

H
O
T
E
L



Horwath HTL™

Hôtellerie, Tourisme et Loisirs

Les hôtels de chaînes
en France Rapport 2019

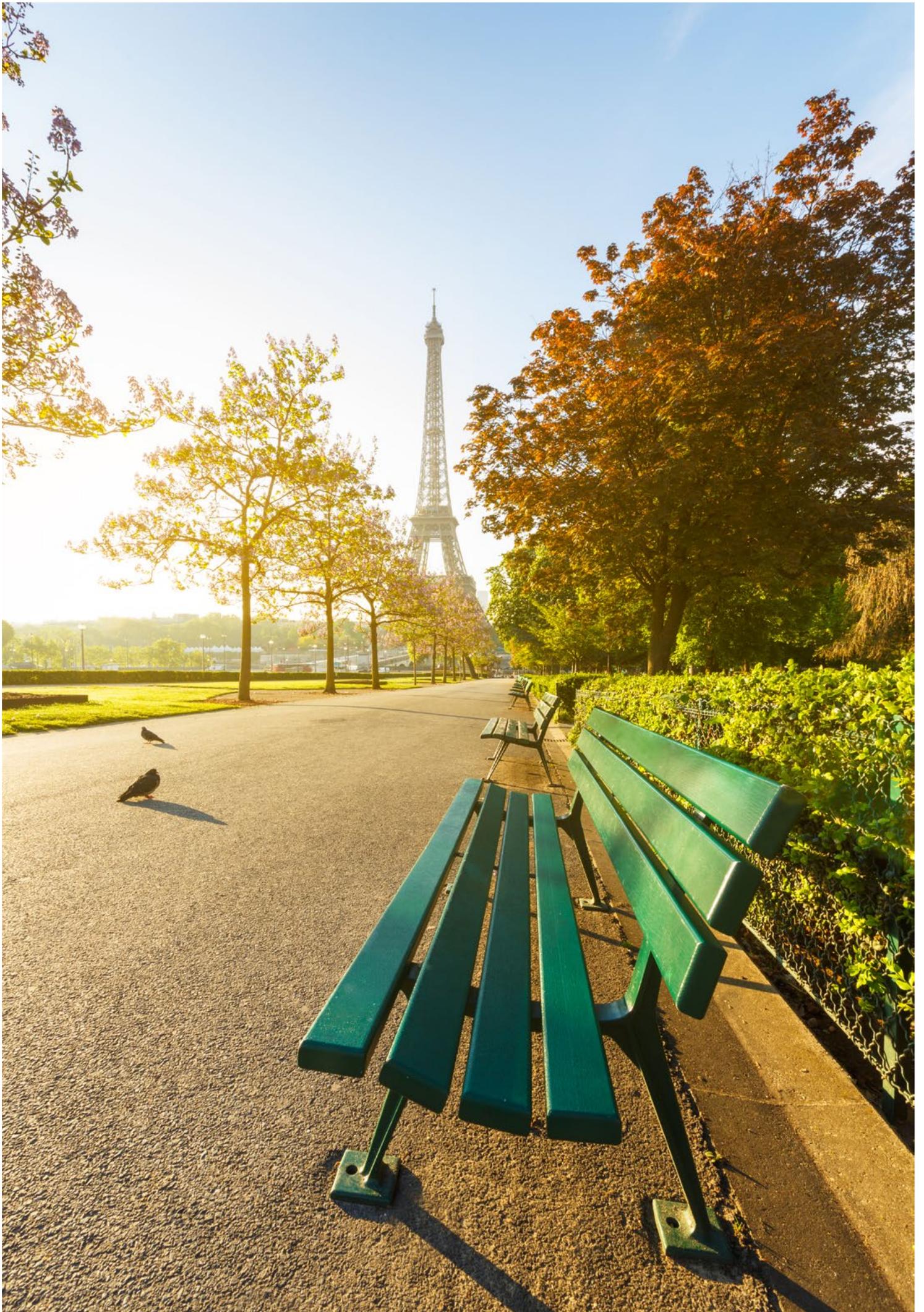


Table Des Matieres

Bienvenue chez Horwath HTL – Nous sommes la principale société de conseil spécialisée sur les secteurs Hôtellerie, Tourisme et Loisirs en France et dans le monde.

Page 5	Avant-Propos
Page 6	Le Secteur Hôtelier En France
Page 8	La France Sur La Scene Europeenne
Page 10	La Demande Hoteliere Ces 10 Dernieres Annees
Page 12	L'offre Au Cours De Ces 10 Dernieres Annees
Page 14	Tendances & Performances Recentes
Page 16	Les Chaînes Hôtelières En France
Page 18	Les Chiffres Cles De 2018
Page 20	Penetration Des Chaines Sur Le Territoire
Page 22	Les Chaines D'hotels Par Categorie
Page 24	Les Chaines D'hotels Par Situation Geographique
Page 28	Les Chaines D'hotels En Nombre Et Taille
Page 30	Classement Des Chaines Domestiques Et Internationales
Page 32	Les Chaines En Chiffres
Page 34	Projets A Venir
Page 36	Lexique
Page 37	Methodologie
Page 38	A Propos De Horwath HTL
Page 39	Auteurs De Ce Rapport



Avant-Propos

Le marché touristique en France, et plus généralement en Europe, est témoin d'une profonde mutation. Adapter l'offre à la demande est un enjeu majeur qui requiert une veille constante et des besoins humains et financiers conséquents. Dans le même temps, le monde fait face à de nouvelles problématiques qui émergent et qui influencent le développement touristique : mouvements sociaux, sur-tourisme, impact écologique...

Dans un contexte touristique international porté notamment par la montée en puissance de la Chine, la France s'impose comme la première destination mondiale. N'oublions pas en effet que le tourisme bénéficie d'une croissance soutenue au niveau planétaire. La France quant à elle a accueilli 87 millions de touristes étrangers en 2017 et près de 90 millions en 2018. L'économie française repose ainsi pour une large part sur le tourisme international : emplois, recettes, valeur ajoutée, rayonnement culturel... Le tourisme est aussi le reflet de notre « soft-power ».

Après l'accueil de la Ryder Cup en 2018, les perspectives du tourisme français sont encourageantes avec la désignation de Paris comme ville organisatrice des Jeux Olympiques de 2024, accueillie comme une victoire. La France accueillera aussi la coupe du monde de rugby en 2023. Ces événements sont de puissants catalyseurs de fréquentation qui viennent décorrérer à la hausse l'évolution du RevPAR hôtelier de celle du PIB. C'est donc l'occasion pour la France de mieux structurer son offre et de développer ses infrastructures d'accueil.

La consommation touristique se métamorphose, en même temps qu'apparaissent de nouvelles générations de consommateurs dont les centres d'intérêt sont drastiquement différents des générations précédentes. Influencées par les réseaux sociaux, elles partagent leurs voyages et expériences de manière continue. Le succès est de plus en plus éphémère, disparaissant aussi vite qu'il éclot.

Le « bouche à oreille » s'intensifie à travers les plateformes de partage où chacun commente, aime et note les destinations, activités, restaurants, hébergements... Leur importance est d'autant plus capitale qu'elle dépasse les frontières : Facebook, Twitter, Instagram et YouTube présentent chacun plusieurs milliards d'utilisateurs actifs à travers le monde. En Asie et aux Etats-Unis, le développement technologique offre de nouvelles possibilités, de paiement par mobile notamment, qui restent à développer en Europe.

Côté hôtellerie, le parc Français, dont le développement de chaînes et de groupes internationaux s'est opéré principalement entre les années 70 et 90, souffre aujourd'hui d'un vieillissement qui appelle un besoin de renouveau.

Parallèlement, il est de plus en plus problématique de trouver des espaces pour développer des hôtels en centre-ville ce qui ouvre de nouveaux horizons en termes de conversion de patrimoine ou d'immobilier de bureau. L'hôtel de chaîne classique fait désormais une place aux concepts lifestyle en réponse à des consommateurs en quête d'expérience et d'inédit « instagrammable ».

Pour autant, l'arbre ne peut cacher la forêt et la santé insolente de Paris et des lieux prisés de la demande internationale (Alpes du nord, Côte d'Azur...) contrastent fortement avec la province où l'hôtellerie est à la peine en dehors des principaux centres urbains.

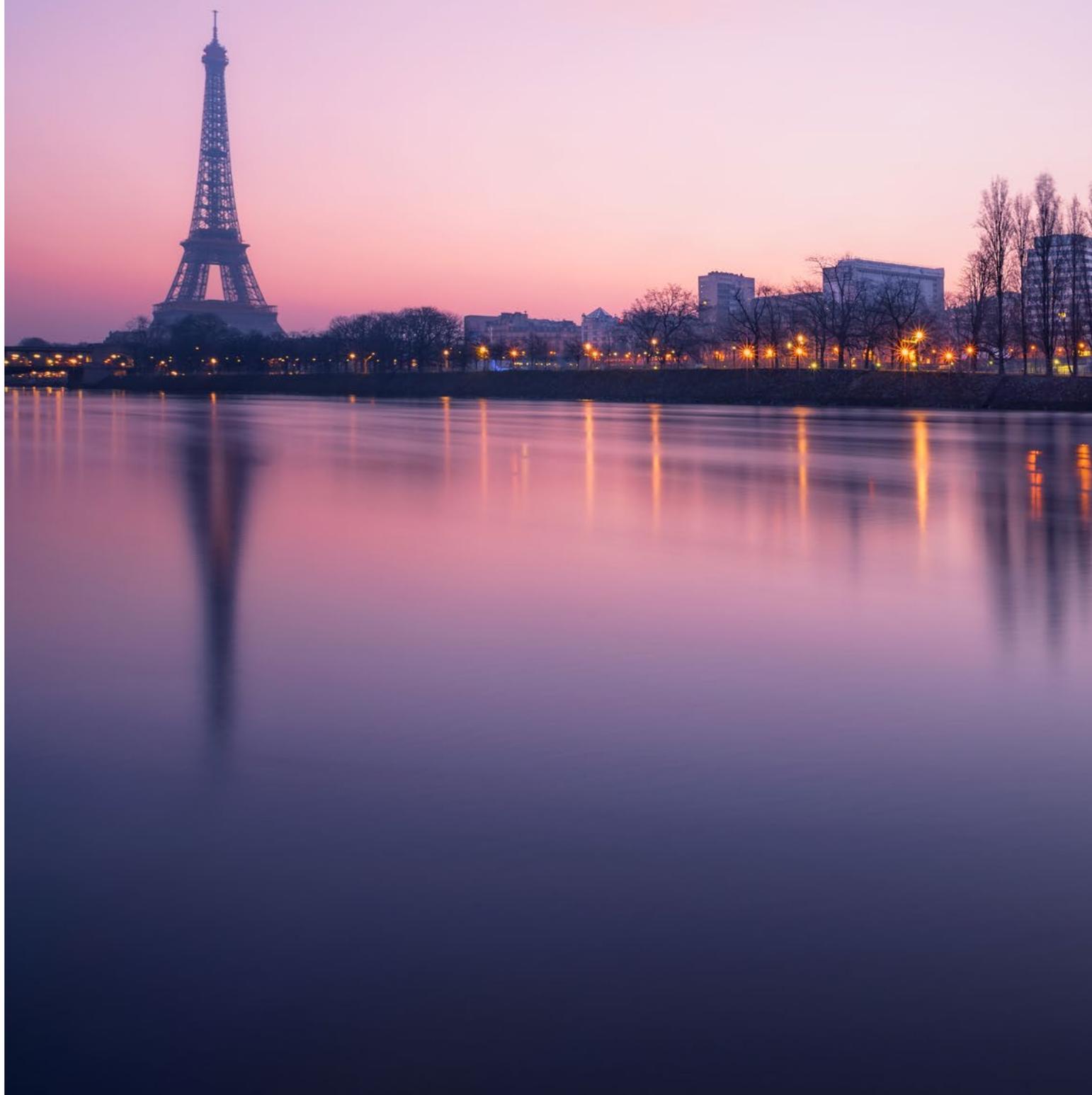
Si l'investissement hôtelier a le vent en poupe, il est désormais réservé à des investisseurs spécialisés et avisés. A l'ère des stratégies « Asset Light » de la majorité des groupes hôteliers qui focalisent leur action sur la gestion hôtelière, ces nouveaux investisseurs privés sont les partenaires du développement sous franchise des grands groupes et du développement de nouvelles marques.

