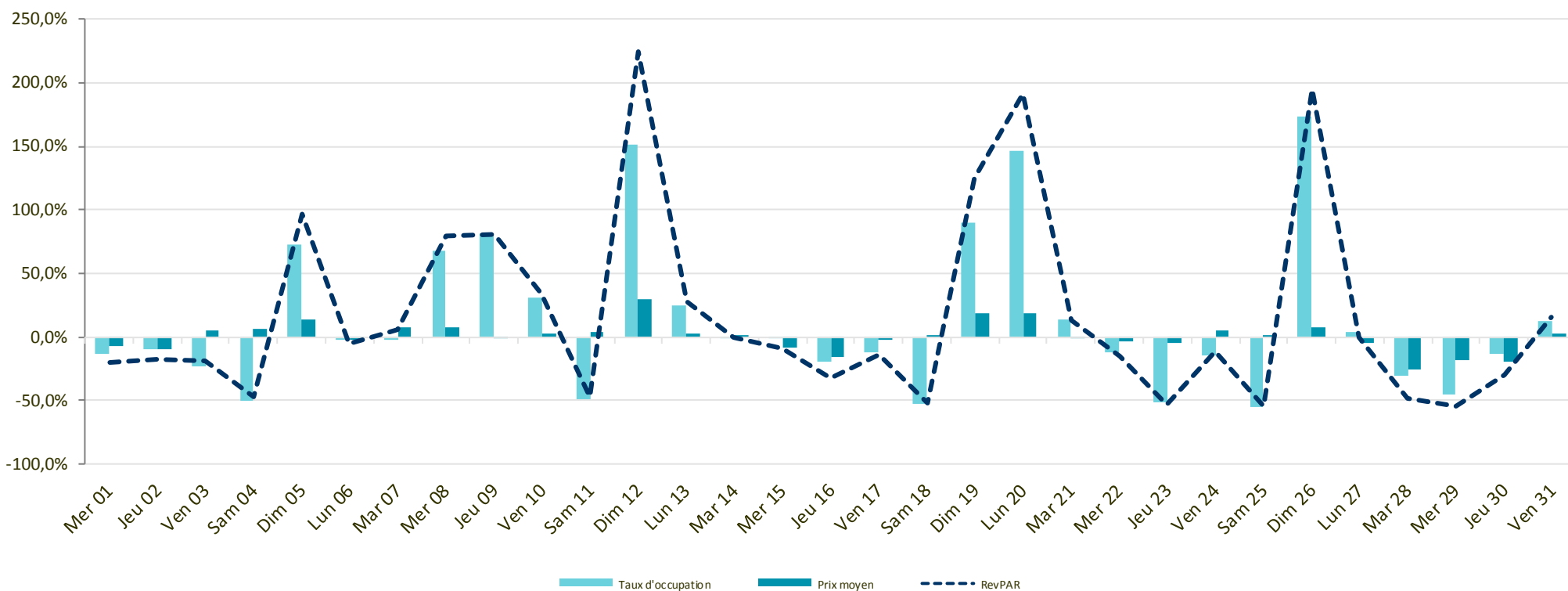


# EVOLUTION DES PERFORMANCES HOTELIERES

MAI 2019

## ÉVOLUTION DES INDICATEURS D'ACTIVITÉ JOUR PAR JOUR

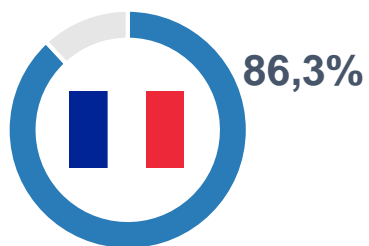
Mercredi 1<sup>er</sup> MAI 2019 vs mercredi 2 MAI 2018, jeudi 2 MAI 2019 vs jeudi 3 MAI 2018, etc



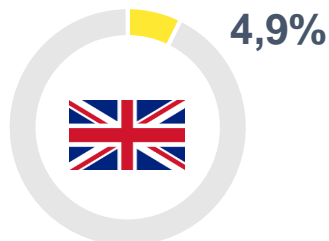
Note : Basé sur un échantillon de 12 hôtels représentant 852 chambres

