



L'Industrie Hôtelière Française 2015

38^{ème} édition avec
*l'aimable participation de la CCI
de Lyon*

Lyon
25 novembre

Real Estate & Hotels

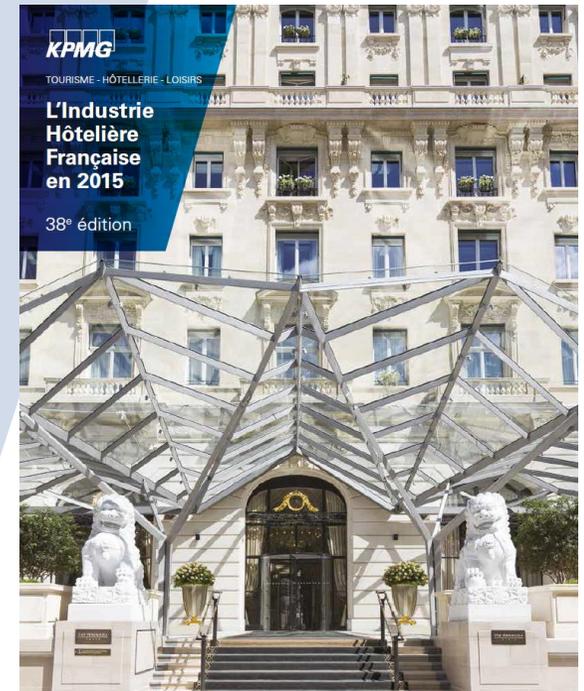
Tourisme - Hôtellerie - Loisirs





Présentation
de la
38^{ème} édition

- **38^{ème} édition : panel de 2 952 hôtels en 2014, 231 427 chambres** (soit 40,1% du parc hôtelier français).
- En lien avec la nouvelle classification hôtelière :
 - ✓ Une catégorie « 5 étoiles » définie par les nouvelles normes.
 - ✓ Une catégorie « 4 étoiles » également basée sur la réglementation en vigueur.
- La plus importante base de données indépendante, portant sur les comptes d'exploitation d'hôtels 1* NN à 5* NN en France.
- Base de données permettant des extractions / comparaisons par zone géographique, catégorie d'hôtel, taux d'occupation, prix moyen, capacité, chiffre d'affaires, RBE...



- Des synthèses qui restituent le contexte économique, touristique et hôtelier en 2014-2015 : Principaux opérateurs, croissance du parc hôtelier, mais également une note sur l'évolution des hébergements marchands en France...



- Des notes dédiées aux secteurs de l'investissement, de l'évaluation et des transactions hôtelières, ainsi qu'aux résidences et apart'hôtels.



- Une étude économique des ratios d'exploitation des différents secteurs, permettant notamment de suivre le niveau de rentabilité et d'apporter un conseil adapté à chaque segment hôtelier.





Tendances du secteur

- 2014 : une année en progression -

- Légère hausse de la fréquentation touristique,
- Une saison estivale courte (15 juillet – 15 août) avec une météo dégradée. A l'inverse, bonne tenue de la saison hivernale,
- Maintien des clientèles internationales grâce aux clientèles extra-européennes,
- Rénovation du parc hôtelier et montée en gamme.

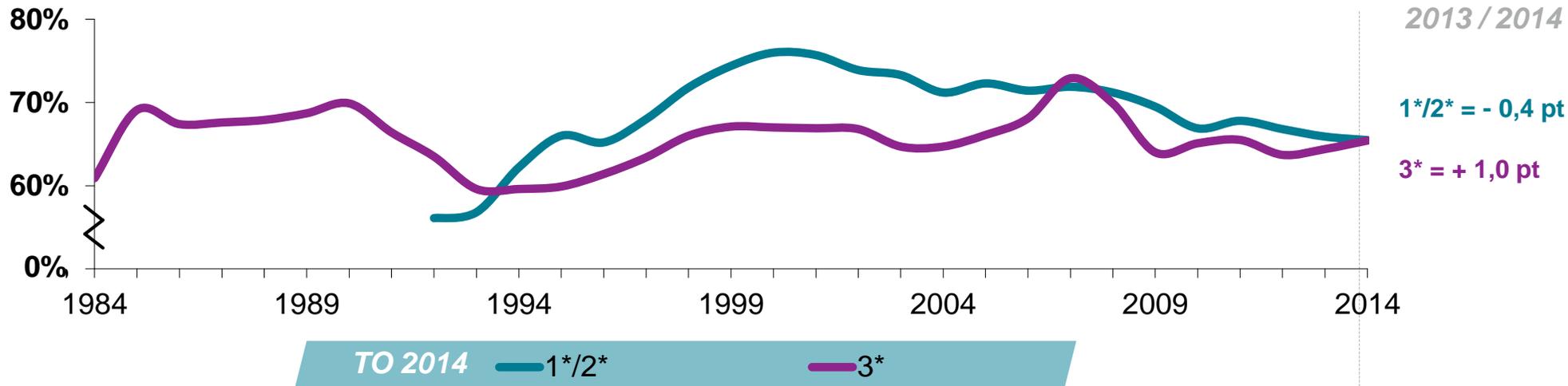
- 2015 : vers une année stable en raison des derniers événements -

- Hausse de la fréquentation touristique au 1^{er} semestre 2015 + saison estivale, malgré une conjoncture morose (attentats de janvier et novembre, crise économique),
- Paris ne bénéficie pas de l'embellie sur le 1^{er} semestre (- 1,8% de fréquentation touristique), ce qui a un impact sur les résultats
- Renforcement des clientèles européennes et « long courrier »

