

## Très bonne performance du chiffre d'affaires au 1<sup>er</sup> semestre 2011

### Accélération de la croissance au 2<sup>ème</sup> trimestre

- **Progression de +4,4% du chiffre d'affaires semestriel** en données publiées et de **+5,8%** en données comparables
- **Accélération** de la croissance du chiffre d'affaires au 2<sup>ème</sup> trimestre: **+3,2%** en données publiées et **+6,1%** en données comparables
- **Poursuite d'une croissance élevée** tirée par la hausse continue des taux d'occupation et la reprise progressive des prix moyens
- **Développement** : ouverture de **13 700 chambres** (108 hôtels) au 1<sup>er</sup> semestre  
Confirmation de l'objectif annuel d'ouverture de **30 000 chambres**

Le chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> semestre 2011 s'établit à 2 973 millions d'euros, en hausse de **+4,4%** par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2010 en données publiées, et de **+5,8%** en données comparables.

(en millions d'euros)	S1 2010 <sup>1</sup>	S1 2011	Variation publiée	Variation comparable <sup>2</sup>
<b>Hôtellerie</b>				
Haut et Milieu de gamme	1 615	1 698	+5,2%	+6,0%
Economique	861	911	+5,8%	+6,4%
Economique Etats-Unis	267	253	-5,0%	+3,7%
Autres activités	106	111	+4,3%	+4,3%
<b>Groupe</b>	<b>2 849</b>	<b>2 973</b>	<b>+4,4%</b>	<b>+5,8%</b>

<sup>1</sup> Reclassement de 20 millions d'euros lié aux programmes de fidélité en Asie-Pacifique de « Autres activités » vers « Haut et Milieu de gamme »

<sup>2</sup> A périmètre et change constants

## Chiffre d'affaires : +4,4% en données publiées et +5,8% en données comparables au premier semestre 2011

Le chiffre d'affaires du premier semestre 2011 s'établit à 2 973 millions d'euros et reflète les éléments suivants :

- **Le développement** qui contribue **positivement** au chiffre d'affaires à hauteur de **50 millions d'euros**, soit **+1,7%** : cette croissance résulte notamment de l'ouverture de 108 hôtels représentant 13 700 chambres au cours du 1<sup>er</sup> semestre,
- Les effets de la stratégie d'adaptation des modes de détention des actifs (stratégie d' « Asset Right »), qui impactent négativement le chiffre d'affaires de 101 millions d'euros, soit **-3,6%**,
- Les effets de change qui ont eu un impact positif de 11 millions d'euros, soit **+0,4%**, malgré un retournement du dollar au 2<sup>ème</sup> trimestre. Les effets de change ont été marqués par l'évolution favorable de la parité de l'euro avec le dollar australien, le franc suisse et le real brésilien au 1<sup>er</sup> semestre,
- **A périmètre et change constants, le chiffre d'affaires est en hausse de 5,8 % au 1<sup>er</sup> semestre 2011**, grâce à la bonne progression des taux d'occupation et la reprise progressive des prix moyens.

Le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre 2011 s'établit à 1 619 millions d'euros et prend en compte les éléments suivants :

- La poursuite de **l'amélioration des RevPAR** qui restent principalement tirés par les taux d'occupation sur l'ensemble des segments ;
- Le **développement**, qui contribue **positivement** au chiffre d'affaires pour **28 millions d'euros**, soit **+1,8%** : cette croissance s'est matérialisée par l'ouverture de 58 hôtels représentant plus de 7 100 chambres, principalement en contrats de management et de franchise ;
- Les effets de périmètre liés à la stratégie d'adaptation des modes de détention des actifs (stratégie d' « Asset Right »), qui impactent négativement le chiffre d'affaires de **57 millions d'euros**, soit **-3,6%** ;
- Les effets de change qui ont eu un impact négatif sur le chiffre d'affaires du Groupe de **16 millions d'euros**, soit **-1,0%**, principalement du fait de l'évolution défavorable de la parité de l'euro par rapport au dollar.

A périmètre et change constants, le chiffre d'affaires est en hausse de **+6,1%** au deuxième trimestre 2011.

