

Document d'information

L'état de la distribution hôtelière en Europe

Résumé analytique

La distribution hôtelière joue un rôle essentiel dans la performance des hôtels européens, en plus d'être un sujet d'intérêt croissant pour les décideurs politiques et les organismes régulateurs. Ce document d'information contient des données sur l'état de la distribution hôtelière en Europe, en particulier concernant le rôle et la valeur ajoutée des plateformes de voyage en ligne. Il est basé sur une enquête représentative menée auprès d'hôteliers européens.

L'Europe est la première destination touristique de la planète et le secteur hôtelier européen est parmi les plus prospères au monde. Pour les hôteliers, remplir leurs chambres chaque nuit est une priorité essentielle. Une nuitée constitue un bien périssable : les coûts occasionnés par un lit vide ne peuvent jamais être récupérés.

Il n'est donc pas étonnant que la distribution hôtelière soit l'un des sujets qui fait le plus débat dans le secteur de l'hébergement. C'est également un sujet qui suscite un intérêt croissant auprès des décideurs politiques et des organismes régulateurs européens. En 2022, la Commission européenne a publié une vaste étude de marché contenant des résultats empiriques sur les principales caractéristiques et dynamiques de la distribution hôtelière.¹ L'Hotrec, l'organisation des associations européennes de l'hôtellerie, publie également une enquête semestrielle sur la distribution hôtelière.

Dans ce document d'information, nous fournissons des données détaillées sur l'état de la distribution hôtelière en Europe. L'étude s'appuie sur les résultats de l'étude

de marché de la Commission européenne, mais bénéficie d'une couverture géographique plus large et d'un échantillon plus grand. Contrairement à l'enquête annuelle de l'Hotrec, association des hôteliers européens, elle s'appuie sur un échantillon représentatif du secteur hôtelier européen.²

Ce document d'information se concentre donc sur le rôle que jouent les plateformes de voyage en ligne dans la distribution hôtelière et leur valeur ajoutée. Au cours des 25 dernières années, à mesure que les voyages sont devenus plus internationaux et que les technologies numériques se sont mises à faire partie intégrante de la vie quotidienne des consommateurs, les plateformes de voyage en ligne ont aidé les hôteliers à répondre aux changements de comportement des voyageurs et à tirer parti de nouvelles opportunités.

Le secteur de l'hébergement en Europe est caractérisé par la prédominance des petits hôtels indépendants, qui représentent environ 70 % de total des établissements. Ces hôtels ont particulièrement bénéficié du partenariat avec les plateformes



de voyages en ligne, car ceux-ci ont souvent du mal à rivaliser efficacement avec les chaînes hôtelières mondiales qui peuvent se permettre des investissements importants dans le marketing et la technologie.

1 Commission européenne : « Market study on the distribution of hotel accommodation in the EU », LE Europe et VVA Economics & Policy, 2022.

