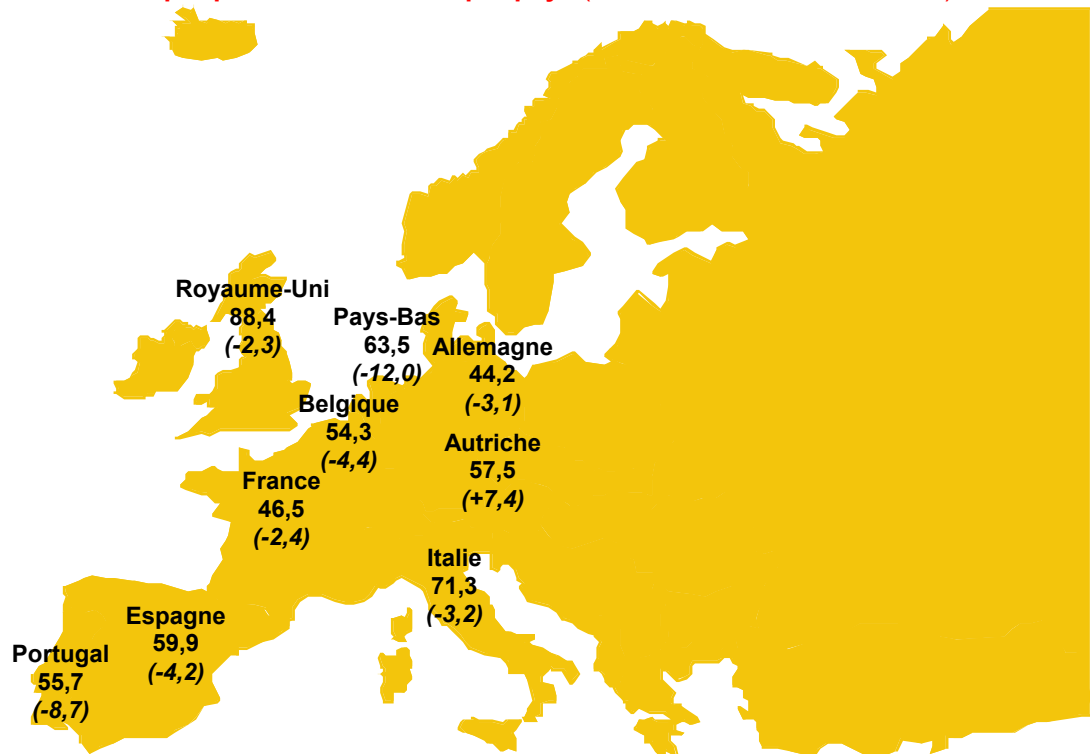


**Graphique n° 26 – RevPAR par pays (en euros TTC, évolution en %)**



Source : MKG Consulting Database – Copyright 03/04

La tendance en 2003 est à la baisse des RevPAR. Tous les pays sont concernés à l'exception de l'Autriche qui progresse de 7,4% sur cet indicateur.

La chute la plus lourde est observée au Pays Bas avec un recul de 12,0% des recettes par chambres disponibles.

L'Allemagne n'a pas bénéficié du maintien des taux d'occupation pour améliorer son RevPAR.

Le Royaume-Uni et la France affichent des reculs de RevPAR similaires et relativement modérés, démontrant ainsi la capacité de résistance des pays fortement équipés en hôtellerie de chaînes économiques. Les stratégies ont cependant été différentes dans les deux pays. Alors que les hôteliers au Royaume-Uni ont eu tendance à baisser les prix moyens pour maintenir les taux d'occupation, les opérateurs français ont cherché à maintenir le revenu par chambre vendue, au détriment parfois des niveaux d'occupation.

➤ République Tchèque

**Tableau n°207 – Les 3 premiers groupes**

	Hôtels 2002	Chambres 2002	Hôtels 2003	Chambres 2003	Evolution en nombre de chambres	Evolution en % du nombre de chambres
<b>1- ACCOR</b>	<b>5</b>	<b>1 106</b>	<b>6</b>	<b>1 519</b>	<b>413</b>	<b>37,3%</b>
NOVOTEL	1	145	2	542	397	273,8%
IBIS	2	390	2	406	16	4,1%
SOFITEL	1	397	1	397	0	0,0%
MERCURE	1	174	1	174	0	0,0%
<b>2- ICH Group</b>	<b>4</b>	<b>1 060</b>	<b>4</b>	<b>1 087</b>	<b>27</b>	<b>2,5%</b>
HOLIDAY INN	2	453	2	472	19	4,2%
INTERCONTINENTAL	1	364	1	372	8	2,2%
CROWNE PLAZA	1	243	1	243	0	0,0%
<b>3- BEST WESTERN</b>	<b>10</b>	<b>781</b>	<b>12</b>	<b>878</b>	<b>97</b>	<b>12,4%</b>

