

MKG



Baromètre

Le baromètre officiel des performances hôtelières et para-hôtelières des pôles touristiques urbains

Côte d'Azur France

Janvier 2025

MKG Consulting EMEA

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



Source: Unsplash



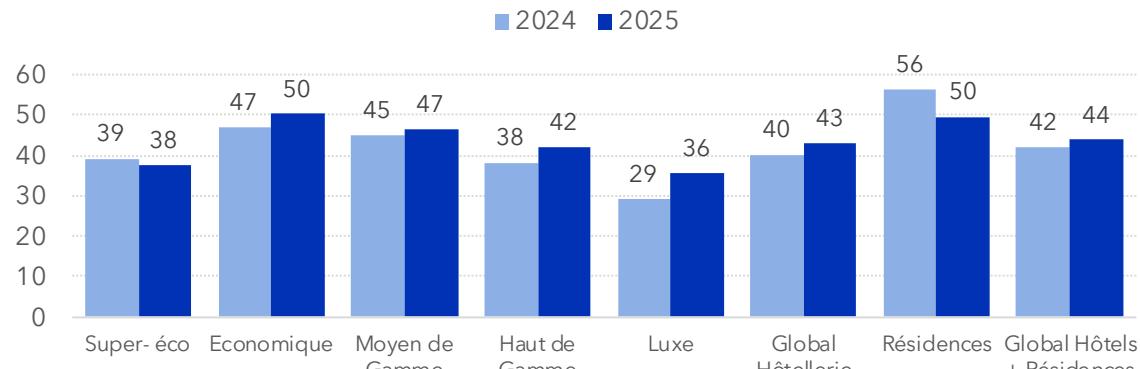
- **Le mois de janvier 2025 dans les Alpes-Maritimes enregistre un taux d'occupation de 43,9%, soit une performance en légère hausse de 1,9 point par rapport à janvier 2024. Le prix moyen progresse, pour sa part, de 3,7%. Ainsi, le RevPAR du département enregistre un niveau en hausse de 8,4%.**
- Seul le segment super-économique enregistre une baisse de sa **fréquentation**, de seulement 1,7 point. Le reste des segments progressent, de 6,3 points pour le luxe (plus forte hausse) et 1,5 point pour le moyen de gamme (plus faible augmentation). Les segments économique et haut de gamme progressent respectivement de 3,3 et 3,8 points. En revanche, la fréquentation des résidences urbaines chute plus fortement et perd 6,9 points.
- **En termes de prix moyens**, le segment moyen de gamme conserve un niveau stable, tandis que celui des segments économique et luxe est en baisse, de 5,2% et 3,7%. Les segments super-économique et haut de gamme progressent de 2,5% et 3,2%. Pour leur part, les résidences urbaines, à l'inverse de leur fréquentation, enregistrent une forte hausse de 15,3% de prix moyen.
- **Le mois de janvier a été marqué par la reprise de l'activité après les fêtes de fin d'année. De plus, des évènements marquants ont été recensés au sein de la ville de Cannes concernant deux congrès internationaux, IPEM et MIDEM, ainsi qu'un évènement à Monaco, le 93^e Rallye de Monte-Carlo.**
- **Nice** : la ville enregistre une fréquentation en hausse de 3,7 points, et en progression sur l'ensemble des segments, la plus importante étant relevée sur le segment du luxe (+8,5 points) suivi du segment économique (5,3 points). Les résidences urbaines enregistrent une chute considérable de son taux d'occupation de -21 points. Concernant les prix moyens, le global de la ville progresse de seulement 1,8 point. Toutefois, celui des segments luxe et économique, à l'inverse de leur fréquentation, diminuent de 6,8% et 7,1%. De même, à l'inverse de la chute du taux d'occupation des résidences urbaines, leur prix moyen enregistre une hausse significative de 31,5%.
- **Cannes** : les performances de la ville sont encourageantes avec un taux d'occupation en hausse de 2,9 points et un prix moyen qui progresse de 4,4%. Pour rappel, la ville a accueilli deux congrès importants au cours du mois de janvier. Ainsi, la plus forte hausse de fréquentation est relevée au sein du segment économique (+6,8 points), suivi du luxe (+5,2 points). Toutefois, tout comme à Nice, il diminue de 9,6 points pour les résidences urbaines. Le prix moyen est en hausse sur la quasi-totalité des segments et plus particulièrement sur le haut de gamme (+6,7%), mais diminue pour le segment du luxe (-1,8%). Pour les résidences urbaines, le prix moyen enregistre une hausse considérable de 51,6%.
- **CASA-Antibes** : le pôle enregistre des performances stables, aussi bien en termes de fréquentation que de prix moyens. Toutefois, une diminution importante est relevée au sein du segment super-économique / économique concernant le taux d'occupation (-10,3 points), et une hausse significative du prix moyen sur le segment haut de gamme (+11,2%).
- **Parmi les pôles urbains de la région**, Monaco est le pôle enregistrant la hausse la plus importante de fréquentation (+13,9 points), tandis que Menton relève la diminution à plus forte (-7,7 points). A contrario, Monaco enregistre une baisse de -8,1% de son prix moyen, et le pôle Mandelieu une hausse de 11,8%. La fréquentation est en baisse sur tous les autres pôles, hormis Antibes (+3,7 points). Pour les prix moyens, à l'inverse, il est en hausse sur tous les autres pôles, sauf sur Antibes (-1,7%).