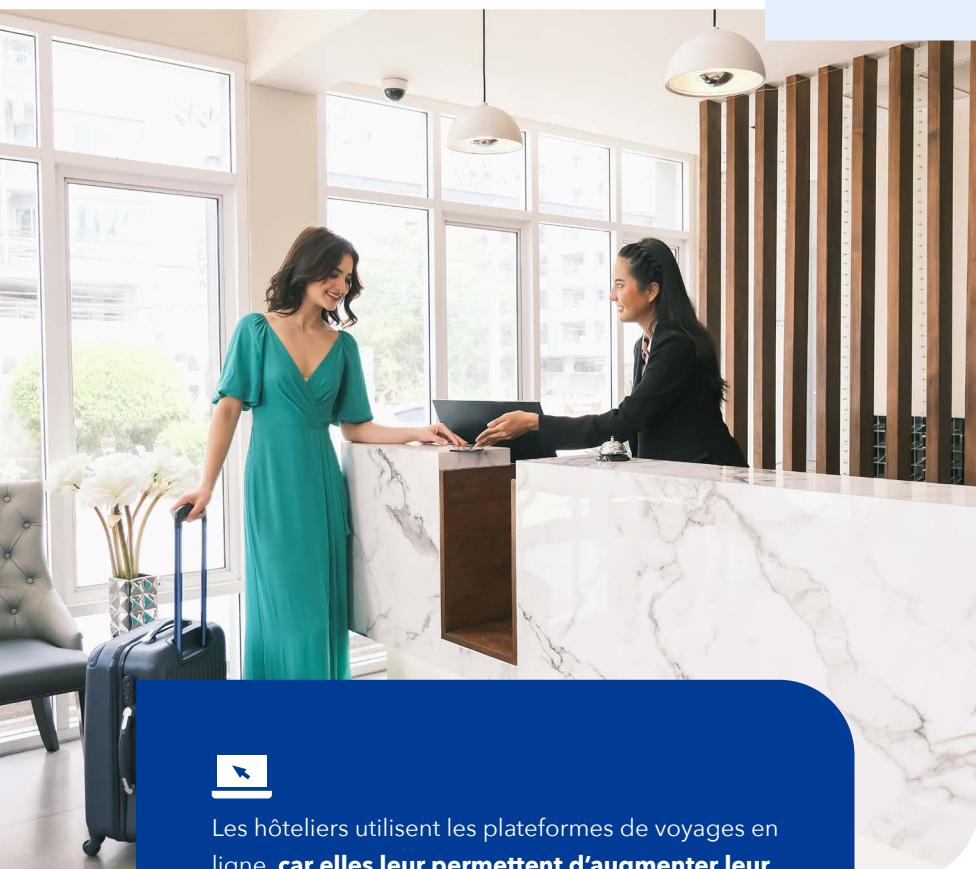
2 L'enquête de l'Hotrec présente des failles méthodologiques importantes et n'a aucune valeur sur le plan statistique. En effet, elle est accessible publiquement sur Internet. Le lien de l'enquête est publié sur la page d'accueil de diverses associations membres de l'Hotrec. N'importe qui peut participer à l'enquête, qu'il s'agisse de visiteurs occasionnels d'un site Internet ou de bots chinois. Cette enquête n'a donc aucune valeur statistique, car il est impossible de savoir qui a été interrogé. Même si seuls les hôteliers participaient à l'enquête, ce qui est peu probable, celle-ci souffrirait d'un biais d'auto-sélection.

Voici quelques-uns des principaux résultats de notre enquête sur les hôtels européens :



80 % des hôteliers estiment **disposer de plusieurs options pour commercialiser efficacement leurs chambres auprès des consommateurs et ils optimisent leur distribution en fonction de leurs objectifs commerciaux** (75 %).

88 % des hôtels utilisent au moins 2 plateformes de voyage en ligne et n'hésitent pas à changer de prestataire dès qu'ils ne sont plus satisfaits (61 %). Ces dernières années, les canaux de distribution propres aux hôtels (par exemple, leur site Internet) ont gagné en importance pour 68 % des hôteliers.



Les hôteliers utilisent les plateformes de voyages en ligne, **car elles leur permettent d'augmenter leur taux d'occupation** (82 %) et **rendent leur activité plus rentable** (74 %), notamment en réduisant leur coût d'acquisition client (63 %).

Il ressort clairement de ces résultats que la distribution hôtelière en Europe s'inscrit dans un environnement dynamique où le multi-homing* (ou multi-hébergement) est courant et avec des effets mutuellement bénéfiques à la fois pour les hôteliers et les partenaires de distribution. Les plateformes de voyages en ligne, grâce à leur taille et leurs investissements technologiques, permettent un gain en efficacité qui, dans une large mesure, est répercuté sur les hôtels partenaires. En conséquence, le secteur hôtelier européen qui est fragmenté, continue de prospérer et de contribuer au succès de l'Europe en tant que première destination mondiale. En d'autres termes : la situation de la distribution hôtelière en Europe est très satisfaisante.



Au cours des dernières années, **les canaux de distribution directs des hôtels** (leur site web par exemple) sont devenus plus importants pour une majorité d'hôteliers (68%).

