



En 2014, une chambre d'hôtel sur deux appartient à une chaîne

En France métropolitaine, 18 300 hôtels accueillent les touristes. Près d'un quart d'entre eux appartiennent à une chaîne. Ils sont en moyenne trois fois plus grands que les hôtels indépendants, proposant ainsi la moitié des 650 000 chambres. Ils se concentrent en zone urbaine, où la fréquentation fluctue moins sur l'année. Neuf hôtels de chaîne sur dix ouvrent toute l'année, contre quatre indépendants sur dix. Les chambres y sont aussi, en moyenne, davantage occupées. En agglomération parisienne, cependant, les deux types d'hôtels sont au coude à coude, remplissant en moyenne plus de 75 % de leurs chambres. En 2014, 80 % des hôtels sont classés, le plus souvent en 2 ou 3 étoiles. La fréquentation des hôtels culmine en août, mois préféré des touristes de loisir. Celle des touristes d'affaires, qui représentent 41 % des nuitées, est maximale en juin et septembre.

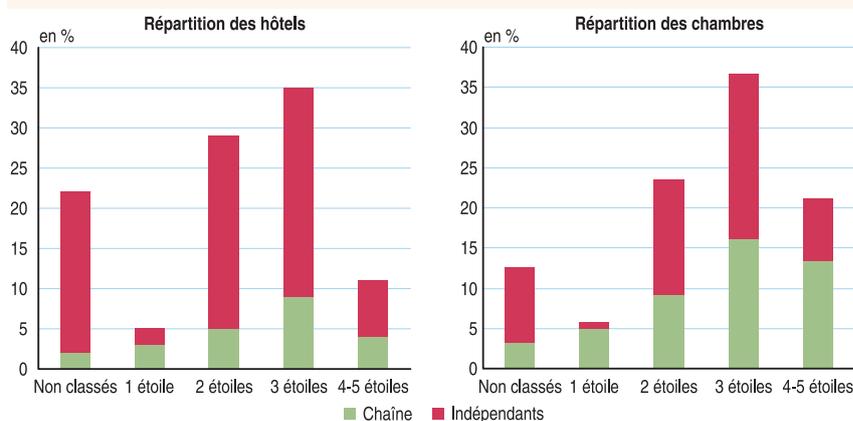
Florent Favre, division Services, Insee

En 2014, en France métropolitaine, 18 300 hôtels de tourisme d'au moins 5 chambres ont ouvert tout ou partie de l'année, mettant à disposition un total de 650 000 chambres. Chaque jour, en moyenne, 543 000 personnes ont occupé 346 000 chambres, soit un peu plus d'une personne et demie par chambre.

En France, les chaînes hôtelières (*encadré 1*) sont apparues dans les années 1960 et les premiers hôtels de chaîne de gamme économique dans les années 1980. Ces derniers ont progressivement supplanté les petits hôtels indépendants, privilégiant une taille moyenne plus élevée et une implantation en périphérie

de grandes villes. Toutes gammes confondues, les hôtels de chaîne ont pris une place croissante au fil des ans. Ils représentent désormais environ un quart des hôtels (23 %) et la moitié des chambres d'hôtels offertes (47 %), contre un huitième des hôtels et un tiers des chambres en 2000.

1 Répartition des hôtels et des chambres selon le type d'hôtel et leur classement en 2014



Note : Un hôtel est ici compté au prorata du nombre de jours d'ouverture (un hôtel qui n'ouvre qu'une moitié de l'année compte pour 0,5).

Lecture : 35 % des hôtels sont classés 3 étoiles : 9 % sont des hôtels de chaîne et 26 % sont des hôtels indépendants. 37 % des chambres d'hôtels sont classées 3 étoiles : 16 % appartiennent à des hôtels de chaîne et 21 % à des hôtels indépendants.

Champ : France métropolitaine, hôtels d'au moins 5 chambres ouverts tout ou partie de l'année 2014.

Source : Insee, enquête de fréquentation hôtelière.

