



EXTENDAM
CAPITAL PARTNERS IN HOSPITALITY

**MATINALE DE
L'HÔTELLERIE-RESTAURATION
LYON**

7^e
ÉDITION

14
INTERVENANTS

152
PARTICIPANTS

ORGANISÉE AVEC L'AIDE DE SES PARTENAIRES



Leader français du capital investissement dédié à l'hôtellerie d'affaires en Europe, **EXTENDAM** organise depuis plusieurs années des Matinales dédiées au secteur de l'Hospitality dans plusieurs régions de France.

Elles permettent aux professionnels de l'hôtellerie-restauration de disposer d'un **panorama complet** et actualisé du secteur mais également d'échanger sur les **stratégies déployées** face aux défis de **l'hôtellerie de demain**.

TENDANCES DU SECTEUR EN TERMES DE PERFORMANCES ET D'ATTENTES CLIENTS

Le secteur du tourisme a été lourdement impacté par la crise sanitaire. Le monde de l'hôtellerie a vu son marché bousculé dans sa globalité. Cependant, tout le parc hôtelier n'a pas été affecté de la même manière.

L'hôtellerie haut de gamme a plus souffert de cette crise. En effet, elle réunit un plus grand nombre de services à destination du **tourisme de loisir et d'affaire**. À l'inverse la **catégorie super économique** a moins été impactée en misant sur un **marché de « proximité »**.

Alors que le **chiffre d'affaires** et le **taux d'occupation** ont baissé d'environ 30%, le **prix moyen** a quant à lui pu **augmenter de +3%** sur la famille haut de gamme et luxe durant l'année 2021.

Deux facteurs viennent expliquer cette hausse en période de crise :

- La **clientèle de proximité** peut se substituer à des clientèles « long-courrier » sur les mêmes niveaux de tarifs.
- La balance entre un **taux d'occupation** en baisse et un prix moyen qui augmente s'explique par l'**absence de clientèle affaires/groupes** dont les tarifs sont négocié et impactent les prix moyens à la baisse.

QUE POUVONS-NOUS ESPÉRER POUR 2022 ? - OLIVIER PETIT

"Nous remarquons sur l'ensemble du territoire français une **attractivité** envers le secteur hôtelier. Même si le début d'année 2022 marque un démarrage compliqué, un retour à la normale est attendu au printemps, avec l'ambition de retrouver les **niveaux du marché de 2019**. De plus, le retour en force de la clientèle d'affaires et des séminaires projette une saison automnale **favorable à l'augmentation des performances**."



OLIVIER PETIT, EXPERT HÔTELLERIE ET TOURISME, IN EXTENSO

L'HÔTEL TEL QU'ON LE CONNAIT AUJOURD'HUI A-T-IL UN AVENIR ?

SE RECENTER SUR LES FONDEMENTS DE L'HÔTELLERIE : L'HOSPITALITY

Se recentrer sur « **L'hospitality** » c'est avant tout placer l'expérience client au **cœur des préoccupations**. L'hôtel ne peut plus se permettre de proposer une qualité de service « passable ». En effet, le parc hôtelier est aujourd'hui concurrencé par d'autres acteurs de l'hébergements, comme Airbnb entre autres, visant une clientèle à la fois d'affaires et de loisirs. De ce fait, l'hôtel doit se démarquer par ce qui fait **sa force et son identité**. Il s'agit avant tout d'un **contact humain** à travers des services propres au secteur de l'hôtellerie : l'accueil, le cadre, l'accompagnement, l'adaptabilité etc...

« *L'hôtellerie ce n'est pas du prêt-à-porter, c'est du sur-mesure.* »

Serge Mesguich

L'hospitality c'est aussi savoir suivre l'évolution des attentes du client. Le service hôtelier a pour mission d'offrir une **somme de possibilité** : le client ne doit plus se sentir contraint et surtout vivre **une expérience sur-mesure et unique**.

