



# Compétitivité du parc hôtelier québécois Meilleures pratiques ailleurs dans le monde



## Volet 2



Janvier 2011



## Avant-propos

*Fondée en 1949, l'Association des hôteliers du Québec (AHQ) regroupe en 2010 quelque 550 membres. Son mandat consiste à « regrouper les établissements hôteliers pour les représenter, défendre leurs intérêts et leur fournir des services, tout en collaborant au développement de la qualité de la profession hôtelière et de l'industrie touristique en général ». En 2009, l'AHQ a été reconnue par le ministère du Tourisme parmi les associations touristiques sectorielles (ATS) du Québec.*

*Ce rapport, piloté par l'AHQ, correspond au deuxième de trois volets d'une réflexion sur la compétitivité des établissements hôteliers québécois. Le premier volet a permis de produire un état de situation, alors que le volet abordé dans le présent rapport porte sur les meilleures pratiques d'affaires ailleurs dans le monde. Le troisième volet de la démarche vise à préciser ce que devrait être le parc hôtelier d'ici cinq ans afin d'accroître sa compétitivité.*

*L'ensemble de cette démarche sur la compétitivité du parc hôtelier québécois a été rendue possible grâce à l'aide financière du ministère du Tourisme dans le cadre du programme « Aide financière aux associations touristiques sectorielles ».*

*L'Association des hôteliers du Québec (AHQ) tient à remercier la firme GPS Tourisme pour son soutien ainsi que tous les intervenants touristiques ayant participé aux différentes étapes de cette démarche de réflexion et d'analyse.*

## Table des matières

AVANT-PROPOS.....	2
AMÉLIORATION DES STATISTIQUES ET DE LA CONNAISSANCE.....	5
BENCHMARKING ET MESURE DE LA PERFORMANCE.....	7
PLANIFICATION.....	8
CLASSIFICATION.....	9
MODERNISATION DU PARC HÔTELIER ET FINANCEMENT .....	10
DÉVELOPPEMENT DURABLE.....	12
COMPÉTENCES, RESSOURCES HUMAINES ET MEILLEURES PRATIQUES.....	12
ASSOCIATIONS NATIONALES D’HÔTELS OU D’HÔTELIERS .....	13
 Annexe A: Le 4 pages mensuel sur la conjoncture hôtelière.....	 15
 Annexe B: Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) .....	 20
 Annexe C: Auvergne / Un parc en diminution en phase de rénovation.....	 23
 Annexe D: HOTREC / Communiqué sur l’Hotelstars Union .....	 30
 Annexe E : Les 21 principes HOTREC de la classification des hôtels en Europe.....	 33
 Annexe F: Le Prêt Participatif pour la Rénovation Hôtelière d’OSÉO (France) .....	 36

## INTRODUCTION

Dans le cadre des recherches effectuées pour le premier volet et à la lumière des informations et constats obtenus, nous avons retenu les meilleures pratiques en vigueur ailleurs dans le monde reliées aux six composantes de compétitivité présentées dans le Volet 1 soit : ressources humaines, finance / investissement / rentabilité; produits et services; clients et marchés; développement durable et innovation.

Toutefois, dans le cas des RH nous n'avons pas poussé nos démarches<sup>1</sup> considérant que le secteur était bien servi par le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT) et que les forces et faiblesses étaient connues et déjà documentées.

Ce document se concentre sur les initiatives jugées les plus pertinentes et faisant écho à certains des enjeux identifiées dans l'état de situation (volet 1). Ces initiatives concernent les thèmes suivants :

- ▶ Amélioration des statistiques et de la connaissance
- ▶ Benchmarking et mesures de la performance
- ▶ Planification
- ▶ Classification
- ▶ Modernisation du parc hôtelier et financement
- ▶ Développement durable
- ▶ Association nationale des hôteliers/hôtels

Les auteurs du présent document n'ont pas la prétention d'offrir un portrait exhaustif de toutes les initiatives pertinentes des différents parcs hôteliers du monde. Certains pays ont été privilégiés tant pour la pertinence de leurs initiatives que pour des considérations d'accès à l'information. Il s'agit des pays suivants : Australie, Autriche, Danemark, Écosse, France, Irlande, Maroc, Norvège, Royaume-Uni, Suisse, Nouvelle-Zélande.

Ce document contient une série d'hyperliens ([en bleu et surlignés](#)) menant à des sites Internet ou des documents PDF sur les cas de bonnes pratiques retenues.

---

1

## AMÉLIORATION DES STATISTIQUES ET DE LA CONNAISSANCE

### EUROPE

- Production de statistiques présentant à la fois le nombre d'unités et de lits dans les différents segments de l'hébergement touristique. Une approche qui permet de mieux évaluer la réelle taille d'un parc d'hébergement touristique.

NOTE : Actuellement le Québec n'utilise que la référence « unités d'hébergement », qui correspond autant à des chambres, des condos, des chalets ou des lits dans un dortoir ou dans un centre de vacances.

Ainsi un complexe de 10 chalets disposant chacun de 5 chambres avec un lit est comptabilisé actuellement comme 10 unités et non comme 50 unités. À l'autre extrême, un centre de vacances avec 3 dortoirs de 25 lits est considéré comme 75 unités et non comme 3 unités offrant 75 lits.

### FRANCE

- La Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services (ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi) produit mensuellement un document statistique, LE 4 PAGES MENSUEL SUR LA CONJONCTURE HÔTELIÈRE, portant sur la conjoncture hôtelière. Les différents éléments couverts vont de l'évolution des nuitées selon le pays de résidence, à l'évolution du taux d'occupation et des nuitées hôtelières par catégorie d'étoiles en passant par la répartition régionale des six clientèles étrangères les plus importantes. Par rapport au Québec cette approche se distingue par l'intégration de données sur la provenance des clientèles dans les statistiques mensuelles.
- Se référer à l'annexe A, qui présente l'édition de mai 2010.

### QUEENSLAND / AUSTRALIE

- Tourisme Queensland produit des [statistiques mensuelles](#) sur l'hébergement touristique qui tiennent compte des différents types d'établissements (hôtels, motels, appartements avec services, studios, résidences de tourisme) ainsi que des **comparaisons avec les autres états et territoires australiens**.

### NOUVELLE-ZÉLANDE

- Le ministère du Tourisme de ce pays réalise des profils pour l'ensemble de l'hébergement touristique ainsi que pour chacun de ses quatre secteurs: 1) [hôtels](#), 2) [motels](#), 3) « *holiday parks* » et 4) « *backpacker* ». Ces profils vont plus loin que les simples statistiques sur les taux d'occupation, les tarifs ou les revenus. **Ils intègrent des données sur l'offre, la performance par région, la provenance des clientèles, les emplois, la part de marché du secteur en nuitées, la saisonnalité, la durée des séjours, les habitudes de réservation, le type de voyageurs (FIT, tour, forfaits) et les buts des séjours** (voir l'extrait à la page suivante).

ACCOMMODATION | HOTEL SECTOR

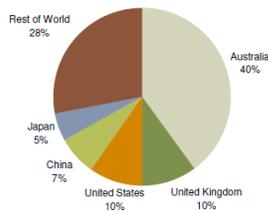
www.tourismresearch.govt.nz 3

CHARACTERISTICS OF HOTEL VISITORS

Where do hotel visitors come from?

Forty percent of international hotel visitors were from Australia, followed by the United Kingdom (10%), United States (10%), China (7%) and Japan (5%) (Figure 10).

Figure 10: Origin of International Hotel Visitors, 2009 <sup>33</sup>



What are the main purposes of travel of hotel visitors?

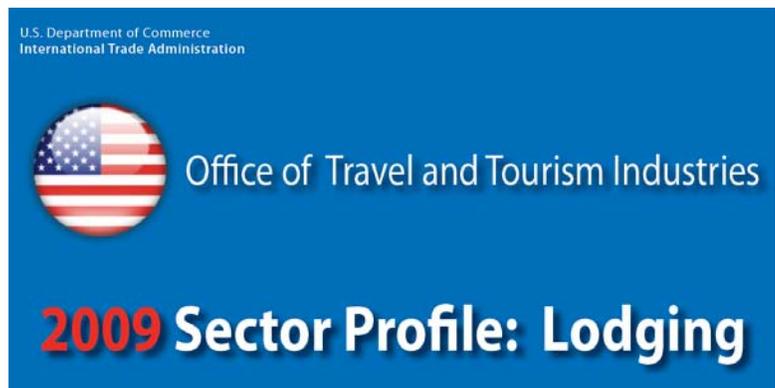
Sixty-three percent of international hotel visitors were on holiday, followed by 20% on business and 13% visiting friends or relatives. Forty-two percent of domestic hotel visitors were on business, followed by holiday (40%) and visiting friends or relatives (15%) (Figure 13).

Figure 13: Hotel Visitors' Purpose of Travel, 2009 <sup>33,4</sup>



ÉTATS-UNIS

- ▶ Le « Office of Travel and Tourism Industries » du Département américain du commerce réalise un **profil des touristes internationaux ayant utilisés les hôtels et les motels du pays à partir des statistiques officielles** (l'équivalent de l'EVI).
- ▶ Ce [profil](#) regroupe des données sur l'évolution de la fréquentation (2002-2009), la provenance des clientèles, les sources d'information utilisées, les buts des voyages, les moyens de transport utilisés, les activités pratiquées durant le voyage et diverses caractéristiques des clientèles (prise de décision, durée du voyage, nombre d'états visités, etc.).