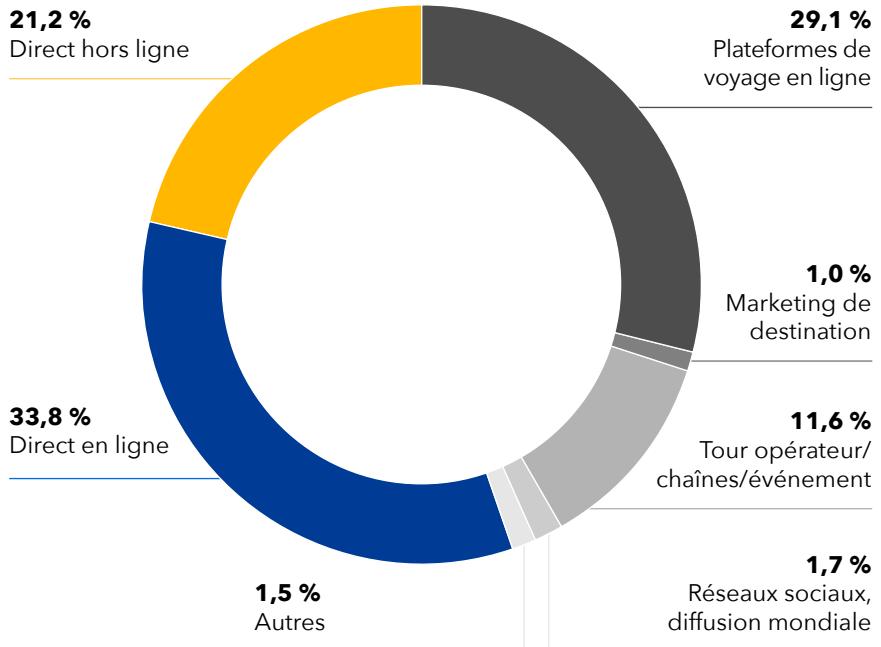
* Le multi-homing désigne la pratique de l'utilisation simultanée par des hôtels de plusieurs canaux de distribution, physiques ou virtuels.

Stratégies de choix et de distribution

La distribution hôtelière en Europe se caractérise par une multitude de canaux. La plupart des nuitées sont réservées directement via le fournisseur d'hébergement et la grande majorité des hôteliers conviennent qu'ils disposent de plusieurs options pour commercialiser leurs chambres auprès des consommateurs.

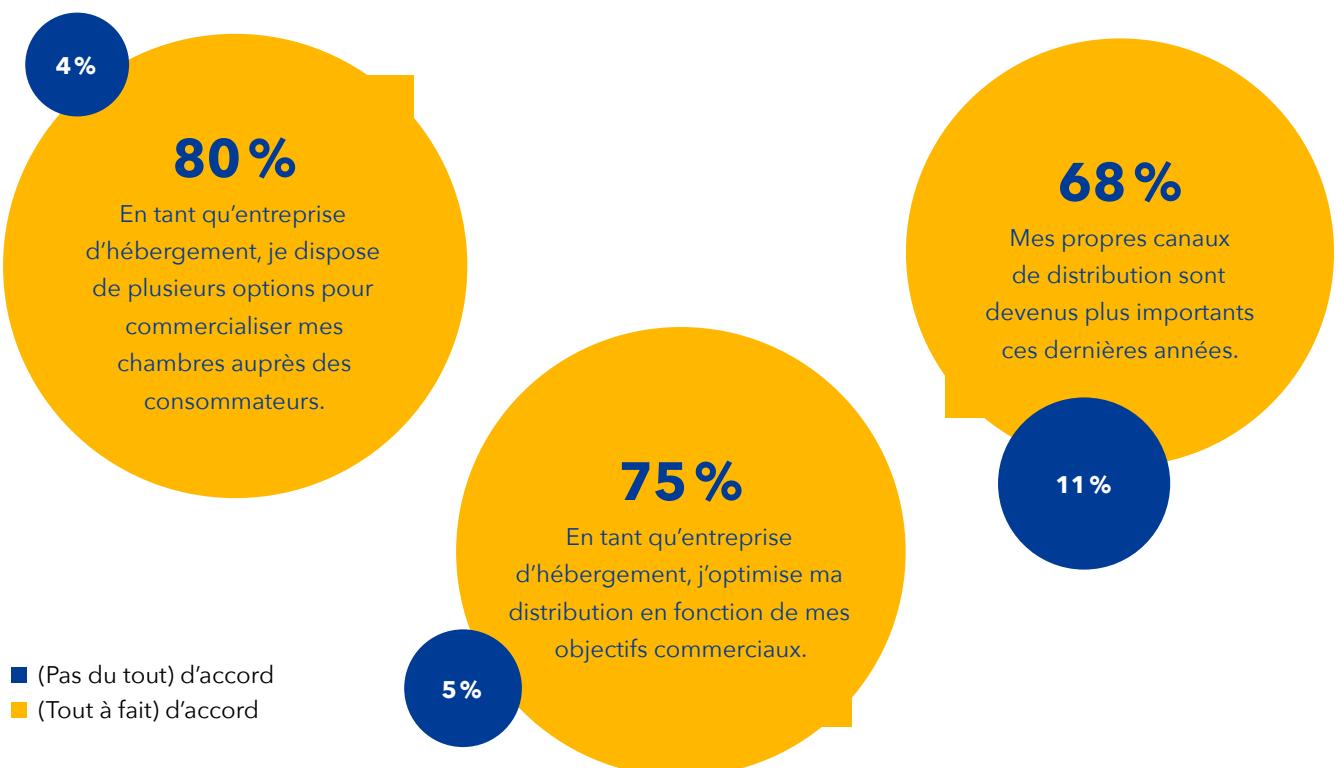
Le multi-homing est monnaie courante dans le secteur de l'hébergement, les hôteliers optimisant leurs choix de distribution entre et au sein des canaux. La vaste majorité des fournisseurs d'hébergement disposent d'une stratégie de distribution dédiée et optimisent leur distribution en fonction de leurs objectifs commerciaux.