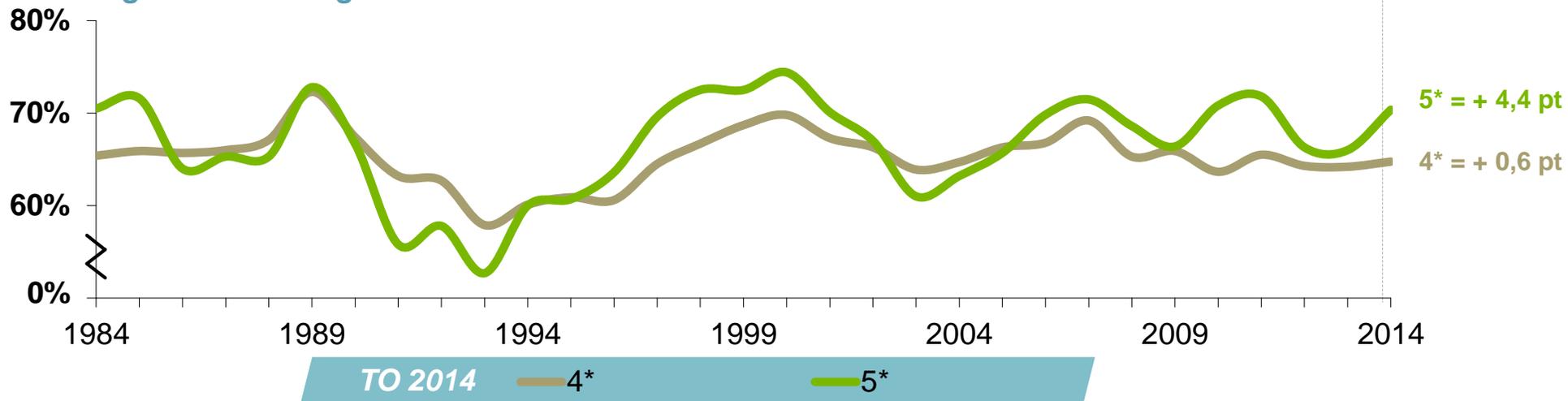


**Les faits
marquants**
de l'hôtellerie
française

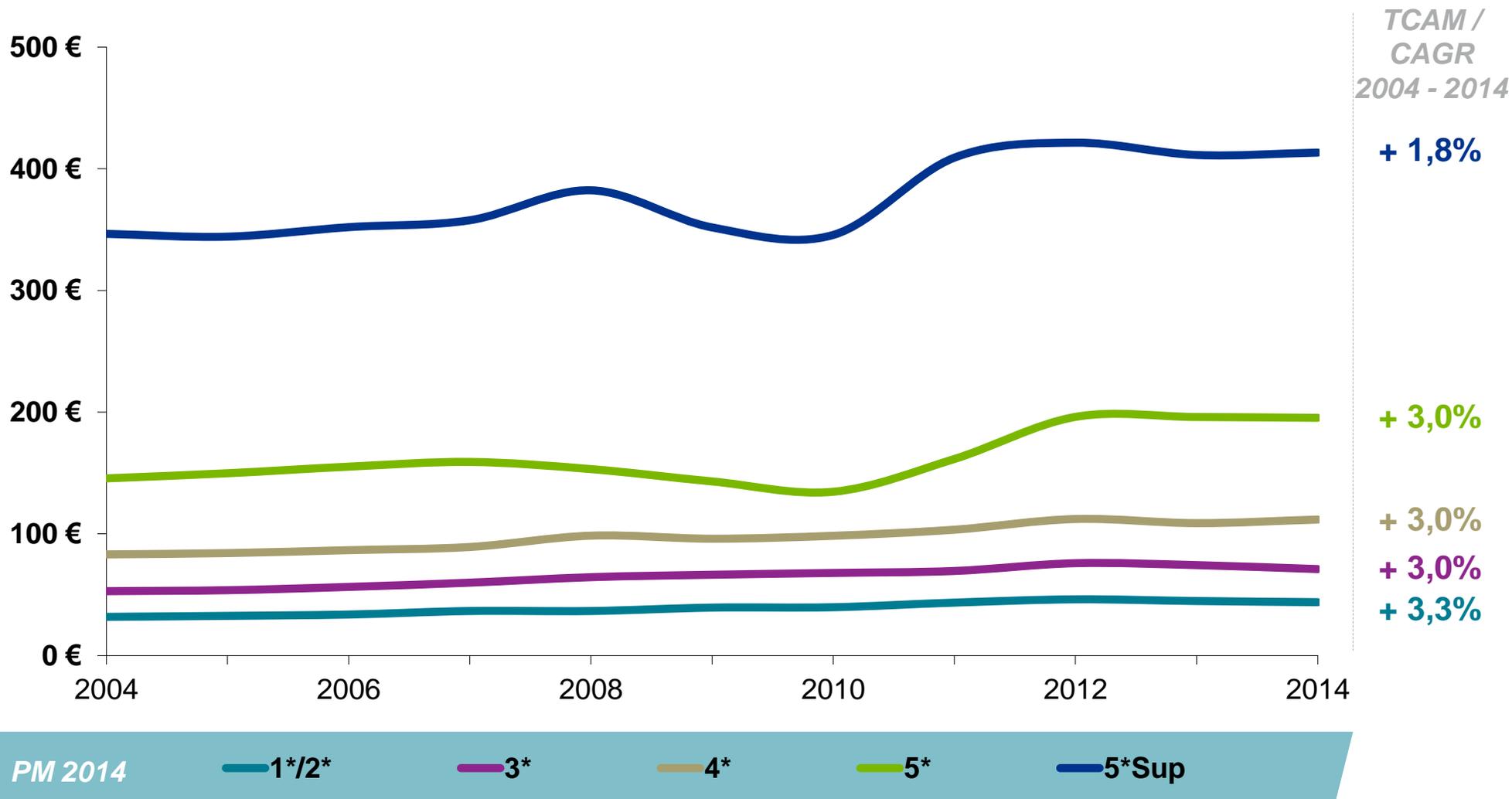
Segment économique et milieu de gamme



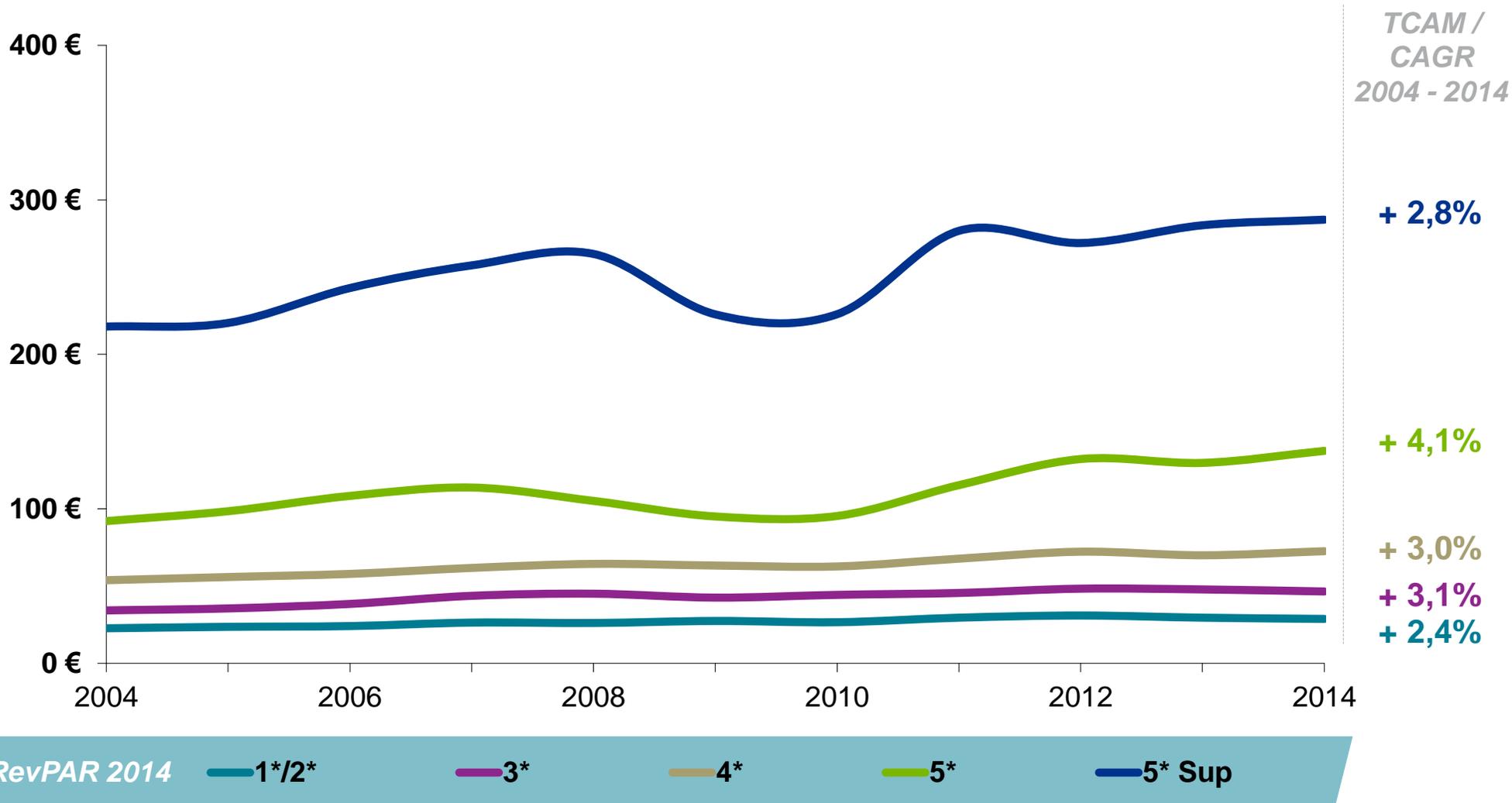
Segment haut de gamme



Source : IHF 2015 – KPMG Real Estate & Hotels



Source : IHF 2015 – KPMG Real Estate & Hotels

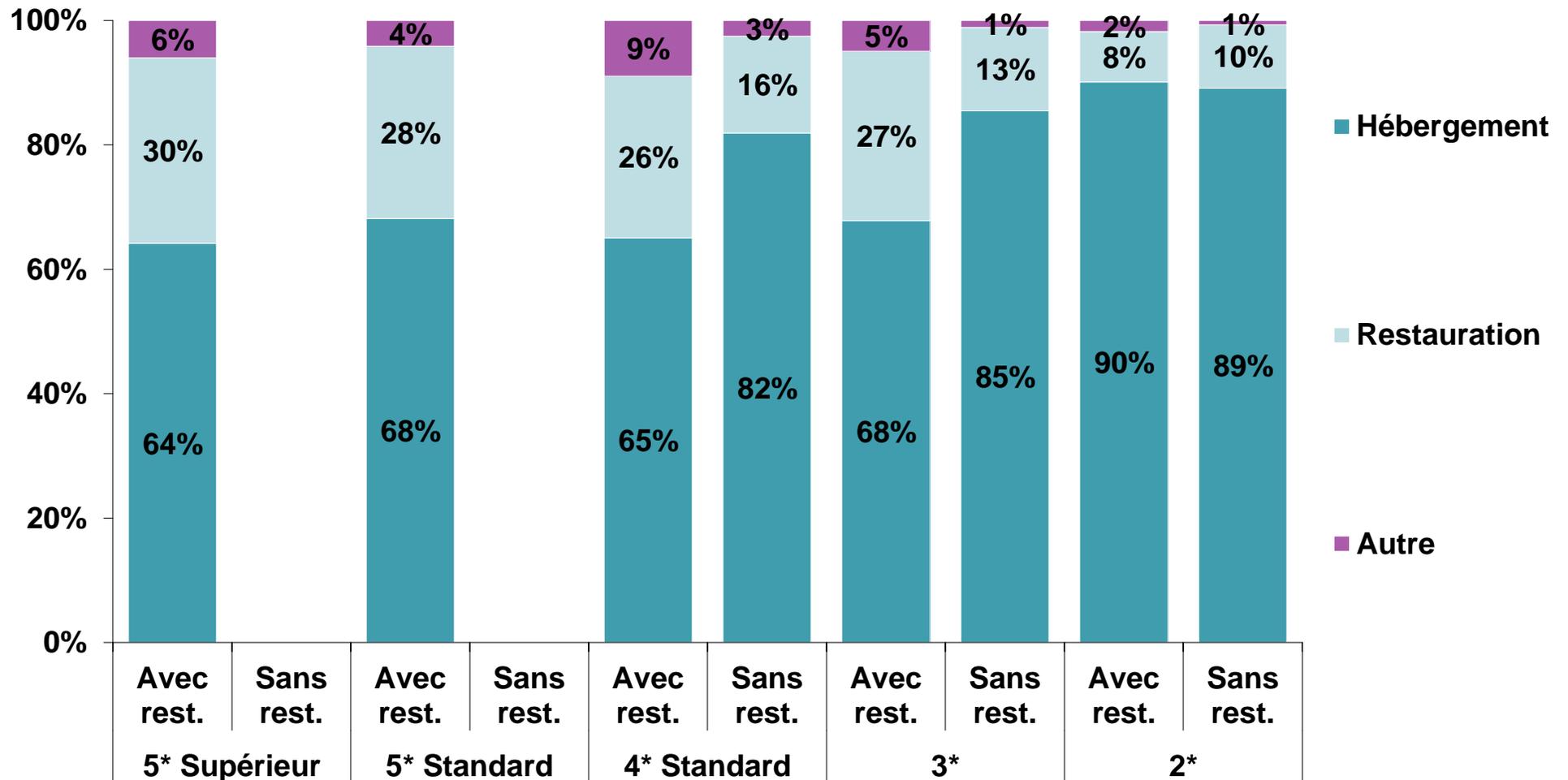