Les hôtels de chaîne sont trois fois plus grands que les indépendants

Le parc hôtelier, de chaîne ou indépendant, est dominé par les 2-3 étoiles, qui proposent au total 60 % des chambres (*encadré 2 et figure 1*). Le haut de gamme (4-5 étoiles) offre 21 % des chambres. Les chaînes sont plus souvent classées que les indépendants. Elles sont surreprésentées parmi les 1 étoile (85 % des chambres). Elles devancent aussi les indépendants dans les 4-5 étoiles (63 % des chambres), même si certains établissements de très haut de gamme demeurent indépendants. À noter qu'un établissement « indépendant », au sens où il n'appartient pas à une chaîne, peut appartenir malgré tout à un groupe au sens économique, possédant ou non d'autres hôtels (*encadré 1*).

En moyenne, les hôtels de chaîne sont trois fois plus grands que les indépendants (80 chambres pour les premiers contre 25 pour les seconds). Ce constat vaut à tous les niveaux du classement (*figure 2*). De chaîne ou indépendants, les hôtels haut de gamme sont les plus grands et les non-classés les plus petits. De 1 à 3 étoiles, la taille moyenne des hôtels de chaîne est stable, alors qu'elle croît avec le référencement pour les indépendants. Les hôtels de chaîne sont implantés dans les lieux favorables à une fréquentation

régulière. Leurs chambres sont installées à plus de 80 % en zone urbaine (agglomérations de Paris ou de province), contre un peu plus de la moitié pour les indépendants (*figure 3*). Ils y réalisent 83 % de leurs nuitées (*définitions*), contre 55 % pour les hôtels indépendants.

A contrario, les zones rurales et les stations de ski n'accueillent que 5 % des chambres des hôtels de chaîne, mais 28 % de celles des indépendants. Lorsque les chaînes sont implantées dans le rural, elles privilégient les nœuds de communication (sorties

d'autoroutes, aéroports...) et la périphérie éloignée des grandes agglomérations. De même, sur le littoral, elles sont davantage situées en environnement urbain ou péri-urbain.

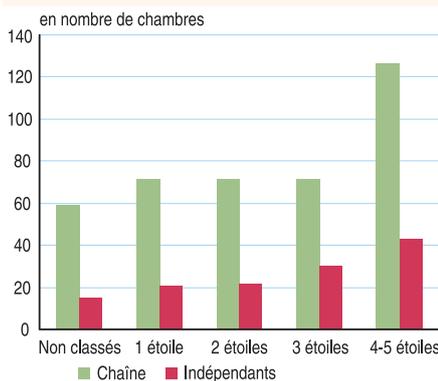
Les hôtels de chaîne bénéficient d'une fréquentation plus élevée

Les hôtels de chaîne affichent de meilleurs taux d'occupation (*définitions*) que les indépendants, supérieurs de 10 points en moyenne (*figure 4*). Ainsi, avec 47 % des chambres offertes et une plus forte occupation, ils louent annuellement 51 % des chambres.

À classement identique, les taux d'occupation sont toujours plus élevés pour les chaînes. L'écart est le plus fort au sein des hôtels non classés (18 points) et décroît à mesure que l'on monte en gamme. En effet, l'occupation dépend moins du classement pour les hôtels de chaîne que pour les indépendants. Entre les établissements non classés et les 4-5 étoiles, le taux varie de 61 % à 67 % pour les chaînes et de 43 % à 62 % pour les indépendants.

Dans l'agglomération parisienne, hôtels de chaîne et indépendants sont au coude à coude pour les taux d'occupation. C'est dans cette zone que les hôteliers réalisent leurs meilleures performances (plus de 75 % de chambres occupées). À l'inverse, les taux sont les plus faibles dans le rural et les stations de ski, zones où les chaînes sont relativement moins implantées. C'est dans ces zones, cependant, que l'écart de fréquentation entre les deux types d'hôtels est le plus élevé (de l'ordre de 12 points). Une partie des écarts de taux d'occupation entre chaînes et indépendants provient de leur structure d'implantation. Si cette structure était la même, l'écart entre les taux moyens serait de 6 points au lieu de 10 points.

2 Taille moyenne des hôtels selon le type d'hôtel et leur classement en 2014



Champ : France métropolitaine, hôtels d'au moins 5 chambres ouverts tout ou partie de l'année 2014.

Source : Insee, enquête de fréquentation hôtelière.

3 Répartition des chambres d'hôtel par zone géographique selon le type d'hôtel en 2014

	en % des chambres offertes	
	Chaîne	Indépendants
Agglomération parisienne	31,4	18,5
Urbain (province)	50,4	33,9
Littoral	13,2	19,7
Rural	4,0	21,1
Stations de ski	1,0	6,9
Ensemble	100	100

Lecture : l'agglomération parisienne abrite 31,4 % des chambres appartenant aux hôtels de chaîne.

