

EDITION 2009



# Etude IPACH 2009

Indice des Prix Affichés des  
Chaînes Hôtelières en Europe

*Un dossier unique pour comprendre le positionnement  
de vos concurrents et affiner votre politique tarifaire*

**mkg**  
HOSPITALITY

## SOMMAIRE

METHODOLOGIE	3
SYNTHESE	9
PREMIERE PARTIE : PRINCIPAUX RESULTATS EUROPEENS 2008	19
1. Préambule	20
1.1. Du prix affiché au prix moyen	20
1.2. Introduction à l'étude IPACH, EDITION 2009	28
2. IPACH en Europe	29
2.1. Evolution des prix affichés en Europe	29
2.2. Evolution des prix affichés en Europe par pays	30
2.2.1. Evolution globale par pays (toutes catégories confondues)	30
2.2.2. Evolution par pays en catégorie 2*	31
2.2.3. Evolution par pays en catégorie 3*	32
2.2.4. Evolution par pays en catégorie 4*	33
3. IPACH et prix moyens hébergement réalisés	34
4. Comparatif des niveaux de prix affichés par pays	35
4.1. Comparatif des prix affichés toutes catégories confondues (du 0* au 4*)	35
4.2. Catégorie 2*	36
4.3. Catégorie 3*	37
4.4. Catégorie 4*	38
4.5. Différentiel entre les catégories voisines	39
4.6. Amplitude tarifaire des catégories selon les pays	40
5. Comparatif des niveaux de prix affichés par métropole	42
5.1. Catégorie 2*	42
5.2. Catégorie 3*	43
5.3. Catégorie 4*	44
5.4. Différentiel Prix Affichés / Prix Moyens	45
6. Comparatif des niveaux de prix affichés par enseigne et par pays	46
6.1. Catégorie 2*	46
6.2. Catégorie 3*	47
6.3. Catégorie 4*	48
7. Elasticité de la demande par rapport au prix	50
DEUXIEME PARTIE : IPACH PAR PAYS EN EUROPE	51
1. La France	52
1.1. Evolution des prix affichés en France	52
1.2. IPACH et indicateurs économiques depuis 1991	53
1.3. IPACH par enseigne	61
1.3.1. Prix affichés par catégorie et par enseigne	62
1.3.2. Historique des prix affichés par les principales enseignes par catégorie depuis 1993	68
1.4. IPACH et prix moyens	73
1.4.1. Différentiel prix affichés / prix moyens hébergement par catégorie depuis 1991	73
1.4.2. Ecart des prix affichés hébergement entre les catégories voisines	74
1.4.3. Ecart des prix affichés du petit déjeuner entre les catégories voisines	76
1.5. IPACH par zone géographique	77
1.5.1. Ecart tarifaires par grande région par rapport à la moyenne nationale	77
1.5.2. Prix affichés par grande région (Paris, Ile de France, Province) et par catégorie	78
1.5.3. Historique des prix affichés par grande région et par catégorie depuis 1993	80
1.5.4. Politiques tarifaires des principales enseignes par grande région et par catégorie	84
1.5.5. IPACH par agglomération	86
1.5.6. IPACH par type de site (centre ville, aéroport...)	88

