

Objet :

**Exposé
Les plus grands groupes hôteliers dans le
monde**



Décembre 2009

PLAN DE TRAVAIL

I. INTRODUCTION

II. DEFINITION D'UN GROUPE HOTELIER

III. DIFFERENTS GROUPES HOTELIERS

III.1. InterContinental Hotels

III.2. Wyndham Hotel Group

III.3. Marriott International

III.4. Hilton Hotels Corp

III.5. Accor

III.6. Choice Hotels International

III.7. Best Western International

III.8. Starwood Hotels & Resorts

III.9. Carlson Hotels

III.10. Global Hyatt Corp

IV. CLASSEMENT DES 10 PREMIERS GROUPES HOTELIERS

IV.1. MALGRE LA CRISE ,LA CROISSANCE HOTELIERE CONTINUE

IV.2. LA COMPETITION EST TOUJOURS TRES FORTE EN HAUT DE CLASSEMENT

V. CHRONIQUE D'UNE RESTRUCTURATION ANNONCEE

VI. GLOSSAIRE

15e CLASSEMENT HOTELIER MONDIAL DES GROUPES HOTELIERS

I. INTRODUCTION

Malgré la crise, la croissance continue, mais la restructuration est en marche

Pour la 15e année consécutive MKG Hospitality présente le Classement mondial des 130 premiers groupes hôteliers et celui des 200 premières enseignes au 1er janvier 2009. Malgré la morosité ambiante, la croissance du parc hôtelier mondial reste d'actualité, soutenue par un "pipeline" alimenté en période d'euphorie. Les pays émergents comme les pays plus matures offrent des perspectives de développement toujours nombreuses, même si le futur rythme de croissance sera adapté à la nouvelle donne économique.

Dans le peloton de tête des groupes hôteliers, le classement n'est pas bouleversé, InterContinental Hotels(IHG) conservant la tête de loin devant Wyndham, deux champions de la franchise. La lutte est plus serrée pour la 3e et 4e place, Hilton Hotels arrivant au coude à coude avec Marriott International qui conserve l'avantage. 5e, le groupe Accor est en passe de retrouver ses 4000 hôtels dans le monde. Seuls changements notables, la montée en puissance de deux groupes chinois, Jing Jiang qui gagne deux places, et Home Inns qui en gagne neuf.

La puissance du modèle de la franchise se retrouve au niveau de la croissance des enseignes hôtelières. Si la prime est toujours forte pour les leaders, qui conservent peu ou prou leurs positions, certaines marques font un bond en avant à l'instar d'Hilton Garden Inn (+23%), Holiday Inn (+11%) ou Ibis (+9,5 %).

Pour autant, il ne faut pas se cacher que l'année 2009 marque un coup d'arrêt pour certains projets, qui vont prendre du retard, et une révision à la baisse sur les programmes d'investissements neufs, faute de financement disponible. Les groupes revoient leurs objectifs de développement avec plus de prudence.

Une nouvelle redistribution des cartes est en marche face aux difficultés de certains groupes hôteliers ou de fonds d'investissements qui vont devoir céder leurs actifs pour retrouver de la liquidité. On peut s'attendre avant la fin de l'année 2009 à une vague plus ou moins ample de restructuration de l'industrie hôtelière au niveau mondial.

II. DEFINITION D'UN GROUPE HOTELIER

Un groupe hôtelier est une entreprise qui assure la gestion d'un ou plusieurs hôtels et établissements hôteliers dont elle est locataire ou plus souvent propriétaire.

III. DIFFERENTS GROUPES HOTELIERS

III.1. InterContinental Hotels InterContinental Hotels Group

InterContinental Hotels Group est une entreprise multinationale dont les opérations comportent plusieurs chaînes d'[hôtels](#) et l'industrie des breuvages non-alcoolisés. Son siège social est à [Denham](#), près de [Londres](#).

Il dispose plusieurs chaînes hôtelières dont les principales sont les suivantes :

[InterContinental](#) , [Crowne Plaza](#) , [Holiday Inn](#) , [Holiday Inn Express](#) (ou "Express by Holiday Inn" à l'extérieur de l'[Amérique du Nord](#)) , [Staybridge Suites](#), [Candlewood Suites](#), [Hotel Indigo](#) , [Nickelodeon Hotel](#)

III.2. Wyndham Hotel Group



Il contient les différentes chaînes hôtelières ;

Baymont Inn & Suites , Days Inn , Hawthorn Suites , Howard Johnson , Knights Inn , Microtel, Ramada , Super 8 Motels , Travelodge , Wingate Inn , Wyndham Hotels & Resorts , Wyndham Grand Collection , Wyndham Garden Hotel .