BAROMÈTRE MENSUEL CÔTE D'AZUR

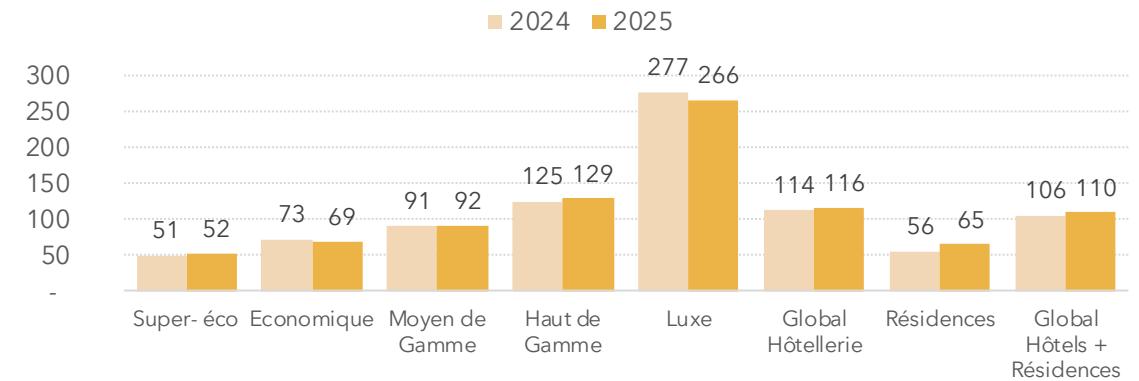
Le département par segment

Janvier 2025

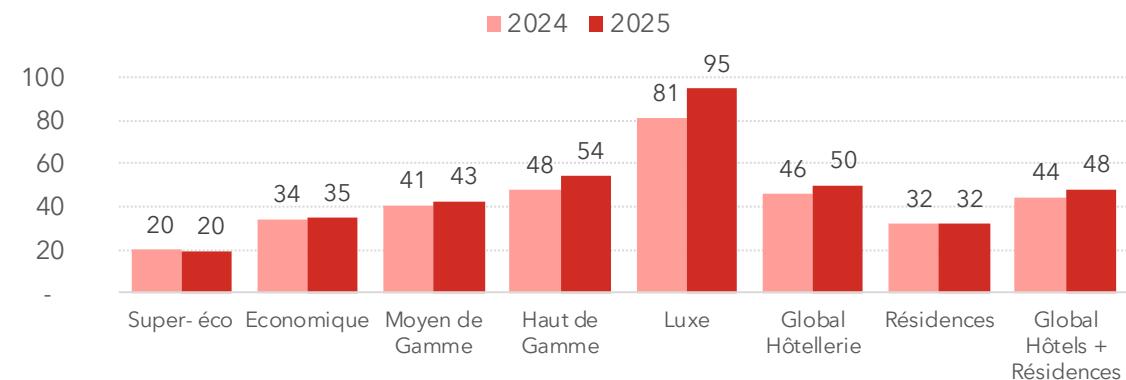
TAUX D'OCCUPATION



PRIX MOYEN



REVPAR



Le département par segment

Janvier 2025

	Résultats MENSUELS d'activité hôtelière						Résultats CUMULES d'activité hôtelière					
	Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT		Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT	
	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1
Super-économique	37,7%	-1,7	52,2	2,5%	19,7	-1,8%	37,7%	-1,7	52,2	2,5%	19,7	-1,8%
Economique	50,3%	3,3	68,9	-5,2%	34,7	1,4%	50,3%	3,3	68,9	-5,2%	34,7	1,4%
Moyen de Gamme	46,6%	1,5	91,6	0,9%	42,7	4,4%	46,6%	1,5	91,6	0,9%	42,7	4,4%
Haut de Gamme	42,1%	3,8	129,1	3,2%	54,4	13,5%	42,1%	3,8	129,1	3,2%	54,4	13,5%
Luxe	35,6%	6,3	266,3	-3,7%	94,8	16,9%	35,6%	6,3	266,3	-3,7%	94,8	16,9%
Global Hôtellerie	43,2%	2,9	116,2	2,0%	50,2	9,2%	43,2%	2,9	116,2	2,0%	50,2	9,2%
Résidences urbaines	49,6%	-6,9	65,0	15,3%	32,3	1,3%	49,6%	-6,9	65,0	15,3%	32,3	1,3%
Total Alpes-Maritimes	43,9%	1,9	109,8	3,7%	48,2	8,4%	43,9%	1,9	109,8	3,7%	48,2	8,4%

