

BAROMÈTRE HÔTELLERIE

BILAN 2018



COLLECTION

TOURISME



PERFORMANCES CUMULEES 2018

Les performances enregistrées pour l'année 2018 pour Bordeaux Métropole montrent une augmentation de **3,11%** du RevPAR toutes catégories confondues.

Tous les segments affichent des évolutions positives : les résidences affichent la plus forte progression de RevPAR par rapport à l'an dernier (+10,96%). Le segment haut de gamme réalise également de bonnes performances (+3,89%).

Quant aux segments super-économique et économique, ils enregistrent une hausse de RevPAR, respectivement de 3,05% et 1,05%. Le segment moyen de gamme enregistre une baisse de RevPAR, de l'ordre de 0,88%.

+3,11%

Évolution du
RevPAR
(revenu par chambre)

**7 903 CHAMBRES
ET 87 HÔTELS**

enquêtés
par MKG Hospitality

-0,18 PT

Évolution
du taux
d'occupation

TAUX D'OCCUPATION EN %

PRIX MOYEN / CHAMBRE HT

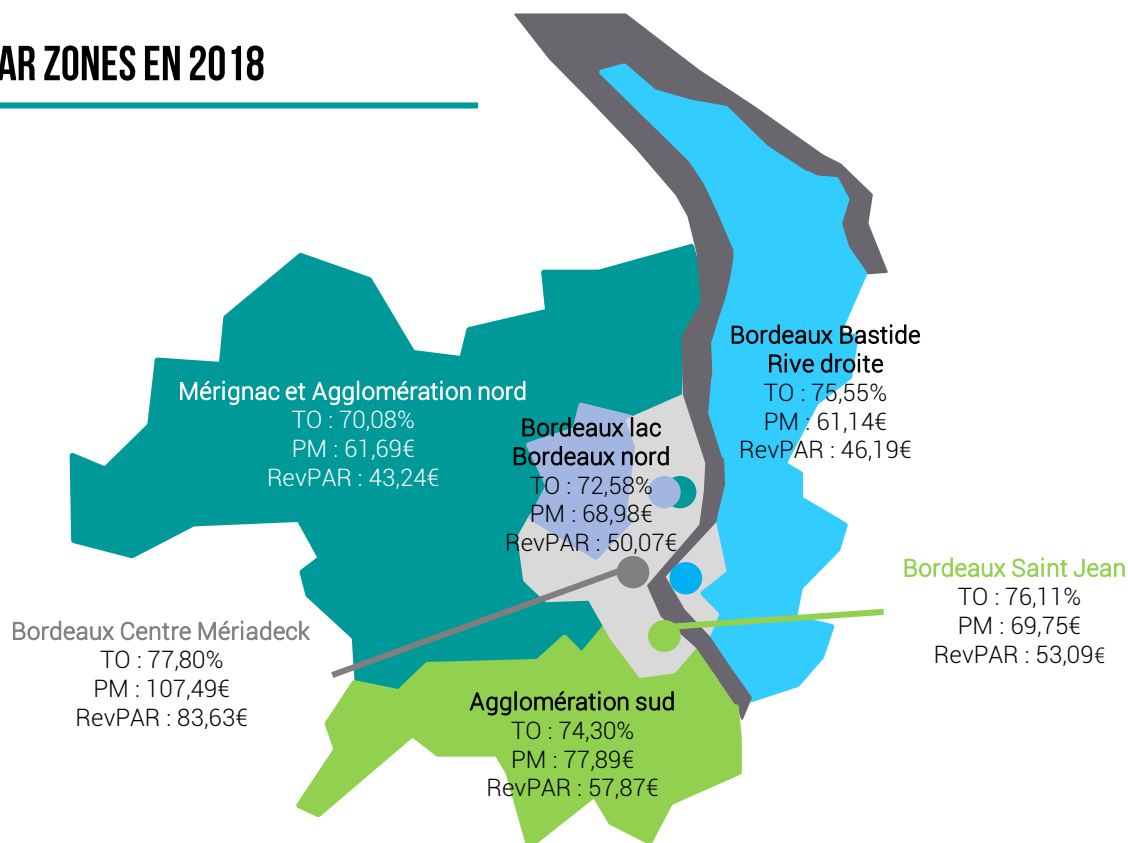
REVPAR EN HT

	TAUX D'OCCUPATION EN %	PRIX MOYEN / CHAMBRE HT	REVPAR EN HT
SUPER-ÉCO	77,18% 77,18%	46,06 44,70	35,55 34,50
ÉCONOMIQUE	72,85% 73,89%	76,28 74,43	55,57 54,99
MOYEN DE GAMME	71,29% 72,88%	92,77 91,53	66,13 66,71
HAUT DE GAMME	67,56% 66,73%	196,79 191,80	132,96 127,99
RÉS. HÔTELIÈRES	80,49% 77,61%	48,17 45,03	38,77 34,95
GLOBAL	74,17% 74,35%	78,96 76,40	58,56 56,80