La plupart des nuitées sont réservées directement via le fournisseur d'hébergement

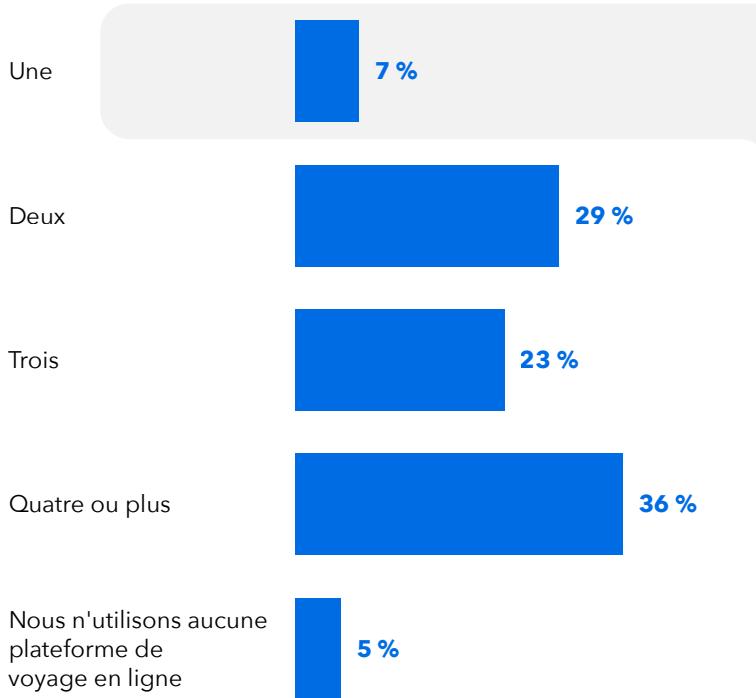


Source : Hotrec, 2024

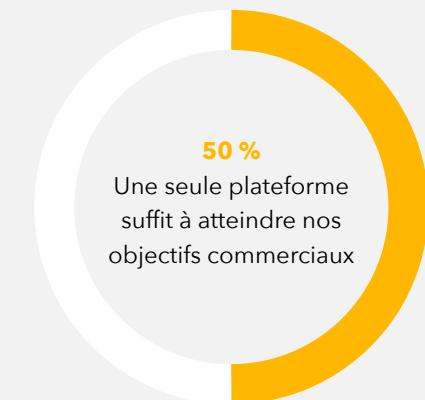
Les entreprises d'hébergement bénéficient d'une distribution diversifiée



88 % des hôtels utilisent au moins 2 plateformes de voyage en ligne



Pourquoi n'utilisez-vous qu'une seule plateforme de voyage en ligne ?



