

Publier vos Communiqués de Presse



Bilan de l'effet crise sur les prix d'hôtels dans le monde : - 14

Communiqué de presse

Paris, le 2 mars 2010 – La dernière édition du baromètre Hotel Price Index (HPI®)* d'Hotels.com confirme une tendance largement à la baisse sur l'ensemble de l'année 2009 au niveau mondial, mais la roue est en train de tourner. Les voyageurs qui souhaitent encore profiter des prix attractifs et bons plans de dernière minute des hôteliers ont tout intérêt à prévoir leurs congés rapidement, car la stabilisation des prix se fait déjà sentir presque partout. Quelles sont les destinations qui restent intéressantes, en France, en Europe et dans le monde ? Celles qui ont résisté à la crise et celles qui se sont totalement effondrées ? Petit tour d'horizon par Hotels.com.

- Chute des prix : les tarifs hôteliers ont baissé de 14% dans le monde depuis un an.
- Les Etats-Unis (-14%) et l'Europe (-13%) sont dans la moyenne.
- L'Amérique Latine est plus fortement touchée (-21%) ainsi que l'Asie (-16%) où les prix continuent de baisser
- La France tire son épingle du jeu avec une baisse de seulement 5%, la plus faible baisse en Europe.
- Les chambres d'hôtels coûtent actuellement 4% de moins qu'en 2004 !

Un effet crise sur les prix aux 4 coins du globe, en cours de stabilisation

Les plus fortes baisses
en 2009 (comparaison 2008)

Ville Prix moyen des chambres par nuitée Évolution annuelle (%)

Moscou 152 € -41%

Pékin 65 € -32%

Bombay 104 € -32%

New Delhi 82 € -31%

Dubaï 130 € -25%

Bucarest 89 € -23%

Dublin 76 € -23%

Singapour 107 € -22%

Vienne 89 € -22%

New York 149 € -22%

Les chiffres parlent d'eux-mêmes et les voyageurs avisés ont su saisir l'aubaine tout au long de l'année : -21% en moyenne pour l'Amérique Latine, -16% pour l'Asie et -13% pour l'Europe. Les prix en 2009 sont passés sous le niveau moyen de 2004, un record qui semble avoir atteint un palier.

Tous les continents sont touchés, seule la zone Caraïbes tire son épingle du jeu avec un fléchissement de seulement 2%. Le soleil garanti et les plages de rêve n'ont pas de prix !

Même les 5 villes les plus chères du monde ont cédé aux sirènes de la crise : les prix à Moscou se sont littéralement effondrés de 41%, faisant ainsi perdre à la capitale russe son statut de destination la plus chère du monde ! Moscou se fait ravir la place par Monte Carlo, qui a tout de même perdu 9% en 2009, suivie d'Abu Dhabi (-13%) et de Genève (-12%). New York, au 5ème rang juste derrière Moscou, a également beaucoup souffert de la crise : 22% de baisse sur un an, ce qui combiné à la baisse du dollar par rapport à l'euro en a fait LA destination idéale pour les week-ends shopping des voyageurs européens !

Rio de Janeiro est l'une des rares destinations phares à avoir maintenu le cap et même inversé la tendance : le soleil, le sable et l'océan ont permis aux hôteliers de la ville d'augmenter leurs prix de 12%, contre vents et marées !

L'Inde n'a pas été épargnée non plus, avec des chutes de prix vertigineuses à Bombay (-32%) et New Delhi (-31%), et la « quasi faillite » annoncée de Dubaï ne s'est pas démentie sur les prix des hôtels, qui ont chuté de 25% sur un an.

L'Asie, quant à elle, souffre en décalé : touchée plus tard par la crise, elle la subit maintenant de plein fouet, et la baisse des prix s'est encore accélérée au cours du 4ème trimestre 2009, contrairement à la plupart des autres destinations qui commencent à remonter la pente. Les grands voyageurs à l'affût des bonnes affaires ont donc tout intérêt à se tourner vers des destinations comme Pékin, Shanghai ou Hong Kong où les opportunités de bons plans vont vraisemblablement continuer de se présenter !

Zoom sur l'Europe

N'échappant pas à la morosité ambiante, le vieux continent a également enregistré une baisse généralisée des prix d'hôtels, aucun pays ne faisant exception à la règle.