III.3. Marriott International



Marriott International est un groupe hôtelier américain spécialisé dans l'hôtellerie de luxe.

Il a été créé en 1993, à la suite de la division de Marriott Corporation en deux compagnies. L'autre entreprise créée s'appelle Host Marriott Corporation. En 1995, Marriott International entre dans le capital de Ritz-Carlton à hauteur de 49%, puis à hauteur de 99% en 1998.

Il enregistre près de 3 000 établissements dans le monde ;

Marriott Hotels & Resorts , JW Marriott Hotels & Resorts , Renaissance Hotels & Resorts, Courtyard by Marriott ,Residence Inn by Marriott ,Fairfield Inn by Marriott , Marriott Conference Centers , TownePlace Suites by Marriott , SpringHill Suites by Marriott , Marriott Vacation Club International (MCVI) (timeshares) , Horizons by Marriott Vacation Club (timeshares) , The Ritz-Carlton Hotel Company L.L.C. , The Ritz-Carlton Club , Marriott ExecuStay , Marriott Executive Apartments , Marriott Grand Residence Club , Bvlgaria Hotels & Resorts (two luxury hotel & resort properties).



III.4. Hilton Hotels Corp

Parmi ces différentes chaînes on distingue les suivantes ;

Hilton Hotels , Doubletree , Embassy Suites , Conrad Hotels , Le Waldorf-Astoria Collection, Hilton Garden Inn , Denizen Hôtels , Hampton Inn, Hampton Inn & Suites, Homewood Suites by Hilton , Home2 Suites by Hilton , Hilton Grand Vacations Company .



III.5. Accor

Accor est un groupe français présent dans l'hôtellerie et dans les services prépayés aux entreprises et collectivités, ainsi que dans des activités complémentaires.

Le groupe Accor détient environ 33 marques, les principales sont :

Dans l'hôtellerie : Sofitel , Pullman , Novotel , Suitehotel , Mercure , MGallery , All Seasons , Etap Hotel , Hôtel F1 , Motel 6 , Adagio City

Dans les services : Ticket restaurant, Ticket Tessorus, Ticket Services, Kadéos...

Dans les autres services : Accor Thalassa , Compagnie des wagons-lits , Lenôtre.



III.6. Choice Hotels International

Choice Hotels International est un groupe hôtelier américain.

C'est l'un des plus grands franchiseurs d'hôtels au monde. Il franchise des hôtels sous les marques Cambria Suites, Comfort Inn, Comfort Suites, Comfort Hotels, Quality, Sleep Inn, Clarion, MainStay Suites, Suburban Extended Stay Hotel, Econo Lodge, et Rodeway Inn.



III.7. Best Western International

Best Western est l'une des plus importantes chaînes d'hôtels du monde avec 4200 hôtels dans plus de 80 pays. Le siège international de Best Western se trouve à Phoenix (Arizona).

Chaque hôtel de la chaîne est géré de manière indépendante. Best Western n'est pas un réseau de franchises dans le sens traditionnel du terme mais une coopérative dont chaque hôtel de la chaîne est actionnaire.

III.8. Starwood Hotels & Resorts



Son siège social est situé à White Plains, dans l'État de New York.

Starwood est un des plus importants groupes hôteliers et de loisirs dans le monde avec plus de 850 sites dans plus de 95 pays et 145 000 salariés dans les sites qu'il possède ou gère.

Doté de marques renommées au niveau international dont les principales sont ;

Sheraton, ArabellaStarwood Hotels & Resorts , Westin Hotel & Resorts , Le Meridian, the Luxury Collection.

III.9. Carlson Hotels



Carlson (souvent appelé Carlson Compagnies, qui est l'ancien nom du groupe) est une multinationale américaine du secteur du tourisme, basée à Minneapolis. Elle exploite notamment les hôtels Radisson, Regent et Park Inn ou encore la chaîne de restaurants T.G.I. Friday's.

