

COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
Paris, le 8 février 2022

## LA FABRIQUE DU TOURISME SCRUTE LES NOUVEAUX LEVIERS DE CREATION DE VALEUR DANS L'HOSPITALITY



Pour sa 2<sup>e</sup> session, La Fabrique du Tourisme a choisi le thème des nouveaux leviers de création de valeur dans l'hospitality avec un parrain de choix : Serge Trigano, professionnel du tourisme émérite, cofondateur (notamment) de Mama Shelter. Au 2<sup>e</sup> semestre 2021, professionnels et experts du tourisme, alliés aux étudiants de l'ESSEC du MSC in Hospitality Management, réfléchissaient ainsi ensemble à l'évolution du secteur en termes de produits et de services dans un contexte de changements profonds de valeurs et de modes de consommation. La Fabrique du Tourisme vous présente aujourd'hui les conclusions de ces échanges et ateliers pratiques dans un nouveau rapport.

### Le mot de Serge Trigano, parrain de la 2<sup>e</sup> Fabrique du Tourisme



*« Notre métier n'est qu'une évolution permanente. La crise sanitaire que nous traversons nous a donné une grande leçon d'humilité. Il ne faut toutefois pas perdre de vue que les fondamentaux du secteur du tourisme restent très bons : une classe moyenne en développement, un monde en paix (en dehors de conflits localisés), une situation économique globale stable, un vieillissement de la population avec des personnes qui ont davantage de temps libre. Au-delà de ces signaux positifs, nous disposons, dans notre secteur, d'acteurs qui contribuent au dynamisme de l'entrepreneuriat.*

*La période complexe que nous vivons actuellement, nous amène à repenser certains business modèles. Il nous faut intégrer les enjeux environnementaux et sociaux de manière plus transverse ; le développement du télétravail change notre rapport au temps et à l'espace ; de nouveaux modes de vie apparaissent progressivement. Pièces maîtresses de nos activités, les femmes et les hommes des métiers du tourisme doivent faire l'objet de toute notre attention. Nous devons les séduire et les fidéliser. Enfin, quelles que soient les typologies des établissements, l'avenir se jouera dans les services.*

*Comment imaginer le tourisme de demain ? Comment répondre aux besoins de la clientèle dans le temps ? Comment repenser les métiers du tourisme ? Peut-on s'inspirer d'autres secteurs pour y parvenir ? Dans une merveilleuse énergie collective, la 2<sup>e</sup> édition de La Fabrique du Tourisme nous a permis d'aboutir à tant d'idées pour créer de la valeur dans nos métiers, que nous sommes tous heureux de partager dans ce rapport avec vous ».*

## De la conception à l'exploitation en passant par l'expérience et l'emploi : réinventer sans cesse les modèles de l'hôtellerie

Le développement d'une hôtellerie nouvelle regroupant plusieurs activités (hébergement, restauration, coworking, coliving, résidence de services, commerces, etc.) au sein d'un même ensemble immobilier nécessite, en amont, une réflexion sur l'adéquation de l'offre à la localisation, une réflexion sur la programmation et l'articulation des différents espaces, la fluidité de parcours des professionnels qui évolueront chaque jour dans ces nouveaux lieux ou encore une appréhension constructive du casse-tête juridique induit par ces nouveaux modèles, espaces, fonctionnements.

La mixité des usages implique par ailleurs de prendre des décisions concernant le développement de nouvelles offres en fonction de leur pertinence, mais aussi de leur intégration à l'activité principale de l'établissement afin d'offrir, en phase opérationnelle, une expérience cohérente et qualitative aux clients.

Comment valoriser, présenter, vendre ces nouveaux services, parfois inédits grâce aux outils marketing ou de distribution existants ou à venir ? Polyvalence, rémunération et complexité de recrutement de nouveaux talents pour les métiers d'aujourd'hui ou demain, adaptabilité des formations, quels nouveaux modèles de création et de partage de la valeur ?

Le 2<sup>e</sup> rapport de La Fabrique du Tourisme fournit pistes de réflexion et solutions pratiques à toutes ces interrogations et laisse entrevoir la capacité de création, l'inventivité et la richesse des activités et métiers du tourisme de demain lorsque l'on sait les penser ensemble, en croisant les expériences et les expertises.



*« Entre l'évolution des tendances et la crise de la Covid-19 qui, en 2020, a complètement bouleversé les modes de vie et de consommation, l'hôtellerie est clairement en pleine mutation. Pourtant fragilisée, cette industrie, comme elle a également su le faire par le passé, a été très réactive et même avant-gardiste. Sans pouvoir répondre à toutes les questions, ce rapport met en évidence de nombreuses solutions à des problématiques clés pour que l'hôtellerie reste un secteur compétitif et innovant », conclut Cécile Leclerc, Investment Manager chez EXTENDAM.*

**Contact presse :** Annabelle Ledoux - +33 (0)6 10 79 07 65 – aled@lesgrandesidees.fr

### A propos de La Fabrique du Tourisme

Groupe de réflexion né au printemps 2020, lors du premier confinement français, La Fabrique du Tourisme a été créée sur l'impulsion de Bpifrance, EXTENDAM et MKG Consulting avec l'idée de profiter de (plutôt que de subir) ce temps de pause forcé du secteur touristique, pour coconstruire, partager et proposer, ensemble, les actions concrètes qui permettront d'accélérer la transition vers le tourisme de demain.

Bien que l'activité touristique soit repartie, La Fabrique du Tourisme a aujourd'hui démontré ses apports pour la profession et poursuit sa dynamique de réflexions et de coconstruction avec des professionnels et experts toujours plus nombreux. Catalyseurs d'idées et d'actions concrètes à mettre en œuvre, la Fabrique du Tourisme est un centre de ressources, de partage de connaissances et de bonnes pratiques encourageant la recherche et le débat. **Son objectif est ainsi de s'assurer que le secteur soit prêt en accompagnant les entrepreneurs du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration dans les mutations en cours, en repensant les modèles.**

Elle rassemble des professionnels et dirigeants d'entreprises et mobilise des experts d'autres secteurs qui abordent les tendances d'aujourd'hui et de demain pour bâtir une stratégie cohérente et adaptée. Afin d'élargir les perspectives et d'intégrer les idées et attentes de la future génération de clients et professionnels, elle y associe également des étudiants du Master in Hospitality Management (IMHI) de l'ESSEC.