



présente

HOTELLERIE DURABLE: *ready to check in?*

Premier baromètre international
sur les attentes des clients de
l'hôtellerie en matière de
développement durable

24 juin 2011



Accor lance **Earth Guest Research**, une plateforme de savoir partagée sur le développement durable dans l'hôtellerie

- Le rôle de Accor est de contribuer au savoir et au progrès des acteurs de l'hôtellerie : entreprises, collaborateurs et clients
- Un hôtel durable est une **réalisation collective**
 - Nous avons besoin que nos clients et nos collaborateurs soient impliqués
 - Nous avons besoin que le secteur soit engagé
- Cela fait partie de nos **méthodes de travail** : la transparence et le dialogue permettent l'amélioration continue
- Cette étude est la première publication de la plateforme Earth Guest Research



Une **première mondiale** : le premier baromètre international sur les attentes de la clientèle hôtelière en matière de développement durable

- L'étude "Hôtellerie durable : ready to check in" est une première mondiale
- Les résultats sont partagés en "open source"
- La méthodologie est gratuite, disponible pour tout acteur de l'hôtellerie
 - Pour reproduire l'étude
 - Pour l'étendre
 - Une condition : partager les résultats sur accor.com
- Téléchargement : www.accor.com
- Contact : developpement.durable@accor.com



Cette étude, menée avec l'Ifop, respecte les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage

■ 6 pays



- De cultures différentes
- De niveaux de développement économique variés
- Certains déjà témoins des effets du changement climatique

■ Les clients de l'hôtellerie

- 6973 personnes interrogées au total, plus de 1200 par pays
- Du low cost au haut de gamme/ luxe
- Loisirs et affaires

	Total 6973						
Low cost	1839	1219	1209	908	1215	1233	1189
Economique	1830	304	299	303	304	317	303
Midscale	1816	305	303	302	301	303	302
Upscale + luxury	1488	300	305	-	300	302	281

■ Un partenaire expert : l'IFOP

- Un pionnier et un leader dans les sondages d'opinion et les études Marketing depuis 1938
- Un réseau mondial implanté dans 50 pays
- Une expertise dans le développement durable depuis 2002

ifop

■ Un partenaire interne expert : la direction Market Research & Consumer Information





Enseignement n°1

Le développement durable :
une préoccupation partagée par
tous les clients de l'hôtellerie

Par delà les différences géographiques et économiques, plus de 8 clients sur 10 se déclarent sensibles au développement durable.

Q.: Avez-vous entendu parler du développement durable ?

TOTAL OUI 76%

 73%

 47%

 98%

 97%

 54%

 94%

Hommes 82%

Femmes 72%

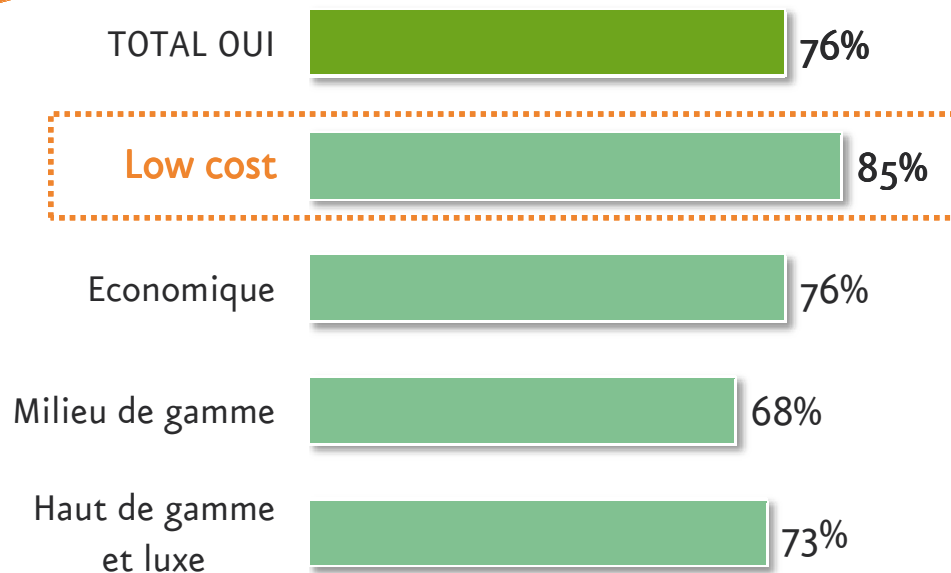
Avec enfants mineurs 81%

Sans enfants mineurs 73%

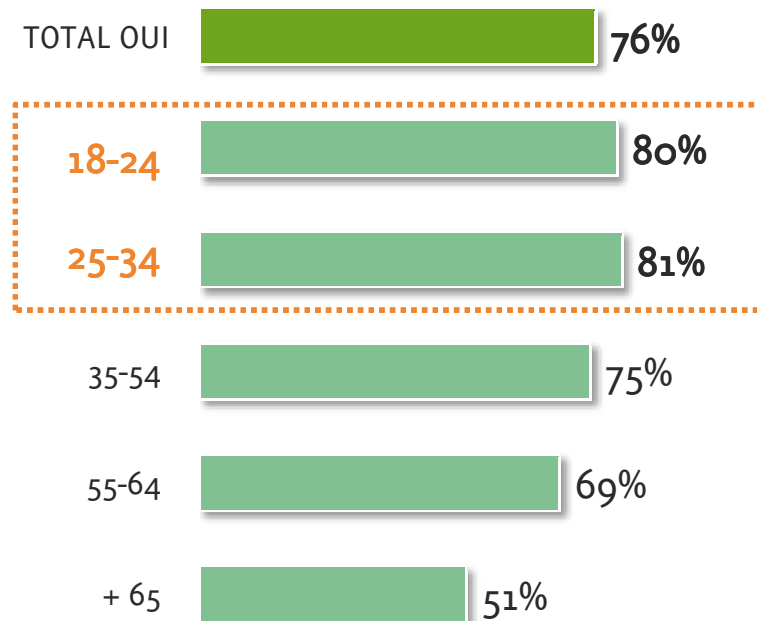
Une sensibilité plus développée chez les clients de 18 à 34 ans, qui séjournent en général dans les hôtels low cost

Q.: Avez-vous entendu parler du développement durable ?

Catégorie de l'hôtel



Age



En France, une majorité écrasante de clients – tant hommes que femmes – est familière avec la notion de développement durable

Q.: Avez-vous entendu parler du développement durable ?

