



# Baromètre

Baromètre mensuel de l'hôtellerie

Aude

Février 2024

MKG Consulting EMEA

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



# INTRODUCTION

Février 2024

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 et la CCI de l'Aude.

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



## Lauragais

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	3	7	42%
<b>Chambres</b>	201	304	66%

## Carcassonnais

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	20	57	35%
<b>Chambres</b>	1 233	2 296	54%

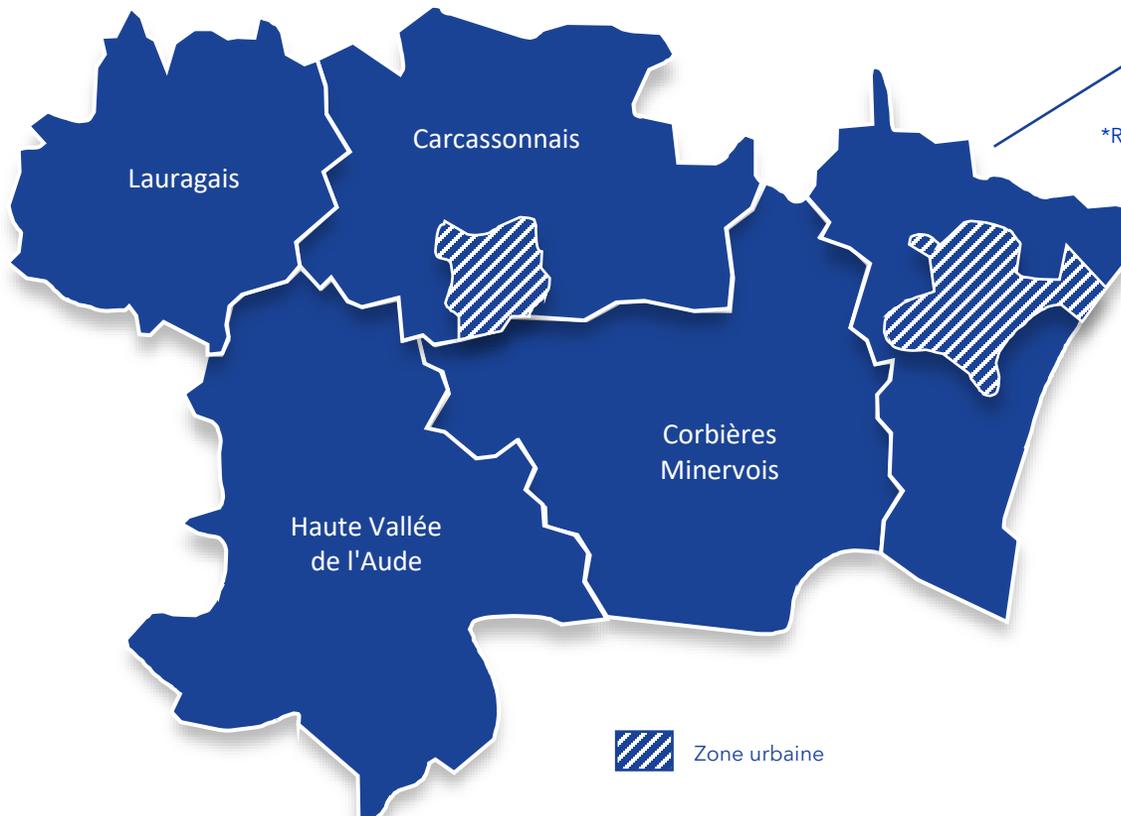
\*Résultats non disponibles – un hôtel d'écart avec l'Urbain Carcassonnais

## Urbain Carcassonnais

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	19	42	45%
<b>Chambres</b>	1 212	2 002	60%

## Haute Vallée de l'Aude

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	3	23	13%
<b>Chambres</b>	241	469	52%



Zone urbaine

## Grand Narbonne

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	18	55	33%
<b>Chambres</b>	1 010	2 904	35%

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

## Narbonne Ville

	Echantillon	Offre	Taux de couverture
<b>Établissements</b>	13	19	68%
<b>Chambres</b>	768	972	79%

## 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>	44	158	28%
<b>Chambres</b>	2 667	6 879	39%

DEPARTEMENT DE L'AUDE	TO en %	PM en € (HT)	RevPAR en € (HT)
Le mois de Février 2024	43,3%	74,1	32,1

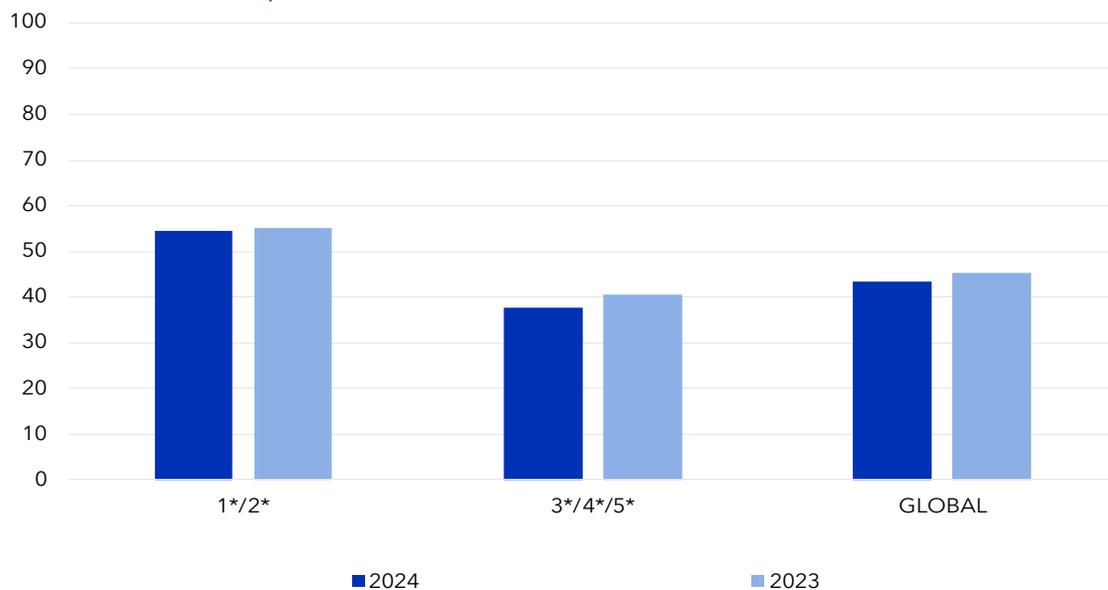
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



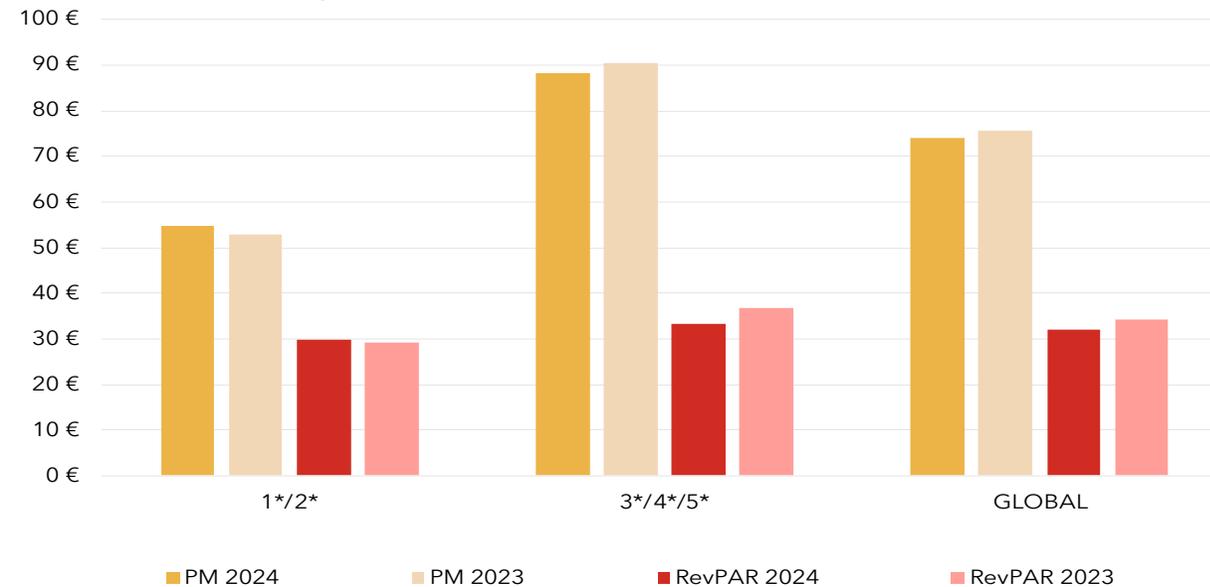
## Février 2024 versus Février 2023

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	54,4%	-0,8	54,9	3,6%	29,9	2,2%
3*/4*/5*	37,5%	-2,9	88,4	-2,4%	33,2	-9,5%
<b>GLOBAL</b>	43,3%	-2,0	74,1	-1,9%	32,1	-6,3%

Taux d'occupation



Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 40 hôtels représentant 2 376 chambres.

