



EXTENDAM
CAPITAL PARTNERS IN HOSPITALITY



MATINALE DE L'HÔTELLERIE DE MONTAGNE CHAMBÉRY

2^e
ÉDITION

11
INTERVENANTS

158
PARTICIPANTS



ORGANISÉ AVEC L'AIDE DE SES PARTENAIRES

In Extenso
Tourisme, Culture & Hôtellerie

 **CHRISTIE & CO**

CAFÉS
FOLLINET
1880

Cet événement permet aux professionnels de l'hôtellerie de disposer d'un panorama complet, actualisé de l'hôtellerie en France et plus spécifiquement de l'hôtellerie de montagne.

Cet événement est organisé dans le but de se tenir informé des grandes tendances du secteur et de bénéficier des retours d'expérience de grands, moyens et petits acteurs déployant des stratégies intéressantes pour une réussite sur le marché.

CHIFFRES CLÉS ET TENDANCES DU SECTEUR HÔTELIER EN MONTAGNE

JULIEN GUITTET, ASSOCIÉ IN EXTENSO TOURISME CULTURE ET HÔTELLERIE, DENIS MAURER - PRÉSIDENT G2A

Le parc hôtelier des Savoie comprend environ **800 hôtels** pour **22 500** chambres. La majorité de ces hôtels sont situés dans les Alpes du Nord en haute altitude.

Le secteur des Alpes du Nord enregistre une légère baisse du nombre d'actifs de **-0,2%** par an sur dix ans, une tendance à l'image du marché français. Cette baisse s'explique par la fermeture de très petits hôtels, d'environ 10 chambres, qui ont du mal à être rentable sur l'année. Cette baisse est plus importante dans les Alpes du Sud avec **-0,7%** par an. Cette différence s'explique par une plus grande présence de petits hôtels en basse altitude.

Deux tendances fortes se démarquent sur le secteur hôtelier de montagne :

- Une montée en gamme des hôtels sur le secteur Alpes du Nord.
- Une prédominance de l'hôtellerie milieu de gamme pour les Alpes du Sud.

Un fort renouvellement du parc hôtelier est observé avec la création de **56 nouveaux hôtels** sur les 10 dernières années.

LE MARCHÉ HÔTELIER EN FRANCE

En France, l'offre hôtelière est à maturité, avec près de 18 000 hôtels pour 620 000 chambres début 2022. Dès janvier, un grand nombre d'hôtels ont pu rouvrir leurs portes et retrouver un équilibre financier proche de la période pré-covid.



NOUVEAUX BUSINESS MODÈLES ET INTÉGRATION DES CRITÈRES RSE DANS L'HÔTELLERIE DE MONTAGNE

BORIS BOURGEL, MAÎTRE DE CONFÉRENCES CHEZ UNIVERSITÉ SAVOIE MONT BLANC

La RSE* devient une priorité pour les exploitants hôtelier. En effet, ces engagements sont aujourd'hui un critère important dans le choix final des clients. En plus d'être une **tendance centrale du secteur du tourisme**, elle devient aussi un facteur d'attractivité pour les collaborateurs permettant d'accueillir pour les exploitants de **nouveaux talents** dans leur équipe.

Quelles sont les approches possibles pour les entreprises ?

·**Approche Instrumentale** : mettre en place un ensemble d'actions et d'initiatives (plus ou moins liées les unes aux autres) susceptibles de générer des gains à court terme. C'est une source d'opportunité pour l'entreprise.

·**Approche Symbiotique** : formuler des stratégies d'entreprise pérennes, capables de traiter des problèmes sociétaux et créatrices de valeur économique, sociale et environnementale. Elle consiste à créer son business modèle autour des problématiques RSE dans le but de lier profit et engagements responsables.

·**Approche Découplée** : mettre en œuvre une démarche responsable pour contrôler les impacts sociétaux de l'entreprise et préserver sa légitimité et ses marges de manœuvre.

*Responsabilité sociétale des entreprises



COMMENT SE RÉINVENTER POUR ATTIRER DE NOUVEAUX CLIENTS TOUT AU LONG DE L'ANNÉE ?

La **diversité** en hôtellerie de montagne est la clé pour réussir à **fidéliser** une clientèle tout au long de l'année. Diversifier son offre c'est proposer plus qu'un service d'hébergement. Cette diversification permet aussi d'ancrer son hôtel dans **l'économie locale** et de mettre en avant « **le vivre-ensemble** » et la **convivialité** qui est propre à l'univers de la montagne.

La crise du covid a permis à la population française de **redécouvrir la montagne** en basse altitude, redonnant un souffle à des activités trop souvent délaissées par les touristes ne venant à la montagne que pour skier en haute altitude. Il est aussi important de valoriser l'expérience du salarié pour **pallier aux difficultés de recrutement** en proposant par exemple des logements à ses collaborateurs saisonniers. Améliorer les conditions professionnelles du salarié aura un impact positif sur la qualité du service et la satisfaction client.



TABLE RONDE

Nicolas Chatillon - CEO Les Etincelles, Romain Trollet - Directeur fondateur Assas Hotel, Martin Devictor - Hospitality entrepreneur Mont-blanc Collection, Thierry Schoenauer - Président SAS Lodge et Spa Mountain, Eric Darde - Président & CEO Groupe Beaumier, Bertrand Pullès - Directeur

COMMENT LE METAVERSE, LES CRYPTOMONNAIES ET LE TRAVAIL EN REMOTE VONT BOULEVERSER L'INDUSTRIE HÔTELIÈRE D'ICI 2030 ?

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.

PREMIER FINANCEMENT D'UN HÔTEL GRÂCE A LA METAVERSE

Le groupe hôtelier **CitizenM** se lance le défi de se positionner comme le premier groupe du secteur de l'hospitality à acquérir un terrain au sein du jeu vidéo **The Sandbox**. CitizenM souhaite utiliser les bénéfices de ses ventes dans The Sandbox pour créer une organisation autonome décentralisée permettant de **financer l'intégralité d'une propriété en physique**.