## Hôtellerie Haut et Milieu de gamme : +6,0% en données comparables à 1 698 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre

Dans l'Hôtellerie Haut et Milieu de gamme, le chiffre d'affaires du premier semestre s'inscrit en hausse de **+5,2%** en données publiées et de **+6,0%** en données comparables, dont **+6,2% au 2<sup>ème</sup> trimestre**. Les RevPAR du 2<sup>ème</sup> trimestre s'inscrivent en hausse sur l'ensemble des marchés, malgré un effet de base nettement moins favorable qu'au 1<sup>er</sup> trimestre. Paris, Londres et les pays émergents bénéficient d'une activité dynamique et continuent d'afficher les plus forts taux de croissance.

## Hôtellerie Economique (hors Etats-Unis) : +6,4% en données comparables à 911 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre

Le chiffre d'affaires de l'Hôtellerie Economique hors Etats-Unis affiche de bonnes performances avec **+5,8%** en données publiées et **+6,4%** en données comparables au 1<sup>er</sup> semestre. La croissance s'accélère au **2<sup>ème</sup> trimestre** à **+6,7%** en données comparables, vs. +5,9% au 1<sup>er</sup> trimestre et reste principalement tirée par la progression des taux d'occupation, même si les prix moyens repartent progressivement à la hausse.

### Focus géographique – 2<sup>ème</sup> trimestre

La **France** enregistre de solides performances du chiffre d'affaires au 2<sup>ème</sup> trimestre avec des progressions de **+7,4%** sur le segment Haut et Milieu de gamme, et de **+5,7%** sur le segment Economique, en données comparables. L'activité du 2<sup>ème</sup> trimestre a notamment été dynamisée par un effet calendaire favorable en mai et le Salon du Bourget en juin.

- Sur le **segment Haut et Milieu de gamme**, la croissance du RevPAR s'accélère au 2<sup>ème</sup> trimestre, avec une progression de +10,6% vs. +8,1% au 1<sup>er</sup> trimestre. Toutes les marques affichent de fortes progressions de leurs indicateurs, en particulier les marques Haut de gamme. Paris bénéficie d'une forte hausse de RevPAR, à la fois tirée par les taux d'occupation et les prix moyens. En outre, les performances sont toujours portées par le segment Groupe Affaires, avec une progression de +6,0% des nuitées par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2010. Le segment Individuel Loisirs a également réalisé de bonnes performances.
- Sur le **segment Economique**, les taux d'occupation poursuivent leur progression (+1,6 pt) tandis que les prix moyens repartent progressivement à la hausse (+2,2%). La croissance du chiffre d'affaires a par ailleurs été renforcée par les redevances des contrats de franchise grâce à l'expansion du réseau en « Asset-light ».

En **Allemagne**, le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre progresse de **+2,9%** sur le segment Haut et milieu de gamme et de **+2,7%** sur le segment Economique, en données comparables. Malgré un calendrier défavorable lié à l'organisation d'événements professionnels de moindre envergure (en particulier à Berlin, Munich et Francfort) et au décalage des vacances de Pâques, l'activité affiche une tendance positive au 2<sup>ème</sup> trimestre.

Au **Royaume-Uni**, le chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre progresse de **+12,0%** sur le segment Haut et milieu de gamme et de **+5,8%** sur le segment Economique, en données comparables. Les indicateurs affichent des performances supérieures à celles du premier trimestre, tirés par l'activité de Londres où les hôtels du Groupe enregistrent des taux d'occupation moyens supérieurs à 90%. Le segment Loisirs a été particulièrement dynamique dans la capitale notamment grâce à l'organisation du mariage royal et aux vacances de Pâques. Par ailleurs, les prix moyens ont affiché de fortes progressions à Londres alors qu'ils restent pénalisés par une concurrence accrue dans les villes de province.

L'activité reste très dynamique dans les **pays émergents** malgré des comparables élevés en 2010. En **Asie Pacifique**, le chiffre d'affaires progresse de **+8,1%** sur le segment Haut et milieu de gamme et de **+11,7%** sur l'Economique. En **Amérique latine**, le chiffre d'affaires s'inscrit en hausse de **+12,3%** sur le Haut et milieu de gamme et de **+20,4%** sur l'Economique.

