

## Baromètre

Baromètre mensuel de l'hôtellerie

Aude

Février 2021

MKG Consulting EMEA

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



## INTRODUCTION

### Février 2021

Le baromètre mensuel de l'activité hôtelière du département de l'Aude a été techniquement réalisé par la société MKG mandatée pour ce faire par l'ADT de l'Aude, la CCI de l'Aude, l'UMIH Aude et les Clubs Hôtelières de Carcassonne et de Narbonne.

Pleinement conscients de l'importance pour les professionnels du secteur de disposer rapidement des principaux indicateurs de performance hôtelière évalués à l'aune de leur environnement départemental et comparés aux résultats de la concurrence, les partenaires précités ont mutualisé leurs moyens et agi de concert pour réaliser ce tableau de bord mensuel.

Associant les données de MKG\_suite et celles des professionnels audois adhérents de façon volontaire à ce dispositif, ce baromètre vise à donner aux acteurs du secteur hôtelier et aux territoires des indicateurs pertinents pour s'autoévaluer et performer les niveaux de prestations et les positionnements.

Afin de garantir la confidentialité et la représentativité des données, la publication des résultats par zone reste dépendante du nombre de professionnels adhérents au dispositif (cf. méthodologie) ; il est donc essentiel qu'il suscite l'adhésion de l'ensemble de la profession.

Fruit de la volonté commune des professionnels et des institutionnels audois d'améliorer la performance économique des entreprises, ce nouvel outil doit également nous permettre de mieux positionner notre destination dans le concert de la concurrence.

# OFFRE HÔTELIÈRE DU DÉPARTEMENT DE L'AUDE



## Carcassonnais

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	20	57	35%
<b>Chambres</b>	1 222	2 296	53%

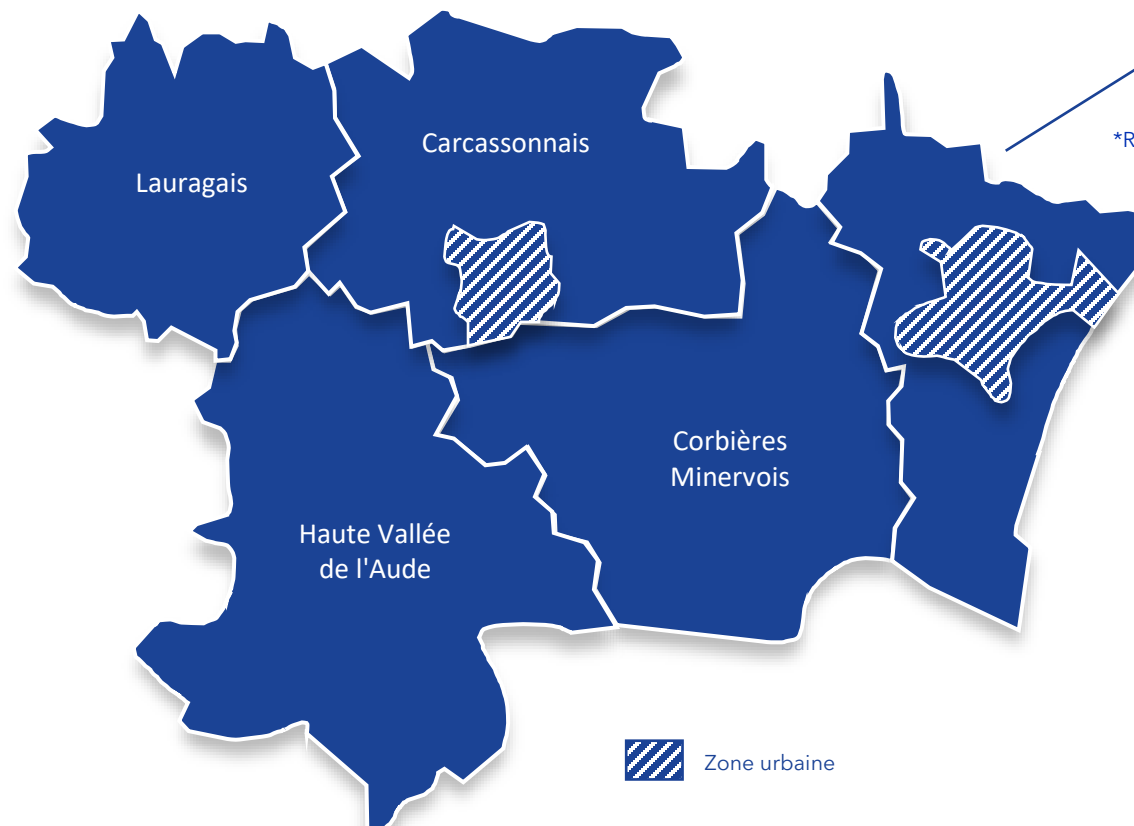
\*Résultats non disponibles – un hôtel d'écart avec l'Urbain Carcassonnais

## Urbain Carcassonnais

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	19	42	45%
<b>Chambres</b>	1 152	2 002	58%

## Haute Vallée de l'Aude

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	3	23	13%
<b>Chambres</b>	242	469	52%



## Grand Narbonne

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	14	55	26%
<b>Chambres</b>	717	2 904	25%

\*Résultats non disponibles – un hôtel d'écart avec Narbonne Ville

## Narbonne Ville

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	14	19	74%
<b>Chambres</b>	747	972	77%

## Corbières Minervois

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	0	15	0%
<b>Chambres</b>	0	1 000	0%

## Département de l'Aude

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	38	158	24%
<b>Chambres</b>	2 282	6 879	31%

DEPARTEMENT DE L'AUDE	TO en %	PM en € (HT)	RevPAR en € (HT)
Le mois de FEVRIER 2021	28,3%	59,8	16,9

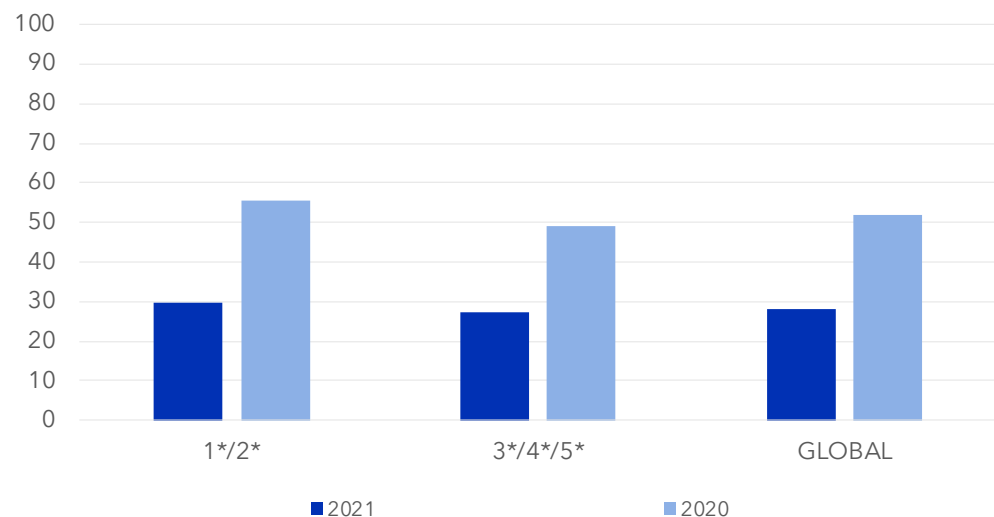
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