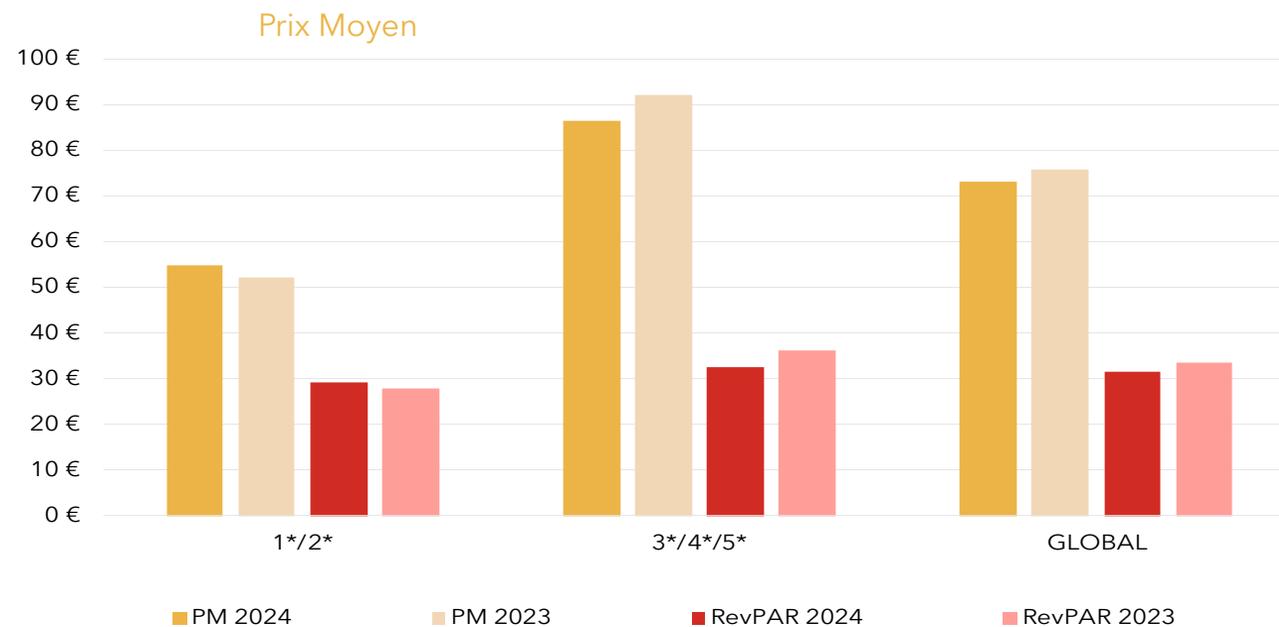
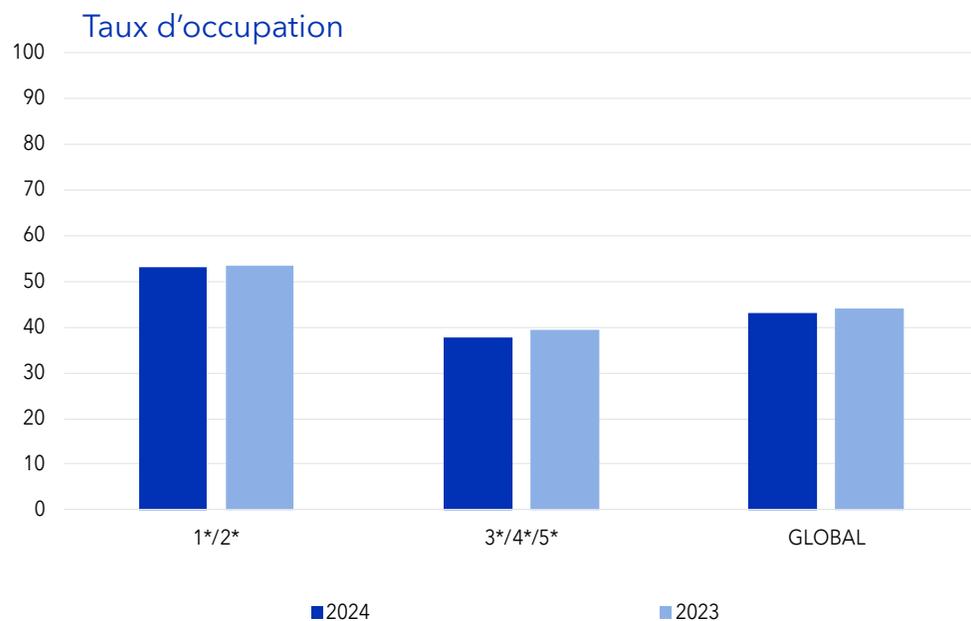
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: MKG\_destination

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## YTD 2024 versus YTD 2023 (1er Janvier au 29 Février)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	53,1%	-0,3	54,9	4,9%	29,1	4,3%
3*/4*/5*	37,7%	-1,7	86,6	-6,0%	32,6	-10,2%
<b>GLOBAL</b>	43,0%	-1,2	73,2	-3,6%	31,4	-6,1%



Note : Basé sur un échantillon de 40 hôtels représentant 2 376 chambres.

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

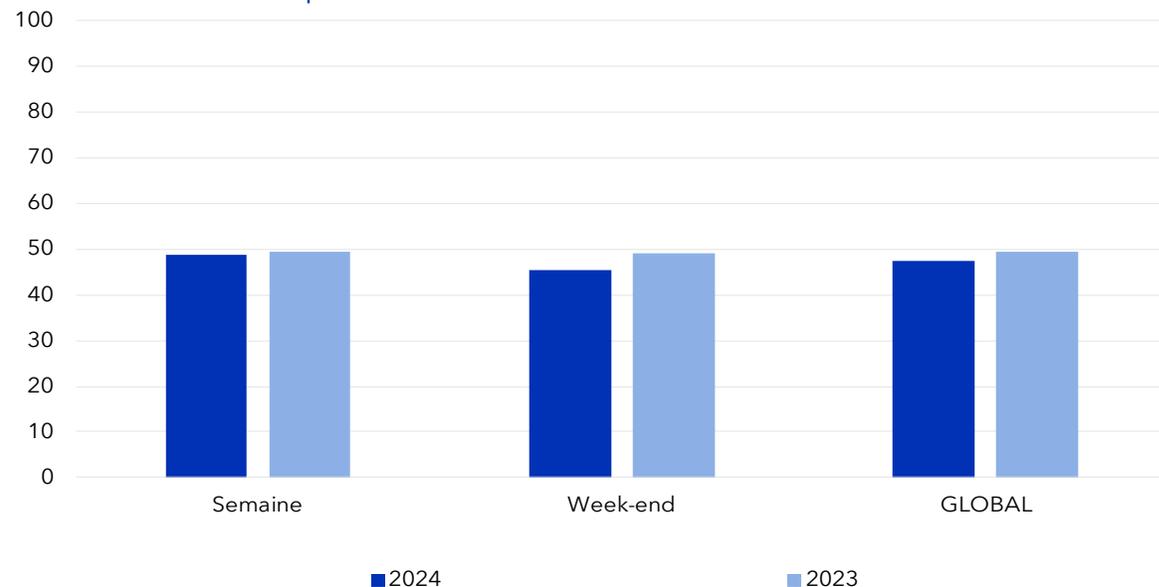
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



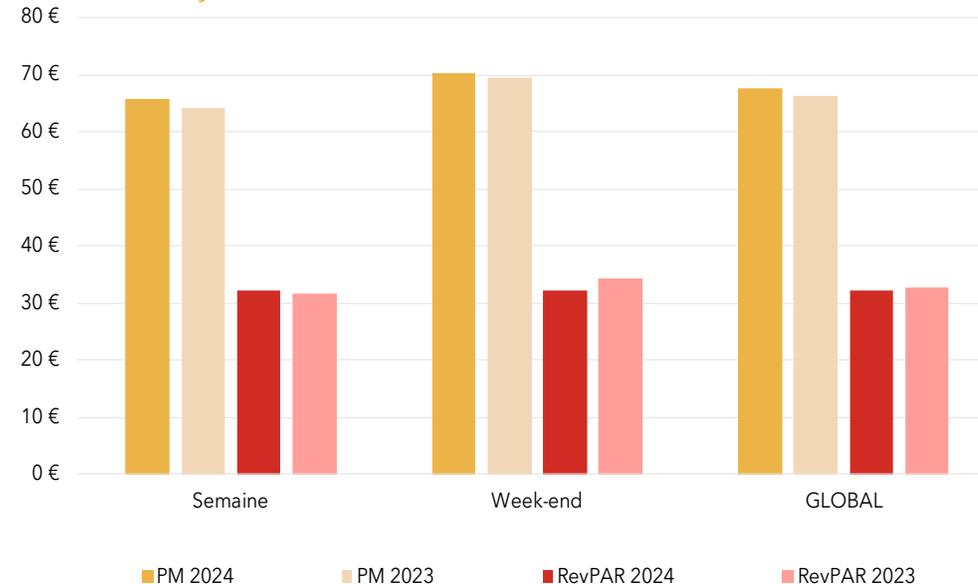
## Performances hôtelières Semaine / Week-end du département de l'Aude Février 2024