TOTAL OUI Résultats globaux



TOTAL OUI Résultats France



Hommes



Femmes



Avec enfants mineurs

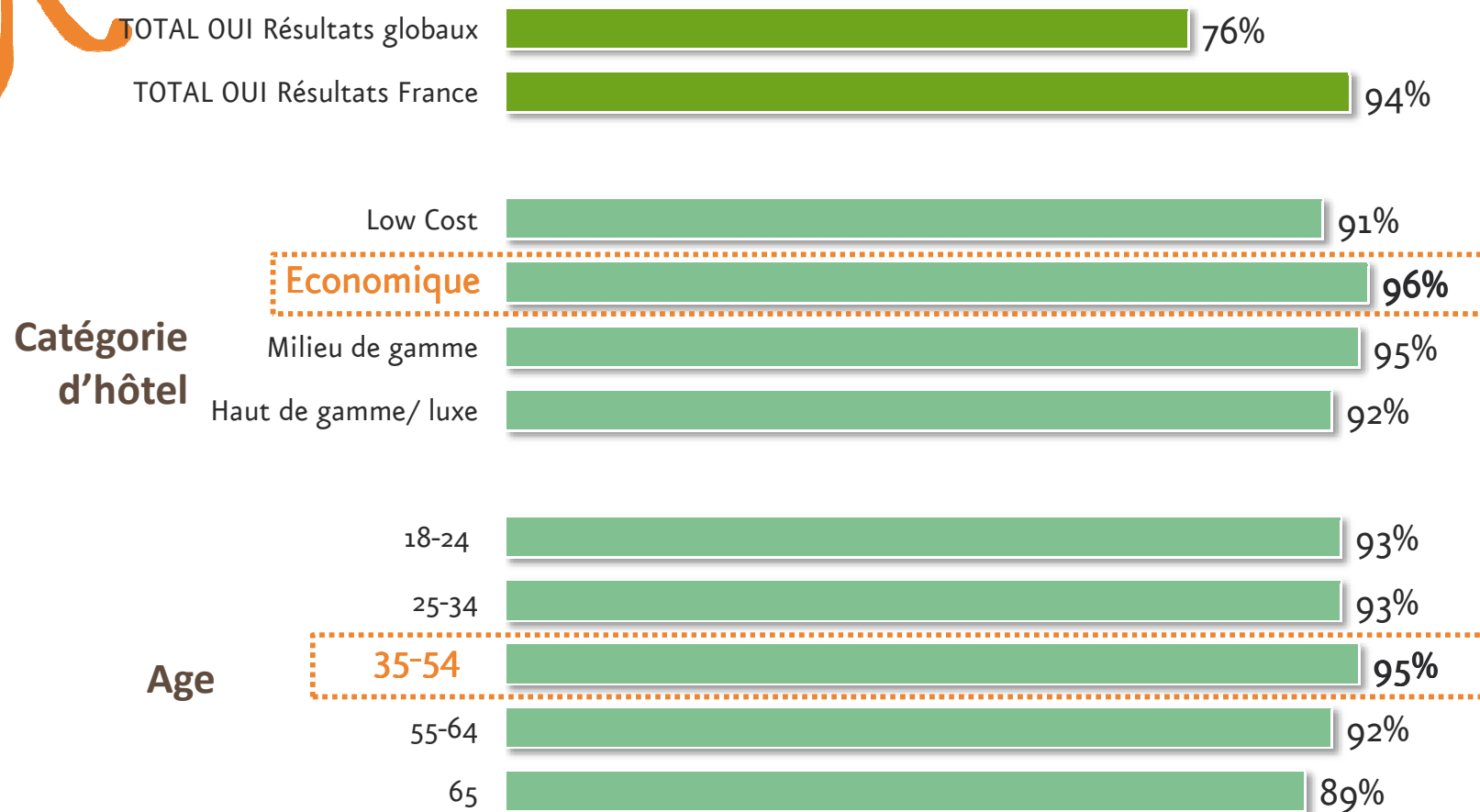


Sans enfants mineurs



Une particularité française : les 35-54 ans sont les plus sensibles, alors que dans l'ensemble des autres pays ce sont les 18-34 ans

Q.: Avez-vous entendu parler du développement durable ?





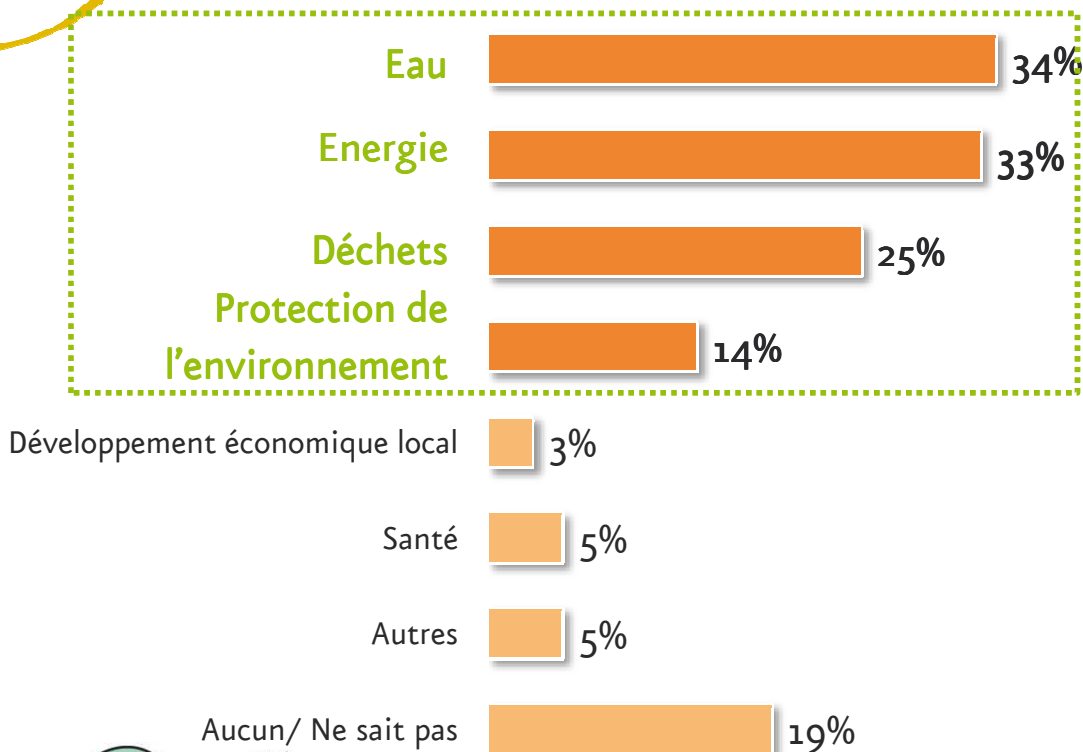
Enseignement n°2

Une attente d'actions concrètes autour de quatre sujets majeurs : l'eau, l'énergie, les déchets & la protection de l'enfance

