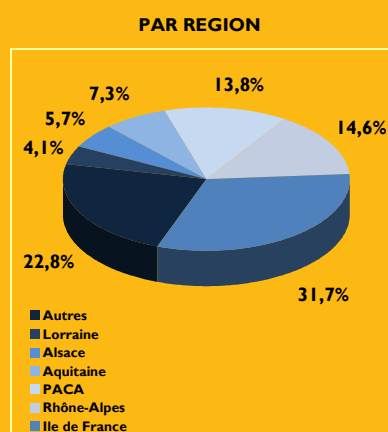




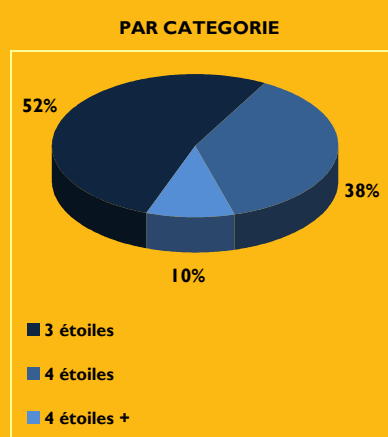
# FRANCE HOTEL MARKET SENTIMENT SURVEY

Mars 2009

## REPARTITION DES REpondANTS EN %



## REPARTITION DES REpondANTS EN %



## INTRODUCTION

L'étude Horwath HTL Global Hotel Market Sentiment Survey a été lancée afin de fournir à l'industrie hôtelière une vision des perspectives d'évolution du marché pour les 12 prochains mois. Cette étude se concentre sur les performances attendues en termes d'occupation, de prix moyen chambre et de chiffre d'affaires.

Nous avons aussi interrogé les hôteliers sur les principaux facteurs affectant les performances hôtelières ainsi que sur l'évolution des principaux segments de marché.

Ce rapport synthétise les résultats de l'étude pour la France, réunissant les réponses de plus de 130 hôtels 3 et 4 étoiles. Sur cet ensemble, la région Ile de France représente près de 32% des réponses, suivie par les régions Rhône-Alpes et PACA avec respectivement, près de 15% et de 14% des réponses.

Les hôtels 3 étoiles ont été les principaux contributeurs avec 52% des réponses, suivis des 4 étoiles (38%) et des 4 étoiles supérieures (10%).

A l'heure actuelle, au regard de la crise financière, il n'est pas surprenant de voir que la plupart des marchés mondiaux partagent le même sentiment négatif concernant les prévisions pour 2009. Cependant, nous espérons que l'analyse suivante vous fournira des un aperçu utile des prévisions sur le marché hôtelier français.



[www.HorwathHTL.com](http://www.HorwathHTL.com)

## CLASSEMENT DES OPINIONS

Nous avons créé un index qui reflète une moyenne globale des prévisions issues de l'enquête. Des points ont été assignés à chaque réponse correspondante et calculés en fonction. L'index utilise une échelle allant de 150 en négatif à 150 en positif. Un score de -150 indique une opinion totalement pessimiste; un score nul est utilisé pour des prévisions similaires à l'année précédente alors qu'un score de 150 signifie une perspective très optimiste.

Le but de cet indice d'opinion est de mieux tracer les changements dans les prévisions lors des futures enquêtes qui seront conduites par Horwath HTL.

Les opinions des hôteliers en France comme à l'étranger ont clairement été affectées par la crise économique globale, comme le montrent les résultats. Le ressenti général du marché est plutôt pessimiste avec un score moyen de -33,3.

Nous avons effectué des tris spécifiques sur les trois régions les plus importantes. Ces derniers soulignent le pessimisme global des prévisions, au-delà de la moyenne nationale. Ce taux atteint son niveau le plus élevé à Paris, avec un score moyen de -47,3.

Par ailleurs, le score est d'autant plus négatif que l'on augmente en gamme. Ainsi les hôteliers des segments 4 étoiles et 4 étoiles luxe se positionnent au-delà de -40.