Période	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Semaine	48,8%	-0,6	65,7	2,5%	32,0	1,2%
Week-end	45,6%	-3,6	70,4	1,3%	32,1	-6,2%
<b>GLOBAL</b>	47,5%	-1,9	67,5	1,9%	32,1	-2,0%

Taux d'occupation



Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 13 hôtels représentant 893 chambres

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

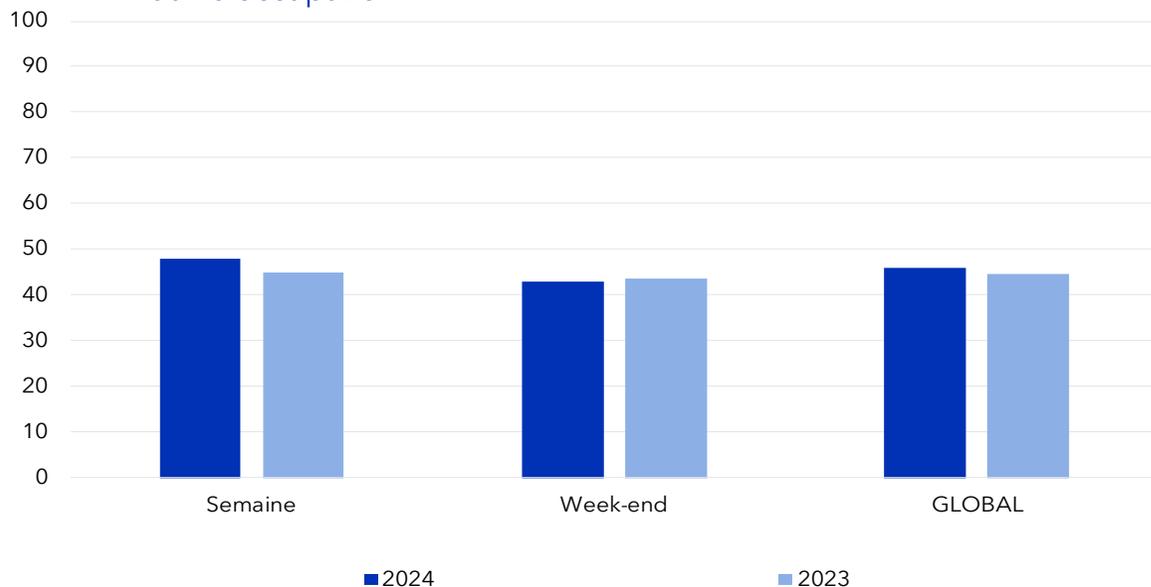
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



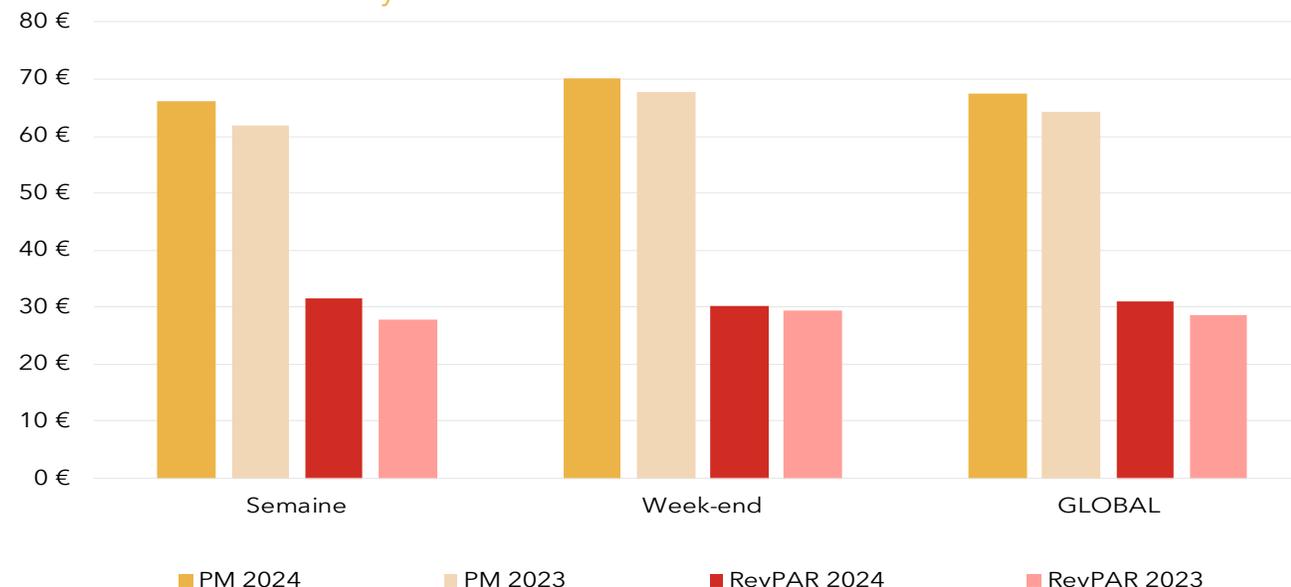
## Performances hôtelières Semaine / Week-end du département de l'Aude YTD 2024 versus YTD 2023 (1er Janvier au 29 Février)

Période	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Semaine	47,9%	2,8	66,1	6,7%	31,7	13,5%
Week-end	43,0%	-0,6	70,0	3,3%	30,1	2,0%
<b>GLOBAL</b>	46,0%	1,5	67,5	5,2%	31,0	8,7%

Taux d'occupation



Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 13 hôtels représentant 893 chambres  
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: MKG\_destination

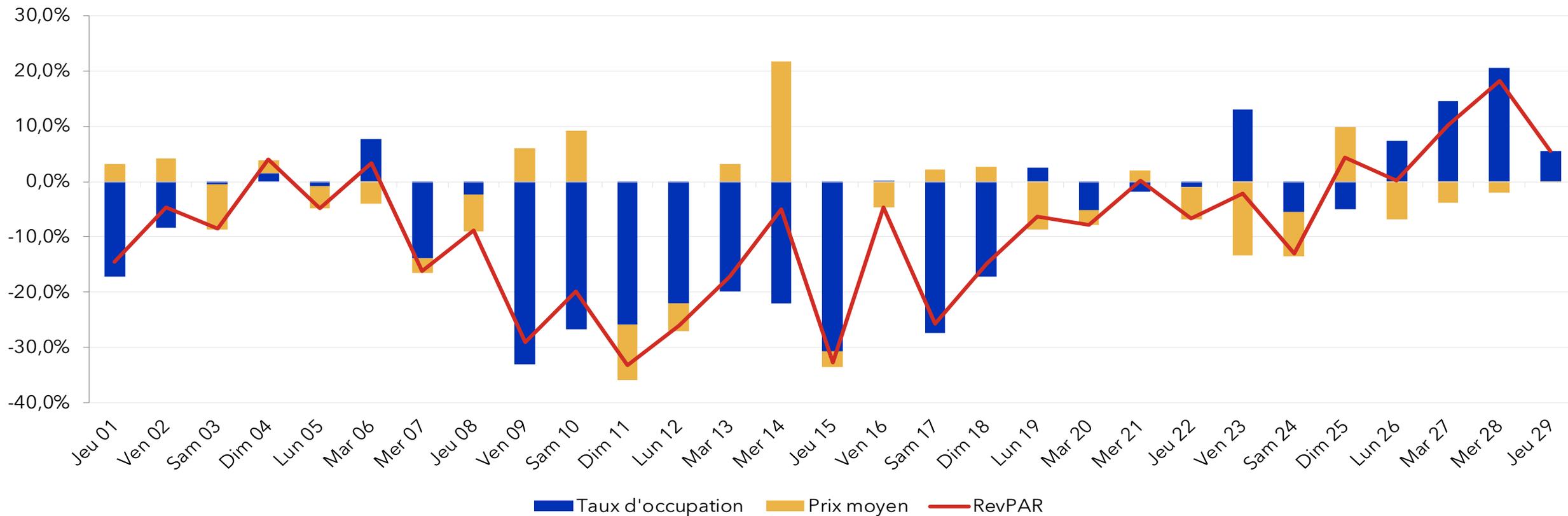
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Evolution quotidienne des performances hôtelières Février 2024