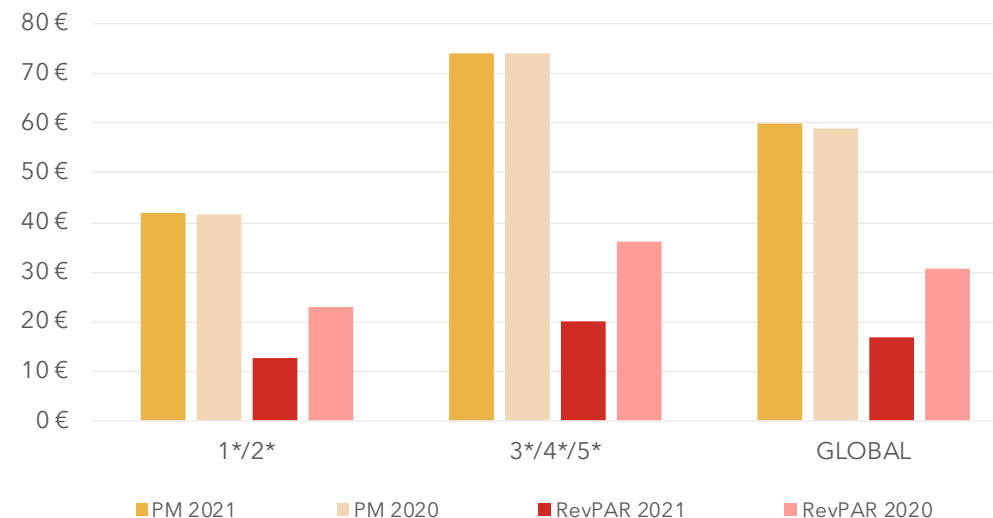
## FEVRIER 2021 versus FEVRIER 2020

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	29,8%	-25,8	42,0	1,1%	12,5	-45,8%
3*/4*/5*	27,2%	-21,7	74,0	-0,2%	20,1	-44,4%
<b>GLOBAL</b>	28,3%	-23,5	59,8	1,2%	16,9	-44,7%

### Taux d'occupation



### Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 38 hôtels représentant 2 282 chambres.

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

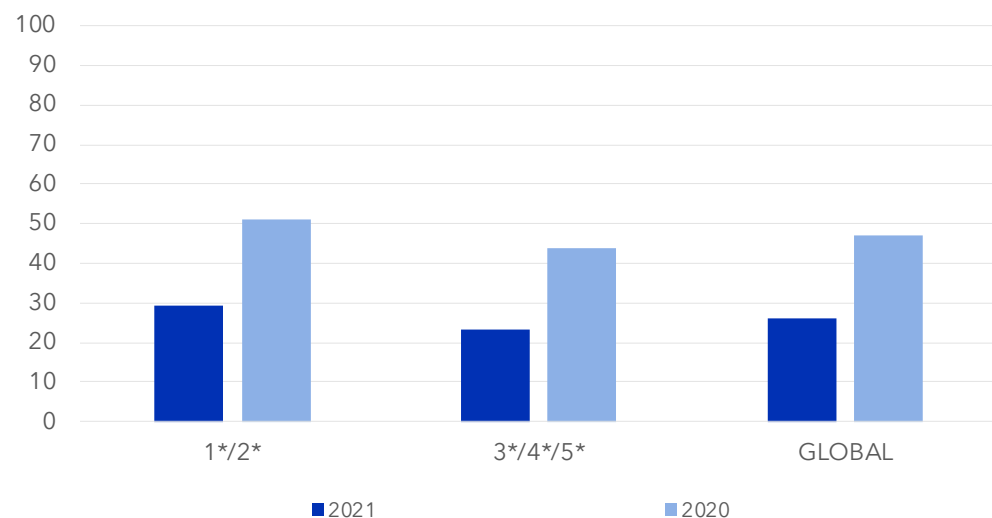
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



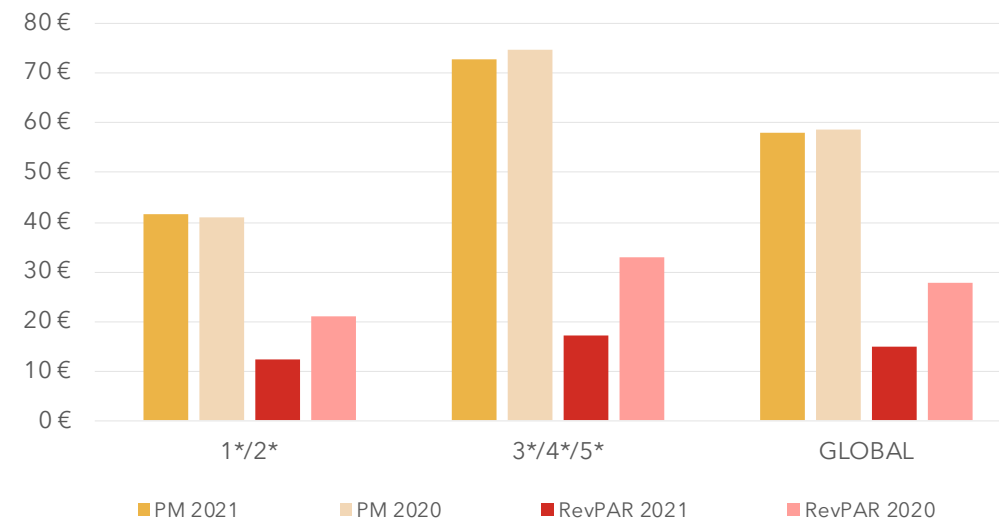
## YTD 2021 versus YTD 2020 (1er JANVIER au 28 FEVRIER)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	29,5%	-21,5	41,8	2,0%	12,3	-41,1%
3*/4*/5*	23,4%	-20,4	72,7	-2,8%	17,0	-48,1%
<b>GLOBAL</b>	26,0%	-21,0	57,9	-1,5%	15,0	-45,5%

### Taux d'occupation



### Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 38 hôtels représentant 2 282 chambres.

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

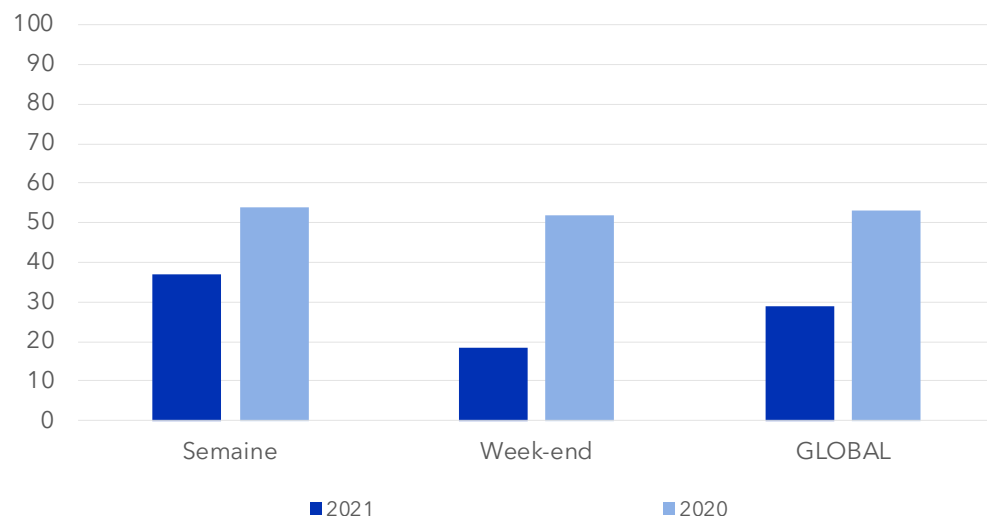
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



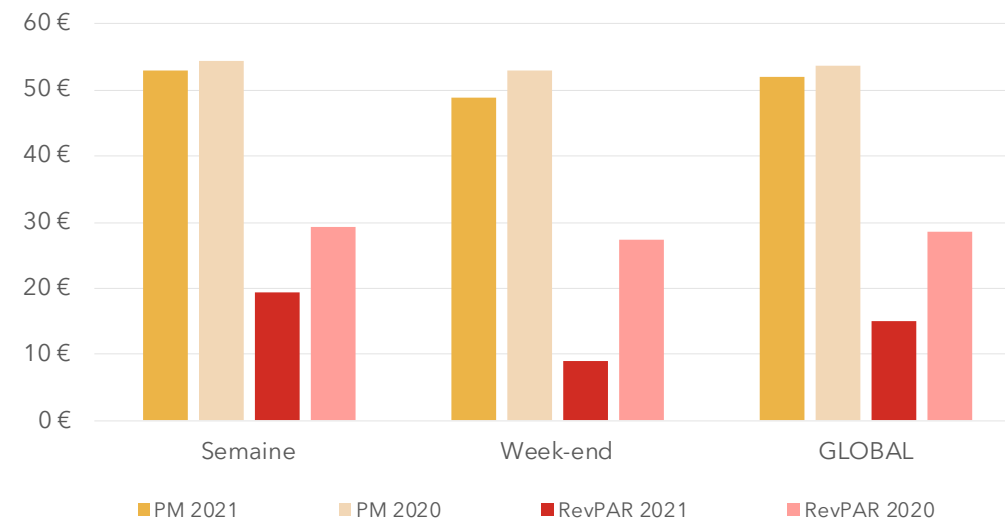
## Performances hôtelières Semaine / Week-end du département de l'Aude FEVRIER 2021