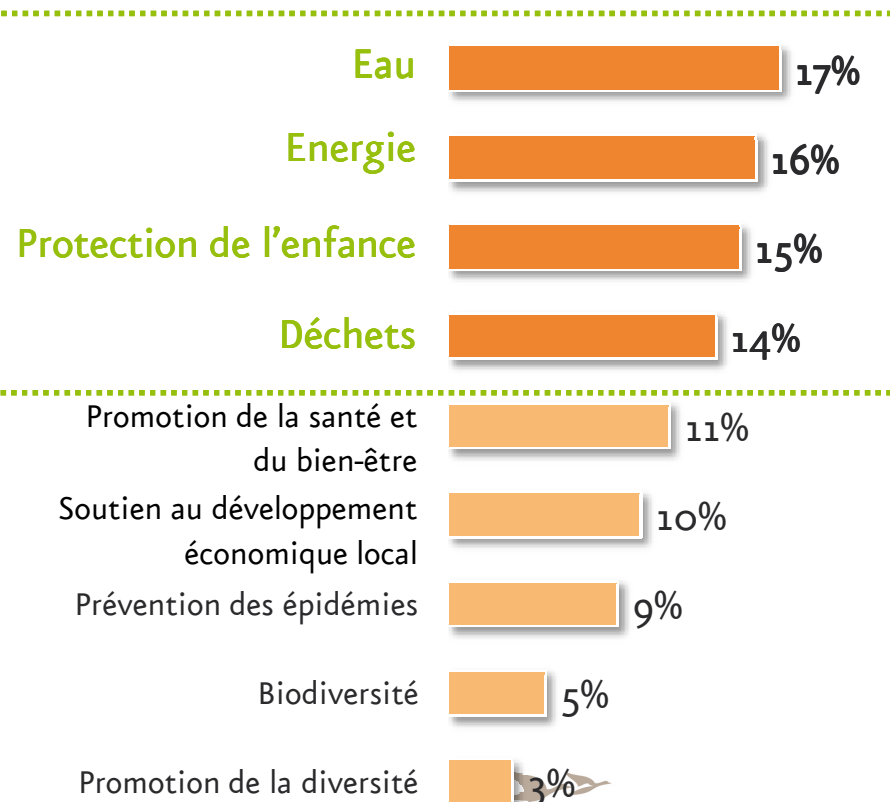
Une convergence internationale autour de 4 thèmes majeurs : l'eau, l'énergie, les déchets et la protection de l'enfance

Q.: Quels thèmes considérez-vous comme les plus importants pour un groupe hôtelier responsable ?

Classement spontané



Classement assisté



Le Brésil et la Chine se singularisent : le Brésil accorde une importance très forte au développement local; la Chine est très sensible à la santé et au bien être

Q.: Quels thèmes considérez-vous comme les plus importants pour un groupe hôtelier responsable ? Classement assisté

Base : tous

	TOTAL SAMPLE	France	Allemagne	UK	Australie	Brésil	Chine
	6973	1233	1219	1189	1209	908	1215
Eau	17,0 (1)	18,2 (1)	16,5 (2)	13,8	17,5 (2)	21,0 (1)	16,2 (2)
Energie	15,8 (2)	16,3 (2)	16,7 (1)	17,0 (2)	16,4 (3)	12,9 (3)	14,7 (3)
Protection de l'enfance	15,2 (3)	15,2 (3)	16,7 (1)	17,8 (1)	19,0 (1)	12,3	9,8
Déchets	13,7	15,2 (3)	13,5 (3)	14,6 (3)	13,9	11,0	13,5
Promotion de la santé et du bien-être	11,4	8,0	11,5	10,8	9,5	11,6	16,9 (1)
Soutien au développement économique local ..	9,9	12,7	8,4	9,7	7,2	14,1 (3)	8,3
Prévention des épidémies	8,7	5,9	7,3	9,9	9,6	5,3	13,4
Biodiversité	5,0	5,6	5,4	3,4	4,4	8,3	3,6
Promotion de la diversité	3,3	3,0	4,1	3,0	2,5	3,4	3,7

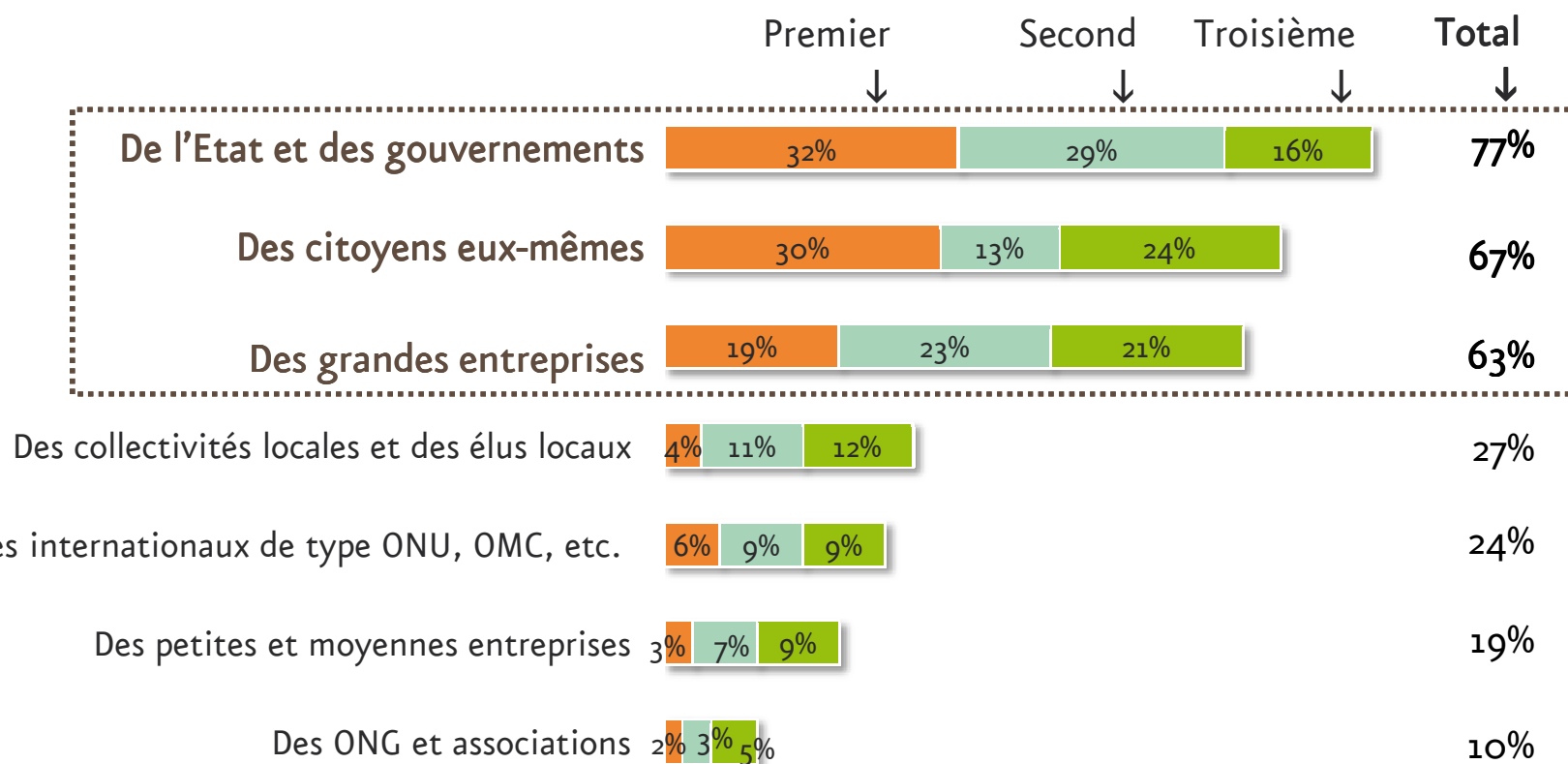


Enseignement n°3

Les clients se reconnaissent comme un
maillon essentiel de la chaîne du
développement durable

