



Toulouse

Team

**Tourist Office
Meetings
Invest
Filming**

13 avril 2026

CCI salle Audouy

L'APRES-MIDI DU TOURISME

Toulouse



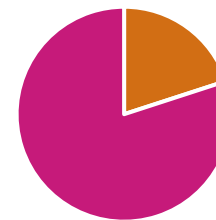
Tourist Office
Meetings
Invest
Filming

Toulouse Team est l'acteur numéro un de la promotion des atouts de la métropole en France et à l'étranger.

L'agence regroupe les activités de l'Office de tourisme, de Meetings, d'Invest et du Bureau des Tournages.

La convergence de ces 4 métiers, focalisés sur la prospection et l'accueil de publics exogènes, créateurs de richesses sur le territoire, débouche sur un 5^e métier ; celui du marketing territorial de Toulouse.

Toulouse Team est constituée en société publique locale (SPL), dont les actionnaires sont :

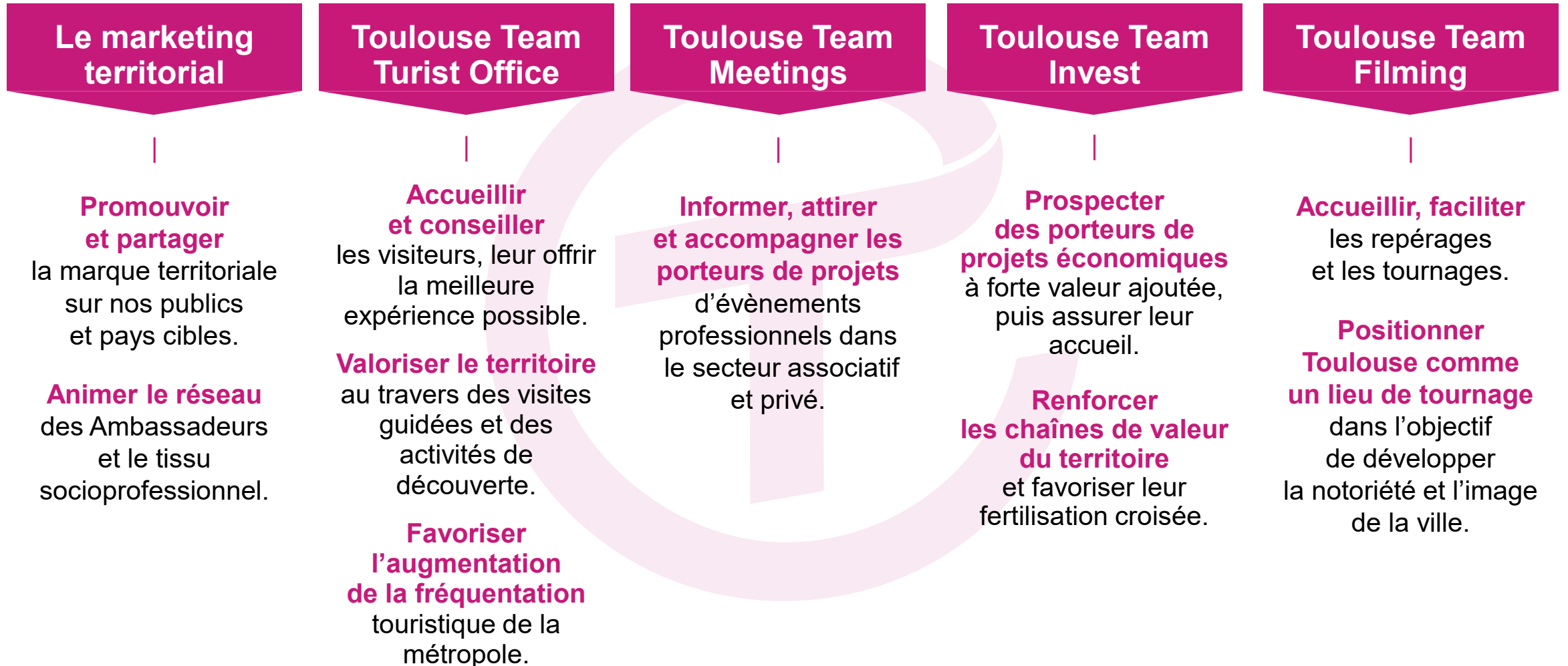


Mairie de Toulouse
à hauteur de 20%

Toulouse Métropole
à hauteur de 80%

L'agence exerce ses différentes compétences en application d'une convention cadre signée avec Toulouse Métropole.

NOS AXES STRATÉGIQUES PAR MÉTIERS



Introduction

01 - BILAN & PERSPECTIVES DU MARCHÉ HÔTELIER TOULOUSAIN

Intervention : Augustin De Préville – MKG (40 min)

02 - TENDANCES 2026 POUR LES VISITEURS, LES PROS ET LES OTAs

Intervenant : Bruno Delmas – Elloha (30 min)

Questions / Réponses (10 min)



01

BILAN & PERSPECTIVES DU MARCHÉ HÔTELIER TOULOUSAIN

**Augustin
DE PREVILLE**
Chief Data & AI Officer
MKG Group

MKG



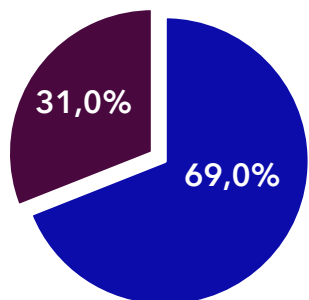
**MARCHÉ HÔTELIER DE
L'AGGLOMÉRATION
TOULOUSAINE**
(139 communes)

PARC HÔTELIER ET PARA-HÔTELIERS EN 2025

195 établissements, 13 917 chambres

Hôtels / résidences

(selon capacité chambres / appartements)



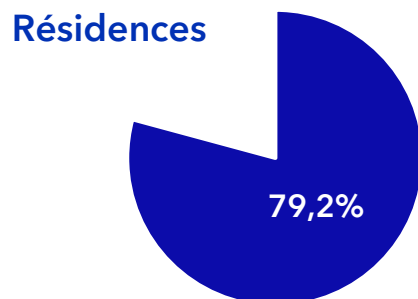
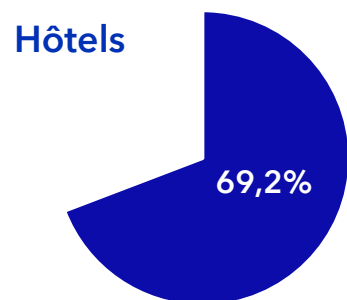
■ Hôtels ■ Résidences

+1,1%

*d'évolution du nombre de places
au sein du parc hôtelier
(en ville centre)*

Taux de pénétration des chaînes

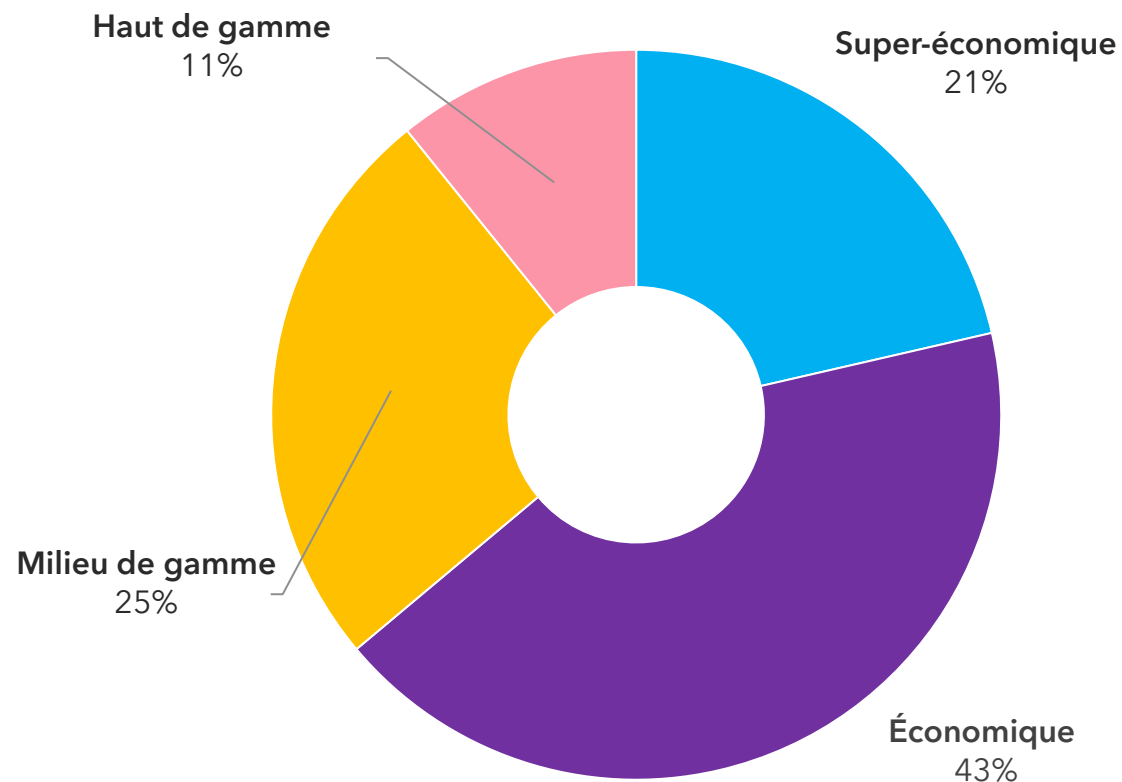
(selon capacité chambres / appartements)



Source : MKG_destination - 04/2026

Répartition catégorielle de l'offre hôtelière

(en nombre de chambres)



UN MARCHÉ À LA CROISSANCE RALENTIE



Fermeture



**Première Classe Toulouse
Sud - Labège Innopole**

- 67 chambres



Changement de nom / Rénovation



FirstName by Hyatt 4*

126 chambres

ex-Pullman des Ramblas



3 PROJETS D'ENVERGURE ANNONCÉS - liste non exhaustive (cf. SDDHM)

Gare Toulouse Matabiau

Hilton

Hôtel 5* - Tour Occitanie

116 chambres
À l'étude



Zone aéroportuaire de Toulouse-Blagnac / MEETT

HYATT

Hôtel 4*

250 chambres
Ouverture **en 2028**



Avenue de Lyon / Grand Matabiau

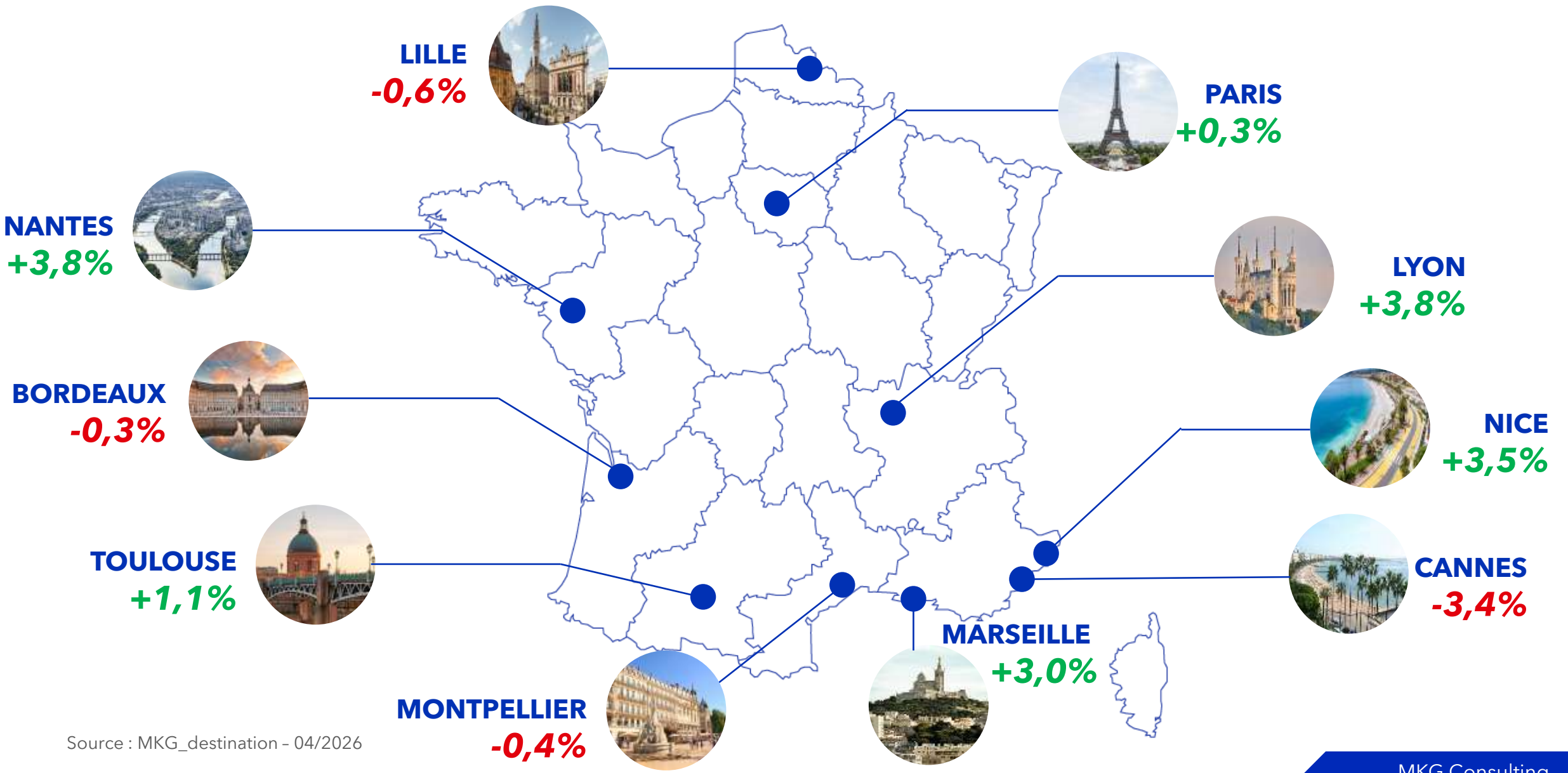
Melt.