## Hôtellerie Economique Etats-Unis : +3,7 % en données comparables à 253 millions d'euros au 1<sup>er</sup> semestre

Le chiffre d'affaires de l'Hôtellerie Economique aux Etats-Unis enregistre une progression de **+3,4% sur le 2<sup>ème</sup> trimestre**, principalement liée à la progression des taux d'occupation. La reprise reste modérée dans un environnement économique défavorable marqué par la montée du chômage et l'augmentation du prix du pétrole jusqu'en mai.

**Motel 6** poursuit l'expansion de son réseau avec l'ouverture de 22 hôtels en franchise sur le 1<sup>er</sup> semestre.

## Conclusion : activité soutenue au 1<sup>er</sup> semestre – Tendances positives en 2011

Dynamisé par une **activité soutenue** dans les **principaux marchés européens** et **les pays émergents**, Accor enregistre de solides performances de son chiffre d'affaires au 1<sup>er</sup> semestre 2011, avec une accélération au 2<sup>ème</sup> trimestre. Les taux d'occupation augmentent régulièrement tandis que l'amélioration des prix moyens s'étend progressivement à l'ensemble des segments.

Le Groupe poursuit une politique **de développement dynamique** avec l'ouverture de 13 700 chambres, à 78% en contrats de management et de franchise sur le 1<sup>er</sup> semestre, et confirme son objectif annuel d'ouverture de 30 000 chambres.

Accor reste confiant dans la **poursuite de ces bonnes tendances sur 2011**, avec des premiers signaux positifs sur l'activité de la saison estivale et le début de l'automne.

### Prochains rendez-vous :

- 24 août 2011 : Résultats semestriels 2011 – Conference call

*Accor organisera un **Investor Day** à Paris le **13 septembre 2011***

\*\*\*\*\*

Accor, premier opérateur hôtelier mondial, leader en Europe est présent dans **90 pays avec 4 200 hôtels et plus de 500 000 chambres**. Fort d'un large portefeuille de marques, avec **Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, all seasons, Etap Hotel, Formule 1, hotelF1 et Motel 6**, ainsi que ses activités associées **Thalassa sea & spa** et **Lenôtre**, Accor propose une offre étendue, allant du luxe à l'économique.

Avec **145 000 collaborateurs** à travers le monde, le Groupe met au service de ses **clients et partenaires** son savoir-faire et son expertise acquis depuis près de 45 ans.

### CONTACTS PRESSE

**Agnès Caradec**  
Directrice de la Communication et  
des Relations Extérieures  
Tél. : +33 1 45 38 87 52

**Elodie Woillez**  
Tél. : +33 1 45 38 87 08

### CONTACTS INVESTISSEURS ET ANALYSTES

**Sébastien Valentin**  
Directeur de la Communication  
Financière et des Relations  
Investisseurs  
Tél: +33 1 45 38 86 25

**Olivia Hublot**  
Relations Investisseurs  
Tél:+33 1 45 38 87 06

## Chiffre d'affaires

en milliers d'Euros	1er trimestre		2ème trimestre		1er semestre	
	2010 <sup>(1)</sup>	2011	2010 <sup>(1)</sup>	2011	2010 (1)	2011
Haut et Milieu de gamme	726 226	769 857	888 513	928 062	1 614 739	1 697 919
Economique	384 721	411 764	476 356	499 506	861 078	911 271
Economique Etats-Unis	118 032	120 572	148 861	132 903	266 893	253 475
<b>Sous-total HOTELLERIE</b>	<b>1 228 979</b>	<b>1 302 194</b>	<b>1 513 731</b>	<b>1 560 471</b>	<b>2 742 710</b>	<b>2 862 665</b>
Lenôte	23 603	25 090	28 766	31 398	52 369	56 488
Holdings et Autres	26 914	26 490	26 694	27 574	53 608	54 064
<b>Sous-total Autres activités</b>	<b>50 517</b>	<b>51 580</b>	<b>55 460</b>	<b>58 973</b>	<b>105 977</b>	<b>110 552</b>
<b>Total Groupe</b>	<b>1 279 496</b>	<b>1 353 774</b>	<b>1 569 191</b>	<b>1 619 444</b>	<b>2 848 687</b>	<b>2 973 217</b>