Transportation Used in United States by Those Using Hotel/Motels

Transportation Types Used in United States (multiple response--top 5 of 8)	2008 (Percent)	2009 (Percent)	Point Change (2)
Taxi/Cab/Limousine	48	46	-2.6
Rented Auto	34	33	-0.8
City Subway/Tram/Bus	28	29	1.3
Airlines in U.S.	26	27	0.7
Company or Private Auto	19	20	0.6

## AMÉRIQUE DU NORD

- Recours au Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) et des codes spécifiques aux établissements touristiques tant en [Ontario](#) qu'aux [États-Unis](#) (Voir l'annexe B).

**NOTE :** Le recours généralisé à ces codes faciliterait les comparaisons avec nos voisins immédiats des États-Unis et du reste du Canada. Chacun des codes appropriés devrait être intégré à la base de données du ministère du Tourisme du Québec, ce qui permettrait de produire et de fournir des statistiques beaucoup plus fines. À titre d'exemple, l'utilisation de ces codes permettrait au niveau de l'enquête de l'ISQ de mieux évaluer la performance selon qu'il s'agisse d'un chalet, d'un hôtel, d'une auberge routière, d'un centre de villégiature ou d'un motel.

**Attention :** *il ne s'agit pas ici de modifier la terminologie utilisée pour présenter l'offre aux clientèles (établissements hôteliers, résidences de tourisme, etc.).*

## BENCHMARKING ET MESURE DE LA PERFORMANCE

### AUTRICHE

- Mise en place du **système d'analyse comparative pour l'hôtellerie** « [Webmark Hotellerie](#) ». Ce nouveau système d'analyse comparative en ligne a été mis au point pour permettre à l'hôtellerie autrichienne d'accéder directement aux données et aux principales statistiques relatives à ce secteur et ainsi être mieux outiller pour prendre des décisions stratégiques.
- Il comporte cinq modules fournissant des informations aussi bien quantitatives que qualitatives permettant une comparaison anonyme avec des pairs pour les principaux aspects de l'hôtellerie. Ce système est le fruit d'une initiative conjointe du ministère fédéral de l'Économie et du Travail, des neuf provinces fédérales, de la Division du tourisme et des loisirs de la Chambre économique fédérale autrichienne, de l'Association des hôtels autrichiens et de la Banque du tourisme autrichien. Ces organismes peuvent également l'utiliser pour prendre des décisions.

### SUISSE

- L'étude « [Évolution de la compétitivité-prix de l'hôtellerie suisse de villégiature au niveau international](#) » propose une analyse comparative de la performance des hôtels de villégiature suisses (prix, rentabilité, etc.) par rapport à des hôtels comparables en Italie et en Autriche. Cette étude est réalisée à intervalle de quelques années.
- Hôtellerie Suisse (Association) s'est dotée d'un outil développé par le leader mondial du benchmarking hôtelier, [STR Global](#), afin de comparer sur une base quotidienne, hebdomadaire et mensuelle les taux d'occupation, les prix moyens et le REVPAR avec les chiffres du marché et ceux de groupes de benchmark choisis.

## PLANIFICATION

Depuis une dizaine d'années, plusieurs pays ont procédé à l'analyse de leur parc hôtelier afin d'en évaluer la qualité, de déterminer sa capacité de répondre aux exigences des clientèles ou afin d'en orienter le développement futur. Parmi ceux-ci :

### ÉCOSSE

- ▶ Entre 2002 et 2005, quelques régions de l'Écosse, dont Grampian, ont pu bénéficier d'un audit et d'une analyse de leur parc d'hébergement touristique, afin de le comparer à celui des régions avoisinantes, tant au niveau du type d'établissements, des clientèles, de la classification, du réseau de distribution que des prix. Cet exercice d'analyse soutenu par **Scottish Enterprise** visait aussi à cerner l'adéquation entre l'offre et la demande en hébergement pour les régions ciblées. Ces analyses ont mené à des plans d'actions d'ensemble ayant pour objectif l'amélioration et le maintien du parc hôtelier.
- ▶ [Scottish Development International \(SDI\)](#), dont l'objectif est d'encourager les entreprises étrangères à venir s'implanter en Écosse, propose entre autres sur son site Internet, des opportunités d'investissement et de développement dans [hôtels de villégiature](#), les [spas](#) et [hôtels urbains](#).

### FRANCE

- ▶ Le [schéma directeur de développement hôtelier \(SDH\)](#) du Grand Lyon se présente comme un cadre de référence qui organise, accompagne et encadre le développement hôtelier à l'horizon 2010 par pôles de marché, ainsi que leurs capacités additionnelles. Cet outil d'aménagement du territoire adapté à l'hôtellerie a aussi permis de définir les types de produits hôteliers souhaités dans certains secteurs de la ville et non dans d'autres.

NOTE : Un tel outil pourrait s'avérer utile pour encadrer, par exemple, le développement hôtelier de la Région métropolitaine de Montréal (ou de Québec) afin de tenir compte des différents types d'établissements susceptibles de s'implanter autant sur l'île de Montréal que dans sa périphérie (Laval, Longueuil). Cet exercice de planification pourrait aussi cibler les besoins de rénovation dans certaines zones. En régions, un tel outil géré dans une approche macro permettrait aux établissements de se situer et de connaître les actions à poser afin de s'assurer une place de choix dans leur secteur ou afin de se mettre à niveau.

- ▶ Hôtellerie et Restauration - Évolution de l'offre entre 1997 et 2007 – Un parc en diminution, en phase de rénovation. Ce document (3 pages) présente un portrait de l'offre et de son évolution dans la Région d'Auvergne, mais pause aussi un diagnostic de ses lacunes - ex. déficit d'hôtels 3 et 4 étoiles (se référer à l'annexe C).

## NOUVELLE-ZÉLANDE

- ▶ Implication des hôteliers dans l'atteinte des objectifs de la stratégie nationale du tourisme en leur suggérant de manière simple comment ils peuvent y jouer un rôle au niveau de leurs clients, de leur entreprise, de leur communauté et de l'environnement ([document de 4 pages proposant des recommandations pratico-pratiques](#))

## CLASSIFICATION

### EUROPE

- ▶ HOTREC (*Hotels, Restaurants & Cafés in Europe*) œuvre depuis 2004 à rapprocher les systèmes de classification hôtelières des pays européens et de les rendre comparable. (voir le communiqué à l'annexe D).
- ▶ En 2009, sept pays\* se sont engagés à utiliser des critères de classification quasi identiques et ont mis en place le [Hotelstars Union](#), système commun de classification. Celui-ci est basé sur 21 principes visant à encadrer l'introduction ou la révision des systèmes nationaux et régionaux de classification en Europe. (voir l'annexe E).

\* Suisse, Autriche, Allemagne, Suède, Pays-Bas, République Tchèque et Hongrie

### FRANCE

- ▶ ATOUT FRANCE (l'agence de développement touristique de la France) s'est vu confier le mandat de développer le « [nouveau classement](#) des hébergements touristiques » basé également sur une cote de une à cinq étoiles.
- ▶ Cette nouvelle classification fait encore l'objet de [consultations](#). Les demandes de classification peuvent être faites en ligne ([Plateforme de demande de classement des hébergements touristiques](#)) et les établissements disposent aussi d'un [pré-diagnostic](#).

### NORVÈGE

- ▶ Le [nouveau système de classification](#) développé par la *Norwegian Hospitality Association* met à contribution la clientèle dans l'évaluation du service et fait en sorte que les hôtels doivent devenir plus verts pour obtenir plus d'étoiles.
- ▶ Ce système, basé sur une à cinq étoiles, focalise sur la sécurité, le service et la flexibilité et, **fait distinctif, considère les commentaires des clientèles. Un établissement peut même perdre des étoiles si la clientèle est insatisfaite.**

## MODERNISATION DU PARC HÔTELIER ET FINANCEMENT

### AUSTRALIE

- ▶ L'Association hôtelière de l'Australie a développé le document de référence « [MOTEL MAKEOVER GUIDE: Renovating 3 - 4 star motels in regional Australia](#) » afin d'amener les gestionnaires d'établissements à rénover leur motel en se basant sur des normes et standards répondant aux clientèles d'aujourd'hui. Ce guide regroupe des conseils tant sur les rénovations, le design, l'ameublement, la finition que l'éclairage. Ce document technique fait aussi référence aux exigences du code du bâtiment, au système de classification et à des études de cas.

### FRANCE

- ▶ Le [Prêt Participatif pour la Rénovation Hôtelière](#) est géré par OSÉO, une société d'état intervenant au niveau de l'aide à l'innovation et du financement des entreprises en partenariat, en fonds propres ou en garanties de prêts (Voir l'annexe F).
- ▶ Ce programme privilégie les établissements qui prévoient rénover leur établissement afin de répondre aux nouvelles normes de classification : rénovation, agrandissement, mise aux normes (sécurité, accessibilité), équipement – notamment ceux liés à une démarche de développement durable, formation, documentation, site Internet.
- ▶ Parmi les dépenses financées figurent celles liées à la fermeture éventuelle de l'établissement pendant les travaux. Les montants admissibles doivent se situer entre 40 000 et 300 000 euros et ne sont pas liés à des garanties sur les actifs de l'entreprise, ni à des cautions personnelles du promoteur. Le remboursement du prêt à taux fixe doit se faire sur 7 ans et celui-ci peut être allégé lors des deux premières années (différé du remboursement du capital).
- ▶ De son côté le [Comité pour la Modernisation de l'Hôtellerie Française](#), un organisme autonome et indépendant des pouvoirs publics, a produit un [livre blanc](#) qui met en relief le besoin pressant de moderniser le parc hôtelier français. Ce comité joue un rôle de conseiller, de contributeur et de stimulateur de la modernisation de l'hôtellerie française :
  - promouvoir la modernisation de l'hôtellerie française auprès des pouvoirs publics et institutionnels, de la profession hôtelière et de la clientèle hôtelière et touristique;
  - être un observatoire et une structure de veille sur la situation de l'offre hôtelière française, tant en termes d'évolution que de son adaptation aux attentes de la clientèle;
  - être une force de proposition et de progrès pour moderniser l'hôtellerie française, au travers de ses équipements, de ses méthodes et de son offre en général;
  - mener des actions d'information auprès des décideurs, des collectivités et des institutions pour favoriser le développement des aides techniques et financières à l'hôtellerie française et une réglementation juste, selon les priorités et les besoins qualitatifs pour l'adapter à la demande touristique;

- contribuer à redorer l'image de l'offre touristique et hôtelière de la France;
- réaliser des communications régulières et occasionnelles d'analyses et d'études, via les médias dans le cadre de la modernisation de l'hôtellerie française.