Source : MKG Consulting Database - copyright 03-04

Les principaux opérateurs européens ont tenu à prendre pied sur le marché constitué par la République Tchèque. Les arguments tant économiques que touristiques ne manquent pas pour séduire les investisseurs. Accor et Inter Continental Hotels Group ont développé une offre qui dépasse aujourd'hui 1 000 chambres. Ces deux groupes ont cherché à implanter une offre diversifiée puisqu'ils sont présents avec la plupart de leurs enseignes.

Best Western développe la franchise dans ce pays. Son offre progresse ainsi de 12,4% en une année.

**Tableau n°208 – Les 3 premières enseignes**

Rg 02	Rg 03	Chaînes	Hôtels 2002	Chambres 2002	Hôtels 2003	Chambres 2003	Evol. en nombre de chambres	Evol.en % du nombre de chambres
2	1	BEST WESTERN	10	781	12	878	97	12,4%
1	2	HILTON	1	788	1	788	0	0,0%
18	3	NOVOTEL	1	145	2	542	397	273,8%

Source : MKG Consulting Database - copyright 03-04

En termes de marques, Best Western se positionne désormais à la première place en devant Hilton qui propose le plus gros porteur du pays.

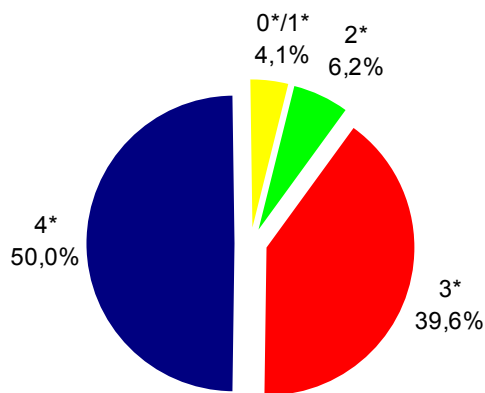
Avec l'ouverture d'une unité supplémentaire Novotel fait une entrée remarquée dans ce classement, qui est toutefois appelé à être modifié rapidement en raison de l'étroitesse du marché.

**Tableau n° 32 : Offre hôtelière de chaînes au 31/12/2003**

	Hôtels 2002	Chambres 2002	Hôtels 2003	Chambres 2003	Evolution en nombre de chambres	Evol. en % du nombre de chambres
0*	19	1 645	19	1 616	-29	-1,8%
1*	68	5 298	68	5 402	104	2,0%
2*	87	10 128	88	10 562	434	4,3%
3*	589	71 118	540	67 153	-3 965	-5,6%
4*	383	78 071	415	84 765	6 694	8,6%
<b>Total</b>	<b>1 146</b>	<b>166 260</b>	<b>1 130</b>	<b>169 498</b>	<b>3 238</b>	<b>1,9%</b>

Source : MKG Consulting Database – Copyright 03/04

Répartition catégorielle de l'offre de chaînes



Source : MKG Consulting Database – Copyright 03/04

L'offre de chaînes poursuit son développement en Allemagne avec une progression de 1,9% du volume de chambres sur le marché.

L'offre de chaînes allemande est principalement positionnée sur le moyen et haut de gamme. Ces catégories comptent pour près de 90% du parc. L'hôtellerie économique allemande représente ainsi un fort potentiel de développement pour les réseaux nationaux et internationaux. Le développement récent de l'enseigne Motel One confirme cette tendance.

Dans le contexte actuel, caractérisé pour les développeurs par un manque certain de visibilité sur le marché, la croissance du parc d'hôtels de chaînes garde un rythme quasiment identique en 2002. Malgré des résultats économiques mitigés, l'Allemagne est donc toujours considérée comme un pays à fort potentiel pour son secteur hôtelier de réseaux.

L'offre de chaînes est actuellement dans une phase de structuration. Une intégration plus poussée encore des catégories économiques, contrôlées par les indépendants, est envisageable.

L'Allemagne est en effet encore au début de son cycle hôtelier. Cette avancée vers la maturité inclut une période de restructuration, caractérisée par la disparition des plus petits hôtels. Cette tendance devrait se poursuivre en 2004.