Champ : France métropolitaine, hôtels d'au moins 5 chambres ouverts tout ou partie de l'année 2014.

Source : Insee, enquête de fréquentation hôtelière.

Encadré 1 30 % des indépendants font partie d'un réseau

Une enseigne peut être partagée par plusieurs hébergements, constituant ainsi un réseau. Dans cette étude, on distingue les chaînes hôtelières des réseaux d'hôteliers indépendants. Dans les chaînes, la tête de réseau possède tout ou partie des entreprises exploitant l'enseigne (en propre ou en franchise). En revanche, une tête de réseau d'indépendants ne possède que l'enseigne, autour de laquelle elle fédère des entreprises indépendantes (franchisés de réseau) ; ces derniers gardent en partie leur identité propre.

Les hôtels de chaîne proviennent historiquement de groupes hôteliers nationaux ou internationaux implantés dans le haut de gamme. Au cours des dernières décennies, ils ont également investi les segments du milieu et de l'entrée de gamme.

Parallèlement, la forme de gouvernance des chaînes s'est élargie : elles peuvent n'inclure que des filiales mais également accueillir des franchisés de chaîne. Les contrats de franchise de chaîne portent notamment sur l'aspect de l'hôtel, l'équipement des chambres et des parties communes, la charte qualité, la politique tarifaire, etc. Les franchisés affichent des taux d'occupation des chambres similaires à ceux des filiales, mais diffèrent légèrement sur la taille (76 chambres en moyenne contre 84), l'implantation (plus souvent dans l'agglomération parisienne) et le positionnement dans la gamme (davantage de 2 à 4 étoiles).

Du côté des indépendants, un certain nombre de réseaux ont émergé pour mettre en valeur des caractéristiques communes (niveau de la restauration, normes de confort, charte de qualité, etc.). Initialement, ces réseaux ont prospéré le plus souvent dans le segment moyen-supérieur des hôtels de charme et hors zone urbaine. Cette forme de réseau s'est ensuite développée dans l'urbain. Les hébergements y sont alors assez proches de ceux des chaînes, mais davantage situés en centre ville et de taille moindre ; certains réseaux ressemblent fort, aux yeux des clients, aux hôtels de chaîne.

Les associations d'hôteliers indépendants se rapprochent plus des coopératives que d'une structure classique de groupe. L'adhésion au réseau permet à l'hôtelier de bénéficier de l'image de l'enseigne et des services associés comme le marketing en ligne, une centrale de réservation, une centrale d'achat pour les consommables, etc. En contrepartie, il paye une redevance et est tenu à des obligations, en général moins nombreuses que celles résultant d'une franchise de chaîne. Ces dernières peuvent comporter une clause d'exclusivité, mais certains réseaux acceptent un multiréférencement.

Les hôtels en réseau, désormais près de 30 % des indépendants, sont plus souvent classés et situés en province. Ils sont légèrement plus grands que les autres indépendants (27 chambres contre 24).

La notion d'indépendance ne donne pas d'information sur l'appartenance à un groupe. Ainsi, par exemple, certains palaces n'affichant pas une enseigne commune avec d'autres hôtels sont classés comme indépendants, alors qu'ils appartiennent à un groupe non hôtelier. En effet, l'appartenance à une chaîne ou un réseau suppose d'abord le partage d'une même enseigne.

Encadré 2 Le classement concerne 87 % des chambres

Depuis 2010, l'opérateur public Atout France effectue le classement (de 1 à 5 étoiles) des hébergements, en lieu et place de l'ancien classement administratif. Ce classement, payant, a été adopté progressivement par les hôteliers. Il n'est attribué que pour une durée de cinq ans, ce qui pourrait conduire certains hébergements à être déréférencés à compter de 2015.

Fin 2014, 4 800 hôtels n'ont pas demandé leur classement. Si l'on se base sur l'ancien classement administratif, il s'agirait pour l'essentiel d'hébergements jamais classés ou proches des 1-2 étoiles (4 300), les autres relevant davantage d'une gamme moyenne ou supérieure (500). L'ensemble des hôtels non classés offre 13 % des chambres. Ce sont très majoritairement des hôtels indépendants et de petite taille.