Source : IHF 2015 – KPMG Real Estate & Hotels

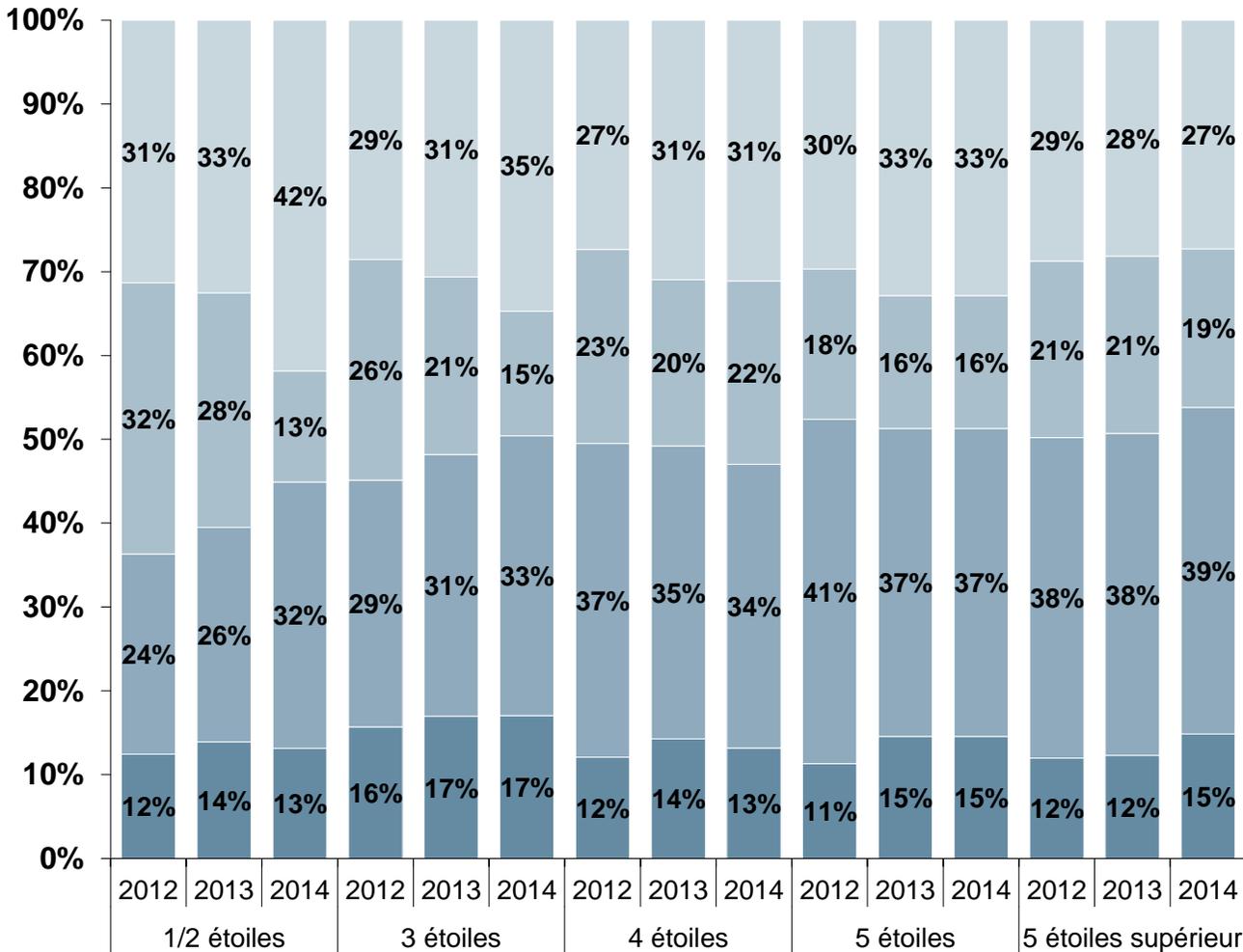


Structure du
chiffre d'affaires

Structure du chiffre d'affaires en 2014 par catégorie



Source : IHF 2015 – KPMG Real Estate & Hotels



■ Coût des ventes ■ Frais de personnel ■ Autres charges ■ Résultat Brut d'Exploitation

Source : IHF 2015 – KPMG Real Estate & Hotels