Ce rapport présente un bilan argumenté du secteur hôtelier et des chaînes hôtelières en France. Il s'intègre dans une série européenne de rapports construits sur une méthodologie comparable disponibles librement par téléchargement sur www.horwathhtl.com. La synthèse de ces documents est disponible dans un volume européen publié en langue anglaise « European Hotels and Chains report » Horwath HTL.

Je vous en souhaite bonne lecture.

*Philippe Doizelet, Associé Hôtellerie
Horwath HTL France*

Le secteur hôtelier en France





En 2018, la France était le pays qui recevait le plus de visiteurs étrangers. Pourtant ses recettes touristiques sont moins importantes que celles des États-Unis et de l'Espagne.

Le poids du tourisme en France

La France dispose d'une offre touristique riche et qualitative : patrimoine historique et architectural, visites culturelles, gastronomie, œnologie, parcs à thème, festivals, shopping, tourisme balnéaire, sports d'hiver, MICE... L'ensemble de ces atouts permet à l'activité touristique de contribuer à plus de 7% du PIB. À titre d'exemple, environ 24 milliards d'euros ont été dépensés en hébergements touristiques marchands en 2016. Le tourisme bénéficie à la France, les dépenses des étrangers voyageant en France dépassent celles des Français faites à l'étranger ce qui permet un solde positif.

Encore en 2018, la France était le pays qui recevait le plus de visiteurs étrangers. Et pourtant, deux choses sont à nuancer :

- Sa part de marché mondial recule. En effet, l'Organisation Mondiale du Tourisme estime qu'entre 2005 et 2016, le nombre de touristes internationaux (se rendant dans un pays autre que le leur) a augmenté de +53%, en passant de 809 millions à 1 239 millions contre « seulement » +9% de croissance en France ;
- Ses recettes touristiques sont moins importantes que celles des États-Unis et de l'Espagne, tandis que celles de la Thaïlande se rapprochent très fortement des recettes françaises.

Malgré le poids du tourisme dans l'économie du pays, les politiques publiques concernant le tourisme ont traditionnellement été portées vers des objectifs internes. Mais la commission des affaires étrangères souhaite désormais axer davantage ses efforts sur la promotion internationale avec l'objectif d'accueillir 100 millions de touristes étrangers d'ici 2020 : un objectif compromis en vue des dernières performances françaises.

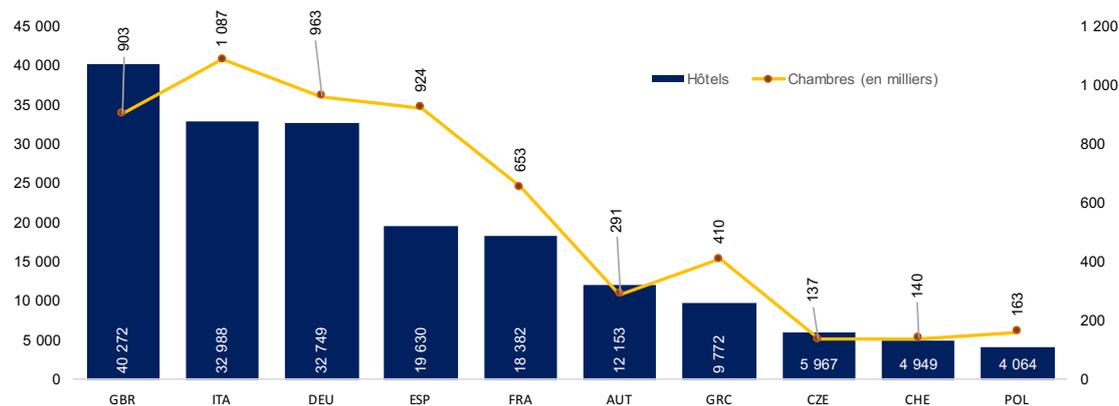
La France dans l'arène européenne | L'offre hôtelière

Le Royaume-Uni est le pays européen ayant le plus d'hôtels (impact des B&B) tandis que l'Italie est celui ayant la plus grande capacité hôtelière (poids des indépendants), dépassant le million de chambres.

La France est classée en 5^{ème} position en termes de capacité hôtelière et compte environ 653 000 chambres pour près de 18 400 hôtels, soit une capacité moyenne de 35 chambres, légèrement supérieure à la moyenne européenne (33 chambres).

Selon Eurostat, le nombre d'hôtels en Europe a baissé de -0,7% entre 2008 et 2017 tandis que la France est en contre-courant avec une hausse de +2,3% d'hôtels. En revanche, concernant le nombre de chambres, l'Europe a vu sa capacité augmenter de +11% contre seulement +5% pour la France.

Capacité hôtelière d'une sélection de pays européens, 2017



Source : Eurostat, INSEE

La France dans l'arène européenne | La demande hôtelière

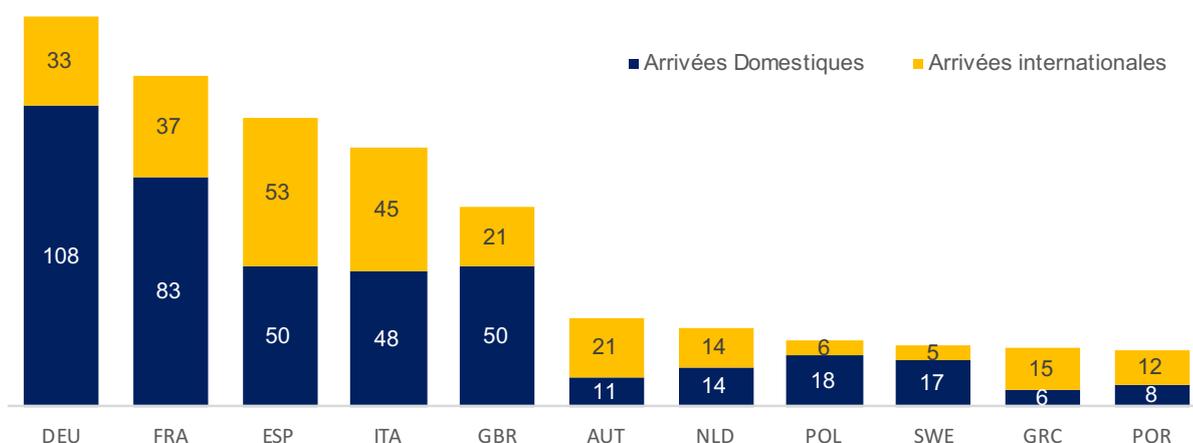
Selon les données d'Eurostat, en 2017, 90% des arrivées hôtelières dans l'Union Européenne venaient de l'Europe. Ce chiffre tend à se réduire : en effet, entre 2013 et 2016, les arrivées européennes ont augmenté de +15% tandis que les arrivées non européennes ont augmenté de +38% (20,7 millions de touristes mondiaux hors Europe supplémentaires entre 2011 et 2016).

Parmi ces touristes non européens, la Chine (incluant Hong-Kong) représente 14% des arrivées avec 11,6 millions d'arrivées en 2017. Soit un nombre 3,8 fois plus important qu'en 2008. En parallèle, malgré une

augmentation de +50% du nombre de touristes provenant d'Amérique du Nord, leur part de marché s'est diluée, passant de 42% à 33% des arrivées non européennes.

Avec plus de 340 millions de nuitées hôtelières en 2017, l'Espagne garde sa position de leader parmi les pays européens. L'Allemagne et l'Italie suivent derrière avec respectivement 289 et 275 millions de nuitées hôtelières. La France arrive en 4^{ème} position avec 214 millions de nuitées, soit 37% de moins que l'Espagne, bien qu'elle soit classée 2^{ème} en nombre d'arrivées, après l'Allemagne. Alors que la France accueille le plus grand nombre de touristes, l'hôtel semble loin d'être l'hébergement privilégié. Cela pourrait en partie expliquer la position de la France en termes de capacité hôtelière.

Top 10 des pays Européens en nombre d'arrivées totales dans les hôtels (en millions), 2017



Source : Eurostat ; INSEE

Malgré une forte croissance des arrivées internationales, la France reste un pays à forte demande domestique

France : la demande poursuit sa mutation

La France est un pays à forte demande domestique (83 millions d'arrivées en 2017), après l'Allemagne (108 millions), mais devant l'Espagne, le Royaume-Uni et l'Italie (environ 50 millions). Cela explique en partie le poids des chaînes hôtelières nationales avec principalement AccorHotels et Louvre Hotels Group. La demande domestique représente 68% des arrivées hôtelières totales, une part globalement stable sur la dernière décennie. On note cependant deux tendances d'évolution :

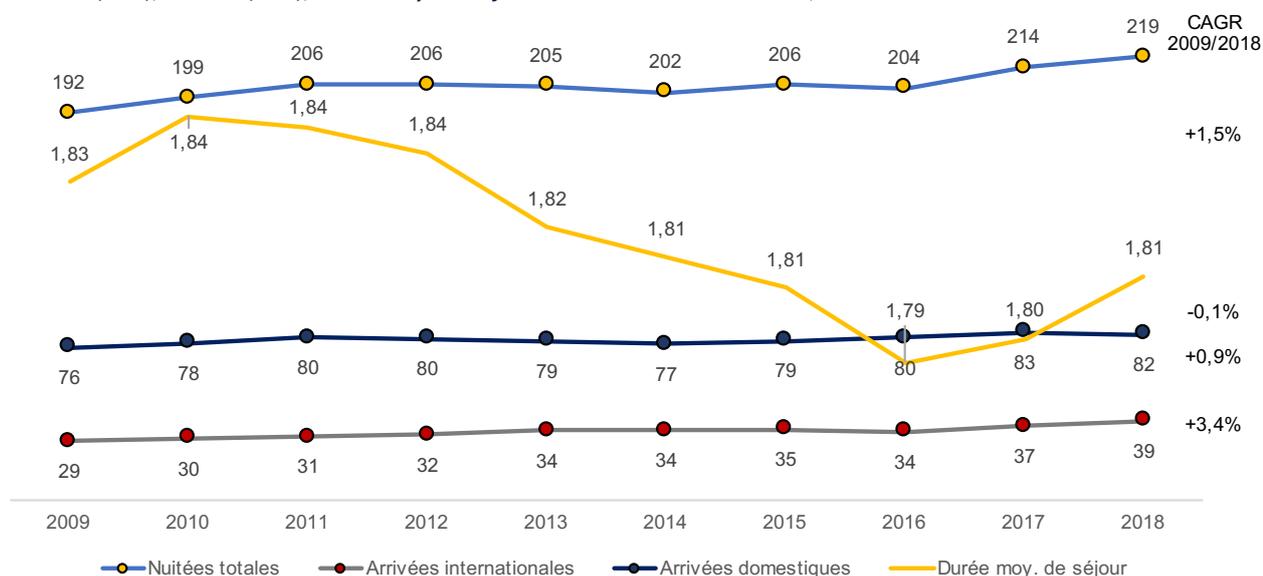
- Un Taux de Croissance Annuel Moyen (TCAM) plus élevé pour les arrivées internationales (+3,4%) que

pour les arrivées domestiques (+0,9%) entre 2009 et 2018

- Une part de nuitées domestiques en baisse : 66% en 2010 contre 63% en 2018. Cela s'explique par une durée de séjour plus longue pour les touristes étrangers que pour les Français

Les pays européens demeurent les marchés clés pour l'hôtellerie française puisqu'en 2017, 24,6 millions des arrivées internationales proviennent de ce marché. Cela représente une part de 67% des arrivées totales, ce qui est 11 points de moins qu'en 2008. Cette dilution est liée à une augmentation des arrivées non européennes : +4,2 millions d'arrivées entre 2008 et 2017.