61 %

Si je ne suis pas satisfait(e) d'une plateforme de voyage en ligne spécifique, je change de prestataire

Les plateformes de voyages en ligne font partie intégrante de nombreuses stratégies de distribution, la grande majorité des hôteliers utilisant plusieurs plateformes de façon interchangeable et en parallèle. Près de 60 % des hôteliers européens utilisent au moins 3 plateformes de voyage en ligne. Lorsque les hôteliers travaillent avec une seule plateforme, c'est soit parce qu'ils y trouvent leur compte, soit parce que travailler avec plus d'une plateforme serait trop complexe sur le plan opérationnel. Il se peut aussi que travailler avec une seule plateforme leur suffise pour atteindre leurs objectifs commerciaux.

Étant donné que de plus en plus de consommateurs réservent leurs voyages en ligne, les canaux de distribution des hôteliers (par exemple leur propre site Internet, la newsletter de l'hôtel, les communications par e-mail) ont gagné en importance. Selon l'Hotrec, la part des consommateurs réservant via le site Internet d'un hôtel avec fonctionnalité de réservation directe a plus que doublé au cours des 10 dernières années.

Disposer d'une multitude d'options de distribution permet aux hôteliers de ne plus dépendre d'un seul canal.

Cela est particulièrement vrai pour les canaux de distribution en ligne. Les logiciels de gestion des canaux, utilisés par la majorité des hôteliers de l'UE, permettent de transférer facilement les disponibilités d'un canal à un autre en temps réel. Par conséquent, 3 hôteliers sur 5 passent d'une plateforme de voyage en ligne à une autre s'ils ne sont pas satisfaits.

La valeur ajoutée des plateformes de voyage en ligne

La popularité des plateformes de voyages en ligne s'explique très simplement : ces plateformes rendent les hôtels européens plus performants.

L'Europe est la première destination de voyage pour les touristes internationaux. Sachant qu'une grande partie de la demande provient de l'étranger, les hôteliers européens doivent être visibles auprès des voyageurs et voyageuses du monde entier.

Les plateformes de voyage en ligne proposent aux hôtels un moyen sans risque et rentable de se faire connaître auprès d'une clientèle internationale. Ces plateformes investissent dans la technologie, le Service Clients multilingue et le marketing mondial. Les hôtels sont libres d'utiliser ces services autant qu'ils le souhaitent, mais n'y sont pas obligés. En général, les hôtels ne paient des frais que lorsqu'une réservation effectuée sur une plateforme de voyage en ligne est honorée. Sur le plan économique, les plateformes permettent des économies d'échelle, qui sont dans une large mesure répercutées sur les partenaires hôteliers.³

Ainsi, les hôtels enregistrent des niveaux d'occupation plus élevés et bénéficient de coûts d'acquisition client plus faibles. Les trois quarts des hôteliers s'accordent à dire que les plateformes de voyages en ligne rendent leur activité plus rentable, contribuant ainsi de manière significative au succès du secteur de l'hébergement européen.

Les plateformes offrent également l'accès à un certain nombre de services supplémentaires, par

Les plateformes de voyages en ligne permettent à mon entreprise d'hébergement d'augmenter son taux d'occupation.



Sans les plateformes de voyages en ligne, nous aurions des coûts d'acquisition plus élevés pour nos réservations.



Les plateformes de voyages en ligne permettent à mon activité d'hébergement d'être plus rentable.



Les plateformes de voyages en ligne proposent des services qui me sont utiles.



Les commentaires clients sur les plateformes de voyage en ligne fournissent des informations cruciales pour les décisions managériales.



■ (Pas du tout) d'accord ■ (Tout à fait) d'accord

exemple des informations basées sur des données, des analyses et des formations en ligne. Ces services aident les hôteliers à gérer leur entreprise de manière plus efficace.

Par exemple, plus des deux tiers des hôteliers reconnaissent que les commentaires des clients sur les plateformes de voyage en ligne leur fournissent des informations cruciales pour la prise de décisions

managériales. Des recherches universitaires démontrent que répondre rapidement aux commentaires a un impact direct sur la performance des hôtels. En effet, tirer parti des retours des clients est essentiel pour améliorer leur expérience.⁴ Cela contribue au succès à long terme et à la compétitivité du secteur de l'hébergement européen.

3 Cela confirme les recherches de James Bessen sur la diffusion de la technologie et les améliorations de la productivité liées aux plateformes ouvertes. Cf : James Bessen, « Unlocking Frontier Technology: The Policy Challenge of the Digital Economy », in Innovation Frontier Project » (2021).