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

1er Février 2024 vs 2 Février 2023, 2 Février 2024 vs 3 Février 2023, etc



Note : Basé sur un échantillon de 13 hôtels représentant 893 chambres  
Prix moyen et RevPAR en euros HT - Source: MKG\_destination

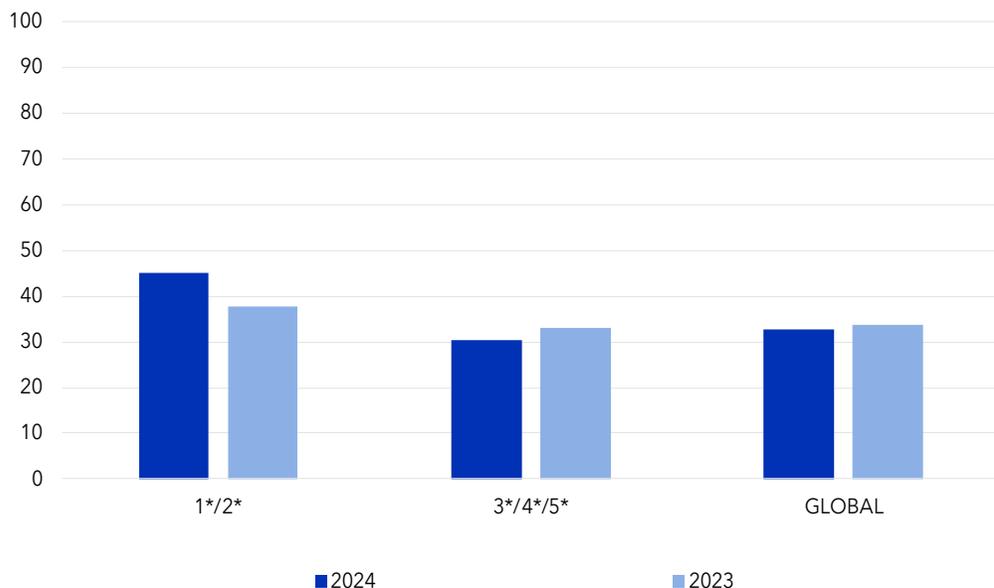
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



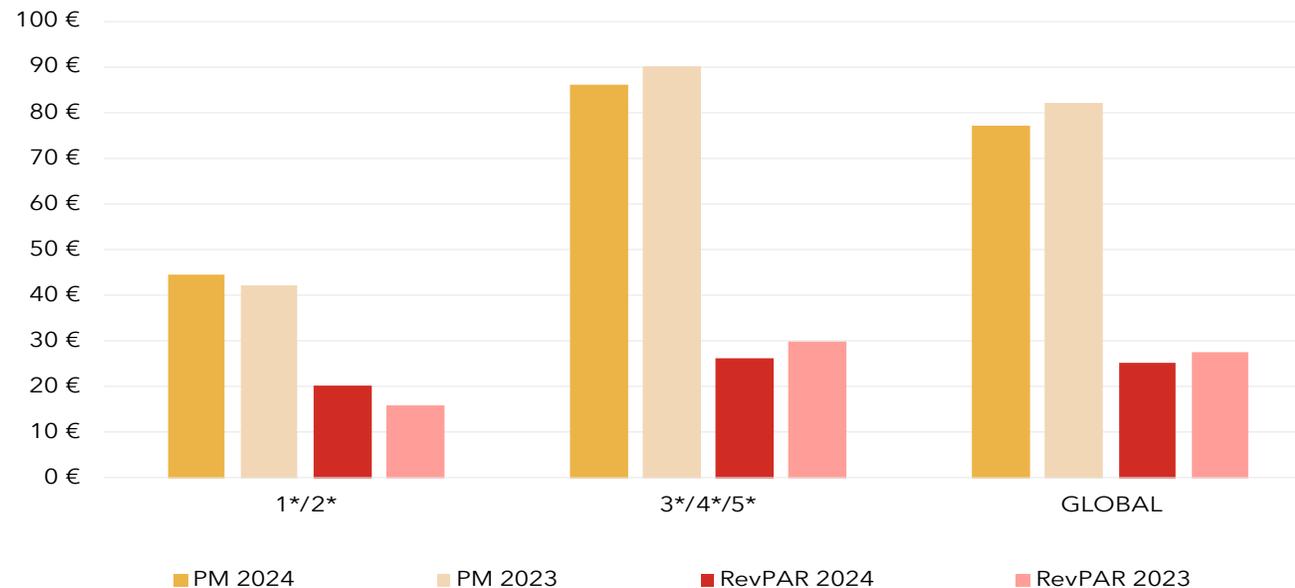
## Performances de la zone urbain Carcassonnais Février 2024 versus Février 2023

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	45,3%	7,5	44,6	5,6%	20,2	26,6%
3*/4*/5*	30,3%	-2,6	86,1	-4,6%	26,1	-12,2%
<b>GLOBAL</b>	32,7%	-1,0	77,1	-6,2%	25,2	-9,0%

Taux d'occupation



Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 17 hôtels représentant 1 024 chambres

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

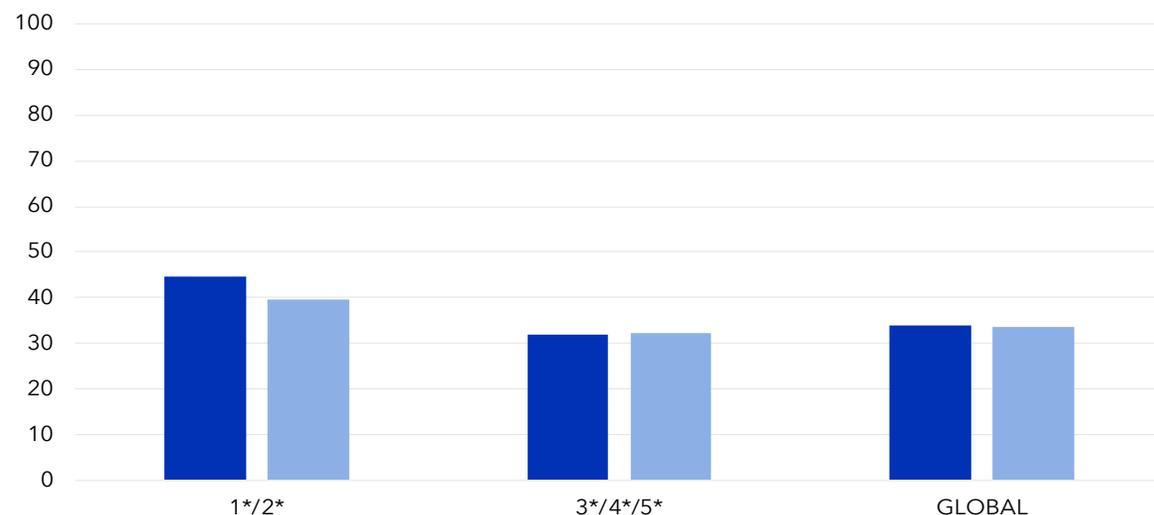
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