Arrivées (Mln), nuitées (Mln), durée moy. de séjour dans les hôtels en France, 2018



Source ; Eurostat, INSEE

En 2017, les 3 premiers pays européens producteurs de séjours en France sont : le Royaume-Uni (5,2 millions d'arrivées, et 10,8 millions de nuitées, soit 14% de part de marché des arrivées comme des nuitées internationales), l'Allemagne (3,5 millions d'arrivées et 6,8 millions de nuitées, soit respectivement 10% et 9% de part de marché) et la Belgique (3,2 millions d'arrivées et 5,7 millions de nuitées soit respectivement 9% et 7% de part de marché).

Quant au reste du monde (hors Europe), les États-Unis sont en tête avec 3,9 millions d'arrivées et 8,8 millions de nuitées, suivis par la Chine avec 1,8 millions d'arrivées et 3,4 millions de nuitées. Surprise pour la 3^{ème} position : le Japon devance la Russie en nombre d'arrivées (0,61 million d'arrivées contre 0,56 million), mais la Russie conserve sa 3^{ème} place en termes de nuitées (1,4 millions de nuitées pour la Russie contre 1,3 millions pour le Japon).

Plus généralement, les pays asiatiques présentent le plus grand taux de croissance sur ces 10 dernières années : une croissance annuelle moyenne de +8% d'arrivées (+7% de nuitées) depuis 2008, cumulant 5,2 millions d'arrivées et 11 millions de nuitées en 2017. Immanquablement, cette croissance est essentiellement entraînée par la Chine qui émet en moyenne +18% d'arrivées supplémentaires (+17% de nuitées) chaque année depuis 2008.

En 2018, les hôtels français ont atteint leur plus haut niveau de chambres vendues avec 219 millions de nuitées et une croissance de +2% par rapport à 2017. En revanche, la durée moyenne de séjour est à la baisse, et ce davantage pour les séjours étrangers (-0,6% de TCAM entre 2010 et 2018) que pour les séjours domestiques (-0,2%).

En conclusion :

- La France est une destination structurellement domestique
- L'arrivée des clientèles long-courrier est en croissance constante sur le territoire
- Malgré une croissance significative de la demande, la France est en perte de vitesse, notamment face à l'Espagne

Ce décalage interroge sur le niveau de qualité de l'offre et son potentiel d'évolution.

L'offre tend à se stabiliser autour de 654 000 chambres bien que les zones rurales perdent peu à peu leur capacité hôtelière.

L'offre hôtelière en France par catégorie d'hôtels, et nombre de chambres total



Source ; Eurostat, INSEE

Une tendance au renouvellement de l'offre en France

L'offre hôtelière a connu une phase de déclin significative entre 2009 et 2012, passant sous la barre des 600 000 chambres. Cette période a été suivie d'une croissance soutenue de l'offre depuis lors, pour se stabiliser autour de 654 000 chambres.

L'année 2013 a marqué un tournant dans l'offre hôtelière française causée par le changement de la classification des hôtels d'Atout France, qui a eu un double effet :

- D'un côté, des normes plus tolérantes qui ont renforcé l'offre haut-de-gamme avec : +25% d'hôtels 3 étoiles entre 2013 et 2018 et +55% d'hôtels 4 et 5 étoiles sur cette même période
- De l'autre, des normes plus exigeantes envers l'hôtellerie économique qui ont fait sortir un nombre conséquent d'hôtels de la classification : les petits exploitants faisant plus difficilement face aux besoins d'investissements nécessaires pour répondre à ces nouvelles contraintes

Cependant, la part d'hôtels non classés tend à se réduire peu à peu. En 5 ans, le parc a connu une baisse de -22% d'établissements non classés ou 1 étoile, soit une décroissance annuelle moyenne de -5%.

Le processus de modernisation du parc hôtelier se localise essentiellement en Ile-de-France et dans les grandes métropoles régionales tandis que les zones rurales perdent peu à peu leur capacité hôtelière.



Répartition de l'offre d'hébergement hors hôtellerie

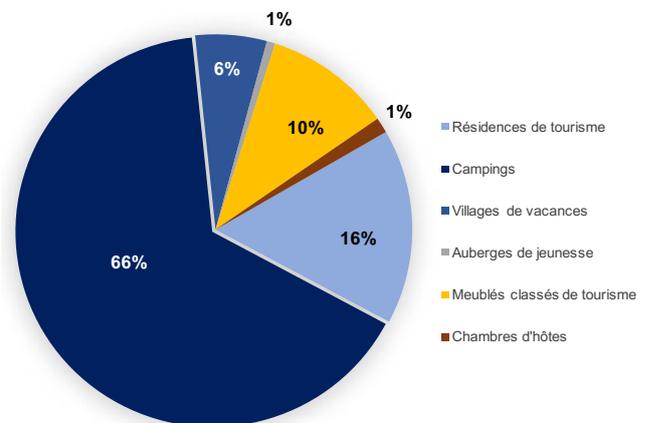
L'offre en hébergement non-hôtelière constitue 76% de la capacité totale des lits touristiques marchands en France, ce qui est 2,2 points inférieur à 2012. Cela signifie que l'hôtellerie pèse moins du quart de la capacité totale du pays.

Le nombre élevé de lits des résidences de tourisme qui atteint 16% du total permet cependant à la catégorie *Hôtels et assimilés* d'atteindre 40% de l'offre en lits.

Le parc de l'hôtellerie de plein air domine le marché, représentant les 2/3 des lits disponibles hors hôtellerie. Les autres formes d'hébergement quant à elles, représentent moins de 20% de la capacité totale.

A cet inventaire s'ajoute la plateforme Airbnb ainsi que ses concurrents tels qu'Abritel ou Homeaway, qui ont fortement impacté le marché de l'hébergement au cours de cette dernière décennie. À titre d'exemple, la France apparaît comme le second marché d'Airbnb derrière les États-Unis et compterait environ 300 000 logements sur la plateforme.

Répartition de l'offre en hébergement marchand (hors hôtels) par lit, 2017



Source : Direction Générale des Entreprises

Paris détient un pouvoir d'attractivité fort qui lui permet d'afficher des résultats très satisfaisants.

Paris au cœur des capitales européennes

Parmi les 5 principales capitales européennes que sont Berlin, Londres, Madrid, Paris et Rome, le RevPAR le plus élevé est atteint à Paris, avec une moyenne de 170 (+15% vs 2017). Londres arrive en deuxième position avec un RevPAR de 141€ (+2% vs 2017) selon STR Global.

Sans surprise, les deux villes bénéficiant d'un prix moyen le plus élevé sont Paris (217€ ; 113%) et Londres (169€ ; stable vs 2017). Berlin arrive dernière avec un PMC bien plus faible de 101€ (+5%).

Concernant le taux d'occupation, Londres occupe la première place du podium avec un taux de 83% (+1,5 point vs 2017). Paris a réussi à retrouver ses performances et arrive deuxième ex æquo avec Berlin, avec un taux d'occupation de 78%, soit une croissance respective de 2,9 points et 1,7 point.

Performances Françaises

D'après le graphique des nuitées hôtelières, l'Italie et l'Espagne sont beaucoup plus marquées par la saisonnalité, avec un pic d'occupation en été, en partie justifié par des touristes à la recherche de soleil. En revanche, la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne affichent une occupation plus linéaire au cours de l'année, malgré une légère inflation entre avril et septembre.

Parmi ces mêmes pays, la France se trouve en 2^{ème} position en termes de RevPAR (84€ ; +11%), ex æquo avec l'Espagne qui a perdu -1% vs 2017. L'Italie est devant avec un RevPAR de 100€ et une croissance de 2% par rapport à N-1.

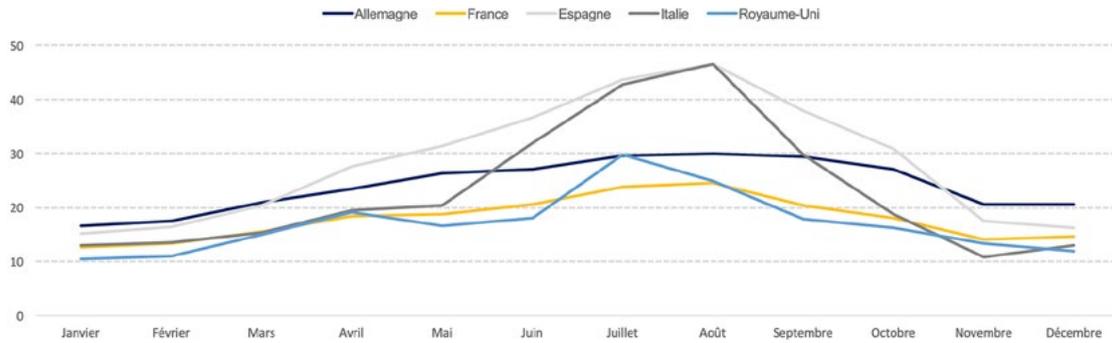
La France présente un PMC de 123€ (+8% vs 2017) et se positionne 2^{ème}. Tandis que l'Italie, déjà première en 2017 avec un PMC de 142€ a gagné +1% en 2018. L'Espagne suit la France avec un PMC de 114€ (stable vs 2017). Le Royaume-Uni et l'Allemagne sont respectivement à un PMC de 106€ (+1%) et 103€ (+2%).

Le Royaume-Uni, l'Espagne et l'Allemagne ont bénéficié d'un taux d'occupation stable en 2017 d'une hauteur respective de 78%, 74% et 72%. Malgré leur retard, l'Italie (70%) et la France (68%) ont connu les plus grandes marges d'évolution (respectivement +0,8 point et +2,1 points).