Période	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Semaine	36,8%	-17,2	53,0	-2,6%	19,5	-33,6%
Week-end	18,3%	-33,5	48,8	-7,6%	8,9	-67,4%
<b>GLOBAL</b>	28,9%	-24,1	51,9	-3,5%	15,0	-47,4%

Taux d'occupation



Prix Moyen



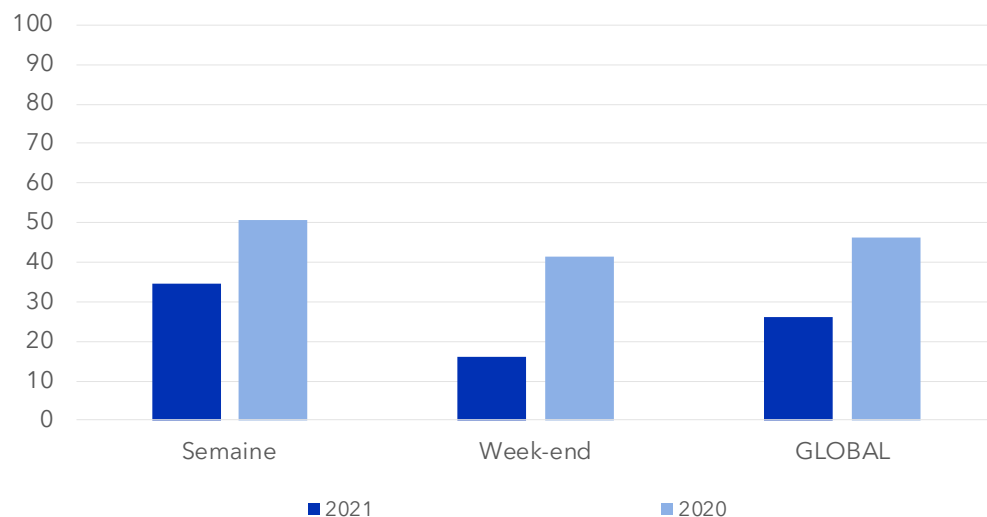
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



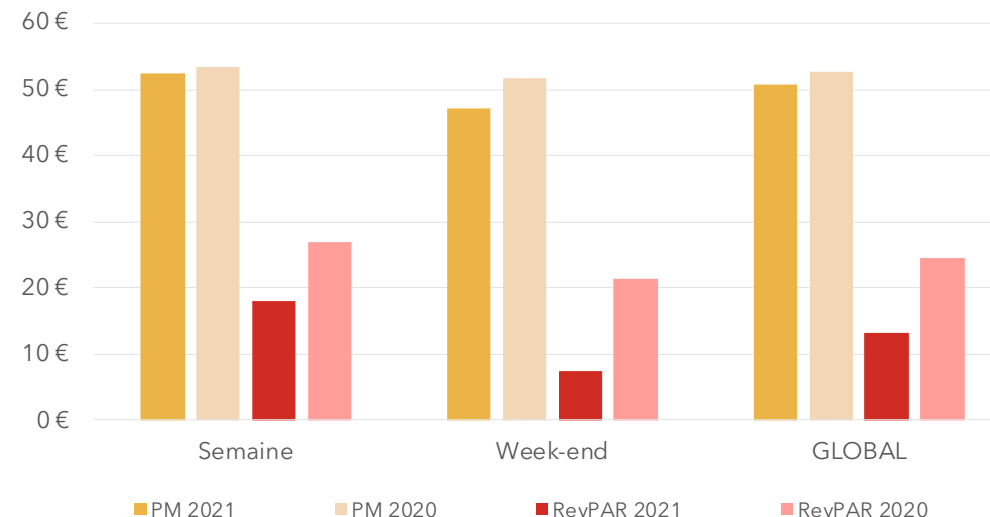
## Performances hôtelières Semaine / Week-end du département de l'Aude YTD 2020 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 28 FEVRIER)

Période	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Semaine	34,7%	-15,9	52,3	-2,2%	18,1	-33,0%
Week-end	15,9%	-25,3	47,1	-9,1%	7,5	-64,9%
<b>GLOBAL</b>	26,2%	-20,2	50,9	-3,6%	13,3	-45,6%

Taux d'occupation



Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 14 hôtels représentant 1 013 chambres  
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: MKG\_destination

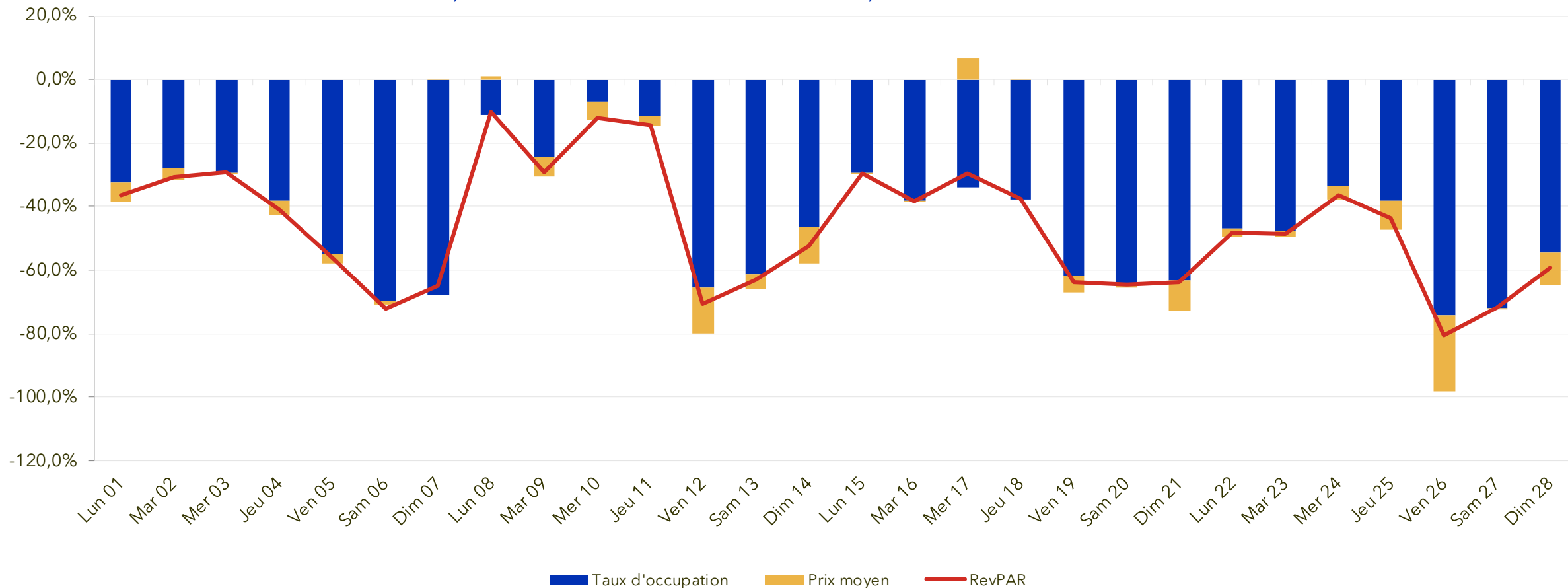
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Evolution quotidienne des performances hôtelières FEVRIER 2021

### ÉVOLUTION DES INDICATEURS D'ACTIVITÉ JOUR PAR JOUR

lundi 1er JANVIER 2021 vs lundi 3 FEVRIER 2020, mardi 2 FEVRIER 2021 vs mardi 4 FEVRIER 2020, etc



Note : Basé sur un échantillon de 14 hôtels représentant 1 013 chambres  
 Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: MKG\_destination