2.	L'Allemagne	91
2.1.	Evolution des prix affichés en Allemagne	91
2.2.	Historique des prix affichés en Allemagne depuis 2000	92
2.3.	Différentiel prix affichés / prix moyens hébergement depuis 2000	94
2.4.	Positionnement des principales enseignes en Allemagne par catégorie	95
2.5.	Prix affichés dans les principales métropoles	98
3.	La Belgique	100
3.1.	Evolution des prix affichés en Belgique	100
3.2.	Historique des prix affichés en Belgique depuis 2000	101
3.3.	Différentiel prix affichés / prix moyens hébergement depuis 2000	103
3.4.	Positionnement des principales enseignes en Belgique par catégorie	104
3.5.	Prix affichés dans les principales métropoles	106
4.	L'Espagne	108
4.1.	Evolution des prix affichés en Espagne	108
4.2.	Historique des prix affichés en Espagne depuis 2000	109
4.3.	Différentiel prix affichés / prix moyens hébergement depuis 2000	111
4.4.	Positionnement des principales enseignes en Espagne par catégorie	112
4.5.	Prix affichés dans les principales métropoles	116
5.	Le Royaume-Uni	118
5.1.	Evolution des prix affichés au Royaume-Uni	118
5.2.	Historique des prix affichés au Royaume-Uni depuis 2000	120
5.3.	Différentiel prix affichés / prix moyens hébergement depuis 2000	121
5.4.	Positionnement des principales enseignes au Royaume-Uni par catégorie	122
5.5.	Prix affichés dans les principales métropoles	125
6.	L'Italie	126
6.1.	Evolution des prix affichés en Italie	126
6.2.	Historique des prix affichés en Italie depuis 2000	127
6.3.	Différentiel prix affichés / prix moyens hébergement depuis 2000	129
6.4.	Positionnement des principales enseignes en Italie par catégorie	130
6.5.	Prix affichés dans les principales métropoles	132
7.	Les Pays-Bas	134
7.1.	Evolution des prix affichés aux Pays-Bas	134
7.2.	Historique des prix affichés aux Pays-Bas depuis 2000	135
7.3.	Différentiel prix affichés / prix moyens hébergement depuis 2000	137
7.4.	Positionnement des principales enseignes aux Pays-Bas par catégorie	138
7.5.	Prix affichés dans les principales métropoles	141
8.	Autres pays	142
	TROISIEME PARTIE : IPACH DANS 100 METROPOLES EN EUROPE	147

## METHODOLOGIE

### 1- HISTORIQUE ET CONVENTIONS

Cette étude est la 17<sup>ème</sup> édition de l'Indice des Prix Affichés des Chaînes Hôtelières, étude annuelle réalisée depuis 1991 par MKG Hospitality. Les résultats 2008 portent sur un échantillon d'hôtels situés en France et, pour la 9<sup>ème</sup> année, dans les autres pays d'Europe.

Les prix affichés moyens utilisés sont ceux d'un jour de milieu de semaine en septembre 2008 (le mercredi 10 septembre 2008). Les données ont été recueillies hôtel par hôtel, puis redressées selon la répartition catégorielle de l'offre de chaînes intégrées dans chaque pays.

Pour l'estimation et le calcul du taux de réduction, les prix moyens sont systématiquement comparés aux prix affichés single, les prix affichés en chambre double ne sont pas pris en compte dans ce calcul.

Lorsque l'on évoque une évolution depuis 1991, les prix affichés considérés sont ceux de mai 1991, septembre 1992, septembre 1993, mars 1994, juin 1995, septembre 1996, septembre 1997, septembre 1998, septembre 1999, septembre 2000, septembre 2001, septembre 2002, septembre 2003, septembre 2004, septembre 2005, septembre 2006, septembre 2007 et septembre 2008.

Les données France 1991/2008 portent sur un échantillon d'hôtels variable dans les catégories 0\*/1\*, 2\*, et 3\*. En catégorie 4\* et sur la période 1991/1997, les résultats portent sur un panel d'hôtels (échantillon constant sur la période). Face au développement du segment et à l'apparition de nouvelles enseignes, cet échantillon se devait d'être complété afin de coller au mieux à la réalité du marché.

Ainsi l'échantillon 4\* France passe-t-il de 68 établissements et 8 637 chambres en 1997 à 250 établissements et 39 423 chambres en 2008. La définition et la mise en place d'un échantillon plus large n'est pas sans conséquence sur les évolutions observées. Aussi un coefficient de raccordement a été calculé afin de pouvoir prolonger la série initiée en 1991. Ce coefficient de raccordement est calculé à partir de 1997.

Tous les prix mentionnés, prix affichés et prix moyens hébergement réalisés, sont exprimés en euros toutes taxes comprises.