Conclusion

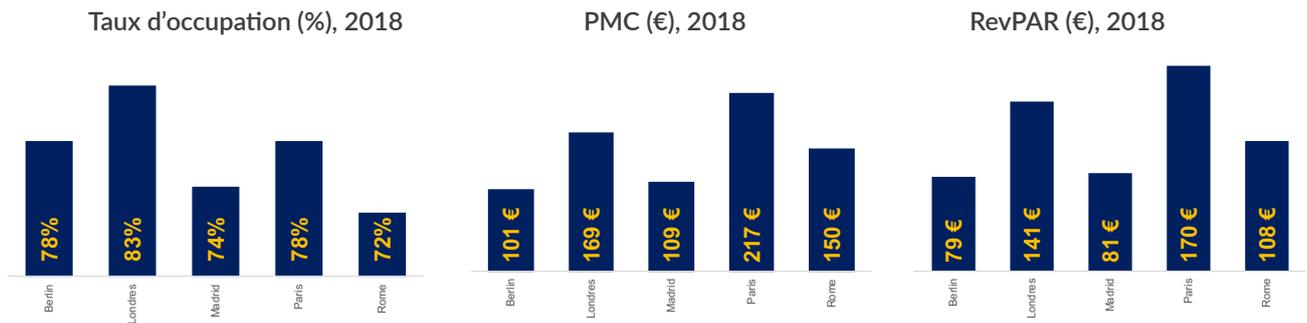
L'année 2018 prouve que Paris reste une destination privilégiée. La capitale détient un pouvoir d'attractivité fort qui lui permet d'afficher des résultats très satisfaisants. Pour l'ensemble du territoire Français cependant, le pays souffre d'un taux d'occupation relativement bas, en particulier dans les villes secondaires, alors même que c'est le pays avec le nombre d'hôtels et de chambres le plus bas parmi les 5 pays comparés.

Nuitées hôtelières (en millions) dans une sélection de pays européens, 2017



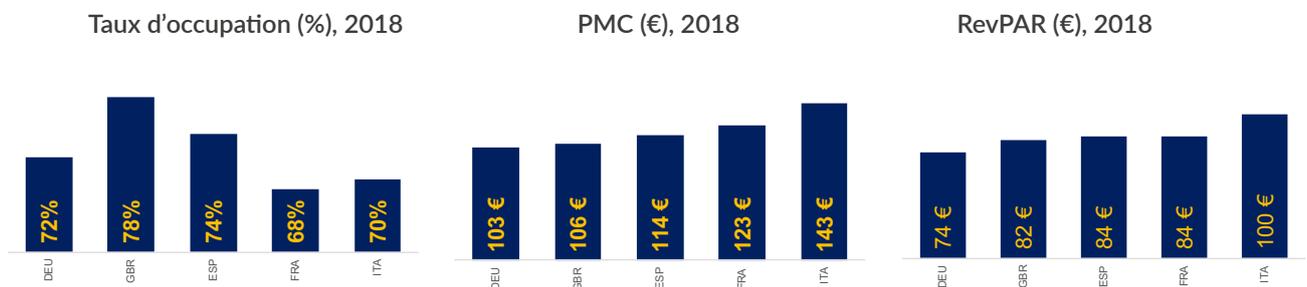
Source : Eurostat

Performances clés pour une sélection de villes européennes, 2018



Source : STR Global

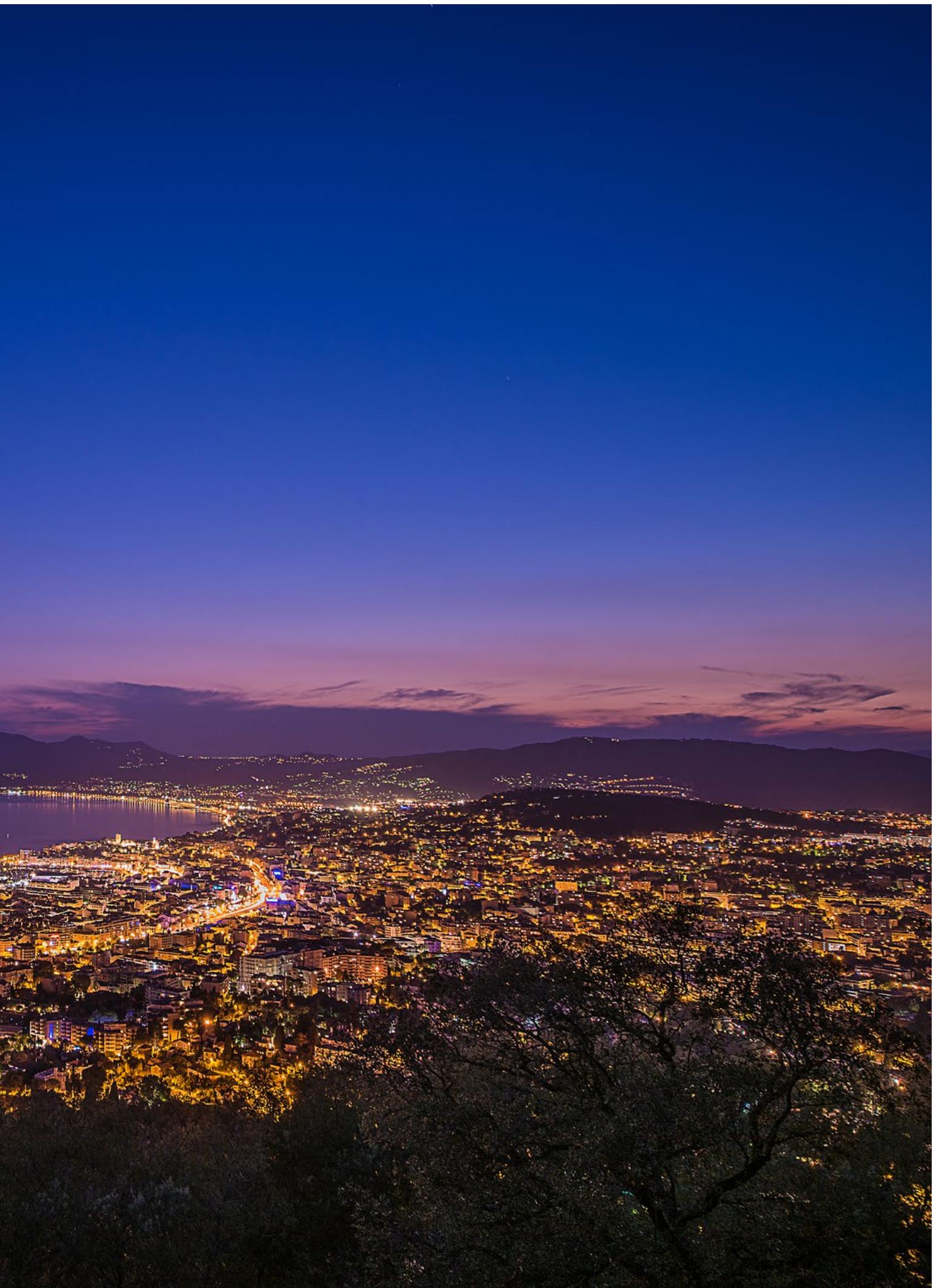
Performances clés pour une sélection de pays européens ; 2018



Source : STR Global

Les chaînes hôtelières en France







Les Chiffres Clés De 2018

Données clés	2018
Hôtels de chaînes	3 885
Chambres sous enseignes	320 060
Capacité moyenne par hôtel de chaîne	82
Nombre d'hôtels (France métropolitaine)	17 720
Nombre de chambres (France métropolitaine)	642 779
Capacité moyenne par hôtel en France	36
Pénétration des chaînes par hôtel	22%
Pénétration des chaînes par clé	50%
Nombre total d'enseignes	120
Nombre d'enseignes domestiques	50
Nombre d'enseignes internationales	70
Nombre d'hôtels de chaînes internationales	599
Nombre d'hôtels de chaînes domestiques	3,286
Nombre de clés de chaînes internationales	60 254
Nombre de clés de chaînes domestiques	259 806
Nombre d'hôtels des 10 plus grands groupes	3 498
Nombre de chambres des 10 plus grands groupes	283 972
Ratio des hôtels de chaînes des 10 plus grands groupes	90%
Ratio des chambres des 10 plus grands groupes	89%

Le poids des enseignes dans l'offre hôtelière

Au 31 décembre 2018, la France totalisait 3 885 hôtels de chaînes, sur un total de 17 720 hôtels à l'échelle de la France métropolitaine (18 382 DOM-TOM inclus), soit un taux de pénétration de 22%. En revanche, ces hôtels de chaînes cumulaient 320 060 chambres, soit près de la moitié de l'offre totale.

A l'échelle européenne, La France est le pays présentant le plus d'hôtels de chaînes (8% de plus que le Royaume-Uni, classé au deuxième rang). Mais le record du nombre total d'hôtels est détenu par le Royaume-Uni avec près de

40 000 hôtels (B&B inclus) contre « seulement » 18 382 en France, placée alors derrière l'Italie et l'Allemagne. Le taux de pénétration des chaînes le plus élevé est atteint par l'Espagne avec 34% des hôtels sous enseigne, tandis que la France est classée 7^{ème}.

Le nombre d'hôtels de chaînes domestiques (3 286) est très largement supérieur au nombre d'hôtels de chaînes internationales (599). En revanche, sur un total de 120 enseignes présentes sur le territoire, 50 sont domestiques, tandis que 70 sont internationales. Cela prouve que la France est un marché clef pour les groupes domestiques. Leur fort taux de couverture leur permet d'être présent sur l'ensemble du territoire.

A l'inverse, les groupes internationaux semblent se tourner davantage vers une politique « d'image » d'une part, avec la présence de quelques unités en France seulement et d'une faible prise de risque d'autre part, avec des implantations plus stratégiques (cœurs de villes, sites touristiques, hubs...).

Par ailleurs, on note un écart important entre les hôtels de chaînes et les hôtels indépendants. En effet, la capacité moyenne des hôtels de chaînes atteint 82 chambres alors que la moyenne nationale, tous hôtels confondus, est de 36 chambres. En parallèle, le nombre d'hôtels de chaînes est bien inférieur au nombre d'hôtels indépendants. Cela traduit une grande proportion d'établissements indépendants ayant une capacité moyenne très faible, se résumant à quelques chambres seulement.

Un marché diversifié, mais concentré

La France arrive 6^{ème} en termes de nombre de chaînes totales présentes sur son territoire après l'Espagne (253), l'Italie (240), l'Allemagne (222), la Grèce (209) et le Royaume-Uni (150). Malgré cette diversité, les 10 plus grands groupes hôteliers présents en France ont un quasi-monopole en cumulant à eux seuls 90% des hôtels sous enseignes avec 3 498 unités et 89% des chambres sous enseignes. Cela souligne la forte implantation de quelques enseignes qui marquent le paysage français.

Penetration Des Chaines Sur Le Territoire

Des chaînes essentiellement domestiques

La France est dominée par les hôtels indépendants qui représentent 78% du nombre d'hôtels. En revanche, les 22% d'hôtels de chaînes représentent la moitié du nombre de chambres en France. Le taux de pénétration des chaînes est donc modéré en nombre d'hôtels, mais considérable en nombre de chambres. Ceci illustre deux types d'offres bien différenciées. Parmi les 50% de chambres appartenant à une enseigne, les chaînes domestiques restent dominantes sur le marché français avec une part de 81% des chambres sous enseignes. On note cependant un léger recul de la part des enseignes domestiques sur ces deux dernières années avec une baisse d'un point par rapport à 2017.