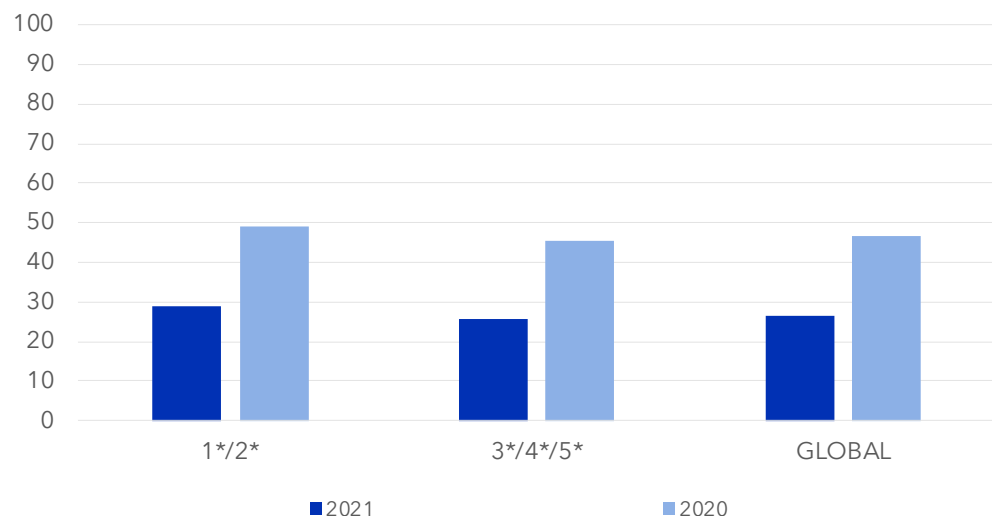
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



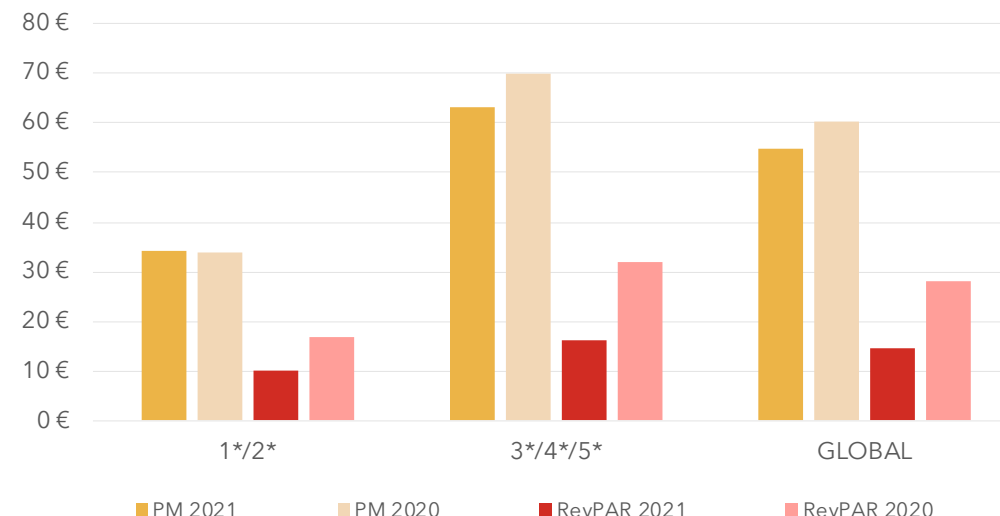
## Performances de la zone urbain Carcassonnais Février 2021 versus Février 2020

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	29,0%	-20,1	34,2	0,8%	9,9	-40,5%
3*/4*/5*	25,7%	-19,9	63,0	-10,0%	16,2	-49,3%
<b>GLOBAL</b>	26,6%	-20,0	54,9	-8,7%	14,6	-47,9%

Taux d'occupation



Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 18 hôtels représentant 1 091 chambres  
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: MKG\_destination

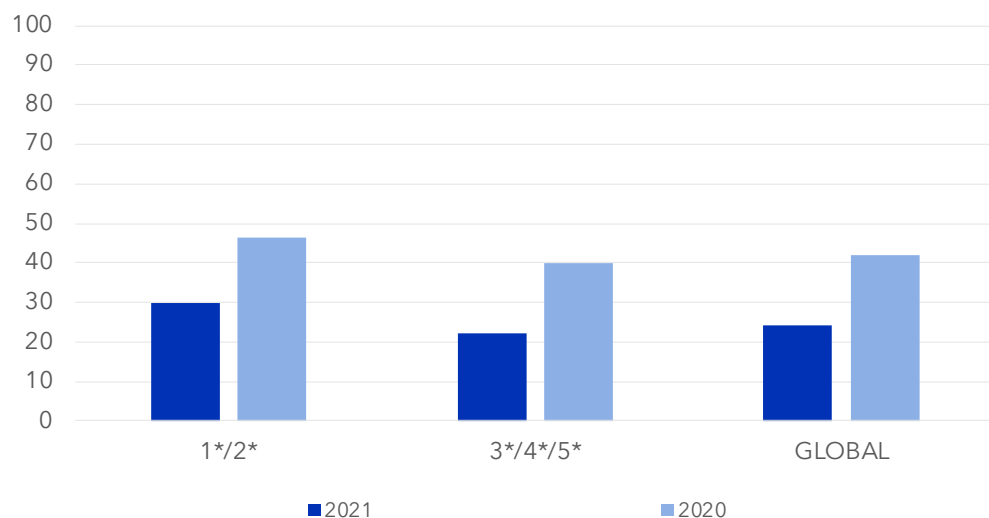
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



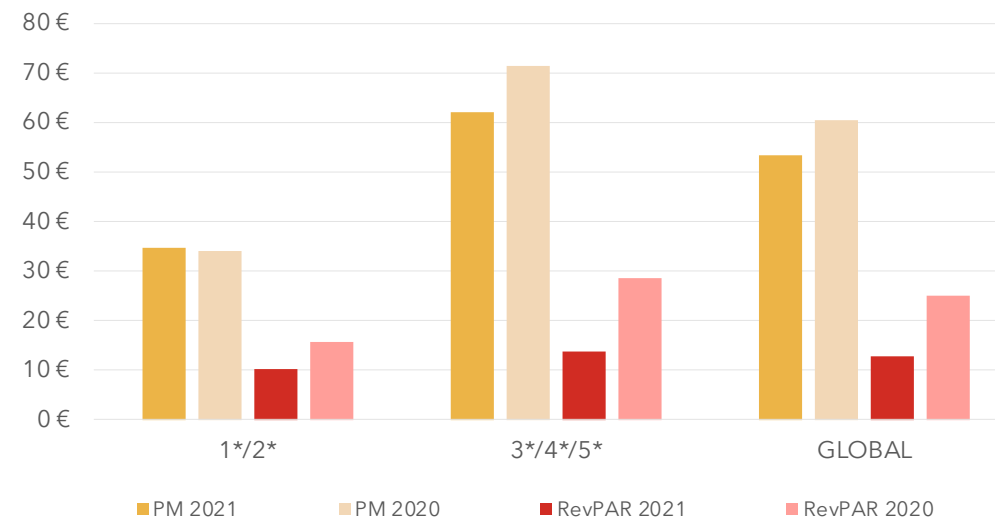
## Performances de la zone urbain Carcassonnais YTD 2021 versus YTD 2020 (1er JANVIER au 28 FEVRIER)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	29,9%	-16,6	34,7	1,7%	10,4	-34,7%
3*/4*/5*	22,0%	-18,0	62,3	-13,0%	13,7	-52,1%
<b>GLOBAL</b>	24,1%	-17,7	53,4	-11,8%	12,8	-49,2%

### Taux d'occupation



### Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 18 hôtels représentant 1 091 chambres