GOPPAR vs RevPAR

GOPPAR

Estimation des performances selon le CA total + Coûts d'exploitation

Le GOPPAR permet :

- D'intégrer les coûts d'exploitations
- De pondérer l'importance du CA présent dans le RevPAR
- D'étudier la rentabilité en valeur dégagée par son hôtel

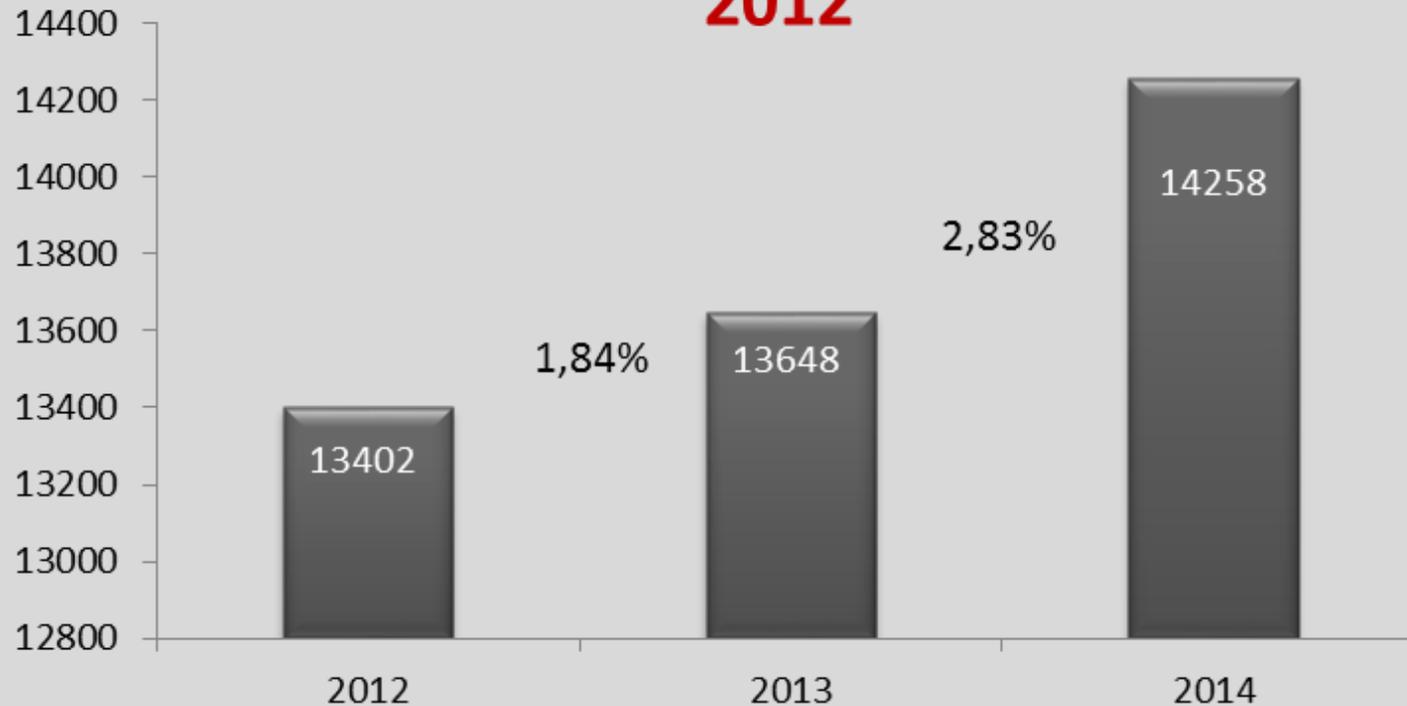
Le GOPPAR ne permet pas :