III.10. Global Hyatt Corp



Global Hyatt Corporation est une chaîne internationale d'hôtels fondée en 1957, qui opère dans plusieurs pays à travers le monde. Le président actuel est Mark S. Hoplamazian (depuis le 28 Novembre 2006) et le siège social se trouve le Centre Hyatt (construit en 2005 et situé à Chicago). La compagnie hôtel dispose de 215 hôtels dans 43 pays, travaillant sous la marque Hyatt, Hyatt Regency, Grand Hyatt et Park Hyatt.

IV. CLASSEMENT MONDIAL DES 10 PREMIERS GROUPES HÔTELIERS

CLASSEMENT DES CHÂÎNES				HÔTELS / HOTELS		CHAMBRES / ROOMS		EVOLUTION / CHANGE	
09 / 08	GROUPES			2009	2008	2009	2008	CHAMBRES / ROOMS	
1	1	IHG	GB	4 186	3 949	619 851	585 094	34 757	5,9%
2	2	WYNDHAM HOTEL GROUP	USA	7 043	6 544	592 880	550 576	42 304	7,7%
3	3	MARRIOTT INTERNATIONAL	USA	3 088	2 921	545 705	521 201	24 504	4,7%
4	4	HILTON HOTELS	USA	3 259	2 967	544 361	498 174	46 187	9,3%
5	5	ACCOR	FRA	3 982	3 871	478 975	461 698	17 277	3,7%
6	6	CHOICE	USA	5 827	5 570	472 526	452 027	20 499	4,5%
7	7	BEST WESTERN	USA	4 032	4 035	305 387	308 636	-3 249	-1,1%
8	8	STARWOOD HOTELS AND RESORTS	USA	942	896	284 800	274 535	10 265	3,7%
9	9	CARLSON HOSPITALITY WORLDWIDE	USA	1 013	971	151 487	148 551	2 936	2,0%
10	10	GLOBAL HYATT	USA	373	720	114 343	138 375	-24 032	-17,4%

Source : www.mkg-hospitality.com - www.hotelcompset.com

IV.1. MALGRE LA CRISE, LA CROISSANCE HOTELIERE CONTINUE

La crise économique n'a pas asséché les pipelines des leaders hôteliers mondiaux. Malgré un parc de plus de 4 millions de chambres, les Etats-Unis restent un marché très attractif avec un fort taux de renouvellement. Les chaînes intégrées y rénovent leurs parcs à coup de concept rajeunis et de nouvelles constructions. La franchise, omniprésente aux Etats-Unis, y assure un taux de pénétration des marques hôtelières de l'ordre de 70%. Ce modèle de développement devient plus attractif en Europe avec la crise. A côté des contrats de management, largement répandus, les groupes hôteliers s'attendent à recueillir dans leur giron des hôtels qui souhaitent s'appuyer sur de gros réseaux de commercialisation.

L'Europe, qui regroupe près de la moitié des pays du Top 15 hôtelier mondial, n'a pas fini sa croissance. Une large partie du développement des chaînes s'est concentrée sur ces pays clés. L'Italie se développe à rythme régulier. Les groupes hôteliers continuent à étendre leurs marques économiques au Royaume-Uni, en Allemagne et en Espagne. En France, l'offre s'est légèrement comprimée en raison du déclin de la petite hôtellerie économique. Et l'Europe centrale et de l'Est représente depuis le début des années 2000 un terrain de jeu séduisant.

Le rôle économique des BRIC commence à se traduire par des parcs de plus en plus étoffés. Nul besoin de revenir sur la fantastique croissance de l'offre chinoise. En avance sur tout le monde, l'Empire du Milieu abrite désormais le deuxième parc mondial. La

Russie et le Brésil enregistrent un grand nombre d'ouvertures annuelles, que ce soit sur le segment haut de gamme mais aussi vers des formules plus économiques. Ces pays recèlent l'opportunité de créer de vastes réseaux nationaux. A la traîne, l'Inde – avec un parc de quelque 75 000 chambres, soit moins que la Croatie pour un territoire 60 fois plus grand - cherche activement à rattraper son retard sur son voisin.

D'autres outsiders sont regardés à la loupe par les observateurs hôteliers. L'Arabie Saoudite a vu son parc doubler en quelques années pour atteindre les 200 000 chambres. Les hôtels voient le jour dans les grandes métropoles de Malaisie, du Vietnam, du Chili ou du Pérou. Ces pays pourraient à l'avenir suivre l'exemple de nations déjà très touristiques comme le Mexique, l'Egypte, la Turquie ou l'Indonésie qui enregistrent toujours un fort développement.