Auberge de jeunesse /
concept hybride

100 chambres
Ouverture **en 2028**



UNE CROISSANCE DE L'OFFRE HÔTELIÈRE LIMITÉE À TOULOUSE vs N-1



Source : MKG_destination - 04/2026




LE MARCHÉ HÔTELIER EN 2025 EUROPE & FRANCE







MIEUX QUE L'ALLEMAGNE, MOINS BIEN QUE L'EUROPE DU SUD

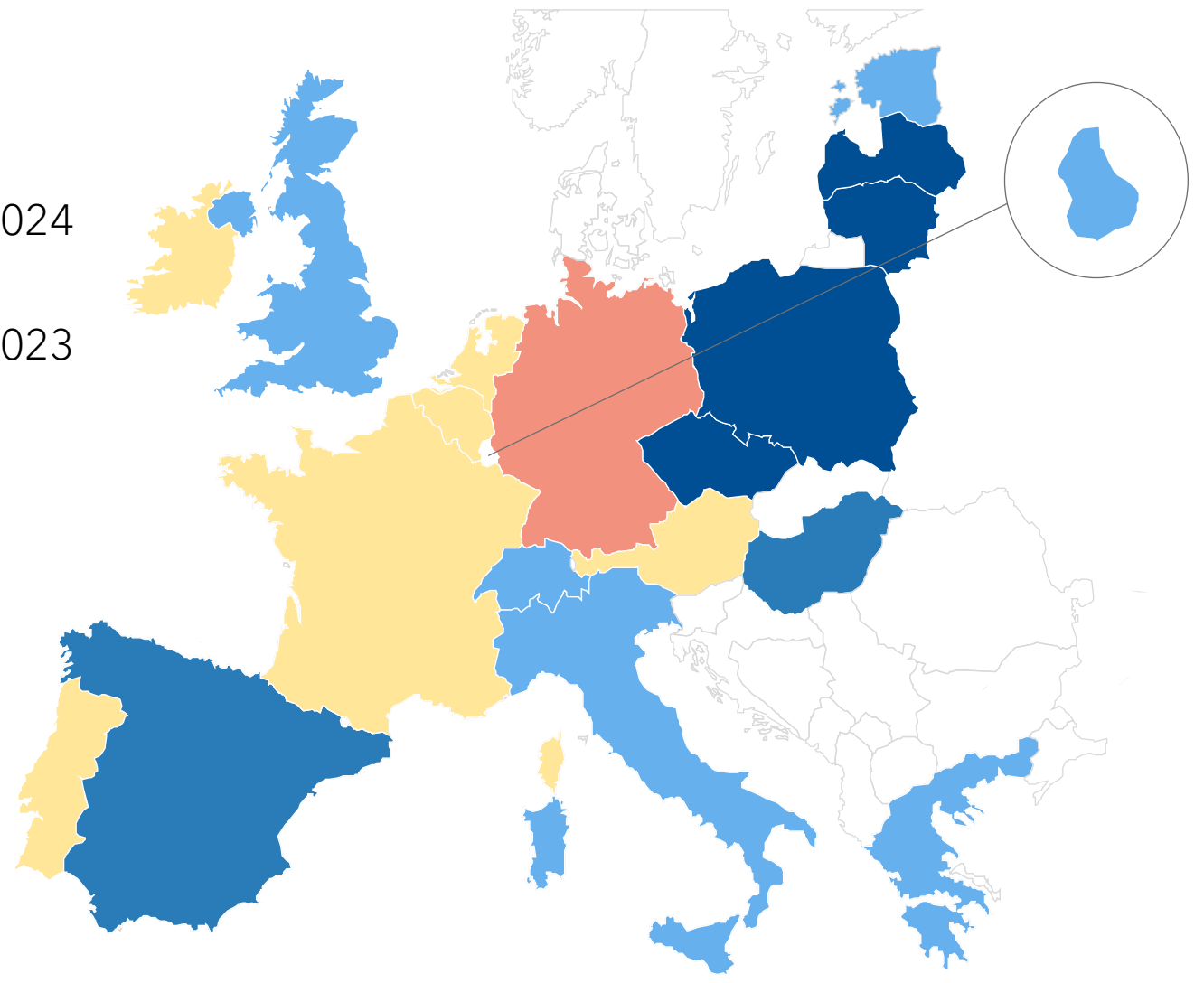


ÉVOLUTION DES RevPAR HÔTELIERS 2025

 **+1.7%**
+5.1%

 **+1.4%** / 2024
+2.9% / 2023

-  < -2%
-  -2% à 0%
-  0% à +2%
-  +2% à +4%
-  +4% à +6%
-  > +6%



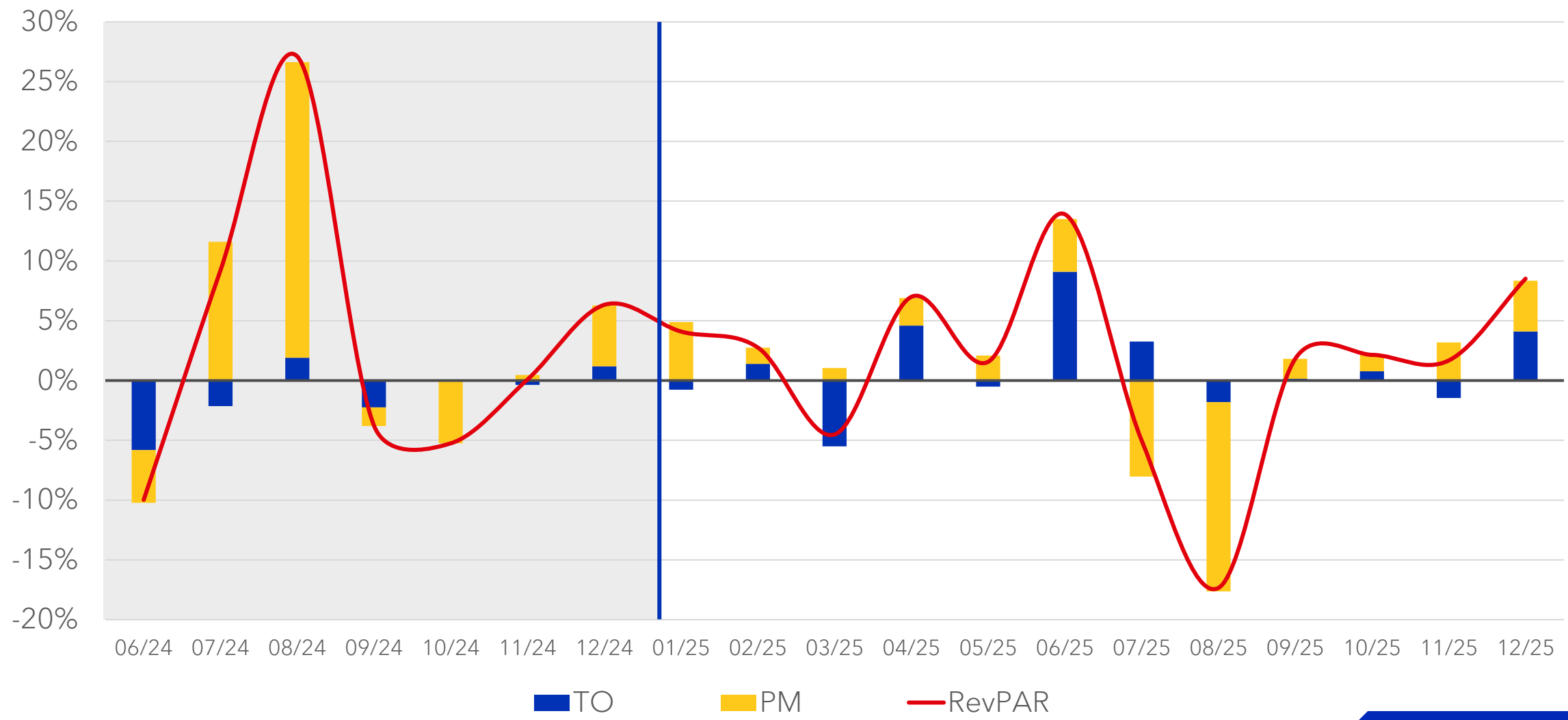


2025 A MARQUÉ UN RETOUR AUX FONDAMENTAUX



ÉVOLUTION DES KPIs HÔTELIERS SUR LES DERNIERS MOIS

(en % par rapport à l'année précédente)



ÉVOLUTION DES KPIs HÔTELIERS 2025

	TO			PM (en €)			RevPAR (en €)		
	2025	Écart (pts) vs N-1	Écart (pts) vs N-2	2025	Évol (%) vs N-1	Évol (%) vs N-2	2025	Évol (%) vs N-1	Évol (%) vs N-2
Super-éco	62,0%	-0,5	-2,9	60,9	-1,3%	1,4%	37,8	-2,2%	-3,1%
Économique	64,7%	0,3	-1,0	87,8	-2,4%	-0,6%	56,8	-1,9%	-2,1%
Milieu de gamme	68,8%	1,6	0,8	134,4	-1,3%	-0,7%	92,5	1,1%	0,4%
Haut de gamme	71,7%	2,9	3,6	299,3	1,2%	3,3%	214,6	5,4%	8,8%
Global	66,2%	0,8	-0,3	126,9	0,2%	3,4%	84,0	1,4%	2,9%