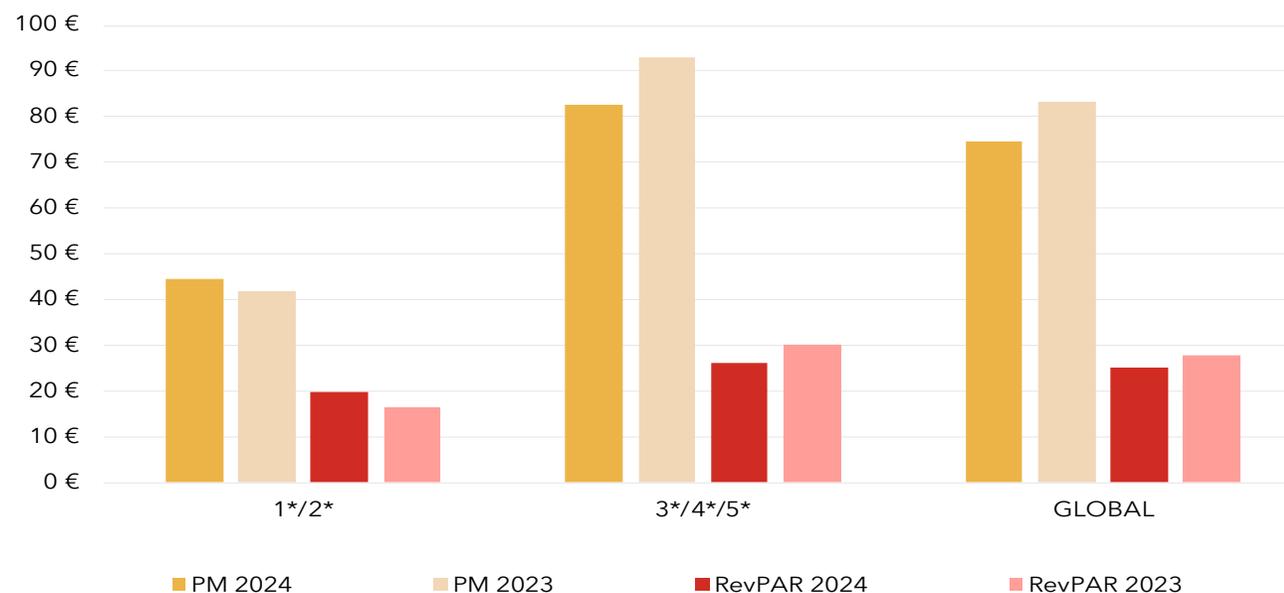
## Performances de la zone urbain Carcassonnais YTD 2024 versus YTD 2023 (1er Janvier au 29 Février)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	44,7%	5,1	44,4	6,1%	19,8	19,7%
3*/4*/5*	31,8%	-0,5	82,5	-11,2%	26,3	-12,6%
<b>GLOBAL</b>	33,9%	0,4	74,5	-10,6%	25,2	-9,6%

Taux d'occupation



Prix Moyen



■ 2024 ■ 2023

Note : Basé sur un échantillon de 17 hôtels représentant 1 024 chambres

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

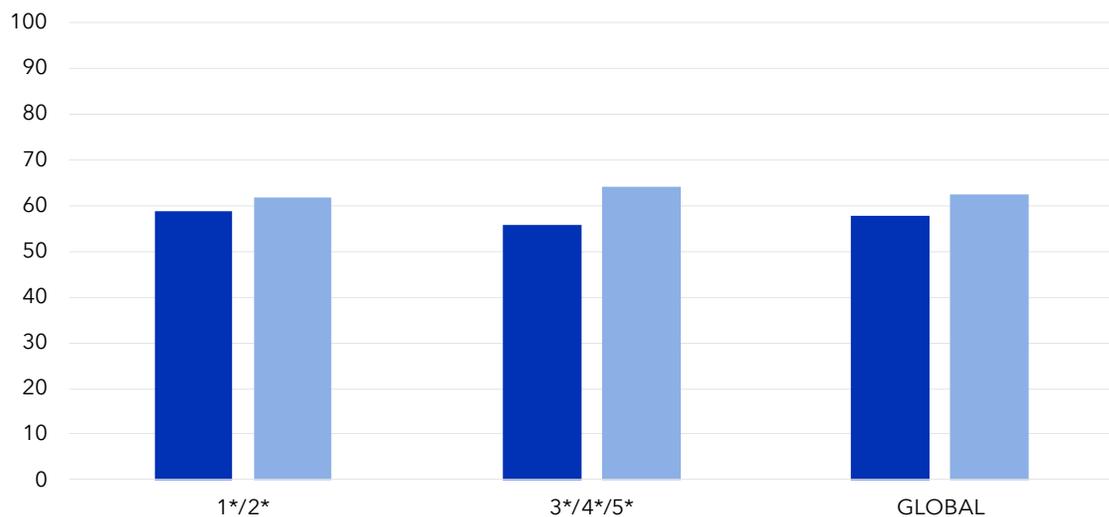
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



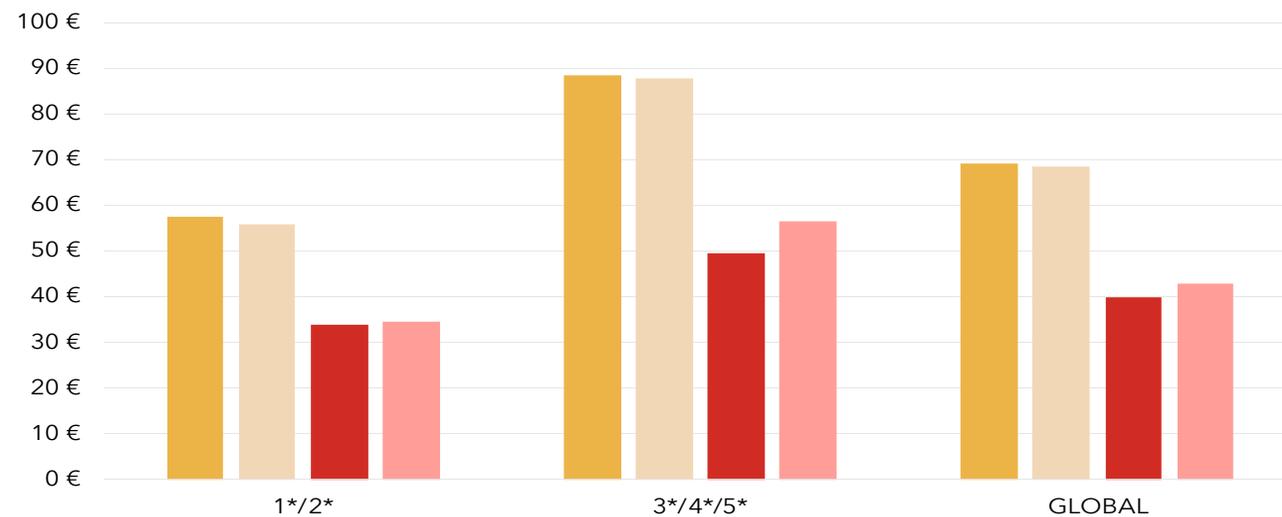
## Performances de la zone Grand Narbonne Février 2024 versus Février 2023

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	58,9%	-2,8	57,5	2,9%	33,9	-1,7%
3*/4*/5*	56,0%	-8,3	88,6	0,8%	49,6	-12,2%
<b>GLOBAL</b>	57,8%	-4,9	69,1	0,7%	39,9	-7,2%

Taux d'occupation



Prix Moyen



■ 2024

■ 2023

Note : Basé sur un échantillon de 17 hôtels représentant 947 chambres

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

■ PM 2024

■ PM 2023

■ RevPAR 2024

■ RevPAR 2023

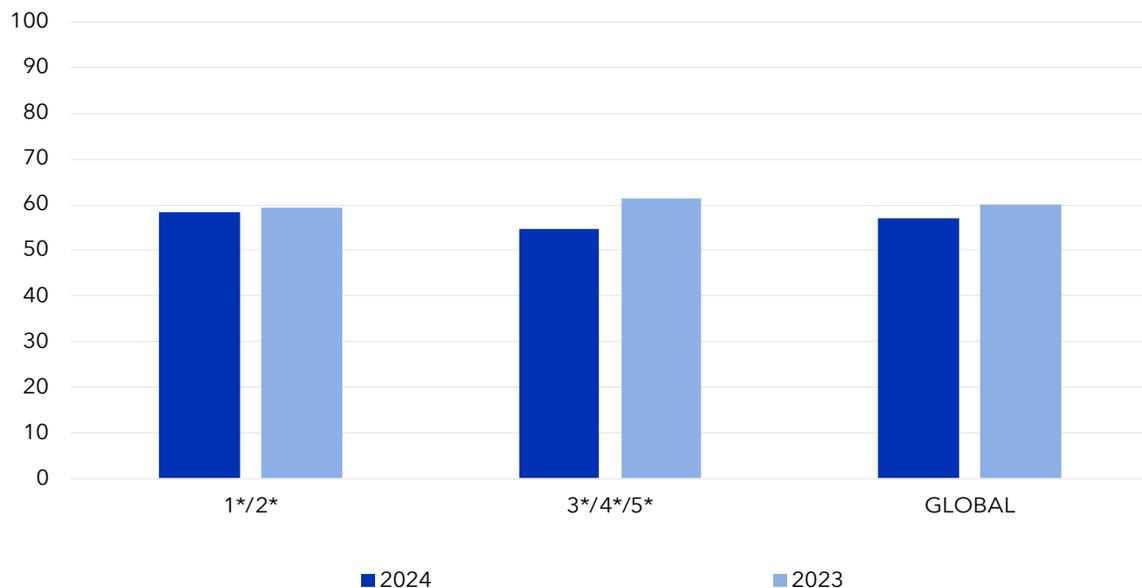
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