41 % des nuitées proviennent de la clientèle d'affaires

Le tourisme d'affaires représente 41 % des nuitées (figure 5). Cette clientèle est assez hétérogène, avec des budgets de frais de déplacement très différents selon les catégories d'entreprises et de salariés (du représentant de commerce au dirigeant d'entreprise). Elle comprend également une part de voyageurs internationaux.

Le tourisme d'affaires contribue davantage aux nuitées des hôtels de chaîne (à hauteur

de 46 %) qu'à celles des indépendants (36 %). Il représente la majorité des nuitées dans les hôtels de chaîne économiques (non classés ou 1 étoile) et près de la moitié dans ceux à 2 étoiles. Le poids de cette clientèle décroît avec le classement, que ce soit pour les hôtels de chaîne ou pour les indépendants. Néanmoins, du fait de la structure du parc, les 3 étoiles ou plus assurent 58 % des nuitées de la clientèle d'affaires.

C'est dans l'urbain de province que le poids du tourisme d'affaires est le plus important

(54 % des nuitées). Dans les zones rurales, l'écart est marqué entre les hôtels de chaîne (50 %) et les indépendants (34 %). Ceci s'explique par l'implantation des chaînes à proximité de nœuds de communication, plus susceptible d'intéresser cette clientèle professionnelle.

L'agglomération parisienne accueille la moitié des nuitées étrangères

La clientèle en provenance de l'étranger représente 37 % des nuitées dans les hôtels, qu'ils soient de chaîne ou indépendants (figure 6). Pour les deux types d'hôtels, la part des nuitées étrangères croît avec le classement : de 20 % environ en entrée de gamme à plus de 50 % dans le haut de gamme. Globalement, compte tenu de la structure du parc, le milieu-haut de gamme accueille la majorité des nuitées étrangères.

L'agglomération parisienne capte 52 % des nuitées des touristes étrangers, alors qu'elle n'accueille que 22 % des nuitées des résidents français. Les étrangers représentent ainsi 58 % des nuitées dans l'agglomération contre 26 % sur le reste du territoire. L'attrait de la zone est d'autant plus fort que les clients viennent de loin : les touristes extra-européens passent 70 % de leurs nuitées dans l'agglomération, contre un peu moins de la moitié pour les européens non résidents.

Dans l'agglomération parisienne, les hôtels de chaîne reçoivent proportionnellement moins d'étrangers que les hôtels indépendants (54 % contre 64 %). Cependant, étant donné leur poids dans l'offre de chambres, ils accueillent quotidiennement près de 60 000 touristes étrangers, soit 30 % de plus que les hôtels indépendants. L'hôtellerie indépendante se situe essentiellement dans Paris (80 % des chambres), privilégiant un emplacement central dans un cadre plus personnalisé. À l'inverse, les hôtels de chaîne sont majoritairement présents en dehors de Paris (63 % des chambres), en particulier dans l'immédiate petite couronne, autour des aéroports et des parcs de loisirs.

4 Taux d'occupation des chambres par zone géographique, classement et type d'hôtel en 2014
en % des chambres offertes

	Chaînes	Indépendants	Total
Agglomération parisienne	76,1	75,3	75,8
Urbain (province)	59,4	51,4	55,9
Littoral	59,9	54,5	56,5
Rural	55,9	42,5	44,4
Stations de ski	60,9	49,0	50,4
Non classés	60,7	43,0	47,6
1 étoile	63,7	49,3	61,5
2 étoiles	64,9	50,9	56,4
3 étoiles	63,5	58,4	60,6
4-5 étoiles	66,9	61,8	65,0
Total	64,6	54,4	59,2

Champ : France métropolitaine, hôtels d'au moins 5 chambres ouverts tout ou partie de l'année 2014.

Source : Insee, enquête de fréquentation hôtelière.

5 Part du tourisme d'affaires par zone géographique, classement et type d'hôtel en 2014
en %

	Part du tourisme d'affaires dans les nuitées			Poids dans l'ensemble des nuitées d'affaires
	Chaîne	Indépendants	Total	
Agglomération parisienne	36,6	39,4	37,7	29,8
Urbain (province)	57,8	48,0	53,9	47,8
Littoral	37,6	25,4	30,0	12,1
Rural	49,9	34,3	37,0	8,8
Stations de ski	17,3	14,2	14,6	1,5
Non classés	53,9	41,1	45,4	9,8
1 étoile	56,9	40,9	54,9	8,2
2 étoiles	48,6	40,1	44,0	24,1
3 étoiles	44,1	34,8	38,9	36,8
4-5 étoiles	41,4	31,2	37,6	21,1
Total	46,2	36,3	41,3	100,0

Lecture : la clientèle d'affaires représente 46,2 % des nuitées des chaînes. Les hôtels 1 étoile accueillent 8,2 % des nuitées d'affaires.