en milliers d'Euros	1er trimestre		2ème trimestre		1er semestre	
	écart publié %	écart PCC <sup>(2)</sup>	écart publié %	écart PCC <sup>(2)</sup>	écart publié %	écart PCC (2)
Haut et Milieu de gamme	+6,0%	+5,7%	+4,5%	+6,2%	+5,2%	+6,0%
Economique	+7,0%	+5,9%	+4,9%	+6,7%	+5,8%	+6,4%
Economique Etats-Unis	+2,2%	+4,1%	-10,7%	+3,4%	-5,0%	+3,7%
<b>Sous-total HOTELLERIE</b>	<b>+6,0%</b>	<b>+5,6%</b>	<b>+3,1%</b>	<b>+6,1%</b>	<b>+4,4%</b>	<b>+5,9%</b>
Lenôte	<b>+6,3%</b>	<b>+7,2%</b>	<b>+9,2%</b>	<b>+9,9%</b>	+7,9%	+8,7%
Holdings et Autres	-1,6%	-2,5%	+3,3%	-2,4%	+0,9%	-0,1%
<b>Sous-total Autres activités</b>	<b>+2,1%</b>	<b>+2,0%</b>	<b>+6,3%</b>	<b>+6,3%</b>	<b>+4,3%</b>	<b>+4,3%</b>
<b>Total Groupe</b>	<b>+5,8%</b>	<b>+5,5%</b>	<b>+3,2%</b>	<b>+6,1%</b>	<b>+4,4%</b>	<b>+5,8%</b>

(1) Reclassement de 20 millions d'euros lié aux programmes de fidélité en Asie Pacifique de "Autres activités" vers "Haut et milieu de gamme"

(2) à périmètre et change constants

## RevPAR HT par segment (cumul à fin juin)

### HOTELLERIE : RevPAR par segment

S1

	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR			
	(en %)	filiales (var en pts publié)	(var en pts PCC (1))	(en %)	filiales (var en % publié)	(var en % PCC (1))	filiales (var en % publié)	filiales (var en % PCC (1))	filiales et gestion (var en % publié)	
Haut et milieu de gamme Europe (en €)	63,0%	+2,4	+2,3	95	+5,1%	+3,8%	60	+9,3%	+7,7%	+9,8%
Economique Europe (en €)	69,3%	+3,3	+2,8	54	+1,7%	+0,7%	38	+6,7%	+5,0%	+7,0%
Economique USA (en \$)	61,6%	+1,7	+1,3	42	+1,3%	+1,0%	26	+4,1%	+3,1%	+4,1%

(1) à périmètre et change constants

## RevPAR HT par segment (2<sup>ème</sup> trimestre)

### HOTELLERIE : RevPAR par segment

T2

	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR			
	(en %)	filiales (var en pts publié)	(var en pts PCC (1))	(en %)	filiales (var en % publié)	(var en % PCC (1))	filiales (var en % publié)	filiales (var en % PCC (1))	filiales et gestion (var en % publié)	
Haut et milieu de gamme Europe (en €)	70,2%	+3,2	+2,9	96	+4,9%	+3,6%	68	+9,9%	+8,2%	+10,0%
Economique Europe (en €)	75,7%	+3,1	+2,5	55	+2,2%	+1,4%	42	+6,6%	+5,0%	+6,8%
Economique USA (en \$)	64,9%	+1,7	+1,2	42	+1,2%	+0,9%	27	+3,9%	+2,8%	+3,9%

(1) à périmètre et change constants

## RevPAR HT par pays (cumul à fin juin)

HOTELLERIE HAUT ET MILIEU DE GAMME :		Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR				
RevPAR par pays S1		filiales			filiales			filiales		filiales		filiales et gestion
(en monnaie locale)		(en %)	(var en pts publié)	(var en pts PCC (1))	(var en % publié)	(var en % PCC (1))	(var en % publié)	(var en % PCC (1))	(var en % publié)	(var en % PCC (1))	(var en % publié)	
France	28 274	65,1%	+2,9	+2,3	117	+7,1%	+5,5%	76	+12,1%	+9,5%	+11,9%	
Allemagne	18 651	64,6%	+2,5	+2,3	85	+3,3%	+1,6%	55	+7,5%	+5,4%	+7,7%	
Pays-Bas	3 528	67,9%	+5,0	+5,0	91	+2,7%	+2,7%	62	+10,8%	+10,8%	+17,9%	
Belgique	1 677	68,2%	-1,9	-2,2	105	+7,2%	+8,3%	72	+4,4%	+5,0%	+5,4%	
Espagne	2 739	55,5%	+1,0	+1,1	76	-0,1%	-0,7%	42	+1,8%	+1,2%	+4,4%	
Italie	3 887	59,1%	+0,8	+2,8	89	-0,2%	-0,6%	52	+1,2%	+4,3%	+3,0%	
Royaume-Uni (en £)	5 541	77,2%	+2,0	+1,4	82	+5,2%	+4,7%	63	+8,0%	+6,7%	+8,1%	

