



10 mai 2011

COMMUNIQUE SOUS EMBARGO JUSQU'AU 10 MAI

Forte croissance des dépenses dans le secteur hôtelier Avec un retour des visiteurs internationaux en Europe.

Le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne au premier rang de la reprise alors que l'Espagne et l'Italie sont à la traîne.

PARIS – Selon les informations publiées aujourd'hui par *American Express Business Insights*, le département Conseil d'American Express Carte, le secteur hôtelier européen montre de fermes signes de croissance, bien qu'il n'ait pas encore retrouvé son niveau d'avant la crise.

Le chiffre d'affaires global de l'hôtellerie européenne a ainsi gagné 7 % en 2010 et celui du premier trimestre 2011 affiche une progression supplémentaire de 4 %. La croissance est portée par les touristes non-européens qui retrouvent le chemin de l'Europe, la hausse du chiffre d'affaires des hôtels de luxe et la reprise du voyage d'affaires. Les voyageurs de 20 à 30 ans - la « génération Y » - ont largement fait fi de la crise et montrent un appétit marqué pour le secteur du luxe.

Les éléments, révélés aujourd'hui lors d'une conférence réunissant à Londres des dirigeants de l'industrie hôtelière, offrent une vision approfondie de l'état de ce secteur sur les principaux marchés européens. L'analyse couvre les dépenses pour le Royaume-Uni, l'Italie, l'Allemagne, la France et l'Espagne depuis la période précédant la crise de 2007 jusqu'à la fin du premier trimestre 2011.

En Europe, le Royaume-Uni enregistre, avec un beau + 10 %, la plus forte croissance du chiffre d'affaires 2010, suivi par la France (7 %) et l'Allemagne (4 %). Aucun des marchés n'a cependant retrouvé son niveau d'avant-crise, bien que Royaume-Uni, France et Allemagne l'aient presque atteint. Si l'Espagne (+ 8 %) et l'Italie (4 %) affichent également une croissance en 2010, la crise les avait plus durement touchés et il leur reste du chemin à faire pour renouer avec le niveau de 2008.

Sujata Bhatia, Vice-Présidente d'*American Express Business Insights* Europe et Asie, explique qu'une reprise est en cours dans le secteur hôtelier à travers toute l'Europe. «*Le nombre de touristes non européens vers l'Europe a connu une croissance à deux chiffres en 2010 par rapport à 2009 et sur la même période, les voyages d'affaires en Europe ont bondi de 10%. De plus, nous avons observé en 2010, pour l'ensemble de l'Europe, une croissance de 9 % des dépenses sur le segment du tourisme de luxe*».

«*Cette forte croissance est une excellente nouvelle dans un environnement où la confiance des consommateurs demeure faible et la croissance économique fragile,* » explique Sujata Bhatia. «*C'est particulièrement vrai au Royaume-Uni, où les visiteurs internationaux se sont remis à dépenser et ce faisant contribuent de manière significative à la reprise économique du Royaume-Uni. Il sera intéressant de voir quel rôle pourront jouer des événements tels que le mariage royal, le Jubilé de Diamant de la Reine et les Jeux Olympiques de 2012 au Royaume Uni et quel impact ils pourraient avoir sur ce secteur*».

PRINCIPALES CONCLUSIONS

Après une forte chute, les touristes non-européens sont de retour

L'analyse révèle que les touristes vers l'Europe sont un moteur important de la reprise – bref, les touristes sont de retour. Représentant un tiers des voyageurs loisirs, les dépenses des touristes non-européens ont décliné plus sévèrement que celles des voyageurs européens mais leur rebond s'est révélé impressionnant. Grâce à leurs dépenses, les touristes non-européens ont permis d'atteindre une croissance à deux chiffres dans tous les marchés en 2010 par rapport à 2009, les ramenant ainsi, en valeur absolue, à leur niveau de 2008. Ils dépensent en moyenne 88 % de plus par voyage que les touristes européens.