## Vos clients. Nous les avons interrogés.



### Grande étude sur les clientèles hôtelières

Une étude inédite réalisée par Coach Omnium pour le Comité pour la Modernisation de l'Hôtellerie Française

◆ Cahier Premier ◆

Les Habitudes, attentes et comportements d'achat des clientèles hôtelières

L'influence de l'évolution des modes de vie sur l'hôtellerie

## SUISSE

- ▶ La **Loi fédérale sur l'encouragement du secteur de l'hébergement** de la Suisse encadre les interventions de la [Société suisse de crédit hôtelier](#). Par l'entremise de cette Loi des fonds sont disponibles pour maintenir et améliorer la compétitivité et sa durabilité du secteur de l'hébergement : prêts pour la modernisation d'un établissement ou son remplacement, construction de nouveaux établissements d'hébergement; aménagement d'équipements collectifs pour plusieurs établissements d'hébergement et acquisition d'établissements, travaux pour rendre l'établissement plus accessible aux personnes à mobilité réduite. Cette Loi identifie les régions touristiques pouvant bénéficier d'aide financière, soit celles qui correspondent à des territoires où le tourisme est un domaine d'activité essentiel et subit de profondes fluctuations saisonnières.

## ÉTATS-UNIS

- ▶ La ville d'**Hollywood en Floride** a mis en place le [HOTEL IMPROVEMENT PROGRAM \(HIP\)](#). Géré par le *Community Redevelopment Agency* et financé à partir d'une portion du produit de la taxe hôtelière, ce programme cible les petits établissements (auberges, motels, hôtels, gîtes de moins de 50 chambres) de deux secteurs géographiques précis (centre ville et *beach district*). Il vise à rehausser le niveau de qualité de ces derniers. Les établissements admissibles doivent démontrer leur engagement à offrir une expérience de qualité et à atteindre un standard plus élevé (*Superior Small Lodging's Key Acceptable Hospitality Standard Elements*). La subvention est accordée une fois les travaux terminés et peut atteindre un maximum de 250 000 \$ et peut couvrir jusqu'à 50% des coûts d'un projet admissibles.

## DÉVELOPPEMENT DURABLE

### IRLANDE

- ▶ Le [Green Hospitality Programme](#) est un programme de certification environnementale ciblant le secteur hôtelier irlandais, mais aussi maintenant les festivals ainsi que les restaurants. Une de ses initiatives aurait permis à des établissements de sauver jusqu'à 1 000 euros par chambre par année.

### DANEMARK

- ▶ Le regroupement [Carbon neutral /CO2- neutral hotels](#) a été mis en place par le groupe hôtelier *Brochner Hotels*, dont le but est de créer la première chaîne hôtelière carbone neutre.

## ÉTATS-UNIS

- ▶ Le département de l'Environnement du Vermont et le Centre de développement des petites entreprises du Vermont ont mis en place le programme « **Green Hotels in the Green Mountain State** ». Quelque 92 établissements se sont joints à cette initiative depuis son lancement en 1998.

## COMPÉTENCES, RESSOURCES HUMAINES ET MEILLEURES PRATIQUES

### ROYAUME-UNI

- ▶ Soutenu par la « British Hospitality Association », le « [Best Practice Forum](#) » est une alliance stratégique entre 9 associations touristiques en vue de **favoriser la productivité de l'industrie** en fournissant des exemples, des outils et des références sur les meilleures pratiques.

## AUSTRALIE

- ▶ « [Hospitality Training Association \(HTA\)](#) », regroupe la connaissance et l'expérience de cinq associations sectorielles et offre des services spécifiques de formation et de développement des compétences aux cinq secteurs représentés par ces dernières. Il s'agit de : 1) *Hotel Motel & Accommodation Association*; 2) *Clubs Queensland*; 3) *Restaurant & Catering Association of Queensland*; 4) *Liquor, Hospitality & Miscellaneous Union* et 5) *Queensland Hotels Association*.

## ASSOCIATIONS NATIONALES D'HÔTELS OU D'HÔTELIERS

- ▶ Les recherches effectuées dans le cadre du présent mandat ont permis de constater la présence active et le rôle joué par les associations nationales hôtelières dans les pays préoccupés par la qualité du produit et des services offerts aux clientèles ainsi que de leur compétitivité.
- ▶ En plus des rôles normalement tenus par un mouvement associatif (représentation auprès des différentes instances; informations, conseils et assistance; avantages financiers) reconnu et consulté par les partenaires, institutions et sectorielles du milieu, les associations hôtelières nationales deviennent tel, un ordre professionnel, garant de la qualité du parc hôtelier tant au niveau du soutien offert aux hôteliers afin de les accompagner dans le maintien et le dépassement de standards qu'auprès des clientèles qui perçoivent cette affiliation comme une garantie.
- ▶ Le parc hôtelier national devient ainsi un « produit identifié » pour lequel des actions et une promotion d'ensemble permettent de se distinguer face aux compétiteurs. Quelques exemples :

## AUTRICHE

- ▶ L'[Association hôtelière professionnelle d'Autriche](#) est le centre de référence de l'hôtellerie de ce pays. En plus de soutenir les hôteliers dans tous les aspects de leur profession et sphères d'activité, elle fait la promotion du parc hôtelier autrichien dans son ensemble par l'entremise d'une bannière, laquelle implique que les hôteliers doivent respecter certains critères de base.

*"We give you a warm welcome to the First Austrian Hotels: Hospitality is not only an empty word. We guarantee excellent service and try to do our best to make your holiday a truly unforgettable one."*  
[First Austrian Hotels](#)

## MAROC

- ▶ La [Fédération Nationale de l'Industrie Hôtelière](#) participe, entre autres, à la formation du personnel de l'hôtellerie, contribue à assainir l'environnement touristique ainsi qu'à l'organisation de la profession hôtelière. Elle a institué cinq commissions permanentes dont Aménagement et Investissement, Compétitivité, Qualité et Mise à Niveau.

## NOUVELLE-ZÉLANDE

- ▶ Outre les rôles habituels d'un mouvement associatif, [Hotel Association of New Zealand](#) a pour mandat, entre autres, de **participer activement au développement et à l'amélioration du parc hôtelier** en intervenant auprès des différents partenaires et en apportant un **soutien direct aux gestionnaires d'établissements**. Ces derniers s'engagent à respecter un code de conduite. Ce qui a pour effet de confirmer à la clientèle le professionnalisme et l'engagement du secteur à assurer la qualité dans toutes ses sphères d'activités.

## Annexe A:

### Le 4 pages mensuel sur la conjoncture hôtelière



Juillet 2010

# Le 4 Pages mensuel de conjoncture hôtelière

## Résultats de mai 2010 (résultats consolidés)

### En mai 2010, la fréquentation française reste stable alors que les clientèles étrangères confirment leur retour

La fréquentation globale poursuit sa tendance à la hausse amorcée en début d'année. Elle est portée par une forte croissance de la fréquentation étrangère, alors que le nombre de nuitées françaises reste stable au mois de mai. Les hôtels de tourisme ont probablement bénéficié d'un certain nombre de reports de voyages, notamment étrangers, suite à la paralysie du trafic aérien en avril. La forte hausse des clientèles étrangères lointaines a profité aux hôtels haut de gamme en milieu urbain. Par contre, les régions littorales ont pâti d'un calendrier défavorable aux week-ends prolongés.

Selon les derniers résultats de l'enquête de fréquentation hôtelière Insee – DGCS, en termes de nuitées, la fréquentation de l'hôtellerie de tourisme est en hausse de 2,5 % en mai 2010 par rapport à mai 2009. Après trois mois consécutifs de hausse, la fréquentation française est stable. La fréquentation étrangère repart fortement à la hausse avec une croissance de 7,4 % des nuitées. Il faut cependant se souvenir qu'elle avait fortement reculé en mai 2009, conséquence de la crise économique. De plus, la fermeture de l'espace aérien en avril, suite à l'éruption du volcan islandais, a probablement provoqué un phénomène de report des voyages.