### 2- CONVENTIONS

Deux types de données sont présentés dans le présent rapport :

Les résultats bruts : ces données sont redressées avec la répartition catégorielle de l'offre. Il s'agit des données observées. Les résultats bruts sont présentés chaque fois qu'il n'est pas nécessaire de faire appel à l'historique des prix affichés.

Les résultats « raccordés » : ces données qui sont calculées avec un coefficient de raccordement s'inscrivent dans la série 1991/2008. Plus précisément, le coefficient de raccordement est nécessaire à partir de 1997 puisque l'élargissement de l'échantillon a eu lieu en 1998. Le coefficient de raccordement n'a été appliqué que sur le 4\*.

Dans l'analyse des prix affichés moyens par zone géographique, le secteur « Ile de France » représente l'Ile de France hors Paris.

Avertissement sur le 4\* : les résultats en 4\* sont soumis à une « volatilité » importante en raison :

- Du très large éventail de prix. Ainsi, d'une année sur l'autre, la fermeture d'un hôtel pour rénovation par exemple pourra avoir un impact non négligeable sur la moyenne du segment. Il en va de même pour l'ouverture d'un établissement après rénovation, ce qui va de pair avec un repositionnement tarifaire à la hausse.
- Dans le même ordre d'idées, compte tenu de la méthodologie adoptée, si un hôtel diversifie la gamme de chambres proposées (ouverture d'une ou plusieurs chambres de catégorie luxe par exemple) ce repositionnement pourra également avoir un effet non négligeable sur la moyenne de la catégorie.
- Des politiques de yield management qui sont aujourd'hui généralisées. Même si le jour d'achat supposé reste le même pour tous les hôtels (le 10 septembre 2008 cette année), la date de demande des informations est, dans certains cas, déterminante. Ainsi, le prix rack d'un établissement pourra-t-il être en très forte augmentation, uniquement grâce aux réservations, qui sont très en avance par rapport à l'an passé, même si la chambre est in fine affichée au même tarif que l'an passé.

Les différents pays d'Europe pris en compte dans l'IPACH sont :

La France, le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Allemagne, l'Italie, les Pays-Bas, la Suède, la Norvège, la Grèce, la Belgique, la Finlande, l'Autriche, la Pologne, le Portugal, la Hongrie, la Suisse, la République Tchèque, l'Irlande, le Danemark, la Turquie, la Russie, la Bulgarie, Chypre, la Roumanie, Malte, l'Estonie, la Slovaquie, le Luxembourg, la Croatie, Monaco, la Lituanie, la Lettonie, Andorre, l'Islande, la Slovaquie, la Bosnie Herzégovine, la République Serbe, l'Ukraine, la Macédoine.

### 3- SOURCES

Les prix affichés nous ont été communiqués soit par les sièges sociaux des réseaux étudiés, soit directement par les hôtels (enquête téléphonique), soit par GDS (Global Distribution System), soit par Internet. Dans certains cas, ils ont été recueillis dans les guides et directory des chaînes qui font partie du champ de notre étude.

Les prix moyens hébergement sont issus de la base de données de MKG Hospitality.

### 4- REPARTITION CATEGORIELLE

Dans chaque des pays, l'offre de chaînes est répartie selon un classement marketing, attribué par MKG Hospitality à chaque hôtel afin d'homogénéiser, selon une même échelle de 0\* à 4\*, des systèmes de répartitions catégorielles différents d'un pays à l'autre et d'assurer que des produits équivalents seront classés dans la même catégorie quelle que soit le pays d'implantation.

## 5- DEFINITIONS

### ***Moyenne des prix affichés par catégorie***

Les moyennes sont pondérées par le nombre de chambres des établissements.

### ***Moyenne des prix affichés toutes catégories***

Ce calcul tient compte du poids de chaque catégorie (en plus de la pondération par la capacité des établissements au sein même des différentes catégories).

### ***Prix rack***

L'appellation « prix rack » désigne le prix affiché.

### ***Comparatif des niveaux de prix d'un pays à l'autre***

Les prix affichés sont calculés à échantillon variable (l'ensemble des hôtels pour lesquels nous avons recueilli les tarifs 2008). Les différentiels par catégorie sont également calculés sur la base de cet échantillon.

