

18.11.2005 - 08:00 Uhr

Étude PwC "Hospitality Directions Europe Edition" - Repositionnement nécessaire pour hôtels endormis

Zurich (ots) -

La branche des hôtels Lifestyle est florissante et c'est elle qui donne le ton à l'hôtellerie européenne. Le nombre des chambres s'est accru de 10 % depuis 2003 et celui des hôtels de 13 %. La recette du succès de ces hôtels "tendance" est simple : ils sont axés sur les besoins complexes du consommateur moderne. L'étude "Hospitality Directions Europe Edition" de PricewaterhouseCoopers montre que le consommateur moderne exige de nouveaux produits et que les hôtels "à l'ancienne" ne sont tout simplement plus rentables.

La branche des hôtels Lifestyle est très tendance actuellement. Jusqu'en 2008, 5'000 nouvelles chambres devraient venir s'y ajouter en Europe, ce qui ne peut qu'être positif pour les consommateurs. Cette branche prospère grâce aux nouvelles idées et aux nouveaux consommateurs et entraîne le reste de la branche hôtelière. Ce développement équivaut à un "réveil" pour l'hôtellerie au sens large. La barre est sans cesse placée plus haut, surtout pour la Grande-Bretagne. Les hôtels et boutiques branchés promettent actuellement innovations, originalité mais surtout qualité et s'attachent à respecter le principe selon lequel chaque client est un client spécial. Daniel Anliker, associé de la division Conseil économique chez PwC Suisse, complète ainsi: "La question centrale est : dans quelle mesure les consommateurs participent-ils à un phénomène de mode et combien sont-ils prêts à payer? Les hôteliers ont besoin d'un solide modèle commercial pour pouvoir rester sous les feux de la rampe. Le succès de la branche témoigne de son aptitude à apporter aux consommateurs ce qu'ils recherchent et à leur en offrir toujours plus. En Suisse, ce processus n'en est qu'à ses débuts. De nombreux hôtels végètent dans un créneau sans attrait entre établissements Lifestyle, à la fois tendance et à prix raisonnables, et hôtels de luxe. D'autres misent sur la vague du Wellness sans réellement se différencier, bien qu'il existe toute une série de niches attrayantes."

Principaux enseignements tirés de l'étude:

- 133 hôtels Lifestyle, avec 11'650 chambres, font partie des 25 plus grands hôtels d'Europe
- 70 % des hôtels européens de la "2005 Hot List" de Condé Nast Traveler sont des hôtels Lifestyle
- 50 % des hôtes sont des clients réguliers
- 4 % d'augmentation de l'occupation moyenne des chambres entre 1999 et 2004
- 1 % de croissance du chiffre d'affaires par chambre disponible entre 1999 et 2004

L'étude PwC "Hospitality Directions Europe Edition" peut être obtenue sous forme de fichier pdf auprès de Claudia Steiger.

Contact:

Daniel Anliker
Associé, Audit
E-mail: daniel.anliker@ch.pwc.co

Claudia Steiger
Public Relations
E-mail: claudia.steiger@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100008191/100500228> abgerufen werden.