### CLASSEMENT

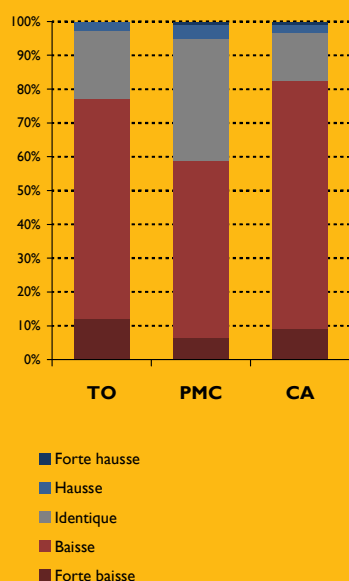
Par région	Score
1. Ile de France	-45,1
2. Rhône-Alpes	-35,1
3. PACA	- 48,1
4. Autre	-27,4
TOTAL	- 33,3

*"Un score de -39.7 qui indique clairement que l'ensemble des hôteliers s'attendent à une baisse des performances en 2009."*

### CLASSEMENT

Par catégorie	Score
1. 3 étoiles	- 31,2
2. 4 étoiles	-43,6
3. 4 étoiles luxe	- 44,6
TOTAL	- 33,3

## VENTILATION DES REPONSES



*83 % des répondants déclarent que les performances d'occupation vont être inférieures à 2008, et seulement 3 % qu'elles seront meilleures."*

### CLASSEMENT DES PERFORMANCES DU MARCHÉ

	TO	PMC	CA
Europe	-50,9	-30,9	-51,3
France	-65,2	-44,6	-65,7
Ile de France	-80,8	-57,7	-71,2
Rhône-Alpes	-54,2	-45,8	-66,7
PACA	-66,2	-56,3	-70,3

## PERFORMANCES DU MARCHÉ

La première question de l'enquête porte sur les prévisions concernant les performances de marché en 2009 en comparaison avec 2008.

A la question portant sur les perspectives d'évolution du taux d'occupation, plus de 77% des hôteliers s'attendent à ce que les performances diminuent, 20% estiment que la situation se maintiendra et 3% prévoit une embellie. De manière manifeste, la crise financière globale devrait impacter la demande sur l'ensemble des régions du monde.

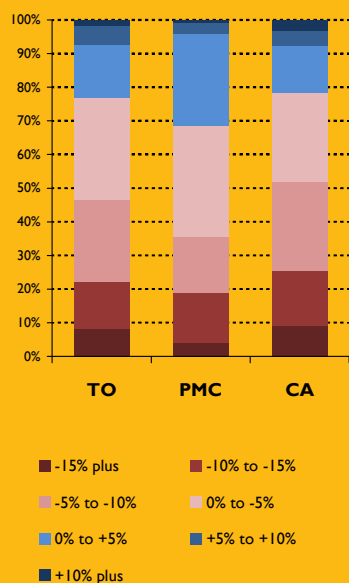
La plupart des hôteliers escomptent des résultats assez mornes, ainsi 59% déclarent que les performances globales de marché seront moins bonne que celles de 2008. 36% estiment que le PMC se maintiendra dans la tendance de l'année précédente alors que 5% sont positifs sur les futures performances de marché.

Les prévisions concernant le chiffre d'affaires s'inscrivent dans la même tendance avec 83% des répondants ayant une vision pessimiste des futures performances de chiffre d'affaires (67% à l'échelle mondiale). Pour 14% des hôteliers, le chiffre d'affaires devrait se maintenir alors que 3% sont optimistes concernant les performances de 2009.

Sous l'influence d'un climat de morosité générale, les résultats français sont plus pessimistes que la moyenne européenne. La région Ile de France est plus particulièrement affectée par les conséquences de la crise et anticipe une baisse importante du taux d'occupation et des prix moyen chambre, sous l'influence de la crise actuelle.

De manière générale, ce sont les performances d'occupation plus que les niveaux de prix qui seraient le plus affectées.

## VENTILATION DES REPONSES



*"69 % estiment que le PMC devrait diminuer et 77% anticipent une chute des TO."*

## PERFORMANCES HOTELIERES

La seconde question demandait à chaque répondant d'estimer la hausse ou la baisse des performances de leur hôtel pour 2009 par rapport à 2008.

Lorsqu'on leur demande s'ils prévoient une amélioration des performances de leur unité en 2009, 77% des hôteliers estiment que leur hôtel devrait enregistrer une diminution du taux d'occupation, dont 47% au-delà de 5%. 69% pensent que le PMC va connaître le même sort, ce nombre s'élevant à 79% concernant le revenu. Toutefois, a contrario de la tendance mondiale, en proportion, le nombre d'hôteliers optimistes se révèle plus important en France, alors que 7% des répondants envisagent une progression du TO et du chiffre d'affaires de 7%.