Les données comparatives de 2022 sont à retrouver sur le fichier Excel

BAROMÈTRE MENSUEL CÔTE D'AZUR

MKG

Le département par pôle touristique

Janvier 2025

VILLENEUVE VALBONNE

- Biot
- Valbonne
- Villeneuve-Loubet

TO	PM HT	RevPAR
41,2%	75,5 €	31,1 €

CANNES VILLE

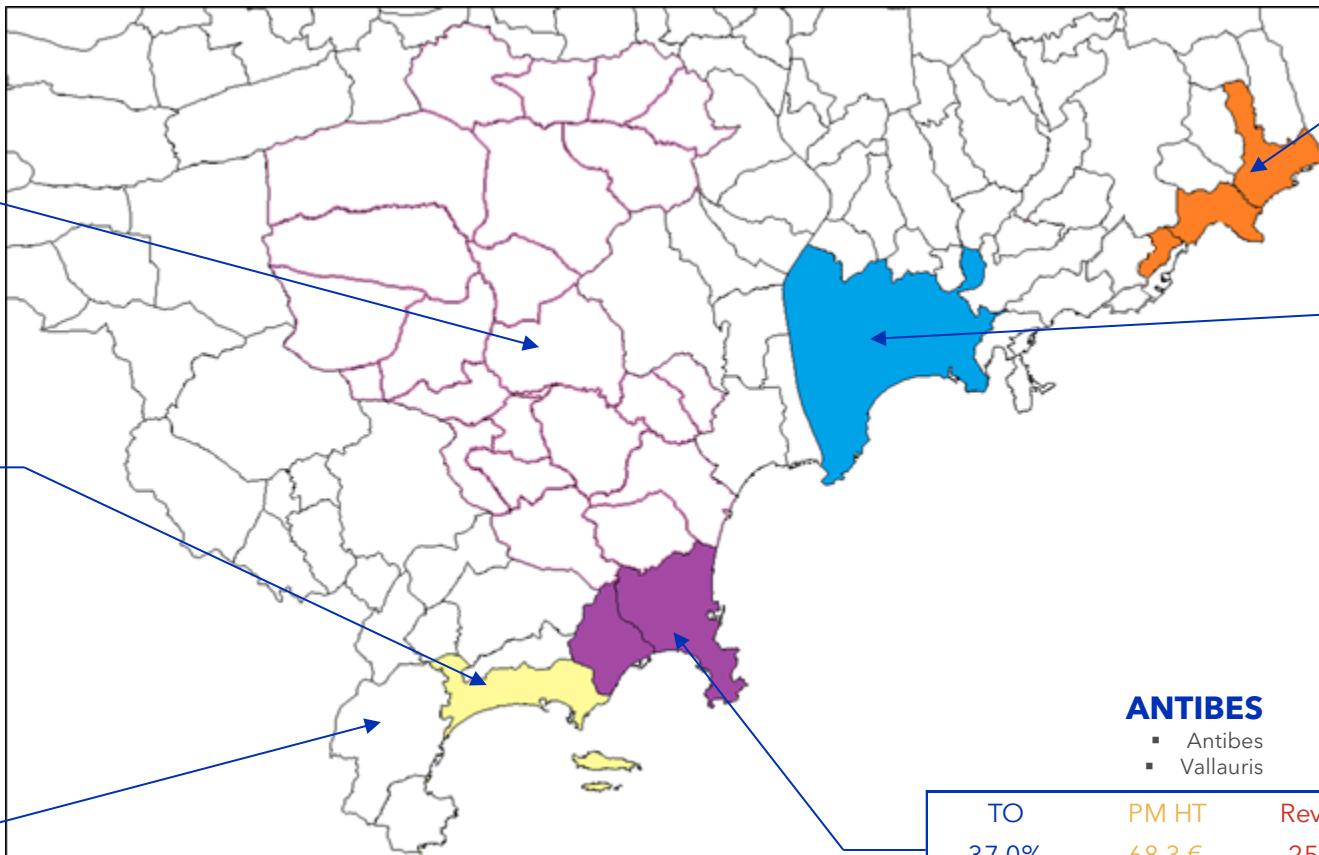
- Cannes

TO	PM HT	RevPAR
31,0%	193,6 €	60,0 €

MANDELIEU

- Le Cannet
- Mandelieu-la-Napoule
- Mougins
- Théoule-sur-Mer

TO	PM HT	RevPAR
32,3%	89,0 €	28,7 €



MENTON

- Roquebrune
- Menton
- Beausoleil

TO	PM HT	RevPAR
64,4%	87,7 €	56,5 €

NICE VILLE

- Nice

TO	PM HT	RevPAR
49,4%	95,9 €	47,4 €

METROPOLE HORS NICE

- Beaulieu-sur-Mer
- Cagnes-sur-Mer
- Cap d'Ail
- Saint-Jean-Cap-Ferrat
- Saint-Laurent-du-Var
- Vence

TO	PM HT	RevPAR
50,5%	137,6 €	69,4 €

BAROMÈTRE MENSUEL CÔTE D'AZUR



Focus Nice et Cannes

Janvier 2025

NICE

	Résultats MENSUELS d'activité hôtelière						Résultats CUMULES d'activité hôtelière					
	Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT		Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT	
	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1
Economique	54,7%	5,3	58,6	-7,1%	32,0	2,9%	54,7%	5,3	58,6	-7,1%	32,0	2,9%
Moyen de Gamme	49,8%	4,3	80,9	3,1%	40,3	13,0%	49,8%	4,3	80,9	3,1%	40,3	13,0%
Haut de Gamme	47,8%	3,7	113,1	0,5%	54,1	8,8%	47,8%	3,7	113,1	0,5%	54,1	8,8%
Luxe	47,5%	8,5	239,1	-6,8%	113,5	13,5%	47,5%	8,5	239,1	-6,8%	113,5	13,5%
Global Hôtellerie	49,3%	5,2	98,5	-1,0%	48,5	10,8%	49,3%	5,2	98,5	-1,0%	48,5	10,8%
Résidences hôtelières	50,5%	-21,0	56,3	31,5%	28,5	-7,1%	50,5%	-21,0	56,3	31,5%	28,5	-7,1%
Total Nice	49,4%	3,7	95,9	1,8%	47,4	10,0%	49,4%	3,7	95,9	1,8%	47,4	10,0%

