

Paris, le 23 Août 2010

Activité hôtelière en France

Premier bilan de la saison estivale

- Depuis le redressement de l'activité hôtelière enregistré en France dès mars dernier, les performances n'ont cessé de s'améliorer. Les performances du secteur ont continué de bien progresser sur le mois de juillet, avec une amélioration de la fréquentation de deux points et une hausse de prix moyens de 6,5%, portés essentiellement par une forte activité dans l'hôtellerie francilienne et la très bonne tenue de l'hôtellerie haut de gamme.
- Mais un coup d'arrêt a été porté à ce mouvement positif à partir de la seconde semaine du mois d'août. Le mauvais temps persistant sur toutes les régions françaises a découragé la clientèle Loisirs, très majoritaire en août. Elle n'a pas retrouvé le chemin de l'hôtellerie comme la clientèle Affaires. De plus, sur le segment haut de gamme, fortement contributeur, l'avancée du Ramadan, du 11 août au 10 septembre cette année, a privé la capitale et les palaces de la Côte d'Azur de la présence de la riche clientèle du Golfe persique.
- Sur la base de son modèle économique, MKG Hospitality table sur une amélioration de la fréquentation hôtelière de +1,6 point sur la période cumulée de juillet-août 2010.

Dans la lignée d'une amélioration constante des performances hôtelières depuis le mois de mars dernier, le mois de juillet 2010 a atteint un nouveau pallier, se rapprochant progressivement des niveaux d'avant crise. Les deux moteurs de la croissance sont restés actifs : amélioration du taux d'occupation moyen de deux points et progression du prix moyen de quelque 6,5%. Cette combinaison gagnante permet de frôler la barre des 10% de progression du Revenu par chambre disponible, l'indicateur de performance du secteur hôtelier.

Une distinction s'impose entre le succès de la capitale, qui améliore sa fréquentation de 5 points de TO, et une plus grande stabilité en province (à l'exception de quelques métropoles comme Bordeaux, Lyon, Nice ou Toulouse). Du coup, les prix moyens progressent nettement plus vite à Paris (+de 10%) et à Nice (+15%), soutenu par la forte activité des hôtels haut de gamme. Il semble que le séjour habituel de la clientèle moyen-orientale ait été avancé à Paris, notamment pour s'adapter au décalage de la période du Ramadan. Ce qui aura des répercussions sur l'activité du mois d'août.

D'une façon générale, la clientèle internationale a marqué son retour en France, qui profite du recul de l'euro sur le marché des changes.

Résultats mensuels de l'hôtellerie de chaînes en France - Juillet 2010

	Taux d'occupaton	Ecart (Pts)	Prix Moyen	Ecart (%)	RevPAR	Evolution %
0/1	73,9%	-0,5	43,3	1,4%	32,0	0,7%
2	67,8%	0,6	66,4	1,6%	45,0	2,6%
3	70,2%	3,4	93,8	3,5%	65,9	8,8%
4/5	77,9%	6,8	202,3	7,5%	157,6	17,8%
Global	71,7%	2,0	88,7	6,5%	63,6	9,6%

Source : DataBase MKG Hospitality

Les vacanciers de juillet ont naturellement privilégié les deux façades maritimes qui ont présenté le meilleur climat : la Côte d'Azur gagne 14,5 % en progression de RevPAR, et la côte atlantique 11%, tandis que la Bretagne et la Normandie doivent se contenter d'un simple 4%.

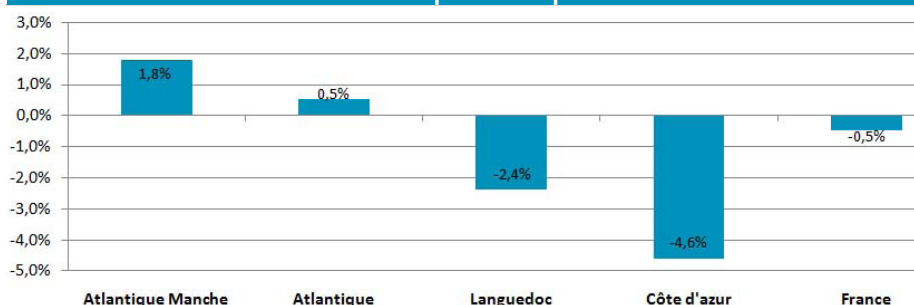
Le mois d'août présente un visage moins rayonnant. Alors que la première semaine reste bien orientée avec une nouvelle progression des taux d'occupation (+2,7 points) accompagnée par la stabilisation des prix moyens (+1,5%), la seconde semaine du mois d'août marque un véritable décrochage par rapport à la tendance haussière des derniers mois. Les taux d'occupation restent figés sous la barre de 65% (à l'exception de l'hôtellerie très économique) et les promotions tarifaires

