

# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

# Deloitte.



## Les Tendances de l'hôtellerie

Hôtellerie : nouveaux entrants et nouvelle donne

Jeudi 21 avril 2022

# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie



Introduction

Philippe **GAUGUIER**

**In Extenso Tourisme, Culture & Hôtellerie**

# Les Tendances de l'Hôtellerie

Partenaires



# **Les Tendances de l'Hôtellerie**

Programme (1/5)

## **Présentation statistiques**

**Olivier Petit**

Associé

**In Extenso Tourisme, Culture & Hôtellerie**

**Aoife Roche**

Commercial Director

**Europe Hotels - STR**

# **Les Tendances de l'Hôtellerie**

Programme (2/5)

## **Environnement économique**

**Béatrice Guedj**

Head of Research and Innovation

**Swiss Life Asset Managers France**

# Les Tendances de l'Hôtellerie

Programme (3/5)

## Hôtellerie : nouveaux entrants et nouvelle donne

**Philippe Baudry**

Président Directeur Général

**Artea Groupe**

**Guy Bertaud**

Directeur Général

**Maisons Pariente**

**Matthieu Brivet**

Groupe Managing Director

**Steller Hotels**

**David Heijligers**

Managing Director, Development,  
France & Benelux

**Hilton**

# Les Tendances de l'Hôtellerie

Programme (4/5)

## Interview

- **Kenneth Macpherson**

Chief Executive Officer Europe, Middle East, Asia and Africa

**IHG Hotels & Resorts**

- **Joanne Dreyfus**

Associée Transportation, Hospitality & Services

**Deloitte**

# Les Tendances de l'Hôtellerie

Programme (5/5)

## Interventions en vidéo

- **Pierre Siegel**

Président

**Best Western France**

- **Valerie Schuermans**

Vice President Business Development, France & Benelux

**Radisson Hotel Group**

- **Nicholas Stachowiak**

Directeur Développement Europe

**Ennismore**



# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

# Deloitte.



## Les Tendances de l'hôtellerie

Hôtellerie : nouveaux entrants et nouvelle donne

Jeudi 21 avril 2022

# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie



**Béatrice GUEDJ**

Head of Research and Innovation

**Swiss Life Asset Managers France**

# Remarques Préliminaires

## La Macroéconomie et le Choc Ukrainien

- Sur la croissance économique
- Sur la trajectoire d'inflation
- Sur les différences de nature d'inflation entre les Etats-Unis et la zone euro
- Croissance et inflation: variables clés pour le secteur de l'hôtellerie au sens large

## Les performances du secteur de l'hôtellerie

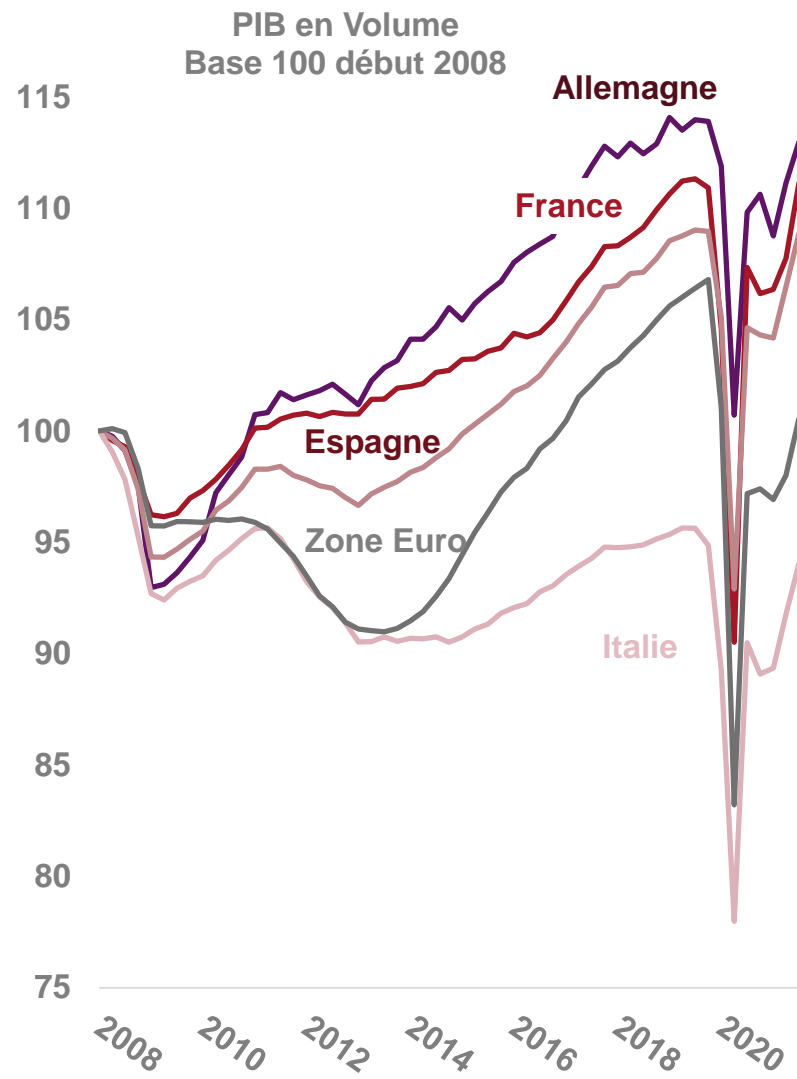
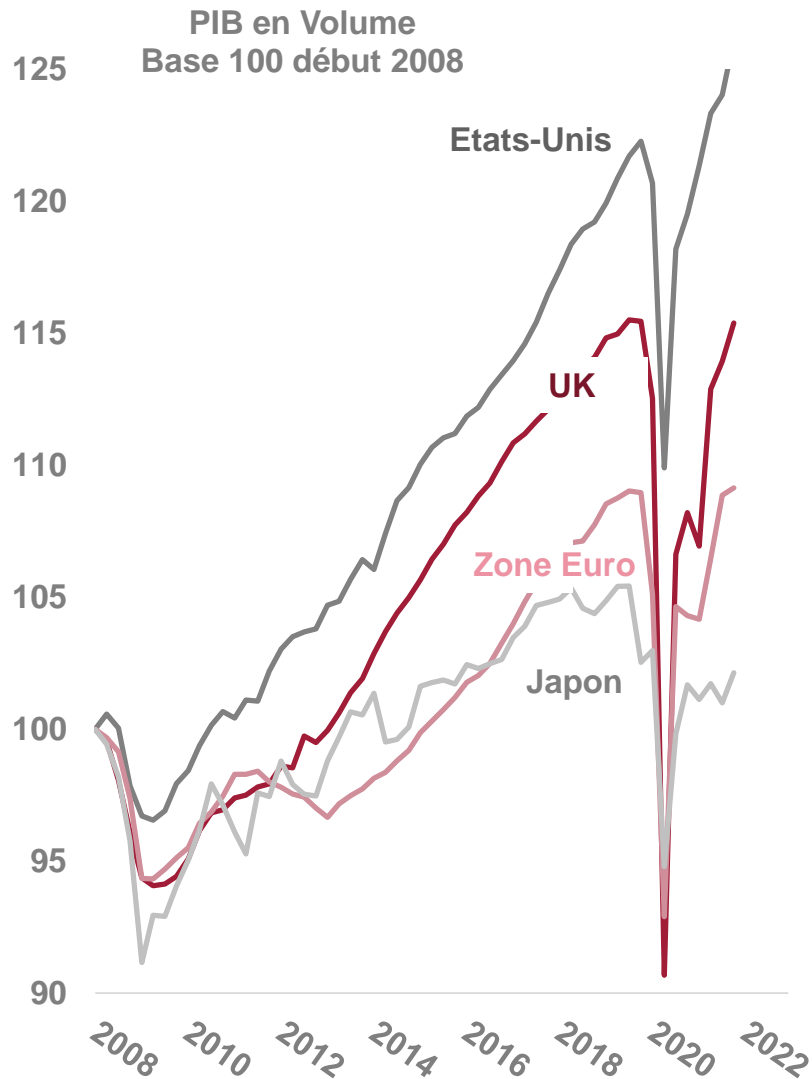
- Sur les marchés boursiers
- Sur les marchés cotés immobiliers
- Sur les marchés directs immobiliers

## *Autres Risques & thèmes*

- La transition climatique et l'engagement socialement responsable de l'industrie hôtelière (ESG)
- Le choc de stabilité financière sur la zone euro par la tension sur les primes de risque de crédit... (*Bear Market* sur les obligations)
- Le choc de stabilité financière sur les pays émergents
- Le scénario de stagflation

# PIB: Photographie avant le Choc Ukrainien

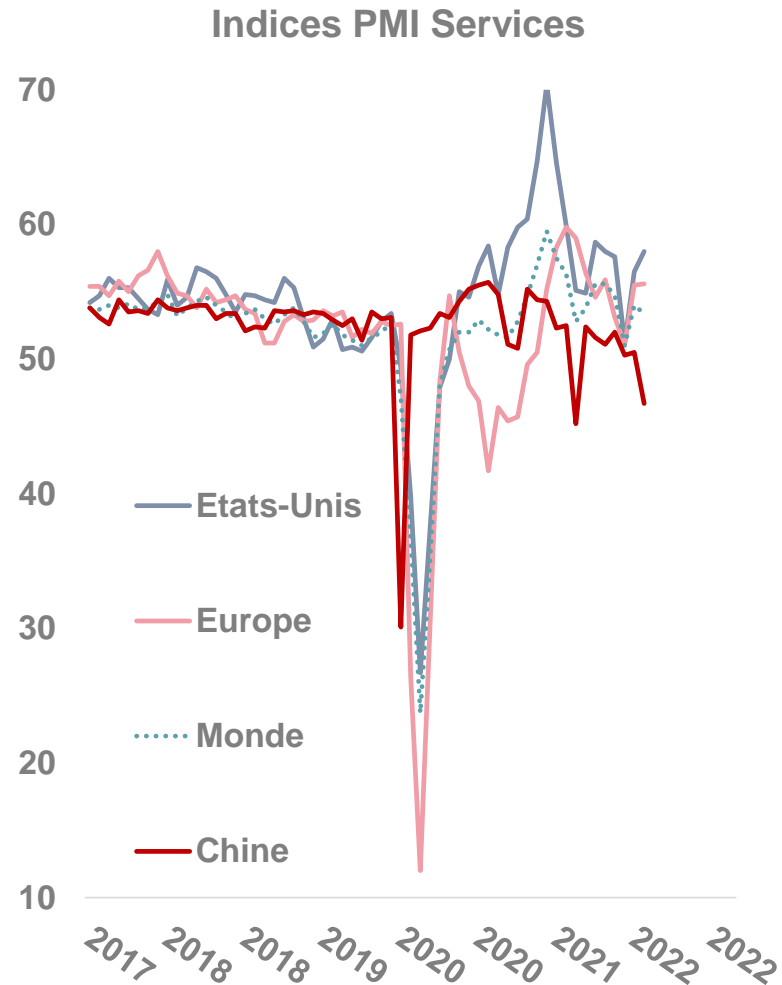
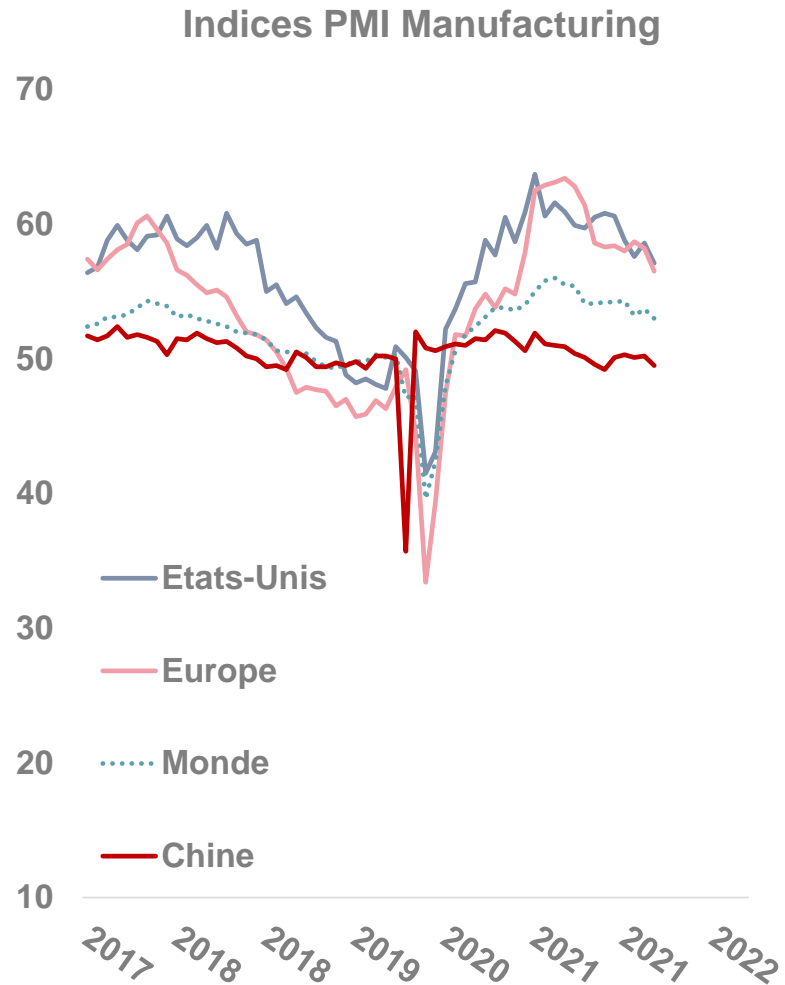
Rebond court, violent mais déjà entamé...



- Par des goulets d'étranglements et une pénurie de main d'œuvre dans certains secteurs
- Des tensions inflationnistes qui devenaient durables après avoir été transitoires...
- Sur fond de reprises inégales entre les économies
- **Hôtellerie: reprise observée en 2021 mais hétérogène et loin du niveau d'avant crise.**
  - La France a été soutenue par sa demande domestique même si un différentiel subsiste par le manque de tourisme international

# Croissance: le Choc Ukrainien est brutal et frontal pour l'Europe

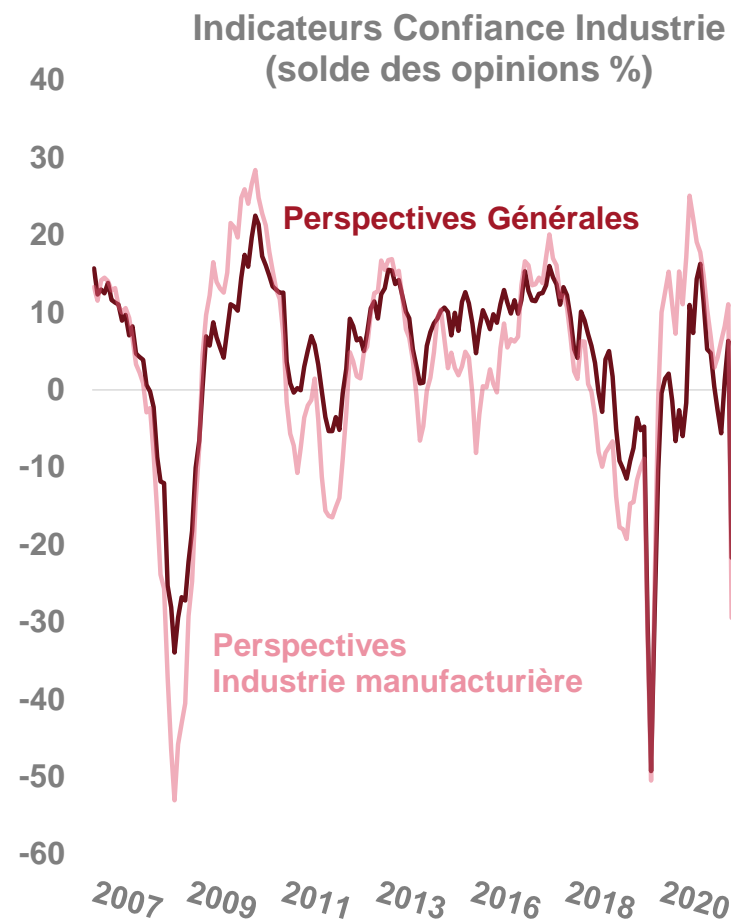
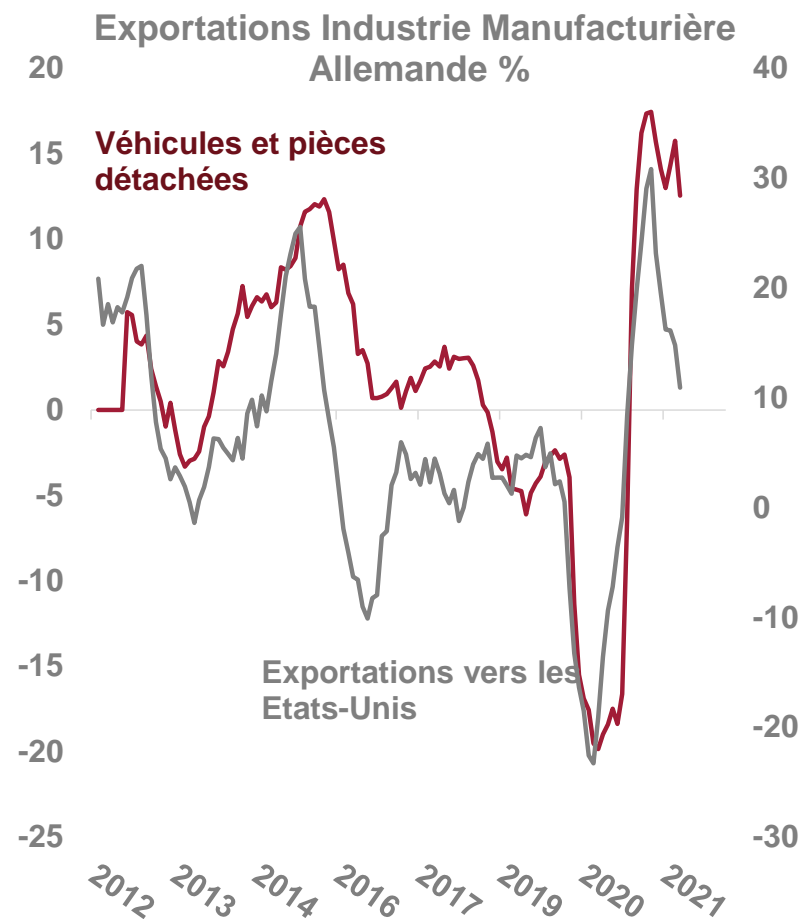
Ralentissement qui s'accélère synonyme de « moins de croissance »



- Les indicateurs des directeurs d'achats sont encore en zone d'expansion
- Pas pour la Chine, dont le ralentissement s'accélère surtout dans les services
- Le ralentissement est très marqué dans l'industrie manufacturière, en Europe
- Un choc majeur de l'énergie sur le commerce extérieur, sur la demande, sur la confiance et sur l'offre (« potentiels black out »)
- Le secteur hôtelier ne sera pas épargné....

# Croissance zone euro: fortement révisée à la baisse après +5,4% en 2021

L'Allemagne et l'Italie, les plus vulnérables au Choc Ukrainien

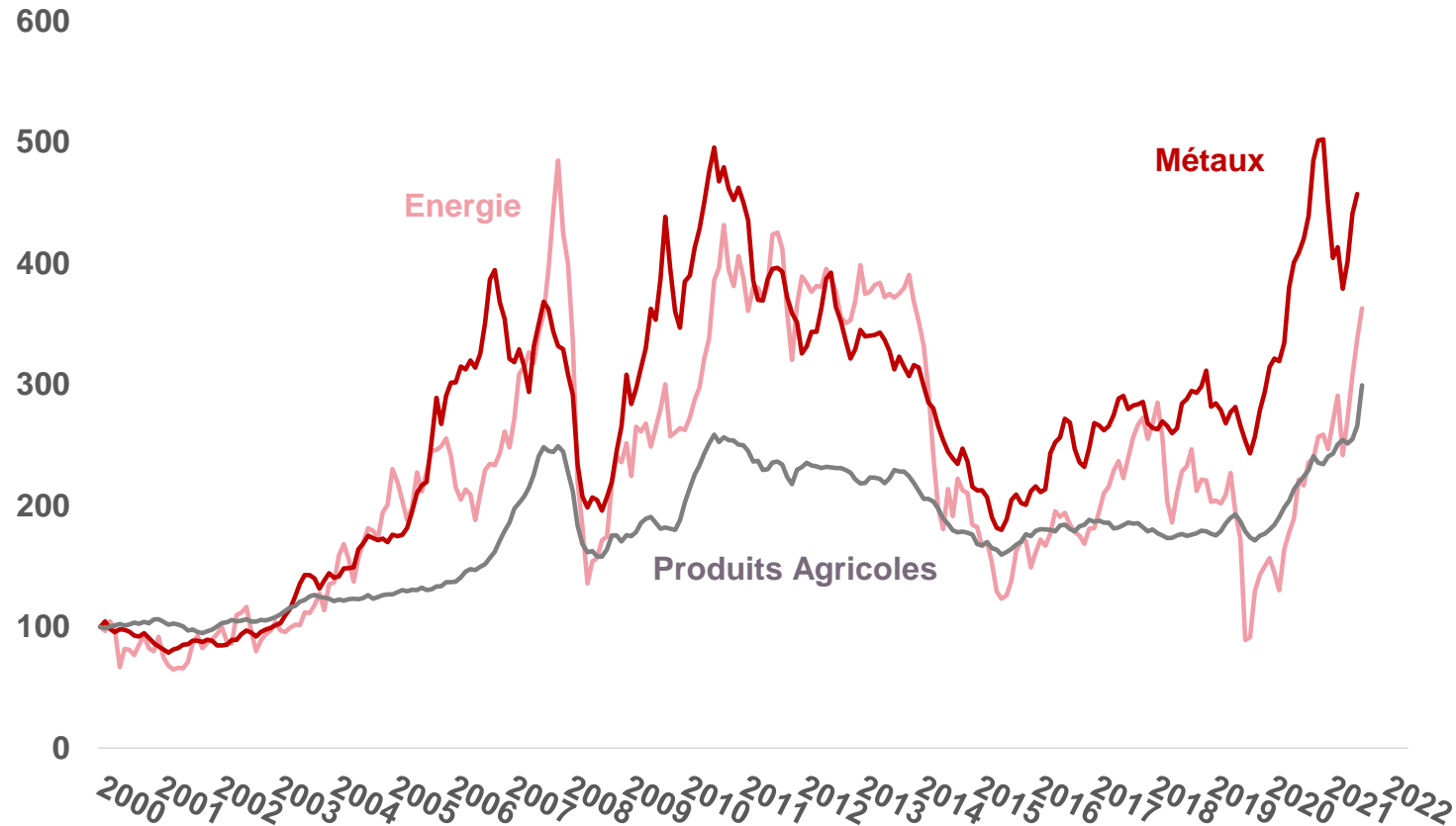


- **Avant le 24 février:** les exportations au ralenti
- **Après le 24 février:** choc d'approvisionnement (énergies et autres consommations intermédiaires), choc de prix et choc de confiance
- **Allemagne et Italie** plus dépendants du gaz mais aussi très intégrés dans certains de leurs secteurs industriels
- **Hôtellerie:** moins de tourisme d'affaires (déjà structurellement modifié par le télétravail) à venir face à la baisse d'activité et aux incertitudes ambiantes...