Nombre d'hôtels : 77

Nombre de chambres : 7 601

CANNES

	Résultats MENSUELS d'activité hôtelière						Résultats CUMULES d'activité hôtelière					
	Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT		Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT	
	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1
Economique	47,3%	6,8	64,2	4,2%	30,3	21,8%	47,3%	6,8	64,2	4,2%	30,3	21,8%
Moyen de Gamme	30,0%	2,8	96,4	4,7%	28,9	15,4%	30,0%	2,8	96,4	4,7%	28,9	15,4%
Haut de Gamme	34,8%	2,6	146,1	6,7%	50,9	15,1%	34,8%	2,6	146,1	6,7%	50,9	15,1%
Luxe	29,5%	5,2	288,1	-1,8%	85,1	19,1%	29,5%	5,2	288,1	-1,8%	85,1	19,1%
Global Hôtellerie	31,8%	3,9	197,0	2,2%	62,7	16,4%	31,8%	3,9	197,0	2,2%	62,7	16,4%
Résidences urbaines	19,9%	-9,6	124,1	51,6%	24,7	2,2%	19,9%	-9,6	124,1	51,6%	24,7	2,2%
Total Cannes	31,0%	2,9	193,6	4,4%	60,0	15,3%	31,0%	2,9	193,6	4,4%	60,0	15,3%

Nombre d'hôtels : 32

Nombre de chambres : 3 508

Les données comparatives de 2022 sont à retrouver sur le fichier Excel

BAROMÈTRE MENSUEL CÔTE D'AZUR



Focus CASA-Antibes et Pôles urbains

Janvier 2025

CASA-ANTIBES

	Résultats MENSUELS d'activité hôtelière						Résultats CUMULES d'activité hôtelière					
	Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT		Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT	
	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1
Super-économique/Economique	33,8%	-10,3	57,9	5,0%	19,6	-19,5%	33,8%	-10,3	57,9	5,0%	19,6	-19,5%
Moyen de Gamme	38,9%	-1,3	92,6	-2,6%	36,0	-5,8%	38,9%	-1,3	92,6	-2,6%	36,0	-5,8%
Haut de Gamme/Luxe	14,8%	4,5	144,0	11,2%	21,3	59,8%	14,8%	4,5	144,0	11,2%	21,3	59,8%
Total CASA-Antibes	38,9%	-0,2	71,7	0,0%	27,9	-0,5%	38,9%	-0,2	71,7	0,0%	27,9	-0,5%

Nombre
d'hôtels : 26

Nombre de
chambres : 2 335

POLES URBAINS

	Résultats MENSUELS d'activité hôtelière						Résultats CUMULES d'activité hôtelière					
	Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT		Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT	
	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1
Antibes (incluant Vallauris)	37,0%	3,7	68,3	-1,7%	25,3	9,1%	37,0%	3,7	68,3	-1,7%	25,3	9,1%
Villeneuve-Valbonne	41,2%	-5,3	75,5	2,4%	31,1	-9,2%	41,2%	-5,3	75,5	2,4%	31,1	-9,2%
Mandelieu (incluant Théoule, Le Cannet, Mougins)	32,3%	-2,7	89,0	11,8%	28,7	3,1%	32,3%	-2,7	89,0	11,8%	28,7	3,1%
Nice Métropole (hors Nice)	50,5%	-1,1	137,6	3,4%	69,4	1,3%	54,9%	-1,0	137,5	3,3%	75,5	1,5%
Menton (incluant Roquebrune, Cap d'Ail, Beausoleil)	64,4%	-7,7	87,7	6,8%	56,5	-4,6%	64,4%	-7,7	87,7	6,8%	56,5	-4,6%
Monaco	56,3%	13,9	293,6	-8,1%	165,2	22,1%	56,3%	13,9	293,6	-8,1%	165,2	22,1%

	Antibes	Villeneuve-Valbonne	Mandelieu	Nice Métropole	Menton
Nombre d'hôtels	26	11	6	14	11
Nombre de chambres	2 335	951	647	1 184	600