### ***Comparatif des évolutions de prix d'un pays à l'autre***

Les prix affichés sont calculés à échantillon constant (l'ensemble des enseignes pour lesquelles nous avons recueilli les tarifs en 2007 et 2008). L'évolution de la structure catégorielle de l'offre est prise en compte (le poids de chaque catégorie dans l'offre évolue de 2007 à 2008).

### ***Taux de réduction***

Les taux de réduction sont calculés sur la base d'un échantillon d'hôtels pour lesquels nous disposons d'informations sur les prix affichés et sur les prix moyens hébergement. Ces taux ont été calculés sur la base du différentiel des prix affichés single et du prix moyen hébergement réalisé (cumul sur les 9 premiers mois de l'année).

### ***Répartition catégorielle variable***

Cette méthode de calcul tient compte de la segmentation catégorielle, en pondérant, par année, les résultats de chaque catégorie en fonction de son poids réel.

### ***Répartition catégorielle constante***

Cette méthode de calcul ne tient pas compte de l'évolution catégorielle du marché et pondère les résultats de chaque année sur la base du poids des catégories en 1991 (1ère édition de l'IPACH). Ceci permet de mesurer l'évolution des prix du marché global à répartition catégorielle constante.

### ***Périmètre constant***

Cette méthode de calcul ne tient pas compte des évolutions du parc hôtelier par rapport à 2007. Les hôtels retenus sont ceux qui étaient ouverts en septembre 2007 sous la même enseigne. Les ouvertures et reprises d'hôtels depuis cette date sont donc exclues de l'analyse.

## 2. IPACH en Europe

## Un impact fort de la conjoncture économique

## 2.1- Evolution des prix affichés en Europe

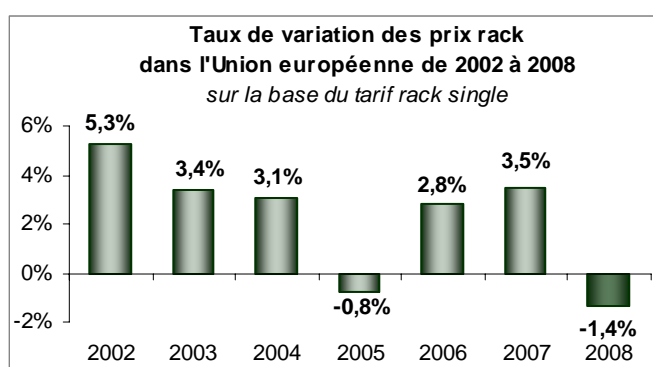
**Evolution des prix affichés en single et double dans l'Union européenne  
entre 2007 et 2008, tous pays confondus**

Catégorie	prix affichés single 2007	prix affichés single 2008	Evolution 08/07	prix affichés double 2007	prix affichés double 2008	Evolution 08/07
0*	34,0	36,4	6,8%	34,6	36,4	5,1%
1*	40,5	44,1	8,7%	44,1	45,1	2,2%
2*	73,9	78,3	6,0%	74,9	79,4	6,0%
3*	121,4	122,5	0,9%	130,7	127,3	-2,6%
4*	186,6	179,5	-3,8%	196,3	183,2	-6,7%
<b>Total UE 27 redressé</b>	<b>134,9</b>	<b>133,1</b>	<b>-1,4%</b>	<b>142,5</b>	<b>136,5</b>	<b>-4,2%</b>

©Copyright MKG Hospitality – Décembre 2008

Les perspectives très incertaines pour la fin de l'année 2008 et pour 2009 ont conduit les opérateurs à revoir leur stratégie tarifaire, en particulier sur les segments moyens et haut de gamme. Au niveau européen, le prix affiché d'une chambre single s'établit à 133,1 euros, en recul de 1,4% par rapport à l'année 2007.