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

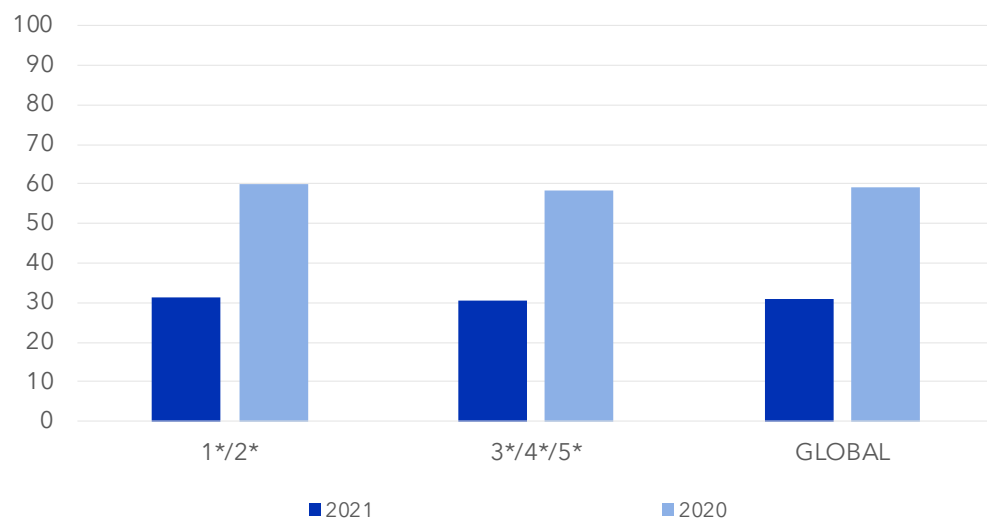
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



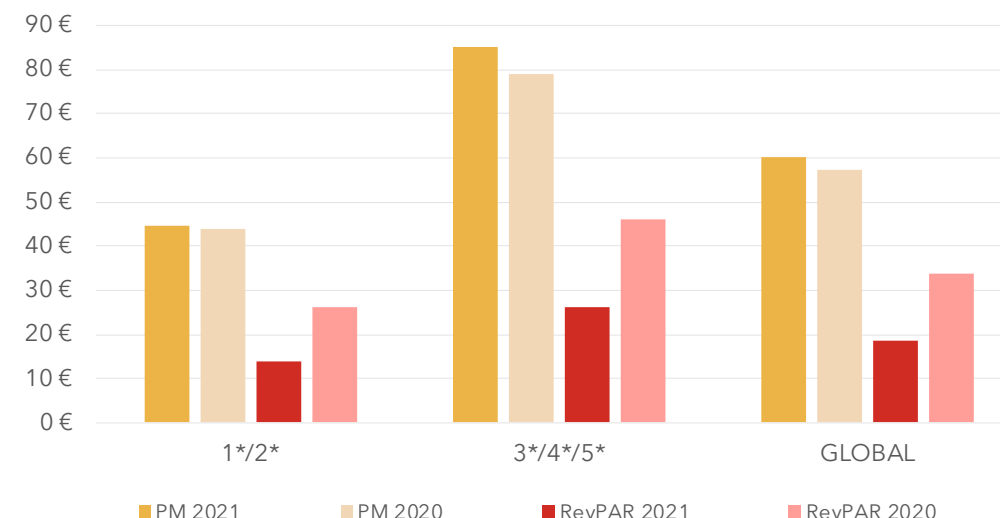
## Performances de la zone Narbonne Ville Février 2021 versus Février 2020

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	31,1%	-28,7	44,8	2,4%	14,0	-46,7%
3*/4*/5*	30,7%	-27,8	85,3	8,2%	26,2	-43,3%
<b>GLOBAL</b>	31,0%	-28,3	60,4	5,6%	18,7	-44,9%

Taux d'occupation



Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 17 hôtels représentant 951 chambres  
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: MKG\_destination

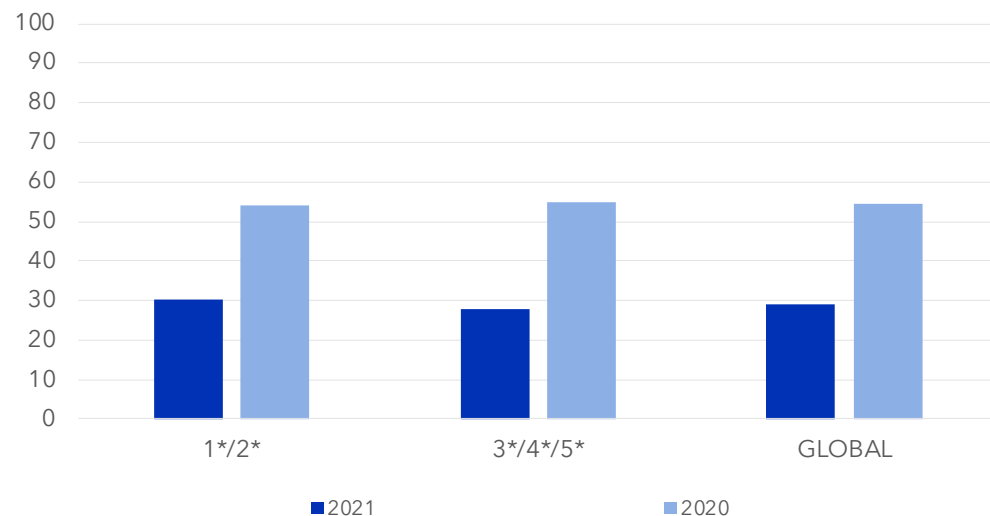
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



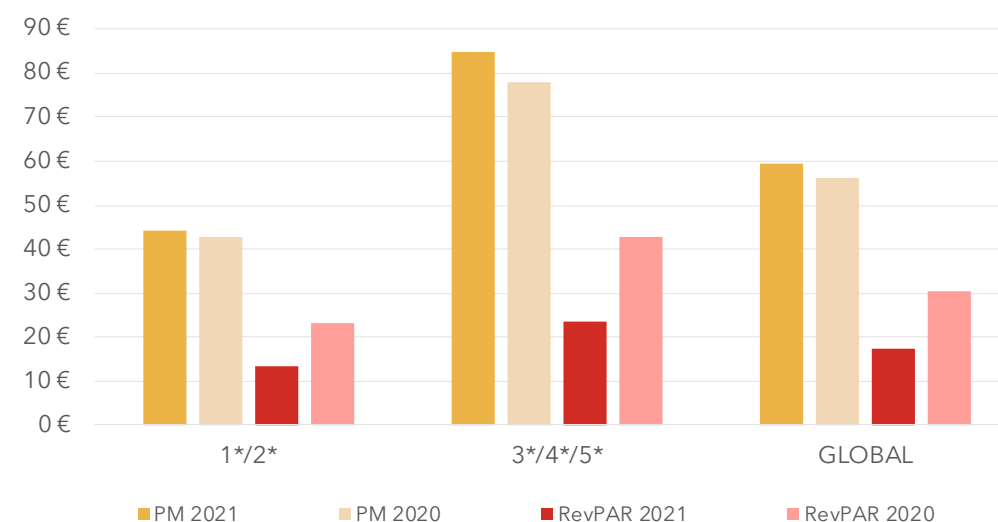
## Performances de la zone Narbonne Ville YTD 2021 versus YTD 2020 (1er JANVIER au 28 FEVRIER)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	30,1%	-24,0	44,3	3,6%	13,3	-42,4%
3*/4*/5*	27,8%	-27,0	84,9	9,1%	23,6	-44,6%
<b>GLOBAL</b>	<b>29,2%</b>	<b>-25,1</b>	<b>59,4</b>	<b>5,5%</b>	<b>17,3</b>	<b>-43,3%</b>

