

# L'hôtellerie familiale se regroupe pour ne pas disparaître

CORRESPONDANT À RENNES STANISLAS DU GUERNY - LES ECHOS | LE 29/02/2016



▫ Selon KPMG, les réseaux d'indépendants s'en sortent malgré les plates-formes de location entre particuliers. ▫ Les groupes familiaux régionaux investissent, quand les établissements isolés s'enfoncent dans la crise.

Si les attentats ont pesé sur les chiffres d'affaires des hôteliers, le cabinet Deloitte In Extenso mise sur une progression moyenne de 1,1 à 2,1 % du chiffre d'affaires des hôtels en 2016. « 80 % d'entre eux sont contrôlés par des familles », indique Stéphane Botz, le responsable des activités hôtelières au sein de KPMG. Elles doivent s'adapter à la concurrence des plates-formes comme Airbnb, investir pour respecter les normes d'accessibilité voulues par l'Europe et surmonter la concurrence des chaînes. Selon le récent rapport du cabinet Coach Omnium, plus de 1.700 hôtels ont baissé le rideau depuis 2010, alors que 6 hôteliers sur 10 en France chercheraient à vendre leur affaire pour prendre leur retraite ou changer d'activité, car ils n'ont pas nécessairement les moyens notamment de se mettre aux normes européennes exigées pour faciliter l'accès des personnes handicapées.

## Marques propres

Les professionnels indépendants qui s'en sortent adhèrent à un réseau, une marque collective comme Best Western ou Logis de France. Toujours selon Coach Omnium, 48 % des hôteliers sont encore absents de ce type de regroupement. Stéphane Botz le dit sans détour : « Les isolés auront beaucoup de mal à tenir, à moins d'être situés à deux pas d'un lieu stratégique dans une grande ville, comme une gare ou un aéroport. » Beaucoup d'entre eux se rapprochent des structures internationales de réservation. « Ils se contentent d'adhérer à des platesformes comme Expedia et Booking.com, moyennant une commission prélevée de 17 %, ce qui leur génère du flux, mais permet rarement de fidéliser une clientèle », indique Jean-Marc Banquet d'Orx, le président francilien du syndicat professionnel Umih. De plus, ces plates-formes « détiennent les informations sur les clients, or la richesse d'un hôtel, c'est son fichier de fréquentation », indique un professionnel. L'avenir de l'hôtellerie familiale passe par des marques propres, dont les plus prometteuses sont accompagnées par des financiers. Bpifrance vient de prendre une participation dans New Nomads, une société lyonnaise qui développe un concept d'auberge de jeunesse nouvelle génération. Un premier site a été ouvert à Lyon sous le nom de « Slo Living Hostel », un second sera inauguré en juin. Puis l'enseigne va s'installer à Paris dans le 20e arrondissement. L'objectif est

d'atteindre les 500 lits. Ex-dirigeant du groupe Accor, Olivier Dewys a pris son indépendance pour créer, il y a deux ans, l'enseigne Ekko. Les premiers hôtels de catégorie 4 étoiles, au design moderne, sont situés à Nantes, Lyon et Grenoble. Le dirigeant a prévu d'autres créations à Cannes, RUEIL-MALMAISON et Bayonne.

En Bretagne, la famille Madoré, composée d'industriels de la métallurgie, a créé il y a plus de vingt ans l'enseigne Brit Hôtel, initialement prévue uniquement pour des implantations bretonnes. Le réseau compte 103 établissements de catégorie 2 et 3 étoiles, dont 18 succursales, tous les autres étant composés d'indépendants exerçant un peu partout en France. Tenus d'afficher l'enseigne Brit Hôtel, ils bénéficient de la centrale de réservation du groupe, de la publicité sur la marque, mais aussi de conditions d'achat groupé pour leurs approvisionnements et d'une stratégie commerciale maison. Pour aider les PME de l'hôtellerie à se développer, Bpifrance et la Caisse des Dépôts, mandatés par l'État pour maintenir le poids des familles dans l'hôtellerie, viennent d'augmenter le plafond des prêts accordés, qui passe de 300.000 à 400.000 euros sans aucune prise de garantie sur le bien ni sur l'investisseur. ●

Correspondant à Rennes Stanislas du Guerny