TABLE RONDE

Timothée Hainguerlot, Directeur, Solanet Gestion Hôtelière
Baptiste Lauby, Dirigeant d'entreprise, Financière BCL
Loïc Renart, Président, Les Aubergistes Lyonnais
Julien Routil, Entrepreneur, Groupe RBS Hostels
Serge Mesguich, Directeur, Bpifrance Investissement



RÉDUIRE SON EMPREINTE CARBONE TOUT EN OPTIMISANT L'EXPÉRIENCE CLIENT, EST-CE POSSIBLE ?

DÉCRET TERTIAIRE, **QUELLES SONT LES NOUVELLES RÈGLES DU JEU ?**

Le secteur du tourisme en France génère près de **11 % des émissions** de gaz à effet serre, les hébergements court séjour faisant partie intégrante de la chaîne de valeur du tourisme doivent prendre part à la réduction de cette empreinte carbone.

L'objectif est de passer à l'action :

- Se préparer à l'arrivée du **décret tertiaire** et à sa première échéance d'ici 2030, est un élément indispensable à prendre en compte dans son business plan.
- **Les nouvelles attentes** des clients : la crise sanitaire a accentué ce phénomène de recherche d'expérience, de sens et d'authenticité chez le client. Le secteur hôtelier a pu observer une réelle modification des comportements de la clientèle. Les engagements pris en faveur de la transformation énergétique seront décisifs dans le choix des clients finaux.
- **Valoriser ses collaborateurs** : face à ces nouveaux défis, le parc hôtelier doit appuyer ses valeurs à travers ses collaborateurs et faire venir de nouveaux talents pour intégrer au mieux ces nouveaux objectifs environnementaux.

DES EXIGENCES DE PLUS EN PLUS PRÉSENTES DANS LE SECTEUR DE L'INVESTISSEMENT

La **Banque de France** a intégré des critères ESG à son scope de notation, impactant indirectement les demandes de financement des exploitants. La performance environnementale d'un projet est aujourd'hui aussi importante que ses performances financières aux yeux des organismes d'investissements, c'est un **critère majeur dans la sélection des projets**.



« *La RSE est une démarche volontaire qui place l'hôtellerie comme un acteur responsable dans la société. Nous faisons passer ces objectifs au détriment du profit dans une volonté éthique, sociale et responsable.* »

Pascal Donat

TABLE RONDE

Pascal Donat, Président, Valotel
Delphine Petit, Responsable Animation Marché Tourisme, Bpifrance
Gérald Chabert, Directeur des Opérations, Hôtels-Lyon
Alexandre Guérin, Responsable d'Investissement, Extendam
Sylvain Douce, Directeur du Centre de Congrès de Lyon

RÉFLEXIONS ET PERSPECTIVES : LES NOUVELLES ATTENTES, LES NOUVEAUX OUTILS.

SÉBASTIEN FÉLIX, FONDATEUR, **INFLUENCE SOCIETY**

L'arrivée d'un **monde dématérialisé** n'appartient plus au domaine de la science-fiction. Nous rentrons dans une **nouvelle ère digitale** qui peut s'avérer être un allié pour le secteur de l'hospitality.

Le développement des **nouvelles technologies** va permettre d'intégrer de nouveaux services dans le but de faciliter certaines démarches. Il sera possible par exemple de proposer un service de **conciergerie digitale** pour gérer l'arrivée de clients pendant la nuit. Mettre à la disposition des clients un **chatbot** répondant à diverses questions fréquemment posées. Ou encore proposer un **espace Metaverse** dans les plus petits hôtels ne disposant pas d'une salle de réunion.

QUE COMPREND LE WEB 3.0 ?

Le **web 3.0** comprend plusieurs technologies existantes qui façonnent déjà ce qui fera cette troisième itération du Web comme : **la blockchain, l'intelligence artificielle, le cloud, la réalité virtuelle, les NFT** etc...

