

Paris, le 12 août 2010

Là où le Tour fait escale, les hôteliers se régalent

Comme chaque année, la plus grande manifestation cycliste au monde a eu lieu en France au mois de juillet. Avec une caravane de plus de 4 000 personnes (coureurs, staff, média), le Tour de France constitue un réservoir de clientèle important pour l'hôtellerie. Au cours de l'édition 2010, les résultats de fréquentation des hôtels sont très satisfaisants. Si les hôteliers en ont profité pour accroître leurs prix moyens (entre +10% et +90% selon les villes), ce sont bien les fortes augmentations des taux d'occupation qui ont permis au RevPAR (chiffre d'affaires hébergement par chambre mise à la vente) de progresser fortement (entre +20% et +275% selon les capacités hôtelières de la destination).

En effet, à chaque étape de la Grande Boucle, les hôteliers ont fait le plein. Ce fut le cas notamment le mardi 6 juillet à Cambrai/Valenciennes avec un taux d'occupation de 100%, soit 60 points de plus par rapport au mardi 7 juillet 2009 !

Le Tour de France représente donc une excellente opportunité pour le tourisme et l'hôtellerie des différentes villes-étapes. Et lorsque celle-ci ne dispose pas d'une offre hôtelière assez conséquente pour accueillir les vingt-deux équipes de coureurs, ainsi que les nombreux suiveurs, l'ensemble des points d'hébergement, dans un rayon pouvant aller jusqu'à 100 kilomètres, profite également de l'apport de clientèle.

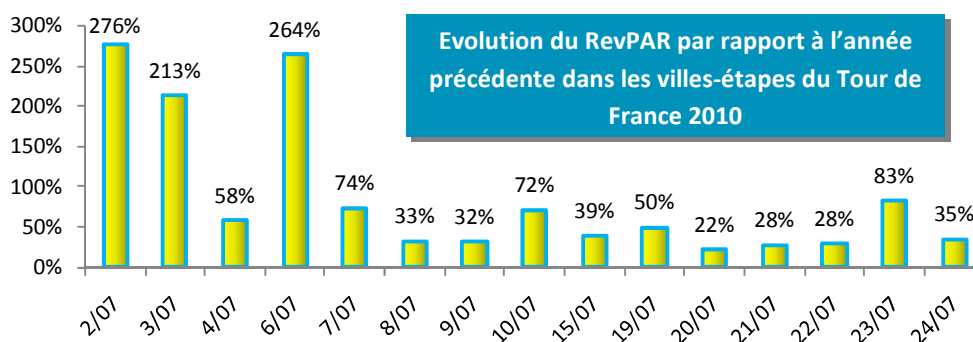
Ainsi, on a pu voir, la veille de la 8^{ème} étape au départ de Tournus, que l'ensemble des destinations du département du Jura et de la Saône-et-Loire (Dole, Mâcon ou encore Chalon-sur-Saône), ont été impactées par le passage de cette épreuve. La hausse du RevPAR enregistrée par les hôteliers de ces deux départements s'élève à plus de 30%, grâce notamment à la forte augmentation des prix moyens (+26%), les taux d'occupation étant en ce début juillet déjà élevés.

Le surplus apporté par le Tour de France est en effet plus élevé en début d'épreuve, d'une part parce que les destinations sont moins touristiques, et, d'autre part, parce que les performances des établissements ne sont pas encore gonflées par l'apport des touristes du mois de juillet. Dans tous les cas, le Tour représente une manne significative avec un nombre de nuitées en nette augmentation et une appréciation des prix moyens de 20 à 25 euros par rapport à une période normale.