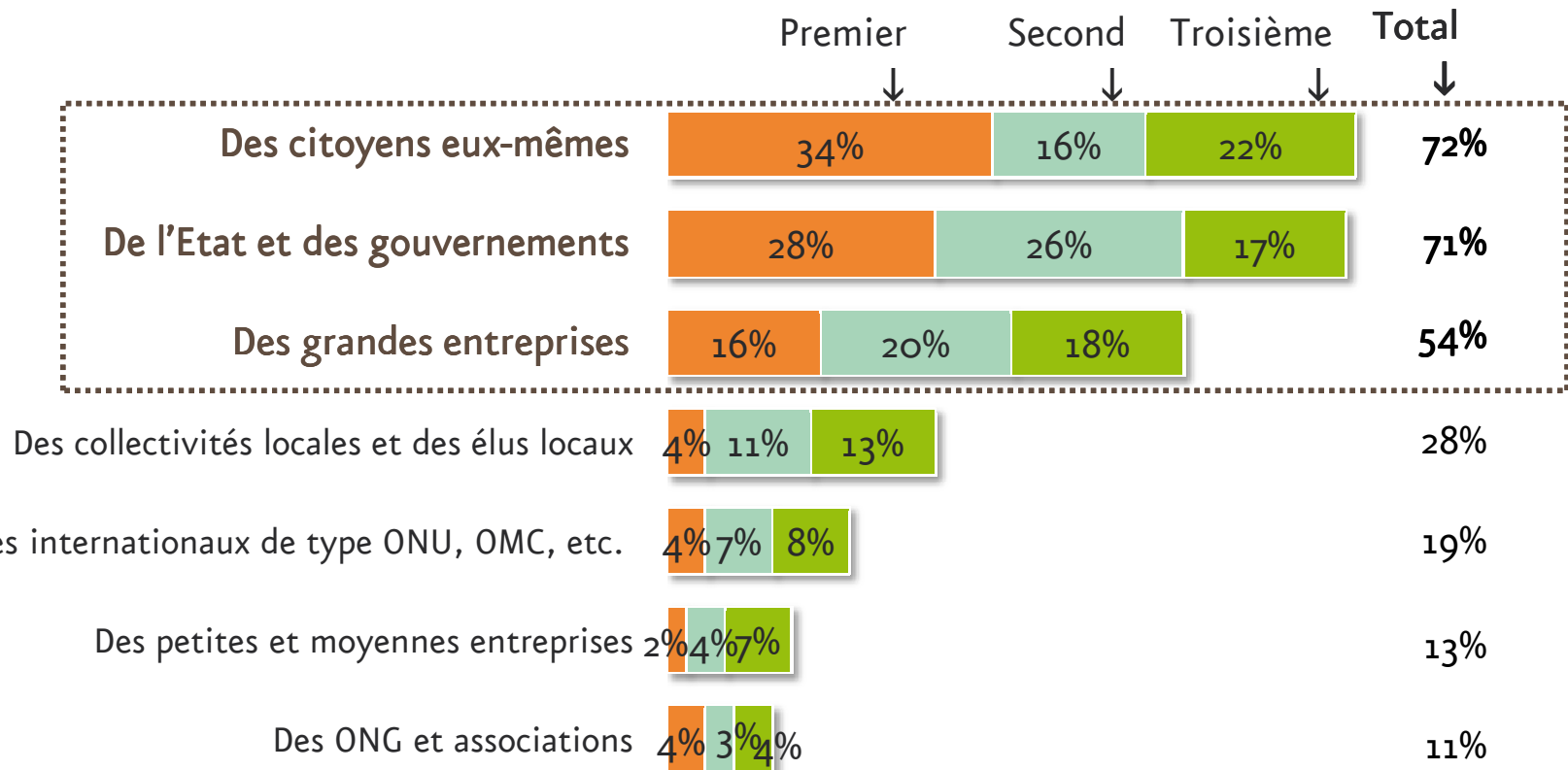
Le développement durable est une responsabilité partagée : trois acteurs ont un rôle critique à jouer : les gouvernements, les citoyens puis les grandes entreprises

Q.: De votre point de vue, le développement durable relève principalement de la responsabilité...



En France, plus d'1 client sur 3 considère que le développement durable relève avant tout de la responsabilité des citoyens

Q.: De votre point de vue, le développement durable relève principalement de la responsabilité...





Enseignement n°4

Les clients de l'hôtellerie se déclarent
prêts à agir et à faire évoluer leurs
comportements



1 client sur... ?