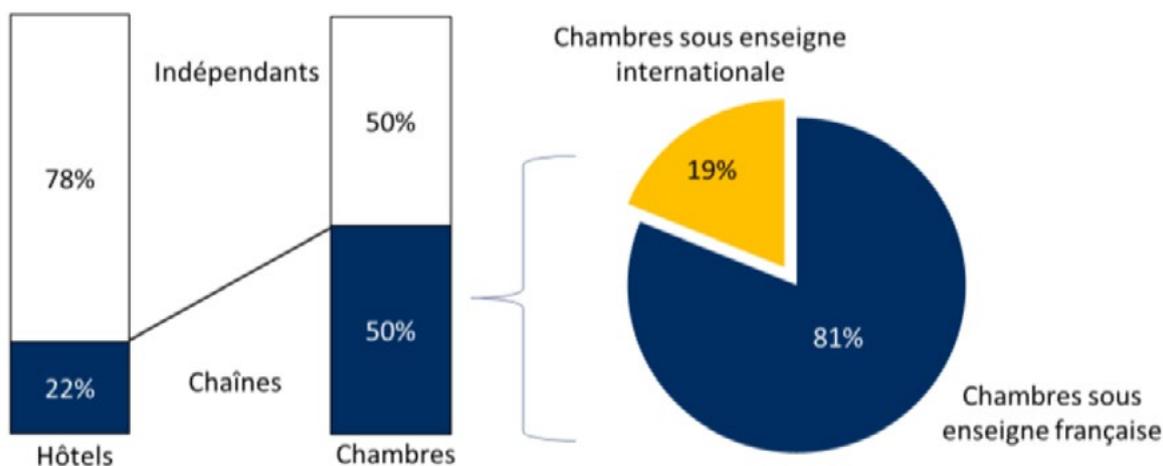
Après la Corse, l'Île-de-France est la région avec le plus fort taux de pénétration des chaînes internationales. En effet, près d'un tiers des chambres appartiennent à une enseigne non-domestique. En valeur absolue, c'est également la région avec le plus grand nombre de chambres : près de 70 000 chambres domestiques et 30 500 chambres internationales.

Le taux de pénétration des chaînes internationales de la Corse est peu représentatif puisque seulement 8% des chambres totales (moins de 1 000) appartiennent à une chaîne. La Normandie est la région avec le plus fort taux de pénétration des chaînes domestiques, avec 95% des chambres sous enseignes appartenant à un groupe français. Alors que la capacité moyenne des hôtels de chaînes en France est de 82 chambres, ce chiffre cache une grande disparité selon le type d'établissement.

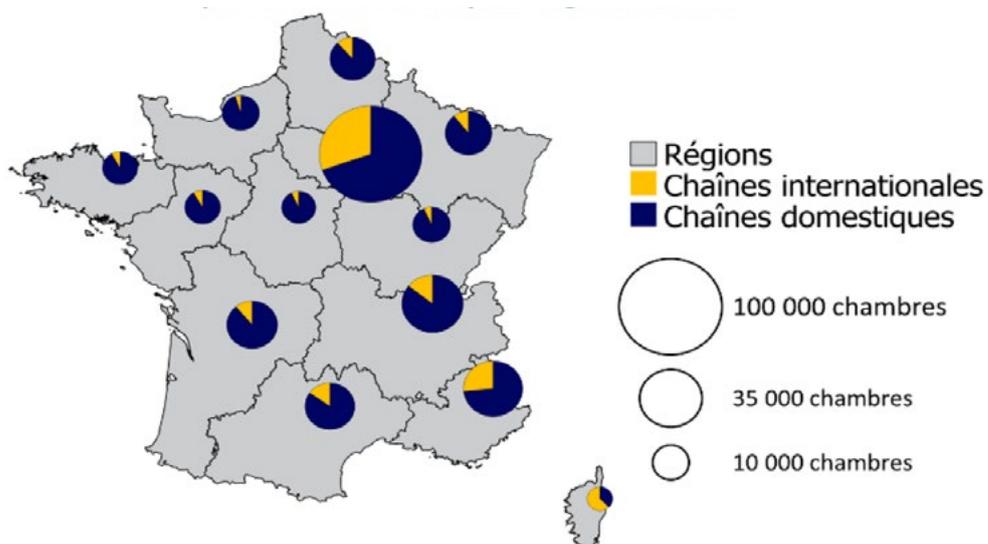
En effet, la capacité moyenne des hôtels d'enseignes internationales est supérieure de 20 chambres à la capacité moyenne des hôtels sous enseignes françaises. A l'inverse, les hôtels indépendants font baisser la capacité moyenne totale des hôtels en France à seulement 36 chambres.

Concernant la répartition des chambres domestiques et internationales selon leur catégorie, on remarque en premier lieu que la part des enseignes internationales sur la part des enseignes domestiques augmente avec la catégorie : peu présentes dans le segment économique, les enseignes internationales disposent de près de la moitié des chambres classées en haut-de-gamme.

Taux de pénétration des chaînes en France, par hôtels et par chambres ; 2018



Pénétration des chaînes internationales et domestiques, par chambres et par région ; 2018



Capacité moyenne des hôtels ; 2018

Capacité moyenne : enseignes internationales



101 chambres

Capacité moyenne : enseignes françaises



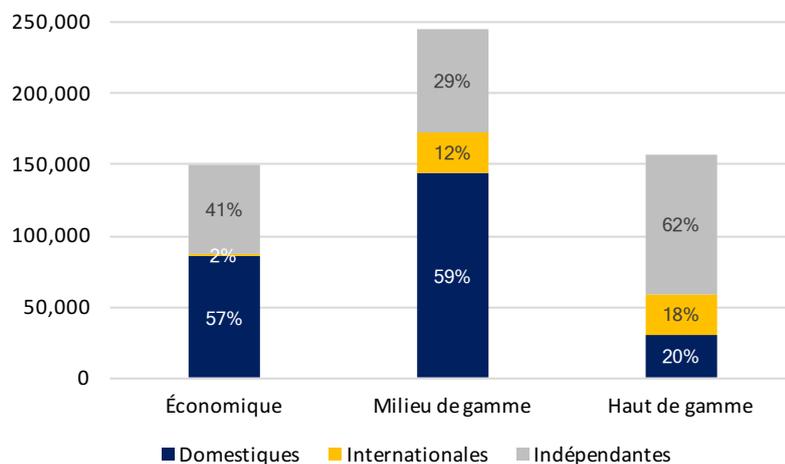
79 chambres

Capacité moyenne : France



36 chambres

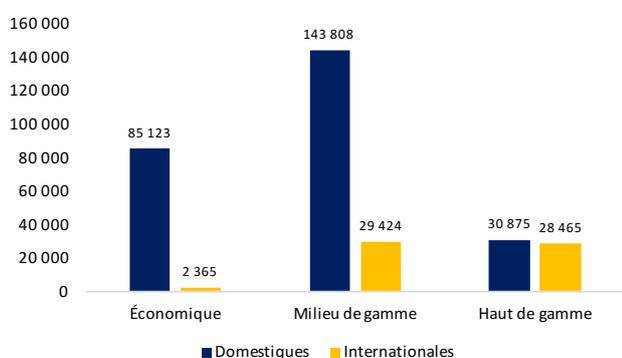
Répartition des chambres domestiques et internationales par catégorie ; 2018



Les Chaines D'hotels Par Categorie

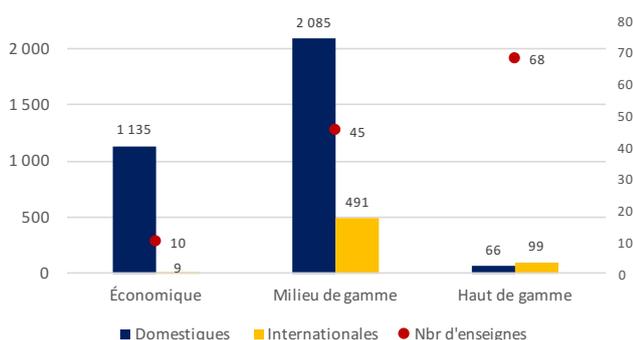
Les hôtels économiques sont détenus à presque 100% par des marques domestiques tandis que 48% de l'offre haut-de-gamme appartient à des enseignes internationales.

Chambres sous enseignes par catégorie ; 2018



Source : Horwath HTL

Hôtels sous enseignes par catégorie et nombre de marques ; 2018 (Horwath HTL)



Source : Horwath HTL *Disneyland Hotels & Resorts est comptabilisé sur chacun des segments

Une diversité de marques proportionnelle à la montée en gamme

C'est la catégorie milieu-de-gamme qui présente le plus grand nombre de chambres sur le territoire, suivie par la catégorie économique puis la catégorie haut-de-gamme.

En revanche, le nombre d'enseignes augmente conjointement à la qualité des services et prestations fournies par les établissements. En effet, alors que l'on comptabilise seulement 10 enseignes dans la catégorie économique, on en dénombre 45 pour le milieu-de-gamme et 68 pour le haut-de-gamme.

On note également une capacité moyenne très largement supérieure pour les établissements haut-de-gamme. Cela s'explique en partie par le besoin de rentabilité qui nécessite davantage une économie d'échelle dans les établissements haut-de-gamme.

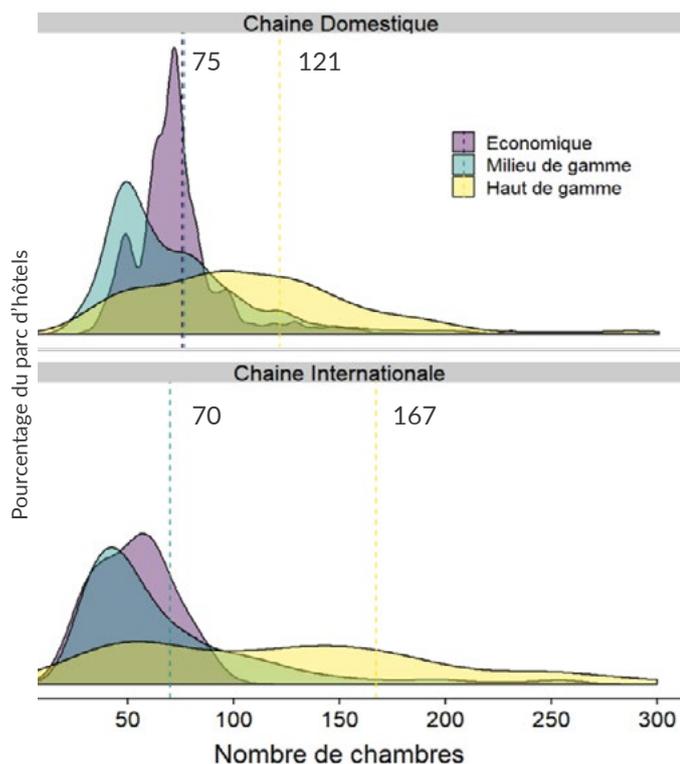
Une offre domestique caractéristique

L'offre économique représente un tiers de l'offre totale et est marquée par le quasi-monopole des chaînes domestiques. Les chambres d'hôtels milieu-de-gamme quant à elles, représentent 55% de l'offre totale et 17% de ces chambres sont détenues par des enseignes internationales. Une fois encore, la catégorie haut-de-gamme se démarque puisque 48% de son offre appartient à des enseignes internationales. L'offre domestique reste toutefois très largement supérieure à l'offre internationale.