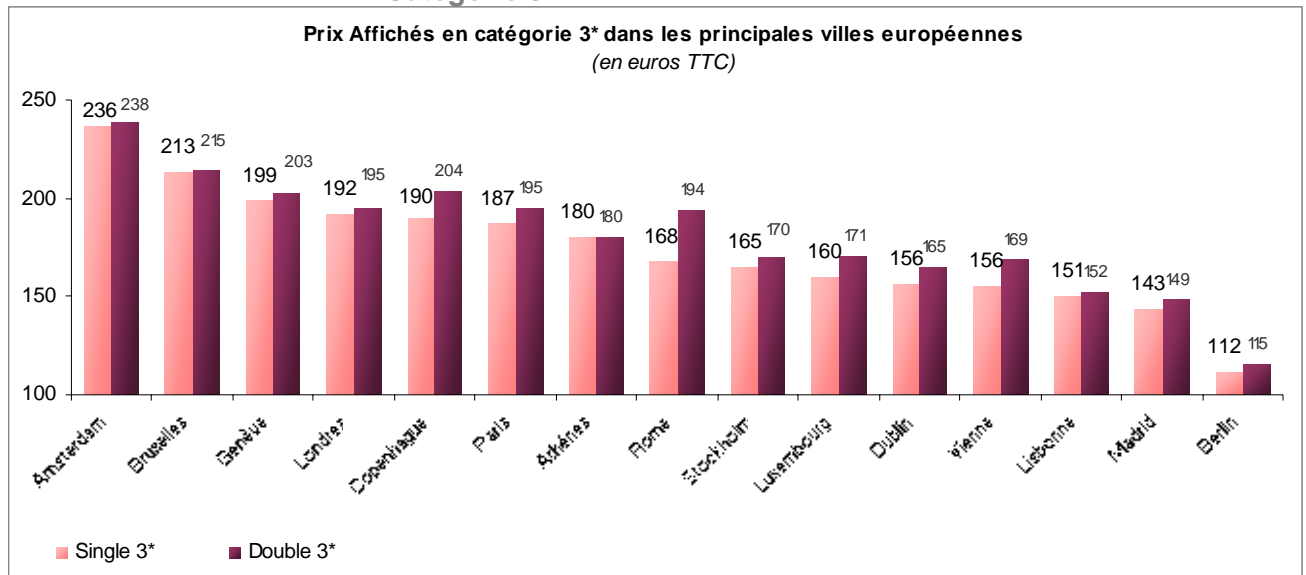
Après 2 années de progression portée par la croissance de l'économie mondiale, le recul des prix affichés enregistré en 2008 accompagne un ralentissement général dans les évolutions des prix moyens. Ce résultat constitue le recul le plus marqué de la période récente, ce qui traduit l'adoption de positions attentistes en raison des fortes incertitudes qui pèsent sur la conjoncture internationale.



©Copyright MKG Hospitality – Décembre 2008

Ce sont donc logiquement les catégories moyen et haut de gamme qui sont les plus touchées par ce mouvement. En effet, les catégories économiques, dont les performances sont moins sujettes à la conjoncture internationale, et qui bénéficient de report de clientèles des catégories 3\* et 4\* en période de ralentissement conjoncturel, affichent des prix toujours orientés à la hausse.

## Catégorie 3\*



©Copyright MKG Hospitality – Décembre 2008

Comme cela était déjà le cas en 2008, Bruxelles et Amsterdam proposent des tarifs affichés nettement supérieurs à 200 euros sur le segment 3\*.

Néanmoins, les tarifs des métropoles, et en particulier ceux de Bruxelles, sont soumis à d'importantes réductions qui résultent des fortes tensions concurrentielles caractérisant ces marchés. Les effets de change contribuent à réduire les tarifs affichés de l'hôtellerie londonienne exprimés en euros. Aussi, au cours de l'exercice 2008, la capitale britannique est dépassée par Genève.

Copenhague reste parmi les destinations européennes les plus chères en 3\*. La présence d'unités Scandic et First positionnées sur le haut du segment 3\* explique ce résultat.

