

L'hôtellerie indépendante attire de plus en plus les voyageurs d'affaires

Les voyageurs affaires séduits par l'hôtellerie indépendante

Lors de la crise sanitaire, les voyageurs d'affaires semblent avoir découvert le plaisir de découvrir les atouts de l'hôtellerie indépendante. Ainsi, en ce début d'année, tant chez Logis Hôtels que chez The Originals, Human Hotels & Resorts, les indicateurs sont bons et on s'adapte aux nouvelles attentes et usages qu'ont engendré le télétravail.



L'hôtellerie indépendante séduit de plus en plus les voyageurs d'affaires - DR

S'il est encore trop tôt pour mesurer les conséquences de la guerre en Ukraine sur les déplacements business en France, **on peut d'ores et déjà avancer que les voyageurs d'affaires, depuis le début de l'année, fréquentent de plus en plus l'hôtellerie indépendante.**

" La prise de réservation est forte sur le marché corpo, note PhilippeMarguet, directeur général de The Originals Hotels. A fin février, nous étions à 50% de ce que l'on a fait en 2019".

Même constat pour le groupe Logis Hôtels : " En janvier 2022 par rapport à janvier 2019, la progression du chiffre d'affaires est en hausse de 55%, assure Karim Soleilhavoup, directeur du réseau volontaire. **Nous avons conquis des parts de marché** ".

Comment ?

" 50% de nos hôtels sont restés ouverts pendant la crise, continue Karim Soleilhavoup. Les clients qui étaient obligés de



se déplacer, tels ceux qui travaillent pour **le secteur du BTP, ont découvert une hôtellerie de qualité**. Nous souffrons toujours de l'image d'établissements vieillots, profondément injuste au regard des investissements réalisés par nos adhérents".

Le responsable précise : " Avec un tiers de sa clientèle perdue, **l'hôtelier a pu trouver des solutions pour fonctionner** . C'était aussi "qui dîne dort" grâce aux cuisines des restaurants ".

Il ajoute : " Dans nos établissements, les clients découvrent l'histoire d'une famille, d'une maison, de collaborateurs... Certains ne retourneront pas dans les hôtels standardisés, il n'y rien de plus sinistre que de dîner seul devant son assiette ".

Mettre en avant la qualité de l'offre pour séduire les entreprises



Philippe Marguet, directeur de The Originals.

Philippe Marguet fait la même analyse : " Avec notre marque, **les adhérents peut exprimer leur positionnement d'une hôtellerie qualitative, très locale et très humaine** , des valeurs que l'on veut renforcer ".

Lors de la crise, The Originals a d'ailleurs des offres "voyage d'affaires" dont la soirée étape qui comprend , " une nuitée, un dîner gourmand et le petit déjeuner servi en chambre ".

L'occasion " d'échanger avec des hôteliers passionnés par leur métier et découvrir les expériences locales après une journée de travail ".

Il est d'autant plus indispensable de mettre en valeur la qualité de l'offre que des entreprises annoncent vouloir privilégier "la qualité à la quantité" , comme a pu l'expliquer Bertrand Lacotte, directeur des achats groupe de [Cap Gemini](#). " Nous sommes dans une bataille pour recruter des talents et nous n'avons pas une logique "prix" .

Il faut quelque chose d'attractif et de confortable pour les employés quand ils sont en déplacement. On va vers une logique, " voyager moins, voyager mieux, voyager plus intelligent ".

L'entreprise se tourne aujourd'hui vers des chaînes d'hôtels standardisés, les indépendants vont devoir fourbir leurs armes pour **convaincre les grosses structures qui ont joué la sécurité pendant la crise sanitaire** .

Porter attention sur les politiques RSE



Karim Soleilhavoup, directeur du groupe Logis Hôtels.

Pour Vangueluis Panayotis, président de MKC Consulting, qui intervenait aussi dans ce Grand Live, " il y a de très bon hôtels indépendants qui sont alignés sur les attentes les plus pointues que peuvent avoir les clients ".

Il souligne : " Tout le monde est sur la même ligne de départ : quel est le contenu, le prix en va plus être l'élément majeur constitutif de la perception de valeur. **On parle de confort, d'expérience client mais aussi de l'empreinte carbone** ".

Karim Soleilhavoup note des changements : " i[Des entreprises du Cac 40 et des entreprises de taille intermédiaire (ETI) veulent signer en direct pour éviter les plateformes et notre maillage répond à leurs besoins.

Nous portons aussi beaucoup d'attention aux problématiques de RSE avec, par exemple, la défense des producteurs locaux. Enfin, avec notre programme de fidélité Etik, le client cagnotte des euros, le client récupère 5,5% du montant du séjour ".

Le télétravail et les nouveaux outils technologiques génèrent aussi de nouveaux besoins : " Dans nos hôtels, on sait déjà que l'on peut y rentrer pour autre chose que dormir.

On peut simplement venir pour y déjeuner. De nouveaux usages apparaissent : on peut se poser dans nos établissements pour pouvoir faire des visios. **Quand on est voisin de l'hôtel et que l'on télétravaille, on peut avoir besoin de deux heures de tranquillité** ".

Logis Hôtels : "Les bornes électriques vont être aussi importants que le wifi"

Phillipe Marguet, dont certains des établissements, propose des offres coworking, souligne que des " questions se posent autour de l'adaptation des espaces " et explique que ce sont " les hôtels qui sont à côté d'une gare qui font la différence ".

Il précise, aussi, que le marché, porté par les PME/PMI, se concentre surtout sur le mardi et le mercredi, au détriment

du lundi et du jeudi , " les voyageurs concentrent leur voyage ".

Par ailleurs, Logis Hotels a l'ambition, d'ici 2023, d'avoir " **le maillage le plus important en France en termes de bornes électriques** ".

Pour Karim Soleilhavoup, le jeu des mille bornes est objectif très sérieux, **316 hôtels sont actuellement équipés et cela change tous les jours** ". Il insiste : " Porté par les flotte d'entreprises qui passent à l'électrique, les bornes vont être aussi importantes que le wifi ".

A ces groupements d'hôtels indépendants d'accompagner maintenant cette relance - même si Philippe Marguet met le " bémol " nécessaire compte tenu de l'actualité - auprès des adhérents dont certains sont ressortis épuisés par cette crise.