#### Forte hausse de la fréquentation des clientèles lointaines

Après un recul au mois d'avril, lié en partie à l'éruption du volcan islandais, la fréquentation étrangère repart à la hausse en mai avec une croissance de 7,4 % des nuitées. Si la fréquentation européenne est en hausse

#### 1. Évolution des nuitées selon le pays de résidence

Pays de résidence	Mai 2010 / mai 2009	Cumul 2010 / cumul 2009 (5 mois)	Poids des clientèles (nuitées de mai 2010)	en %
Total	2,5	1,9	100,0	
France	0,0	2,2	64,6	
Étranger	7,4	1,4	35,4	100,0
Europe	3,7	-1,0	72,6	
dont Royaume-Uni	-10,8	-11,1	14,4	
Italie	-12,2	-0,7	8,5	
Allemagne	10,1	0,7	11,8	
Espagne	11,9	4,0	6,6	
Belgique	1,3	-1,1	7,4	
Pays-Bas	17,5	-5,4	6,3	
Suisse	1,0	-1,8	4,4	
Danemark, Suède, Norvège, Finlande, Islande	18,5	6,9	2,8	
Russie	44,3	23,2	2,5	
Amériques	19,1	6,4	15,5	
États-Unis	10,6	-2,1	10,1	
Amérique centrale et du sud	59,4	38,9	3,6	
Asie/Océanie	17,3	11,1	10,3	
Chine	60,8	34,7	1,6	
Japon	0,8	2,0	3,1	
Proche et Moyen-Orient (y.c. Égypte)	29,8	17,2	1,4	
Autre Asie, Océanie	4,9	9,4	2,8	

Sources : Insee, DGCS, partenaires régionaux - Résultats consolidés

de 3,7 %, la fréquentation des clientèles lointaines (américaines et asiatiques) est particulièrement dynamique.

La reprise de la fréquentation européenne ne concerne pas toutes les clientèles. Les nuitées de la clientèle britannique restent en baisse (-10,8 %). Les Britanniques sont les seuls pour qui la fréquentation ne cesse de diminuer depuis plus d'un an. Alors qu'en mai 2009, leurs nuitées pesaient 17 % des nuitées étrangères, elles ne pèsent plus que 14 % en mai 2010. En cumul sur les cinq premiers mois de l'année, la fréquentation

britannique a reculé de 11,1 %. C'est le recul le plus important des principales clientèles des hôtels de tourisme. La fréquentation italienne est aussi en baisse en mai 2010 par rapport à mai 2009, malgré une reprise amorcée depuis février : les nuitées italiennes sont en repli de 12,2 %. Pour les autres clientèles européennes, la tendance est à la reprise. Les fréquentations allemande et espagnole sont en hausse de respectivement 10,1 % et 11,9 %. Les clientèles du nord de l'Europe sont aussi en forte hausse. On peut supposer que les voyages annulés en avril, à cause de la fermeture de l'espace aérien, ont été pour partie reportés en mai.

## 2. Évolution régionale des nuitées

en %

	Mai 2010 / mai 2009			Contribution à l'évolution totale des nuitées	Cumul 2010 / cumul 2009 (5 mois)			Poids des régions (nuitées mai 2010)
	Total	Français	Étrangers		Total	Français	Étrangers	
<b>France</b>	<b>2,5</b>	<b>0,0</b>	<b>7,4</b>		<b>1,9</b>	<b>2,2</b>	<b>1,4</b>	<b>100,0</b>
Île-de-France	12,1	11,4	12,6	3,79	5,3	8,9	1,9	34,3
Champagne - Ardenne	-1,2	-1,0	-1,7	-0,02	1,9	0,3	6,4	1,4
Picardie	-1,6	-1,3	-2,5	-0,02	-3,6	0,2	-17,8	1,4
Haute-Normandie	-4,0	-1,9	-12,4	-0,06	-3,2	-2,8	-5,6	1,5
Centre	-3,7	-5,1	1,1	-0,12	-2,6	-2,7	-2,1	3,1
Basse-Normandie	-4,7	-6,2	0,8	-0,13	1,8	1,4	4,0	2,6
Bourgogne	4,7	0,3	14,7	0,12	5,2	3,7	9,8	2,7
Nord - Pas-de-Calais	-4,1	-2,4	-8,5	-0,13	-4,4	-2,8	-9,5	2,9
Lorraine	1,8	-1,0	13,5	0,03	0,1	-1,6	8,1	1,9
Alsace	1,0	-3,0	7,4	0,03	-0,4	-2,1	2,8	3,1
Franche-Comté	-0,4	-1,6	6,0	0,00	-1,9	-1,8	-2,3	1,0
Pays de la Loire	-6,8	-6,9	-5,0	-0,22	-0,8	-1,3	5,1	2,9
Bretagne	-5,6	-7,3	5,1	-0,22	-2,1	-2,3	-0,4	3,6
Poitou - Charentes	-10,0	-10,8	0,3	-0,25	-3,5	-3,9	2,4	2,2
Aquitaine	-0,8	-2,2	7,4	-0,03	-0,2	-0,8	4,3	4,4
Midi - Pyrénées	-5,3	-9,3	0,4	-0,29	-1,5	-2,9	2,0	5,0
Limousin	5,9	6,8	-2,6	0,04	2,3	2,9	-5,0	0,7
Rhône - Alpes	1,2	1,0	2,2	0,08	-1,2	-1,3	-1,1	6,6
Auvergne	-1,8	-3,1	12,0	-0,03	2,1	1,6	9,0	1,7
Languedoc - Roussillon	0,0	-1,6	6,7	0,00	1,9	2,5	-0,8	3,9
Provence - Alpes - Côte d'Azur	-1,0	-3,3	3,2	-0,11	5,0	5,8	3,2	11,0
Corse	2,0	7,6	-15,1	0,04	0,2	2,6	-9,1	2,1

Sources : Insee, DGCIS, partenaires régionaux - Résultats consolidés

Ces probables reports de séjours ainsi que la baisse du dollar par rapport à l'euro ont généré une croissance de 10,6 % de la fréquentation américaine. C'est la première fois depuis l'été 2009 que les nuitées américaines sont en hausse. La reprise de la fréquentation des clientèles chinoise, japonaise et moyen-orientale, amorcée depuis le début de l'année 2010, se confirme nettement en mai.

### L'effet calendrier pèse sur la fréquentation française

En mai 2010, la fréquentation touristique croît dans un peu plus d'un tiers des régions. Cette croissance est portée par une fréquentation étrangère dynamique. En effet, celle-ci est en hausse dans 15 régions, alors que la fréquentation française est en hausse dans seulement 5 régions.

L'effet calendrier a eu un impact certain : il y a eu en mai 2010 deux jours fériés de moins qu'en 2009. Cela a pesé sur la fréquentation française, mais cela a aussi généré une hausse de 10 % des nuitées d'affaires. Ce contexte a fortement bénéficié à la région Île-de-France, qui regroupe 35 % des nuitées d'affaires. De plus, cette région est la première destination des clientèles étrangères. Plus de la moitié de ses nuitées sont le fait de ces clientèles.

Les régions de l'Est (Alsace, Lorraine et Bourgogne) ont bénéficié de l'afflux des

clientèles allemande, belge et d'Europe du Nord.

A contrario, dans les régions du littoral ouest ainsi qu'en Paca, la baisse de la fréquentation française est notable en mai.

### Les hôtels en milieu urbain bénéficient fortement de la reprise

En mai 2010, par espace touristique, la croissance de la fréquentation hôtelière est la plus forte pour les établissements en milieu urbain. Le nombre de nuitées y a augmenté de 6,1 %. Cette croissance s'explique par la structure de la clientèle : d'une part, plus de la moitié des nuitées de cet espace sont des nuitées étrangères, et d'autre part, les hôtels en milieu urbain recueillent les trois quarts des nuitées d'affaires qui, sur ce segment, sont en hausse de 11,3 %.

L'effet calendrier a pesé sur le littoral où la fréquentation française est en baisse de 4,9 %. A contrario, la clientèle étrangère y est en hausse de 1,9 %. On retrouve les étrangers sur le littoral aquitain et breton, ainsi que sur les côtes du Languedoc-Roussillon. Par contre, la fréquentation en zone de montagne est en baisse, aussi bien pour les touristes français que pour les touristes étrangers.

### La hausse du taux d'occupation est plus forte pour le haut de gamme

En mai 2010, le taux d'occupation des hôtels de tourisme, toutes catégories confondues, s'établit à 62,5 %, soit 2,1 points de plus qu'en mai 2009. Cette hausse concerne toutes les catégories d'hôtels sauf les une étoile dont le taux d'occupation reste stable.

La croissance du taux d'occupation est plus marquée pour le haut de gamme : les trois étoiles affichent un taux d'occupation de 64,3 %, soit une croissance de 3,5 points ; elle est de 7,6 points pour les quatre étoiles et quatre étoiles luxe, avec un taux de 70 %. Ces bons résultats sont la conjugaison du retour des clientèles étrangères lointaines, qui favorisent le haut de gamme pour leur hébergement, et de la hausse des nuitées d'affaires qui représentent 40 % des nuitées de ces catégories d'hôtels.

Les autres catégories d'hôtels ont adapté leur offre en chambres à la demande, ce qui leur permet d'avoir un taux d'occupation stable ou en hausse.