C'est en Italie que l'on constate la plus forte croissance (15 %) du chiffre d'affaires généré par les voyageurs non-européens ; suivent l'Espagne (14 %) et la France (13 %). Le Royaume-Uni et l'Allemagne ont connu une hausse un peu moins rapide, à 12 %. A titre de comparaison, la croissance globale des dépenses des touristes européens n'a pas dépassé 1 % pendant la même période.

Au cours du premier trimestre de l'année en cours, la croissance globale de la dépense des touristes non-européens est restée forte (+ 12 %) . Le + 9 % du Royaume-Uni est un signal encourageant pour la haute saison estivale. Pour les voyageurs européens la croissance durant cette période a été nulle.

C'est la France qui a été en 2010 la destination de vacances la plus prisée aussi bien pour les touristes européens que non-européens, le Royaume-Uni arrivant en seconde position. Il est intéressant de constater que la France a dépassé le Royaume-Uni pour devenir la première destination de tourisme de vacances en 2009.

Le luxe fête son retour en grande pompe.

Signe positif pour l'économie européenne, la dépense dans la catégorie des hôtels de luxe (5 étoiles) a affiché une croissance significative. En moyenne et dans tous les marchés, la dépense dans les hôtels de luxe a crû de 9 % en 2010 contre seulement 3 % dans les hôtels haut de gamme (4 étoiles) et 2 % dans les établissements moyen de gamme (3 étoiles et au-dessous). Au Royaume-Uni, l'hôtellerie de luxe (avec 10 %) et celle de catégorie moyenne (7 %) ont toutes deux connu une forte croissance.

L'une des raisons du dynamisme de la catégorie luxe est probablement le nombre de nouveaux hôtels grand luxe qui ont ouvert leurs portes en Europe sur les 12 derniers mois.

Le voyage d'affaires en hausse dans toute l'Europe

L'importance du voyage d'affaires ne doit pas être sous-estimée. Les voyageurs d'affaires représentent actuellement un tiers de tous les voyageurs en Europe, et presque 50 % en Allemagne. Sur l'ensemble de l'Europe, la dépense de la catégorie voyages d'affaires a grimpé de 10 % en 2010, et de 4 % au premier trimestre 2011, cette croissance résultant plutôt de l'augmentation du nombre de voyageurs que de leur dépense moyenne.

« Bien qu'ils n'aient pas encore regagné leur niveau d'avant la crise, les revenus du segment « hôtellerie d'affaires » ont baissé plus lentement et ont repris plus vite, ce qui montre clairement combien les voyageurs d'affaires jouent un rôle vital pour le secteur hôtelier », commente Sujata Bhatia. « Nous regardons de près si les stratégies de management virtuel adoptées pendant la crise auront un impact durable sur les voyages d'affaires. »

La Génération Y aime le luxe

Selon Sujata Bhatia, les voyageurs de la Génération Y (les 20 à 30 ans) représentent un marché cible et émergent intéressant. *« Même si les clients de la Génération Y représentent un segment relativement modeste, ils ont assez largement bravé la crise, leur pouvoir d'achat augmente et ils ont d'ores et déjà adopté le comportement des clients premium »*

Les voyageurs de la génération Y dépensent aujourd'hui en hébergement 20 % de plus qu'avant la crise et, pendant les trois premiers mois de l'année en cours, leur dépense hôtelière a dépassé de 24 % celle de la même période de l'année dernière. Plus de la moitié des voyageurs de la génération Y ont séjourné dans un hôtel de luxe ou de classe moyenne. Leurs destinations favorites ont été le Royaume-Uni, la France et l'Italie.

###

*Note aux éditeurs: le document de référence intitulé
American Express Business Insights Hotel Sector Analysis est disponible sur demande*

A propos d'American Express Business Insights

Entité rattachée à l'organisation Global Merchant Services au sein du groupe American Express, American Express Business Insights propose à ses clients une vision approfondie et réelle des dépenses des titulaires de cartes particuliers et professionnels (soit plus de 90 millions de cartes dans plus de 125 marchés) dans différents secteurs d'activité et territoires géographiques.

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Kablé Communication Finance

Catherine Kablé/Anna Casal

Tel: 01 44 50 54 70

catherine.kable@kable-cf.com

anna.casal@kable-cf.com

###