■ 2018

■ 2017

PERFORMANCES PAR ZONES EN 2018



PERFORMANCES PAR GRANDES AGGLOMÉRATIONS EN 2018

Par rapport à l'an dernier :

- Nantes et Lyon enregistrent des hausses de RevPAR, respectivement 6,71% et 3,47%.
- Marseille et Toulouse voient leurs résultats augmenter également de 2,88% et 1,94% en 2018 sur ce même indicateur.
- Lille est sur une tendance légèrement positive en termes de RevPAR avec une hausse de cet indicateur de 0,92%.



**TAUX D'OCCUPATION
BORDEAUX**

	TAUX D'OCCUPATION EN %	PRIX MOYEN / CHAMBRE HT	REVPAR EN HT
BORDEAUX	74,17% 74,35%	78,96 76,40	58,56 56,80
LILLE	65,94% 65,21%	74,18 74,33	48,91 48,47
LYON	69,55% 68,83%	85,03 83,04	59,13 57,15
MARSEILLE	67,22% 66,78%	82,66 80,89	55,57 54,01
NANTES	70,47% 69,56%	72,06 68,41	50,78 47,59
TOULOUSE	66,99% 67,56%	80,53 78,33	53,95 52,92

■ 2018

■ 2017

LE PALMARÈS DE L'ORIGINE DE LA CLIENTÈLE EN 2018

La clientèle **française** représente 75,3% de la clientèle totale en 2018. Cette clientèle a privilégié les hôtels «moyen de gamme», puis les établissements du segment «économique».

La clientèle **américaine** se classe au deuxième rang avec 4,8% 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 les établissements «économique».

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

La répartition de la clientèle par nationalité en % des 12 premières nationalités hébergées

	Super-éco	Economique	Moyen de Gamme	Haut de Gamme	Global
France	-	84,0%	68,2%	67,2%	75,3%
Etats-Unis	-	0,8%	8,4%	6,8%	4,8%
Espagne	-	4,7%	4,8%	5,1%	4,4%
Royaume-Uni	-	3,0%	6,0%	5,3%	4,3%
Allemagne	-	1,2%	2,9%	3,7%	2,2%
Italie	-	1,5%	1,5%	0,6%	1,7%
Belgique	-	1,6%	1,7%	2,0%	1,5%
Suisse	-	0,7%	2,4%	1,4%	1,4%
Brésil	-	0,1%	0,1%	3,3%	0,7%
Russie	-	0,2%	0,2%	1,6%	0,6%
Pays-Bas	-	0,6%	0,7%	0,2%	0,5%
Canada	-	0,2%	0,7%	0,7%	0,5%

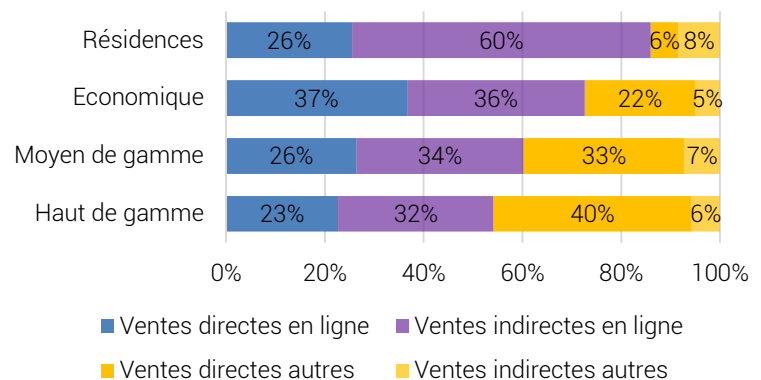
Source : OlaKala_destination

L'ÉTAT DES RÉSERVATIONS EN 2018

Taux de réservations effectuées sur le web (en%)

En 2018, les réservations réalisées par de la vente directe représentent 68% des réservations effectuées. Elle est très fortement représentée pour les segments des résidences (86%) et hôtels économiques (73%).

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



Source : OlaKala_destination

Nombre d'hôtels étudiés sur la période : 39
 Nombre de chambres étudiées sur la période : 3 090

TYOLOGIE DE LA CLIENTÈLE EN 2018

En 2018, la clientèle de **loisirs** représente 46,6% de la clientèle totale.

La clientèle individuelle, venue à Bordeaux pour les loisirs, représente 34,7% de la clientèle totale et a séjourné au sein des hôtels «moyen de gamme» puis «économique». Les groupes Tourisme ont opté pour les segments « haut de gamme » puis « moyen de gamme ».