### Taux d'occupation



### Prix Moyen



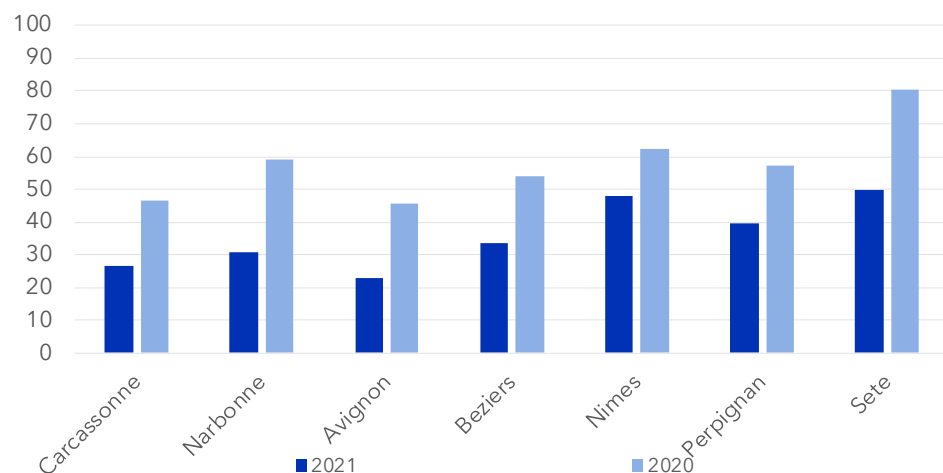
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



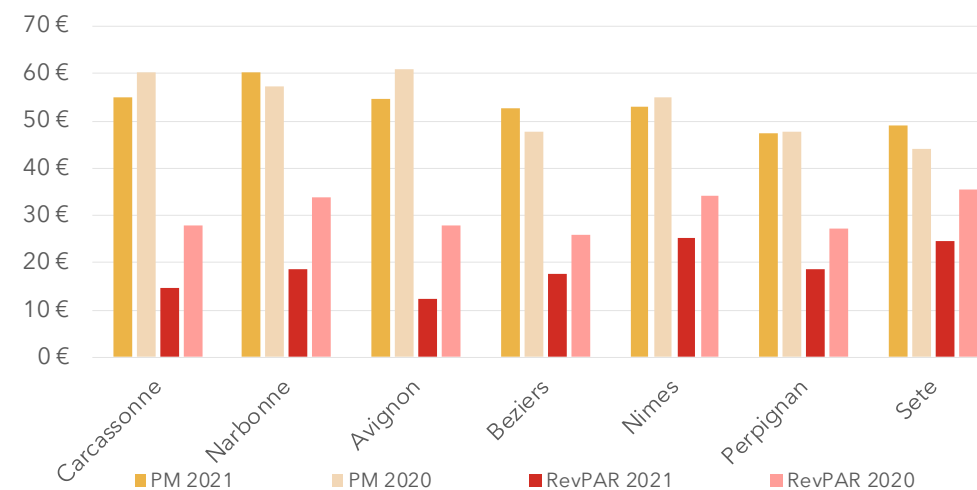
## Comparaison versus autres villes Février 2021 versus Février 2020

Villes	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Carcassonne	26,6%	-20,0	54,9	-8,7%	14,6	-47,9%
Narbonne	31,0%	-28,3	60,4	5,6%	18,7	-44,9%
Avignon	22,8%	-22,9	54,8	-10,2%	12,5	-55,2%
Beziers	33,4%	-20,6	52,6	9,9%	17,6	-32,0%
Nimes	47,8%	-14,6	53,1	-3,5%	25,4	-26,0%
Perpignan	39,4%	-17,7	47,5	-0,6%	18,7	-31,4%
Sete	49,9%	-30,8	49,2	11,9%	24,5	-30,8%

### Taux d'occupation



### Prix Moyen



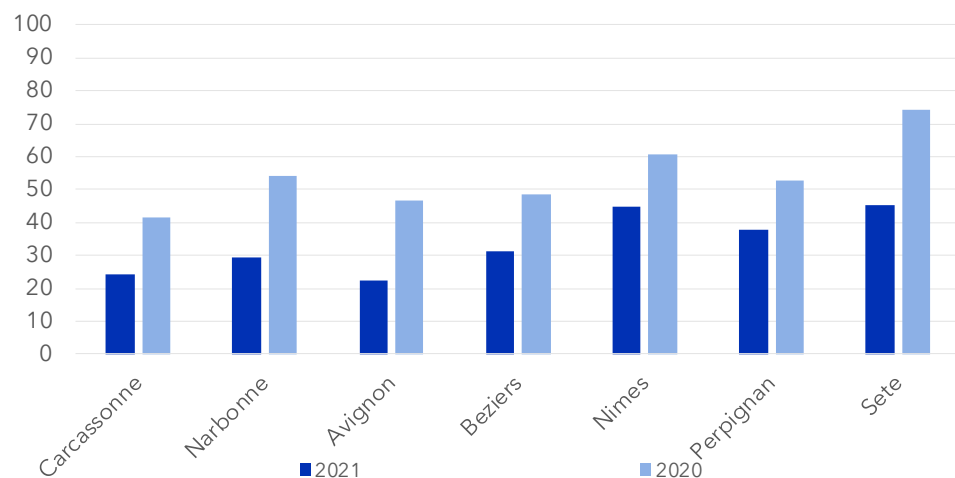
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



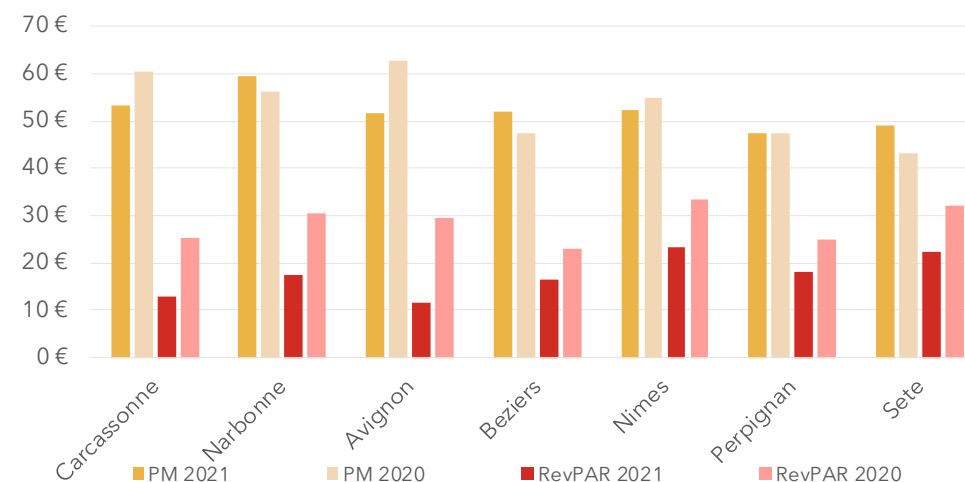
## Comparaison versus autres villes YTD 2021 versus YTD 2020 (1<sup>er</sup> janvier au 28 février)

Villes	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Carcassonne	24,1%	-17,7	53,4	-11,8%	12,8	-49,2%
Narbonne	29,2%	-25,1	59,4	5,5%	17,3	-43,3%
Avignon	22,5%	-24,2	51,7	-17,7%	11,7	-60,3%
Beziers	31,3%	-17,2	52,0	9,7%	16,3	-29,3%
Nimes	44,7%	-16,2	52,4	-4,6%	23,4	-29,9%
Perpignan	38,0%	-14,9	47,4	-0,1%	18,0	-28,3%
Sete	45,3%	-28,9	48,9	12,9%	22,2	-31,0%

### Taux d'occupation



### Prix Moyen



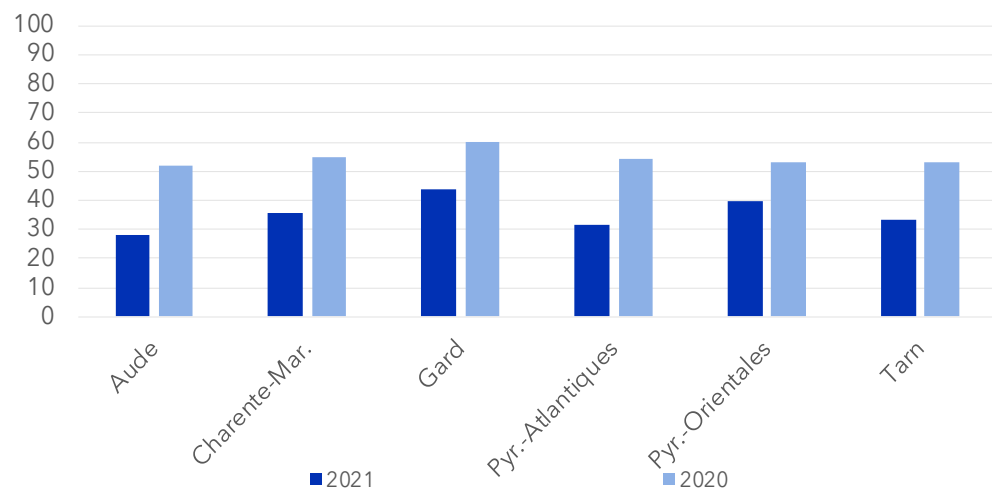
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



