

INDICATEUR HÔTELIER · REVENUE MANAGEMENT

RevPAR

Revenue Per Available Room — l'indicateur clé de l'hôtellerie

L'essentiel

L'indicateur de référence pour mesurer la performance commerciale d'un hôtel.

Le **RevPAR (Revenue Per Available Room)** mesure le chiffre d'affaires hébergement généré par chaque chambre disponible — qu'elle soit occupée ou vide. Il combine en un seul chiffre le **taux d'occupation** et le **prix moyen par chambre (ADR)**. C'est le KPI le plus suivi par les directions d'hôtels, les chaînes et les investisseurs.

La formule, en deux variantes équivalentes

Méthode	Formule	Exemple
Méthode 1	CA hébergement HT ÷ nombre de chambres disponibles	4 000 CHF de CA / 50 chambres = 80 CHF de RevPAR
Méthode 2	Taux d'occupation × ADR (prix moyen)	80 % × 100 CHF = 80 CHF de RevPAR

Pourquoi le RevPAR est si stratégique

Un hôtel peut afficher un **taux d'occupation de 100 %** et générer peu de revenus si ses prix sont cassés. Inversement, un ADR très élevé combiné à un hôtel à moitié vide n'est pas viable. **Le RevPAR donne la vue complète** : il indique si l'établissement trouve le bon équilibre entre volume et valeur. C'est aussi un excellent indicateur indirect de rentabilité — les variations en pourcentage du résultat brut d'exploitation par chambre (GOPPAR) sont généralement **1,5 à 2 fois plus marquées que celles du RevPAR**.

Le lien avec la qualité de l'air intérieur

Les avis clients sont aujourd'hui le premier déclencheur de réservation. Un commentaire Booking ou TripAdvisor mentionnant « **chambre étouffante** », « **odeur de moisi** » ou « **on n'a pas dormi** » fait baisser la note moyenne, qui dégrade le ranking dans les résultats de recherche, qui affecte le taux d'occupation. Comme le RevPAR multiplie occupation et prix, l'effet est démultiplié : selon les estimations couramment citées dans l'industrie, **une étoile en moins représente autour de 8 % de RevPAR perdu** — un ordre de grandeur qui varie selon le segment, le marché et la saison. Sur un hôtel réalisant 1 M CHF de CA hébergement annuel, l'effet potentiel se chiffre en dizaines de milliers de francs.

Indicateurs voisins à connaître

ADR	Average Daily Rate — prix moyen par chambre vendue. N'inclut pas les chambres vides.
Taux d'occupation	Pourcentage des chambres vendues sur le total disponible.
TRevPAR	Total Revenue Per Available Room — inclut F&B, spa, séminaires. Vue plus complète.
GOPPAR	Gross Operating Profit Per Available Room — RevPAR « après charges ».
RevPAR Index (RGI)	Comparaison de votre RevPAR à celui de votre comp set (groupe concurrentiel).

Comment AIRWATCH y répond

LA RÉPONSE AIRWATCH

AIRWATCH surveille les paramètres de qualité d'air les plus directement liés à la satisfaction client : humidité dans les chambres, CO₂ et température dans les salles de séminaire, qualité d'air dans le spa et la zone piscine. Les alertes en moins de cinq minutes vous permettent de corriger une situation **avant** qu'elle ne génère un avis négatif. Le tableau de bord historique vous fournit également une certification factuelle pour vos clients B2B (séminaires d'entreprise) qui exigent désormais des indicateurs environnementaux.

Pour aller plus loin

STR / CoStar (référence mondiale du benchmarking hôtelier) : costar.com · Éditeurs de PMS qui calculent et benchmarkent automatiquement le RevPAR : SiteMinder, Mews, Cendyn.