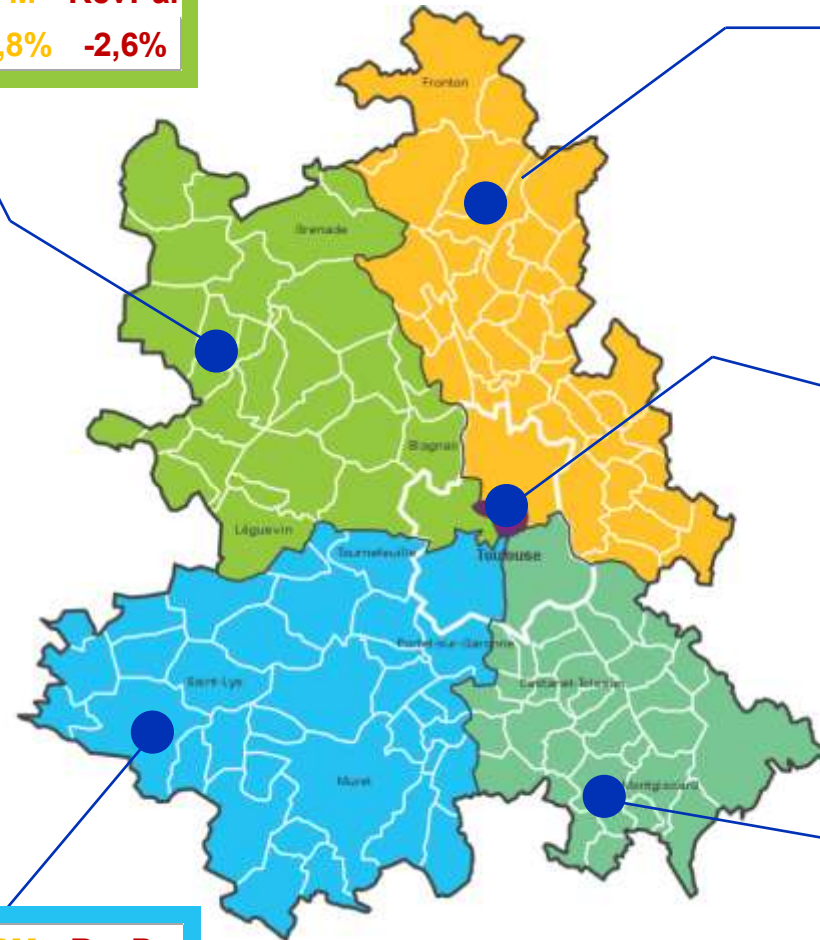


PERFORMANCES HÔTELIÈRES À TOULOUSE

PERFORMANCES DE L'AGGLOMÉRATION TOULOUSAINE (PAR ZONE) HÔTELS ET RÉSIDENCES - 2025 vs 2024

Evol 25/24	TO	PM	RevPar
Aéroport/Nord-Ouest	-1,0	-0,8%	-2,6%

Evol 25/24	TO	PM	RevPar
Nord-Est	-1,4	-0,4%	-2,8%



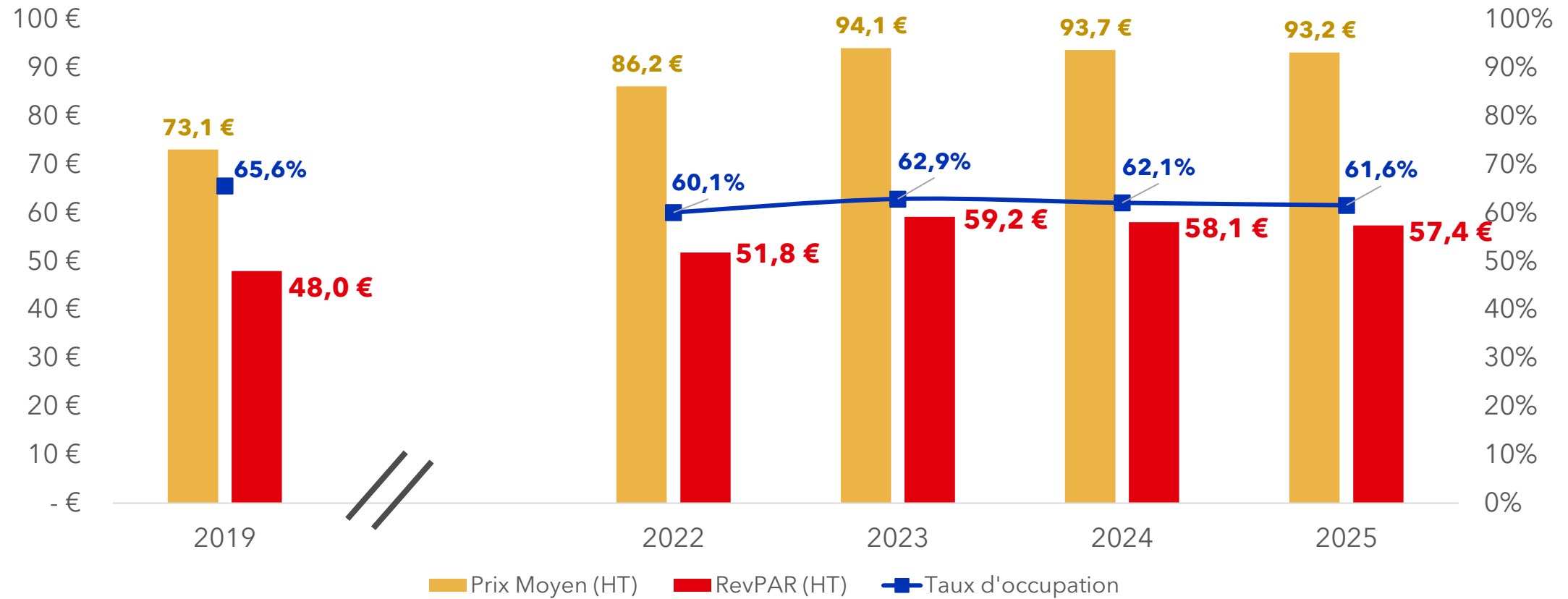
Evol 25/24	TO	PM	RevPar
Toulouse Centre	0,3	-2,6%	-2,2%

Evol 25/24	TO	PM	RevPar
Sud-Ouest	-2,2	-4,3%	-7,6%

Evol 25/24	TO	PM	RevPar
Sud-Est	1,0	0,4%	2,0%

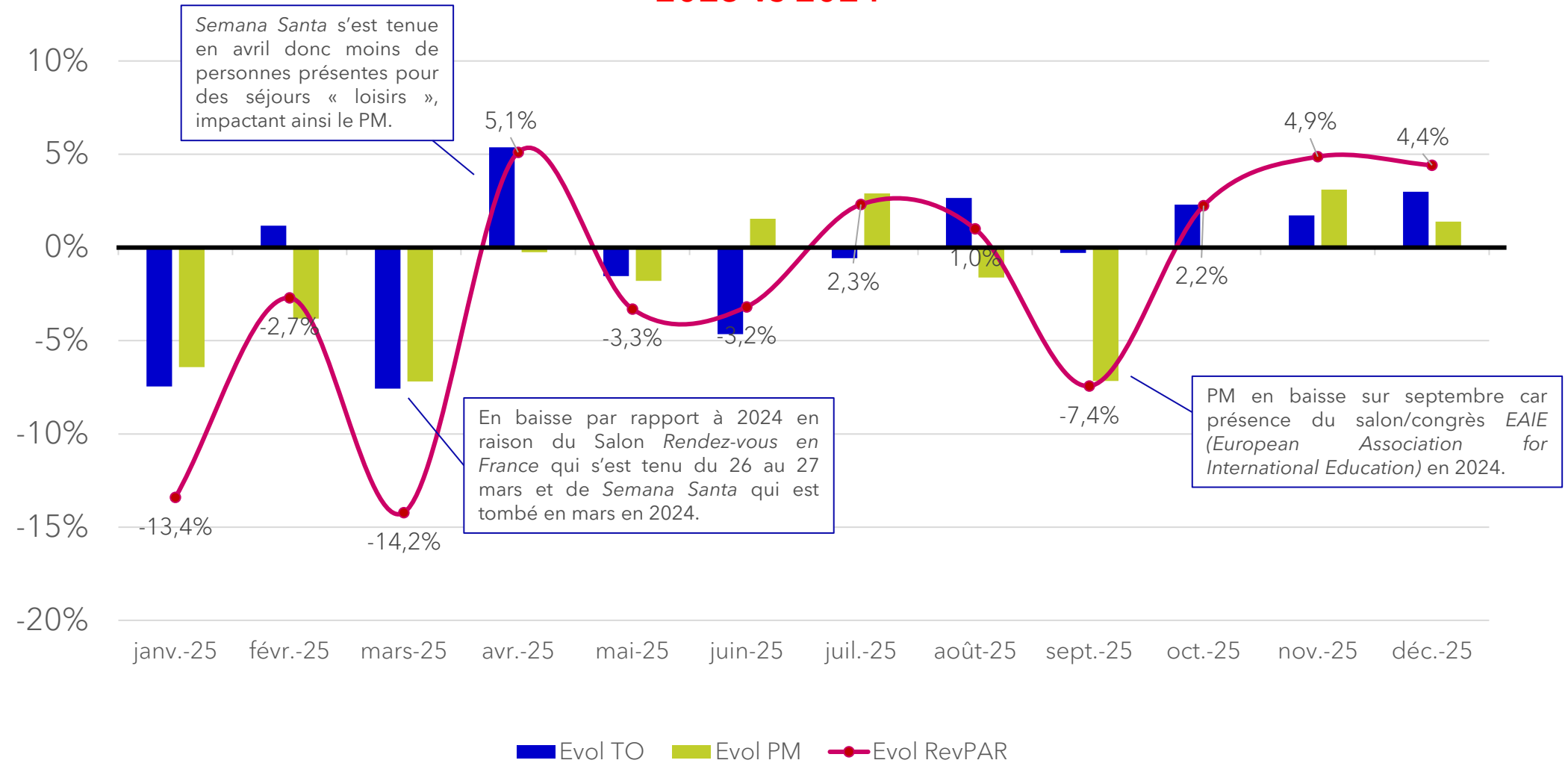
UN NIVELLEMENT PROGRESSIF DES PERFORMANCES

ÉVOLUTION DES TO, PM ET REVPAR (HÔTELS) DANS L'AGGLOMÉRATION TOULOUSAINE - 2019-2025



ÉVOLUTION DES PERFORMANCES MENSUELLES (HÔTELS ET RÉSIDENCES)

2025 vs 2024

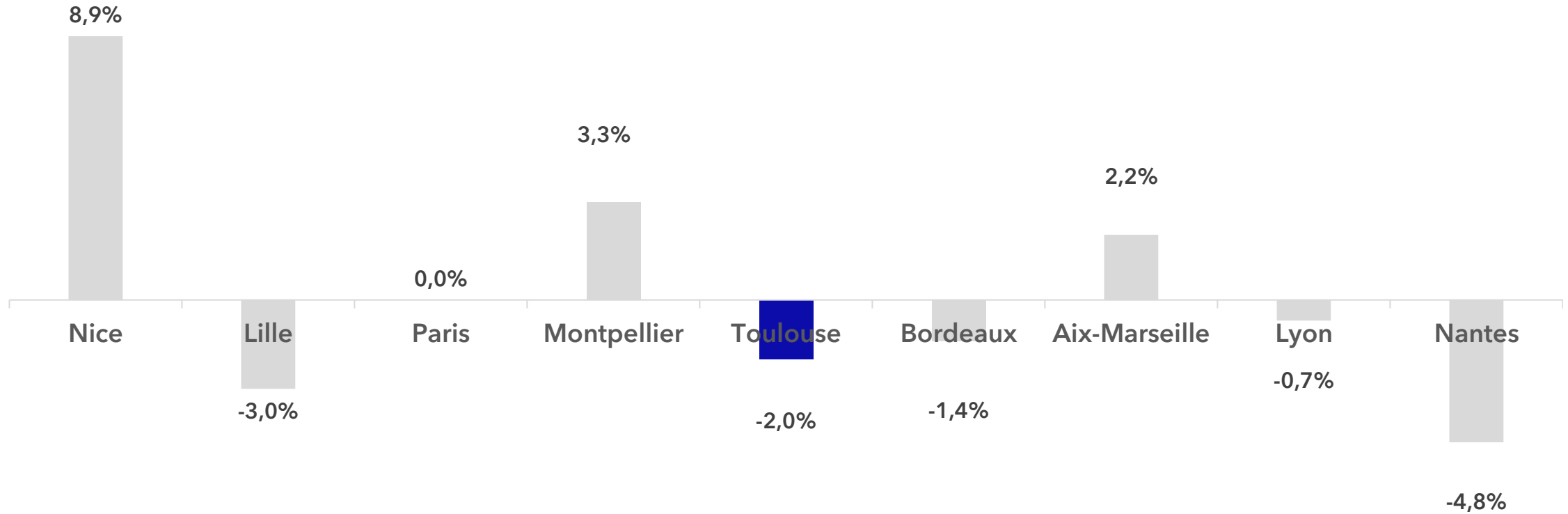


Source : MKG_destination - 04/2026

BENCHMARK AGGLOMÉRATIONS FRANÇAISES



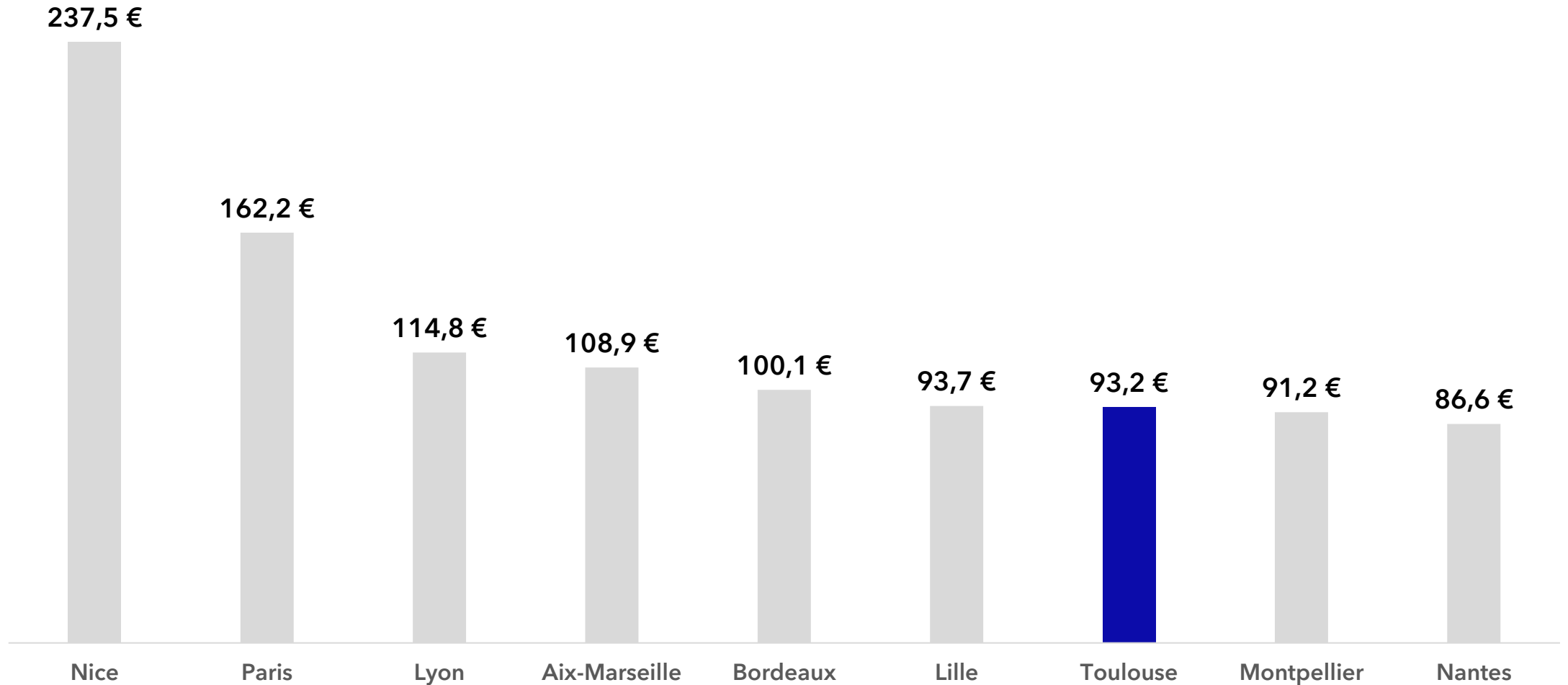
ÉVOLUTION REVPAR DES **HÔTELS** 2025/2024 - AGGLOMÉRATION TOULOUSE ET AGGLOMÉRATIONS SIMILAIRES