# Inflation: le Choc est synonyme de flambée des prix et d'inflation durable

Moins de croissance et plus d'inflation dans le Monde

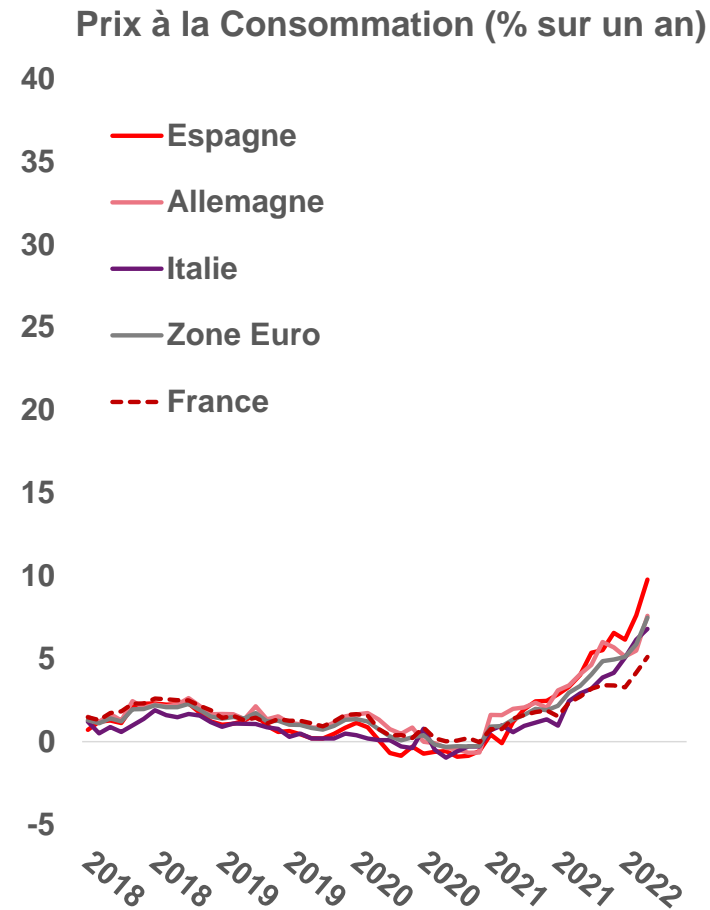
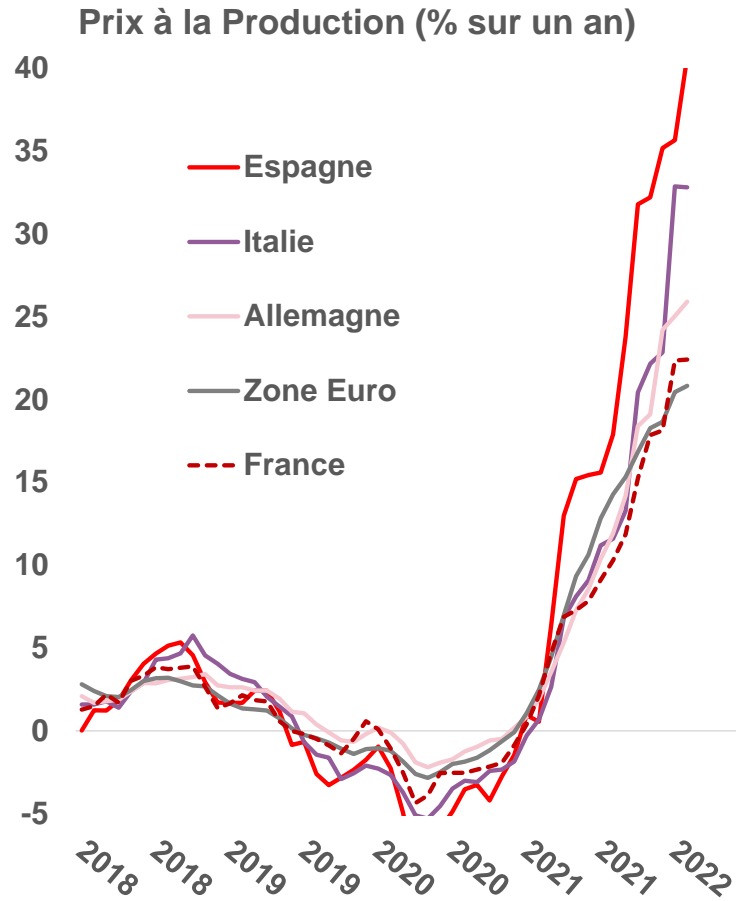
Indice des Matières Premières en dollars



- **En zone euro:** une (trop) forte dépendante vis-à-vis du gaz russe (40% des besoins en Europe)
- **Dans le Monde:** la Russie, acteur majeur dans la production de gaz, de métaux et de blé
- Les sources d'inflation ne sont de nature différente entre la zone euro, les Etats-Unis et le reste du monde...
- **Hôtellerie:** hausse des coûts immédiats dans la restauration et l'énergie (en plus du renchérissement des coûts salariaux....)

# Inflation zone euro: pic en 2022 et +0,5% sur la tendance (2,1% et 2,5%)

Pas de boucle prix-salaires, l'inflation est « exogène »

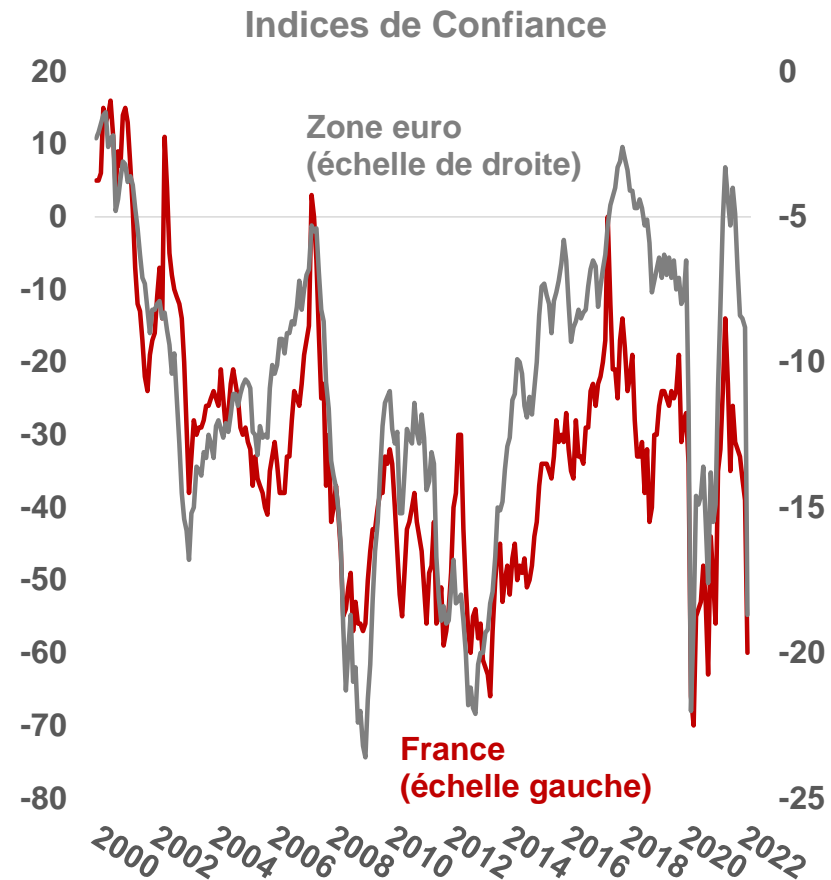
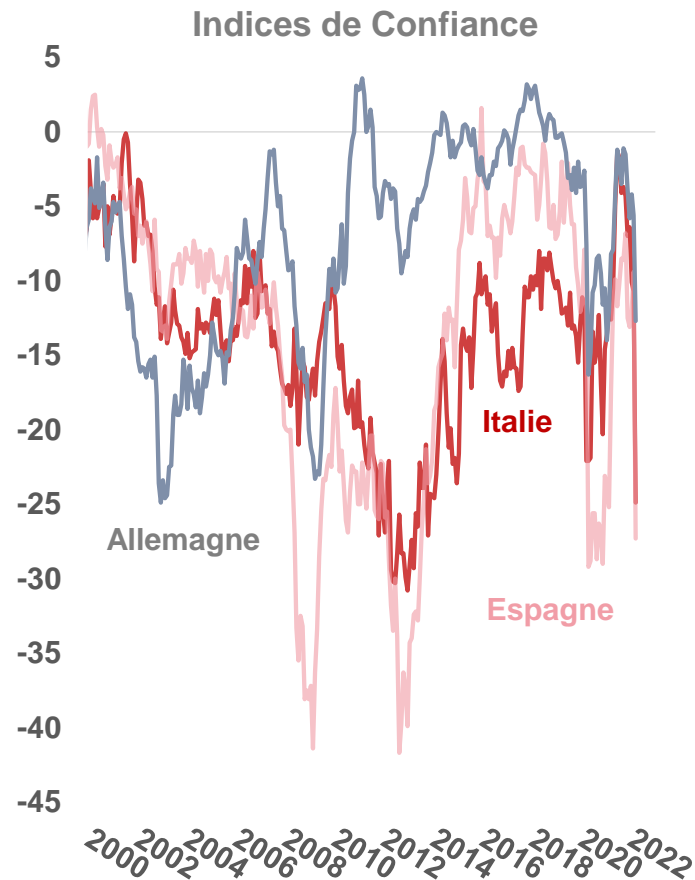


- **Pour les Entreprises:** dégradation des marges... hausse des prix dans certains secteurs (*price taker versus price setter*)
- **France** comparée aux autres pays de la zone euro: privilégiée par le bouclier tarifaire
- Hôtellerie vulnérable aux effets directs de la hausse des prix et aux effets indirects (hausse des dépenses pré-engagées des ménages) – Impacts différenciés par zone et gammes...
  - *Price setter versus price taker*



# Inflation zone euro: Les Big 4 (en termes de nuitées) impactés par ce Choc!

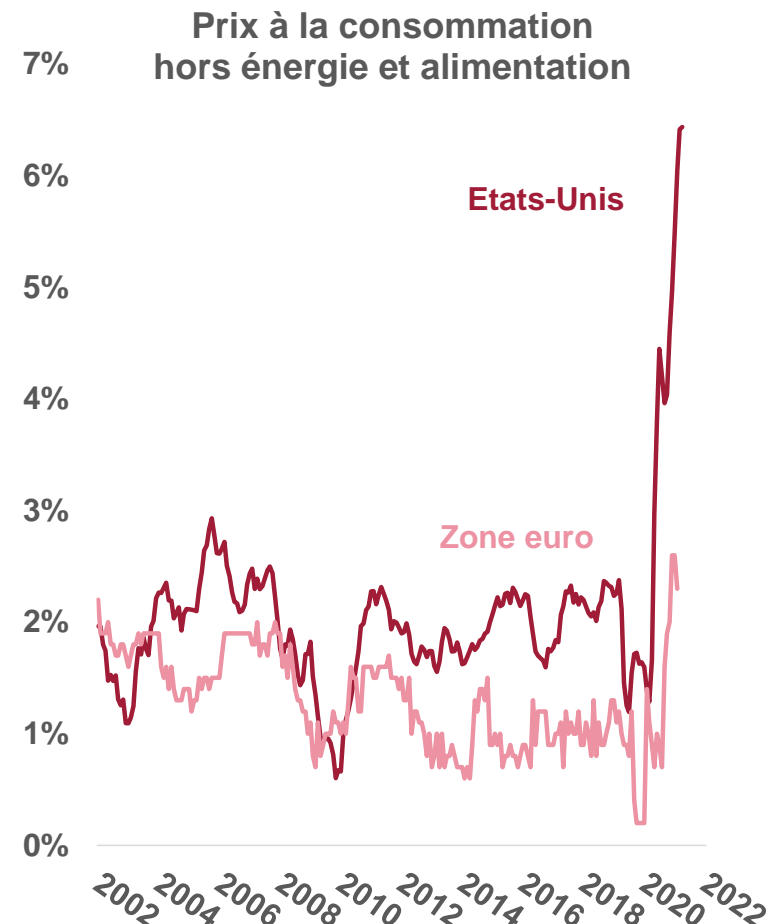
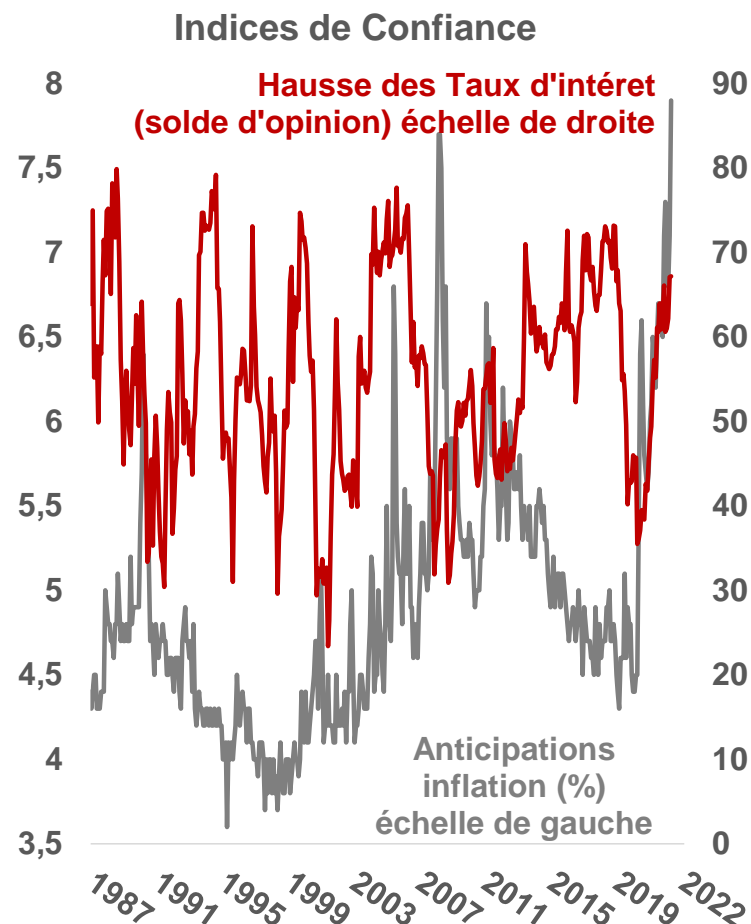
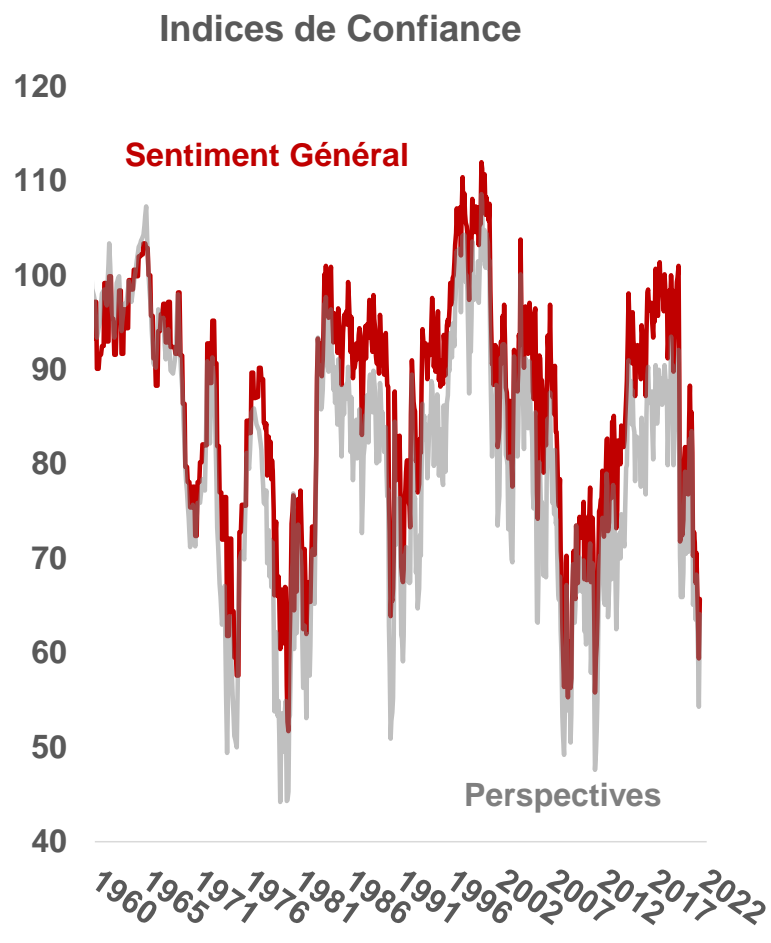
Dégradation des indices de confiance: la hausse des prix catalyse les angoisses



- **Pour les Ménages:** hausse des prix est synonyme de baisse du pouvoir d'achat – Hausse des dépenses pré-engagées (énergie), de la valeur du panier de biens incompressibles et comportement d'épargne de précaution attendue
- Les dépenses de loisir pour certains ménages(et pays) seront plus fortement contraintes vu le niveau d'inflation – les français plus protégés que les espagnols par exemple...

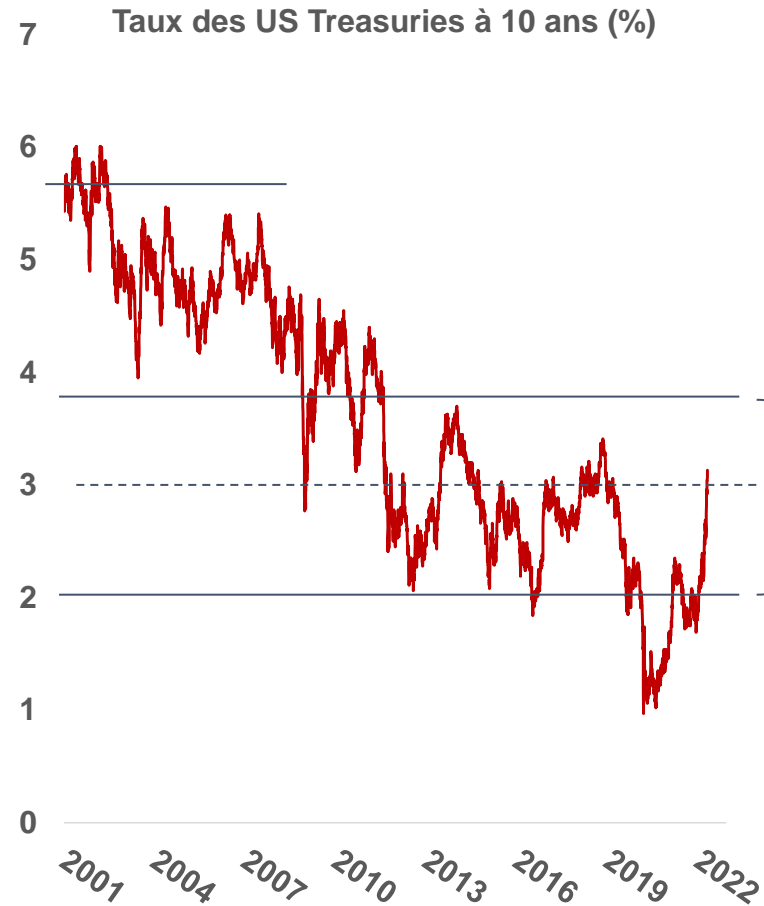
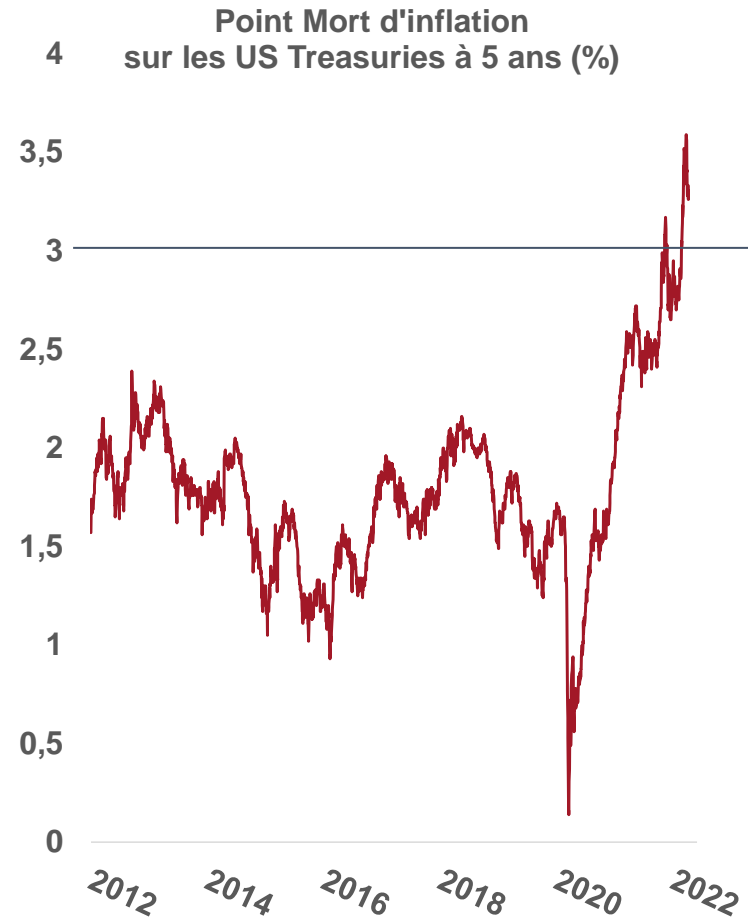
# Inflation Etats-Unis: un pic en 2022 et +0,5% de plus à la tendance (3,5%)

Une inflation « endogène » (*The Great Resignation*) et une inflation core au Max!