Une capacité moyenne qui cache une répartition complexe

La capacité moyenne des hôtels de chaînes en France est tirée vers le haut par la présence de nombreux gros porteurs, surtout pour les chaînes internationales. Sur le segment milieu-de-gamme, 64% des établissements sont plus petits que la moyenne (75 chambres) et 10% sont de capacité supérieure à 120 chambres. Ce phénomène est illustré dans les graphiques ci-dessous qui présentent la distribution des hôtels en fonction de leur capacité.

Répartition des hôtels de chaînes par capacité ; 2018



Source : Horwath HTL

Capacité moyenne et médiane des chaînes domestiques ; 2018

Gamme	Capacité moyenne	Capacité médiane
Économique	75	70
Milieu-de-gamme	76	62
Haut-de-gamme	121	103

Source : Horwath HTL

Capacité moyenne et médiane des chaînes internationales ; 2018

Gamme	Capacité moyenne	Capacité médiane
Économique	NR	60
Milieu-de-gamme	70	54
Haut-de-gamme	167	132

Source : Horwath HTL
NR : Non Représentatif

La région Île-de-France concentre le plus grand nombre d'hôtels sous enseignes avec près d'un cinquième de l'offre totale.

Les enseignes sur le territoire Français

La région Île-de-France concentre le plus grand nombre d'hôtels sous enseignes avec près d'un cinquième de l'offre totale. Cela s'explique par la forte densité urbaine et le fort pouvoir d'attraction de la ville de Paris et de ses environs, aussi bien au niveau touristique qu'économique.

La région Auvergne Rhône-Alpes arrive en 2^{ème} position et cumule quant à elle 450 établissements hôteliers soit 12% de l'offre totale des hôtels sous enseigne. En revanche, il s'agit d'une des régions les plus faibles en termes de pénétration des chaînes par chambre ce qui indique la présence de nombreux hôtels indépendants notamment en stations de sports d'hiver.

Top 10 des destinations en nombre d'ouvertures de chambres sur 3 ans ; 2018

Rang	Destination	Chambres
1	Paris	42 680
2	Lyon	7 003
3	Marseille	6 584
4	Nice	5 504
5	Toulouse	4 438
6	Bordeaux	4 294
7	Strasbourg	3 571
8	Cannes	3 193
9	Couptray (Disneyland)	3 100
10	Nantes	2 578

Source : Horwath HTL

D'une manière plus générale, on remarque que le Grand Ouest et le centre de la France concentrent une faible part des hôtels sous enseignes présents sur le territoire, mais que le taux de pénétration des chaînes est supérieur à celui dans le sud.

Top 10 des destinations en nombre d'ouvertures de chambres sur 3 ans ; 2018

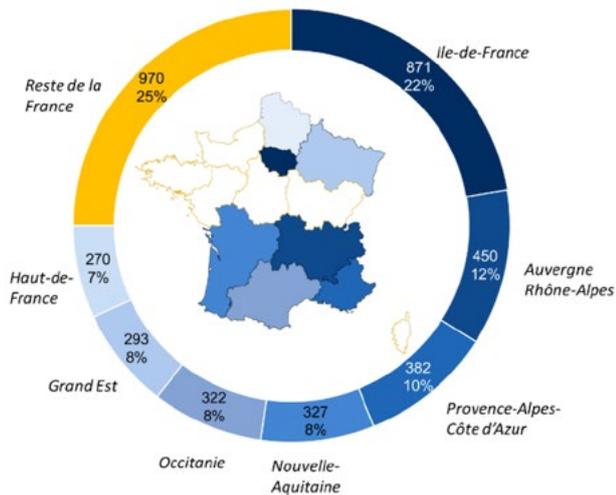
Rang	Destination	Hotels	Chambres
1	Paris	16	2 625
2	Roissy-en-France (CDG)	6	836
3	Nice	4	597
4	Saint-Étienne	4	324
5	Toulouse	3	346
6	Bordeaux	3	338
7	Lille	2	268
8	Strasbourg	2	259
9	Marseille	2	183
10	Cahors	2	139

Source : Horwath HTL



Quatre régions Françaises concentrent la moitié du parc sous enseigne

Répartition des hôtels sous enseignes sur le territoire ; 2018



Source : Horwath HTL

Les grandes villes françaises

Paris est loin devant avec plus de 43 000 chambres. C'est 6 fois plus que Lyon, classée 2^{ème}. Sa capacité devrait continuer de croître dans les années à venir avec l'apparition de pas moins de 16 hôtels supplémentaires d'ici 3 ans.

D'une manière générale, les grandes villes françaises disposent des plus grandes capacités hôtelières. On note cependant que la ville de Coupvray arrive 9^{ème} au classement de la capacité grâce aux hôtels de Disneyland Paris. Roissy-en-France arrive 2^{ème} en nombre d'ouvertures de chambres notamment grâce à la présence de l'aéroport Charles-de-Gaulle, 2^{ème} aéroport le plus fréquenté en Europe après Heathrow avec plus de 72 millions de passagers en 2018.

Avec 82 enseignes différentes à Paris, le taux de pénétration des chaînes reste faible comparé aux autres villes françaises.

Les 10 premières villes françaises

La capitale concentre la plus grande diversité d'enseignes, avec un total de 82 chaînes d'hôtels différentes. En revanche, il s'agit de la ville avec le taux de pénétration de chaînes le plus faible parmi les 10 premières villes de France, avec 52% des chambres sous enseigne.

Les deux villes de la Côte d'Azur que sont Nice et Cannes présentent également un taux de pénétration inférieur à 60%. Cependant, Nice comptabilise 28 enseignes différentes tandis que Cannes recense 19 enseignes différentes.

Trois villes présentent un taux de pénétration supérieur à 90% : Marseille, Lyon et Nantes, avec respectivement 32, 27 et 22 enseignes.

Des disparités régionales

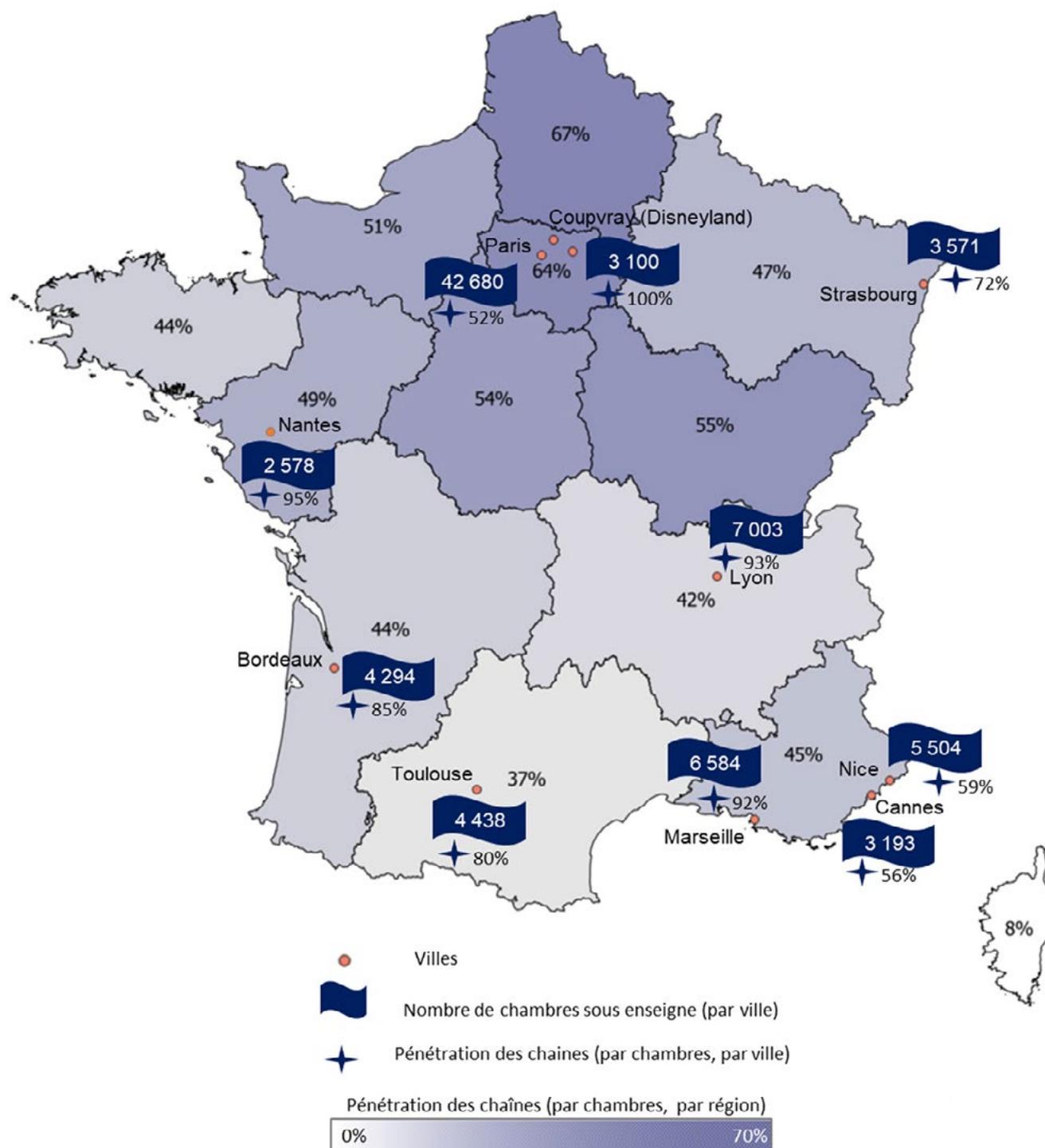
Le taux de pénétration moyen des chaînes par région est de 50%. Mais les taux de pénétration sont plus faibles pour le sud de la France que pour le nord et l'Île-de-France.

L'offre est ainsi très disparate d'une région à l'autre.

Le parc hôtelier des régions les plus touristiques étant composé de nombreux hôtels indépendants et d'un large inventaire de chambres sous enseignes, et donc une pénétration plus faible des chaînes dans ces régions.

Pour les régions moins touristiques, l'offre indépendante laisse progressivement place à un maillage d'offre sous enseigne dont la forte pénétration ne fait qu'accroître. L'Île-de-France fait cependant figure d'exception, avec un taux de pénétration de 64%.

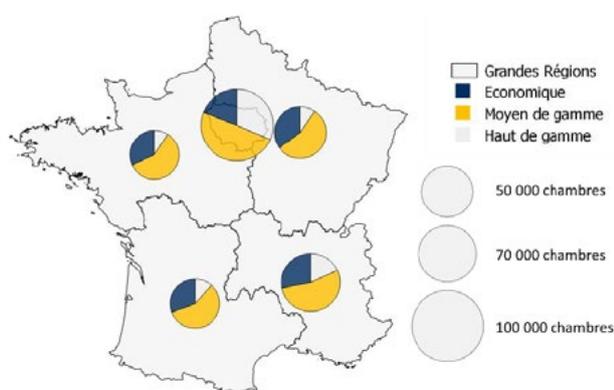
Pénétration des chaînes par région et par ville, en nombre de chambres ; 2018



Source : Horwath HTL

Des régions relativement comparables, à l'exception de l'Île-de-France.