Champ : France métropolitaine, hôtels d'au moins 5 chambres ouverts tout ou partie de l'année 2014.

Source : Insee, enquête de fréquentation hôtelière.

6 Part du tourisme étranger par zone géographique, classement et type d'hôtel en 2014
en %

	Part du tourisme étranger dans les nuitées			Poids dans l'ensemble des nuitées étrangères
	Chaîne	Indépendants	Total	
Agglomération parisienne	54,4	64,4	58,3	52,0
Urbain (province)	23,0	26,9	24,5	24,4
Littoral	31,6	30,2	30,7	14,0
Rural	20,2	23,6	23,0	6,1
Stations de ski	38,9	29,7	31,0	3,5
Non classés	20,4	23,4	22,4	5,4
1 étoile	17,9	22,5	18,5	3,1
2 étoiles	25,2	23,5	24,3	15,0
3 étoiles	36,8	41,7	39,5	42,1
4-5 étoiles	54,4	54,9	54,6	34,5
Total	36,5	37,0	36,7	100,0

Lecture : la clientèle étrangère représente 36,5 % des nuitées des chaînes. Les hôtels 3 étoiles accueillent 42,1 % des nuitées étrangères.

Champ : France métropolitaine, hôtels d'au moins 5 chambres ouverts tout ou partie de l'année 2014.

Source : Insee, enquête de fréquentation hôtelière.

46 % des hôtels sont ouverts toute l'année

En France métropolitaine, les hôtels comptent en moyenne 35 chambres. Environ 7 500 hôtels (40 %) comptent moins de 20 chambres, dont 2 500 avec moins de 10 chambres. Ces tout petits hôtels sont quasi exclusivement indépendants, largement implantés en zone rurale (62 %) et fréquemment non classés (près de 60 %).

À l'opposé, les quelques 800 hôtels d'au moins 100 chambres appartiennent trois fois sur quatre à des chaînes et sont localisés dans l'urbain dans 75 % des cas (moitié dans l'agglomération parisienne, moitié en

province, avec quasiment deux fois plus de chambres à Paris qu'en province). Près de la moitié de ces grands hôtels sont haut de gamme (4 ou 5 étoiles). Depuis 2010, le parc poursuit sa concentration : + 7 % d'hôtels de plus de 100 chambres et - 2 % d'hôtels de moins de 20 chambres.

46 % des hébergements sont ouverts toute l'année et 16 % ferment moins d'un mois. En 2014, les hôtels ont été ouverts en moyenne 314 jours. Le fonctionnement en continu est quasi général pour les hôtels de chaîne (90 %), mais minoritaire pour les hôtels indépendants (36 %). Il est également la norme dans l'urbain et pour les hôtels les plus grands. 71 % des chambres sont ainsi à disposition du public toute l'année.

Une saisonnalité différente selon les zones

Dans l'industrie hôtelière, la saisonnalité est marquée principalement par les conditions climatiques anticipées par les touristes, mais aussi par les calendriers des vacances scolaires en France et à l'étranger, ainsi que ceux des salons professionnels, des événements culturels, sportifs ou de loisirs. Globalement, entre le creux de janvier et le pic d'août, le nombre de nuitées fait plus que doubler. En été, l'ouverture des chambres est maximale entre juin et septembre (plus de 600 000 chambres), particulièrement en août. À l'opposé, les mois d'hiver sont, hors stations de ski, marqués par l'importance des fermetures et une fréquentation très en retrait.