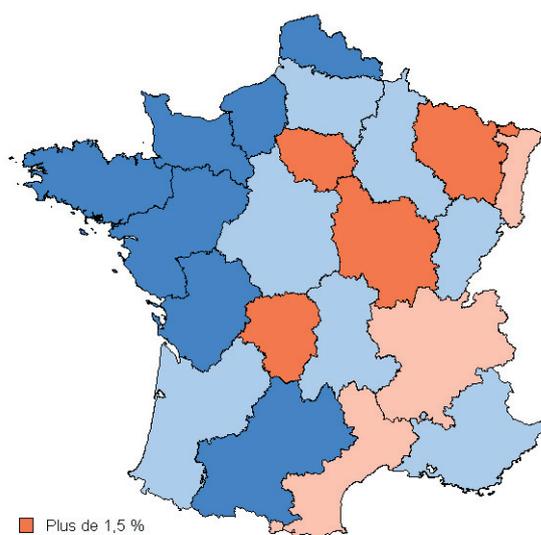
En cumul sur les cinq premiers mois de l'année, le taux d'occupation s'établit à 54,9 %, soit une croissance de 0,8 point par rapport à la même période 2009. Il augmente particulièrement pour les hôtels haut de gamme (trois étoiles, quatre étoiles et quatre étoiles luxe).

**Brigitte DOGUET**

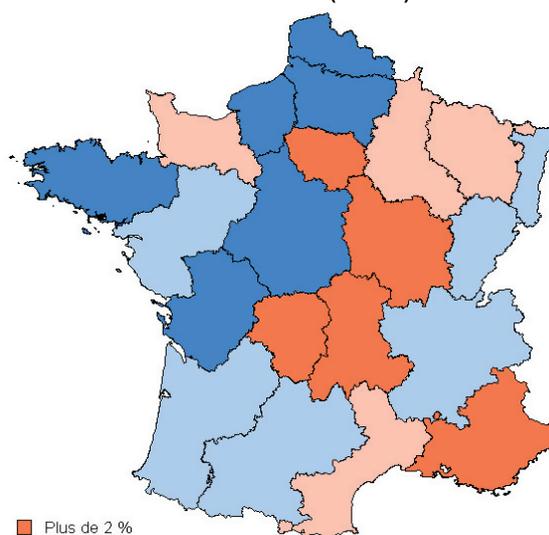
## Évolution du nombre de nuitées dans les régions

Mai 2010 / mai 2009

Cumul 2010 / cumul 2009  
(5 mois)



■ Plus de 1,5 %  
■ De 0 à 1,5 %  
■ De -4 à 0 %  
■ Moins de -4 %



■ Plus de 2 %  
■ De 0 à 2 %  
■ De -2 à 0 %  
■ Moins de -2 %

Sources : Insee, DGCIS, partenaires régionaux

### 3. Répartition régionale des six clientèles étrangères les plus importantes (en termes de nuitées)

en % des nuitées par région en mai 2010

<b>Royaume-Uni</b>	Île-de-France 41,9	PACA 13,0	Nord - Pas-de-Calais 7,9	Midi - Pyrénées 3,5	Basse- Normandie 3,5	Aquitaine 3,2	Autres 27,0
<b>Allemagne</b>	Île-de-France 40,0	PACA 13,3	Alsace 8,7	Midi - Pyrénées 6,1	Rhône - Alpes 5,5	Bourgogne 4,1	Autres 22,3
<b>États-Unis</b>	Île-de-France 68,2	PACA 12,8	Basse- Normandie 2,8	Midi - Pyrénées 2,8	Centre 2,4	Rhône - Alpes 2,1	Autres 8,9
<b>Italie</b>	Île-de-France 43,9	Midi - Pyrénées 18,9	PACA 15,1	Alsace 3,8	Rhône - Alpes 3,0	Languedoc - Roussillon 2,8	Autres 12,5
<b>Belgique</b>	Île-de-France 28,6	PACA 9,2	Alsace 8,2	Midi - Pyrénées 6,3	Bourgogne 5,5	Nord - Pas-de-Calais 5,5	Autres 36,6
<b>Espagne</b>	Île-de-France 67,2	Midi - Pyrénées 8,1	PACA 5,7	Languedoc - Roussillon 3,8	Aquitaine 3,7	Rhône - Alpes 2,4	Autres 9,2

Sources : Insee, DGCIS, partenaires régionaux - Résultats consolidés

### 4. Évolution et poids des nuitées par espace touristique en mai 2010

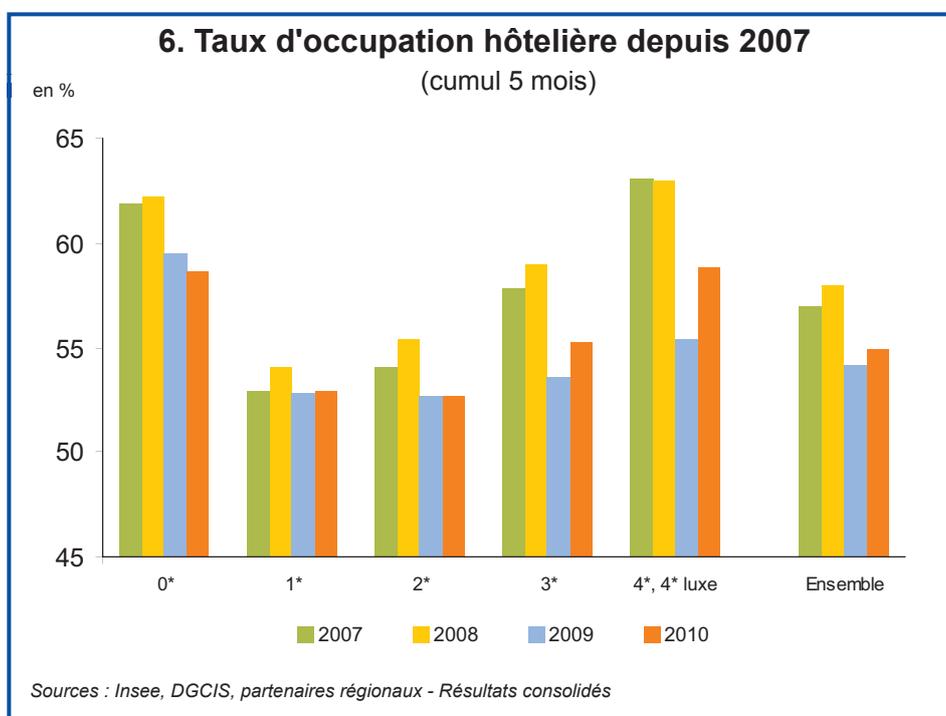
	Évolution des nuitées (en %)			Poids des nuitées mai 2010 (en %)
	Total	Françaises	Étrangères	
Littoral	-3,1	-4,9	1,9	18,6
Montagne	-8,3	-7,7	-10,5	3,8
Rural	-3,2	-5,0	2,6	12,2
Urbain	6,1	3,8	9,8	65,4

Sources : Insee, DGCIS, partenaires régionaux - Résultats consolidés

## 5. Évolution du taux d'occupation et des nuitées hôtelières par catégorie

Catégories d'hôtels	Taux d'occupation				Nuitées	
	Mai 2010 (en %)	Évolution mai 2010 / mai 2009 (en points)	Cumul 5 mois (en %)	Évolution cumul 2010 / cumul 2009 5 mois (en points)	Évolution mai 2010 / mai 2009 (en %)	Évolution cumul 2010 / cumul 2009 5 mois (en %)
0 étoile	65,3	0,9	58,7	-0,8	0,5	-1,1
1 étoile	57,4	0,0	52,9	0,2	-3,4	-1,3
2 étoiles	59,2	0,3	52,7	0,0	-0,9	-0,1
3 étoiles	64,3	3,5	55,3	1,6	4,4	3,5
4 étoiles, 4 étoiles luxe	70,0	7,6	58,9	3,5	15,1	10,7
<b>Ensemble</b>	<b>62,5</b>	<b>2,1</b>	<b>54,9</b>	<b>0,8</b>	<b>2,5</b>	<b>1,9</b>

Sources : Insee, DGCIS, partenaires régionaux - Résultats consolidés



### Source

L'enquête de fréquentation hôtelière est effectuée mensuellement auprès des hôtels classés tourisme et des hôtels de chaînes non classés. Elle est réalisée en partenariat entre l'Insee et la DGCIS et bénéficie dans la plupart des régions d'une extension d'échantillon, financée par les partenaires locaux du tourisme.

Les hôtels classés ou homologués tourisme sont, depuis l'arrêté du 14 février 1986 répartis dans six catégories de 0 à 4 étoiles luxe. Le nouveau classement hôtelier, qui résulte de la loi du 22 juillet 2009 n'est pas encore utilisé pour définir les catégories d'hôtels dans l'enquête Fréquentation hôtelière.

### Définitions

Nuitées : nombre total de nuits passées par les clients dans un hôtel ; ainsi, un couple séjournant trois nuits consécutives dans un hôtel correspondra à six nuitées, de même que six personnes ne séjournant qu'une seule nuit.

Taux d'occupation : rapport obtenu en divisant le nombre de chambres occupées par le nombre de chambres « effectivement » disponibles (en excluant les fermetures saisonnières).

**Directeur de la publication**  
**Luc Rousseau**

Rédacteur en chef  
*François Magnien*  
Secrétaire de rédaction  
*Gilles Pannetier*  
Composition par PAO  
*Nathalie Palous*

**Direction générale de la compétitivité,  
de l'industrie et des services**

## Annexe B:

### Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN)

#### 721191 Gîtes touristiques

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale consiste à offrir de l'hébergement de courte durée dans les installations qu'il est convenu d'appeler gîtes touristiques. Ces établissements fournissent des chambres d'hôtes dans des maisons privées ou dans de petits immeubles transformés à cette fin et ont souvent un cachet unique ou historique. Les gîtes touristiques se caractérisent par un service très personnalisé et par l'inclusion dans le prix de la chambre d'un petit déjeuner complet servi par le propriétaire ou par le personnel sous la direction du propriétaire.