IV.2. LA COMPETITION EST TOUJOURS TRES FORTE EN HAUT DE CLASSEMENT

L'offre des 10 premiers groupes mondiaux s'est étoffée de plus de 4%. Le premier d'entre eux, IHG, a franchi la barre des 600 000 chambres et un parc est désormais supérieur à celui du Royaume-Uni tout entier. Le groupe britannique est toujours totalement concentré sur les contrats de management et la franchise avec un pipeline qui s'élève à près de 250 000 chambres pour les années à venir, dont 25000 nouvelles chambres signées pour le seul dernier trimestre 2008, pourtant peu propice aux folles envolées. Wyndham Hotel Group cantonné à la deuxième place avait mis tous les atouts de son côté pour rattraper son retard en dépensant \$131 millions pour acquérir deux enseignes de US Franchise : Microtel Inns & Suites et Hawthorn Suites.

A la troisième place Marriott International a conservé de peu son avance avec un rythme de développement au-dessus de la moyenne (+4,7%). Le groupe dispose également d'un pipeline de 800 hôtels pour 125 000 chambres, avec deux marques phares Marriott et Courtyard. Propriété de Blackstone le groupe Hilton Hotels s'est rapproché très près de la 3e place avec un modèle de développement axé sur la franchise aux Etats-Unis. Mais Hilton Hotels profite également de l'ouverture de ses marques à l'international : Doubletree, Homewood Suites et surtout Hilton Garden Inn et Hampton Inn qui sont parties à la conquête du monde. Derrière ce quatuor anglo-saxon, Accor s'active. L'ouverture du 800e Ibis à Shanghai, démontre la capacité du groupe à assumer son rôle de leader mondial de l'hôtellerie économique, une ambition soutenue par ses autres enseignes dynamiques : Etap Hotel et Motel 6 aux USA.

En effet, quel que soit le continent, ce sont les groupes spécialisés dans l'hôtellerie économique qui affichent les plus fortes progressions. Les Britanniques Travelodge et Premier Inn ont ajouté une cinquantaine d'hôtels à leurs parcs. Aux Etats-Unis, Vantage Hospitality enregistre comme chaque année une croissance impressionnante de l'offre de ses Best Value Inns. Les groupes chinois continuent année après année de grimper dans notre classement avec des progressions toujours plus impressionnantes. Home Inns a vu son parc multiplié par deux en une petite année grâce à une croissance organique et le rachat de l'enseigne Top Star. Le groupe Jin Jiang poursuit une stratégie multi-segments, mais c'est sur le secteur économique que la progression est la plus

forte. Le groupe multiplie les ouvertures avec le lancement d'une nouvelle enseigne Bestay, 30% moins cher que les Jin Jiang Inns.

V. CHRONIQUE D'UNE RESTRUCTURATION ANNONCEE

Cette vision dynamique du développement enregistré en 2008 ne doit pas masquer la réalité du coup d'arrêt sur de nombreux projets en 2009. La plupart des groupes hôteliers, concentrés sur l'adaptation de leurs structures à ce nouvel environnement, ont revu à la baisse leurs objectifs de développement. Le manque de financement disponible limite la capacité des investisseurs à lancer ou poursuivre de nouveaux programmes de constructions neuves.

Par ailleurs, la faiblesse actuelle de plusieurs groupes hôteliers, ou des fonds d'investissements propriétaires, devrait conduire à des opérations de restructuration au sein même de l'industrie hôtelière mondiale. Le besoin de liquidités ou l'obligation de faire face à de grosses échéances de remboursement va conduire rapidement des propriétaires en difficulté à trouver des repreneurs ou des partenaires. Les fonds souverains et groupes hôteliers disposant de réserves financières sont très attentifs aux opportunités qui vont donc se présenter.

VI. GLOSSAIRE

E /

Euphorie : c'est un sentiment de bien-être intense ou de grand bonheur.

G /

Giron: locution verbale ; revenir (dans un groupe que l'on avait quitté).

O /

Opportunité: c'est une circonstance favorable (familier), synonyme d'occasion.

P /

Pipeline : conduit fermé d'acheminement (d'une substance fluide).