Dans l'agglomération parisienne, les hôtels restent ouverts quasiment toute l'année. Les taux d'occupation n'y sont inférieurs à 70 % qu'en début d'année et maximaux en juin et septembre (86 %). L'urbain de province a un profil proche, avec des écarts un peu plus accentués. Dans les zones littorales et rurales, la saisonnalité est très marquée par les vacances d'été : en basse saison hivernale, le nombre de chambres

offertes recule d'un tiers par rapport au pic de l'été et le taux d'occupation est au plus bas (près d'un tiers en janvier). Enfin, les stations de ski bénéficient d'une double saisonnalité (hiver et été) : les ouvertures d'hôtels sont au plus haut en hiver mais restent importantes en été. En août, le nombre de nuitées est inférieur de 25 % à celui de février-mars. Entre ces deux pics, les fermetures sont nombreuses, notamment en novembre. Les écarts entre périodes hautes et basses peuvent atteindre un facteur de 10 pour les nuitées et seulement de 2 pour le taux d'occupation. Il est à noter que si l'on calculait le taux d'occupation sur l'ensemble des chambres (ouvertes et fermées), les écarts de taux d'occupation, notamment entre périodes haute et basse, seraient plus élevés.

Globalement, les disparités de taux d'occupation entre hôtels de chaîne et hôtels indépendants se réduisent en haute saison. Par exemple, dans toutes les zones, les écarts de taux d'occupation sont faibles en haute saison et plus élevés en moyenne-basse saison (15 à 16 points en faveur des hôtels de chaîne en avril et en octobre).

En été, la hausse de la clientèle de loisirs fait plus que compenser la baisse de la clientèle d'affaires

La saisonnalité de la clientèle d'affaires présente deux pics (juin et septembre-octobre) et deux creux (juillet-août et décembre). Elle est moins marquée que celle de la clientèle de loisirs : entre le mois le plus important et le mois le plus faible, le rapport des nombres de nuitées est de 2 pour la clientèle d'affaires et de 3,7 pour la clientèle de loisirs. La clientèle d'affaires ne devance la clientèle de loisirs que quatre à cinq mois par an, en octobre, novembre, janvier et février-mars. L'été, elle laisse la place à une clientèle de loisirs.

Les nuitées de la clientèle étrangère sont maximales à peu près de manière identique

entre juillet et en août, alors que la clientèle française privilégie nettement le mois d'août. Les écarts de saisonnalité sont par ailleurs plus marqués pour la clientèle étrangère que pour la clientèle française. ■

Sources

L'enquête de fréquentation hôtelière est réalisée mensuellement par l'Insee auprès d'un échantillon d'environ 12 000 hôtels de tourisme (NACE rév. 2 « 5510Z ») comptant au moins 5 chambres, soit un taux de sondage de 70 %. La direction générale des entreprises et des partenaires territoriaux du tourisme participent au financement de cette enquête. Ce champ ne couvre pas les autres types d'hébergement collectif touristique, notamment les résidences de tourisme et les campings (couverts par d'autres enquêtes), ni l'hébergement à vocation sociale ou l'offre d'hébergements faite par des particuliers.

Définitions

Les **nuitées** (ou fréquentation) correspondent au nombre total de nuits passées par les clients. Un couple séjournant trois nuits consécutives dans un hôtel compte pour six nuitées, de même que six personnes ne séjournant qu'une nuit.

Le **taux d'occupation** est le rapport du nombre de chambres occupées au nombre de chambres effectivement offertes sur une période donnée (c'est-à-dire en excluant les fermetures saisonnières).

Bibliographie

- Millet N. « Les hébergements touristiques en 2014 - Recul des nuitées des touristes français et étrangers », *Insee Première* n° 1542, avril 2015.
- Maille S. « L'hôtellerie de chaîne en 2000 - Un bouleversement de l'offre hôtelière », *Insee Première* n° 820, janvier 2002.

Direction Générale :
18, bd Adolphe-Pinard
75675 PARIS CEDEX 14
Directeur de la publication :
Jean-Luc Tavemier
Rédacteur en chef :
E. Nauze-Fichet
Rédacteurs :
J.-B. Champion, A. Houlou-Garcia,
C. Lesdos-Cauhapé, V. Quénechdu
Maquette : C. Kohler
Impression : Jouve
Code Sage IP151553
ISSN 0997 - 3192
© Insee 2015

- *Insee Première* figure dès sa parution sur le site internet de l'Insee : www.insee.fr/collections-nationales
- Pour recevoir par courriel les avis de parution (60 numéros par an) : <http://www.insee.fr/abonnements>

Pour vous abonner à *Insee Première* et le recevoir par courrier : <http://www.webcommerce.insee.fr/liste.php?idFamille=16>