prend souvent en compte le développement durable lors du choix d'un hôtel

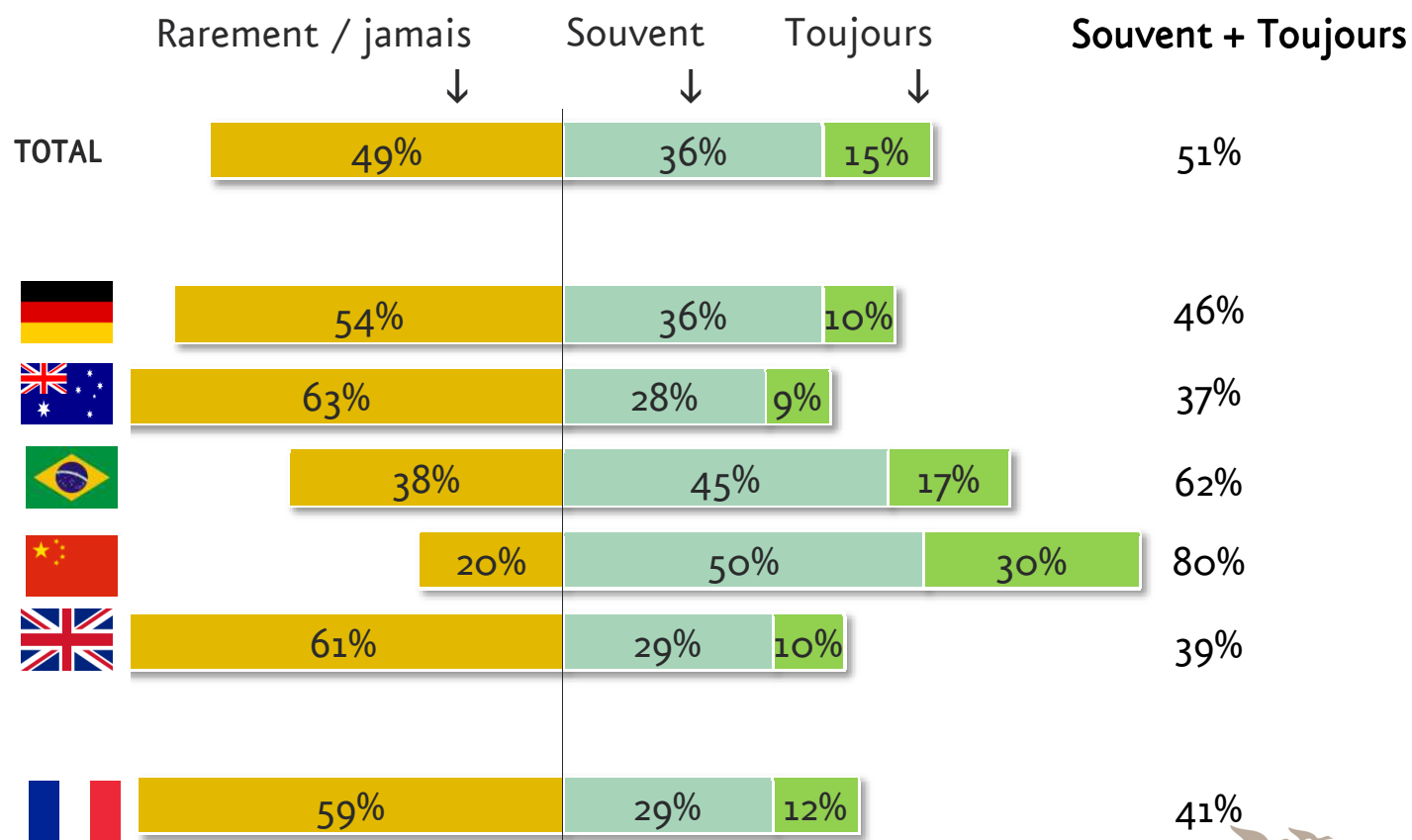


1 client sur 2

prend souvent en compte le développement durable lors du choix d'un hôtel

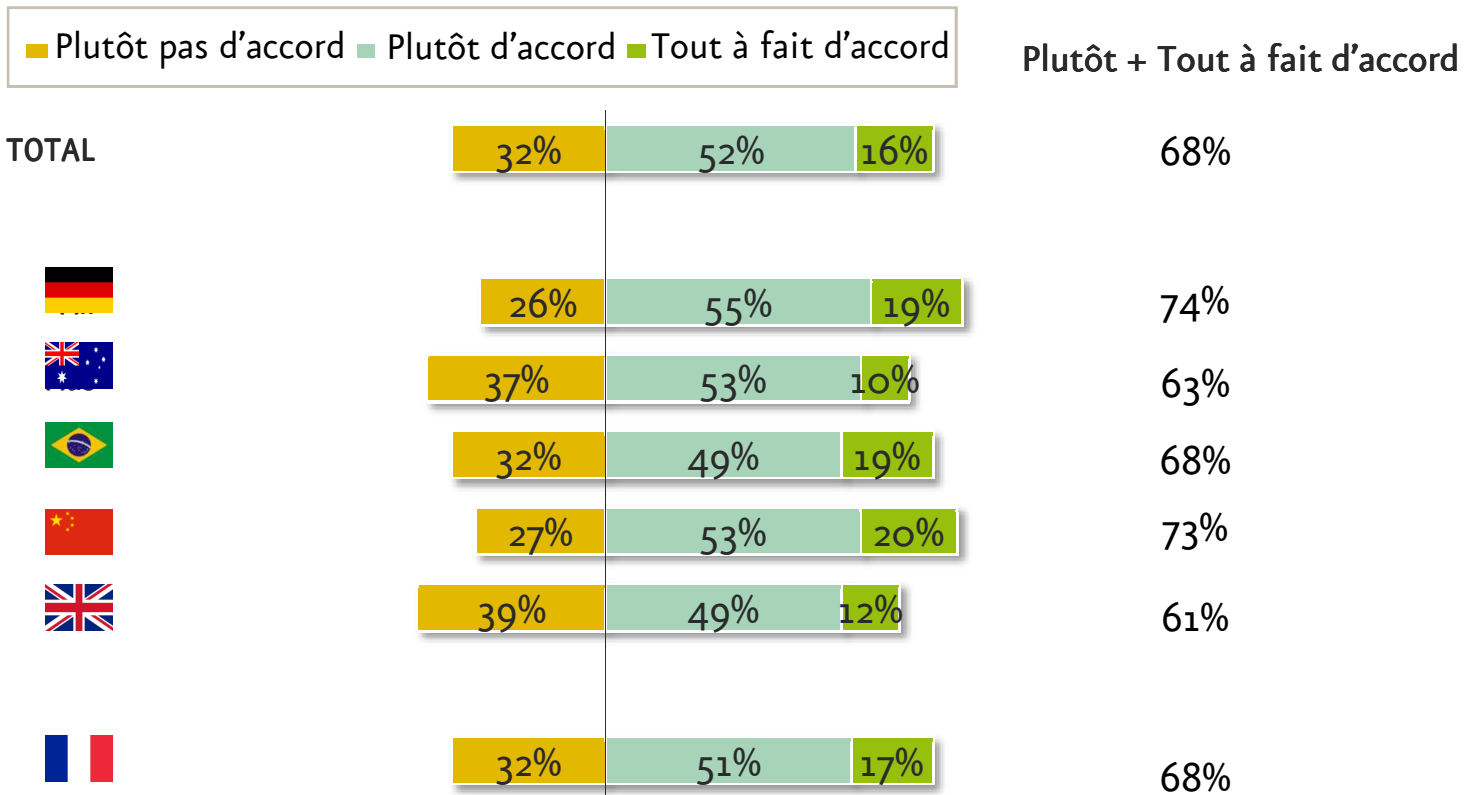
Globalement, si 1 client sur 2 prend souvent en compte le développement durable lors du choix d'un hôtel, les variations sont fortes entre les pays

Q.: A quelle fréquence prenez-vous en compte le développement durable lors du choix d'un hôtel ?