#### 721192 Chalets et cabines sans services

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale consiste à offrir de l'hébergement de courte durée dans les installations qu'il est convenu d'appeler chalets et cabines sans services. Ces établissements sont destinés à héberger les vacanciers et peuvent donner accès à des plages privées ou à des installations de pêche.

**Exclusion(s):**

Établissements dont l'activité principale consiste :

- à exploiter des camps de chasse et de pêche (721212, Camps de chasse et de pêche)
- à offrir de l'hébergement assorti d'activités de loisirs organisées autour d'un thème particulier (721213, Camps récréatifs et de vacances (sauf de chasse et de pêche))

#### 721111 Hôtels

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale consiste à offrir de l'hébergement de courte durée dans les installations qu'il est convenu d'appeler hôtels. Ces établissements offrent des suites ou des chambres dans des bâtiments à niveaux multiples ou dans des immeubles de grande hauteur accessibles uniquement par l'intérieur et ils offrent généralement aux clients une gamme de services complémentaires et de commodités, notamment des services de restauration, un stationnement, des services de blanchisserie, des piscines et des salles de culture physique, des installations pour les conférences et les congrès.

**Exclusion(s):**

- les hôtels situés en zone non urbaine à proximité de lacs, de rivières, de montagnes ou de plages et caractérisés par un accès à de nombreuses activités de loisirs à l'intérieur et en plein air (721113, Centres de villégiature)
- les hôtels dotés d'un casino sur place (721120, Hôtels-casinos)

#### 721112 Auberges routières

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale consiste à offrir de l'hébergement de courte durée dans les installations qu'il est convenu d'appeler auberges routières. Ces établissements sont destinés à héberger les clients qui voyagent en véhicules automobiles et offrent des suites pour de courts séjours ou des chambres dans des bâtiments de faible hauteur qui se caractérisent par de grands espaces de stationnement pratiques, un accès intérieur aux chambres et une localisation sur les grandes routes. Ces établissements peuvent également offrir une gamme restreinte de services complémentaires et de commodités.

**Exclusion(s):**

- les établissements similaires dotés d'un accès extérieur aux chambres et d'espaces de stationnement adjacents à l'entrée des chambres (721114, Motels)

### 721113 Centres de villégiature

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale consiste à offrir de l'hébergement de courte durée dans les installations qu'il est convenu d'appeler centres de villégiature. Ces établissements offrent, sur place et à l'année, de nombreuses activités de loisirs à l'intérieur ou en plein air. Les centres de villégiature sont destinés à héberger les vacanciers et offrent des suites et des chambres à service complet, généralement dans un milieu non urbain à proximité de lacs, de rivières ou de montagnes. Les établissements de cette nature donnent souvent accès à des installations servant à la tenue de conférences.

**Exclusion(s):**

- les établissements offrant des services d'hébergement axés sur une activité de loisirs particulière et saisonnière (7139, Autres services de divertissement et de loisirs)
- les établissements combinant des services d'hébergement et des services de loisirs dans des installations assimilables à des camps (72121, Parcs pour véhicules de plaisance et camps de loisirs)

### 721114 Motels

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale consiste à offrir de l'hébergement de courte durée dans les installations qu'il est convenu d'appeler motels. Ces établissements sont destinés à héberger les clients qui voyagent en véhicules automobiles et offrent des suites pour de courts séjours ou des chambres dans des bâtiments d'un ou de deux étages qui se caractérisent par un accès extérieur aux chambres et de grands espaces de stationnement adjacents à l'entrée des chambres. Ces établissements peuvent également offrir une gamme restreinte de services complémentaires et de commodités.

**Exclusion(s):**

- les établissements similaires dotés d'un accès intérieur aux chambres (72112, Auberges routières)

### 72112 Hôtels-casinos

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à offrir de l'hébergement de courte durée dans des hôtels dotés d'un casino sur place. Les casinos se caractérisent par l'exploitation de tables de jeu et peuvent offrir d'autres activités de jeu comme les machines à sous et les paris sportifs. Ces établissements fournissent généralement une gamme de services et de commodités, notamment des services de restauration, des spectacles, un service voiturier, des piscines et des installations pour les conférences et les congrès.

**Exclusion(s):**

- les casinos autonomes (71321, Casinos (sauf hôtels-casinos))
- les hôtels et motels offrant une gamme restreinte d'activités de jeu, notamment les machines à sous, mais n'exploitant pas un casino sur place (72111, Hôtels et motels (sauf les hôtels-casinos))

### 721212 Camps de chasse et de pêche

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale est l'exploitation de camps de chasse et de pêche. Ces établissements offrent une gamme de services, notamment l'accès à des camps éloignés ou des cabines sans services, des repas et des guides; ils peuvent également fournir le transport jusqu'aux installations et vendre de la nourriture, des boissons et des fournitures de chasse et de pêche.

### 721213 Camps récréatifs et de vacances (sauf de chasse et de pêche)

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale est l'exploitation de camps récréatifs d'hébergement comme les camps pour enfants, les camps de vacances familiaux et des camps d'aventure en plein air qui offrent des randonnées équestres, des descentes en eau vive, des excursions pédestres et des activités similaires. Ces établissements fournissent des installations d'hébergement comme les cabines et les terrains de camping fixes ainsi que d'autres commodités, notamment des services de restauration, des installations et de l'équipement récréatifs ainsi que des activités de loisirs organisées.

**Exclusion(s):** Établissements dont l'activité principale est :

- l'exploitation de camps éducatifs comme les camps sportifs, les camps de beaux-arts et les camps d'informatique (61, Services d'enseignement)
- l'exploitation de camps de jour pour enfants, sauf les camps éducatifs (713990, Tous les autres services de divertissement et de loisirs)

### 72131 Maisons de chambres et pensions de famille

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale est l'exploitation de maisons de chambres, de pensions de famille et d'installations similaires. Ces établissements offrent des logements temporaires ou de longue durée qui, pour la durée de l'occupation, peuvent servir de résidence principale. Ces établissements peuvent également fournir des services complémentaires comme les services d'entretien ménager, de repas et de blanchisserie.

### 721211 Parcs pour véhicules de plaisance et campings (ÉU)

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale est l'exploitation de terrains, avec ou sans services, destinés à héberger les campeurs et leur équipement, notamment les tentes, les tentes remorques, les roulottes et les véhicules de plaisance. Ces établissements peuvent donner accès à diverses installations comme des toilettes, des buanderies, des centres et des équipements récréatifs, des magasins et des casse-croûte.

**Exclusion(s)** : Établissements dont l'activité principale est :

- l'exploitation de terrains résidentiels de maisons mobiles (531190, Bailleurs d'autres biens immobiliers)
- l'exploitation d'installations de loisirs sans services d'hébergement (713, Divertissement, loisirs et jeux de hasard et loteries).

### 721198 Tous les autres services d'hébergement des voyageurs

Cette classe canadienne comprend les établissements qui ne figurent dans aucune autre classe canadienne et dont l'activité principale consiste à offrir de l'hébergement de courte durée.

Source : Statistiques Canada [http://www.statcan.gc.ca/cgi-bin/imdb/p3VD\\_f.pl?Function=getPVHDesc&lang=fr&db=imdb&adm=8&dis=2&VDTop=57614&CItemid=57616&CValue=721&CStart=01031998&PItemid=57615](http://www.statcan.gc.ca/cgi-bin/imdb/p3VD_f.pl?Function=getPVHDesc&lang=fr&db=imdb&adm=8&dis=2&VDTop=57614&CItemid=57616&CValue=721&CStart=01031998&PItemid=57615)

## Annexe C:

### Auvergne / Un parc en diminution en phase de rénovation



# HÔTELLERIE RESTAURATION



Évolution de l'offre entre 1997 et 2007 en Auvergne

## Un parc en diminution en phase de rénovation



Le secteur de l'hôtellerie et restauration occupe une position majeure dans l'économie régionale (plus de 7% du PIB régional en 2007 selon la Direction du Tourisme). Sur les dix dernières années, son parc a subi de profondes mutations.

### L'offre hôtelière



L'offre hôtelière a **diminué de près de 30% en dix ans**, et représente, au 31/12/2007, 975 établissements pour 18 131 chambres. Ce phénomène a été particulièrement important dans les villes d'eau et dans l'Allier, traduisant, par là, un déclin de l'activité thermale.



L'hébergement auvergnat affiche un **déficit marqué d'hôtels haut de gamme (3 et 4 étoiles) par rapport aux moyennes nationales**. Ces catégories sont pourtant les seules à avoir augmenté de 1997 à 2007. Les hôtels 2 étoiles restent toutefois encore largement majoritaires (51% des chambres).



L'amélioration du niveau d'équipement sanitaire des chambres et de l'accessibilité aux personnes handicapées, traduit un réel effort de modernisation et de mise aux normes.



Le renforcement du parc hôtelier urbain et le **développement des équipements pour les réunions et séminaires** illustrent l'émergence d'un tourisme d'affaires.



### L'offre de restauration

Le secteur de la restauration a considérablement évolué entre 1997 et 2007.

**Le nombre de restaurants classiques s'est fortement renforcé, compensant une partie des nombreuses fermetures de restaurants d'hôtels.** Les villes d'eau sont l'exemple le plus frappant de cette tendance.