# CLASSEMENT DES NATIONALITES – TOP 5

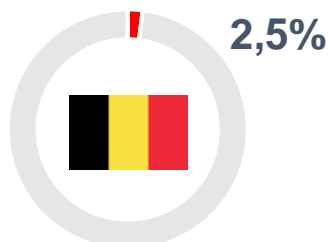
MAI 2019



France



Royaume-Uni



Belgique

## NATIONALITES PAR SEGMENTS (en %)

	Super-économique	Economique	Moyen de Gamme	Global
France	91,3%	83,7%	83,5%	86,3%
Royaume-Uni	3,6%	6,2%	4,9%	4,9%
Belgique	1,8%	4,2%	1,3%	2,5%
Pays-Bas	2,3%	0,8%	1,3%	1,5%
Allemagne	0,7%	0,9%	1,4%	1,0%
Autres	0,3%	4,1%	7,6%	3,8%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## REPARTITION PAR SEGMENTS POUR CHAQUE NATIONALITE (en %)

	Super-économique	Economique	Moyen de Gamme	Global
France	36,5%	35,2%	28,3%	100,0%
Royaume-Uni	24,9%	45,8%	29,3%	100,0%
Belgique	24,6%	60,4%	15,0%	100,0%
Pays-Bas	53,9%	20,8%	25,4%	100,0%
Allemagne	24,1%	33,7%	42,2%	100,0%
Autres	1,5%	36,3%	62,3%	100,0%



# MIX CLIENTÈLE

MAI 2019

	POIDS DES CLIENTÈLES PAR SEGMENT ( EN % )			
	Super-économique	Economique	Moyen de gamme	Global
Clientèle d'agrément	33,0%	49,0%	37,4%	39,9%
Clientèle d'affaire	67,0%	51,0%	62,6%	60,1%
Clientèle individuelle directe de loisir	33,0%	41,3%	34,9%	36,5%
Groupes Tourisme	0,0%	7,7%	2,5%	3,4%
Clientèle individuelle directe corporate	67,0%	35,0%	62,6%	54,5%
Groupes professionnels	0,0%	16,0%	0,0%	5,6%
Congrès, manifestations et salons	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Séminaires, incentives	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%