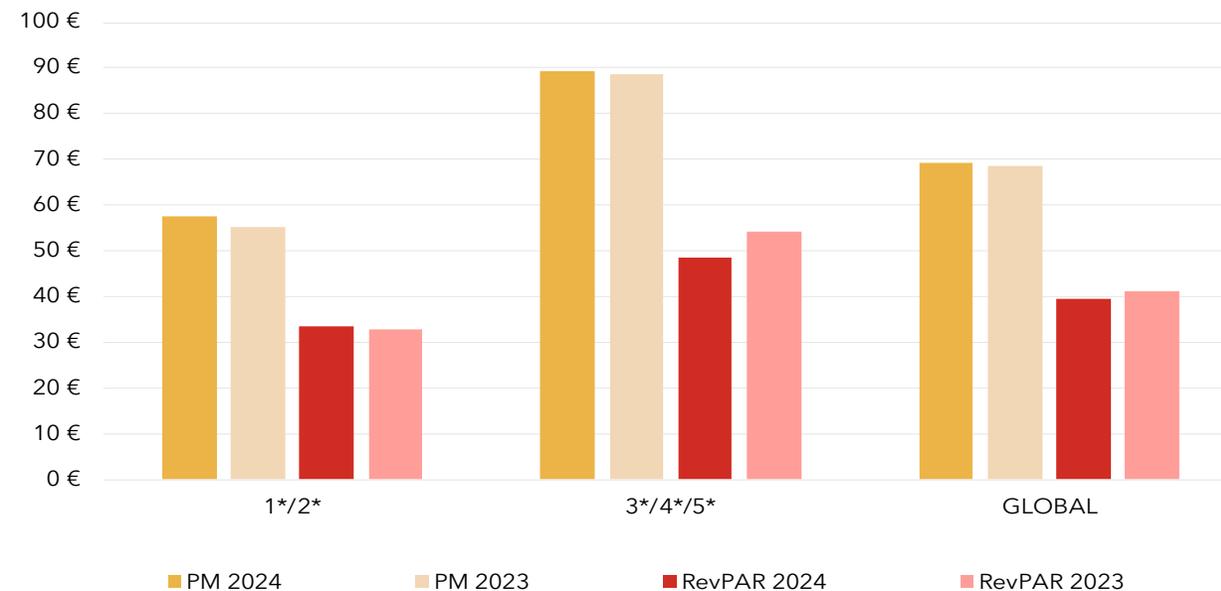
## Performances de la zone Grand Narbonne YTD 2024 versus YTD 2023 (1er Janvier au 29 Février)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	58,3%	-1,1	57,6	4,4%	33,6	2,5%
3*/4*/5*	54,6%	-6,7	89,2	0,6%	48,7	-10,4%
<b>GLOBAL</b>	56,9%	-3,3	69,2	1,2%	39,4	-4,3%

Taux d'occupation



Prix Moyen



Note : Basé sur un échantillon de 17 hôtels représentant 947 chambres

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

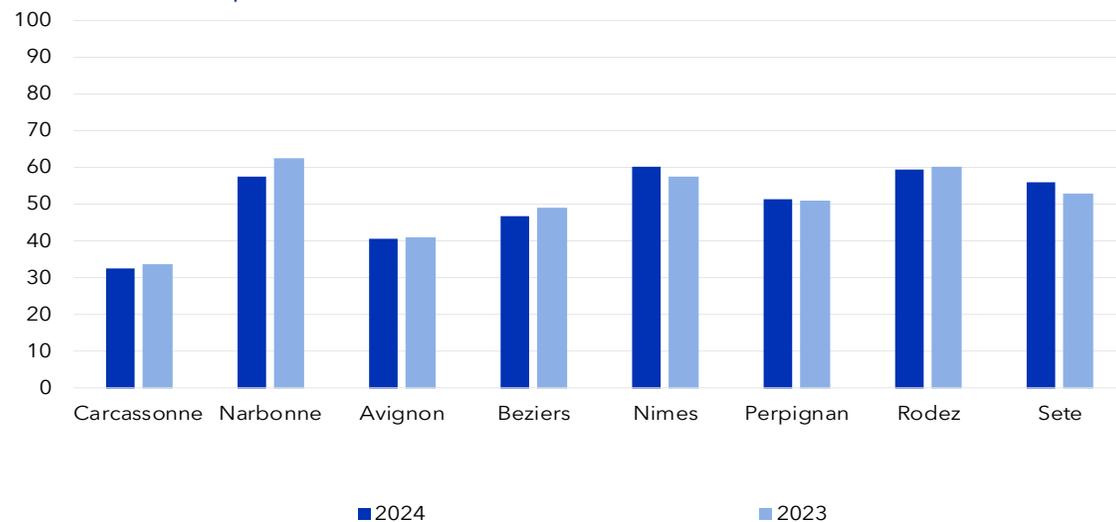
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



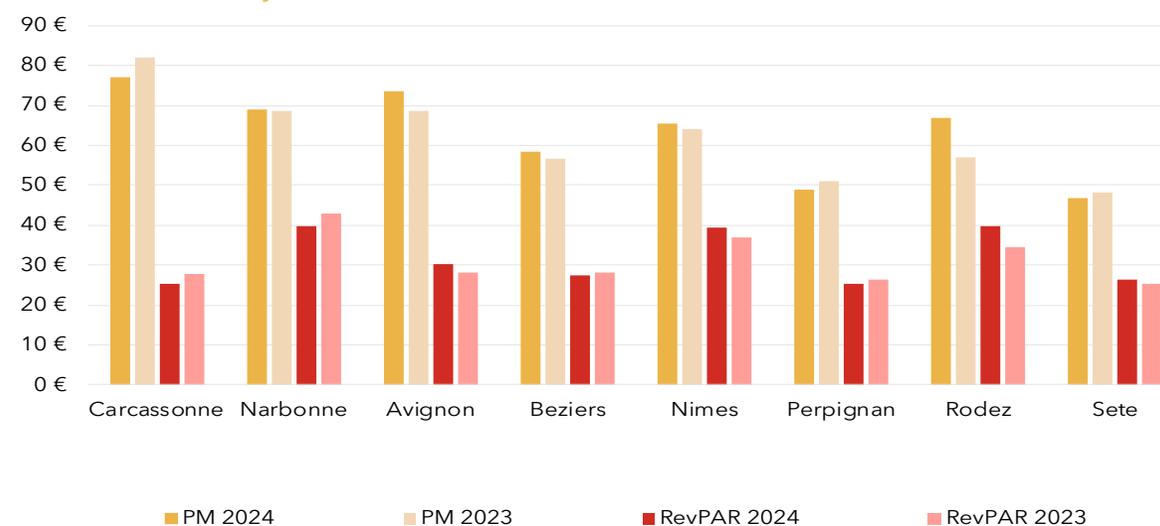
## Comparaison versus autres villes Février 2024 versus Février 2023

Villes	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Carcassonne	32,7%	-1,0	77,1	-6,2%	25,2	-9,0%
Narbonne	57,8%	-4,9	69,1	0,7%	39,9	-7,2%
Avignon	40,9%	-0,1	73,6	7,1%	30,1	6,9%
Beziers	46,7%	-2,6	58,5	3,1%	27,3	-2,4%
Nimes	60,2%	2,5	65,6	2,3%	39,4	6,7%
Perpignan	51,7%	0,4	48,9	-4,5%	25,3	-3,7%
Rodez	59,4%	-1,1	67,0	17,3%	39,8	15,3%
Sete	56,2%	3,3	46,8	-2,7%	26,3	3,3%

Taux d'occupation



Prix Moyen



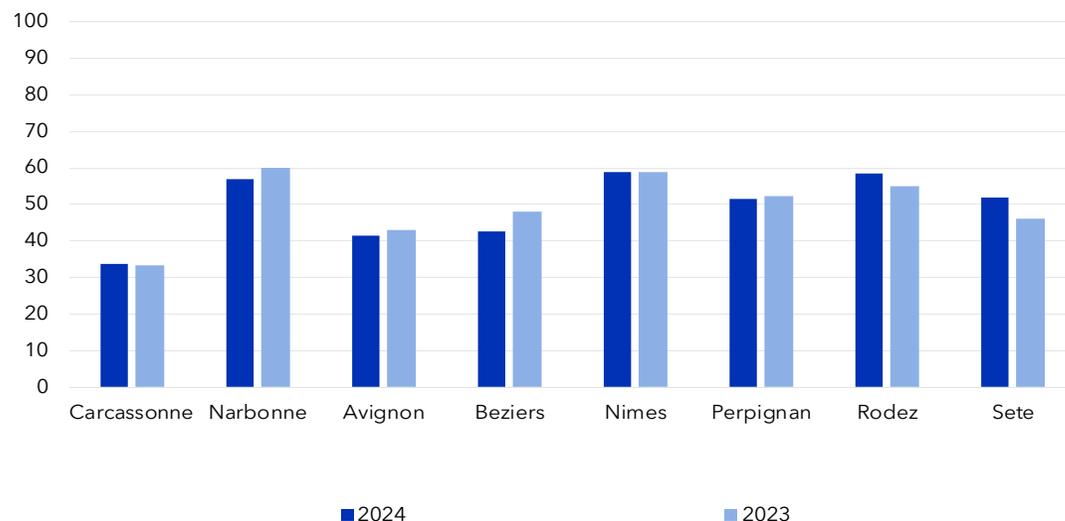
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