(1) à périmètre et change constants

HOTELLERIE ECONOMIQUE		Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR				
RevPAR par pays S1		filiales			filiales			filiales		filiales		filiales et gestion
(en monnaie locale)		(en %)	(var en pts publié)	(var en pts PCC (1))	(var en % publié)	(var en % PCC (1))	(var en % publié)	(var en % PCC (1))	(var en % publié)	(var en % PCC (1))	(var en % publié)	
France	38 648	71,3%	+3,0	+2,4	53	+2,3%	+1,2%	38	+6,7%	+4,7%	+6,6%	
Allemagne	15 261	68,5%	+3,9	+3,6	55	+1,1%	-0,2%	38	+7,2%	+5,4%	+7,1%	
Pays-Bas	2 414	73,0%	+3,9	+3,9	73	+5,3%	+5,3%	53	+11,2%	+11,2%	+11,2%	
Belgique	2 744	69,8%	-0,6	+0,4	67	+0,1%	+3,1%	46	-0,8%	+3,7%	-1,8%	
Espagne	4 838	54,9%	+1,8	+2,4	49	-3,1%	-3,4%	27	+0,2%	+0,9%	+0,2%	
Italie	1 552	71,2%	+9,0	+9,0	57	-6,2%	-6,2%	41	+7,5%	+7,5%	+7,5%	
Royaume-Uni (en £)	9 014	74,3%	+4,8	+5,0	46	-0,6%	-0,5%	34	+6,3%	+6,6%	+6,0%	
USA (en \$)	71 530	61,6%	+1,7	+1,3	42	+1,3%	+1,0%	26	+4,1%	+3,1%	+4,1%	

(1) à périmètre et change constants

## RevPar HT par pays (2<sup>ème</sup> trimestre)

HOTELLERIE HAUT ET MILIEU DE GAMME : RevPAR par pays T2  (en monnaie locale)	Nombre de chambres	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR			
		filiales			filiales			filiales		filiales	filiales et gestion
		(en %)	(var en pts publié)	(var en pts PCC (1))	(var en % publié)	(var en % PCC (1))	(var en % publié)	(var en % publié)	(var en % PCC (1))	(var en % publié)	
France	28 274	73,3%	+3,8	+2,8	119	+8,3%	+6,2%	87	+14,1%	+10,6%	+13,5%
Allemagne	18 651	68,4%	+2,8	+2,7	83	+1,0%	-0,5%	57	+5,4%	+3,6%	+5,4%
Pays-Bas	3 528	78,7%	+7,8	+7,8	94	+4,6%	+4,6%	74	+16,1%	+16,1%	+22,3%
Belgique	1 677	74,5%	-3,0	-4,1	104	+7,1%	+8,5%	77	+2,9%	+3,0%	+4,0%
Espagne	2 739	62,7%	+1,0	+1,6	76	-1,0%	-0,9%	47	+0,5%	+1,7%	+4,0%
Italie	3 887	68,0%	+1,3	+3,0	93	+0,1%	-0,0%	63	+2,1%	+4,5%	+2,6%
Royaume-Uni (en £)	5 541	80,9%	+1,9	+1,5	84	+7,0%	+6,4%	68	+9,5%	+8,4%	+9,3%