- D'identifier les raisons de son évolution (CA et/ou contrôle des charges opérationnelles).

Quelle évolution quantitative de l'offre ?

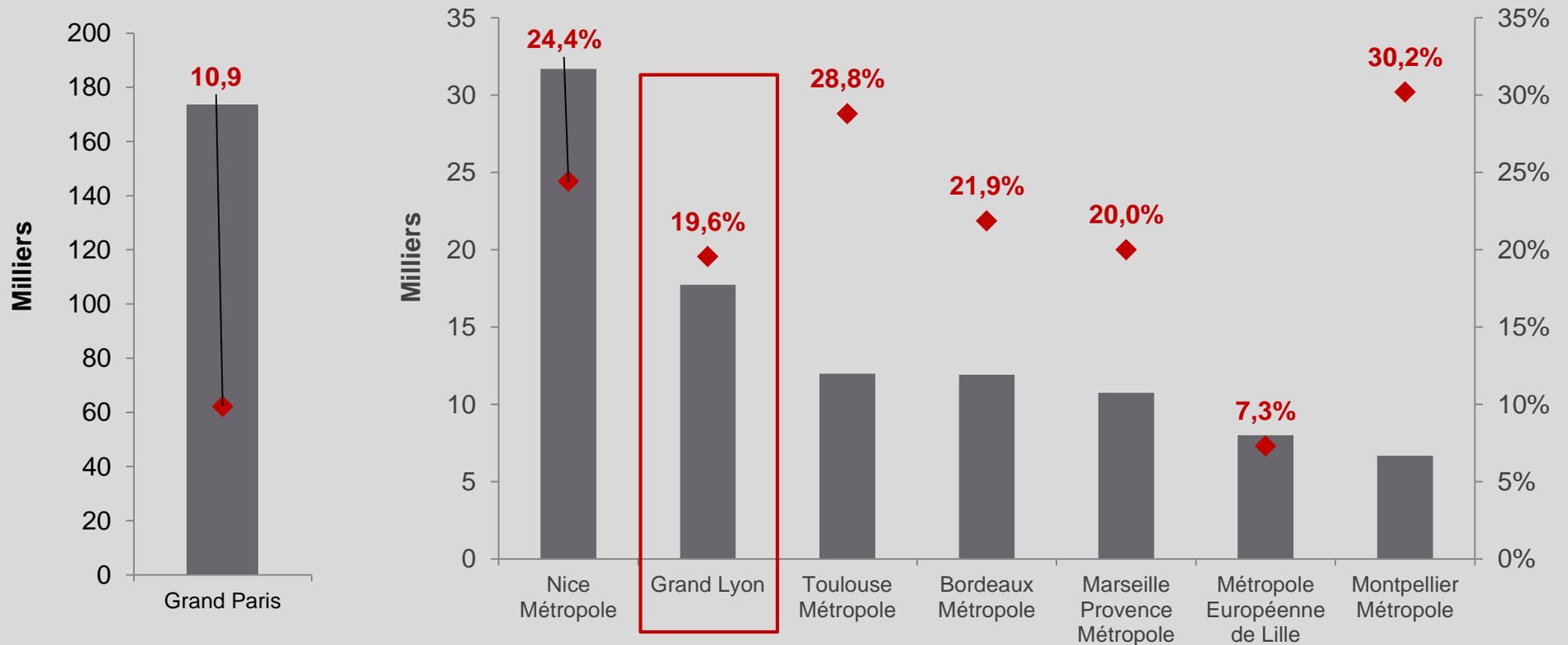
En 2014, une augmentation de la capacité d'accueil de 2,83%, soit la création de 387 nouvelles chambres

Evolution de l'offre hôtelière depuis 2012



- ✓ 5 créations , 387 chambres
- ✓ 1 fermeture
- ✓ 2 grandes transformations (Kyriad Perrache et Domaine Saint Joseph)
- ✓ 2012/2014 une augmentation de 6%, 856 chambres hôtels