BENCHMARK AGGLOMÉRATIONS FRANÇAISES



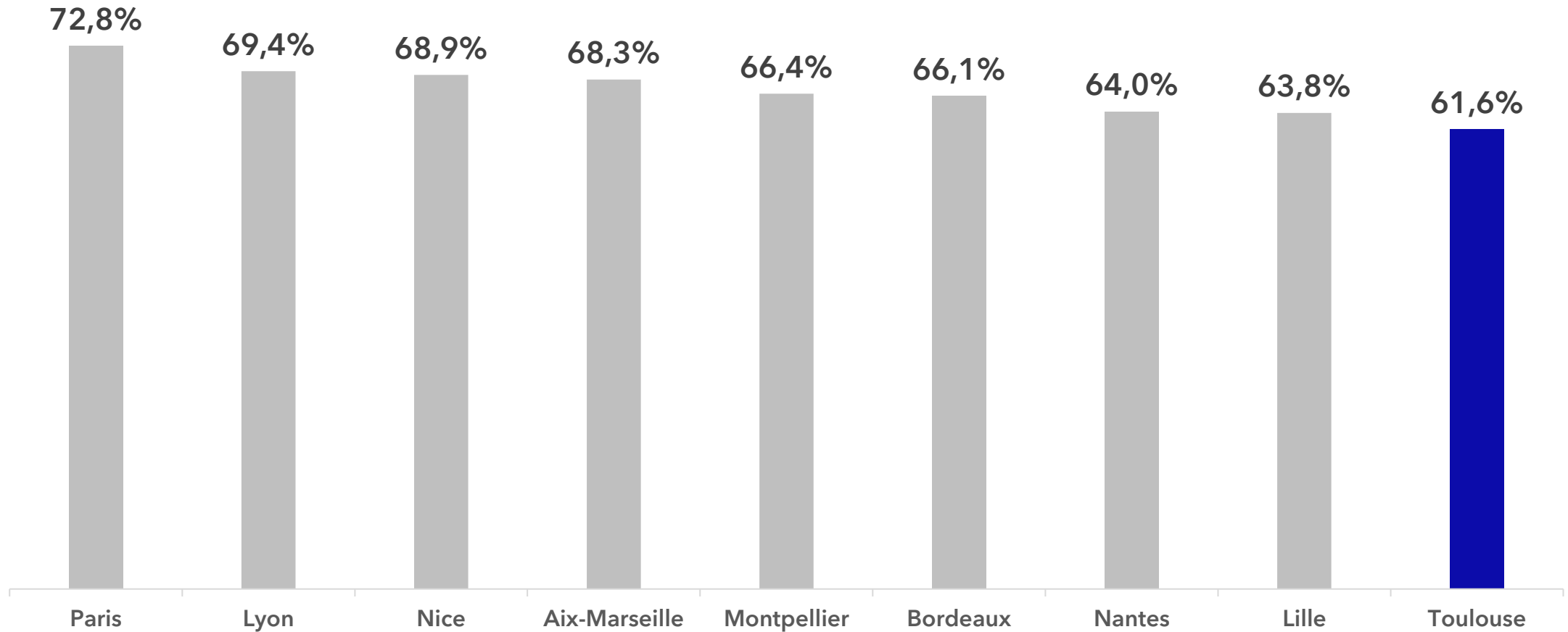
PRIX MOYEN DES **HÔTELS** 2025/2024 - AGGLOMÉRATION TOULOUSE
ET AGGLOMÉRATIONS SIMILAIRES



BENCHMARK AGGLOMÉRATIONS FRANÇAISES



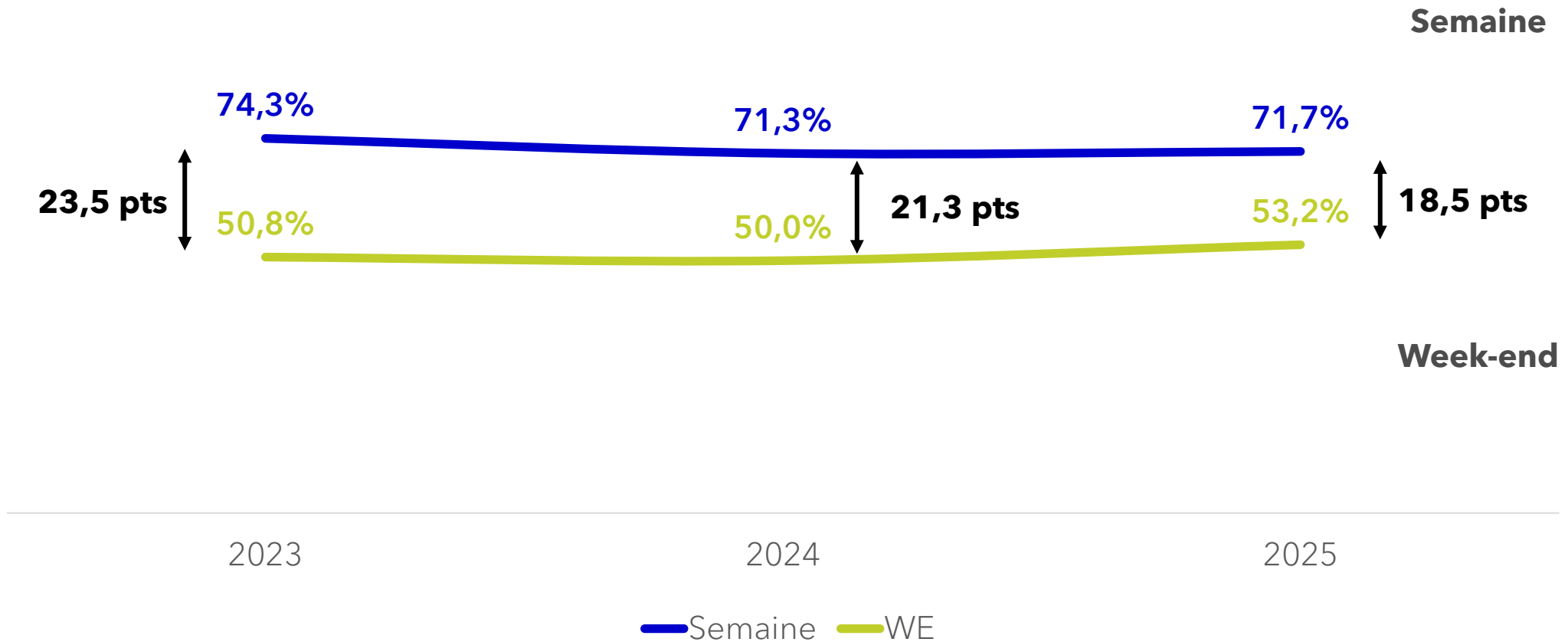
TAUX D'OCCUPATION DES **HÔTELS** 2025/2024 - AGGLOMÉRATION TOULOUSE
ET AGGLOMÉRATIONS SIMILAIRES



UN MARCHÉ DOMINÉ PAR LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES

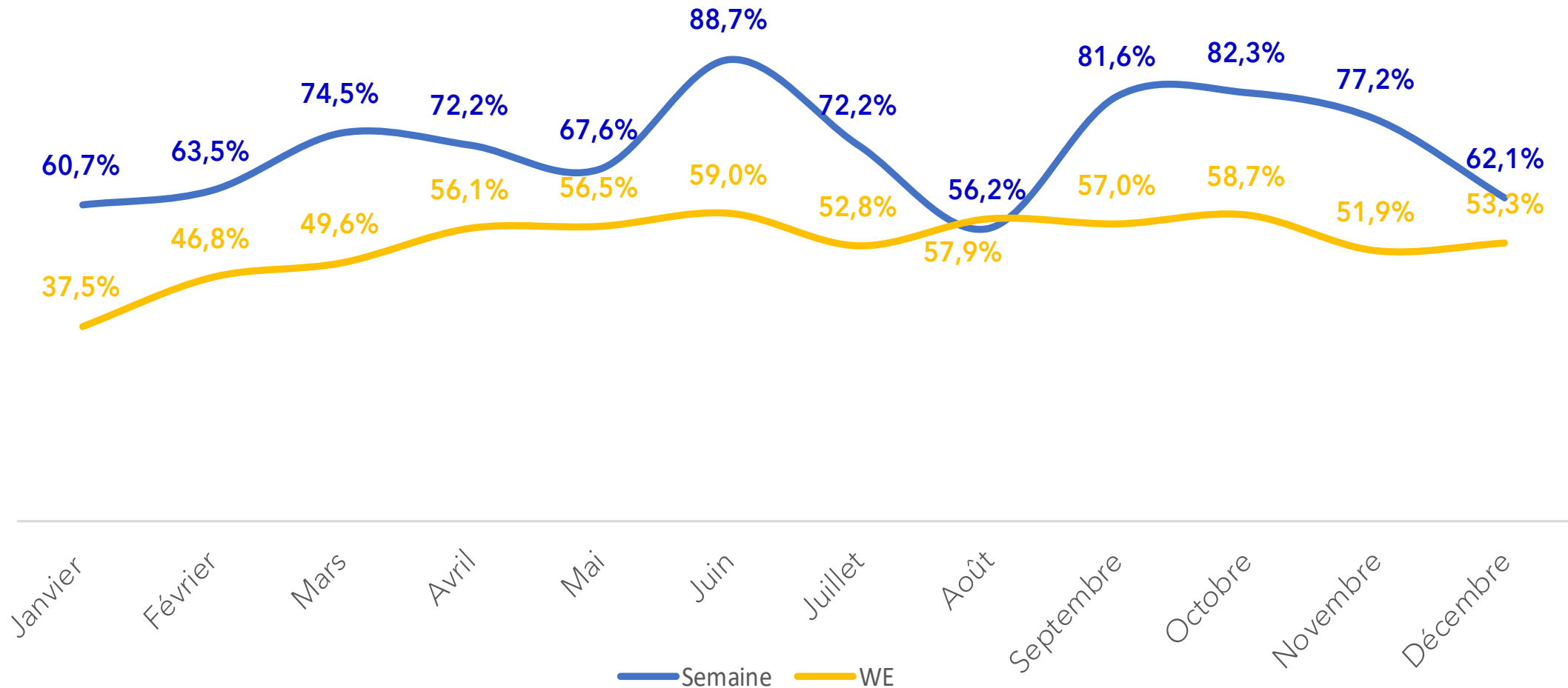
TAUX D'OCCUPATION SEMAINE/WEEK-END

Sous-panel de répondants



DANS LES HÔTELS, UN MARCHÉ DOMINÉ PAR LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES

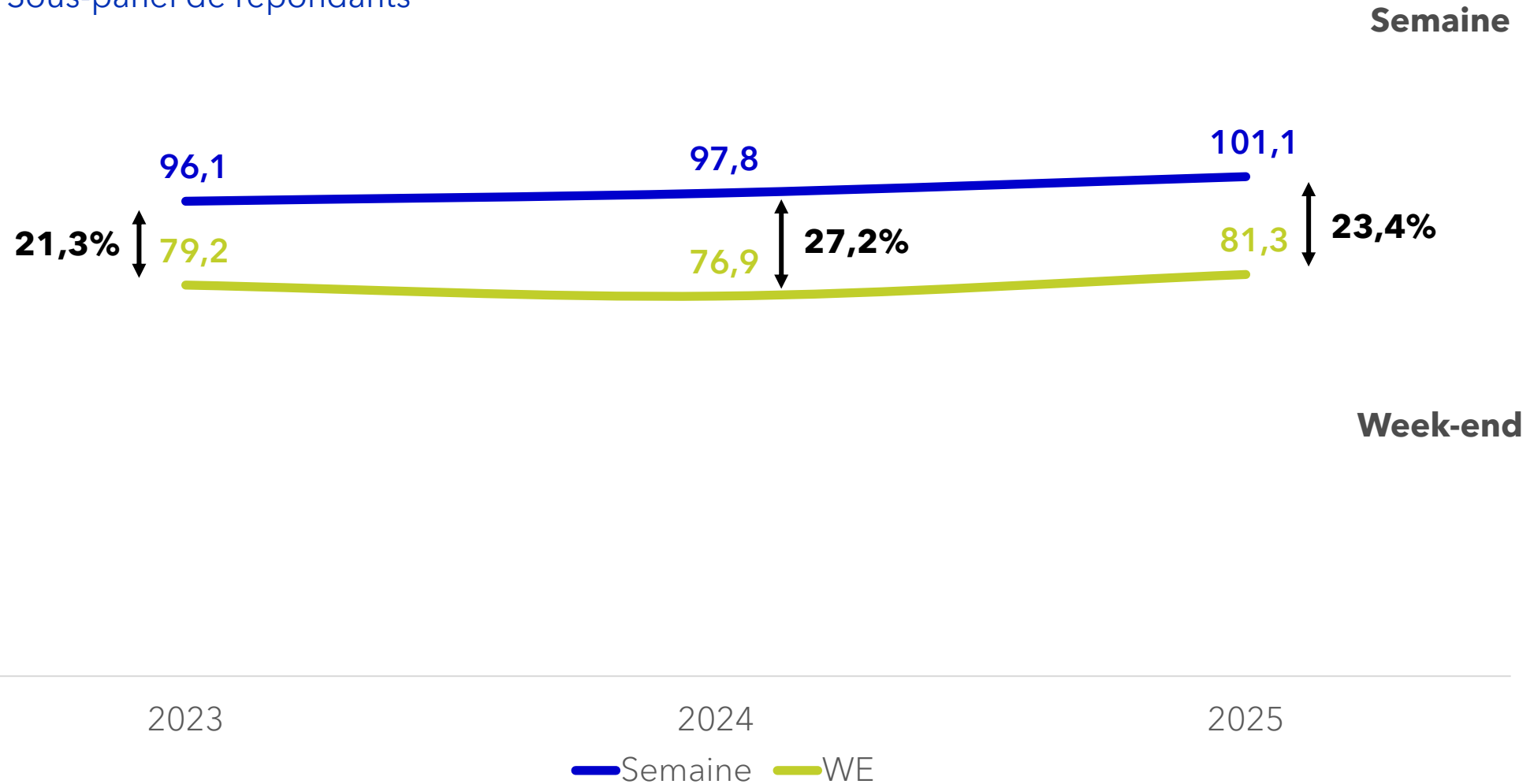
COMPARAISON TAUX D'OCCUPATION SEMAINE/WEEK-END MENSUELLE EN 2025



UN MARCHÉ DOMINÉ PAR LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES

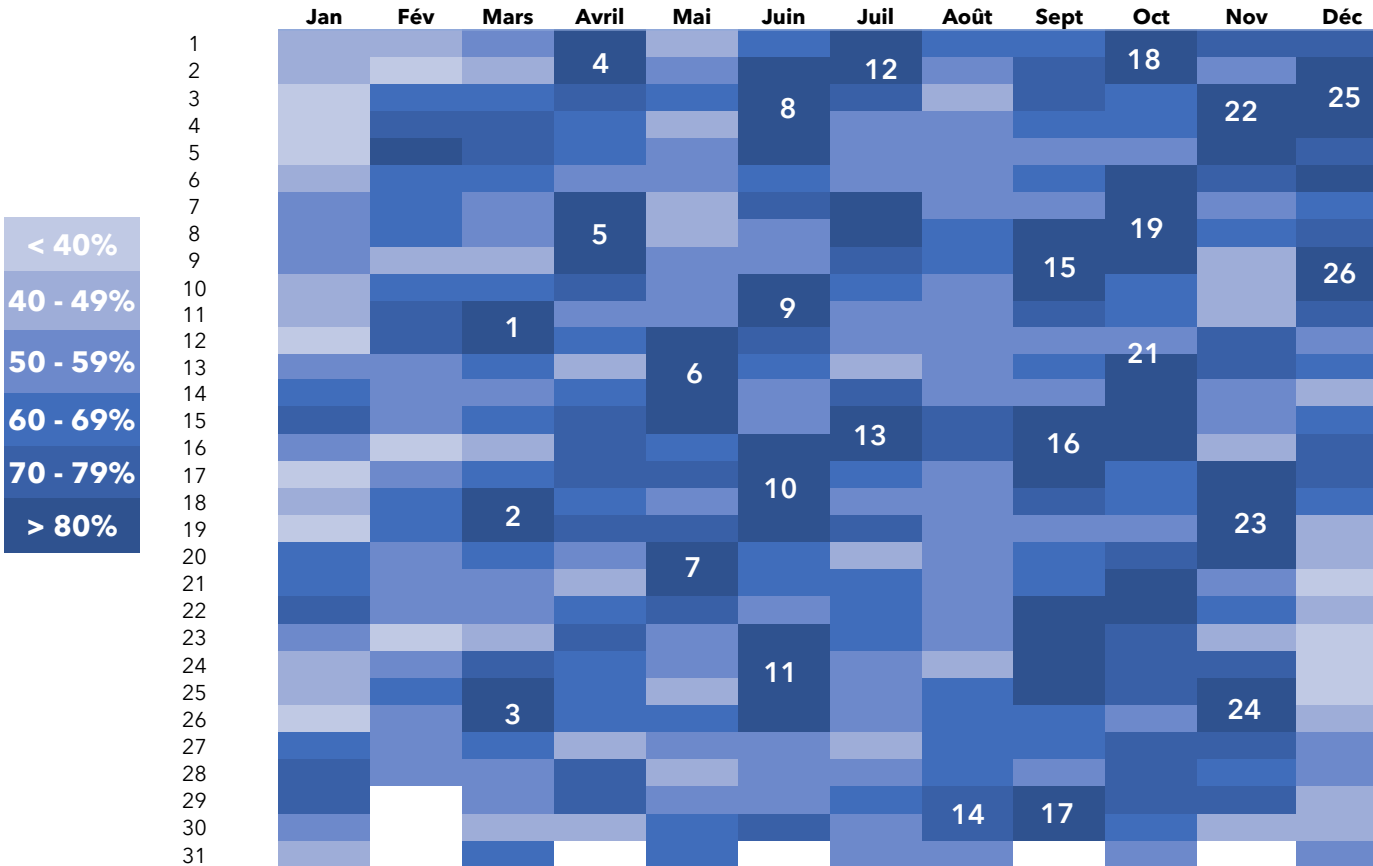
PRIX MOYEN SEMAINE/WEEK-END

Sous-panel de répondants



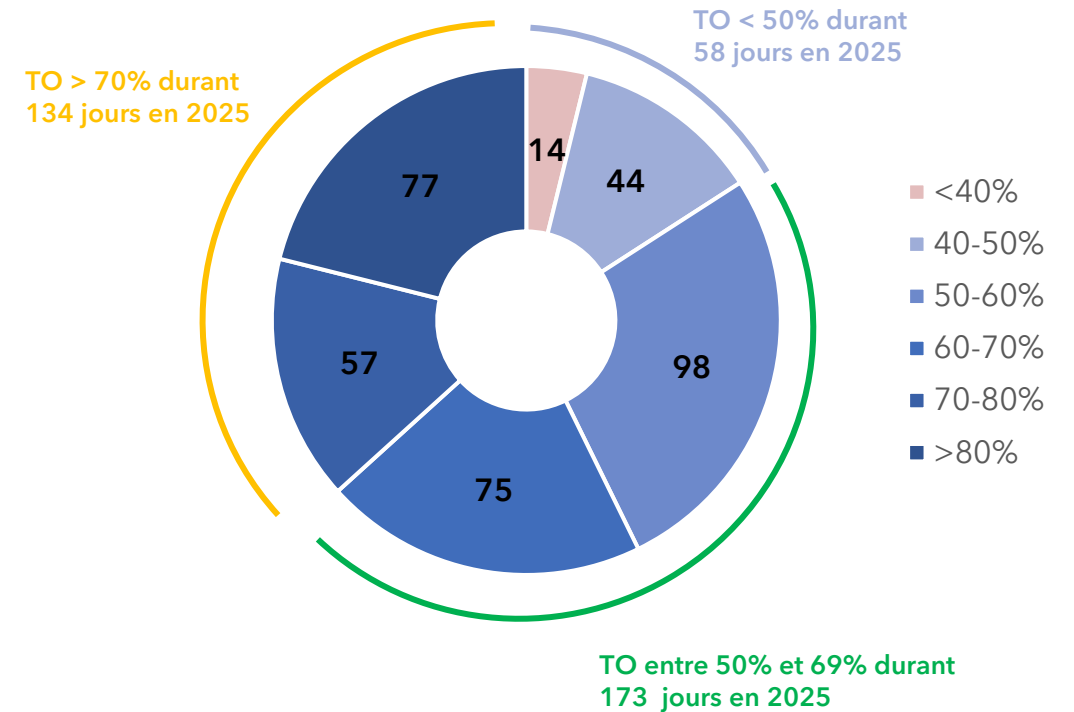
DES PICS D'OCCUPATION RÉGULIERS

CALENDRIER ÉVÉNEMENTIEL ET TAUX D'OCCUPATION



Source : MKG_destination - 04/2026

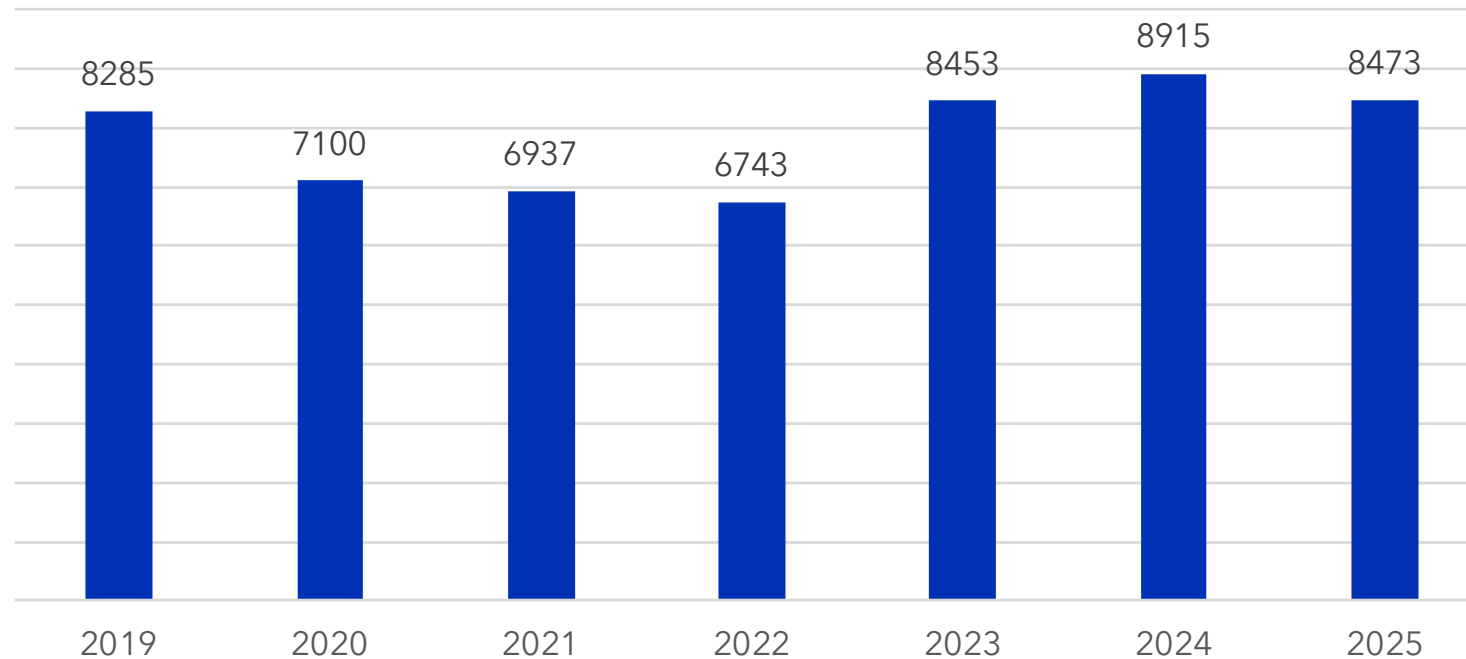
CLASSEMENT MENSUEL DES JOURS PAR TRANCHE DE TO 2025





**BILAN 2025 DE L'ACTIVITÉ
DES MEUBLÉS DE TOURISME
DE L'AGGLOMÉRATION
TOULOUSAINNE**

UNE ÉVOLUTION CONTENUE DU NOMBRE DE MEUBLÉS ACTIFS

ÉVOLUTION DE L'OFFRE DE MEUBLÉS **ACTIFS*** ENTRE 2019 ET 2025

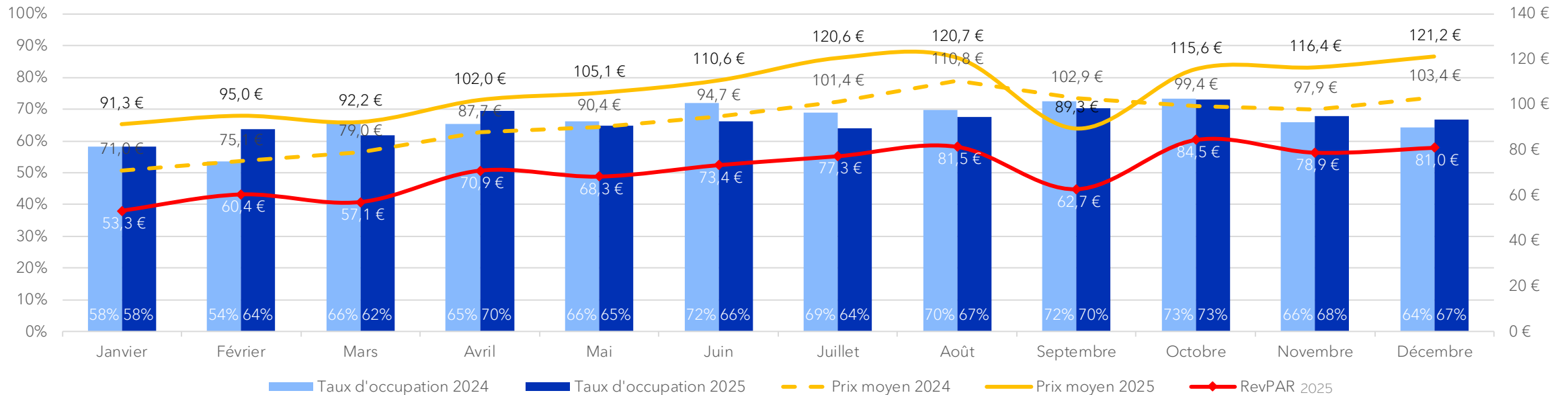
*Meublés ayant reçus au moins une réservation au cours des 12 derniers mois

DES PERFORMANCES EN LÉGÈRE BAISSÉ EN TERMES D'OCCUPATION

PERFORMANCES MENSUELLES 2025

	2024	2025	Evolution 25 vs 24
Taux d'occupation	66,9%	66,5%	-0,4
Prix moyen	94,6 €	107,8 €	13,9%
RevPAR	63,3 €	71,7 €	13,3%