4 Erfan Rezvani & Christian Rojas, 2022. « Firm responsiveness to consumers' reviews: The effect on online reputation », Journal of Economics & Management Strategy, Wiley Blackwell, vol. 31(4), pages 898-922, Novembre.

Impact des plateformes de voyage en ligne sur la distribution

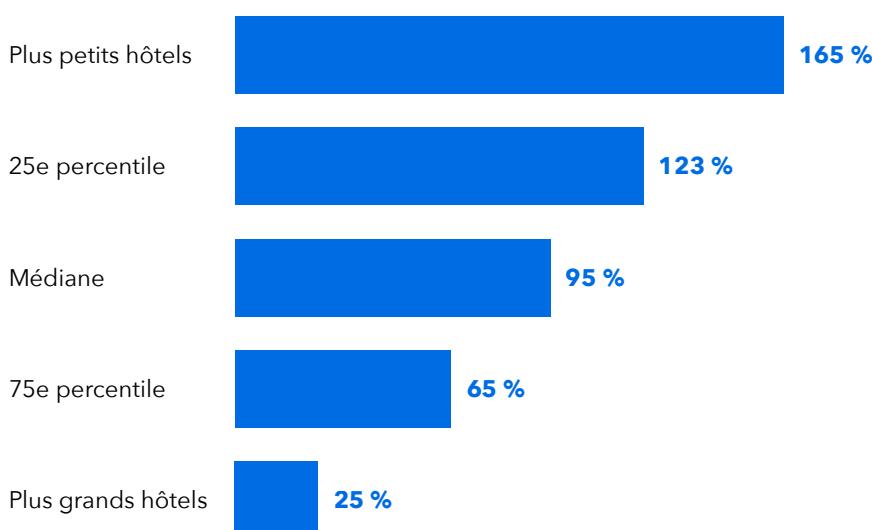
Comme le montrent les nouvelles données présentées dans ce document, les plateformes de voyage en ligne permettent aux hôtels d'être plus performants. Toutefois, des recherches tierces montrent que l'impact considérable de ces plateformes sur la distribution présente une particularité : les petits hôtels indépendants bénéficient davantage d'un partenariat avec des plateformes de voyage en ligne que les grands hôtels affiliés à des chaînes.

Une étude universitaire de référence menée en 2022 a montré comment l'utilisation des plateformes de voyage en ligne affectait la rentabilité des hôtels en Belgique.⁵ La Belgique a été choisie en raison de sa réglementation unique qui oblige toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, à publier des rapports financiers annuels détaillés. Cela permet de se livrer à une analyse statistique en profondeur de l'impact des plateformes de voyages en ligne sur la rentabilité des hôtels.

Le verdict est sans appel :

Nos résultats démontrent clairement un effet statistiquement positif sur la rentabilité des hôtels qui ont collaboré avec Booking.com par rapport à ceux qui ne l'ont pas fait. [...] Les résultats indiquent également que cette collaboration a un impact d'autant plus positif que la taille des établissements diminue. Bien que l'identification des causes sous-jacentes de ce phénomène dépasse le cadre de cette étude, nous sommes conscients du fait que les petits établissements ont tendance à être gérés par leur propriétaire, à moins reposer sur la technologie et à disposer de budgets marketing dédiés moins élevés. Ainsi, collaborer avec Booking.com leur permet d'élargir leur distribution, d'accroître leur notoriété et de vendre sur des marchés auxquels ils n'auraient pas pu accéder autrement, ce qui contribue à accroître leurs revenus.

S'associer à des plateformes de voyage en ligne a un impact positif sur le rendement financier des hôtels : plus l'hôtel est petit, plus l'impact est important



Le ROA (retour sur actifs) moyen pour l'ensemble de l'échantillon était de 3,03 % et l'effet du partenariat avec Booking.com s'est traduit par une augmentation de 2,89 points de pourcentage (soit une augmentation de 95 % par rapport au point de référence).