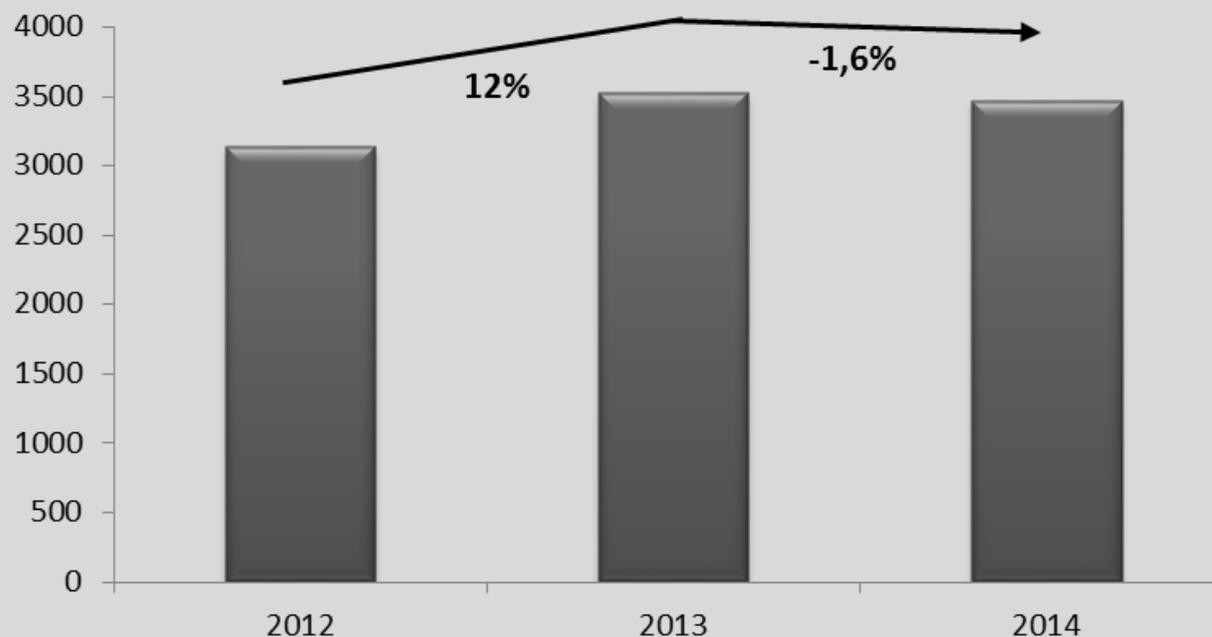
Offre hôtelière et para-hôtelière homologuée des grandes villes françaises en 2014



Focus sur les résidences

- ✓ une baisse de la capacité suite à un reclassement
- ✓ plus de 11% depuis 2012
- ✓ 84% de l'offre est sur Lyon et Villeurbanne: 3^{ème} et 7^{ème}
- ✓ 19,55% de l'offre hôtelière lyonnaise / 20,52% en 2013