Performances journalières dans quelques villes-étapes							
Zone étudiée	Date	Taux d'occupation		Prix moyen*		RevPAR*	
		%	Evol. (pts)	€	Evol. (%)	€	Evol. (%)
Rotterdam	Samedi 3/07	93,3%	38,0	106,3	85,4%	99,2	212,6%
Bruxelles	Dimanche 4/07	73,8%	20,1	78,1	9,9%	57,6	51,0%
Cambrai/Valenciennes	Mardi 6/07	100,9%	60,2	74,4	46,7%	75,1	263,8%
Jura + Saône-et-Loire	Vendredi 9/07	98,6%	4,5	72,0	25,8%	71,0	31,8%
Bordeaux	Vendredi 23/07	94,4%	19,5	73,7	45,1%	69,6	83,0%

*Prix moyens et RevPAR exprimés en euros TTC

Source : Base de Données MKG Hospitality – Juillet 2010



Source : Base de Données MKG Hospitality – Juillet 2010

Récapitulatif des différentes dates et zones analysées

Date	Étapes	Zone étudiée
Vendredi 2 juillet	Arrivée des coureurs	Rotterdam & alentours
Samedi 3 juillet	Rotterdam > Rotterdam	Rotterdam & alentours
Dimanche 4 juillet	Rotterdam > Bruxelles	Bruxelles aéroport
Mardi 6 juillet	Wanze > Arenberg Porte du Hainaut	Cambrai/Valenciennes
Mercredi 7 juillet	Cambrai > Reims	Reims/Epervy
Jeudi 8 juillet	Épernay > Montargis	Loiret
Vendredi 9 juillet	Montargis > Gueugnon	Jura et Saône-et-Loire
Samedi 10 juillet	Tournus > Station des Rousses	Ain et Jura
Jeudi 15 juillet	Sisteron > Bourg-lès-Valence	Drôme
Lundi 19 juillet	Pamiers > Bagnères-de-Luchon	Hauts-Pyrénées
Mardi 20 juillet	Bagnères-de-Luchon > Pau	Pyrénées-Atlantiques
Mercredi 21 juillet	Pau (journée de repos)	Pyrénées-Atlantiques
Jeudi 22 juillet	Pau > Col du Tourmalet	Pyrénées-Atlantiques et Landes
Vendredi 23 juillet	Salies-de-Béarn > Bordeaux	Bordeaux
Samedi 24 juillet	Bordeaux > Pauillac	Bordeaux

METHODOLOGIE

Créé en 1985 par Georges Panayotis, MKG Hospitality est le leader européen du conseil dans le secteur de l'hôtellerie, du tourisme et de la restauration et dispose de la **première base de Données hôtelières au Monde** hors USA, avec une bonne représentativité sur tous les segments hôteliers. 45 000 hôtels y sont recensés (soit plus de 2,5 millions de chambres). Le programme mensuel des indicateurs de performances hôteliers de la base de données de MKG Hospitality porte sur un échantillon de **11 000 hôtels de chaînes intégrées représentant 1.000.000 chambres**. HotelCompSet fournit un suivi journalier, mensuel et annuel des indicateurs hôteliers.

Depuis plus de **25 ans : 250 groupes** et chaînes hôtelières dans **150 pays** (soit plus de **800** marchés) sont suivis par la base de données de MKG Hospitality.

La pertinence de nos échantillons statistiques conforte notre expertise dans l'analyse de l'observation de l'industrie hôtelière.

Pour de plus amples renseignements, merci de contacter :

MKG Group

Georges Panayotis, Président Directeur Général
Tel: +33 (0)1 56 56 87 87 • Fax: +33 (0)1 56 56 87 88
g.panayotis@mkg-group.com

ou

MKG Hospitality - Base de données

Vanguelis Panayotis, Directeur du développement
Tel: +33 (0)1 56 56 87 87 • Fax: +33 (0)1 56 56 87 88
bdd@mkg-group.com • [Web: www.mkg-group.com](http://www.mkg-group.com)

Tél. : +33 (0)1 56 56 87 87 • Fax : +33 (0)1 56 56 87 88 • 50 rue Dombasle • 75015 • Paris • France