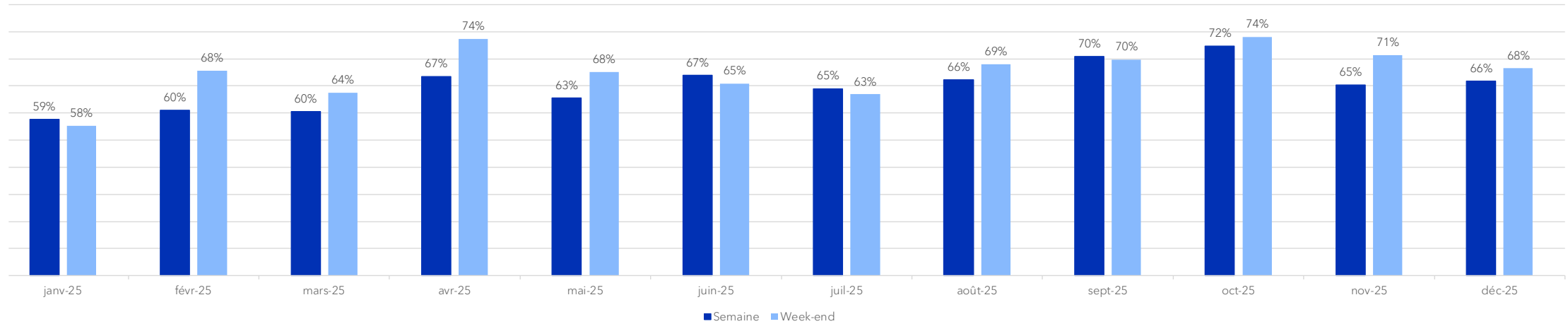
Taux d'occupation



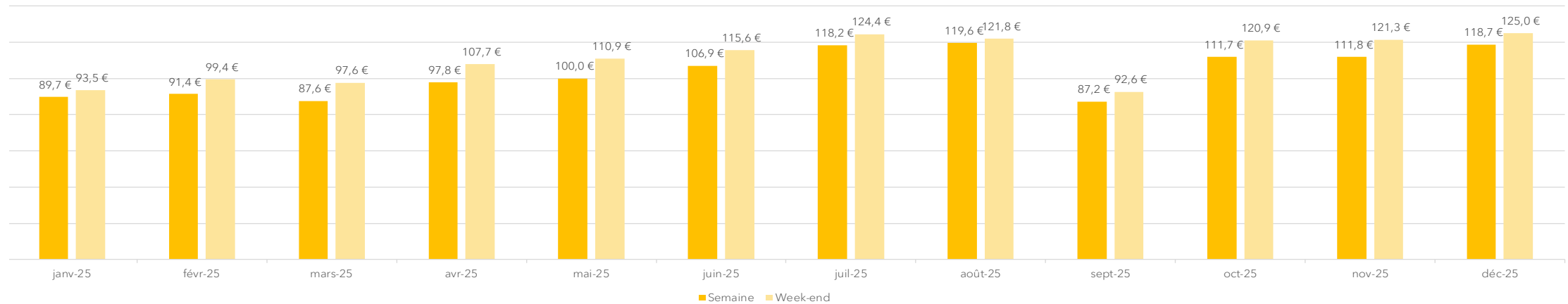
L'ATTRACTIVITÉ DES WEEK-ENDS LÉGÈREMENT MISE EN AVANT SUR CETTE TYPOLOGIE

TAUX D'OCCUPATION ET PRIX MOYEN
SEMAINE vs WEEK-END EN 2025

Taux d'occupation



Prix moyen



Source : Lighthouse - 04/2026

SYNTHÈSE - CHIFFRES CLÉS 2025 DE L'AGGLOMÉRATION TOULOUSAINE

par rapport à N-1

HÔTELS

<u>PM</u> (HT)	<u>TO</u>	<u>RevPAR</u> (HT)
93,2€ -0,5%	61,6% -0,5 pts	57,4€ -1,2%

RÉSIDENCES

<u>PM</u> (HT)	<u>TO</u>	<u>RevPAR</u> (HT)
67,5€ -5,0%	71,8% -0,4 pts	48,5€ -3,6%

MEUBLÉS

<u>PM</u> (HT)	<u>TO</u>	<u>RevPAR</u> (HT)
107,8€ +13,9%	66,5% -0,4 pts	71,7€ +13,3%



QUELLES PERSPECTIVES POUR 2026 ?

EVOLUTION DU REVPAR VS N - 1
DU 28/02 AU 05/03/2025
(en % vs la même semaine en 2025)

1ère semaine



-6%



-10%



-15%



Choc immédiat sur l'hôtellerie européenne, surtout sur les marchés les plus exposés aux flux internationaux, sans effet durable confirmé à ce stade.

MARS : UN CHOC, ET ÇA REPART

Mois complet



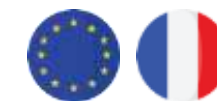
≈ +3,2%



≈ +4,3%



≈ +1,8%



2026, UNE ANNÉE PLUS FAVORABLE ?

ÉVOLUTION DES INDICATEURS D'ACTIVITÉ HÔTELIÈRE EN FÉVRIER 2026 (YTD)

	Occupancy rate (%)			Average price (VAT Excl.)			RevPAR (VAT Excl.)		
	%	Change (pts) 2025	Change (pts) 2024	LC	Change (%) 2025	Change (%) 2024	LC	Change (%) 2025	Change (%) 2024
AUSTRIA	56.2%	1.3	3.8	106.6	-2.7%	-3.4%	59.8	-0.3%	3.6%
BELGIUM	59.2%	0.4	1.2	108.7	-2.4%	-2.9%	64.4	-1.6%	-0.8%
FRANCE	57.1%	0.6	0.9	113.7	1.8%	5.0%	64.9	2.8%	6.6%
GERMANY	55.9%	0.7	1.0	96.0	-0.8%	-2.9%	53.7	0.4%	-1.1%
GREECE	52.6%	0.8	2.1	137.4	0.1%	-1.7%	72.3	1.6%	2.4%
HUNGARY	56.6%	2.8	8.8	37102.8	-1.8%	4.4%	20993.5	3.3%	23.6%
IRELAND	75.5%	1.9	1.5	127.8	-0.7%	2.8%	96.5	1.9%	4.9%
ITALY	64.3%	2.0	3.3	161.0	26.4%	33.5%	103.5	30.4%	40.6%
NETHERLANDS	61.0%	0.8	1.9	120.6	-4.3%	-0.7%	73.6	-3.0%	2.5%
POLAND	56.3%	-0.3	2.7	341.3	1.1%	3.8%	192.0	0.5%	9.0%
PORTUGAL	50.3%	-1.7	-1.1	94.4	2.9%	3.9%	47.5	-0.3%	1.6%
SPAIN	63.6%	1.8	0.9	124.7	3.8%	8.7%	79.4	6.8%	10.2%
SWITZERLAND	56.2%	0.8	3.6	204.7	2.8%	2.5%	115.1	4.3%	9.5%
UNITED KINGDOM	69.6%	1.3	1.8	95.5	0.2%	0.6%	66.5	2.2%	3.3%

2026, UNE ANNÉE PLUS FAVORABLE ?

ÉVOLUTION DES INDICATEURS D'ACTIVITÉ HÔTELIÈRE EN MARS 2026 (YTD) en monnaie locale

	Occupancy rate (%)			Average price (VAT Excl.)			RevPAR (VAT Excl.)		
	%	Change (pts) 2025	Change (pts) 2024	LC	Change (%) 2025	Change (%) 2024	LC	Change (%) 2025	Change (%) 2024
AUSTRIA	59.0%	2.4	3.0	105.3	-1.5%	-3.2%	62.2	2.7%	1.9%
BELGIUM	62.3%	1.0	0.9	113.3	-2.3%	-3.6%	70.6	-0.7%	-2.2%
FRANCE	59.1%	1.0	0.0	113.5	1.6%	3.6%	67.1	3.3%	3.7%
GERMANY	59.8%	1.1	1.9	98.5	-0.9%	-2.5%	58.8	0.9%	0.7%
GREECE	54.9%	-0.0	2.4	145.2	1.3%	2.3%	79.7	1.2%	7.0%
HUNGARY	60.0%	1.9	6.9	36633.3	-1.7%	4.4%	21989.8	1.5%	18.0%
IRELAND	77.3%	1.1	0.6	134.2	0.4%	2.7%	103.8	1.8%	3.6%
ITALY	66.8%	1.5	2.3	161.3	21.3%	26.8%	107.8	24.1%	31.3%
NETHERLANDS	64.9%	0.8	1.5	126.0	-2.1%	-2.2%	81.7	-0.8%	0.1%
POLAND	59.7%	0.2	2.8	347.8	1.9%	4.8%	207.7	2.2%	10.0%
PORTUGAL	55.7%	-1.4	-0.2	97.5	1.1%	-0.7%	54.4	-1.4%	-1.0%
SPAIN	66.6%	1.2	-0.1	132.5	3.8%	9.7%	88.3	5.7%	9.6%
SWITZERLAND	58.1%	0.6	2.8	188.0	0.1%	0.0%	109.3	1.1%	5.1%
UNITED KINGDOM	71.9%	1.5	1.6	99.2	0.5%	0.3%	71.3	2.8%	2.6%



FRANCE 2026, UNE REPRISE FRAGILE

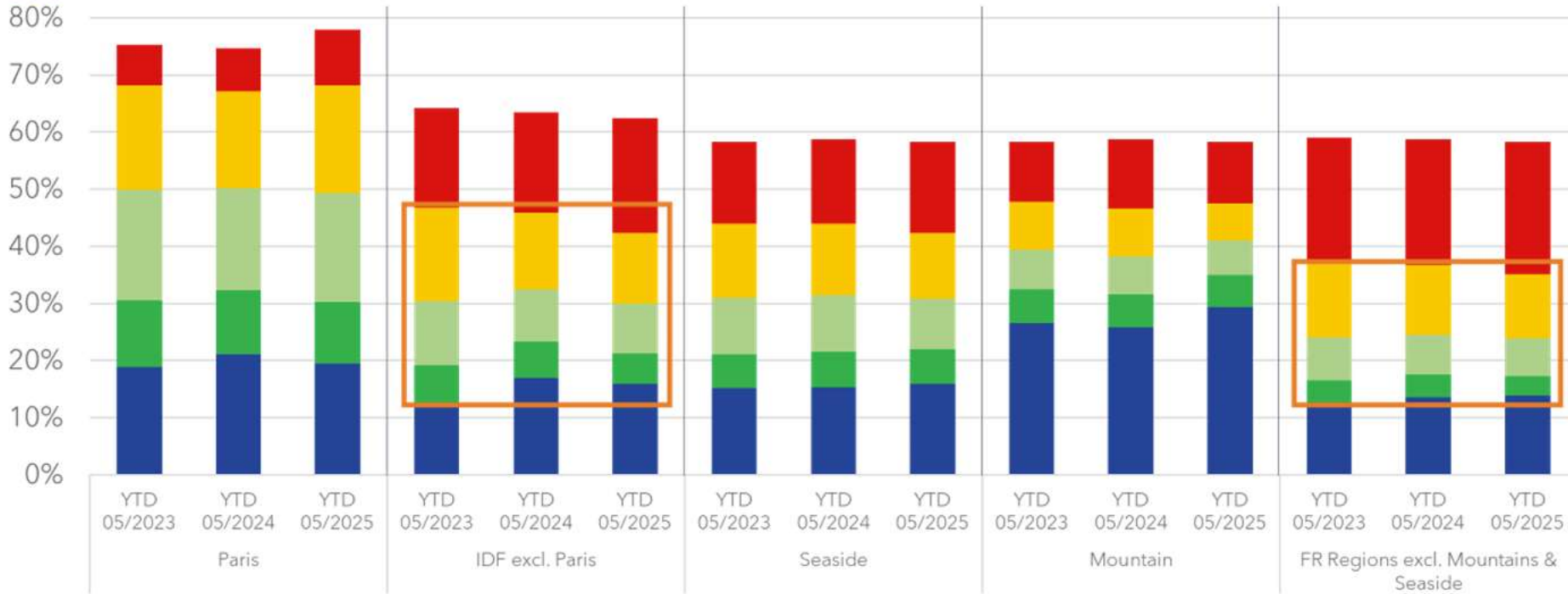
DES RÉSERVATIONS MIEUX ORIENTÉES, MAIS UNE VISIBILITÉ ENCORE AFFECTÉE PAR LE CONTEXTE GÉOPOLITIQUE