Source : Saddam et al. (2021)

En d'autres termes, plus l'hôtel est petit, plus il est avantageux de l'inscrire sur une plateforme de voyage en ligne. Ces résultats sont conformes aux recherches précédentes menées par la Commission européenne, Oxford Economics et EY Parthenon.⁶

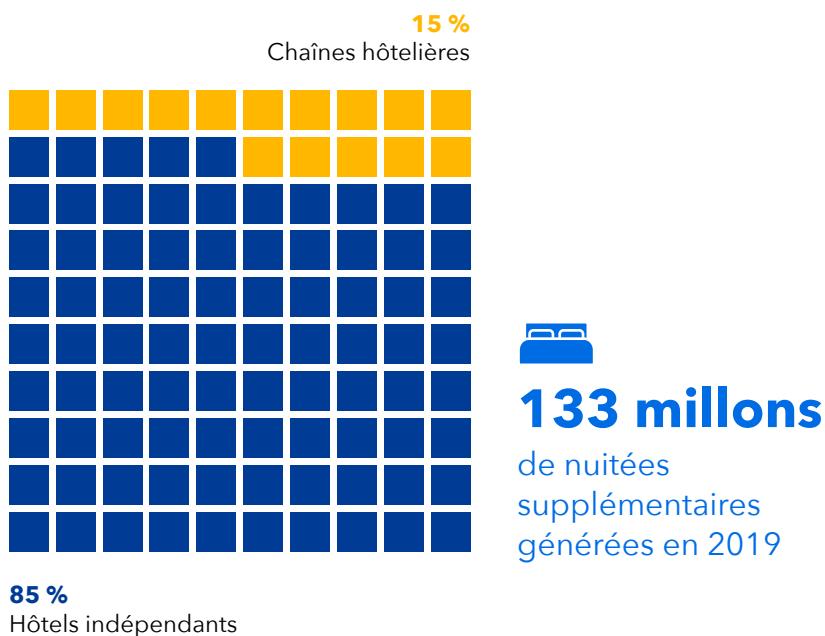
5 Abdullah, Saddam, Van Cauwenberge, Philippe, Vander Bauwheide, Heidi & O'Connor, Peter 2021, « The indirect distribution dilemma: assessing the financial impact of participation in Booking.com for hotels, Tourism Review online », pp. 1-19.
6 Commission européenne : DG Competition, LE Europe, VVA Economics & Policy, « Market study on the distribution of hotel accommodation in the EU », 2022 ; Oxford Economics, « The Economic Impact of Online Travel Agencies in Europe », 2019 – 2021 ; EY Parthenon, « Online travel agencies: Helping Europe's small and independent accommodations succeed in the global marketplace », 2021. accommodations succeed in the global marketplace, 2021.

Document d'information
L'état de la distribution hôtelière en Europe

Oxford Economics a démontré que les réservations supplémentaires générées par les plateformes de voyages en ligne en Europe bénéficient davantage aux hôtels indépendants. 85 % des 133 millions de nuitées supplémentaires pouvant être attribuées aux plateformes de voyages en ligne en 2019 ont eu lieu dans des établissements indépendants.

Ces recherches mettent en lumière le fait que le secteur de l'hébergement européen, caractérisé par la prédominance de petits hôtels indépendants, bénéficie grandement de la relation symbiotique avec les plateformes de voyage en ligne. Ces plateformes permettent aux petits hôtels d'être plus compétitifs face aux grandes chaînes hôtelières et contribuent à préserver le choix et la diversité uniques qui caractérisent le paysage hôtelier européen.

85 % des réservations supplémentaires générées par les plateformes de voyages en ligne ont lieu dans des hôtels indépendants



Sources : Travel Economics, Comscore, Eurostat



Document d'information

L'état de la distribution hôtelière en Europe

Méthodologie

L'enquête a été menée par Statista et s'est déroulée entre le 6 février et le 22 mars 2024 via des entretiens téléphoniques. 821 directeurs et gérants d'hôtels issus de l'Union européenne ont participé à l'enquête. Les pays et les régions inclus dans l'enquête sont l'Allemagne, l'Autriche, l'Espagne, la France, la Grèce, l'Italie, les Pays-Bas, les pays nordiques (Danemark, Finlande, Norvège et Suède), le Portugal, ainsi que le reste de l'Europe (Belgique, Bulgarie, Croatie, Hongrie, Irlande, Pologne, République tchèque, Roumanie, Slovaquie, Slovénie).



Poste



Nombre d'hébergements



Étendue des responsabilités



Booking.com

statista 