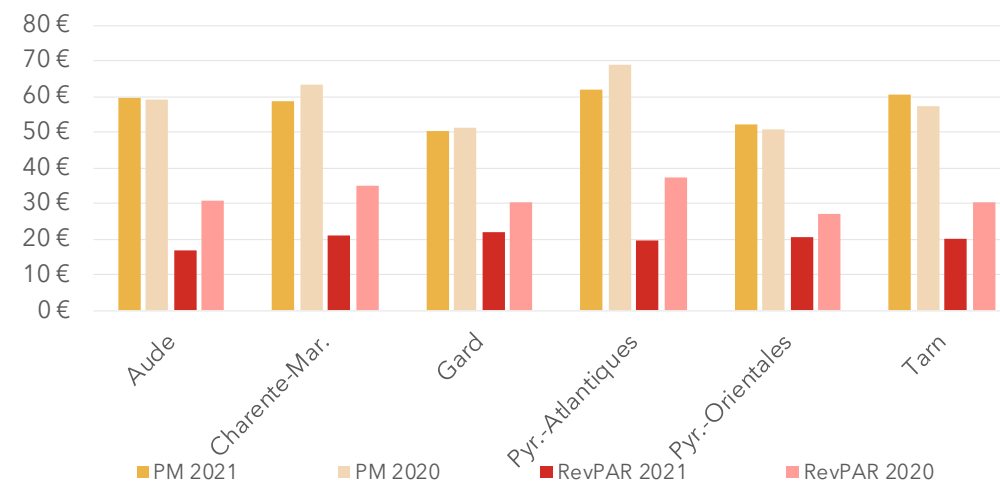
## Comparaison versus autres départements Février 2021 versus Février 2020

Départements	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Aude	28,3%	-23,5	59,8	1,2%	16,9	-44,7%
Charente-Mar.	35,7%	-19,4	58,6	-7,9%	20,9	-40,2%
Gard	44,0%	-15,8	50,2	-1,8%	22,1	-27,7%
Pyr.-Atlantiques	31,6%	-22,5	62,2	-9,7%	19,6	-47,3%
Pyr.-Orientales	39,7%	-13,6	52,3	2,8%	20,8	-23,4%
Tarn	33,2%	-19,8	60,6	5,4%	20,1	-34,0%

### Taux d'occupation



### Prix Moyen



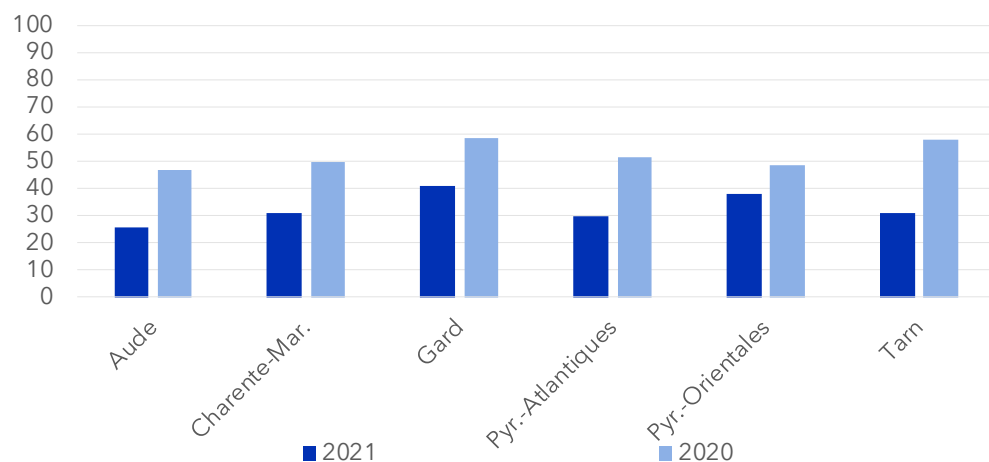
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



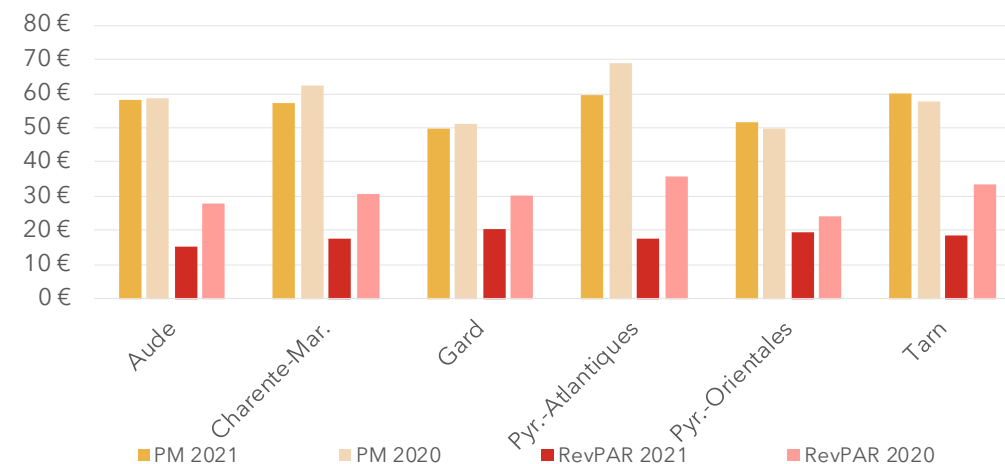
## Comparaison versus autres départements YTD 2021 versus YTD 2020 (1<sup>er</sup> janvier au 28 février)

Départements	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Aude	26,0%	-21,0	57,9	-1,5%	15,0	-45,5%
Charente-Mar.	30,8%	-18,8	57,2	-8,0%	17,6	-42,9%
Gard	40,8%	-17,8	49,8	-3,1%	20,3	-32,5%
Pyr.-Atlantiques	29,5%	-22,2	59,8	-13,5%	17,7	-50,6%
Pyr.-Orientales	37,9%	-10,7	51,4	3,3%	19,5	-19,6%
Tarn	30,8%	-27,0	60,0	4,2%	18,5	-44,5%