Les données comparatives de 2022 sont à retrouver sur le fichier Excel

* panel répondants sur Monaco non représentatif de l'offre hôtelière totale

BAROMÈTRE MENSUEL CÔTE D'AZUR

MKG

Focus pôles urbains et départements Provence Alpes Côte d'Azur

Janvier 2025

AUTRES POLES URBAINS

	Résultats MENSUELS d'activité hôtelière						Résultats CUMULES d'activité hôtelière					
	Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT		Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT	
	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1
Marseille Provence Métropole	53,8%	0,1	92,2	6,4%	49,6	6,6%	53,8%	0,1	92,2	6,4%	49,6	6,6%
Communauté du Pays d'Aix	49,5%	-2,0	83,2	1,1%	41,2	-2,8%	49,5%	-2,0	83,2	1,1%	41,2	-2,8%
Fréjus / St Raphaël	33,2%	-0,4	60,5	-1,2%	20,1	-2,5%	33,2%	-0,4	60,5	-1,2%	20,1	-2,5%
Toulon Provence Méditerranée	43,5%	1,4	67,9	-4,5%	29,6	-1,3%	43,5%	1,4	67,9	-4,5%	29,6	-1,3%
Avignon ville	45,1%	2,0	74,3	0,7%	33,5	5,3%	45,1%	2,0	74,3	0,7%	33,5	5,3%

DÉPARTEMENTS DE LA RÉGION PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

	Résultats MENSUELS d'activité hôtelière						Résultats CUMULES d'activité hôtelière					
	Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT		Taux d'Occupation %		Prix Moyen HT		RevPAR HT	
	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1	Cumul à Janv 2025	Var. N-1
Alpes-Maritimes	43,9%	1,9	109,8	3,7%	48,2	8,4%	43,9%	1,9	109,8	3,7%	48,2	8,4%
Bouches du Rhône	50,3%	-0,9	86,8	4,6%	43,6	2,7%	50,3%	-0,9	86,8	4,6%	43,6	2,7%
Vaucluse	42,7%	-2,6	71,8	4,6%	30,6	-1,4%	42,7%	-2,6	71,8	4,6%	30,6	-1,4%
Var	39,1%	1,3	73,7	-1,7%	28,9	1,8%	39,1%	1,3	73,7	-1,7%	28,9	1,8%
TOTAL des pôles urbains PACA	41,0%	-9,9	48,1	6,5%	19,7	-14,2%	41,0%	-9,9	48,1	6,5%	19,7	-14,2%