La clientèle d'**affaires** représente 53,4% de la clientèle totale.

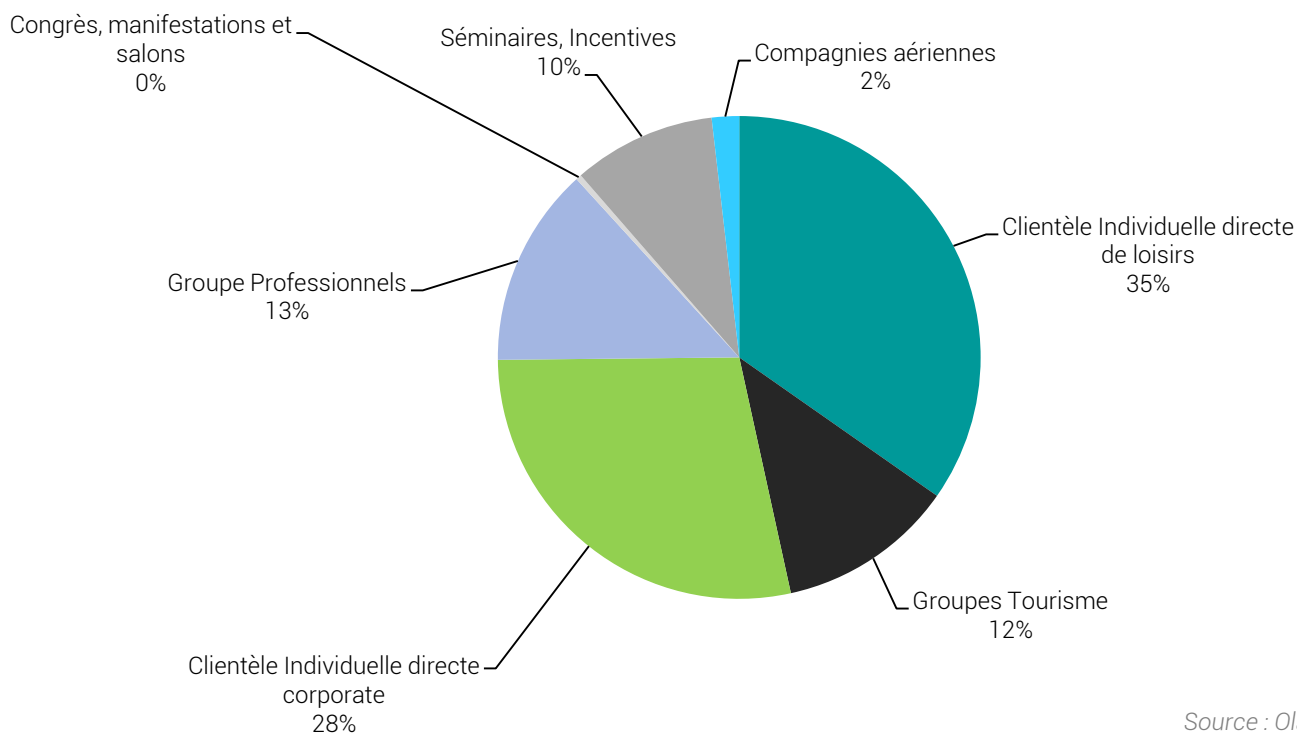
Lorsqu'elle vient de manière individuelle dans la capitale girondine, elle fréquente les établissements « économique» puis les hôtels du segment « moyen de gamme ».

Clientèle Individuelle de loisirs
 Groupes Tourisme
 Clientèle Individuelle « corporate »
 Groupes professionnels
 Congrès, manifestations et salons
 Séminaires, Incentives
 Compagnies aériennes
(personnels navigants, chambres dites d'urgence)

Typologie de la clientèle (en %)				
Super-éco	Eco	Moyen de Gamme	Haut de Gamme	Rés.
-	41,8%	30,3%	25,4%	-
-	3,5%	9,0%	29,5%	-
-	45,7%	26,8%	11,6%	-
-	6,8%	20,7%	9,2%	-
-	0,4%	0,6%	0,0%	-
-	1,5%	8,0%	24,3%	-
-	0,2%	4,6%	0,0%	-

Source : OlaKala_destination

Répartition des sources des réservations en % - janvier à décembre 2018



Source : OlaKala_destination



OLAKALA_SUITE

Astrée VIGNAU
 01 56 56 87 75

Email: advisors@olakala.com

BAROMÈTRE HÔTELLERIE BORDEAUX

CCI BORDEAUX

Amélie PLEURMEAU
 05 56 79 51 88
apleurmeau@bordeauxgironde.cci.fr

WWW.BORDEAUX.CCI.FR