Sur le segment 3\*, les tarifs les plus faibles se trouvent à Berlin, Madrid, Lisbonne et Vienne. Les tarifs pratiqués par les unités 4\* de ces métropoles figurent également parmi les moins élevés d'Europe. La structure de l'offre avec la présence de produits intermédiaires ou en entrée de gamme explique cette situation, que ce soit en 3\* ou en 4\*. Par ailleurs, Vienne et Berlin sont des destinations très impliquées dans le tourisme d'affaires et de congrès. La situation très concurrentielle de ces segments avec l'émergence de destinations concurrentes limite les possibilités de croissance des tarifs. A Lisbonne et Madrid, les tarifs restent limités par un niveau de développement économique moindre que dans les pays du nord de l'Europe, malgré l'essor remarquable des dernières années.

Sur ce segment, Paris conserve une position tarifaire médiane en 3\* parmi les grandes capitales européennes, ce qui confirme que la capitale française, malgré l'image de cherté parfois véhiculée, propose une hôtellerie encore abordable.

Je passe commande de...	DATE DE PARUTION	TARIFS 2009	OFFRE CLIENTS MKG HOSPITALITY -25%	QUANTITÉ	MONTANT TOTAL HT
<input type="checkbox"/> L'IPACH 2009 : Indice des prix affichés des chaînes hôtelières	Janvier 2009	1340 €	1340 €		€
Dossier par Pays : <input type="checkbox"/> France <input type="checkbox"/> Allemagne <input type="checkbox"/> Espagne <input type="checkbox"/> Belgique <input type="checkbox"/> Grande Bretagne <input type="checkbox"/> Italie <input type="checkbox"/> Pays Bas	Janvier 2009	250 €	250 €		€
<input type="checkbox"/> Le "WHO'S WHO" de l'hôtellerie mondiale (contenant les coordonnées de près de 1 500 managers hôteliers dans le monde)	Mise à jour 03/09	930 €	700 €		€
<input type="checkbox"/> European Hospitality Report 2009	Disponible Avril 2009	4040 €	3030 €		€
<input type="checkbox"/> Dossier Europe : Les grandes tendances en Europe (90p.)		1300 €	975 €		€
<input type="checkbox"/> Dossier France : France (100p.)		1300 €	975 €		€
Dossier par Pays : <input type="checkbox"/> Belgique		540 €	405 €		€
<input type="checkbox"/> Pays Bas		540 €	405 €		€
<input type="checkbox"/> Allemagne		540 €	405 €		€
<input type="checkbox"/> Italie		540 €	405 €		€
<input type="checkbox"/> Espagne		540 €	405 €		€
<input type="checkbox"/> Autriche		540 €	405 €		€
<input type="checkbox"/> Grande Bretagne		540 €	405 €		€
<input type="checkbox"/> Portugal		540 €	405 €		€
<input type="checkbox"/> Europe de l'Est (Pologne, Hongrie et Rép.Tchèque...)		540 €	405 €		€
<input type="checkbox"/> Europe du Nord (Suède, Finlande, Danemark et Norvège)		540 €	405 €		€
<input type="checkbox"/> Autres pays d'Europe (Grèce, Suisse, Irlande, Chypre, Malte...)		540 €	405 €		€

Version française /  English version

Version électronique /  Version papier (supplément de 100€ HT)

Mme  M - Nom..... Prénom.....

Raison sociale..... Fonction.....

Activité.....

Adresse .....

Code postal..... Ville..... Pays.....

Téléphone ..... Fax.....

E-mail.....

Total HT.....	€
Total TTC (TVA : 19,6%** ).....	€

\*\* pour la France

N°TVA intra-communautaire : .....

Contact et adresse de facturation : .....

Chèque, règlement à l'ordre de MKG Hospitality / Carte bancaire :  Eurocard  MasterCard  Visa

N° de carte bancaire                      Date d'expiration      Cryptogramme  
(au dos de votre carte, les 3 derniers chiffres))

LLLL LLLL LLLL LLLL - LL / LL - LLL

Date et Signature :