SHIFTING BOOKING PATTERNS YIELDING A MAJOR IMPACT



CONTRIBUTION OF BOOKINGS, BREAKDOWN BY LEAD TIME, TO FINAL MARKET OCCUPANCY RATE

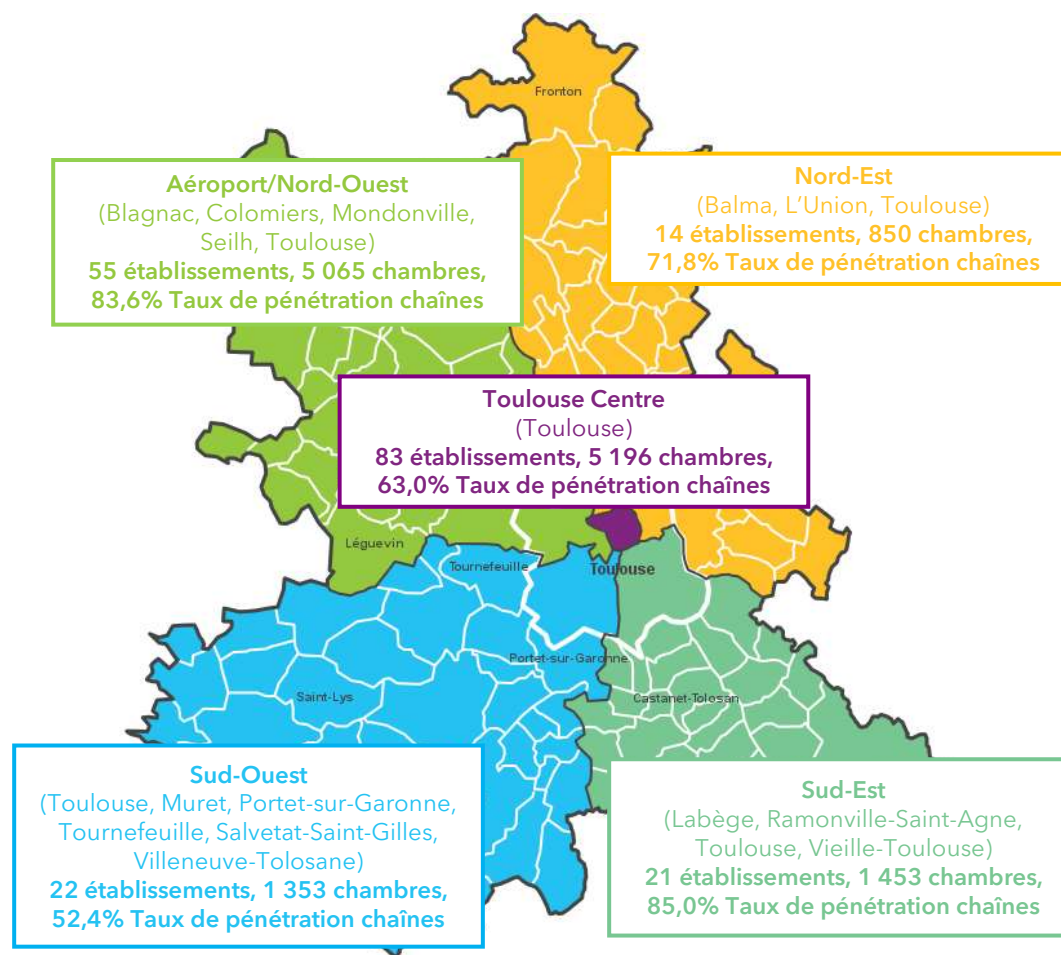
OR ■ BOOKING < D-90 ■ D-90 < BOOKING < D-60 ■ D-60 < BOOKING < D-30 ■ D-30 < BOOKING < D-7 ■ BOOKING > D-7



Source : MKG_destination - 06/2025

REPRÉSENTATIVITÉ DES ÉCHANTILLONS

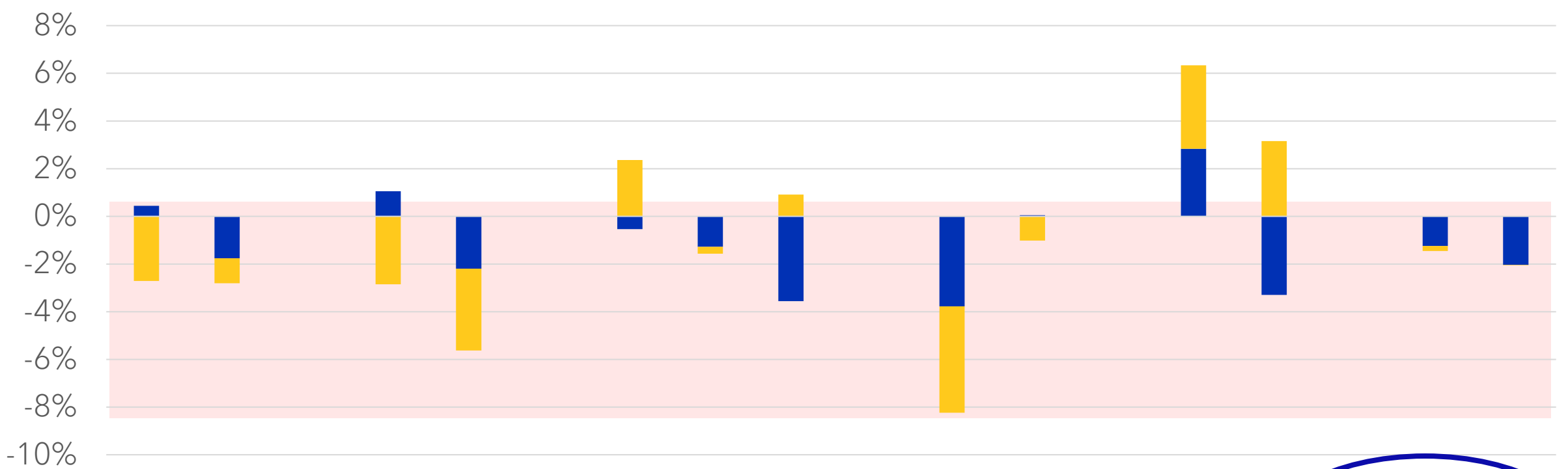
PARC GLOBAL 2025 : 195 HÔTELS ET RÉSIDENCES, 13 917 CLÉS*





ÉVOLUTION DES KPIS HÔTELIERS 2025 EN AGGLOMÉRATIONS DE PROVINCE, CENTRE VS PÉRIPHÉRIE

■ Evol TO ■ Evol PM



BORDEAUX - CV
BORDEAUX - PERIPH

LILLE - CV
LILLE - PERIPH

LYON - HYPER CENTRE
LYON - CV
LYON - PERIPH

NANTES - CV
NANTES - PERIPH

STRASBOURG - CV
STRASBOURG - PERIPH





MERCI!



02

TENDANCES 2026 POUR LES VISITEURS, LES PROS ET LES OTAs

Bruno Delmas

CEO et fondateur
Eloha



Bienvenue dans les
tendances de 2026.

Pour les OTAs, Stratégie “fintech” pour Booking & Expedia

Assurance “annulation sans motif” instantanée, paiement en 4x, “garantie météo” automatisée. En clair, sérénité face aux imprévus



Pour les OTAs,
Mai 2026
Fin du Far West sur
le marché des STR.

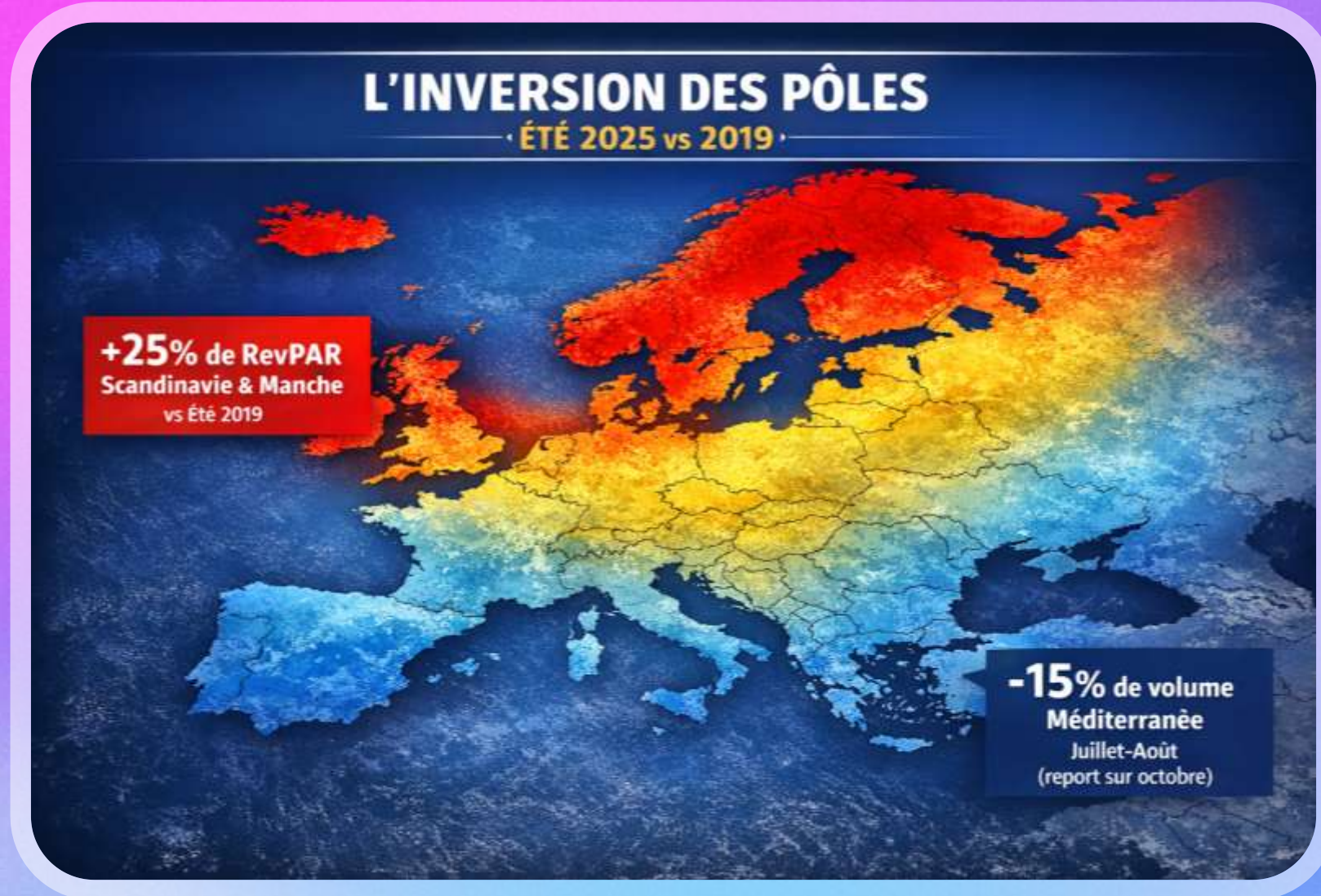


Pour les OTAs, Airbnb mise sur l'Expérientiel.

Activités & Icons,
Séjours de Longue Durée (+30j), les
hôtels.