Nombre de chambres par catégorie pour chaque grande région de France ; 2018



Source : Horwath HTL

Capacité moyenne et médiane par grande région ; 2018

Grande Région	Capacité moyenne	Capacité médiane
Ile-de-France	115	80
Nord-Est	70	68
Nord-Ouest	65	61
Sud-Est	82	71
Sud-Ouest	74	68

Des catégories assez homogènes

Les régions Nord-Ouest, Nord-Est, Sud-Ouest et Sud-Est sont relativement comparables concernant la répartition du nombre de chambres par catégorie. La gamme économique représente entre 28% et 35% des chambres, tandis que le milieu-de-gamme représente entre 54% et 59% des chambres. Le haut-de-gamme représente entre 9% et 11% des chambres, excepté pour le Sud-Est qui comptabilise 18% de ses chambres sous cette catégorie, notamment grâce à la ville de Lyon, aux grandes stations des Alpes et du littoral.

L'Île-de-France se distingue à nouveau : elle totalise bien moins d'hôtels économiques que les autres régions (19%), mais bien plus d'hôtels de luxe (31%).

Capacité des hôtels par région

Les régions Nord-Est, Nord-Ouest sont assez similaires en termes de capacité du parc, aussi bien en termes de moyenne que de répartition avec 50% d'établissements de 50 à 75 chambres et moins de 10% du parc supérieur à 100 chambres. Pour les régions Sud-Est, Sud-Ouest, la taille moyenne du parc est poussée vers le haut par la présence de nombreux hôtels de grande capacité avec respectivement 20% et 15% d'établissements de plus de 100 chambres. En Île-de-France, plus de 37% des hôtels de chaînes possèdent aux moins 100 chambres.

Des capacités qui traduisent une mutation du parc

Les 5 grandes régions ont environ le quart de leurs hôtels de chaînes de capacité inférieure à 50 chambres. Le Sud de la France traditionnellement plus touristique concentre plus d'établissements de grande capacité que le Nord.

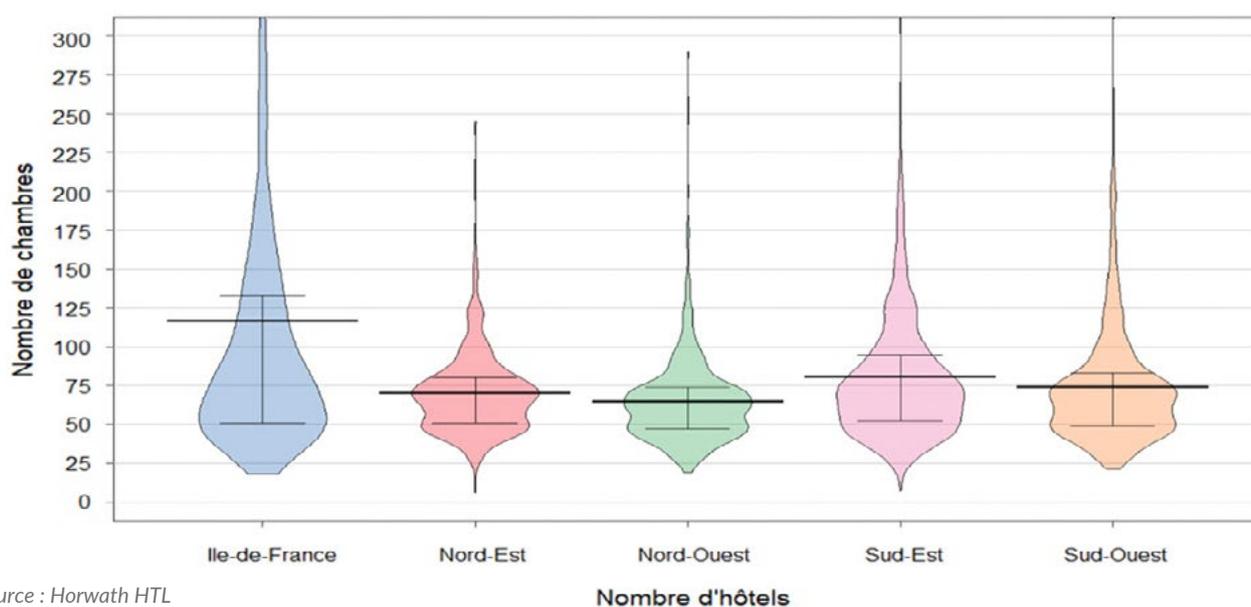
L'Île-de-France fait figure de cas particulier avec des nombreux hôtels de grande capacité, mais une résilience de petits hôtels de chaînes due aux contraintes de densités urbaines du centre de Paris.

La répartition des capacités des hôtels est représentée ci-dessous.

La largeur de chaque figure est proportionnelle aux nombres d'établissements ayant une même capacité.

La barre noire la plus longue et la plus sombre représente la capacité moyenne. Le crochet (plus clair) indique la répartition de la moitié des hôtels. Ainsi, 25% des hôtels sont en dessous de la barre la plus basse et 25% des hôtels se situent au-dessus de la barre la plus haute.

Capacité des hôtels de chaînes par grande région ; 2018



Source : Horwath HTL

Classement Des Chaines Domestiques Et Internationales

Le groupe AccorHotels est le premier groupe hôtelier présent en France en termes de nombres de chambres, loin devant les autres : 3 fois plus que Louvre Hotels et 7 fois plus que B&B.

Rang	Top 20 des groupes par chambre en France (2018)	Hôtels	Chambres
1	AccorHotels	1 713	153 180
2	Louvre Hotels Group	851	56 248
3	B&B	275	21 391
4	Best Western	282	15 142
5	Marriott/Starwood	51	8 932
6	IHG	57	7 954
7	Brit Hotel Groupe	138	6 526
8	Choice	98	6 480
9	Disneyland Hotels & Resorts	6	5 206
10	The Ascott Limited	27	2 913
11	Radisson Hotel Group	15	2 741
12	Oceania Hotels	28	2 539
13	Hyatt	8	2 455
14	Dynamique Hôtels	47	2 377
15	Barrière	16	2 301
16	Chateauform'	28	2 040
17	Hilton	11	1 939
18	All Suites Appart Hôtel	11	1 873
19	Groupe Hôtelier Bataillé	26	1 731
20	PierreVal	14	1 595

Rang	Top 20 des chaînes par chambre en France (2018)	Hôtels	Chambres
1	Ibis Hotels	395	34 589
2	Ibis Budget	350	26 962
3	Mercure	259	24 676
4	B&B	275	21 391
5	Campanile	319	20 224
6	HotelF1	237	17 863
7	Première Classe	242	17 418
8	Novotel	113	15 452
9	Kyriad	231	13 844
10	Ibis Styles	196	13 786
11	Best Western	170	8 477
12	Disneyland Hotels & Resorts	6	5 206
13	Best Western Plus	79	4 812
14	Brit Hotel Comfort	102	4 794
15	Adagio Access	45	4 609
16	Adagio	34	4 101
17	Pullman	13	3 652
18	Comfort Hôtel	62	3 417
19	Holiday Inn	29	3 357
20	Citadines Apart'hotel	24	2 680

Les groupes domestiques dominant le marché

Le groupe AccorHotels est le premier groupe hôtelier présent en France en termes de nombres de chambres, loin devant les autres : 3 fois plus que Louvre Hotels et 7 fois plus que B&B. Le trio de tête est français, ce qui illustre la forte implantation des chaînes domestiques.

Le groupe AccorHotels n'a pas fini de faire parler de lui et de renforcer sa présence sur le marché. Dernièrement, il a notamment fait l'acquisition de Mövenpick Hotels & Resorts, et Mantra Group et a annoncé le lancement d'une nouvelle enseigne économique, Greet, censée combler un vide dans son portefeuille, ainsi que le lancement de la marque Tribe, dont le premier hôtel a ouvert Perth, en Australie.

Le groupe dispose aujourd'hui de plus de 150 000 chambres en France, dont 75 000 rien qu'avec l'Ibis Family et 24 700 avec Mercure. Ces 100 000 chambres, positionnées en milieu-de-gamme, représentent à elles seules 66% de l'offre de la marque.

Quant à Louvre Hotels Group, il a récemment annoncé sa volonté de développer rapidement en France sa marque Kyriad Direct lancée en 2018. Mais sa stratégie de développement semble davantage se tourner vers l'international et notamment vers l'Asie où son implantation est facilitée grâce à son acquisition par le groupe chinois Jing Jiang International Holding Co. Ltd., 5^{ème} groupe hôtelier mondial en nombre de chambres et la récente reprise par Jin Jiang de l'ensemble du Radisson Hotel Group.

Les spécificités des enseignes

Sur les 20 premières enseignes hôtelières présentes en France, 14 sont françaises et 13 appartiennent aux trois groupes leaders : 9 pour AccorHotels, 3 pour Louvre Hotels et 1 pour B&B.

AccorHotels et Louvre Hôtels sont omniprésents dans le paysage français, et plus particulièrement sur le secteur économique (72% des chambres sous enseigne) et sur le secteur milieu-de-gamme (70% des chambres sous enseigne).

Notons la spécificité de Disneyland Hôtels & Resorts : cette marque se positionne sur tous les segments, du 2 au 5 étoiles et arrive à se placer 12^{ème} enseigne en nombre de chambres sur le territoire avec seulement 5 établissements grâce à de très gros porteurs.

Un 6^{ème} hôtel est actuellement fermé pour rénovation et devrait disposer de près de 600 chambres. Son ouverture est prévue mi 2020.

Les Chaines En Chiffres

Les chaînes domestiques

Rang	Économique et milieu-de-gamme	Hôtels	Chambres
1	Ibis Hotels	395	34 589
2	Ibis Budget	350	26 962
3	Mercure	259	24 676
4	B&B	275	21 391
5	Campanile	319	20 224
6	HotelF1	237	17 863
7	Première Classe	242	17 418
8	Kyriad	231	13 844
9	Ibis Styles	196	13 786
10	Brit Hotel Comfort	102	4 794

La *Ibis Family* constituée par AccorHotels forme à elle seule 75 000 chambres, ce qui fait d'Ibis la marque la plus importante pour AccorHotels en nombre de chambres. A cela s'ajoutent les hôtels sous enseignes Mercure, HotelF1, Novotel, Pullman, MGallery et Sofitel.

Rang	Haut-de-gamme et luxe	Hôtels	Chambres
1	Novotel	113	15 452
2	Pullman	13	3 652
3	Novotel Suites	21	2 369
4	Barrière	16	2 301
5	Mgallery	25	1 782
6	Chateauform' Les Maison des Séminaires	24	1 519
7	Sofitel	11	1 509
8	Les Hotels de Paris	21	987
9	Chateauform' Campus	3	479
10	Temmos	5	397

Concernant les hôtels économiques et milieu-de-gamme, c'est B&B qui seconde le groupe AccorHotels, avec 275 hôtels et 21 400 chambres. Sur le secteur haut-de-gamme et luxe, c'est le groupe Barrière qui arrive deuxième derrière AccorHotels, avec 16 établissements qui cumulent 2 300 chambres.