# Inflation et Taux aux Etats-Unis: une inflation anticipée au-delà de 3%

Le cycle de normalisation monétaire se poursuit aux Etats-Unis & en zone euro



- Etats-Unis: retour vers une zone de trading post crise financière globale. La Fed a durci sa position depuis fin 2021 mais elle reste en retard...
- La Fed plus Faucon (Hawkish) et une BCE plus Colombe (Dovish)
- Zone euro: la BCE a durci sa position depuis mars 2022 et hausse attendue des taux directeurs pour fin 2022
- Taux d'intérêt réels encore négatifs mais jusqu'à quand ? Déjà nuls aux Etats-Unis encore négatif en zone euro (le choc obligatoire est bien réel ...)

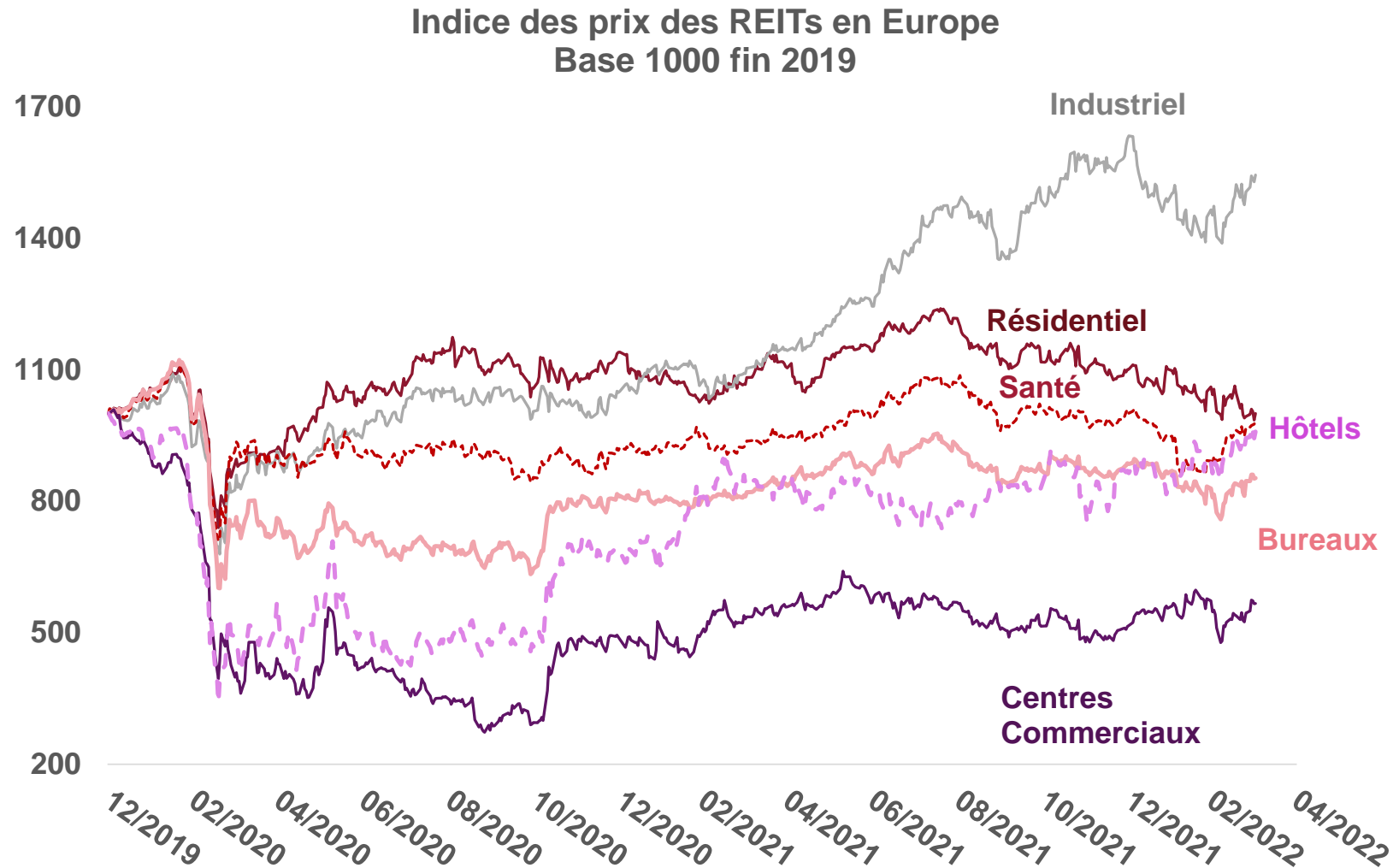
# Signaux de marché: le Choc Ukrainien entame la reprise du secteur boursier

La volatilité va persister par le Choc et via le ralentissement de la croissance économique



# Signaux de marché: l'immobilier coté depuis la crise sanitaire

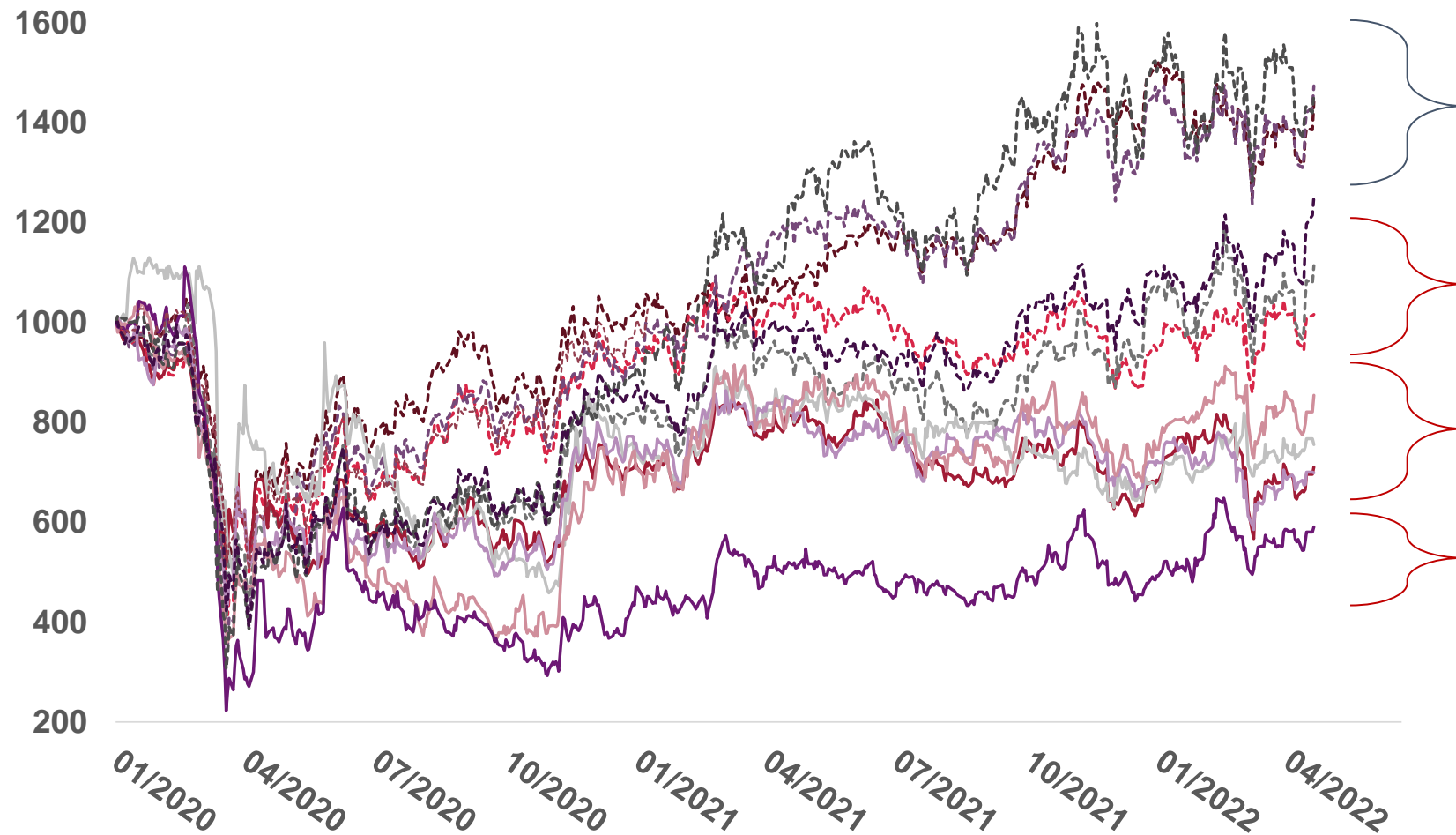
Performances de l'hôtellerie en consolidation et mieux que le bureau plus récemment!



# Signaux de marché: performances des exploitants dans la pluralité des modèles

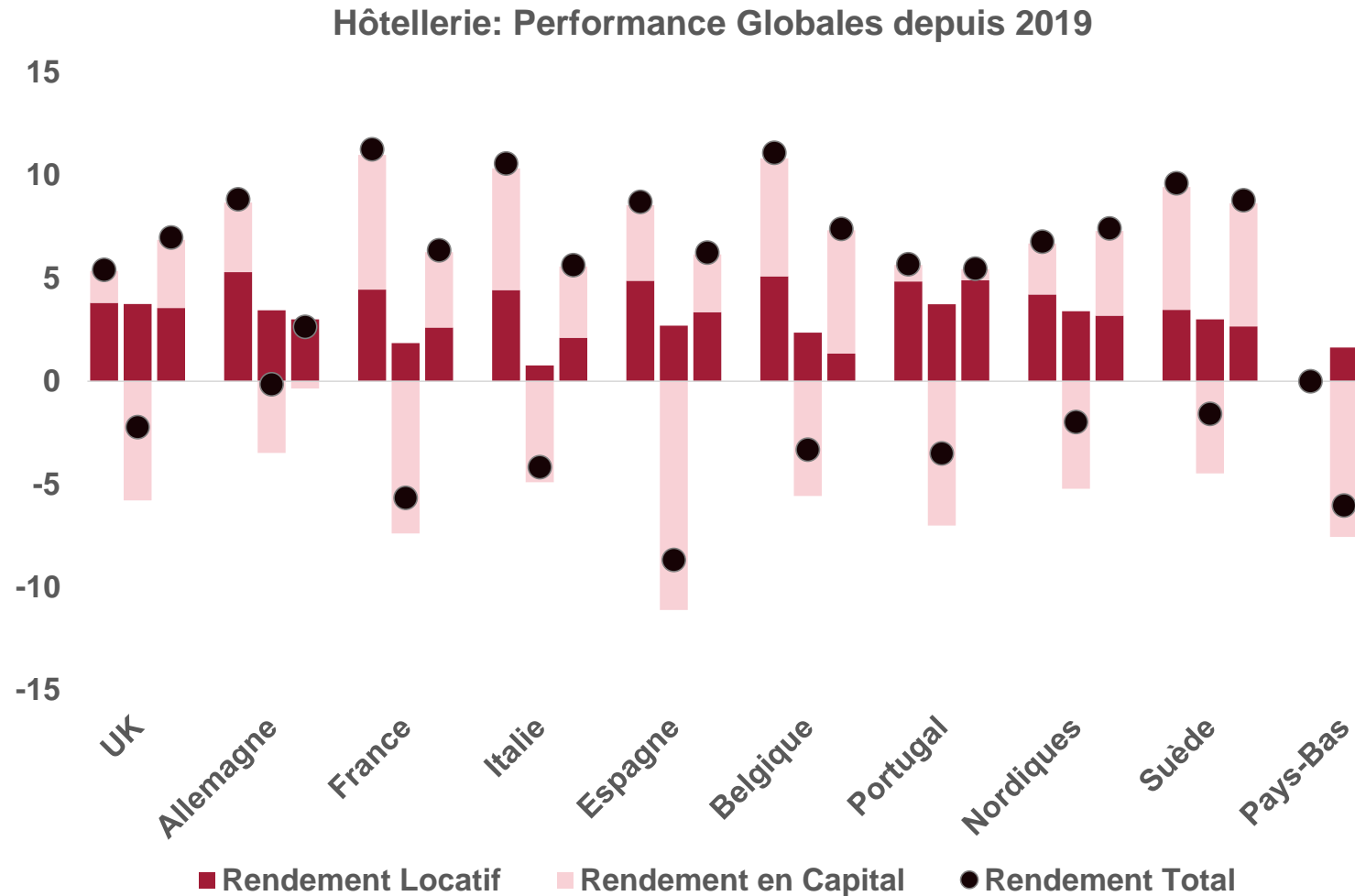
Performances fonction de la résilience géographique et/ou sectoriel et de la diversification

Cours des actions des Exploitants  
Base 1000 fin déc 2019



# Signaux de marché: performances en hausse en 2021 mais insuffisantes

Dégradation des rendements locatifs et rebond des rendements en capital



# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie



**Béatrice GUEDJ**

Head of Research and Innovation

**Swiss Life Asset Managers France**



# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

# Deloitte.



## Les Tendances de l'hôtellerie

Hôtellerie : nouveaux entrants et nouvelle donne

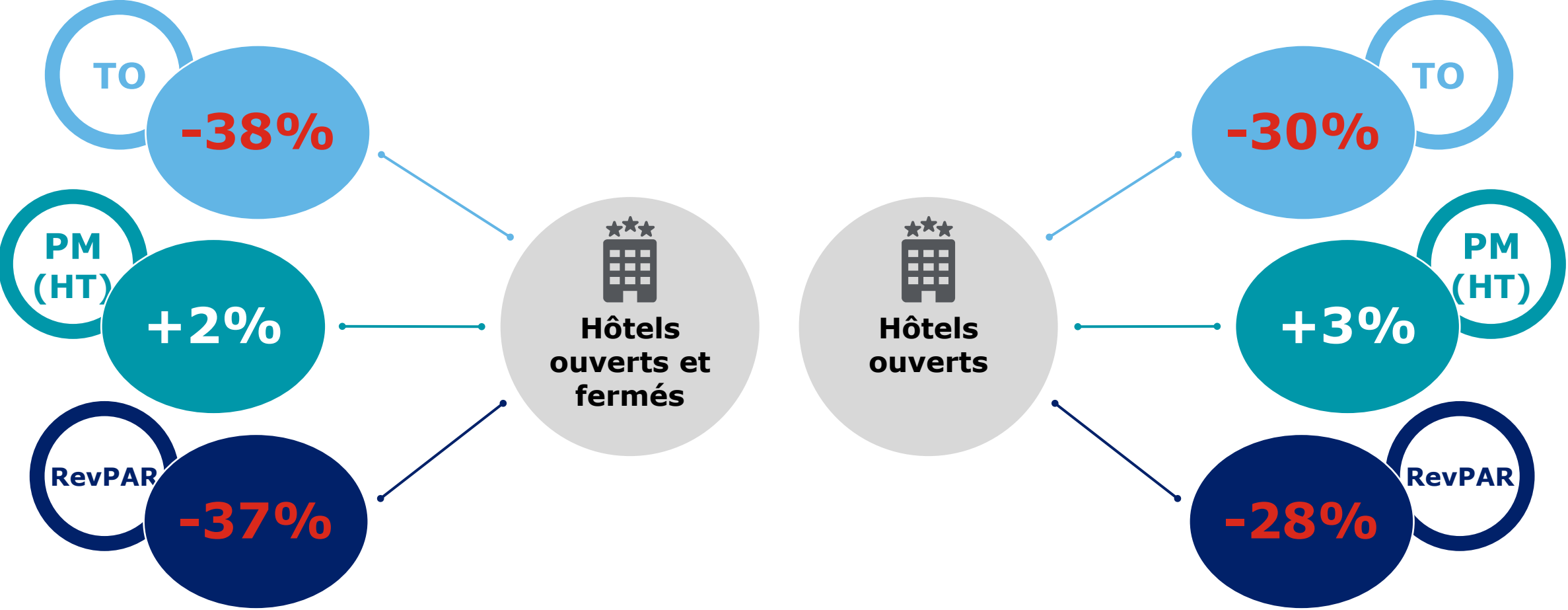
Jeudi 21 avril 2022



**Deux années de  
crise sanitaire  
mondiale qui ont  
bouleversé  
le tourisme**

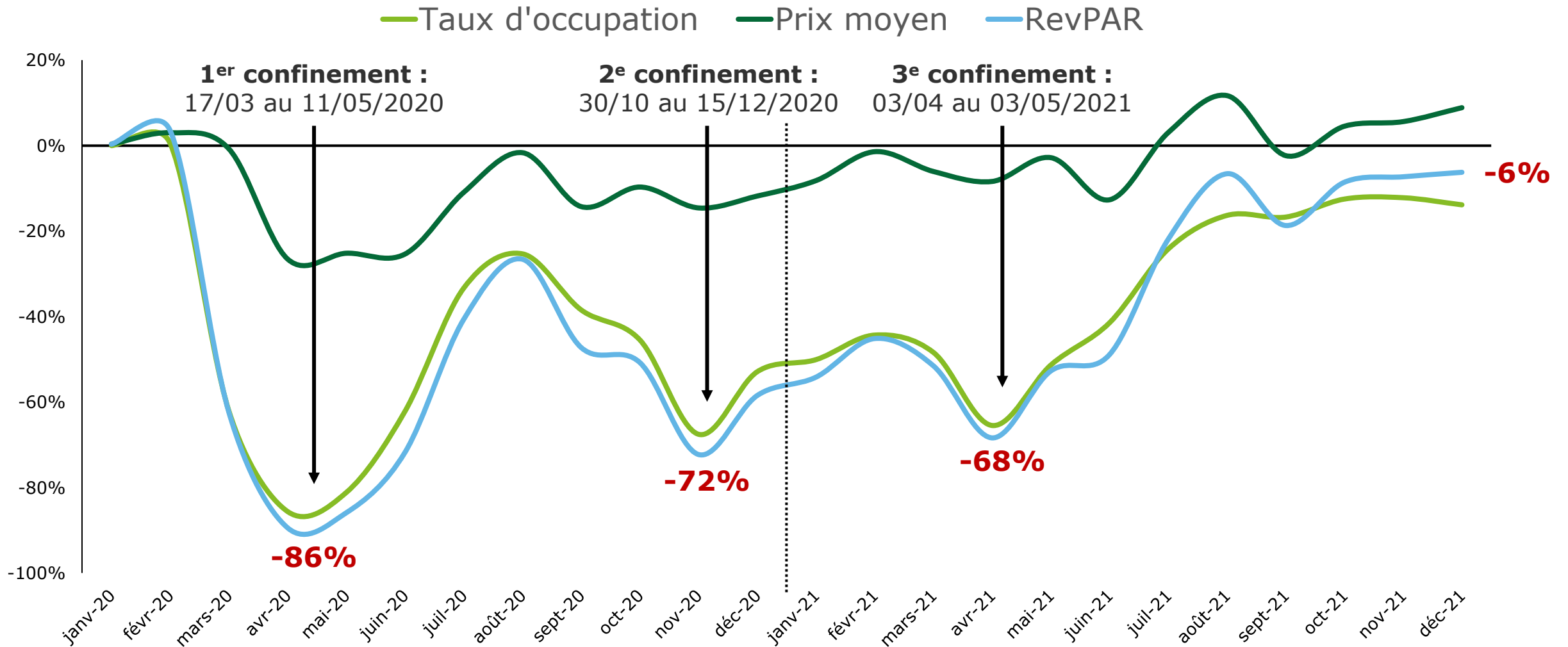
# Deux années de crise, entre espoir et inquiétude

Évolution des performances hôtelières en 2021 vs. 2019



# Des RevPAR toujours inférieurs à 2019

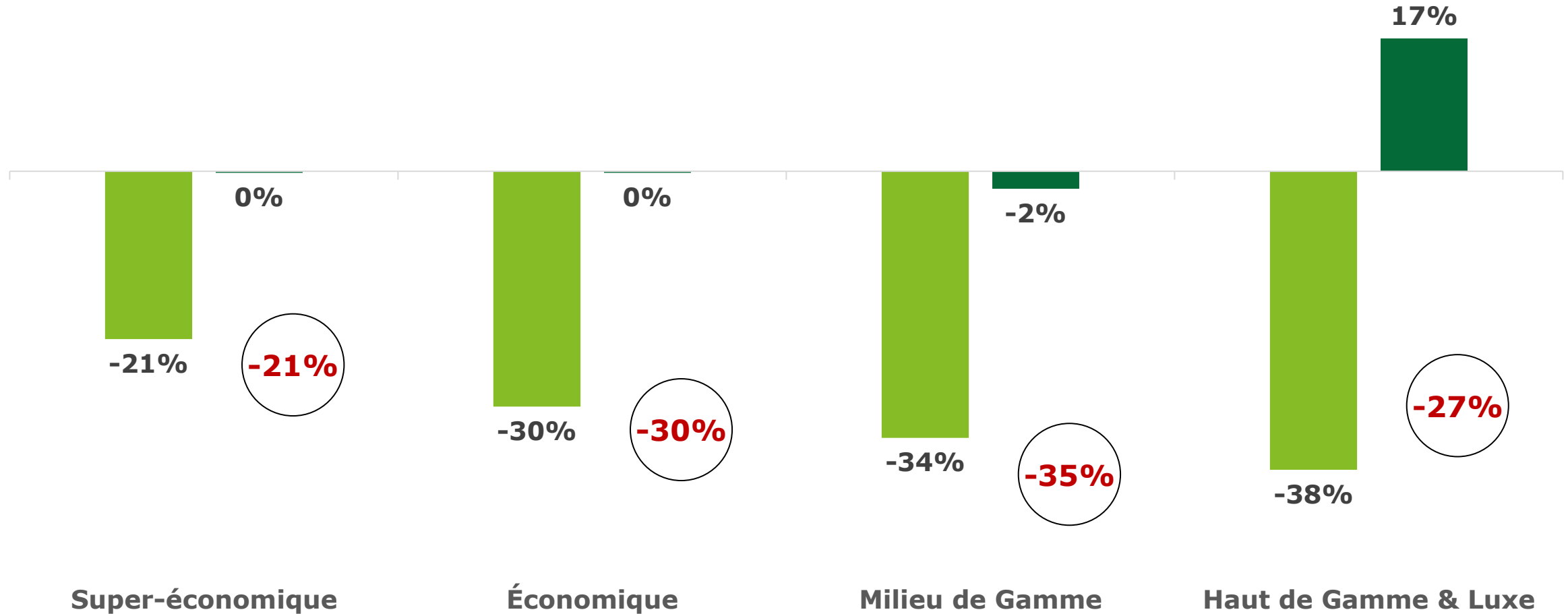
Variation des performances des hôtels ouverts et fermés depuis 2020 vs. 2019 sur les deux années