### Taux d'occupation



### Prix Moyen

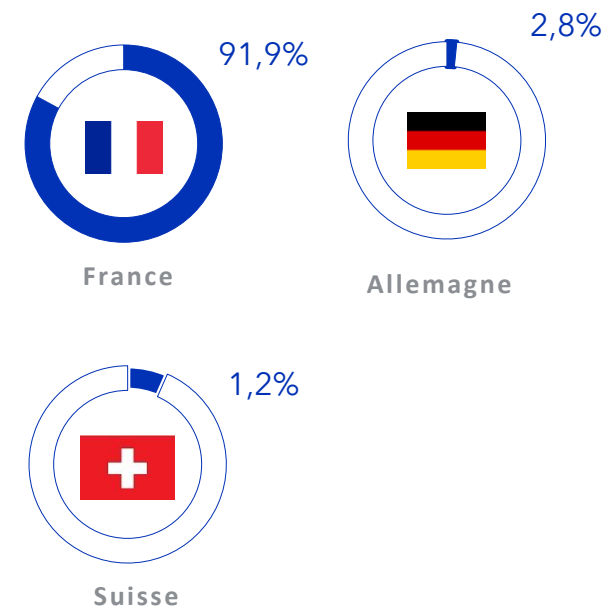
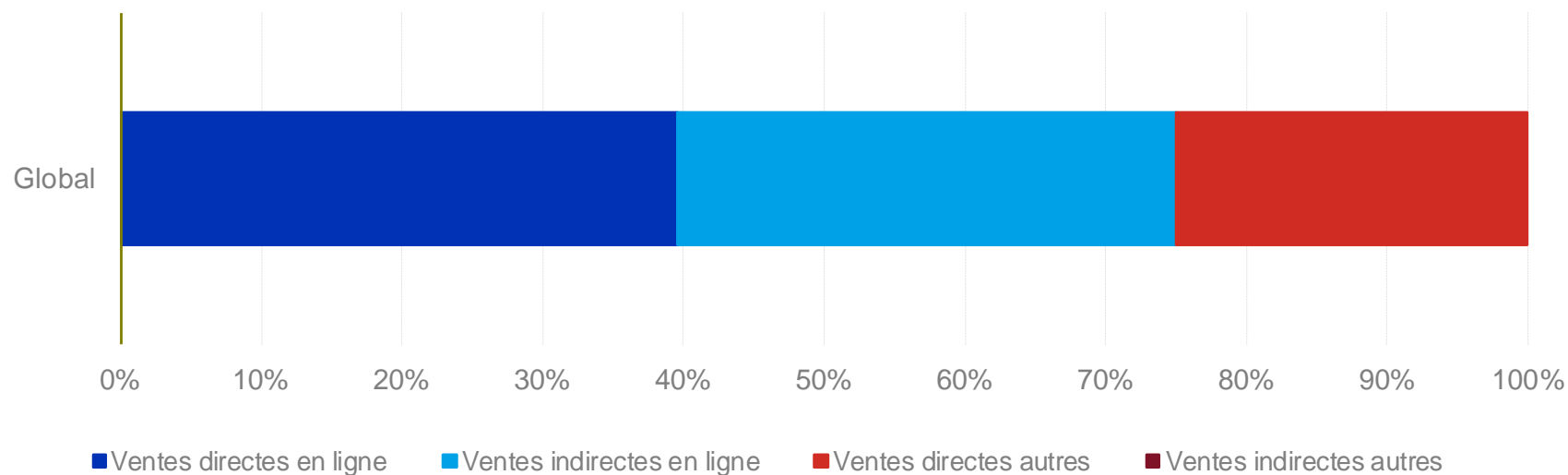




# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



**Mix-Clientèle**  
**Nationalités - Types de clientele - Canaux de réservation**  
**Février 2021**



**AFFAIRES**  
57,6%



**LOISIRS**  
42,4%



**DUREE MOYENNE**  
1,3 jour

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## FEVRIER 2021 versus FEVRIER 2019

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	29,8%	-21,2	42,0	6,0%	12,5	-38,1%
3*/4*/5*	27,2%	-12,0	74,0	1,1%	20,1	-29,8%
<b>GLOBAL</b>	28,3%	-15,9	59,8	5,6%	16,9	-32,5%

## YTD 2021 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 28 FEVRIER)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	29,5%	-18,8	41,8	5,2%	12,3	-35,8%
3*/4*/5*	23,4%	-12,3	72,7	-2,7%	17,0	-36,3%
<b>GLOBAL</b>	26,0%	-15,1	57,9	1,3%	15,0	-36,0%

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Performances de la zone urbain Carcassonnais Février 2021 versus Février 2019

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	29,0%	-22,2	34,2	0,9%	9,9	-42,7%
3*/4*/5*	25,7%	-11,1	63,0	-13,2%	16,2	-39,4%
<b>GLOBAL</b>	26,6%	-13,9	54,9	-8,7%	14,6	-40,1%

## YTD 2021 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 28 FEVRIER)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	29,9%	-19,9	34,7	1,3%	10,4	-39,1%
3*/4*/5*	22,0%	-11,2	62,3	-16,8%	13,7	-44,8%
<b>GLOBAL</b>	24,1%	-13,4	53,4	-12,4%	12,8	-43,7%

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Performances de la zone Narbonne Ville Février 2021 versus Février 2019

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	31,1%	-19,9	44,8	7,8%	14,0	-34,2%
3*/4*/5*	30,7%	-16,1	85,3	19,0%	26,2	-21,9%
<b>GLOBAL</b>	31,0%	-18,4	60,4	14,8%	18,7	-28,1%

## YTD 2021 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 28 FEVRIER)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	30,1%	-17,4	44,3	6,5%	13,3	-32,5%
3*/4*/5*	27,8%	-15,9	84,9	19,2%	23,6	-24,1%
<b>GLOBAL</b>	29,2%	-16,8	59,4	12,9%	17,3	-28,4%

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Comparaison versus autres villes Février 2021 versus Février 2019

Villes	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Carcassonne	26,6%	-13,9	54,9	-8,7%	14,6	-40,1%
Narbonne	31,0%	-18,4	60,4	14,8%	18,7	-28,1%
Avignon	22,8%	-25,4	54,8	-6,4%	12,5	-55,7%
Beziers	33,4%	-16,7	52,6	10,3%	17,6	-26,4%
Nimes	47,8%	-8,9	53,1	-4,8%	25,4	-19,8%
Perpignan	39,4%	-11,8	47,5	4,5%	18,7	-19,6%
Sete	49,9%	-25,8	49,2	16,6%	24,5	-23,2%

## YTD 2021 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 28 FEVRIER)

Villes	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Carcassonne	24,1%	-13,4	53,4	-12,4%	12,8	-43,7%
Narbonne	29,2%	-16,8	59,4	12,9%	17,3	-28,4%
Avignon	22,5%	-25,3	51,7	-14,4%	11,7	-59,7%
Beziers	31,3%	-15,6	52,0	9,8%	16,3	-26,6%
Nimes	44,7%	-12,0	52,4	-6,6%	23,4	-26,4%
Perpignan	38,0%	-10,5	47,4	2,9%	18,0	-19,4%
Sete	45,3%	-24,0	48,9	17,2%	22,2	-23,4%

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Comparaison versus autres départements Février 2021 versus Février 2019

Départements	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Aude	28,3%	-15,9	59,8	5,6%	16,9	-32,5%
Charente-Mar.	35,7%	-15,4	58,6	-5,7%	20,9	-34,0%
Gard	44,0%	-9,5	50,2	-3,3%	22,1	-20,5%
Pyr.-Atlantiques	31,6%	-21,9	62,2	0,6%	19,6	-40,6%
Pyr.-Orientales	39,7%	-8,3	52,3	8,0%	20,8	-10,7%
Tarn	33,2%	-15,6	60,6	1,9%	20,1	-30,7%

## YTD 2021 versus YTD 2019 (1er JANVIER au 28 FEVRIER)

Départements	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Aude	26,0%	-15,1	57,9	1,3%	15,0	-36,0%
Charente-Mar.	30,8%	-15,6	57,2	-6,8%	17,6	-38,1%
Gard	40,8%	-13,3	49,8	-4,6%	20,3	-28,1%
Pyr.-Atlantiques	29,5%	-20,4	59,8	-8,1%	17,7	-45,6%
Pyr.-Orientales	37,9%	-6,9	51,4	5,6%	19,5	-10,6%
Tarn	30,8%	-19,5	60,0	2,4%	18,5	-37,3%

## MÉTHODOLOGIE

La Base de données de MKG\_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 25 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\_suite 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.

**Echantillons et diffusion :** pour qu'un échantillon soit diffusable, un minimum de 4 établissements appartenant à 2 groupes différents est requis.

De plus, un opérateur ne peut représenter plus de 60-65% du poids en chambres de la sélection.

Les zones pour lesquelles nous n'avons pas pu fournir de statistiques dans ce rapport sont celles pour lesquelles nous n'avons à ce jour pas assez de participants.

## 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 : MKG\_Destination »). Ce contrat n'autorise en aucun cas le signataire à commercialiser tout ou partie des données transmises.

## GLOSSAIRE

- **Taux d'occupation :** Rapport entre le nombre de chambres vendues (ou appartements) et le nombre de chambres disponibles (ou appartements)
  - **Chambres occupées :** ensemble des chambres louées par l'hôtel, y compris les gratuits..
  - **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 représentent 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
- 
- **Abréviations:**
  - **TO :** Taux d'occupation
  - **PM :** Prix moyen
  - **YTD :** Year to Date

## CONTACT

### ADT de l'AUDE

Carla CAZALS

c.cazals@audetourisme.com

04 68 11 63 15

### MKG\_destination

Lucie de CORSON

01 56 56 87 75

observatoire@mkg-consulting.com