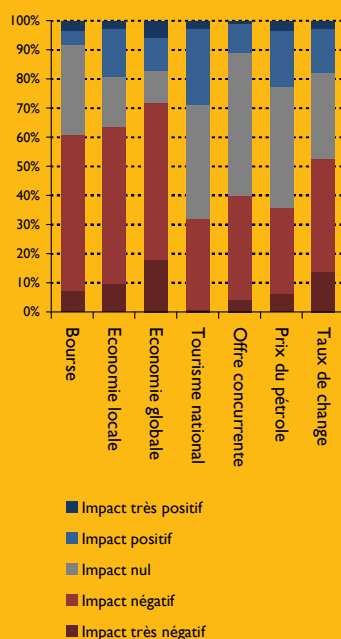
Parmi les 3 régions Ile de France, PACA et Rhône-Alpes, Rhône-Alpes enregistre les scores les moins négatifs, ce qui indique que les répondants s'attendent à une baisse marginale de l'ensemble des performances hôtelières.

La région Ile de France est au-delà des seuils français.

## PERFORMANCES MOY

	TO	PMC	CA
Europe	-20,6	-13,8	-23,4
France	-22,5	-11,2	-27,3
Ile de France	-35,5	-27,6	-43,4
Rhône-Alpes	0	-5,6	-5,6
PACA	-29,4	-20,6	-26,5

**VENTILATION DES REPONSES**



*"L'ensemble des facteurs devraient avoir un impact négatif."*

**FACTEURS AFFECTANT LES PERFORMANCES**

1. Croissance économique mondiale	- 50,4
2. Bourse	- 42,8
3. Economie locale	- 39
4. Taux de change	- 34,8
5. Offre concurrente nouvelle	- 24,4
6. Prix du pétrole	- 12,2
4. Tourisme national	- 1,2

**FACTEURS AFFECTANT LES PERFORMANCES**

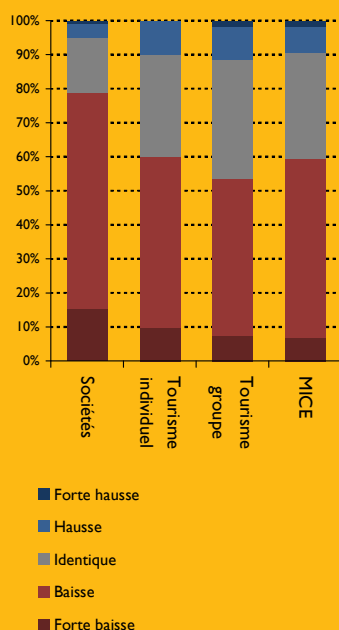
Chaque hôtelier a également été interrogé sur sa perception des facteurs suivants et la manière dont cela va affecter selon lui les performances hôtelières pour 2009 : performances de la bourse, croissance économique nationale & mondiale, tendances d'évolution du tourisme national, arrivée d'une offre concurrente nouvelle, prix mondiaux du pétrole, taux de change.

La croissance économique mondiale, en raison de la crise économique est le facteur ayant l'impact le plus élevé (50,4 %), la majorité des participants estimant que la détérioration du contexte économique va avoir un impact négatif sur les taux. Toutefois, la France semble moins négative que d'autres régions, notamment Etats-Unis et pays émergents.

L'ensemble des choix ont enregistré des résultats négatifs, indiquant ainsi que tous les facteurs sont considérés comme ayant un impact négatif. Les contributeurs perçoivent que ce sera la bourse qui aura le plus d'impact négatif sur les performances hôtelières, dans la mesure où ce facteur atteint un des scores les plus bas (42,8 points). Ceci est suivi par la croissance de l'économie locale, le taux de change, et l'offre concurrente nouvelle.

Le prix du pétrole, en raison de la stabilisation des cours devrait avoir une influence plus modérée sur les performances du secteur alors que le tourisme national a un impact quasi nul.

## VENTILATION DES REPONSES



*"47 % estiment que les performances vont être moins bonnes sur tous les segments de marché"*

## PERFORMANCES DES SEGMENTS DE MARCHÉ

1. Sociétés	- 66,5
2. Tourisme individuel	- 45
3. Tourisme groupe	- 36
4. MICE	- 41

## PERFORMANCES DES SEGMENTS DE MARCHÉ

Le dernier volet de l'enquête portait sur l'opinion des professionnels concernant les segments de marché suivants : tourisme individuel, tourisme groupe, sociétés ainsi que MICE et comment leur performance vont évoluer en 2009.