# Tourisme international et marché MICE toujours en berne

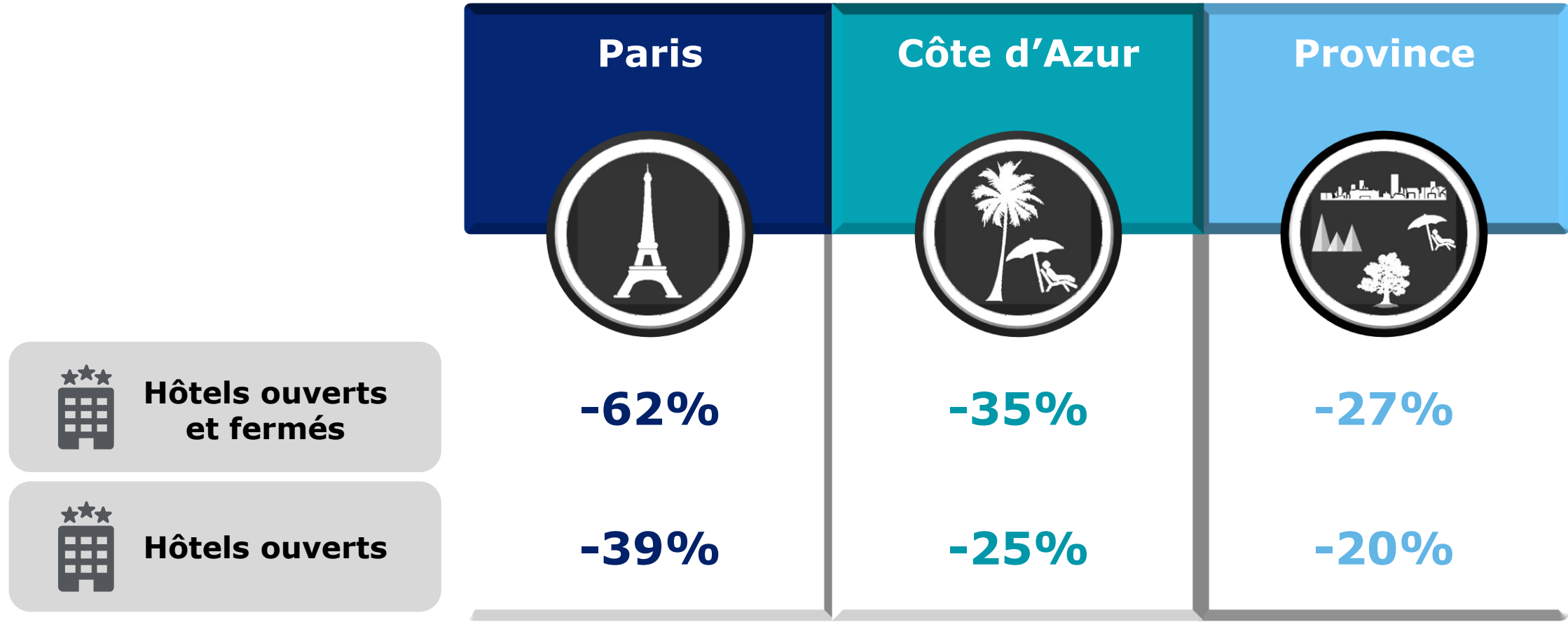
Variation des performances des hôtels ouverts en 2021 vs. 2019

■ Taux d'occupation ■ Prix moyen



# Paris nettement plus affecté par la crise

Évolution des RevPAR par territoire en 2021 vs. 2019

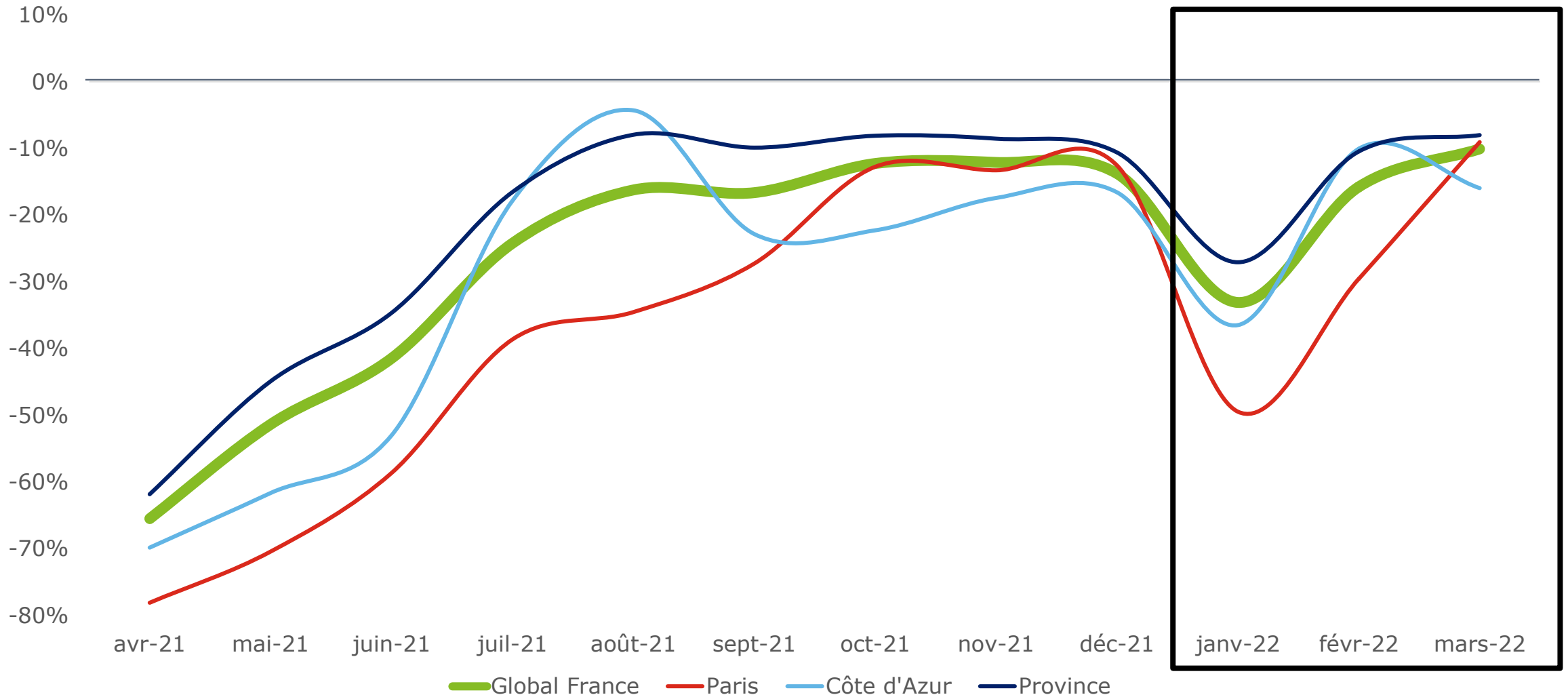




**2022, enfin l'année  
du retour à la  
normale ?**

# Une nette reprise à partir de mars 2022

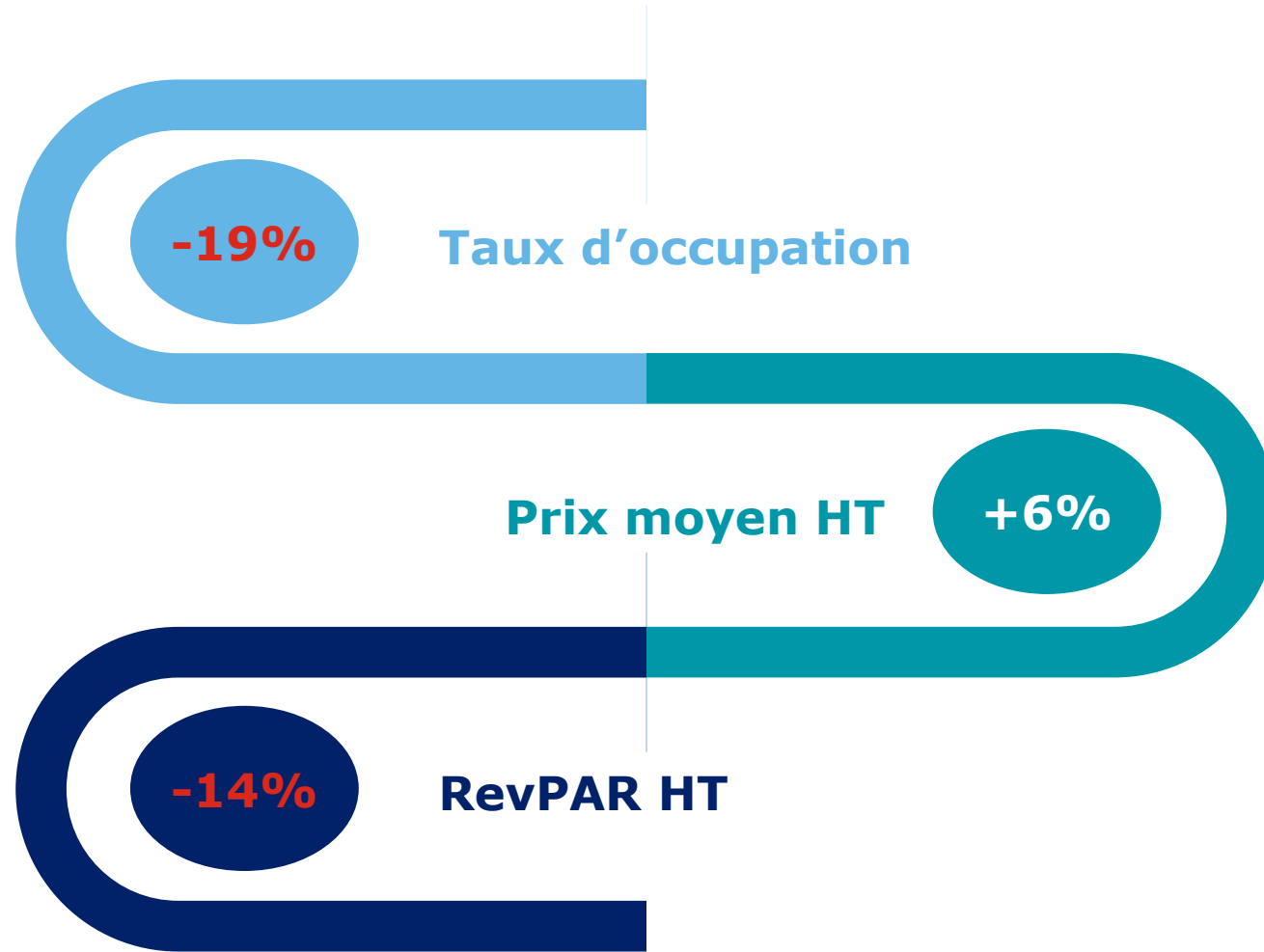
Variation du taux d'occupation des hôtels ouverts d'avril 2021 à mars 2022 vs. 2019 sur les deux années





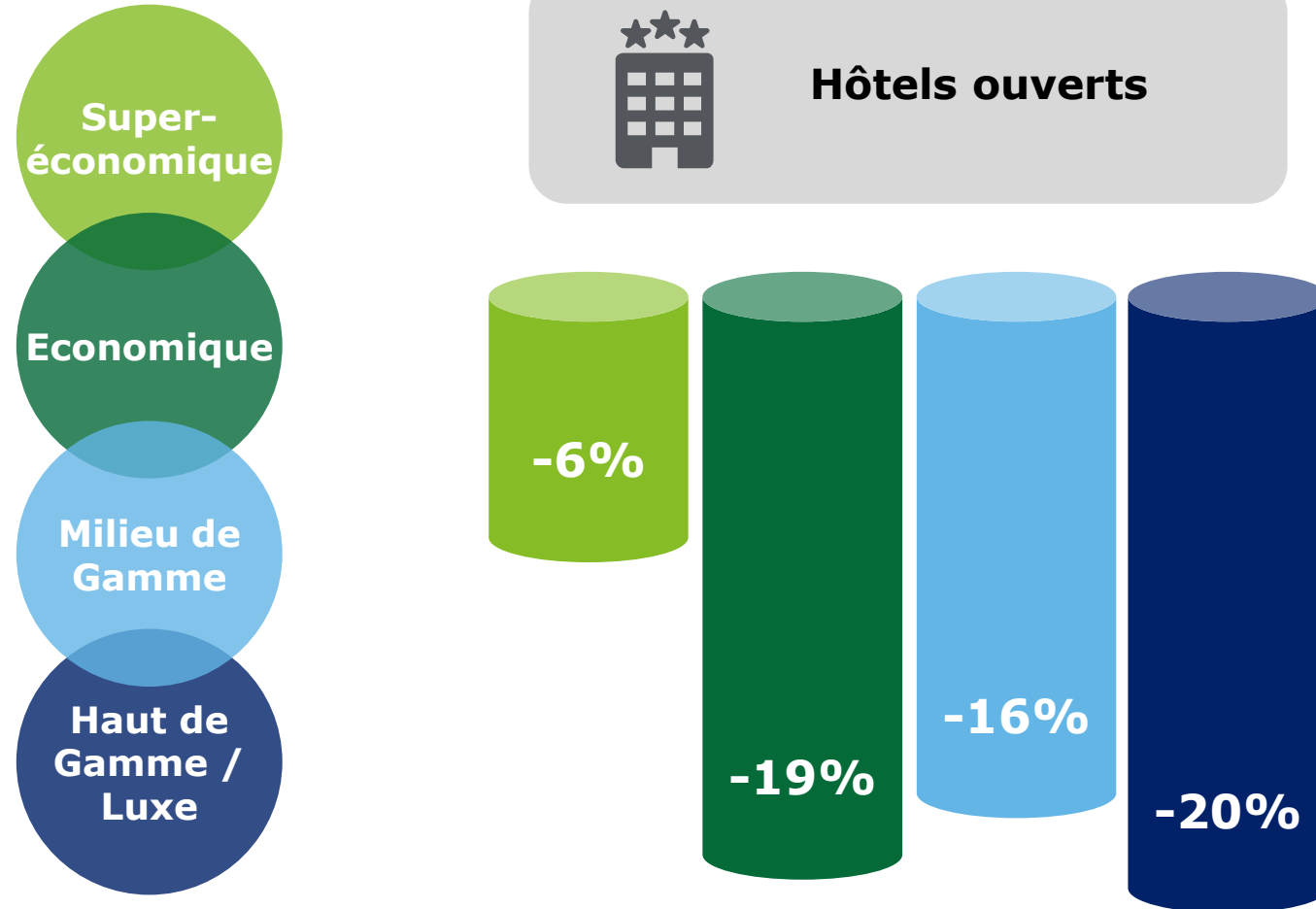
# Un début d'année 2022 sous l'influence du variant Omicron

Évolution des performances cumulées des hôtels ouverts de janvier à mars 2022 vs. 2019



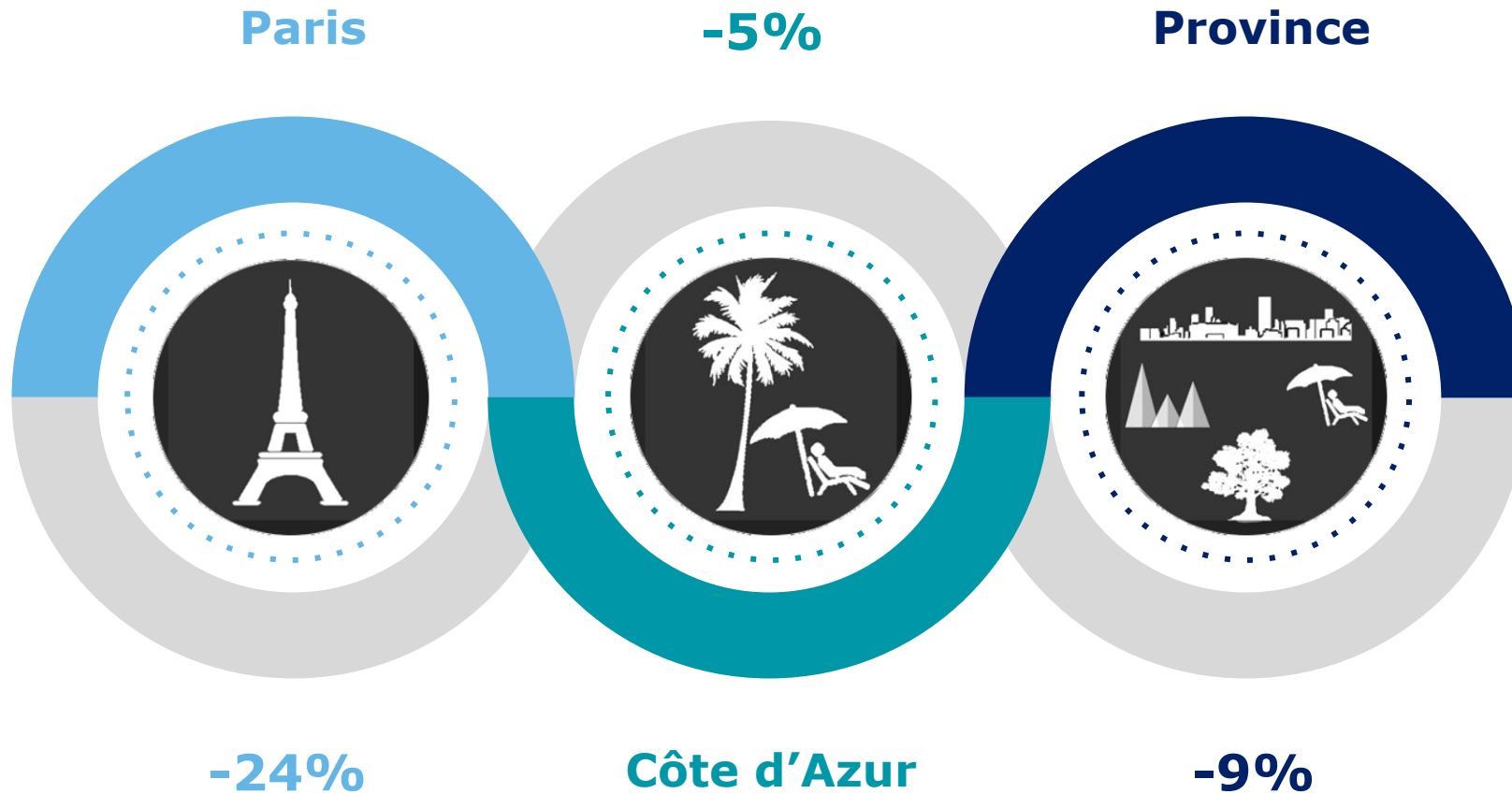
# Des RevPAR encore en baisse sur l'ensemble des gammes

Évolution des RevPAR cumulés des hôtels ouverts de janvier à mars 2022 vs. 2019



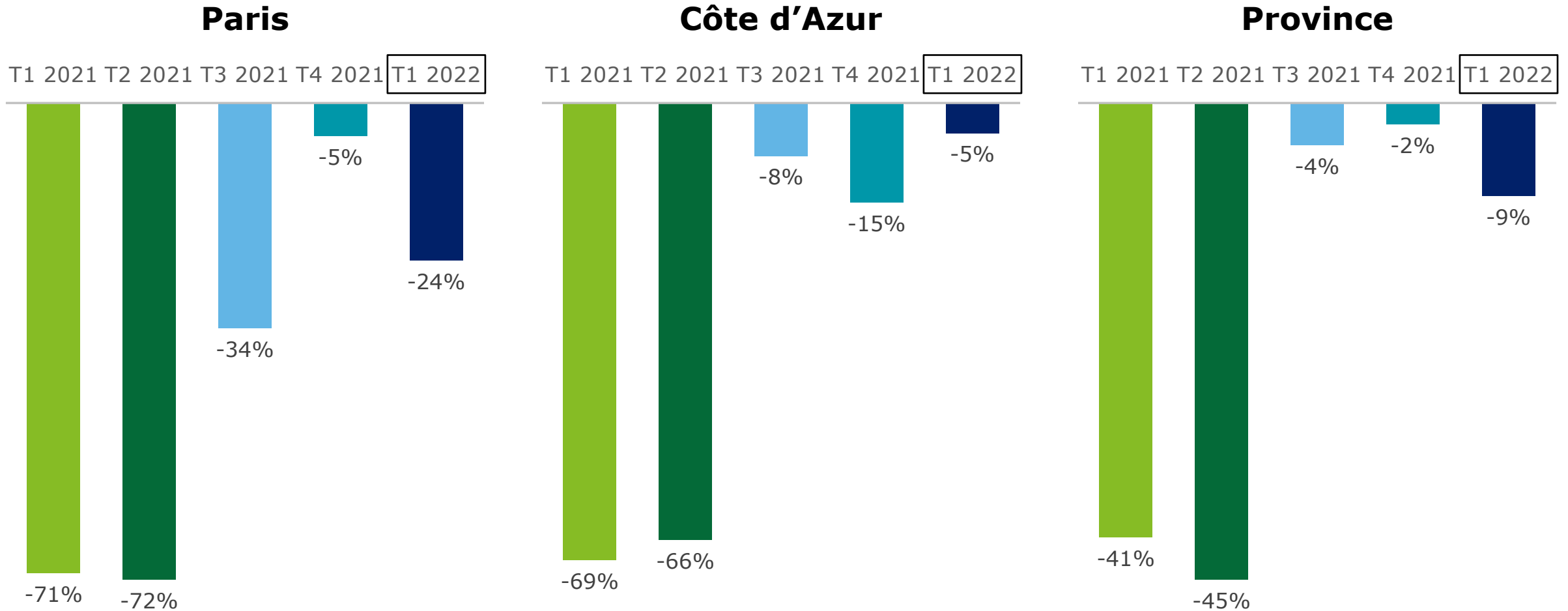
# Une amélioration plus rapide en Province et sur la Côte d'Azur