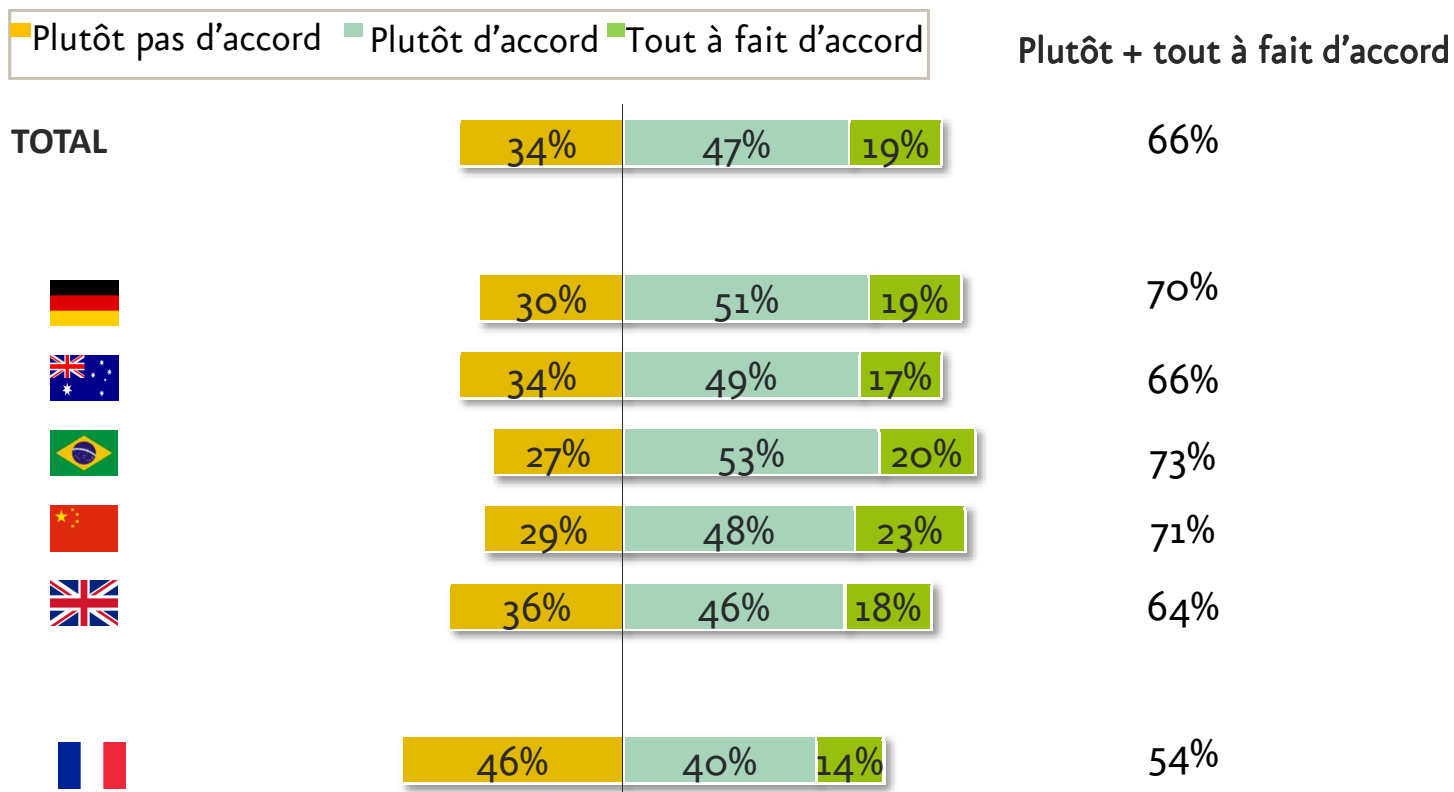
Plus de 2 clients sur 3 se déclarent prêts à "sacrifier" la localisation au profit du développement durable.

Q.: Si un hôtel met en place des actions ou des services en faveur du développement durable, acceptez-vous facilement l'idée qu'il puisse être un peu moins bien localisé ?



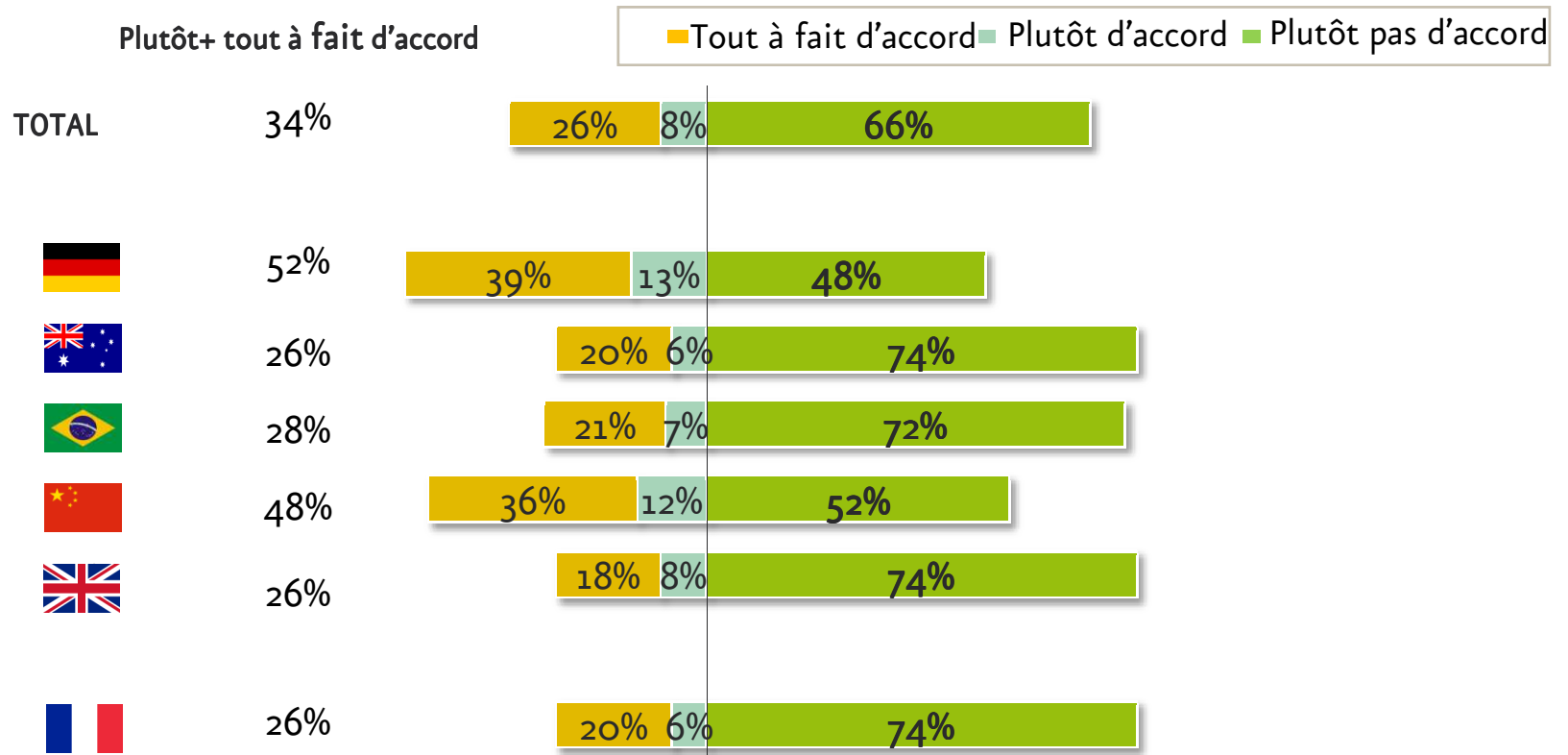
1 client sur 3 se dit prêt à payer un peu plus cher pour un hôtel responsable.
Ces déclarations sont encourageantes... et doivent être considérées avec précaution

Q.: Si un hôtel met en place des actions ou des services en faveur du développement durable, acceptez-vous facilement l'idée qu'il puisse être un peu plus cher ?



Une information fondamentale pour l'hôtellerie : pour 2 clients sur 3, développement durable et confort sont parfaitement compatibles

Q.: Si un hôtel met en place des actions ou des services en faveur du développement durable, vous attendez-vous à ce que l'hôtel soit moins confortable ?