Les chaînes internationales

Rang	Économique et milieu-de-gamme	Hôtels	Chambres
1	Best Western	170	8 477
2	Best Western Plus	79	4 812
3	Comfort Hotel	62	3 417
4	Holiday Inn	29	3 357
5	Citadines Apart'hotel	24	2 680

Rang	Haut-de-gamme et luxe	Hôtels	Chambres
1	Radisson Blu	13	2 463
2	Disneyland Hotels & Resorts	3	2 212
3	Marriott Hotels & Resorts	6	1 936
4	Crowne Plaza	7	1 647
5	Hyatt Regency	3	1 562
6	Courtyard By Marriott	8	1 382
7	Le Méridien	2	1 343
8	Hilton	5	1 228
9	Renaissance Hotels & Resorts	7	1 031
10	Best Western Premier	17	976

Rang	Luxe	Hôtels	Chambres
1	InterContinental Hotels	5	1 192
2	The Unbound Collection by Hyatt	2	586
3	Four Seasons	3	373
4	JW Marriott Hotels and Resorts	1	261
5	Fraser Suites	2	248
6	The Luxury Collection	2	234
7	The Peninsula Hotel	1	200
8	Waldorf Astoria	1	199
9	Park Hyatt	1	153
10	Rosewood Hotel Group	1	147

Concernant les chaînes internationales, de nombreuses enseignes sont américaines telles que Best Western, Marriott, Hilton, Hyatt ainsi que Disneyland Hotels & Resorts. Les hôtels de luxe se démarquent davantage avec la présence d'enseignes ayant très peu d'hôtels en France, voire qu'un seul.

Projets A Venir

Les données recueillies proviennent des principales chaînes hôtelières domestiques ou internationales qui opèrent en France.

Les enseignes domestiques continuent de développer le segment milieu-de-gamme avec la création de près de 3 000 chambres (+2%) tandis que les enseignes internationales développent essentiellement le

segment haut-de-gamme, avec près de 4 000 chambres supplémentaires (+14%). Ce dernier est le segment avec le plus fort taux de croissance.

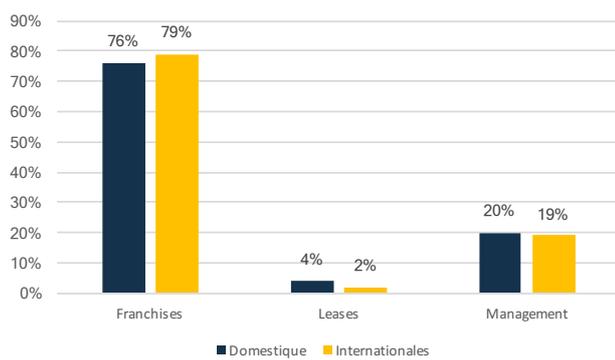
	Nbr de chambres	% croissance	Nbr d'hôtels	% croissance
Domestique	5 060	2%	55	2%
Économique	1 420	2%	17	1%
Milieu-de-gamme	2 818	2%	29	1%
Haut-de-gamme	822	3%	9	14%
International	6 297	10%	42	7%
Économique	0	0%	0	0%
Milieu-de-gamme	2 394	8%	16	3%
Haut-de-gamme	3 903	14%	26	26%
Total général	11 357	4%	97	2%

	Année	Nbr d'hôtels	Nbr de chambres
Domestique		55	5 060
	2019	40	3 608
	2020	12	1 108
	2021	3	344
International		42	6 297
	2019	19	2 948
	2020	12	1 666
	2021	11	1 683
Total général		97	11 357



La franchise, technique de collaboration commerciale et technique qui permet au franchiseur de développer son réseau rapidement et au franchisé d'être accompagné dans sa démarche, est le type de contrat le plus utilisé avec plus des 3/4 d'ouverture sous ce format.

Répartition (en pourcentage) des accords signés, par groupes domestiques et internationaux



Source : Horwath HTL

Lexique

PMC :	Prix Moyen Chambre <i>Exprimé en hors taxe (sauf indication contraire). Il s'agit du chiffre d'affaires hébergement divisé par le nombre de chambres louées</i>	FF&E :	Furniture, Fixture and Equipment <i>Meubles et équipements n'ayant aucune connexion permanente à la structure de l'immeuble</i>
TO :	Taux d'Occupation <i>Ratio entre le nombre de chambres louées et le nombre de chambres disponibles</i>	RNE :	Résultat Net d'Exploitation
RevPAR :	Revenue Per Available Room <i>Chiffre d'affaires par chambre disponible. Il peut se calculer de différentes façons. Taux d'occupation multiplié par le prix moyen</i>	Chaîne hôtelière	<i>Ici, sont considérées comme chaînes hôtelières, toutes organisations d'hôtels opérant 3 hôtels ou plus dans le monde, dont au moins un en France, quel que soit le statut juridique (filiale, franchise...)</i>
F&B :	Food and Beverage <i>Restauration</i>	Chaîne domestique	<i>Chaîne ayant son siège social en France</i>
MICE :	Meeting, Incentive, Congress and Exhibitions <i>Correspond au marché des réunions, congrès, conventions et expositions</i>	Moy :	Moyenne
Maint :	Maintenance	PIB :	Produit Intérieur Brut
P&L :	Profit and Loss <i>Compte de résultat</i>	TTC :	Toutes Taxes Comprises
EBITDAR :	Earning Before Interests, Taxes, Depreciation, Amortization and Rent <i>Excédent Brut d'Exploitation avant loyers. C'est le résultat opérationnel après déduction des charges fixes et des charges de gestion</i>	CAGR :	Compound Annual Growth Rate <i>TCAM : Taux de croissance annuel moyen</i>
EBITDA :	Earning Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization <i>Excédent Brut d'Exploitation. C'est le résultat opérationnel après déduction des charges fixes, des charges de gestion et du loyer</i>		

Methodologie

- Les termes « enseignes » et « chaînes » réfèrent à une signification équivalente
- Les termes « chambres » et « clés » réfèrent également à une signification équivalente
- Le recensement des établissements indépendants se base sur les données fournies par l'INSEE
- Les données relatives aux groupes hôteliers et leurs chaînes respectives sont basées sur un recensement des établissements à l'échelle française et mondiale des bureaux Horwath HTL, notamment à travers des enquêtes réalisées auprès des établissements participants. Les données ont été complétées par différentes recherches documentaires et à travers les bases de données internes d'Horwath HTL sur la base de précédentes études
- Par convention, et pour assurer une cohérence parmi l'ensemble des rapports européens publiés par Horwath HTL, le classement des établissements suit la classification réalisée par STR
- La catégorisation des hôtels économiques fait référence aux hôtels 1 et 2 étoiles et assimilés. Les hôtels milieu-de-gamme font référence aux hôtels 3 étoiles et assimilés. Les hôtels haut-de-gamme réfèrent aux hôtels 4 et 5 étoiles et assimilés

A Propos De Horwath HTL

Crowe Global, fondé à New York en 1915 est le 9^{ème} réseau mondial d'audit, d'expertise comptable et de conseil. Il rassemble plus de 190 cabinets dans plus de 110 pays.

Les cabinets du réseau Crowe Global spécialisés dans le conseil dans l'hôtellerie, le tourisme et les loisirs se sont regroupés sous la marque Horwath HTL. Notre réseau mondial est devenu leader du conseil en hôtellerie, tourisme et loisirs. Il compte actuellement plus de 50 bureaux situés dans 39 pays.

Avec plus de 10 ans de présence en France et 1 200 missions réussies, Horwath HTL est le principal cabinet spécialisé dans l'accompagnement et le développement de projets hôteliers, touristiques et de loisirs.

L'équipe regroupe 22 consultants permanents spécialistes du secteur et 4 associés pour des missions se déroulant en France et à l'international.

Nos consultants ont une longue pratique du conseil et du management opérationnel. Nous associons des compétences uniques et reconnues en matière d'études de faisabilité, de stratégies de développement des destinations, de programmation d'équipements, et d'assistance marketing et financière pour le montage de projets.

Notre gamme de services couvre l'ensemble des besoins des investisseurs et porteurs de projets publics ou privés que nous accompagnons et conseillons de la phase de conception de leurs projets jusqu'au pilotage de la mise en œuvre.

Notre expérience et nos contacts auprès des opérateurs, des développeurs, des investisseurs, des bailleurs et des acteurs institutionnels nous permettent de prendre en charge des projets complexes.

Horwath HTL (France) est un cabinet de conseil indépendant. Le siège est localisé à Paris. Nous sommes également présents en Afrique avec un siège permanent à Abidjan.

Auteurs De Ce Rapport



PHILIPPE DOIZELET
Associé Hôtellerie
Horwath HTL France
pdoizelet@horwathhtl.com

Philippe Doizelet a débuté sa carrière comme consultant pour Horwath & Horwath puis KPMG avant d'occuper des fonctions marketing centrales auprès d'Europcar International puis du Groupe Accor. Il rejoint le bureau Horwath HTL France en tant qu'associé en 2006.

Spécialiste des études de marché et de faisabilité, Philippe a conduit environ 300 missions en France et à l'international.

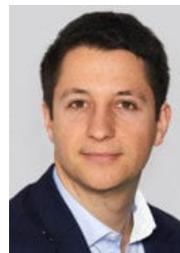
Philippe Doizelet intervient dans les grandes conférences internationales d'investissement hôtelier et publie régulièrement dans la presse spécialisée (Yearbook Hotel, Global Hotel Network, Hotels News Now). Il est membre de ISHC.



JEREMY BRON
Consultant Senior Hôtellerie
Horwath HTL France
jbron@horwathhtl.com

Jeremy a été formé à l'École Polytechnique Fédérale de Lausanne puis à l'École Hôtelière de Lausanne - Bachelor of Science in International Hospitality Management et à l'Université Paris Dauphine - Executive Master Statistique et Big Data.

Jeremy est spécialisé dans la modélisation financière de projets. Il supervise aussi le traitement de données complexes ainsi que le développement et l'implémentation de solution de modélisation et d'optimisation.



JOSSELIN GARNIER
Consultant Hôtellerie
Horwath HTL France
jgarnier@horwathhtl.com

Diplômé du MBA de l'ESSEC, spécialisé dans le management hôtelier, Josselin a notamment travaillé en tant qu'assistant financier au sein d'un groupe hôtelier basé à Londres.

Il intervient principalement sur les études de marché et de faisabilité hôtelières ainsi que sur les études de stratégie de développements hôteliers pour les collectivités publiques.



Horwath HTL

Hôtellerie, Tourisme, Loisirs

AFRIQUE

Afrique du Sud

Côte d'Ivoire

Rwanda

ASIE PACIFIQUE

Australie

Chine

Hong Kong

Inde

Indonésie

Japon

Malaisie

Nouvelle Zélande

Singapour

Thaïlande

EUROPE

Allemagne

Andorre

Autriche

Croatie

Chypre

Espagne

France

Grèce

Hongrie

Irlande

Italie

Pays-Bas

Norvège

Pologne

Portugal

Serbie

Suisse

Turquie

Royaume-Uni

AMERIQUE LATINE

Argentine

Mexique

République Dominicaine

MOYEN ORIENT

Emirats Arabes Unis

& Oman

AMERIQUE DU NORD

Atlanta

Denver

Miami

Montreal

New York

Norfolk

Orlando

Toronto

www.horwathhtl.com

Horwath HTL s'est efforcé à assurer l'exactitude des données lors de la publication de ce rapport. Nous ne pouvons cependant garantir la véracité de toutes les informations.

*Les chaînes hôtelières en France 2019 - Rapport © All rights reserved 2019
Edité par Horwath HTL. La reproduction et la photocopie est interdite -
Veuillez nous contacter pour des extractions de chiffres à : pdoizelet@horwathhtl.com*

Date de publication: 5 juin 2019. Données au 31 décembre 2018.