Evolution de l'offre résidence depuis 2012 : 11 %



Focus sur les ouvertures 2015



100 chambres 3*
Genas



11 chambres, 72 lits
Lyon 7ème

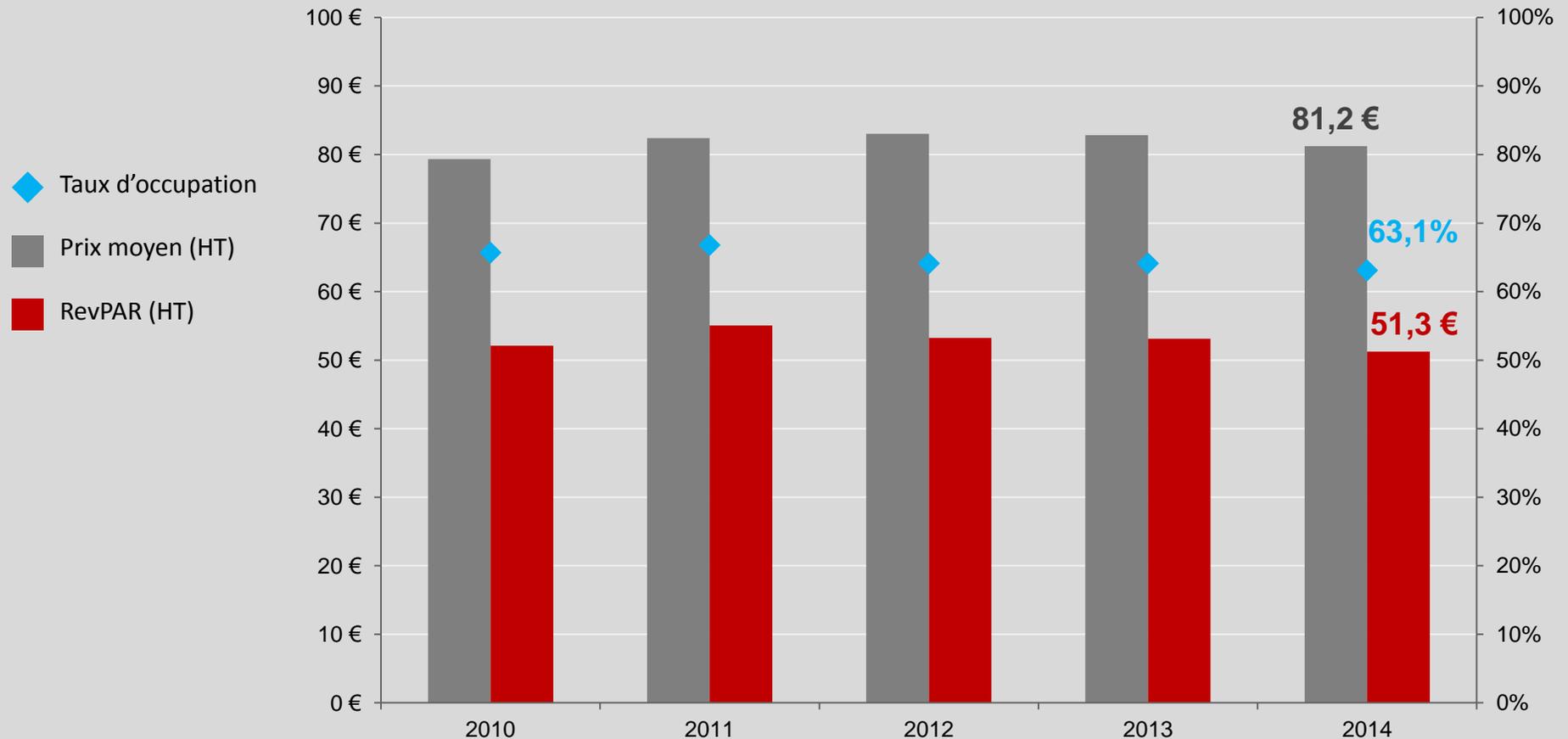


75 chambres 4*
Lyon 5ème

Performances économiques en 2014

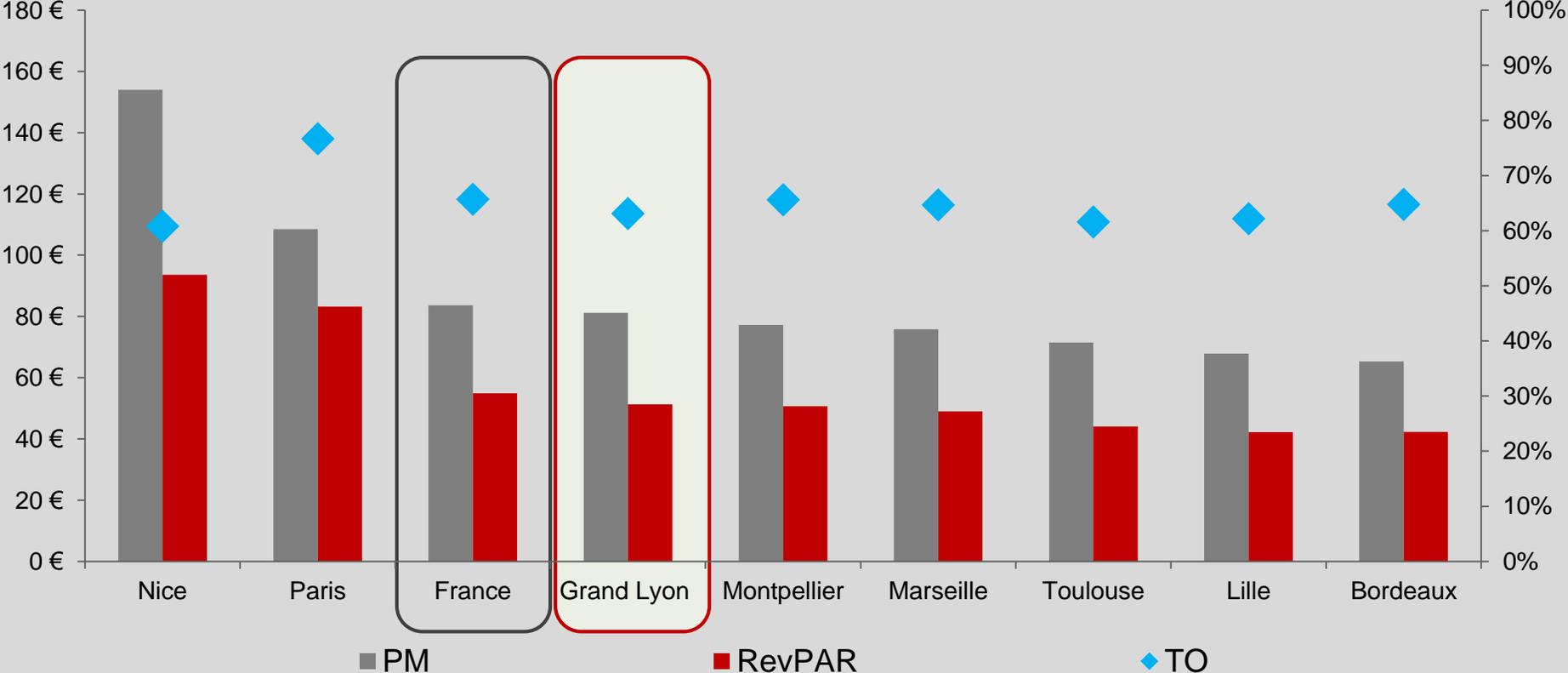


Performances hôtelières dans le Grand Lyon 2010-2014

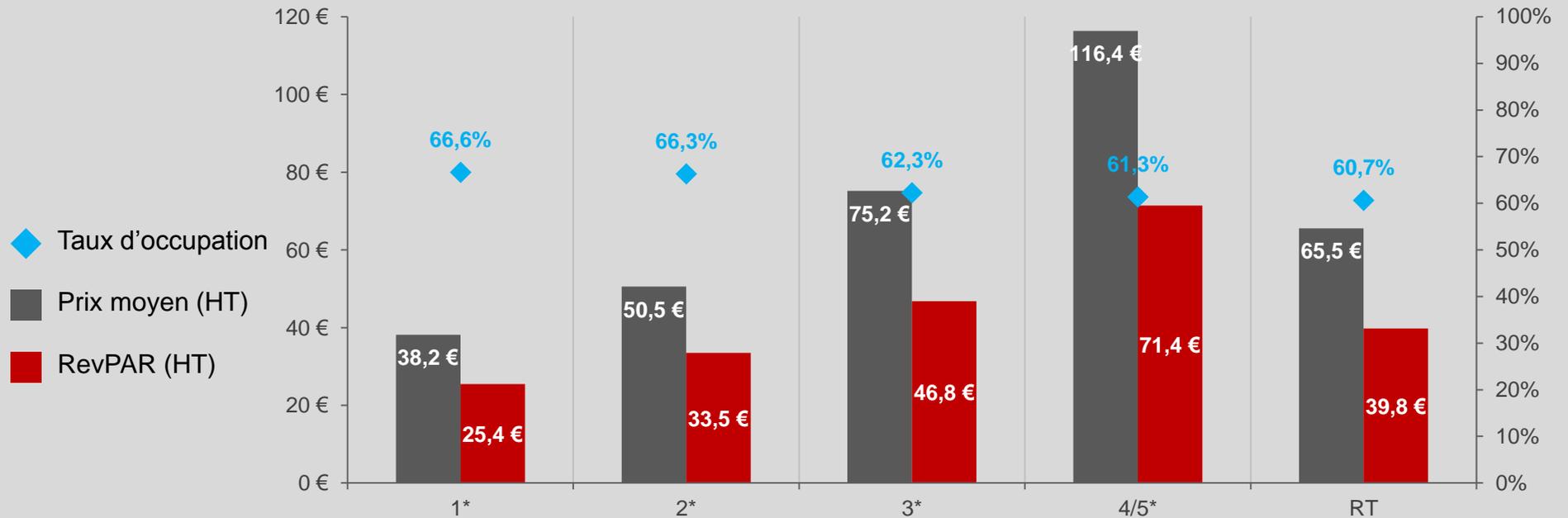


- ✓ les performances hôtelières sont en légère baisse, mais résistent dans un contexte de croissance de l'offre depuis 2010

Performances hôtelières en 2014 dans les grandes agglomérations françaises



Grand Lyon : Performances hôtelières et para hôtelières en 2014, par segment



- ✓ TO qui baisse entre 2,1% et 4,3% pour toutes les catégories sauf pour le haut de gamme: 1,5 % de croissance
- ✓ PM qui stagne pour 1* et 3*, mais qui baisse jusqu'à 2,4% pour 2*
- ✓ RevPar qui stagne pour le luxe, mais baisse jusqu'à -4,5% pour 2*