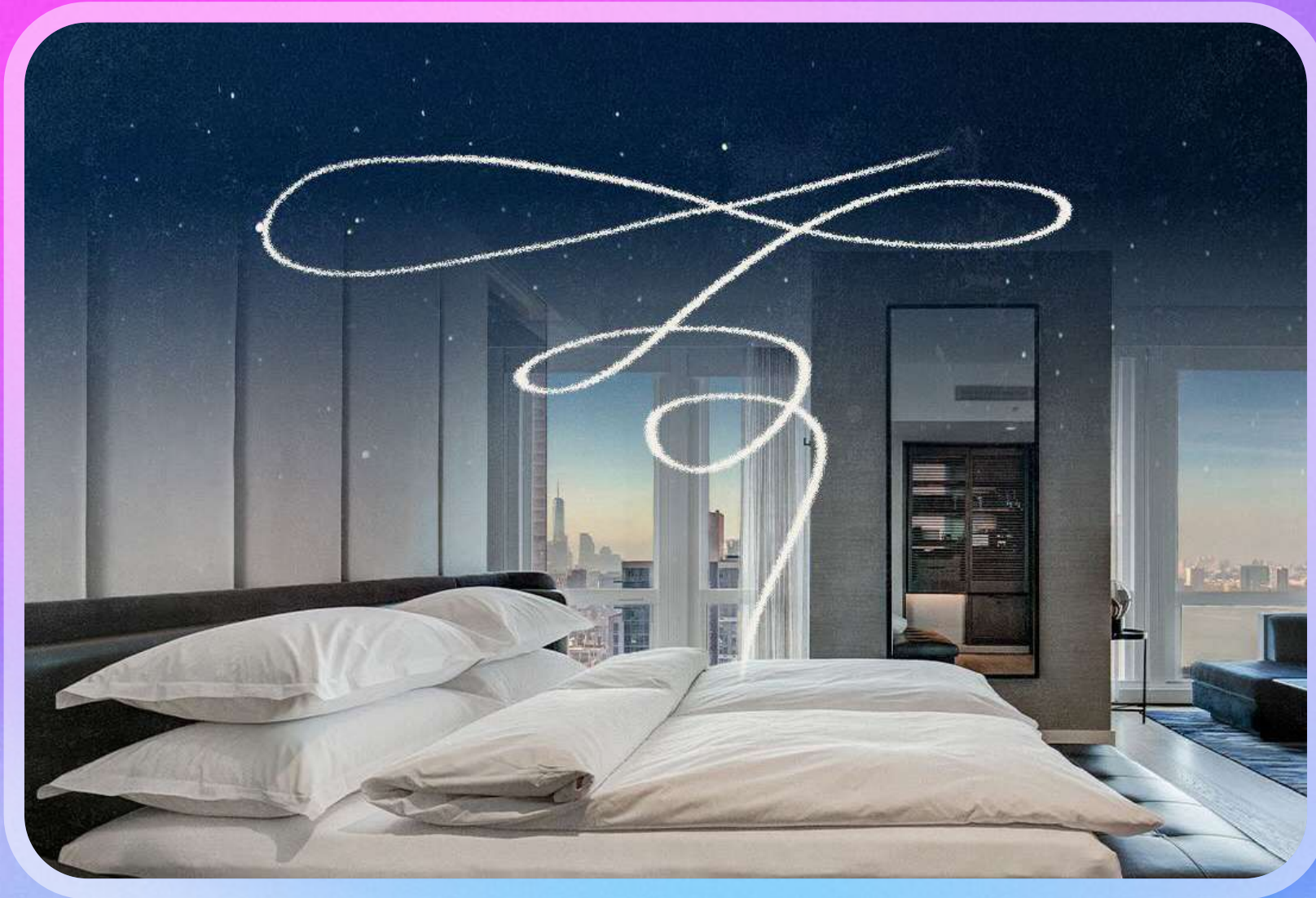
#Coolcationing



#Peak Creeping



#Sleep Tourism



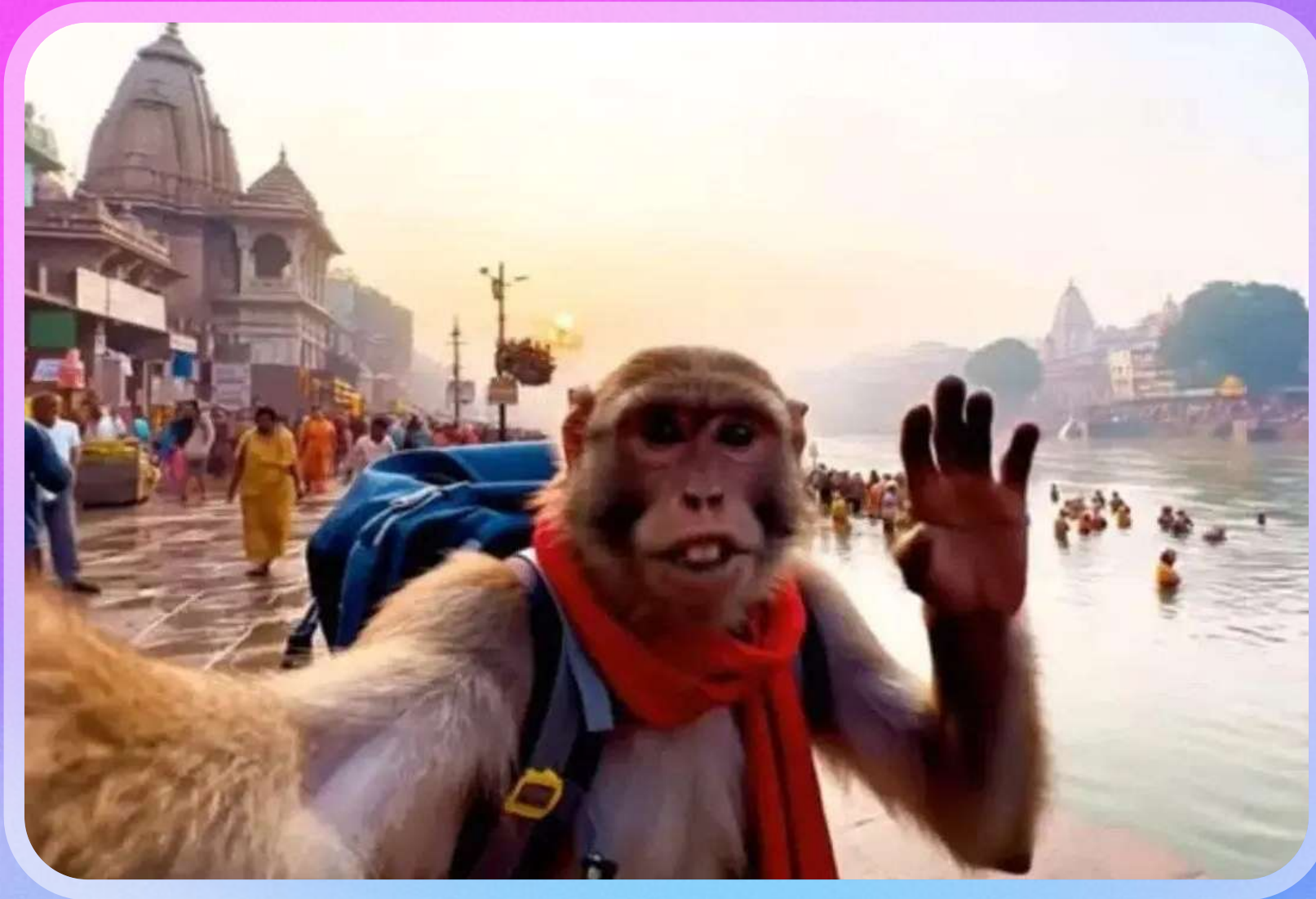
#Silent Travel



#Rail First



#Travel Slop



#Decision-Free Holidays



#Tech Invisible



#Luxe Expérientiel

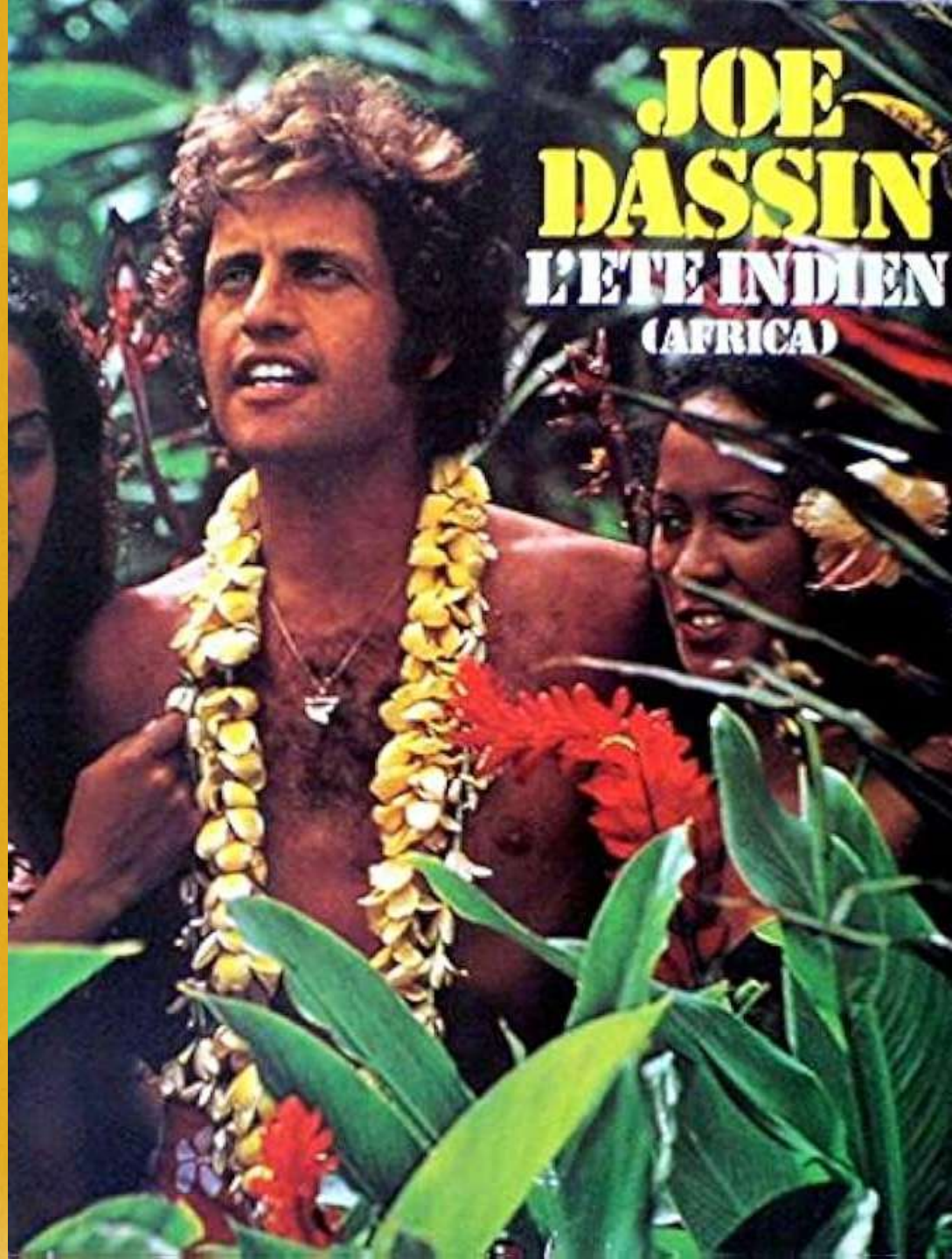


2026, Retour aux fondamentaux.

Pour votre succès,
centrez-vous sur le
"tout-compris" ou
"prêt-à-partir" plutôt
que la promo brute.



Pour votre succès,
valoriser juin
et septembre en
promettant une
meilleure expérience
et un meilleur prix.



Pour votre succès,
rassurez immédiatement
sur le budget total.
Évitez les surprises.



Pour votre succès,
offrez un parcours
mobile ultra-court:
privilégiez vitesse et
paiement sécurisé.



Pour votre succès,
n'oubliez pas que le
SEO ne doit pas être
abandonné au seul
profit du GEO.

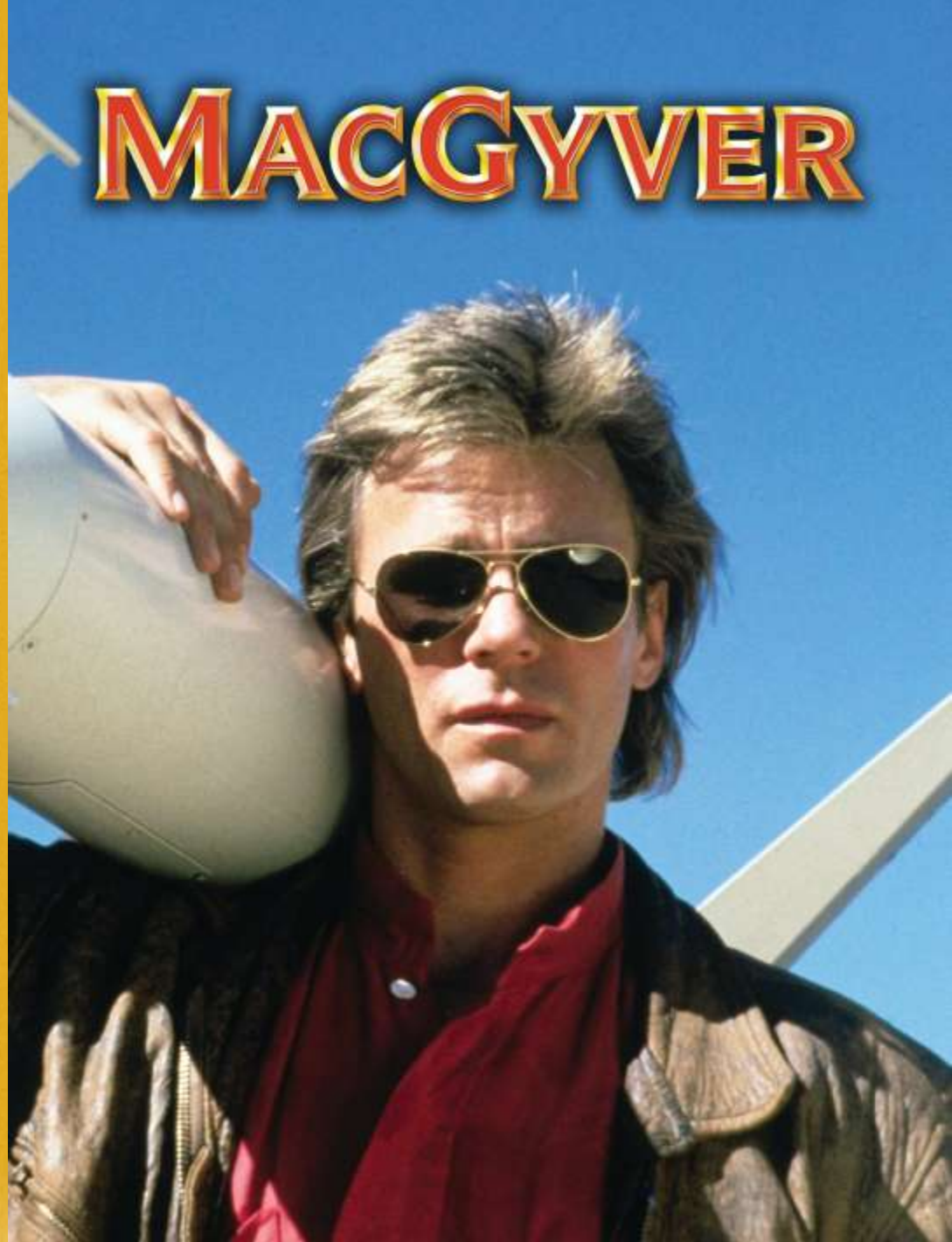
Le GEO implique la même qualité de travail
sur votre site.



Pour votre succès,
travaillez votre
“hygiène-data”
et la clarté de votre
offre commerciale.



Pour votre succès,
Moins d'outils, mieux
intégrés



Pour votre succès,
investissez sur
les meta-search +
Google Réserve
Qui sont devenus
vitaux pour votre
visibilité.



Pour votre succès,
augmentez la qualité de
votre relation-client :
mettez-vous au CRM et
aux messages pré et
post stay.



Pour votre succès, en résumé:

Fiabilité de votre promesse,
Simplicité, avec moins de
frictions

Preuve avec du contenu vrai,
utile et actionnable



Pour les pros,
les OTAs plus que
jamais !

26% (vs 18% en 2024)
commencent leurs
recherches sur un
OTA.



Pour les pros,
les moteurs baissent
mais ne lâchent rien !

21% (vs 36% en 2024)
commencent leurs
recherches sur un
meta-search, mais
attention à l'IA.





"Les prévisions sont difficiles, surtout lorsqu'elles concernent l'avenir."

- Pierre DAC -

Team
merci.
toulouse-team.com