Les données comparatives de 2022 sont à retrouver sur le fichier Excel

BAROMÈTRE MENSUEL CÔTE D'AZUR

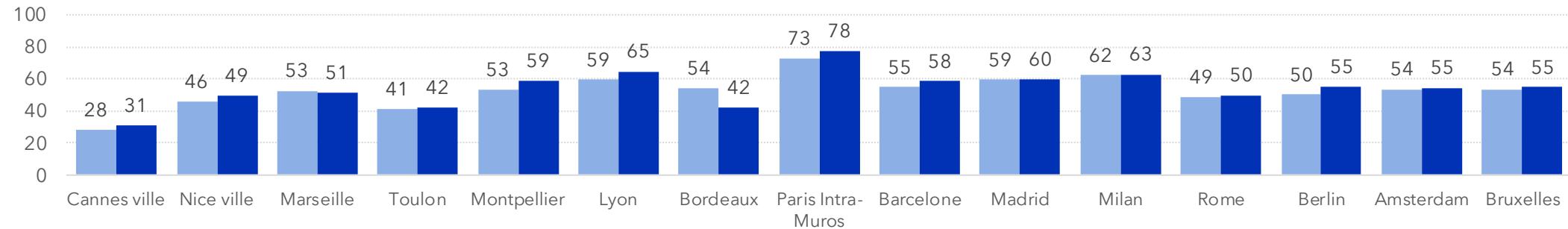
MKG

Focus autres destinations françaises et européennes

Janvier 2025

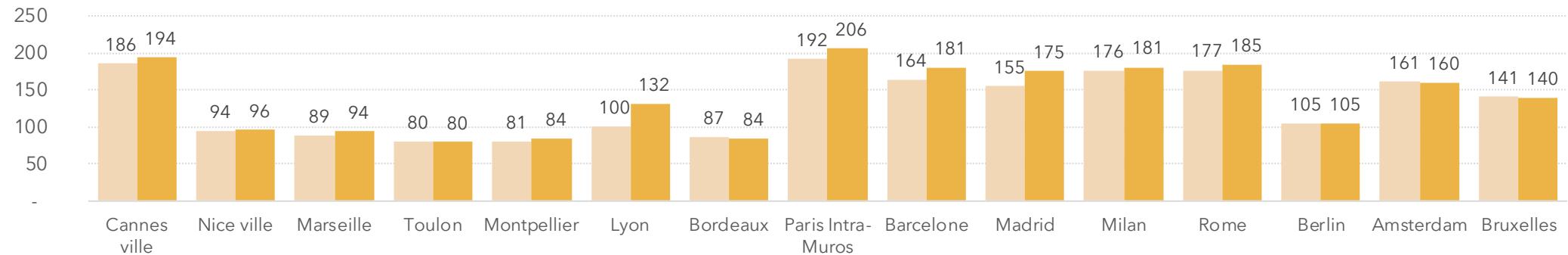
TAUX D'OCCUPATION (EN %)

■ 2024 ■ 2025



PRIX MOYEN (EN €)

■ 2024 ■ 2025



MÉTHODOLOGIE

DÉFINITION DE L'OFFRE HÔTELIÈRE CLASSÉE « URBaine »

L'offre hôtelière classée est définie sur la base des établissements hôteliers classés en Nouvelles Normes (hôtels et résidences). Cependant, même si depuis le 23 décembre 2020 seul le classement d'un établissement en Nouvelles Normes est valable, nous avons choisi de continuer à suivre et à intégrer les résultats de tout établissement hôtelier anciennement classé et non encore reclassé en Nouvelles Normes. C'est pourquoi, dans un souci de clarté et de cohérence d'analyse au niveau national, la catégorie d'hôtels prise en compte est établie en fonction de l'ancien, ou du nouveau classement, correspondant effectivement à un certain type de produit.

DÉFINITION DES SEGMENTS ANALYSÉS

Dans toutes ces analyses, MKG_destination distingue les hôtels par positionnement produit et prix, et préconise de privilégier ce regroupement afin de pouvoir comparer les destinations entre elles. Ce positionnement est déterminé essentiellement par son niveau de prix pratiqué, en tenant également compte de son offre produit et de son classement officiel (selon le classement Nouvelles Normes Atout France), le produit et le niveau de prix pratiqué

Table de concordance avec le classement Atout France

Super-économique	1* et 2* : Nouvelles Normes ou Assimilé
Economique	2* et 3* : Nouvelles Normes ou Assimilé
Milieu de gamme	3* et 4* : Nouvelles Normes ou Assimilé
Haut de gamme	4* et 5* : Nouvelles Normes
Luxe	5* : Nouvelles Normes

GLOSSAIRE

- Taux d'occupation :** Rapport entre le nombre de chambres vendues (ou appartements) et le nombre de chambres disponibles (ou appartements).
- Prix moyen :** Chiffre d'affaires hébergement divisé par le nombre de chambres vendues (ou appartements). Exprimé en Hors Taxe (HT)
- RevPAR :** Taux d'occupation multiplié par le prix moyen ou CA hébergement divisé par le nombre de chambres disponibles (ou appartements).
- Chambres vendues :** Ensemble des chambres louées par les hôtels, y compris les gratuités.
- Appartements vendus :** Ensemble des appartements loués par les résidences.
- 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 (pts ou %) :** Housse ou baisse comparée à la même période de l'année précédente.

CONTACT

CÔTE D'AZUR FRANCE TOURISME

Patrick VECE

04 93 37 78 85

p.vece@cotedazurfrance.fr

MKG_DESTINATION

pour participer à l'enquête mensuelle

Xavier WALBRECOQ

07 88 67 54 86

observatoire@mkg-consulting.com



PARTENAIRES