Les performances à septembre 2015, par marché spécifique

Nord-Ouest		
TO	PM	RevPAR
60,9%	58,2 €	35,0 €
8,1%	0,7%	-2,4%

Est		
TO	PM	RevPAR
57,0%	59,5 €	33,9 €
-3,7%	-2,3%	-5,9%

Centre		
TO	PM	RevPAR
65,2%	89,0 €	58,0 €
0,5%	-2,9%	-2,4%

Sud		
TO	PM	RevPAR
63,0%	47,7 €	30,0 €
-2,0%	-1,3%	-3,3%

Prévisions optimistes pour 2015

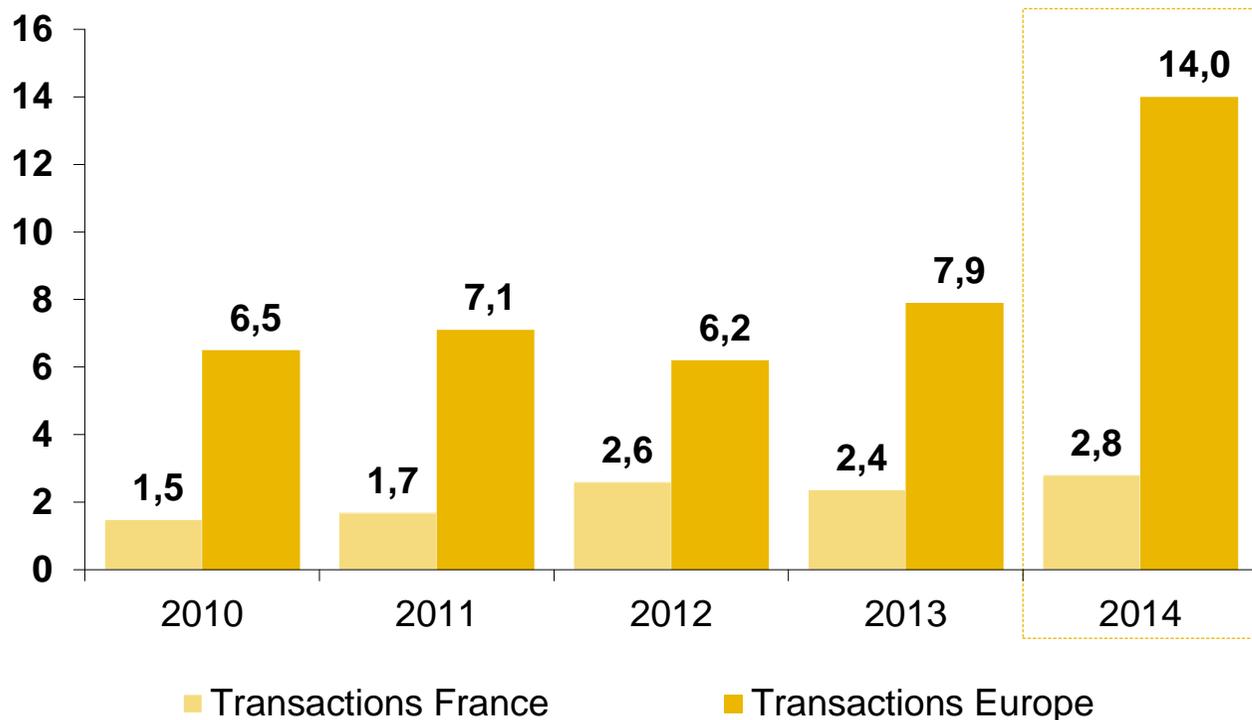
Grand Lyon		
TO	PM	RevPAR
65,3%	81,7 €	53,4 €
5,3%	5,3%	10,9%

Données de janvier à fin septembre 2015



Investissements et transactions

Volume de l'investissement hôtelier en France et en Europe (en milliards)

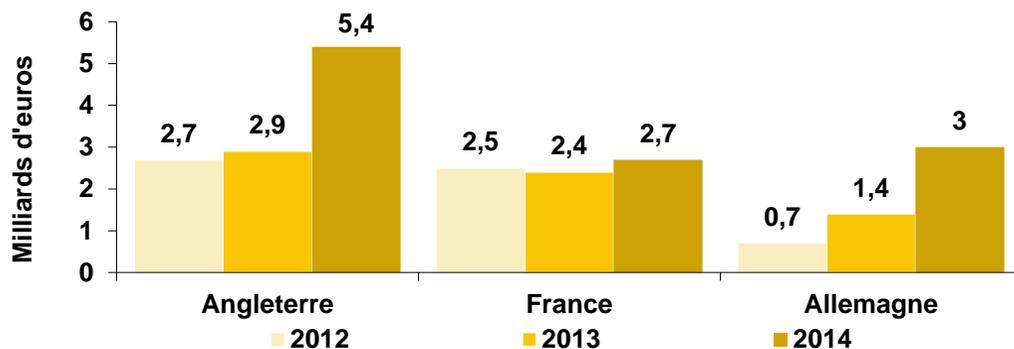


2014 highlights



Source : IHF 2015 – Note sectorielle Investissements et transactions

Les 3 premiers marchés européens de l'investissement - 2012/2014



Le marché européen porté par l'Angleterre, la France et l'Allemagne

Des investissements focalisés sur les grandes capitales

Paris leader en transactions haut de gamme

Transactions haut de gamme sur le marché français			
Catégories	Nombre de chambres	Prix de vente (en M€)	Prix à la clé (en k€)
5*	574	435 M€	757 k€
4*	2 693	555 M€	206 k€

Source : IHF 2015 – Note sectorielle Investissements et transactions



Rénover
son actif

Hier



Aujourd'hui



Comment se (re)positionner sur ce marché actuel devenu complexe ?

Rénovation
de son actif

Contenir l'arrivée de nouveaux concurrents

- **Maintient de son avantage concurrentiel**, et évite ainsi une évansion trop importante de la demande sur le nouveau produit

Donner plus de visibilité à l'actif sur le marché des hébergements marchants

- **Attraction d'une nouvelle clientèle** grâce à un style, un agencement ou des produits différents

Maintenir et développer ses performances d'occupation

- **Valorisation de sa politique tarifaire** grâce à un produit rénové, neuf, plus compétitif sur le marché

Valoriser l'actif immobilier et le fonds de commerce

- **Conservation et développement des performances commerciales** pour donner davantage de visibilité au produit et à l'investissement

Repenser un outil de travail fonctionnel

- **Motivation du personnel** grâce à un équipement plus facile à entretenir et durable
- **Optimisation de l'ensemble de sa structure**



□ Karine Billoudet

KPMG

Associée, Directeur de Bureau

kbilloudet@kpmg.fr

□ Stéphane Botz

KPMG

Associé, Responsable du secteur Tourisme, Hôtellerie & Loisirs, Advisory

sbotz@kpmg.fr

□ Mihaela Neaga

CCI de Lyon

Conseil CHR, Direction Entrepreneuriat, Commerce et proximité/Pôle Commerce de la CCI de Lyon

neaga@lyon.cci.fr