**AFFAIRES**  
60,1%



**LOISIRS**  
39,9%



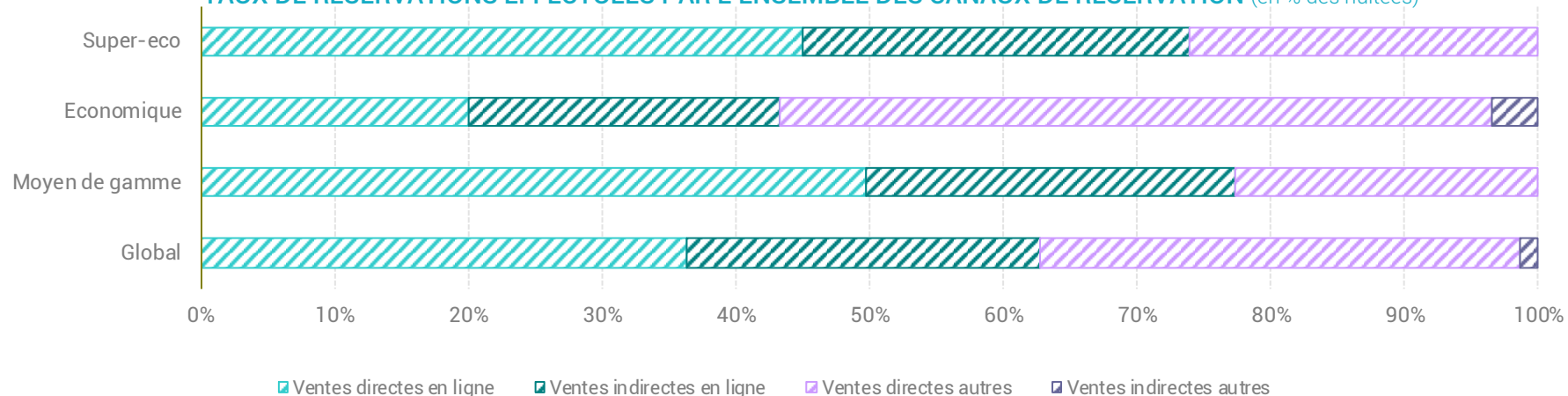
**DUREE MOYENNE**  
1,2 jour

	POIDS DES SEGMENTS PAR CLIENTÈLE ( EN % )			
	Super-économique	Economique	Moyen de gamme	Global
Clientèle individuelle directe de loisir	31,2%	39,5%	29,3%	100,0%
Groupes Tourisme	0,0%	77,7%	22,3%	100,0%
Clientèle individuelle directe corporate	42,4%	22,4%	35,2%	100,0%
Groupes professionnels	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
Congrès, manifestations et salons	-	-	-	-
Séminaires, incentives	-	-	-	-
Toutes clientèles	34,5%	34,9%	30,6%	100,0%

# MIX CLIENTÈLE

MAI 2019

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



## IMPRESSION SUR LES MOIS PASSÉS ET PRÉVISION DE LA FRÉQUENTATION SUR LES 3 PROCHAINS MOIS

=	Mois passés	Juin	Juillet	Août
Super-économique	↑	↑	↑	↑
Economique	=	=	↑	↑
Moyen de gamme	↑	↑	=	↑
Global	↑	↑	=	↑

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

# COMPARAISON vs AUTRES AGGLOMERATIONS

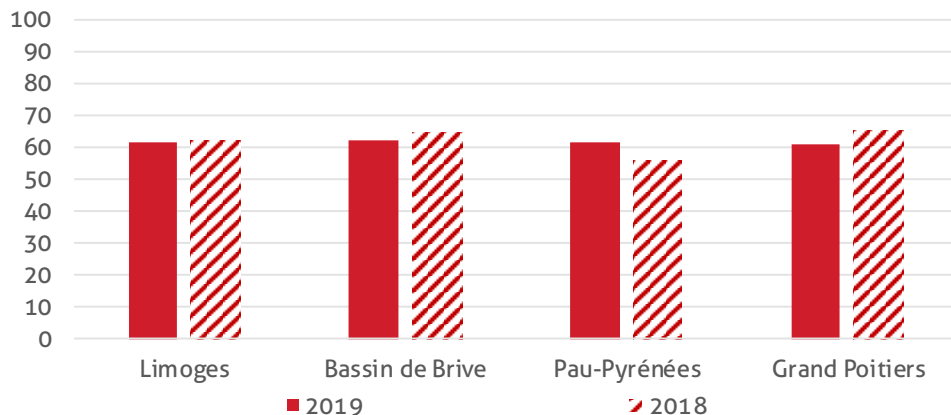
MAI 2019

## MAI 2019 versus MAI 2018

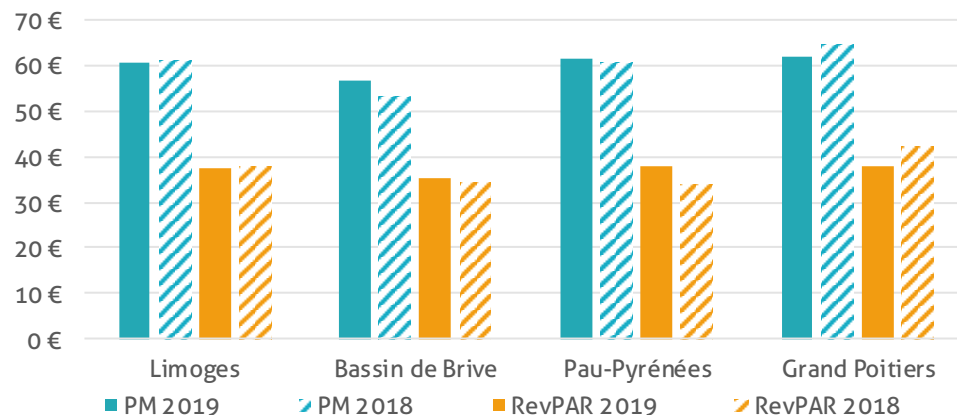
Zones	Taux d'occupation		Prix moyen		RevPAR	
	%	Evol (pts)	€	%	€	%
Limoges	61,9%	-0,5	60,7	-0,4%	37,6	-1,1%
Bassin de Brive	62,3%	-2,8	56,6	6,6%	35,3	2,0%
Pau-Pyrénées	61,5%	5,4	61,5	1,7%	37,8	11,5%
Grand Poitiers	60,8%	-4,5	62,0	-3,9%	37,7	-10,6%