Évolution des RevPAR cumulés des hôtels ouverts de janvier à mars 2022 vs. 2019



# Un 1<sup>er</sup> trim. 2022 meilleur que celui de 2021, malgré Omicron

Variation du RevPAR des hôtels ouverts par trimestre de 2021 à 2022 vs. 2019 sur les deux années

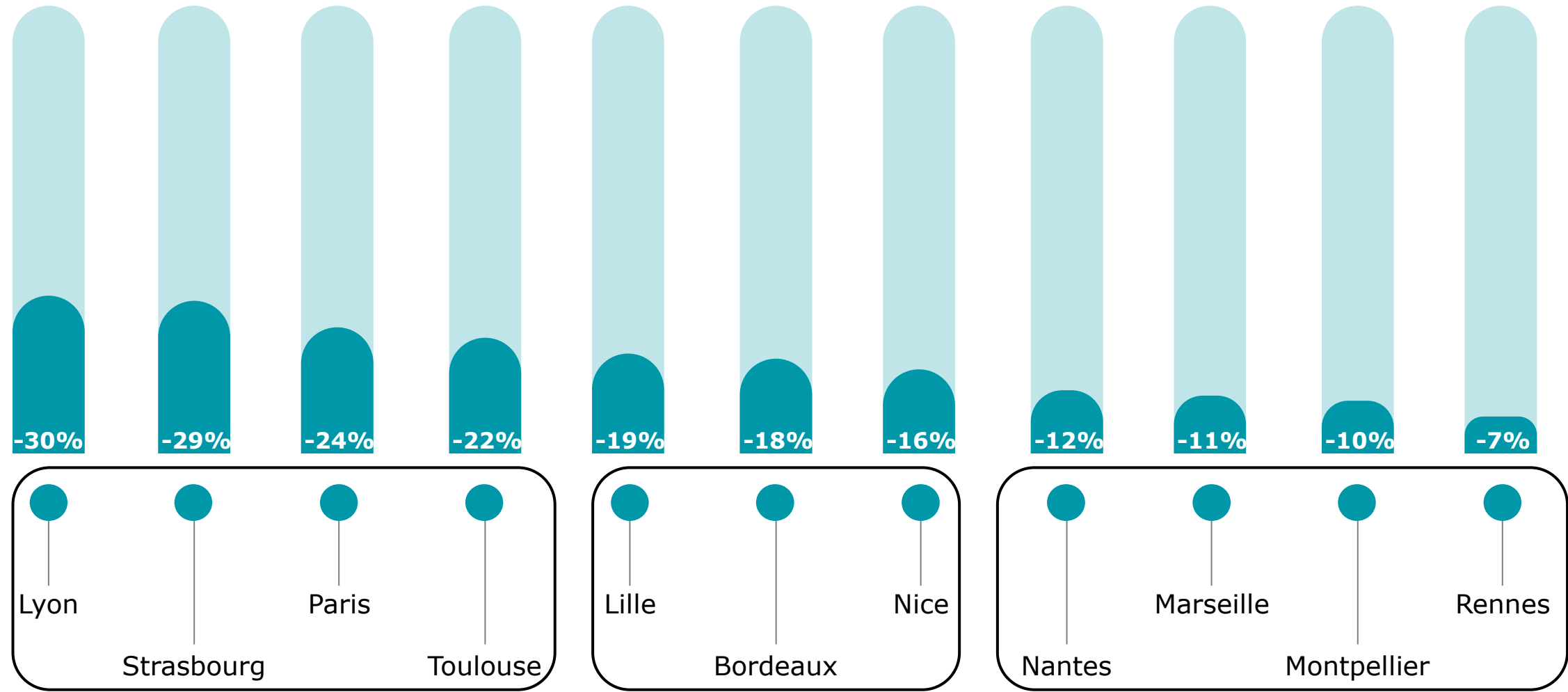


# Une reprise hétérogène selon le profil des métropoles françaises

Variation des RevPAR des hôtels ouverts en cumul au 1<sup>er</sup> trimestre 2022 vs. 2019

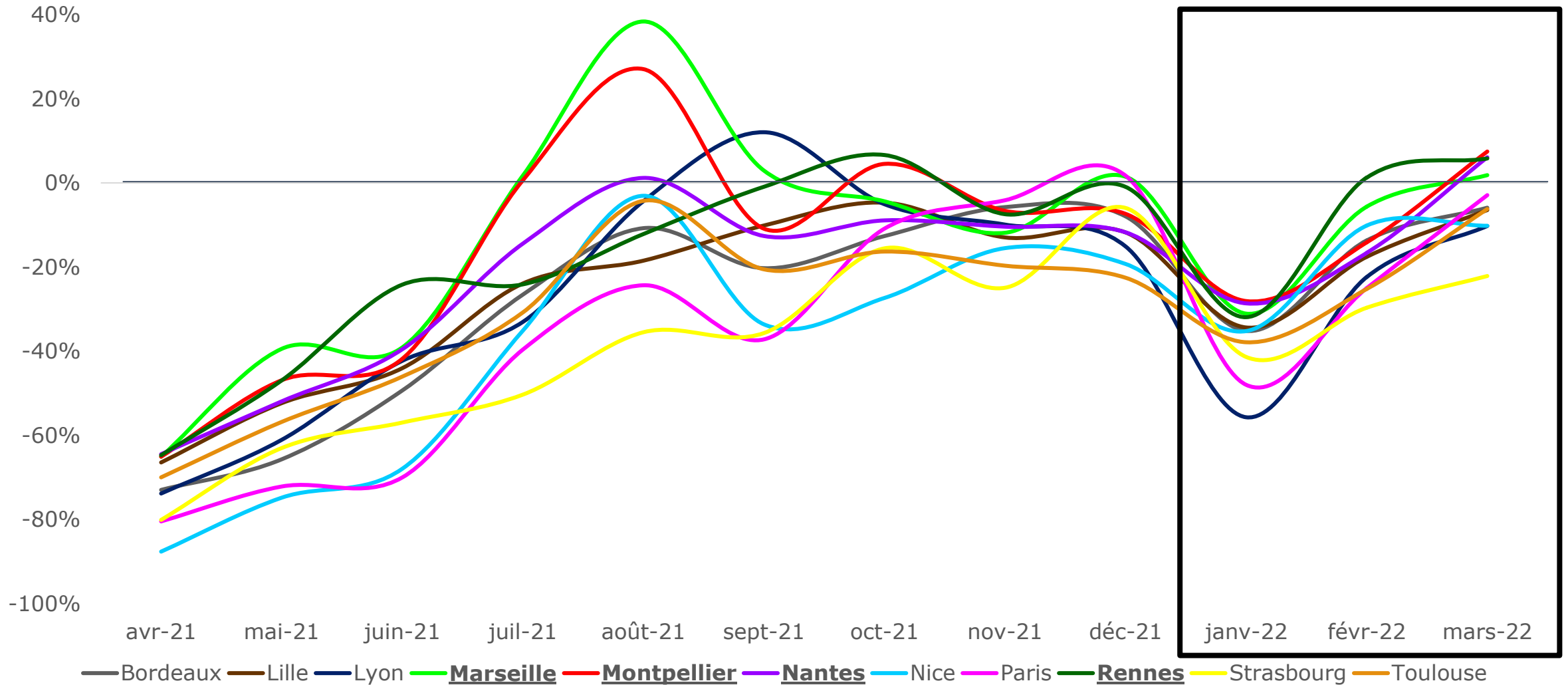
Clientèles internationales & Congrès

Individuelles affaires & loisirs



# Une amélioration du RevPAR, une tendance nationale

Variation du RevPAR des hôtels ouverts d'avril 2021 à mars 2022 vs. 2019 sur les deux années

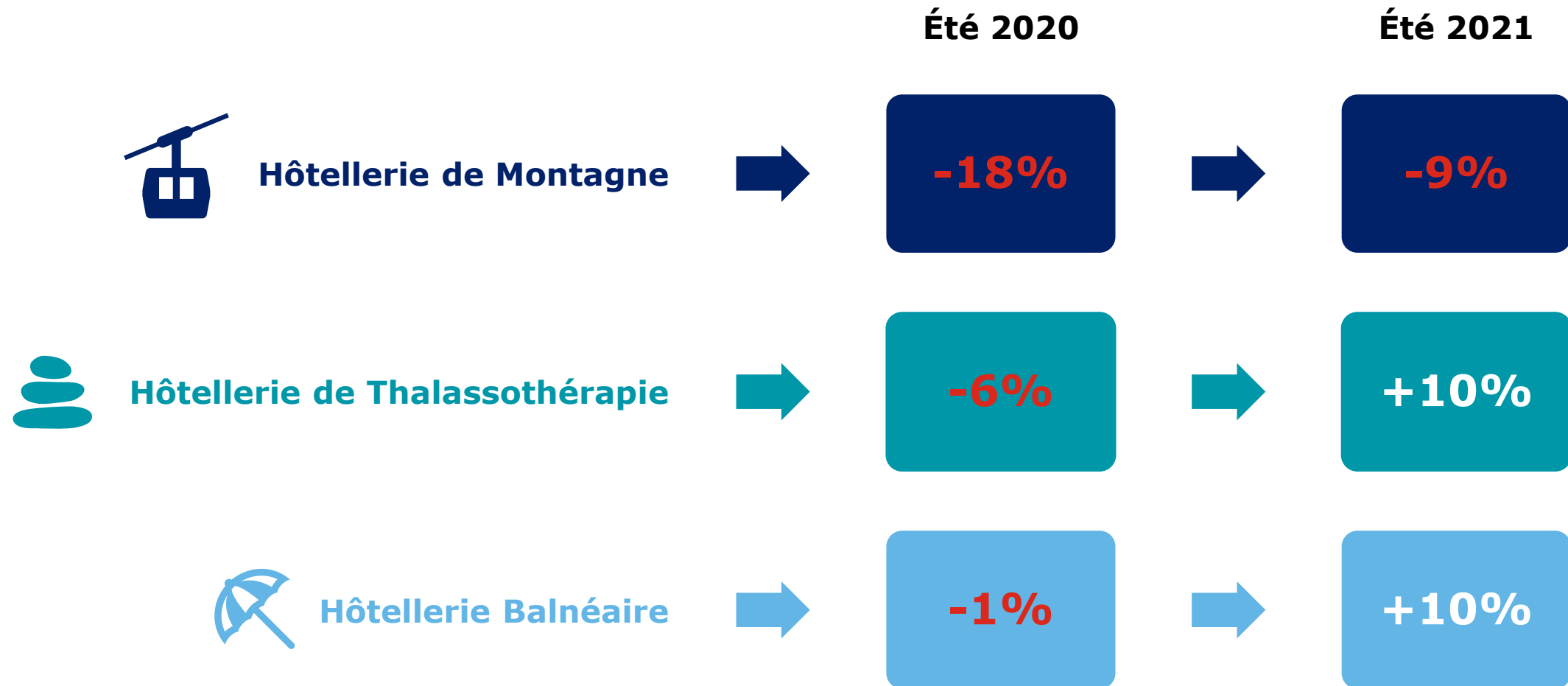




**Qu'en est-il de  
l'hôtellerie de  
loisirs ?**

# Un meilleur été 2021 sur l'ensemble des destinations

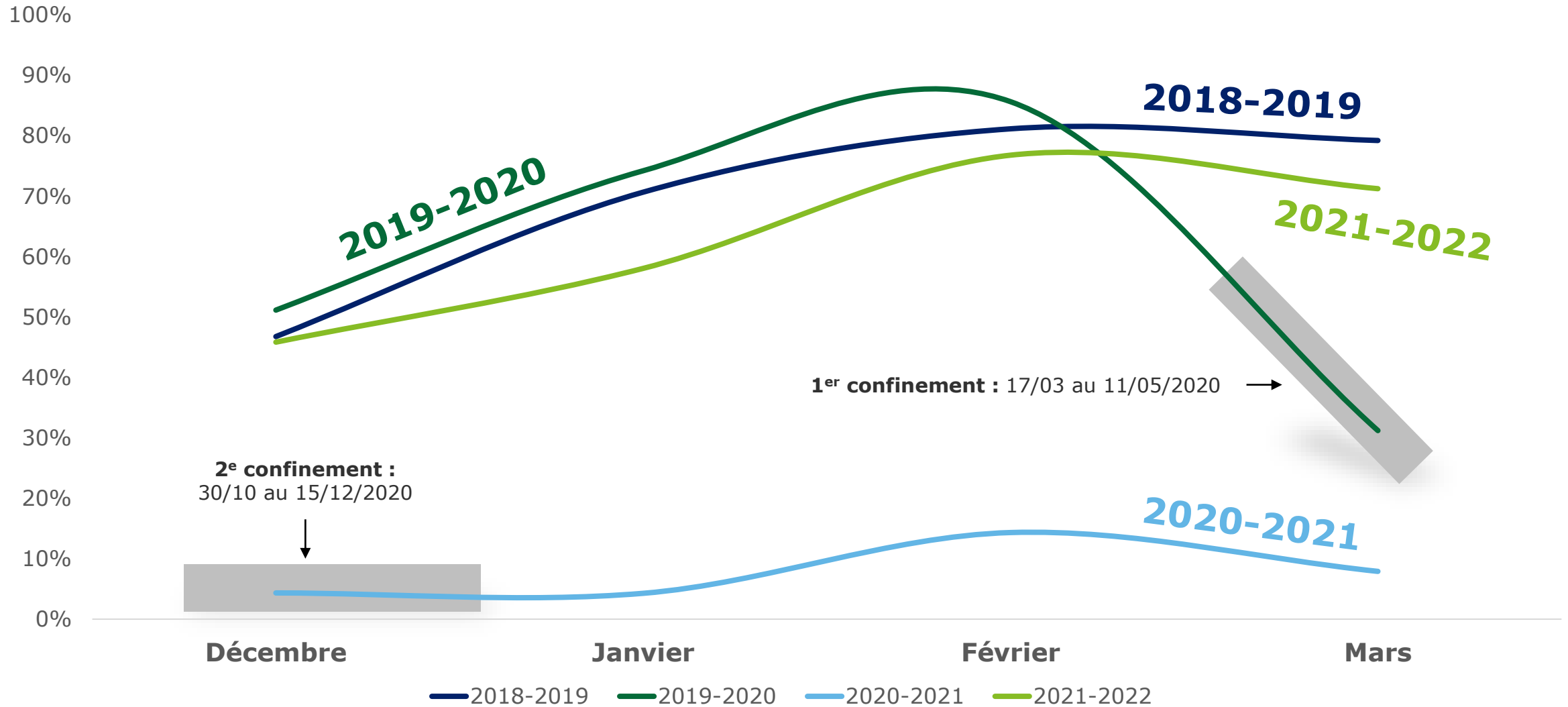
Variation du RevPAR en saison estivale (juillet et août) vs. 2019 sur les deux années





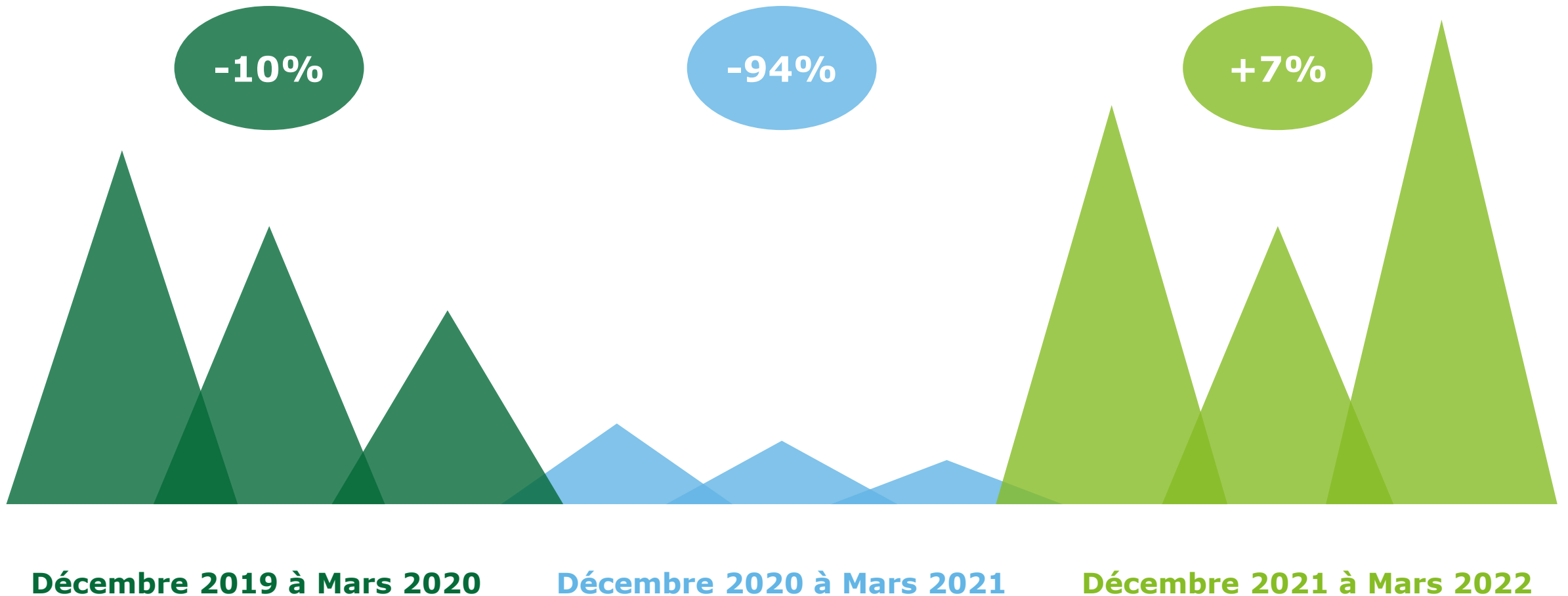
# Après une année blanche, un hiver 2021-22 notablement réussi

Saisonnalité de l'occupation des hôtels de montagne en saison hivernale



# Après une année blanche, un hiver particulièrement réussi

Variation du RevPAR en saison hivernale vs. 2019 sur les trois périodes



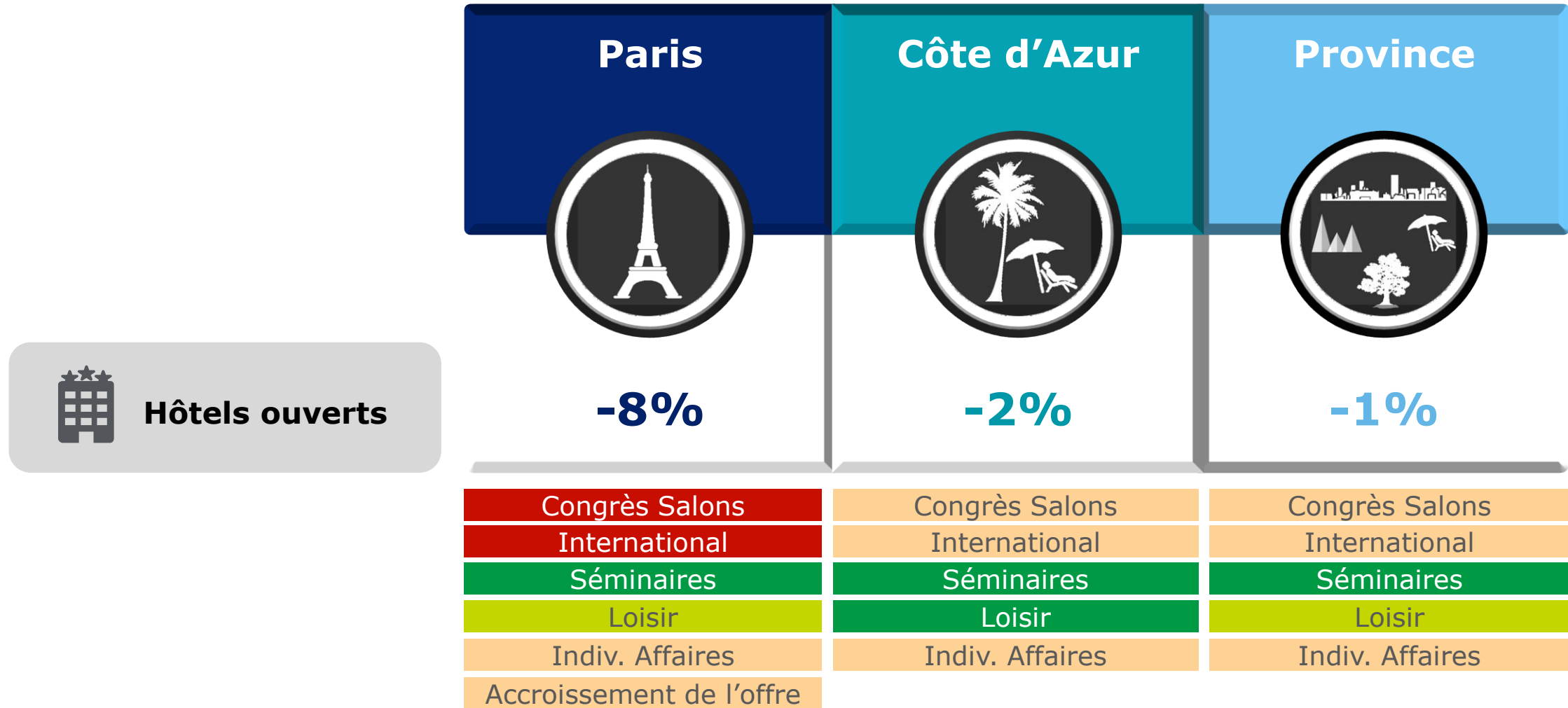


## Quel atterrissage pour 2022 ?

*Avertissement : Les éléments présentés dans les pages suivantes reposent sur les données collectées et échantillonnées par In Extenso TCH. Ces informations ne peuvent être interprétées comme des conseils d'investissement, fiscaux, comptables ou juridiques. De même, comme toutes projections de marché, elles revêtent un caractère incertain, accentué par un contexte volatile. Ces projections ont été réalisées début 2022 sur la base d'une sortie de la crise du Covid-19 et sous réserve d'une absence d'évènement majeur – nouveau confinement, crise internationale, etc. – dans l'année susceptible d'impacter le marché hôtelier français.*

# Confirmation de la reprise,

Évolution des RevPAR par territoire en 2022 vs. 2019



*Avertissement : Les éléments présentés dans les pages suivantes reposent sur les données collectées et échantillonnées par In Extenso TCH. Ces informations ne peuvent être interprétées comme des conseils d'investissement, fiscaux, comptables ou juridiques. De même, comme toutes projections de marché, elles revêtent un caractère incertain, accentué par un contexte volatil. Ces projections ont été réalisées début 2022 sur la base d'une sortie de la crise du Covid-19 et sous réserve d'une absence d'évènement majeur – nouveau confinement, crise internationale, etc. – dans l'année susceptible d'impacter le marché hôtelier français.*

# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

# Deloitte.



## Les Tendances de l'hôtellerie

Hôtellerie : nouveaux entrants et nouvelle donne

Jeudi 21 avril 2022



# Nouveau Départ

Perspectives Européennes

**Aoife Roche – Commercial Director**

Source: 2022 STR, LLC / STR Global, Ltd. trading as "STR". © CoStar Group. Any reprint, use or republication of all or a part of this presentation without the prior written approval of STR is strictly prohibited. Any such reproduction shall specifically credit STR as the source. This presentation is based on data collected by STR. The information in the presentation should not be construed as investment, tax, accounting or legal advice.