L'offre de restauration	RESTAURANTS			PLACES ASSISES		
	1997	2007	Variation	1997	2007	Variation
ALLIER	739	669	↘9%	45 104	40 540	↘10%
CANTAL	504	466	↘8%	37 095	33 680	↘9%
HAUTE-LOIRE	496	487	↘2%	33 069	31 292	↘5%
PUY-DE-DÔME	1 305	1 234	↘5%	87 563	82 858	↘5%
AUVERGNE	3 044	2 856	↘6%	202 831	188 370	↘7%

Les restaurants restent majoritairement implantés en milieu rural, malgré une baisse de leur nombre. Cependant, les zones urbaines sont les seules à avoir renforcé leur offre de restauration sur ces dix dernières années, répondant ainsi à de nouveaux modes de consommation.

Le parc d'hôtellerie et restauration a subi de profondes mutations. Sur les dix dernières années, les acteurs économiques de ce secteur ont réalisé de nombreux efforts, pour répondre aux exigences des dernières réglementations, mais aussi aux nouvelles attentes des consommateurs. Ces actions sont toutefois à poursuivre...

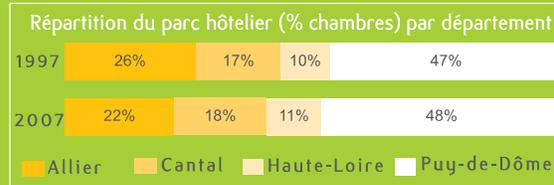


# H Ô T E L

## Le Puy-de-Dôme : département dominant

Le département du Puy-de-Dôme concentre **près de la moitié de l'offre hôtelière de la région**. La zone touristique Clermont-Volcans représente à elle seule 25% du parc régional.

Si la capacité d'hébergement des départements du Cantal et de la Haute-Loire demeure sensiblement la même en pourcentage, celle de l'Allier perd en revanche quatre points sur ces 10 dernières années. Le parc hôtelier de l'Allier reste malgré tout au deuxième rang régional.



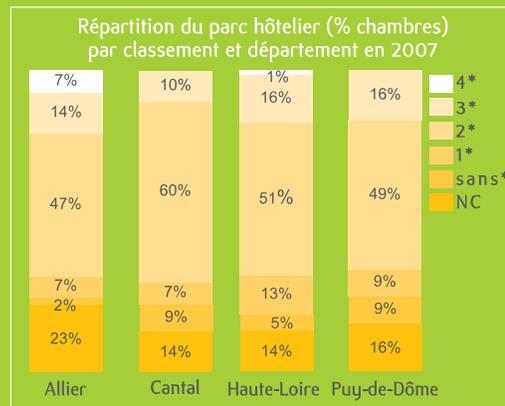
## Un déficit d'hôtels 3\* et 4\*...

En 2007, la part des **hôtels 3 et 4 étoiles** en Auvergne est bien inférieure à la moyenne nationale, représentant seulement **20% de l'offre classée, contre près de 40% en France** (sources INSEE, Direction du Tourisme).

Au 31/12/2007, le Cantal ne dispose pas d'hôtel 4 étoiles et le Puy-de-Dôme en compte un seul. Les 2 étoiles sont en revanche majoritaires en Auvergne, représentant plus de 60% de l'offre d'hébergement classée, contre 44% au niveau national (sources INSEE, Direction du Tourisme).

**L'Allier est le département proposant le niveau de gamme le plus élevé :**

- 27% de l'offre classée du département est constituée de 3 et 4 étoiles.
- il concentre près de 60% des 4 étoiles de la région.

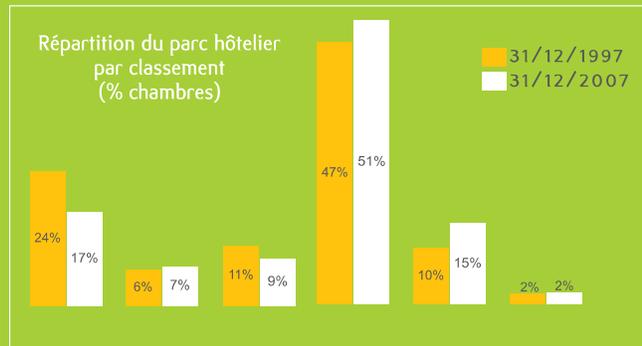


## ... malgré une progression de classements

Les hôtels classés 3 et 4 étoiles sont les seuls à avoir connu une progression sur ces dix dernières années en Auvergne. Avec près de 3 000 chambres en 2007, ils représentent 20% de l'offre, contre 15% dix ans auparavant.

L'augmentation de ces catégories a été enregistrée dans l'ensemble des départements de la région, à l'exception de l'Allier, qui a vu son parc diminuer quel que soit le niveau de classement.

L'amélioration du niveau de confort du parc auvergnat se traduit également par la **baisse des établissements non classés dans tous les départements**. Leur part en nombre de chambres a diminué de 7 points en 10 ans.



## Les villes d'eau les plus touchées

Sur les dix dernières années, ce sont les villes d'eau qui ont enregistré la **plus forte diminution de leur parc hôtelier (-50%)**, tout classement confondu. Le poids de l'hôtellerie thermale en Auvergne s'est ainsi nettement réduit, passant de 36% à **25% de l'offre régionale**.

La fermeture des établissements n'ayant pu se mettre aux normes explique notamment cette tendance.

Les deux départements les plus touchés au niveau thermal sont le Puy-de-Dôme et surtout l'Allier, où l'hôtellerie est portée par les villes d'eau (près de 50% de l'offre du département).

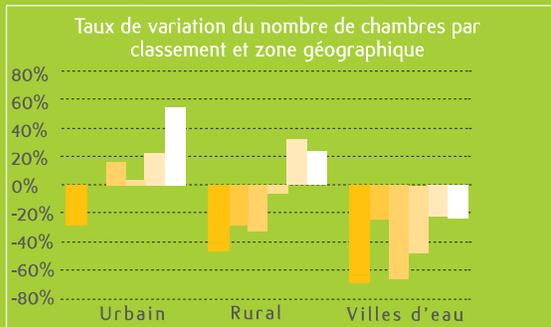
Évolution du nombre de chambres par zone géographique

	1997	2007	Variation
Urbain	5 238	5 287	↗1%
Rural	10 530	8 363	↘21%
Villes d'eaux	9 029	4 481	↘50%

# L E R I E



## Un renforcement de l'offre en zone urbaine



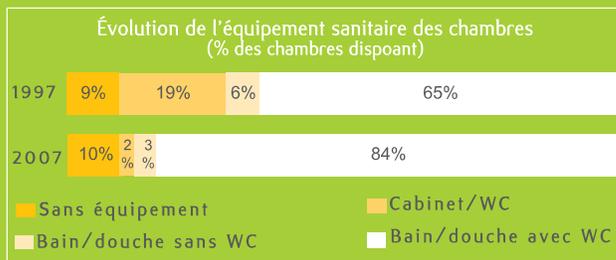
Hormis pour les établissements non classés, **les communes urbaines sont les seules à avoir maintenu leur capacité hôtelière**. Cette tendance est amplifiée dans le département du Puy-de-Dôme, qui concentre le plus de territoires urbains (+9% de chambres).

Une demande d'hébergement croissante dans les unités urbaines, ainsi que le développement des chaînes hôtelières, concourent à ce renforcement.

Une baisse est en revanche observée au niveau de l'offre d'hébergement en zones rurales (-21%), à l'exception de celle des hôtels 3 et 4 étoiles.

## Un meilleur niveau d'équipement sanitaire

En dix ans, le niveau d'équipement sanitaire privatif des chambres a nettement progressé. **Le taux de chambres avec un équipement sanitaire complet (bain ou douche avec WC) a gagné presque 20 points (65% → 84%)** sur la période 1997-2007.

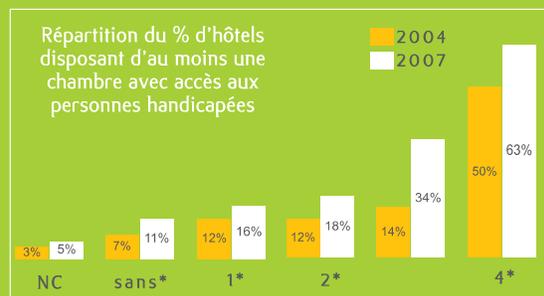


Cette tendance est confirmée quel que soit le classement hôtelier. A noter, toutefois, que plus de 50% des chambres des hôtels non classés ne disposent encore que d'un équipement sanitaire partiel.

Les politiques de mise aux normes et les fermetures d'établissements insuffisamment équipés expliquent cette tendance et devraient permettre de continuer à améliorer ce niveau de confort.

## L'accès aux personnes handicapées se met en place

La loi du 11 février 2005 a rendu obligatoire l'accès aux établissements recevant du public à toute personne handicapée. Un délai de dix ans a été fixé aux établissements existants pour appliquer cette nouvelle réglementation.



En Auvergne, les premières retombées de la loi sont à noter. Entre 2004 et 2007, le pourcentage d'hôtels disposant d'au moins une chambre avec accès handicapé est passé de 9% à 15%. **Le nombre de chambres équipées a aussi progressé de près de 50%.**

Au 31/12/2007, 143 hôtels disposent d'au moins une chambre avec accès handicapé, soit 281 chambres équipées au total. Ce phénomène reste donc encore insuffisant et un effort important devra être réalisé pour parvenir au niveau imposé par la nouvelle réglementation.

## Un tourisme d'affaires émergent

Selon de nombreux spécialistes, le tourisme d'affaires est un atout majeur pour l'économie d'un territoire. Dans les années à venir, il devrait être amené à s'intensifier via le développement d'infrastructures et de capacités d'accueil appropriées.