Fortement impactée par la crise, L'Europe de l'Est a vu ses prix hôteliers chuter dans de nombreux pays, notamment en Pologne (-25%), en Hongrie et en République Tchèque (-20% chacune). Les pays Nordiques ne sont pas en reste, avec une baisse de 20% pour la Norvège et de 15% pour le Danemark, les Pays-Bas et la Suède. En Europe de l'Ouest, c'est l'Irlande qui a connu la plus forte chute (-21%), l'île Émeraude ayant été cruellement frappée par la crise économique.

Autant de destinations qui ont par répercussion attiré de nombreux touristes, alléchés par des prix en chute libre !

La Suisse, malgré une baisse de 11% sur 2009, reste le pays le plus cher d'Europe, devant le Danemark et la Norvège.

La France maintient la barre !

Dans ce contexte de baisse généralisée, la France garde la tête haute avec la plus faible baisse d'Europe : -5%. Seule la Grèce peut également s'enorgueillir d'une baisse à 1 chiffre (-9%). Le prix moyen des chambres en France tombe à 92 € sur 2009 contre 97 € l'année précédente.

L'exception « touristique » française s'illustre en fait par une situation très contrastée, certaines villes ayant réussi à augmenter leurs tarifs hôteliers de manière substantielle malgré le contexte, venant donc contrebalancer les baisses d'autres destinations hexagonales.

Certaines villes touristiques telles que Rennes (+29%), Vannes et Trouville (+21% chacune) ont fait un bond énorme, alors que d'autres ont plongé : Antibes (-36%), Divonne-les-Bains (-24%), Juan les Pins (-12%). Des destinations à prospecter pour les petits week-ends de printemps !

Tous les prix indiqués correspondent aux prix réellement payés par nuitée par les utilisateurs sur le réseau Hotels.com.

L'intégralité de cette étude est disponible en français

sur <http://fr.hotels.com/presse/indice-des-prix-des-hotels.html> ou sur simple demande auprès du service de presse.

*À propos du Hotel Price Index (HPI®), l'indice du prix des hôtels de www.hotels.com

Réalisé à intervalles réguliers, le HPI® – Hotel Price Index – d'Hotels.com offre un panorama des prix d'hôtels dans les principales destinations du monde. L'indice HPI® s'appuie sur les réservations de chambres effectuées sur Hotels.com, expert en hôtels et numéro un mondial de la réservation en ligne de chambres d'hôtels.*

- Le HPI® indique les prix par chambre payés par les clients d'Hotels.com dans le monde
- L'échantillon analysé comporte environ 68 000 hôtels répartis dans plus de 12 500 destinations
- Les prix rapportés sont ceux effectivement payés par les clients (et non pas les prix affichés), reflétant ainsi fidèlement les prix des chambres sur la période de référence.

L'échelle mondiale d'Hotels.com (découlant de la clientèle internationale et des destinations proposées à travers le monde) fait du HPI® un des indicateurs les plus complets disponibles sur le marché, englobant à la fois les chaînes hôtelières et les hôtels indépendants.

En Europe, environ 25% des chambres d'hôtels appartiennent à des chaînes, les autres étant proposées par des réseaux indépendants. À l'inverse, aux Etats-Unis, 70% des chambres d'hôtels réservées font partie de chaînes. Au-delà de l'enquête standard, le HPI® inclut des analyses ponctuelles portant sur des tendances nouvelles ou inhabituelles concernant la réservation et le prix des chambres d'hôtels.

A propos de Hotels.com

Membre du groupe Expedia, lui-même présent sur tous les marchés clés avec une équipe dédiée, Hotels.com référence plus de 110 000 hôtels de qualité, Bed and Breakfast et location de vacances à travers le monde. Si un client trouve un tarif moins élevé ailleurs pour le même hôtel prépayé sur www.hotels.com et aux mêmes dates, Hotels.com lui rembourse la différence.

Au sein du groupe Expedia, Hotels.com dispose d'une des équipes commerciales les plus importantes du marché, toujours à la recherche des tarifs les plus avantageux pour ses clients et propose des descriptifs détaillés des hôtels référencés, enrichis par des commentaires indépendants d'1,3 million de voyageurs. Il existe plus de 70 sites Hotels.com dans le monde dont 31 sites en 24 langues en Europe et au Moyen-Orient.

Hotels.com a remporté la Médaille d'Or du meilleur site de réservation d'hôtels en 2009 (classement WebUser magazine - février 2009). La réservation est possible sur www.hotels.com ou en appelant le service clientèle au 01 57

32 33 96, ouvert 7 jours sur 7.

Contacts presse :

Florence Devillers/ Stephanie Lasnel : 01 56 03 13 16 / 13 45

fdevillers@i-e.fr / slasnel@i-e.fr

<http://fr.hotels.com/>