## 1. La fréquentation en augmentation

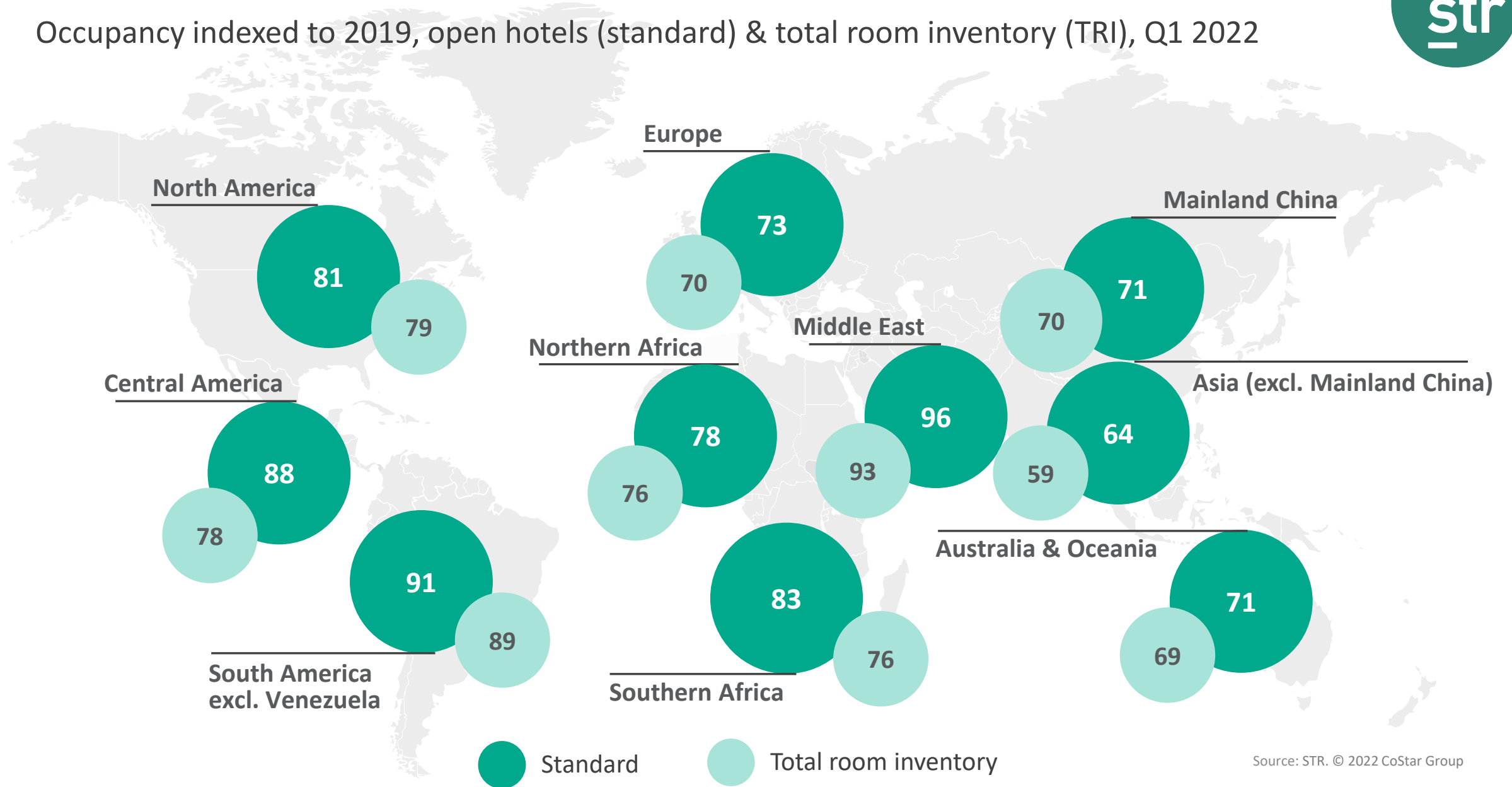
- Les habitudes de voyages reviennent à la normale
- Les voyages loisirs prennent le devant
- Rebondissement des déplacements d'affaires
- Événements à l'horizon

## 2. Augmentation des tarifs des chambres

## 3. Un regard vers l'avenir

# Q1 recovery shows great promise

Occupancy indexed to 2019, open hotels (standard) & total room inventory (TRI), Q1 2022

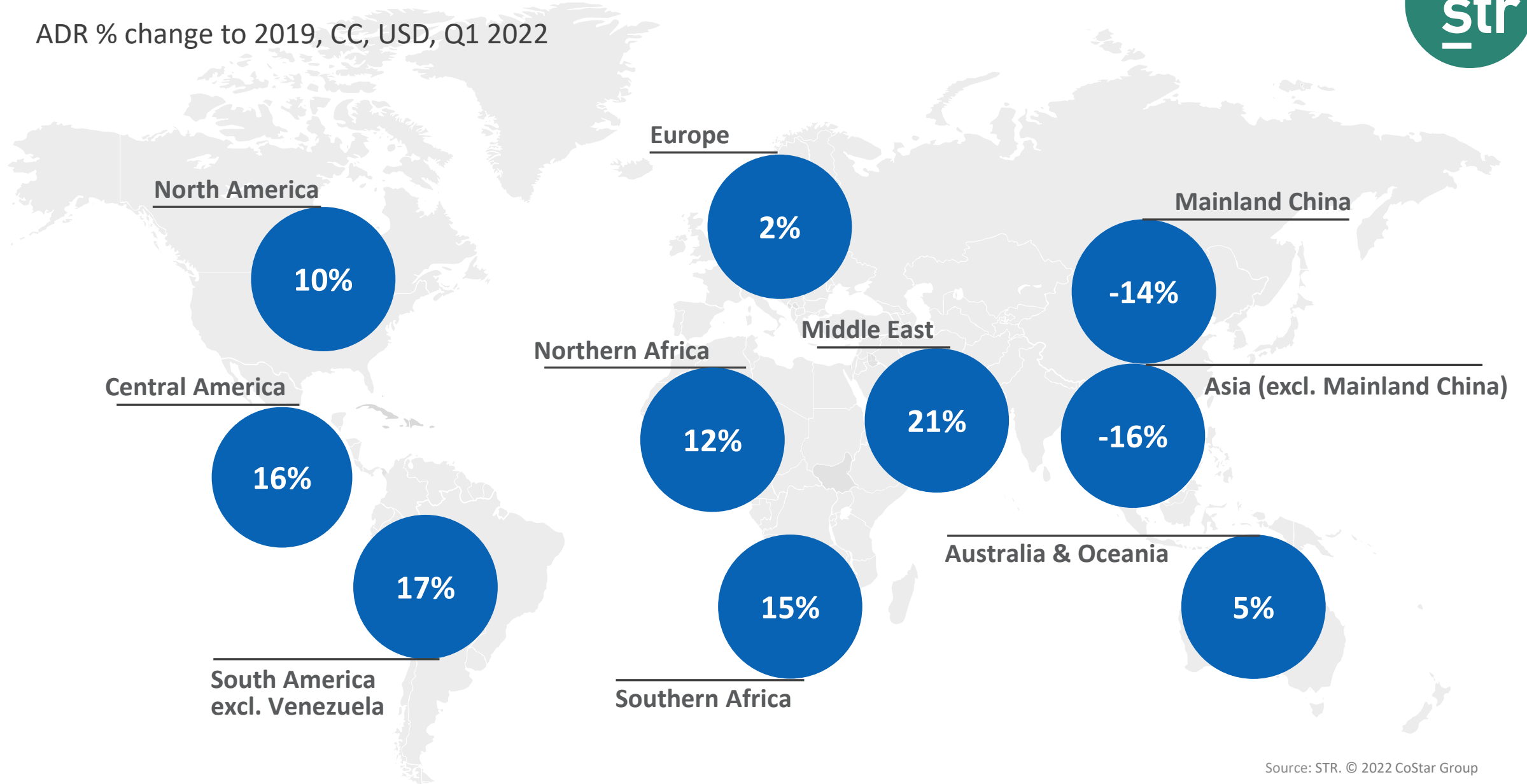




# ADR Recovery streets ahead and divorced from demand



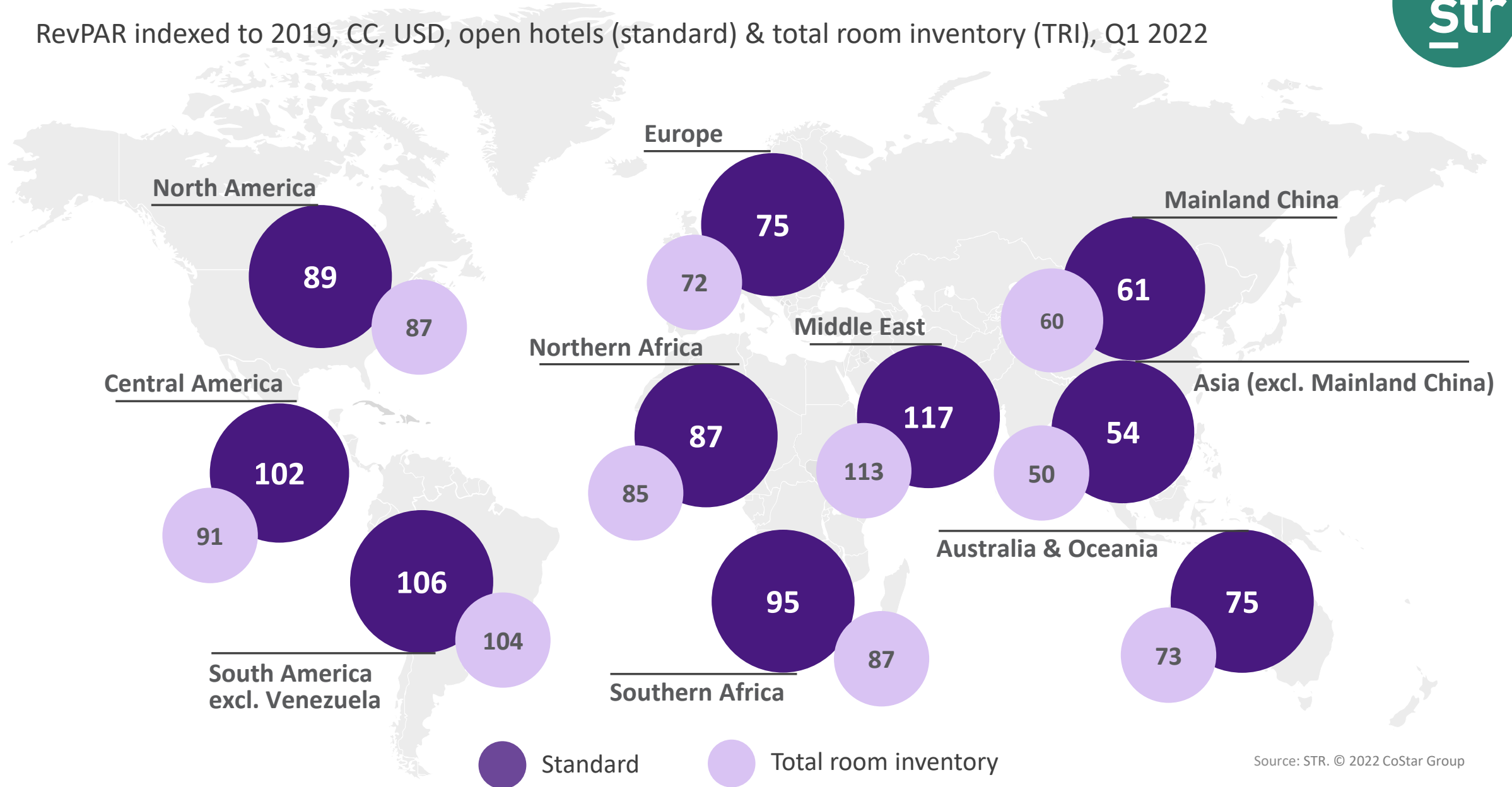
ADR % change to 2019, CC, USD, Q1 2022



# RevPAR recovery is however reliant on demand increasing

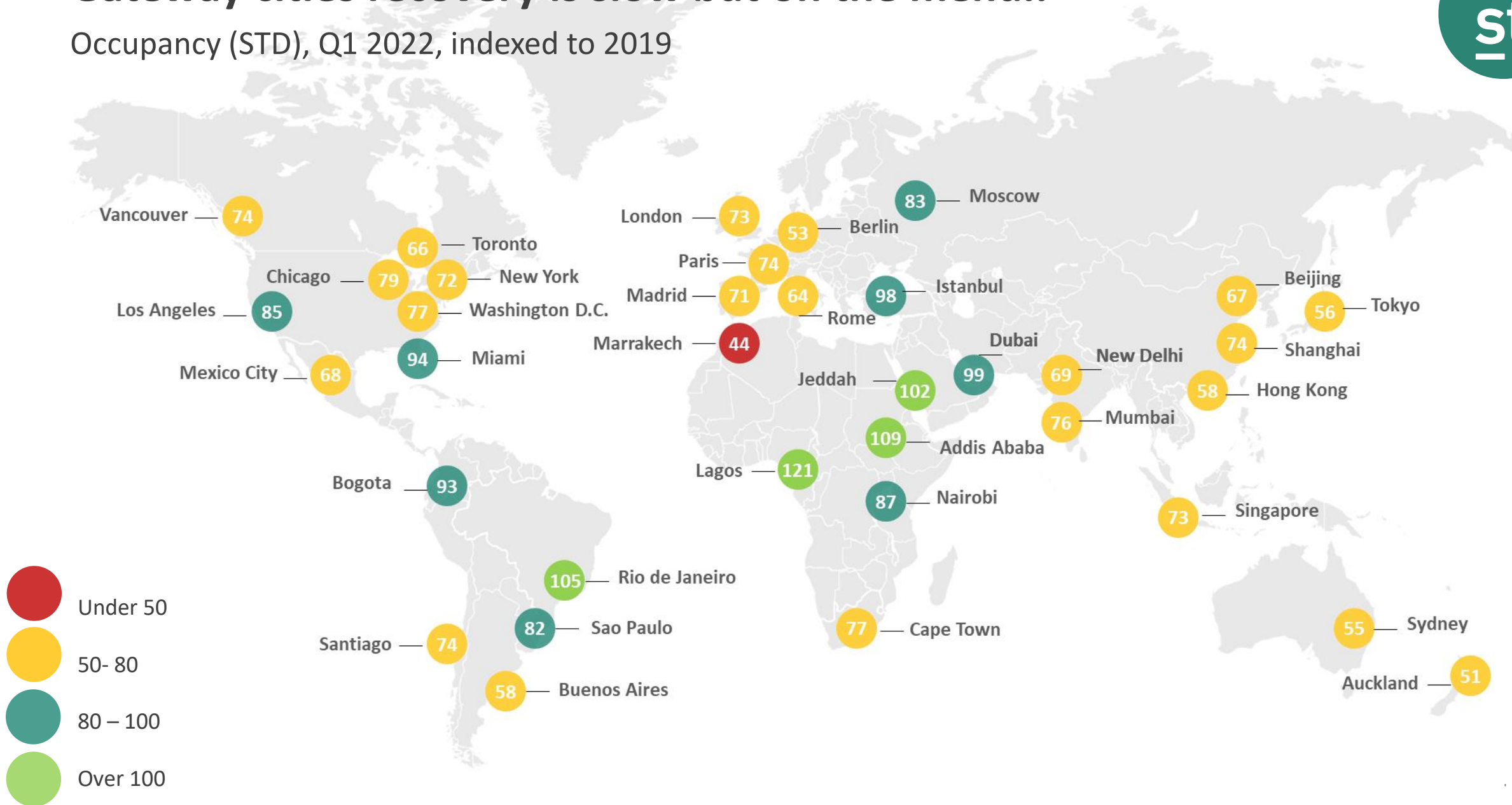


RevPAR indexed to 2019, CC, USD, open hotels (standard) & total room inventory (TRI), Q1 2022



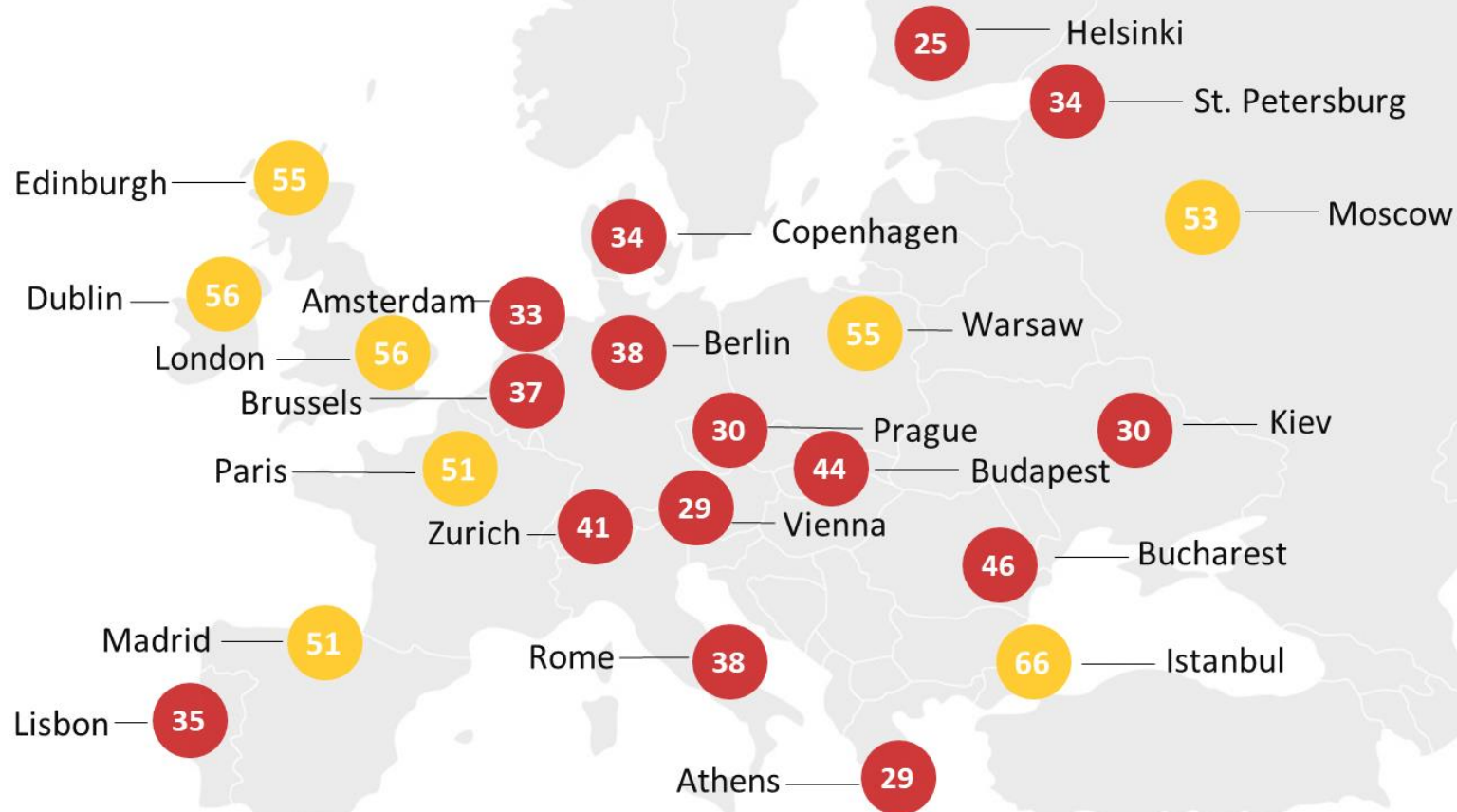
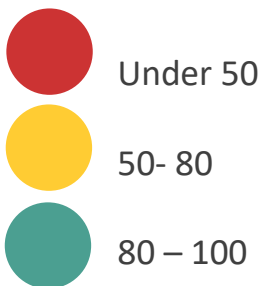
# Gateway cities recovery is slow but on the mend..