Évolution de l'équipement des hôtels pour l'accueil de réunions ou de séminaires

	2004	2007
% d'hôtels ayant au moins une salle de réunion	32%	35%
Nombre total de salles de réunion	285	343
Capacité totale d'accueil des groupes (en nombre de personnes)	9 437	12 157
% d'hôtels disposant d'équipements spécifiques pour séminaires	11%	14%

La région Auvergne semble suivre cette évolution. **Le renforcement de l'hôtellerie urbaine contribue à un meilleur accueil des voyageurs d'affaires**, que ce soit à titre individuel, ou dans le cadre de foires, salons ou congrès.

D'autre part, **l'amélioration de l'équipement des hôtels, pour accueillir des réunions ou séminaires d'entreprises**, confirme l'existence d'un réel marché.

## Annexe D:

### HOTREC / Communiqué sur l'Hotelstars Union



PRESS RELEASE 2010/01

## Hotelstars Union

### Successful start of harmonised classification criteria

### Website [www.hotelstars.eu](http://www.hotelstars.eu) now available in six languages

(Berlin, 23 February 2010) On the occasion of their first meeting in 2010, the members of the Hotelstars Union drew a first conclusion on the successful implementation of their harmonised hotel classification criteria. Since January 2010, the common catalogue of criteria is used in Austria, Czech Republic, Germany and Sweden. Hungary, the Netherlands and Switzerland will follow in the course of this year. Under the patronage of HOTREC – Hotels, Restaurants & Cafés in Europe – the Hotelstars Union was founded on the 14<sup>th</sup> of December 2009 in Prague to provide hotel guests with harmonised classification systems.

The guests benefit from a transnational, reliable guidance in their choice of a hotel – be it for a family holiday or a business trip. To make access to information on hotelstars in Europe as easy as possible, the Hotelstars Union already launched the website [www.hotelstars.eu](http://www.hotelstars.eu) in English language. At their Berlin meeting, representatives of the seven founding members of the Hotelstars Union activated with Czech, French, German, Italian and Swedish further language versions to optimise their offer.



From left to right: Václav Stárek (Czech Republic), Luzius Kuchen (Switzerland), Markus Luthe (Germany), Klára Zachariášová (Czech Republic), Thomas Allemann (Switzerland), Andrea Kopócsy (Hungary), Dr. Klaus Ennemoser (Austria), Lizzie Herzog (Germany), Rikard Bergsten (Sweden), István Kovács (Hungary), Hans van der Kooij (Netherlands), Matthias Koch (Austria), Dániel Makay (HOTREC).

The common hotel classification is based on a total of 270 single criteria; a combination of minimum criteria per category and facultative criteria are to be met to collect the required points. These criteria were developed on the basis of representative guest surveys and therefore match the expectations and requirements of the guests. Accordingly, the catalogue of criteria puts emphasis on the areas of quality management, wellness and sleeping comfort. The hotelstars of the partnership contain a link between the real hotel product and its virtual image on the internet, too.

**Your person of contact:**

Markus Luthe  
Chief Executive Officer  
German Hotel Association (IHA)  
Am Weidendamm 1A  
10117 Berlin  
Germany  
Phone: +49 30 59 00 99 690  
Fax: +49 30 59 00 99 699  
[office@hotellerie.de](mailto:office@hotellerie.de)  
[www.hotelstars.eu](http://www.hotelstars.eu)

## Annexe E :

### Les 21 principes HOTREC de la classification des hôtels en Europe

111, boulevard Anspach - boîte 4  
B-1000 Bruxelles - Belgique  
Tel. : 32 2 513 63 23  
Fax : 32 2 502 41 73  
e-mail : [main@hotrec.org](mailto:main@hotrec.org)  
[www.hotrec.eu](http://www.hotrec.eu)

AISBL

**HOTREC**  
Hotels, Restaurants & Cafés in Europe

D-0709-342-DM-de

## Classification des hôtels en Europe

*Les 21 principes HOTREC régissant la mise en place/ révision des systèmes nationaux et régionaux de classification des hôtels en Europe*

Approuvés par l'Assemblée générale d'HOTREC  
réunie à Barcelone le 6 novembre 2009

\* \* \*

1. Les systèmes de classification s'engagent à fournir aux clients des **informations exactes et rigoureuses**.
2. Les systèmes de classification publient un résumé et une liste exhaustive de leurs critères pour leurs clients via le site [www.hotelstars.org](http://www.hotelstars.org), au minimum en anglais et dans la langue du pays.
3. Les informations concernant la catégorie d'étoiles de chaque hôtel et le système de référence sont communiquées en toute transparence à la clientèle.
4. Les systèmes de classification sont conformes aux prescriptions légales.
5. Pour toutes les catégories, les systèmes de classification donnent des garanties sur la propreté des hôtels et leur état d'entretien.
6. Les systèmes de classification encouragent l'utilisation des outils de gestion de la qualité.
7. **Les tours-opérateurs et agences de voyage ainsi que les plateformes de réservation et d'évaluation** sont invités à utiliser la classification officielle à côté de leur propre classification lorsqu'ils en ont une.
8. Les systèmes de classification veillent à ce que l'on fournisse aux tours-opérateurs, aux agences de voyage et aux plateformes de réservation et d'évaluation des **données fiables et actualisées**.
9. Il est attribué **entre 1 et 5 étoiles**.

## Annexe F:

### Le Prêt Participatif pour la Rénovation Hôtelière d'OSÉO (France)

# PRÊT PARTICIPATIF POUR LA RÉNOVATION HÔTELIÈRE

CSE0 – Document non contractuel – Réf. : 8200-02 – Mai 2009  
Ce document est imprimé sur du papier fabriqué à 100 % à base de fibres provenant de forêts gérées de manière durable et équitable ou contrôlées (certifications FSC et PEFC), dans une usine certifiée ISO 14001 & EMAS

## Exemple

**Hôtel-Restaurant de Tourisme, 20 chambres, 2 étoiles**

**Prix moyen chambre 50 € porté à 55 €**

**Taux d'occupation passant de 55 à 60 %**

### Plan de financement (en k€)

#### Coût de l'investissement de rénovation

• 15 k€ par chambre soit pour 20 chambres	300
• Frais liés à la fermeture pour travaux	75
• Coût total de la rénovation	<b>375</b>

#### Financement

• PPRH 7 ans dont 2 ans de différé d'amortissement	120
• Prêts bancaires 7 ans	240
• Autofinancement	15
• Total financement	<b>375</b>

Année	N	N+1	N+2	N+3
Chiffres d'affaires	402	200	480	500
Charges de remboursement des emprunts	0	49	49	70
dont PPRH		6	6	27
dont prêts bancaires		43	43	43
Résultat Brut d'Exploitation	+ 101	- 47	+ 120	+ 99

La prise en compte des 75 k€ de coûts fixes d'exploitation supportés par l'entreprise sans contrepartie de chiffre d'affaires pendant la durée des travaux permet de couvrir le RBE négatif de l'année N+1.

#### CONTACT

- L'interlocuteur OSEO dans votre région (à consulter sur [oseo.fr](http://oseo.fr)),
- votre banque,
- votre syndicat professionnel.

**oseo.fr**

Vous exploitez un hôtel (hôtel bureau, hôtel restaurant, indépendant ou franchisé).

Votre entreprise\* est bénéficiaire et en croissance.

Vous souhaitez rénover votre établissement et bénéficier des nouvelles normes de classement.

Pour financer votre programme d'investissements, y compris les dépenses\*\* liées à la fermeture éventuelle de l'établissement pendant les travaux, OSEO a créé le **Prêt Participatif pour la Rénovation Hôtelière (PPRH)**.

Les établissements situés dans les aires urbaines de moins de 500 000 habitants et dont le classement après programme n'excédera pas 3 étoiles, bénéficient d'un taux privilégié grâce au partenariat entre la Caisse des Dépôts et OSEO.

## DÉPENSES FINANCÉES

- Travaux de rénovation, d'extension,
- Travaux de mise aux normes de sécurité et d'accessibilité,
- Equipement, mobilier, matériel, et notamment ceux liés à une démarche de Développement Durable,
- Dépenses liées au service au client\*\* : formation, documentation commerciale, site Internet, etc.

(\*) De plus de 3 ans et respectant la définition européenne de la PME.

(\*\*) Dans la limite de 25 % des travaux.

### **DE 40 000 À 300 000 EUROS POUR FINANCER VOTRE PROJET**

- Vous pouvez emprunter entre **40 000** et **300 000 euros**.
- Incluant pour les hôtels éligibles\*, la formule **PPRH à taux privilégié\*\***, dans la limite de **120 000 euros**.

### **AUCUNE GARANTIE**

- Sans garantie sur les actifs de l'entreprise, ni caution personnelle du dirigeant.

### **DES MODALITÉS ET UN MODE DE REMBOURSEMENT ADAPTÉS**

- Un prêt sur 7 ans, à taux fixe.
- Un remboursement allégé les deux premières années grâce au différé d'amortissement du capital de 24 mois.

### **UN FINANCEMENT BANCAIRE ASSOCIÉ POUVANT ÊTRE GARANTI PAR OSEO**

Un prêt bancaire accompagne systématiquement le PPRH. Son montant est égal au moins au double du PPRH. Il peut être garanti par OSEO à hauteur de 40 %, voire 70 % avec le soutien des régions.

(\*) Établissements situés dans les aires urbaines de moins de 500 000 habitants et dont le classement après programme n'excédera pas 3 étoiles (consulter [oseo.fr](http://oseo.fr)).

(\*\*) Prêt relevant des aides dites *de minimis*.