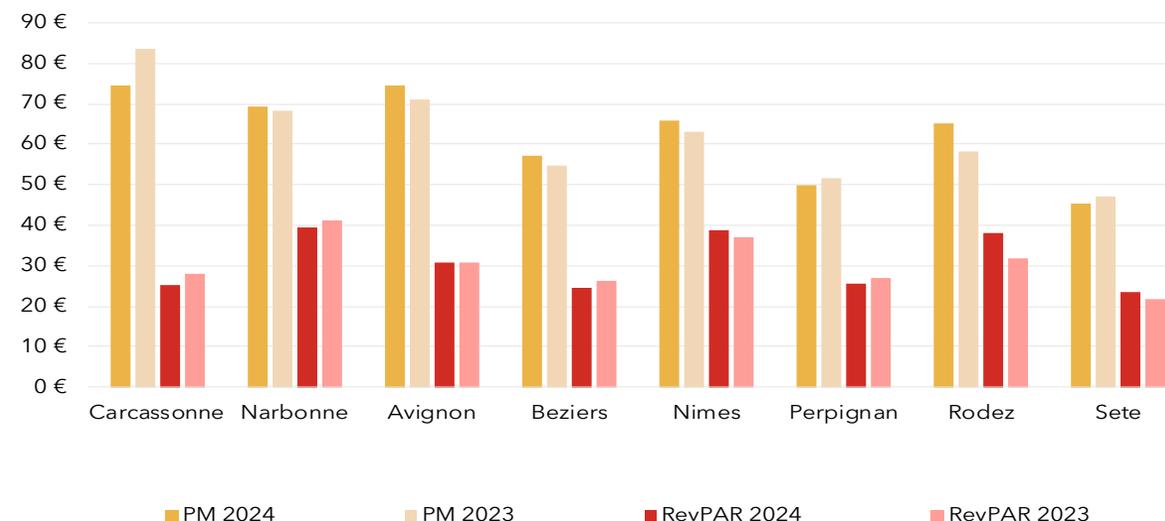
## Comparaison versus autres villes YTD 2024 versus YTD 2023 (1er Janvier au 29 Février)

Villes	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Carcassonne	33,9%	0,4	74,5	-10,6%	25,2	-9,6%
Narbonne	56,9%	-3,3	69,2	1,2%	39,4	-4,3%
Avignon	41,6%	-1,5	74,3	4,6%	30,9	0,9%
Beziers	42,7%	-5,5	57,2	4,9%	24,4	-7,1%
Nimes	59,0%	0,1	66,0	4,4%	38,9	4,6%
Perpignan	51,4%	-0,9	49,7	-3,6%	25,6	-5,3%
Rodez	58,4%	3,5	65,3	12,2%	38,1	19,2%
Sete	52,1%	5,9	45,3	-3,9%	23,6	8,3%

Taux d'occupation



Prix Moyen



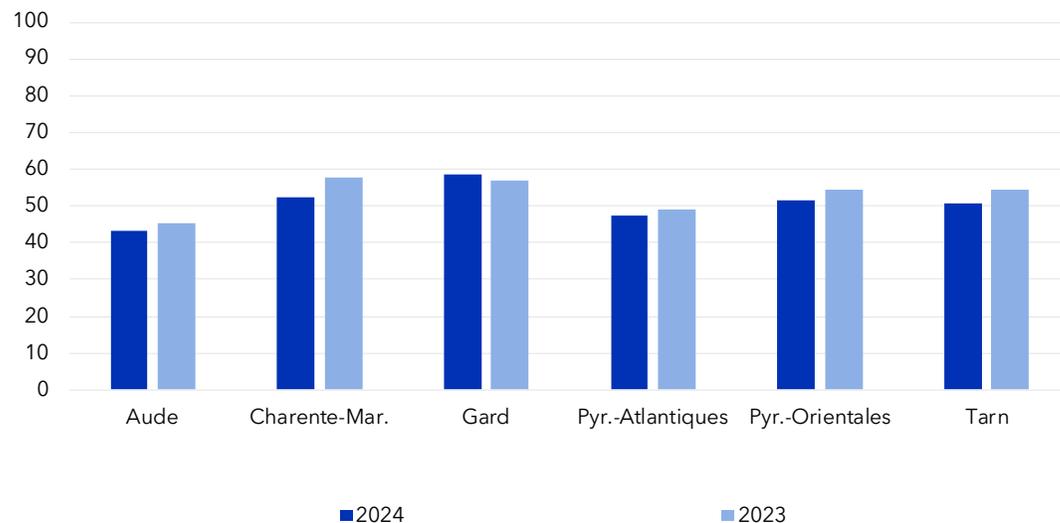
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



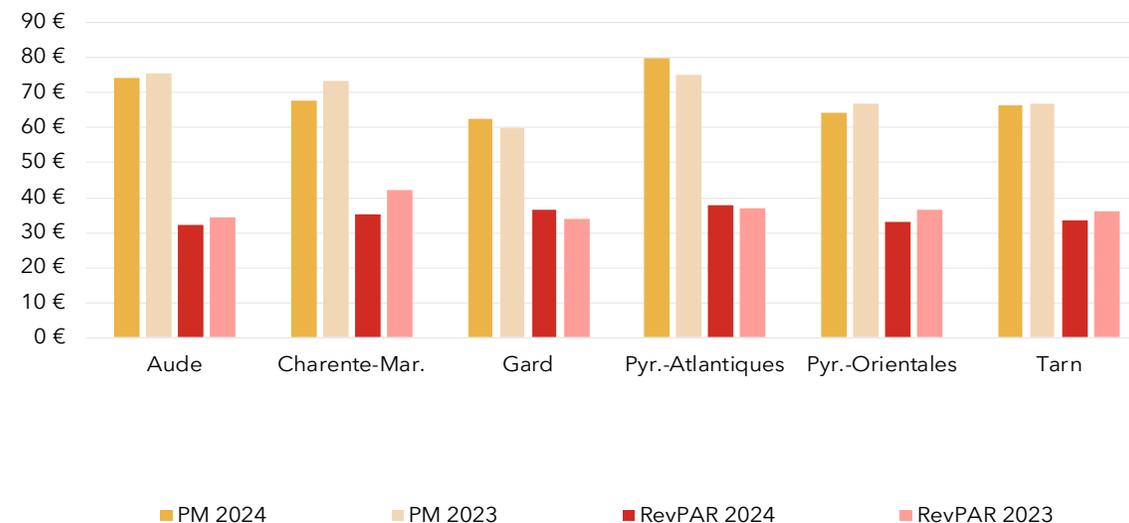
## Comparaison versus autres départements Février 2024 versus Février 2023

Départements	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Aude	43,3%	-2,0	74,1	-1,9%	32,1	-6,3%
Charente-Mar.	52,2%	-5,5	67,7	-7,6%	35,3	-16,3%
Gard	58,7%	1,8	62,3	4,4%	36,6	7,6%
Pyr.-Atlantiques	47,3%	-1,8	79,7	6,1%	37,7	2,3%
Pyr.-Orientales	51,3%	-2,9	64,2	-4,1%	33,0	-9,3%
Tarn	50,5%	-3,8	66,6	-0,2%	33,7	-7,1%

Taux d'occupation



Prix Moyen



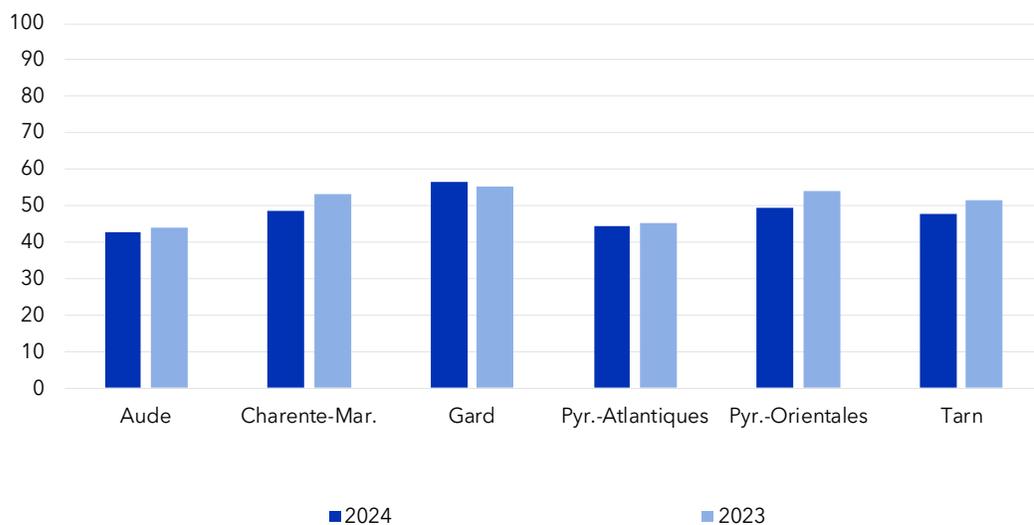
# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