Occupancy (STD), Q1 2022, indexed to 2019



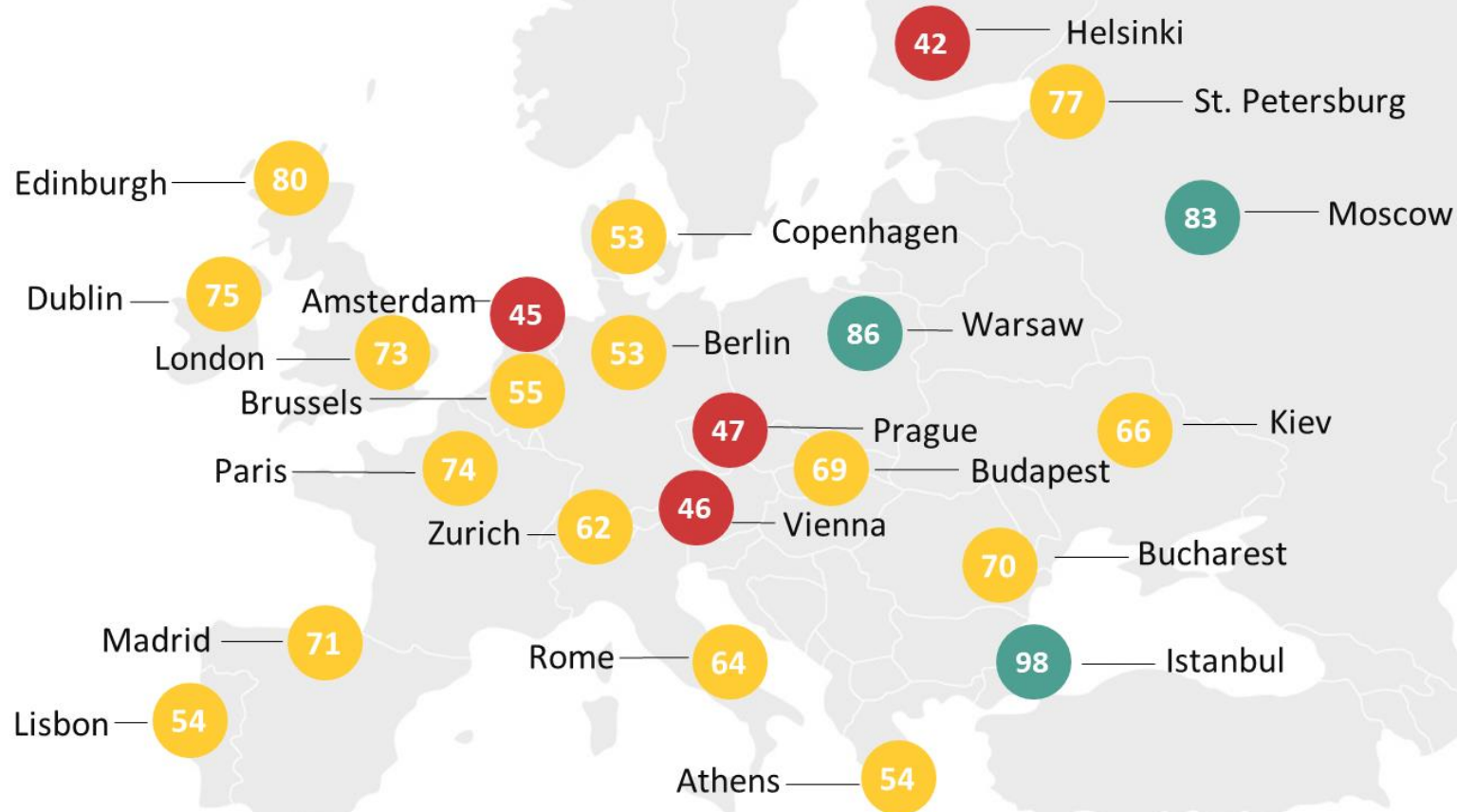
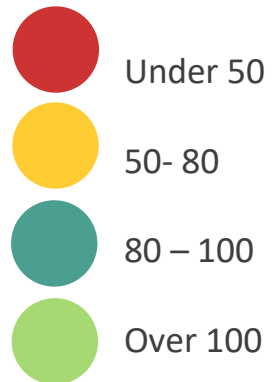
# Occupancy levels hover around the 40-50% mark for most

European major markets, Occupancy (STD), Q1 2022



# ... indexing above 50-70% to 2019 levels for most

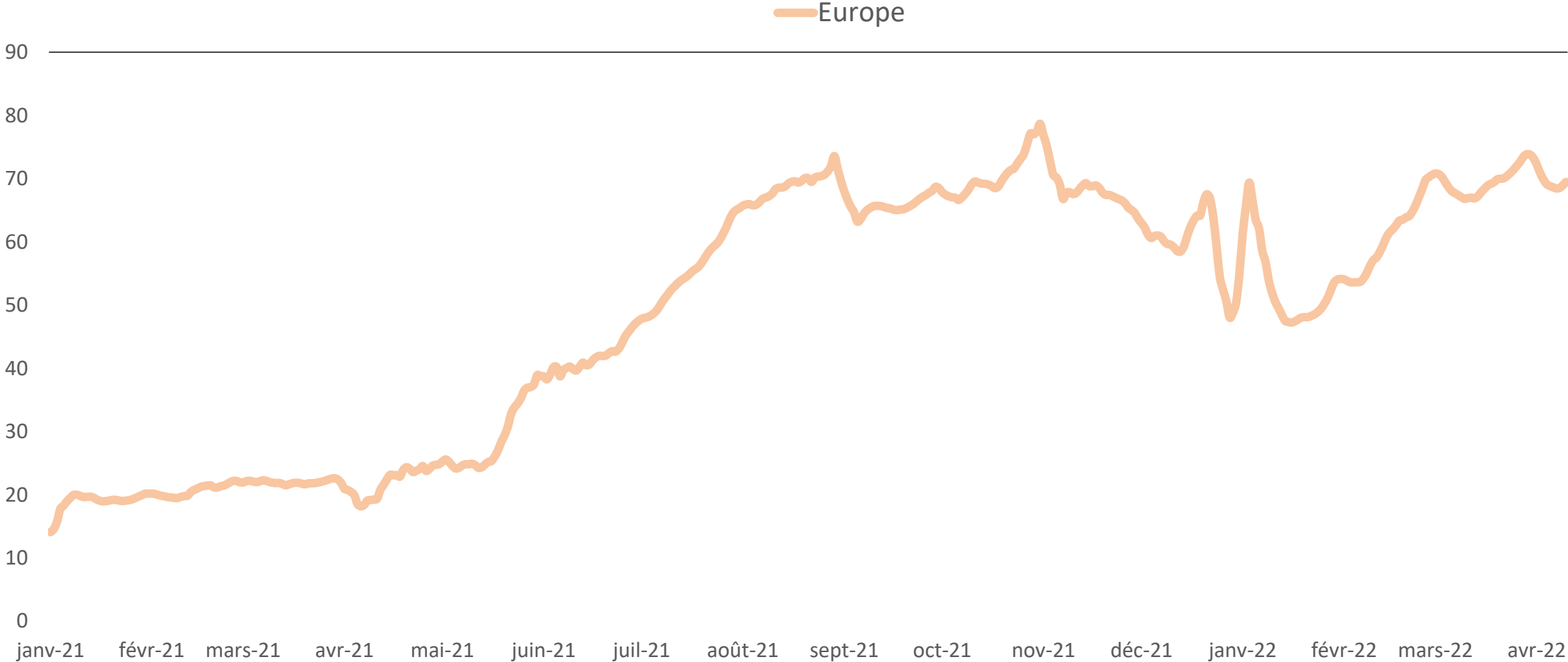
European major markets, Occupancy (STD), Q1 2022, indexed to 2019



# The recovery trend line post Omicron remains strong into the Spring..



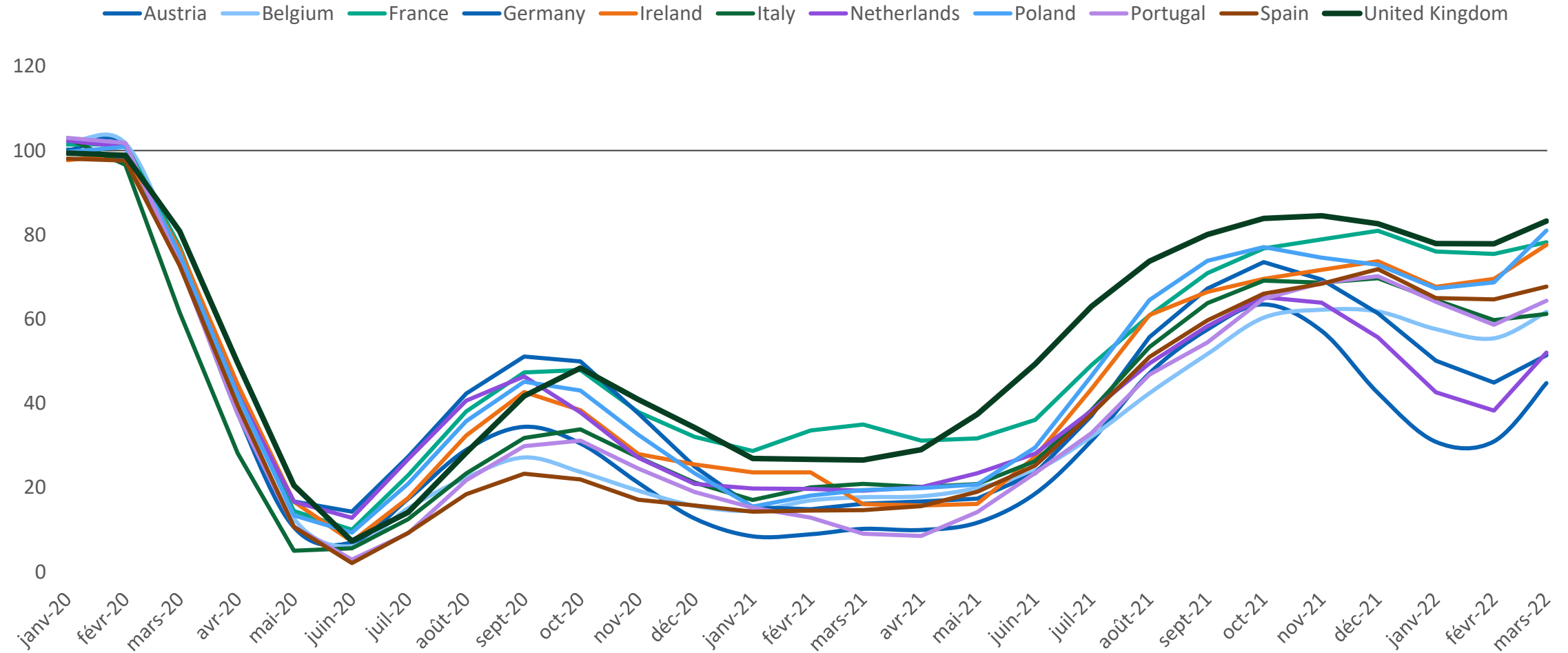
Occupancy R7 (TRI), indexed to 2019



# .... Some countries are bouncing back faster than others..



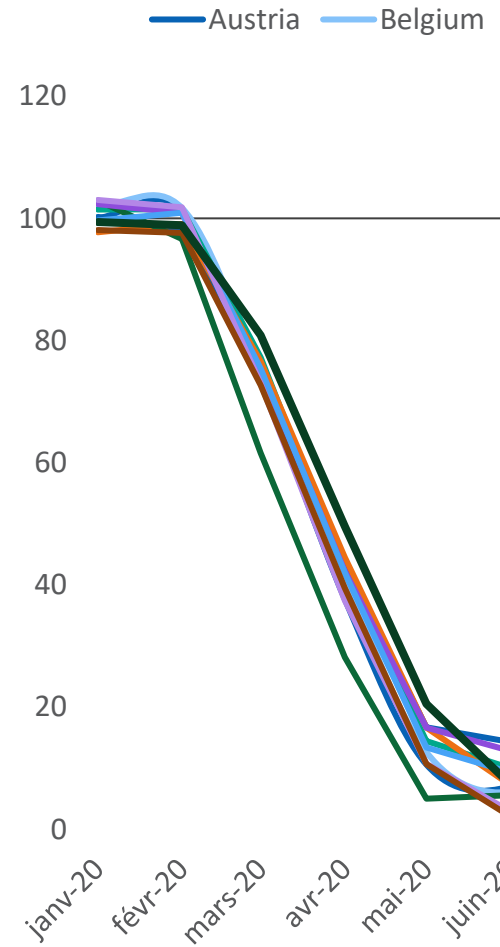
Occupancy (TRI) R3 Jan 2021 to Mar 2022, indexed to 2019



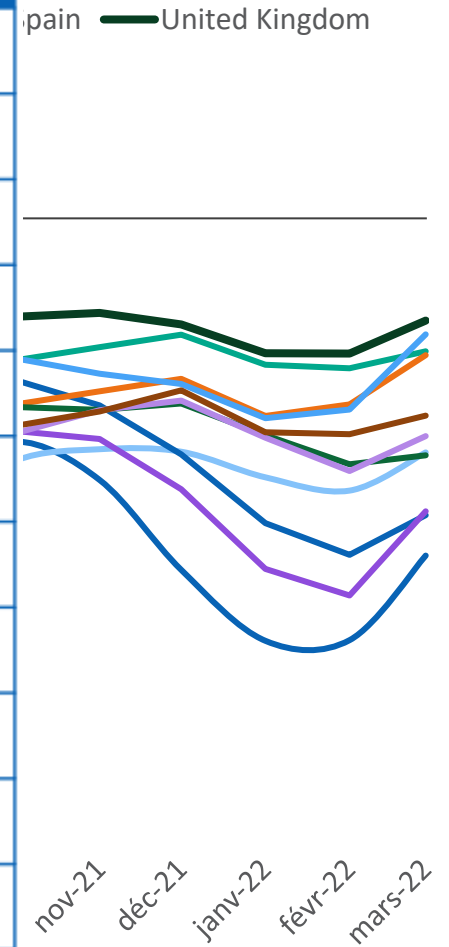
# .... Some countries are bouncing back faster than others..



Occupancy (TRI) R3 Jan 2021 to Mar 2022. indexed to 2019



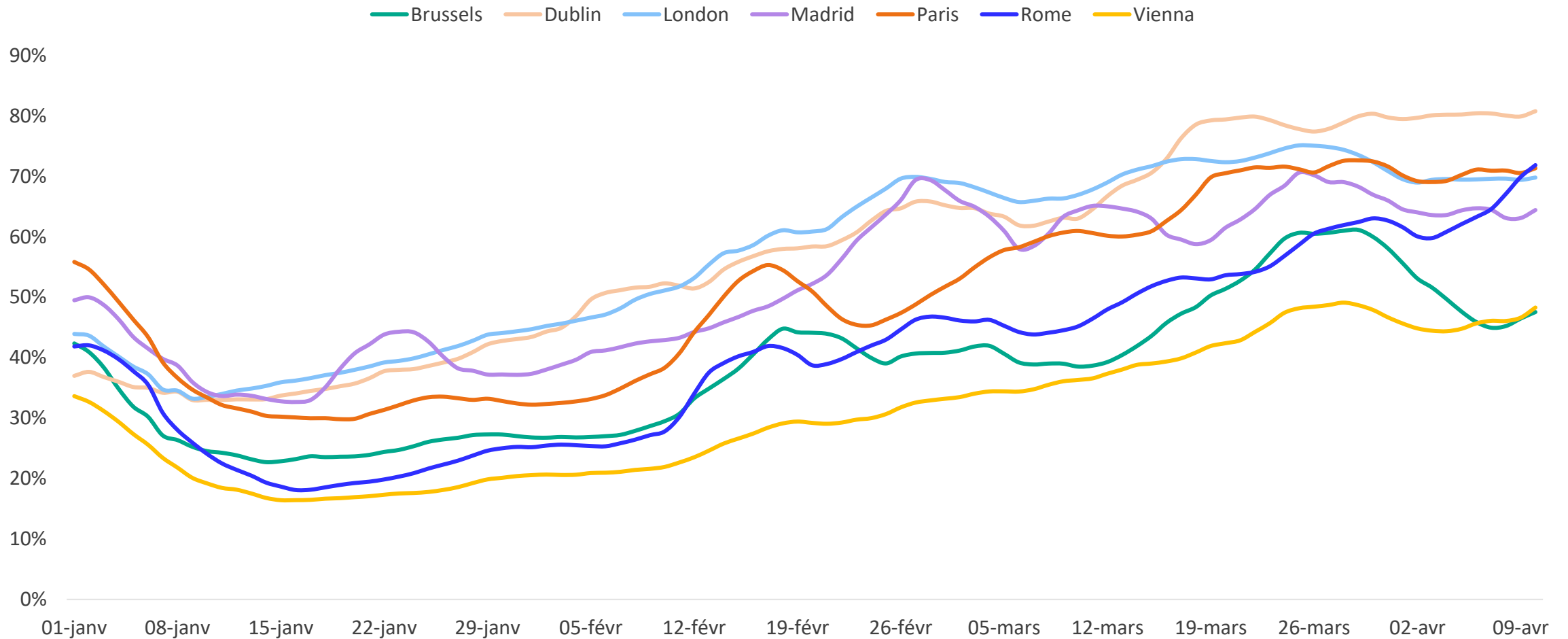
Ranking	Country	Mar 2022 R3 Occ indexed to 2019
1	United Kingdom	83
2	Poland	81
3	France	78
4	Ireland	78
5	Spain	68
6	Portugal	64
7	Belgium	62
8	Italy	61
9	Netherlands	52
10	Germany	51
11	Austria	41





# Gateway City Occupancy is trending up – ranging from 40-80%

Occupancy (STD) R7 Jan 2022 to Apr 2022



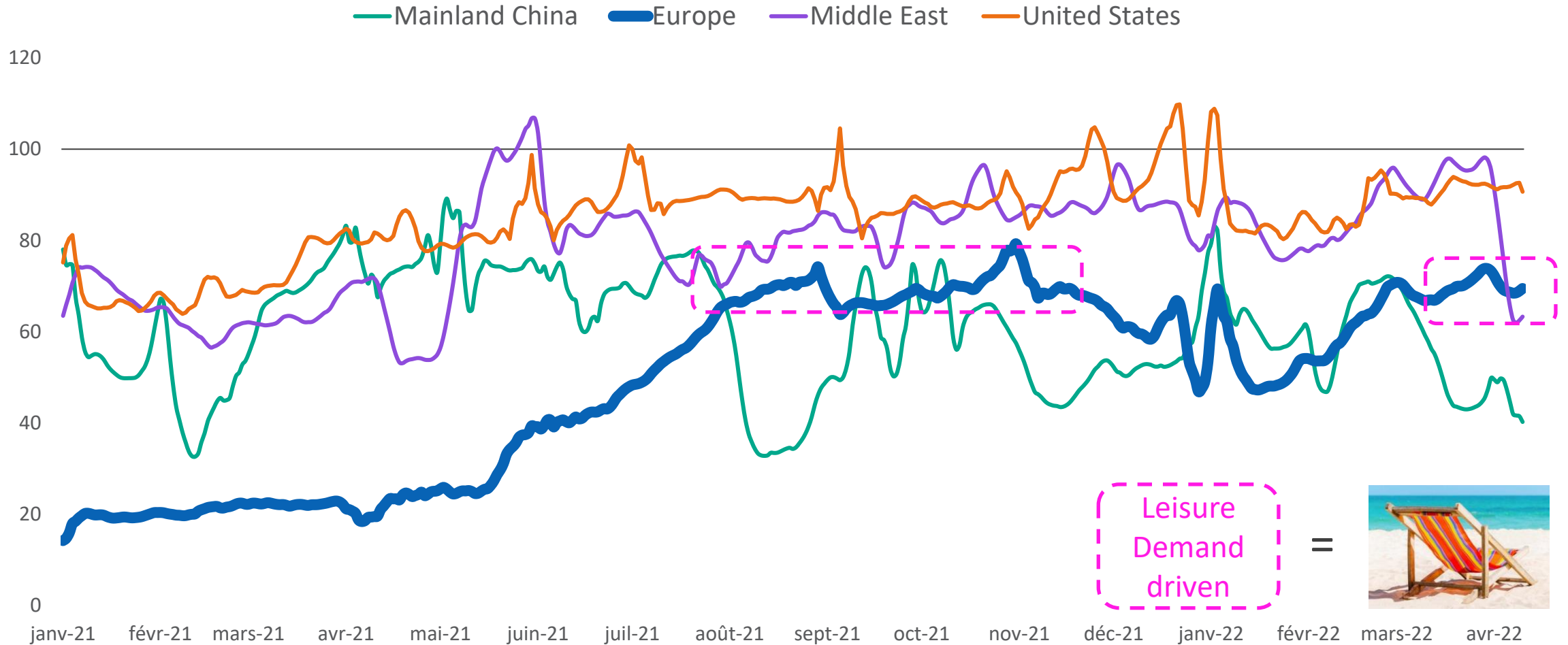
# Leisure travel still dominates



# Leisure travel has underpinned demand recovery to date...



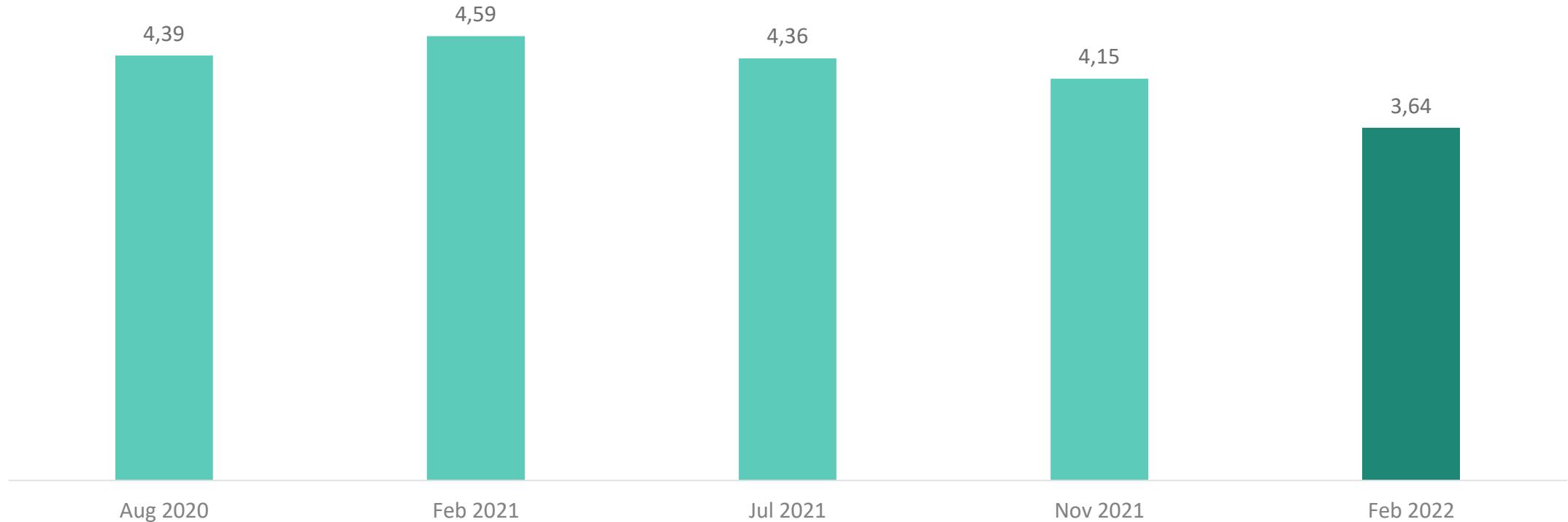
Rolling 7 days occupancy (Total Room Inventory) indexed to 2019



# COVID-19 has become a less significant factor among those who have not booked or undertaken travel in recent months.



## Influence of COVID-19 on decision not to book (Av. Rating 1-5)



Q: Since 1<sup>st</sup> July 2020 (Aug 2020)/1<sup>st</sup> January 2021 (Feb 2021 & Jul 2021) /1<sup>st</sup> July 2021 (Nov 2021) /1<sup>st</sup> January 2022 (Feb 2022), have you...