(1) à périmètre et change constants

HOTELLERIE ECONOMIQUE RevPAR par pays T2  (en monnaie locale)	Nombre de chambres	Taux d'occupation			Prix moyen			RevPAR			
		filiales			filiales			filiales		filiales	filiales et gestion
		(en %)	(var en pts publié)	(var en pts PCC (1))	(var en % publié)	(var en % PCC (1))	(var en % publié)	(var en % publié)	(var en % PCC (1))	(var en % publié)	
France	38 648	77,4%	+2,3	+1,6	54	+3,5%	+2,2%	41	+6,8%	+4,5%	+6,7%
Allemagne	15 261	72,6%	+3,1	+2,7	55	+0,9%	-0,5%	40	+5,4%	+3,4%	+5,5%
Pays-Bas	2 414	87,1%	+6,6	+6,6	77	+6,5%	+6,5%	67	+15,3%	+15,3%	+15,3%
Belgique	2 744	78,8%	+2,9	+2,7	66	-1,0%	+2,0%	52	+2,8%	+5,6%	+0,6%
Espagne	4 838	62,1%	+3,6	+3,9	49	-3,3%	-3,6%	30	+2,7%	+2,8%	+2,7%
Italie	1 552	80,6%	+10,1	+10,1	58	-5,6%	-5,6%	46	+8,0%	+8,0%	+8,0%
Royaume-Uni (en £)	9 014	79,4%	+3,9	+3,8	47	+1,4%	+1,6%	37	+6,5%	+6,8%	+6,8%
USA (en \$)	71 530	64,9%	+1,7	+1,2	42	+1,2%	+0,9%	27	+3,9%	+2,8%	+3,9%

(1) à périmètre et change constants

## RevPar 2010 HT <sup>1</sup> par segment et par pays

### HOTELLERIE : RevPAR par segment Filiales

	Taux d'occupation				Prix moyen				RevPAR			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Haut et milieu de gamme Europe (en €)	54,1%	67,0%	69,9%	62,5%	90	92	89	93	48	61	62	58
Economique Europe (en €)	59,3%	72,6%	74,8%	67,3%	53	54	53	54	31	39	39	37
Economique USA (en \$)	56,6%	63,2%	67,0%	57,5%	40	42	44	40	23	26	29	23

### HOTELLERIE HAUT ET MILIEU DE GAMME :

(en monnaie locale)	Nombre de chambres	Taux d'occupation				Prix moyen				RevPAR			
		T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
France	29 597	54,9%	69,6%	70,9%	62,8%	108	110	108	115	59	77	77	72
Allemagne	19 409	58,5%	65,5%	68,4%	67,0%	82	82	82	85	48	54	56	57
Pays-Bas	3 475	54,9%	70,8%	73,9%	68,7%	88	89	81	87	48	63	60	60
Belgique	1 802	62,6%	77,5%	77,8%	74,4%	100	97	86	102	62	75	67	76
Espagne	2 385	46,4%	61,7%	65,9%	56,0%	75	76	69	72	35	47	46	40
Italie	3 715	49,4%	66,7%	67,3%	59,2%	83	93	96	86	41	62	65	51
Royaume-Uni (en £)	5 641	71,3%	79,0%	82,4%	77,0%	77	78	76	83	55	62	63	64

### HOTELLERIE ECONOMIQUE

(en monnaie locale)	Nombre de chambres	Taux d'occupation				Prix moyen				RevPAR			
		T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
France	41 538	61,6%	75,0%	74,7%	67,9%	52	52	50	53	32	39	37	36
Allemagne	15 274	59,6%	69,5%	75,0%	69,6%	54	54	55	55	32	38	41	38
Pays-Bas	2 410	57,7%	80,4%	82,1%	72,4%	64	73	70	69	37	58	57	50
Belgique	2 392	64,6%	75,9%	76,7%	72,6%	66	67	60	68	43	51	46	49
Espagne	4 680	47,5%	58,5%	62,0%	50,4%	50	50	49	49	24	30	30	25
Italie	1 552	53,9%	70,4%	70,5%	64,9%	61	61	57	56	33	43	40	37
Royaume-Uni (en £)	8 984	63,4%	75,5%	77,8%	72,5%	45	46	46	48	29	35	36	35
USA (en \$)	76 071	56,6%	63,2%	67,0%	57,5%	40	42	44	40	23	26	29	23

<sup>1</sup> Compte tenu des changements de taux de TVA significatifs en Allemagne et au Royaume-Uni en 2010, les RevPAR sont désormais présentés hors taxes.