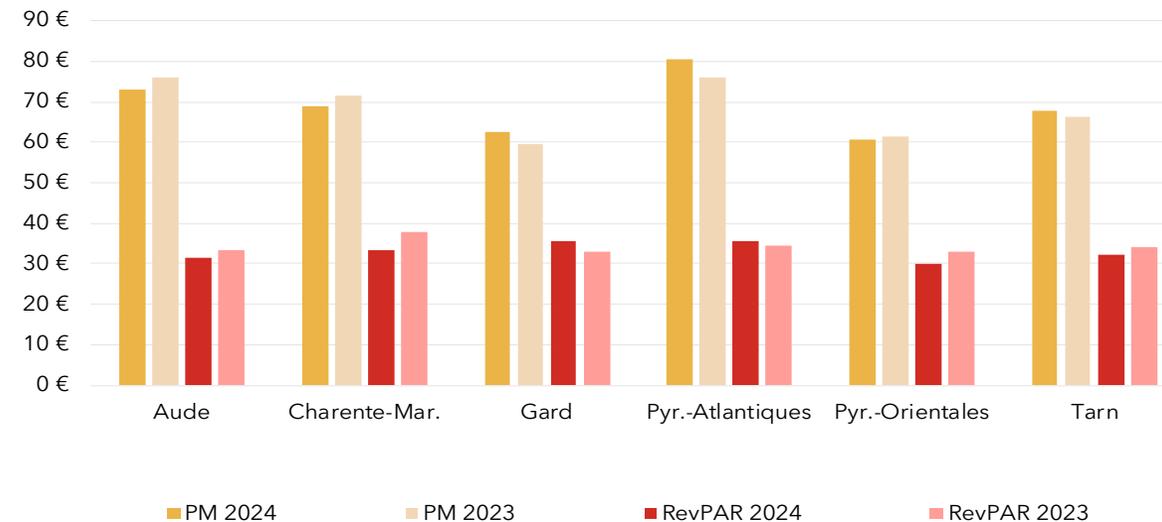
## Comparaison versus autres départements YTD 2024 versus YTD 2023 (1er Janvier au 29 Février)

Départements	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Aude	43,0%	-1,2	73,2	-3,6%	31,4	-6,1%
Charente-Mar.	48,5%	-4,6	68,8	-3,8%	33,3	-12,2%
Gard	56,6%	1,2	62,7	5,4%	35,5	7,8%
Pyr.-Atlantiques	44,3%	-1,2	80,4	5,9%	35,6	3,2%
Pyr.-Orientales	49,3%	-4,7	60,8	-0,9%	30,0	-9,6%
Tarn	47,7%	-3,7	67,6	2,3%	32,3	-5,0%

Taux d'occupation



Prix Moyen



# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



Mix-Clientèle  
Nationalités  
Février 2024

Pays	Global
France	81,0%
Espagne	9,3%
Royaume-Uni	4,2%
Allemagne	1,1%
Belgique	0,8%
Autres	3,6%



**AFFAIRES**  
nd



**LOISIRS**  
nd



**DUREE MOYENNE**  
1,5 jour

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Février 2024 versus Février 2022

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	54,4%	-2,6	54,9	25,1%	29,9	19,3%
3*/4*/5*	37,5%	-3,6	88,4	3,0%	33,2	-6,1%
<b>GLOBAL</b>	43,3%	-2,9	74,1	6,5%	32,1	-0,1%

## YTD 2024 versus YTD 2022 (1er Janvier au 29 Février)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	53,1%	2,0	54,9	22,7%	29,1	27,5%
3*/4*/5*	37,7%	1,3	86,6	1,7%	32,6	5,4%
<b>GLOBAL</b>	43,0%	2,0	73,2	5,6%	31,4	10,6%

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Performances de la zone urbain Carcassonnais Février 2024 versus Février 2022

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	45,3%	-9,1	44,6	29,5%	20,2	7,8%
3*/4*/5*	30,3%	-4,9	86,1	1,5%	26,1	-12,7%
<b>GLOBAL</b>	32,7%	-5,6	77,1	4,7%	25,2	-10,6%

## YTD 2024 versus YTD 2022 (1er Janvier au 29 Février)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	44,7%	-3,9	44,4	29,0%	19,8	18,8%
3*/4*/5*	31,8%	1,1	82,5	-1,8%	26,3	1,9%
<b>GLOBAL</b>	33,9%	0,4	74,5	2,6%	25,2	3,7%

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Performances de la zone Grand Narbonne Février 2024 versus Février 2022

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	58,9%	-0,7	57,5	22,5%	33,9	21,0%
3*/4*/5*	56,0%	-7,8	88,6	6,3%	49,6	-6,8%
<b>GLOBAL</b>	57,8%	-3,7	69,1	9,1%	39,9	2,7%

## YTD 2024 versus YTD 2022 (1er Janvier au 29 Février)

Catégorie	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
1*/2*	58,3%	4,5	57,6	19,4%	33,6	29,4%
3*/4*/5*	54,6%	-2,9	89,2	7,6%	48,7	2,1%
<b>GLOBAL</b>	56,9%	1,5	69,2	8,4%	39,4	11,3%

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Comparaison versus autres villes Février 2024 versus Février 2022

Villes	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Carcassonne	32,7%	-5,6	77,1	4,7%	25,2	-10,6%
Narbonne	57,8%	-3,7	69,1	9,1%	39,9	2,7%
Avignon	40,9%	-0,1	73,6	13,5%	30,1	13,3%
Beziers	46,7%	1,7	58,5	7,5%	27,3	11,6%
Nimes	60,2%	6,2	65,6	9,6%	39,4	22,3%
Perpignan	51,7%	-5,3	48,9	2,3%	25,3	-7,2%
Rodez	59,4%	-1,6	67,0	8,8%	39,8	6,0%

## YTD 2024 versus YTD 2022 (1er Janvier au 29 Février)

Villes	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Carcassonne	33,9%	0,4	74,5	2,6%	25,2	3,7%
Narbonne	56,9%	1,5	69,2	8,4%	39,4	11,3%
Avignon	41,6%	3,9	74,3	16,8%	30,9	28,9%
Beziers	42,7%	3,4	57,2	5,7%	24,4	14,8%
Nimes	59,0%	7,4	66,0	9,7%	38,9	25,4%
Perpignan	51,4%	-3,0	49,7	6,6%	25,6	0,8%
Rodez	58,4%	9,0	65,3	7,2%	38,1	26,6%

# BAROMÈTRE MENSUEL DE L'HÔTELLERIE AUDOISE



## Comparaison versus autres départements Février 2024 versus Février 2022

Départements	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Aude	43,3%	-2,9	74,1	6,5%	32,1	-0,1%
Charente-Mar.	52,2%	-8,8	67,7	-1,3%	35,3	-15,6%
Gard	58,7%	3,7	62,3	13,0%	36,6	20,7%
Pyr.-Atlantiques	47,3%	-2,1	79,7	6,2%	37,7	1,6%
Pyr.-Orientales	51,3%	-7,8	64,2	3,9%	33,0	-9,8%
Tarn	50,5%	5,6	66,6	-1,3%	33,7	11,1%

## YTD 2024 versus YTD 2022 (1er Janvier au 29 Février)

Départements	Taux d'occupation		Prix moyen € HT		RevPAR € HT	
	%	Evol (pts)	€	Evol (%)	€	Evol (%)
Aude	43,0%	2,0	73,2	5,6%	31,4	10,6%
Charente-Mar.	48,5%	-3,8	68,8	3,5%	33,3	-4,0%
Gard	56,6%	6,3	62,7	12,1%	35,5	26,1%
Pyr.-Atlantiques	44,3%	0,7	80,4	9,4%	35,6	11,1%
Pyr.-Orientales	49,3%	-6,2	60,8	8,7%	30,0	-3,4%
Tarn	47,7%	6,6	67,6	6,6%	32,3	23,6%

## 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

Guillaume RICHOUX

01 56 56 87 75

observatoire@mkg-consulting.com