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

## TAUX D'OCCUPATION



## PRIX MOYEN ET REVPAR



# COMPARAISON vs AUTRES AGGLOMERATIONS

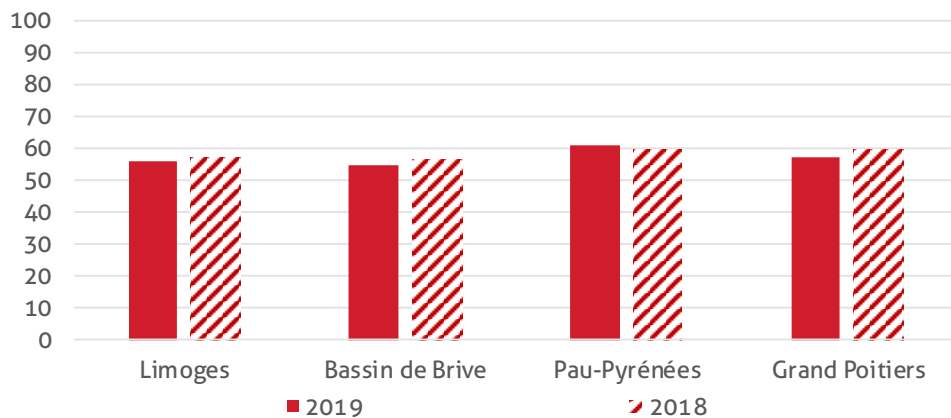
MAI 2019

## YTD 2019 versus YTD 2018

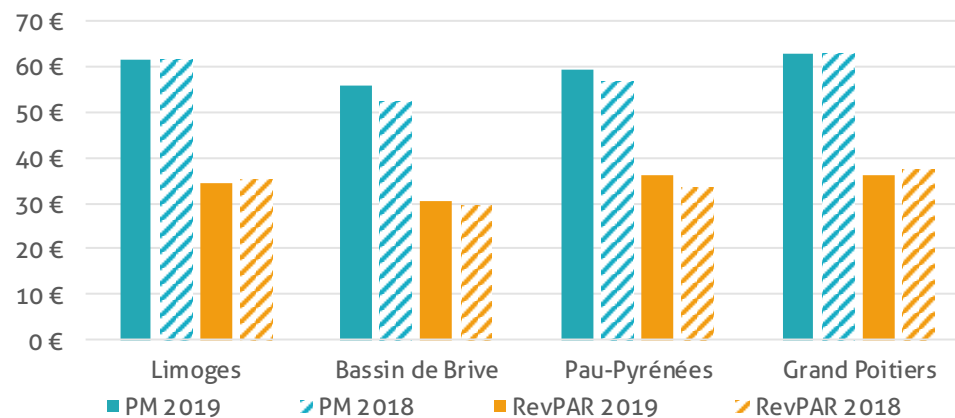
Zones	Taux d'occupation		Prix moyen		RevPAR	
	%	Evol (pts)	€	%	€	%
Limoges	55,9%	-1,2	61,5	0,3%	34,4	-1,9%
Bassin de Brive	54,8%	-1,7	55,8	6,3%	30,6	3,1%
Pau-Pyrénées	61,1%	1,4	59,1	4,7%	36,1	7,1%
Grand Poitiers	57,6%	-2,0	62,8	0,2%	36,2	-3,1%

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

## TAUX D'OCCUPATION



## PRIX MOYEN ET REVPAR



## 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 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 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.

## GLOSSAIRE

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

**Chambres vendues** : 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 TTC** : chiffre d'affaires hébergement divisé par le nombre de chambres vendues.

**RevPAR TTC** : 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

## 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.

## CONTACTS

### 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

### ASTREE VIGNAU

OlaKala\_destination

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

E-mail : advisors@olakala.com