Résultats des 2 premières semaines d'août (hôtellerie de chaînes en France)

Source : DataBase MKG Hospitality

SEMAINE 1	Taux d'occupation	Ecart (Pts)	Prix Moyen	Ecart (%)	RevPAR	Evol (%)
0/1	75,8%	2,6	41,7	0,2%	31,6	3,8%
2	62,7%	1,8	62,9	-0,7%	39,4	2,3%
3	62,9%	2,7	82,2	2,3%	51,7	7,0%
4/5	70,0%	4,3	222,6	1,8%	155,9	8,4%
Total	68,8%	2,7	87,5	1,5%	60,3	5,7%
SEMAINE 2	Taux d'occupation	Ecart (Pts)	Prix Moyen	Ecart (%)	RevPAR	Evol (%)
0/1	75,3%	1,5	41,7	0,0%	31,4	2,0%
2	63,1%	-0,2	62,6	-1,6%	39,5	-1,9%
3	62,3%	0,5	82,1	0,5%	51,1	1,2%
4/5	63,1%	-2,3	189,9	-10,7%	119,8	-13,8%
Total	67,4%	0,2	79,2	-6,8%	53,4	-6,6%

Taux de variation du RevPAR sur la première quinzaine du mois d'août



font à nouveau leur apparition pour stimuler la fréquentation (baisse de près de 7% du prix moyen).

Au-delà du mauvais temps qui a sévi sur une majeure partie du territoire, l'explication réside aussi dans l'absence évidente de la clientèle à forte contribution dans les hôtels de luxe de Paris et de la Côte d'Azur pour cause de Ramadan. Le décrochage est sensible dans la catégorie 4/5 étoiles avec des prix en recul de plus de 10%. Sur les 15 premiers jours du mois d'août, le RevPAR de l'hôtellerie de la Côte d'Azur perd près de 5%.

L'activité du mois d'août reposant davantage sur la clientèle Loisirs, l'hôtellerie subit le décalage actuel entre une clientèle Affaires, qui a repris ses habitudes, et une clientèle de tourisme, plus frileuse dans la dépense, arbitrant davantage au profit de l'hébergement non marchand et des formules d'hébergement tourisme plus économiques comme le camping.

METHODOLOGIE

Créé en 1985 par Georges Panayotis, MKG Hospitality est le leader européen du conseil dans le secteur de l'hôtellerie, du tourisme et de la restauration et dispose de la [première base de Données hôtelières au Monde](#) hors USA, avec une bonne représentativité sur tous les segments hôteliers. 45 000 hôtels y sont recensés (soit plus de 2,5 millions de chambres). Le programme [mensuel](#) des indicateurs de performances hôteliers de la base de données de MKG Hospitality porte sur un échantillon de [11 000 hôtels de chaînes intégrées représentant 1.000.000 chambres](#). Hotel-CompSet fournit un suivi journalier, mensuel et annuel des indicateurs hôteliers.

Depuis plus de [25 ans](#) : [250 groupes](#) et chaînes hôtelières dans [150 pays](#) (soit plus de [800 marchés](#)) sont suivis par la base de données de MKG Hospitality.

La pertinence de nos échantillons statistiques conforte notre expertise dans l'analyse de l'observation de l'industrie hôtelière.

Pour de plus amples renseignements, merci de contacter :
MKG Group, Georges Panayotis, Président Directeur Général
Tel: +33 (0)1 56 56 87 87 • Port: +33 (0)6 80 08 18 88 • Fax: +33 (0)1 56 56 87 88
g.panayotis@mkg-group.com

ou
MKG Group, Vangelis Panayotis, Directeur du Développement
T. : +33 (0)1 56 56 87 87 • F. : +33 (0)1 56 56 87 88
[email: v.panayotis@mkg-group.com](mailto:v.panayotis@mkg-group.com)

Tel : +33 (0)1 56 56 87 87 • Fax : +33 (0)1 56 56 87 88 • 50 rue Dombasle • 75015 • Paris • France