La majorité des répondants a une opinion négative à propos des futures performances de l'ensemble des segments. Toutefois la clientèle affaires société serait la plus affectée par la crise économique avec un score globale de - 66,5.

L'ensemble des segments devraient enregistrer des performances inférieures à l'année 2008. Toutefois, cette chute serait plus mesurée en France pour ce qui concerne la clientèle d'agrément et notamment la clientèle groupe qui avec un score de -36 serait moins touchée que la clientèle tourisme individuelle (-45) et MICE (-41).

## CONCLUSIONS

L'étude Hotel Market Sentiment Survey confirme l'impact de la crise internationale sur l'industrie hôtelière française.

L'impact le plus fort se mesure pour les catégories supérieures (4 étoiles et luxe) et pour l'Île de France, marché par nature plus cycliques.

Le segment le plus affecté par la crise est celui des sociétés, marqué par une réduction de volume et de prix sous l'impact des politiques de restructuration des frais généraux.

## Autres rapports sur la Market Sentiment Survey

### PAR REGION

- Europe
- Asie
- ASEAN
- 

### PAR PAYS

- Australie
- Chine
- Inde
- Indonésie
- Japon
- Singapour

### PAR VILLES /DESTINATION

- Pékin
- Shanghai
- Shenzhen
-

# Horwath HTL – Nos bureaux

## ASIE PACIFIQUE

**Auckland, New Zealand**  
auckland@horwathhtl.com

**Pekin, Chine**  
beijing@horwathhtl.com

**Hong Kong, SAR**  
hongkong@horwathhtl.com

**Honolulu, USA**  
hawaii@horwathhtl.com

**Djakarta, Indonésie**  
jakarta@horwathhtl.com

**Kuala Lumpur, Malaisie**  
kl@horwathhtl.com

**Bombay, Inde**  
horwath@horwathindia.com

**Shanghai, Chine**  
shanghai@horwathhtl.com

**Singapour, Singapour**  
singapore@horwathhtl.com

**Sydney, Australie**  
sydney@horwathhtl.com

**Tokyo, Japon**  
tokyo@horwathhtl.com

## EUROPE

**Amsterdam, Pays-Bas**  
hoogendoorn@horwath.nl

**Andorra la Vella, Andorre**  
vmarti@horwathhtl.com

**Barcelone, Espagne**  
vmarti@horwathconsulting.com

**Belfast, UK**  
michael.williamson@asmhorwath.com

**Budapest, Hongrie**  
office@horwathconsulting.net

**Dublin, Irlande**  
post@horbc.ie

**Frankfort, Allemagne**  
knospe@horwathhtl.de

**Kiev, Ukraine**  
afernandez@horwathhtl.com

**Londres, UK**  
jomahoney@horwathhtl.com

**Madrid, Espagne**  
vmarti@horwathconsulting.com

**Moscou, Russie**  
moscowoffice@horwathhtl.com

**Paris, France**  
pdoizelet@horwathhtl.fr

**Rabat, Maroc**  
glanfray@horwathhtl.fr

**Rome, Italie**  
aiadecola@horwathhtl.it

**Salzburg, Autriche**  
kploberger@horwathhtl.at

**Tunis, Tunisie**  
glanfray@horwathhtl.fr

**Zagreb, Croatie**  
sanja.cizmar@horwath.hr

## AMERIQUE CENTRALE/DU NORD

**Atlanta, USA**  
mbeadle@horwathhl.com

**Dallas, USA**  
rbesse@horwathhl.com

**Denver, USA**  
jmontgomery@horwathhl.com

**Los Angeles**  
ynathraj@horwathhl.com

**Mexico, Mexique**  
bbasave@horwath.com.mx

**Montréal, Canada**  
horwath@horwath-lariviere.com

**Palm Beach, USA**  
staylor@horwathhl.com

**San Fransisco, USA**  
jhiser@horwathhl.com

**Santo Domingo, République Dominicaine**  
sotero@codetel.net.do

**Toronto, Canada**  
horwath@hhgi.com

## AMERIQUE DU SUD

**Buenos Aires, Argentine**  
ochudnobsky@horwathhtl.com

## AFRIQUE

**Cape Town, Afrique du Sud**  
mdewitt@horwathhtl.co.za

## MOYEN ORIENT

**Beyrouth, Liban**  
kamelac@horwathac.com