Le client exprime son désir d'être libre de ses choix et de ne pas être contraint

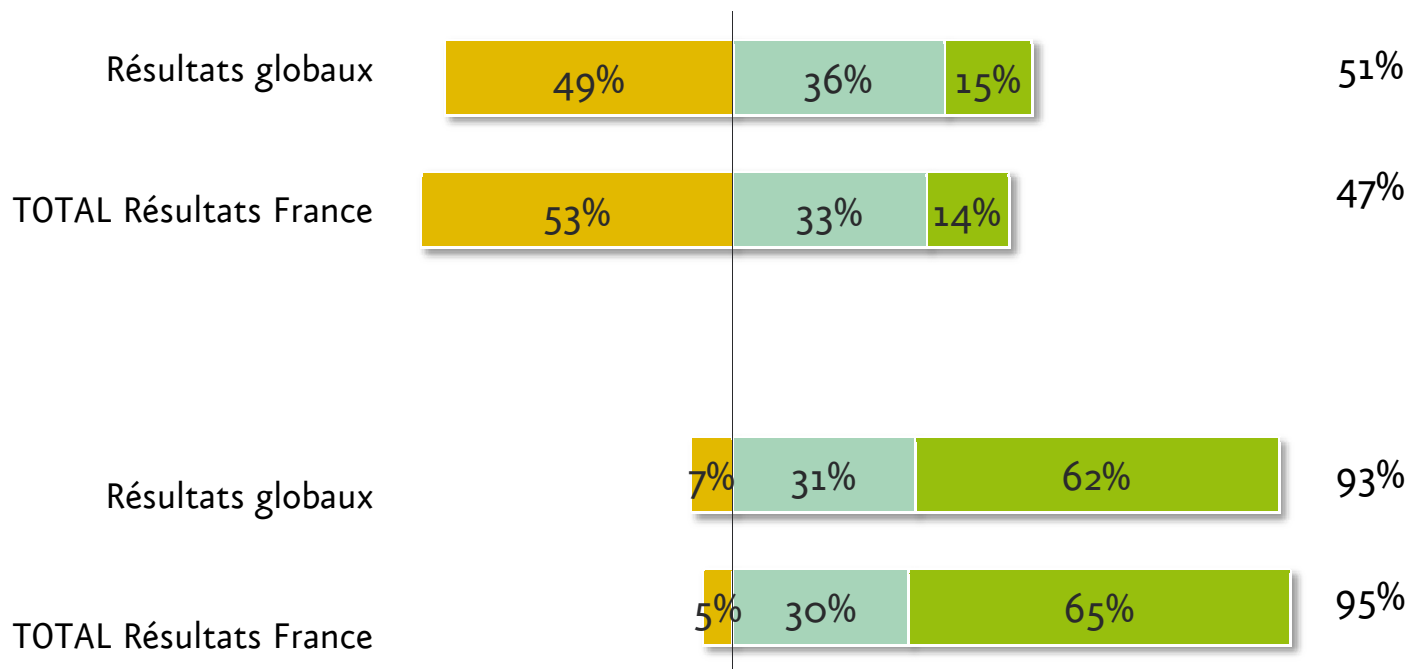


Vous souhaitez trouver immédiatement la fraîcheur souhaitée en rentrant dans votre chambre.

Vous êtes d'accord pour régler la climatisation vous-même en rentrant dans votre chambre.

■ Plutôt pas d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Tout à fait d'accord

Plutôt + Tout à fait d'accord

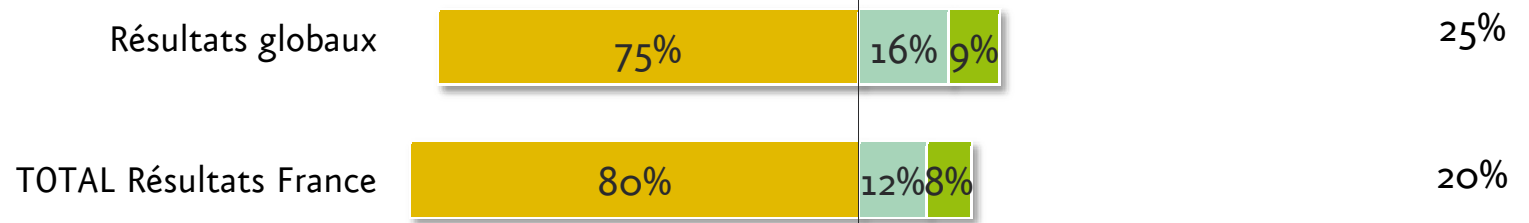


Les lumières et la télé allumées lorsque l'on entre dans la chambre appartiennent au passé. En très grande majorité, les clients sont prêts à allumer eux-mêmes les lumières en rentrant dans leur chambre.

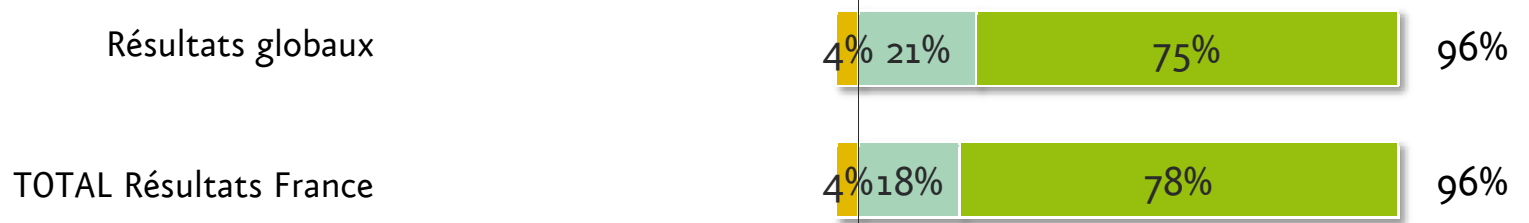


■ Plutôt pas d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Tout à fait d'accord

Vous souhaitez trouver toutes les lumières allumées en rentrant dans votre chambre

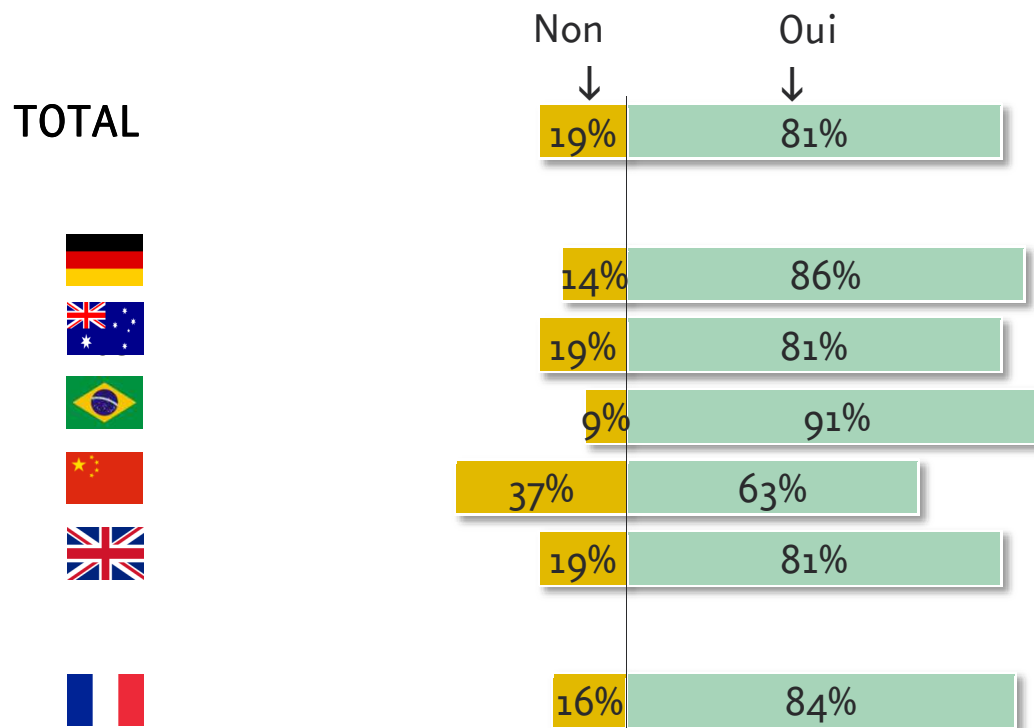


Vous êtes d'accord pour que les lumières soient éteintes en rentrant dans votre chambre



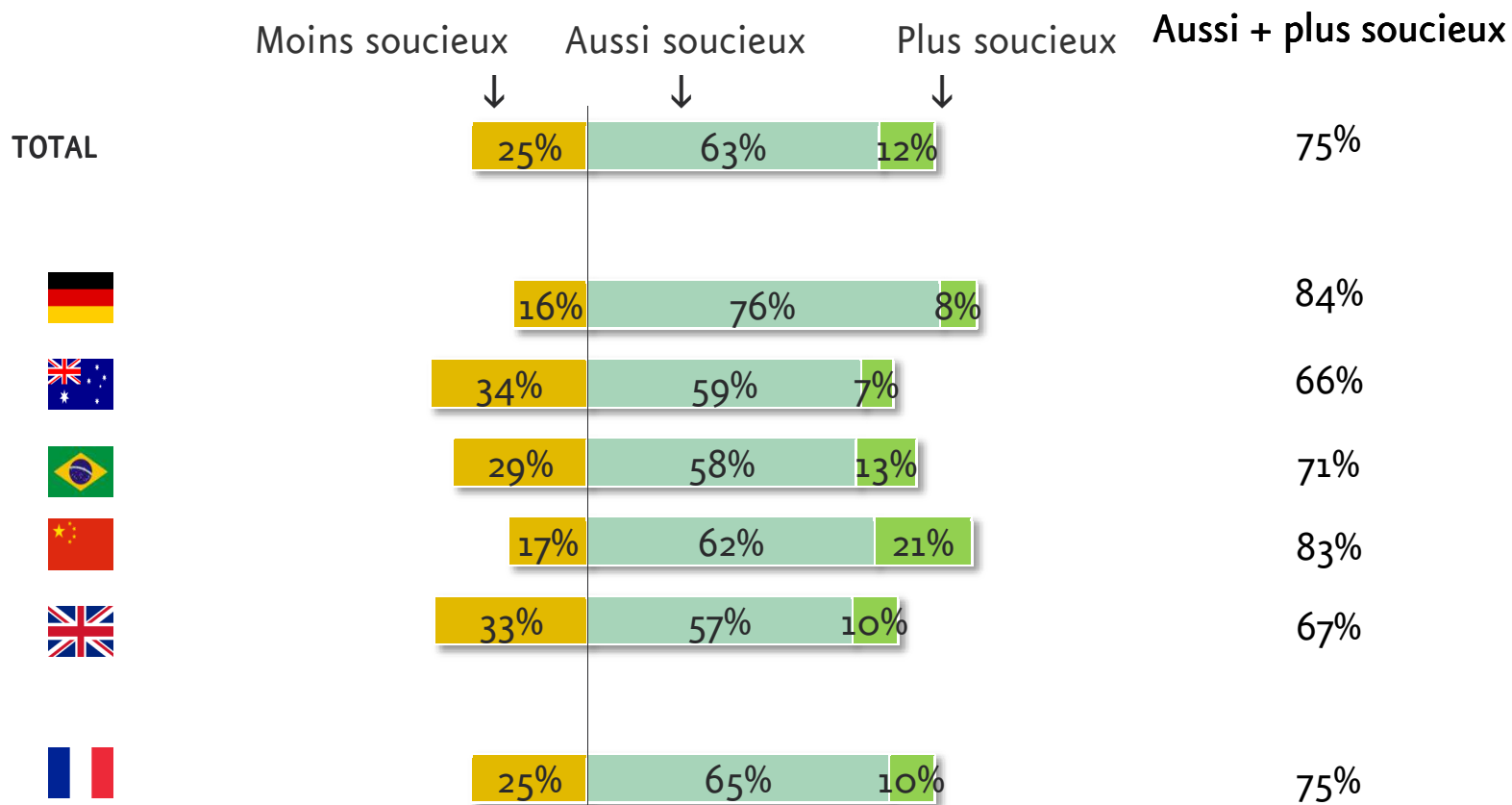
Pour l'eau, produit sensible, l'approvisionnement local est largement accepté. En particulier pour les clients français qui sont plus disposés que la moyenne à consommer une eau minérale locale

Q.: Lors d'un séjour dans un hôtel à l'étranger, seriez-vous prêt à consommer une marque d'eau minérale locale afin d'éviter le transport d'une eau de marque internationale ?



Par delà la tentation de l'abondance et de l'insouciance, les clients se déclarent aussi soucieux du développement durable à l'hôtel que chez eux.

Q.: Lors d'un séjour à l'hôtel, êtes vous plus, aussi ou moins soucieux du développement durable que lorsque vous êtes chez vous ?



Enfin, la mobilisation en faveur du développement durable est autant pour les générations actuelles que les générations futures

Q.: Le développement durable...

■ Pas du tout d'accord
 ■ Plutôt pas d'accord
 ■ Plutôt d'accord
 ■ Tout à fait d'accord

D'accord +
Tout à fait
d'accord

est très important pour les générations présentes, dès maintenant



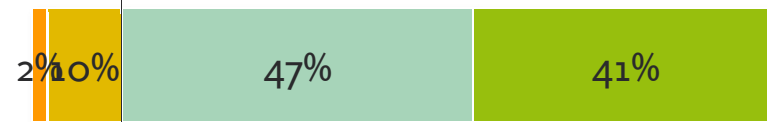
96%

est très important pour les générations futures



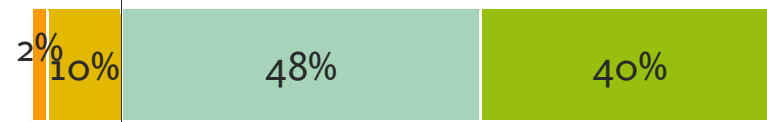
94%

vous donne envie de vous impliquer personnellement pour votre bien-être



88%

vous donne envie de vous impliquer personnellement pour le bien-être de tous



88%

Les 4 enseignements

Enseignement n°1

Le développement durable : une préoccupation partagée par tous les clients de l'hôtellerie

Enseignement n°2

Une attente d'actions concrètes autour de quatre sujets majeurs : l'eau, l'énergie, les déchets et la protection de l'enfance

Enseignement n°3

Les clients se reconnaissent comme un maillon essentiel de la chaîne du développement durable

Enseignement n°4

Les clients de l'hôtellerie se déclarent prêts à agir et à faire évoluer leurs comportements