Base: All: Aug 2020 (1333), Feb 2021 (1333), Jul 2021 (1750), Nov 2021 (1440), Feb 2022 (1386)

Q: To what extent has Covid-19 influenced your decision not to book or undertake an overnight trip?

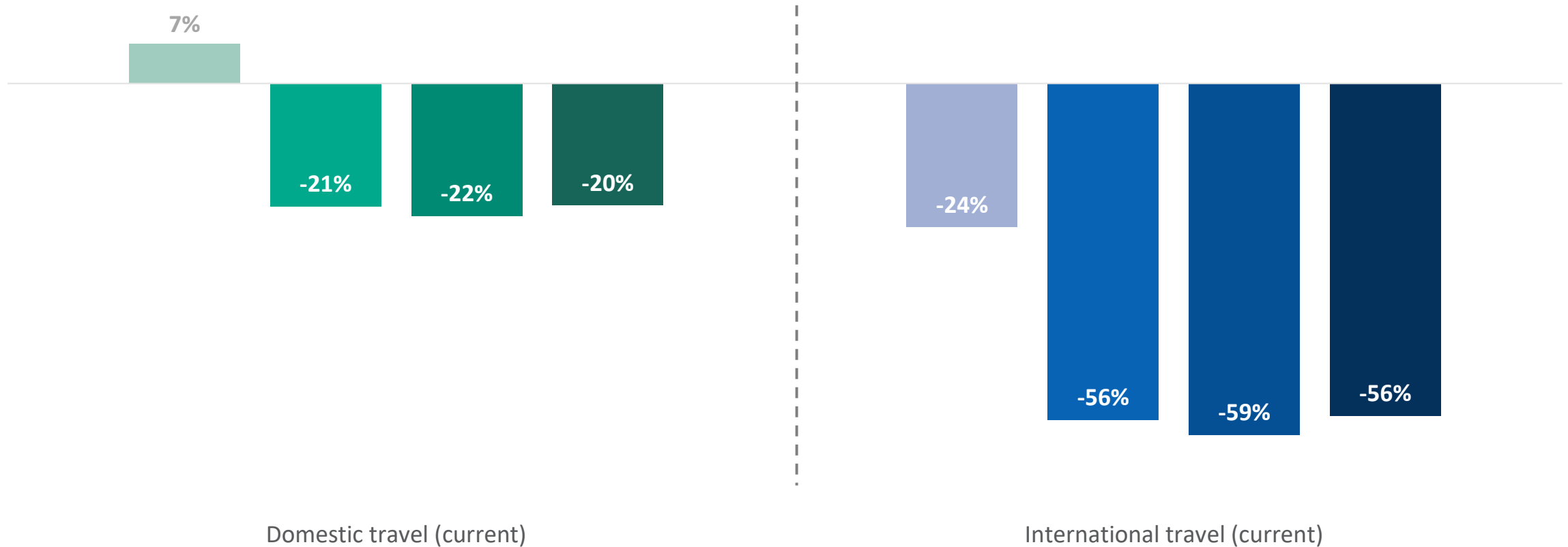
Base Aug 2020 (766), Feb 2021 (911), Jul 2021 (568), Nov 2021 (375), Feb 2022 (592)

# Overall sentiment improved compared with November 2021.

Current (Net Propensity)



■ Feb 2021 ■ Jul 2021 ■ Nov 2021 ■ Feb 2022 ■ Feb 2021 ■ Jul 2021 ■ Nov 2021 ■ Feb 2022

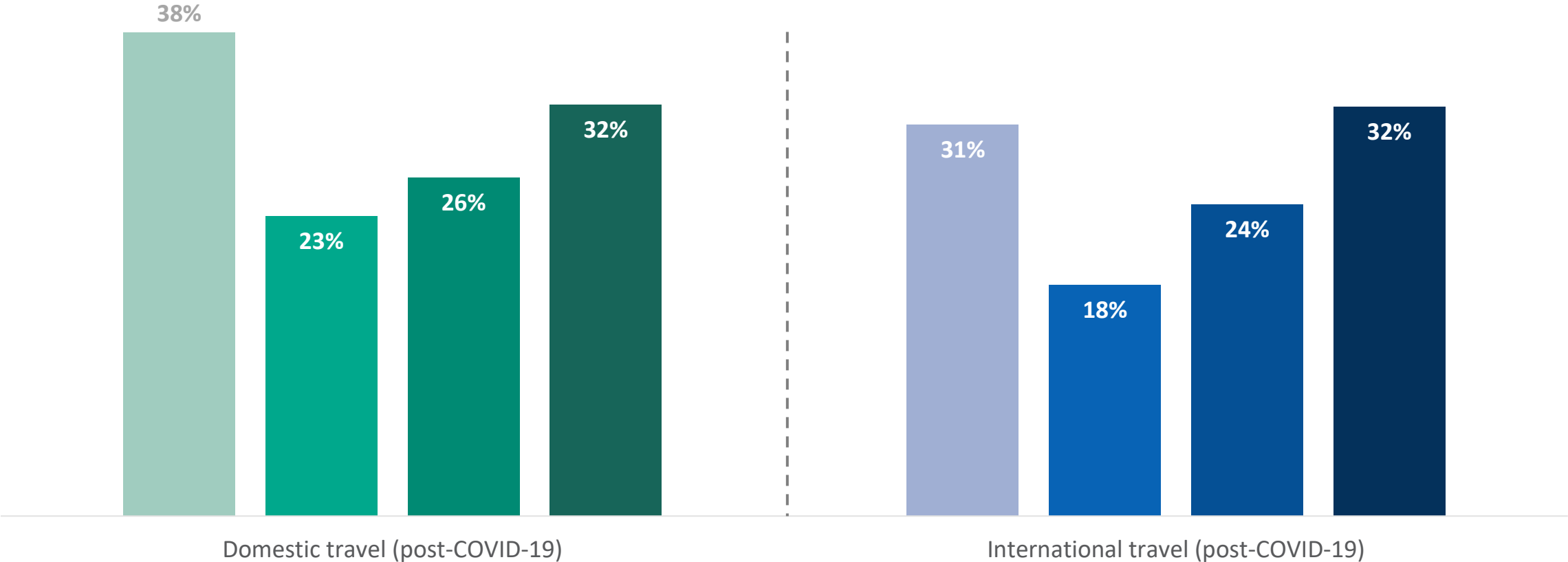


# Appetite for travel post-pandemic are at their highest level since February 2021.



Post-COVID-19 Travel (Net Propensity)

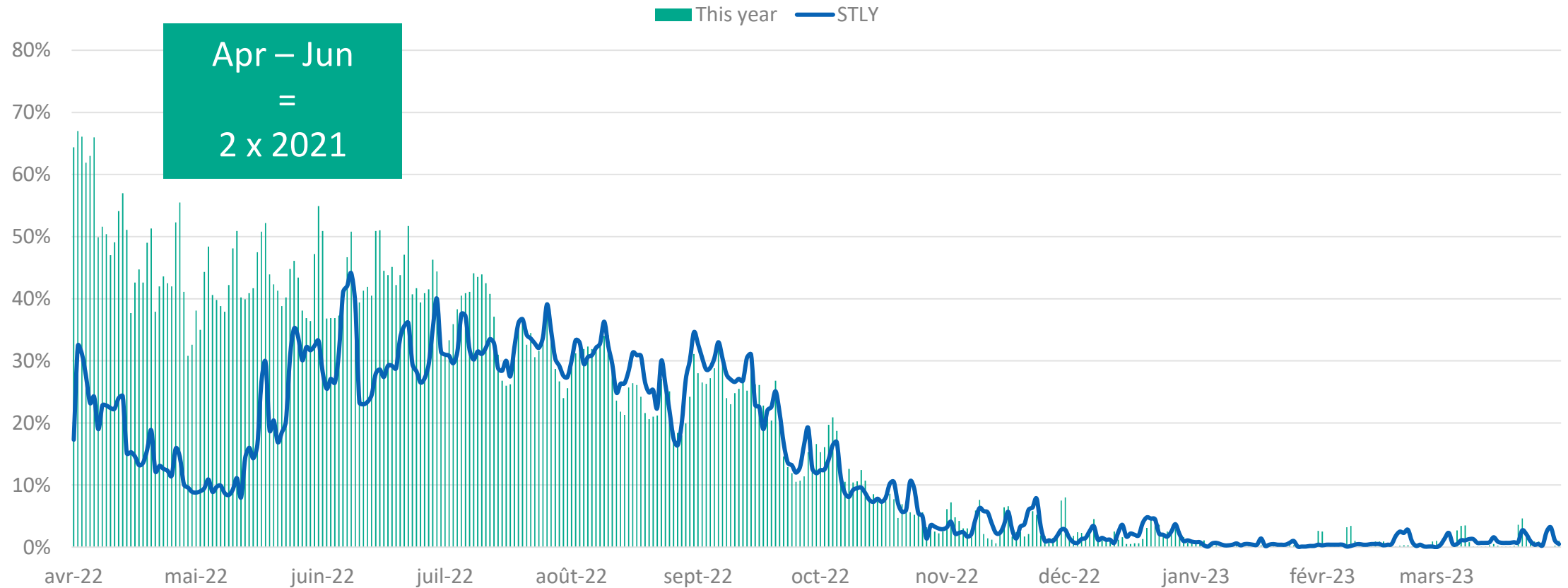
■ Feb 2021 ■ Jul 2021 ■ Nov 2021 ■ Feb 2022 ■ Feb 2021 ■ Jul 2021 ■ Nov 2021 ■ Feb 2022



Q: Thinking further ahead to when pandemic is completely over, are you likely to travel for leisure/holidays more or less compared to before pandemic?  
Base: Total Feb 2021 (1333), Jul 2021 (1750), Nov 2021 (1440), Feb 2022 (1380) | Net propensity (i.e. difference between 'More likely to travel' and 'Less likely to travel')

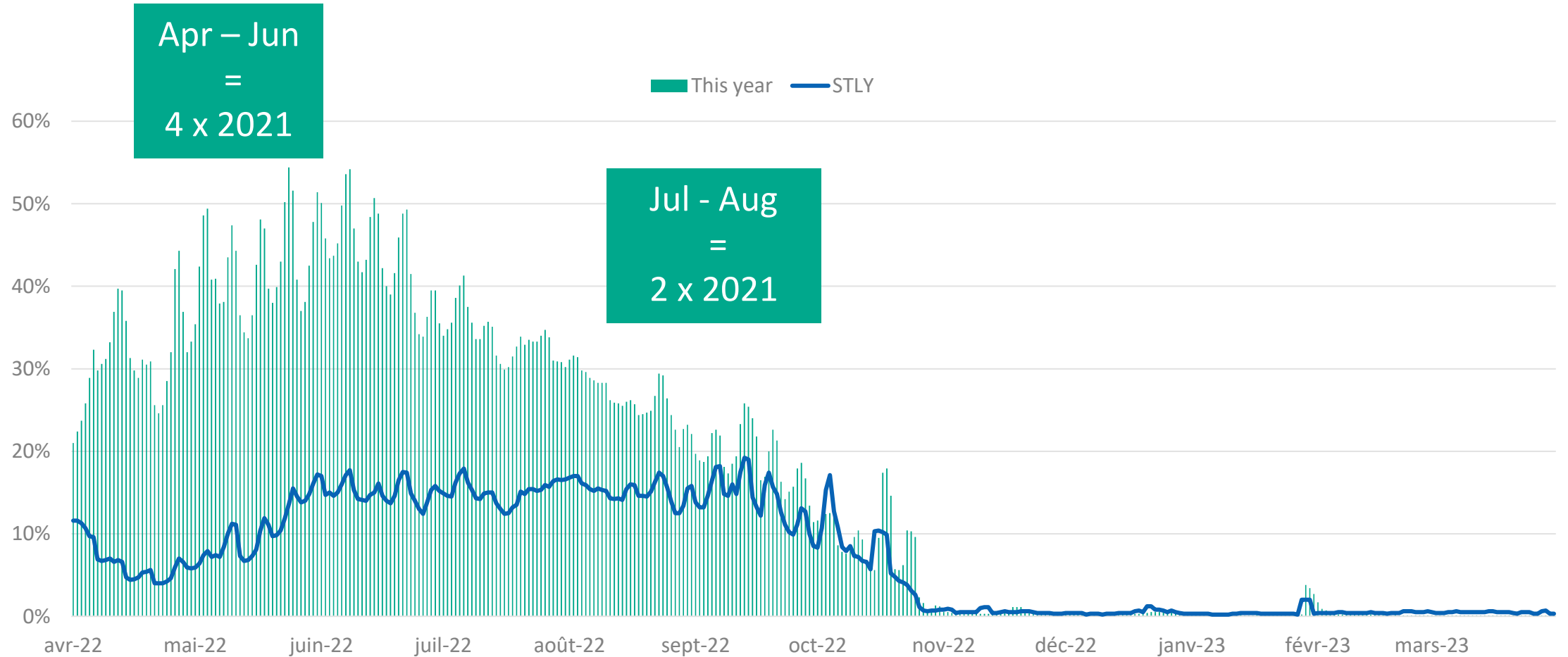
# Longer lead-time evident for Easter and Summer Break

Cornwall/Devon, Occ on the books TY & STLY for the next 365 days as at April 4<sup>th</sup> 2022



# Fly to destinations will rebound strongly in the summer

Balearic Islands, Occ on the books TY & STLY for the next 365 days as at April 4<sup>th</sup> 2022

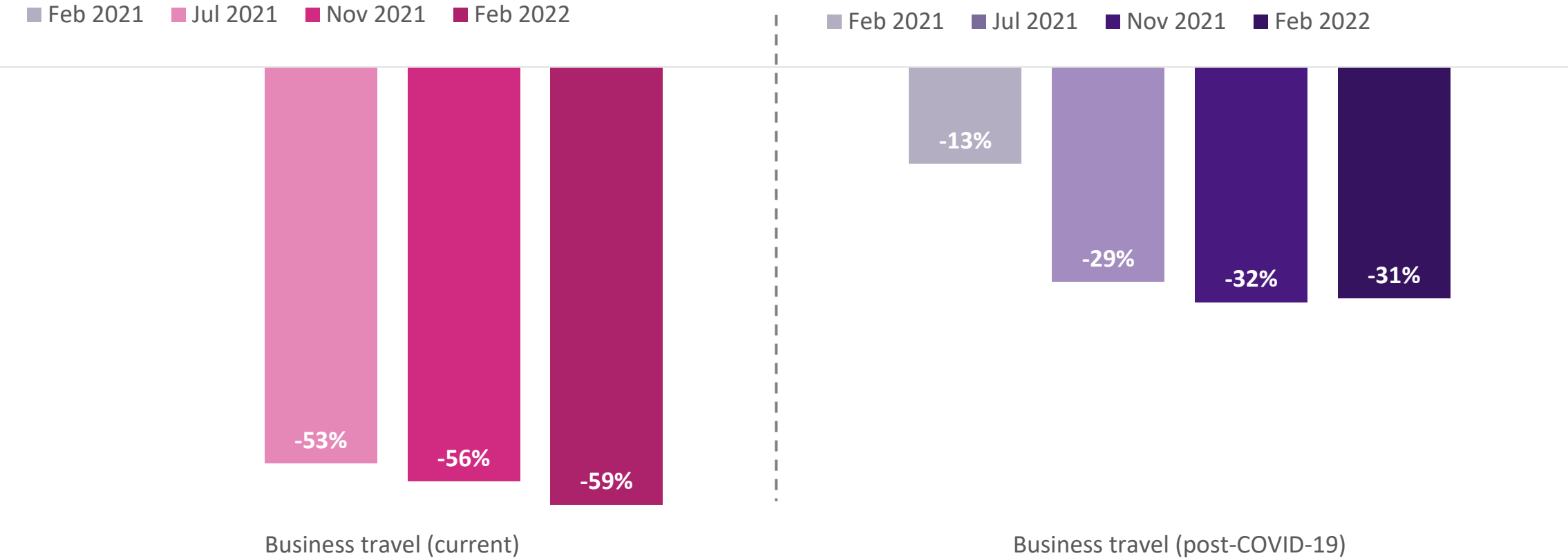






# Business travel sentiment in the current situation dipped in February. The long-term outlook remains broadly consistent with recent waves, although the outlook is less positive than February 2021.

## Business Travel: Current & Post-COVID-19 (Net Propensity)



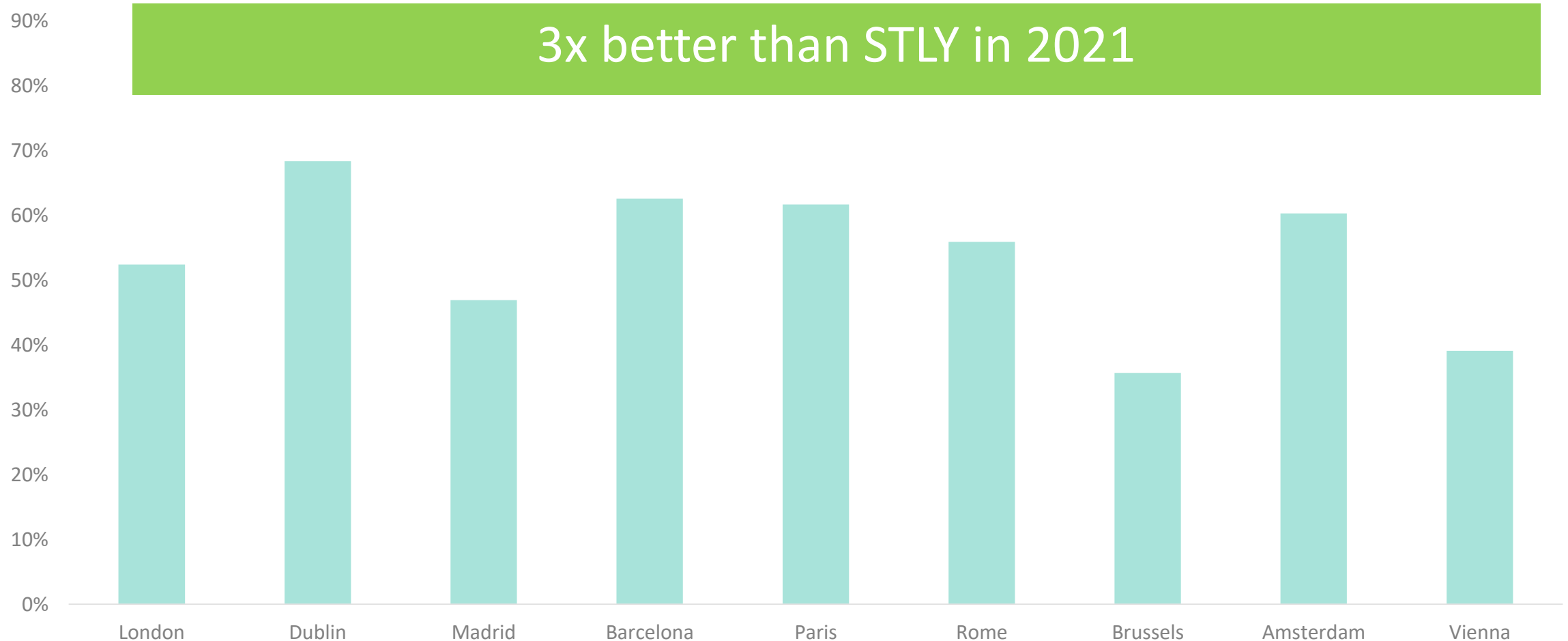
Q: You mentioned travelling for business prior to the pandemic, thinking about the current COVID-19 situation and how that impacts your views on travel, are you likely to travel more or less for business compared to before the pandemic? | Q: Now thinking further ahead about overnight business travel, when the pandemic is completely over, are you likely to travel more or less for business compared to your pre-pandemic levels? | Base (Business Travelers): Feb 2021 (492), Jul 2021 (667), Nov 2021 (521), Feb 2022 (474)

# Despite this BoB is much stronger – 40-60% range for the next 28 days



European Cities, Occupancy on the books for next 28 days, April 4<sup>th</sup> to beginning May 2022

R28 Occupancy on the books

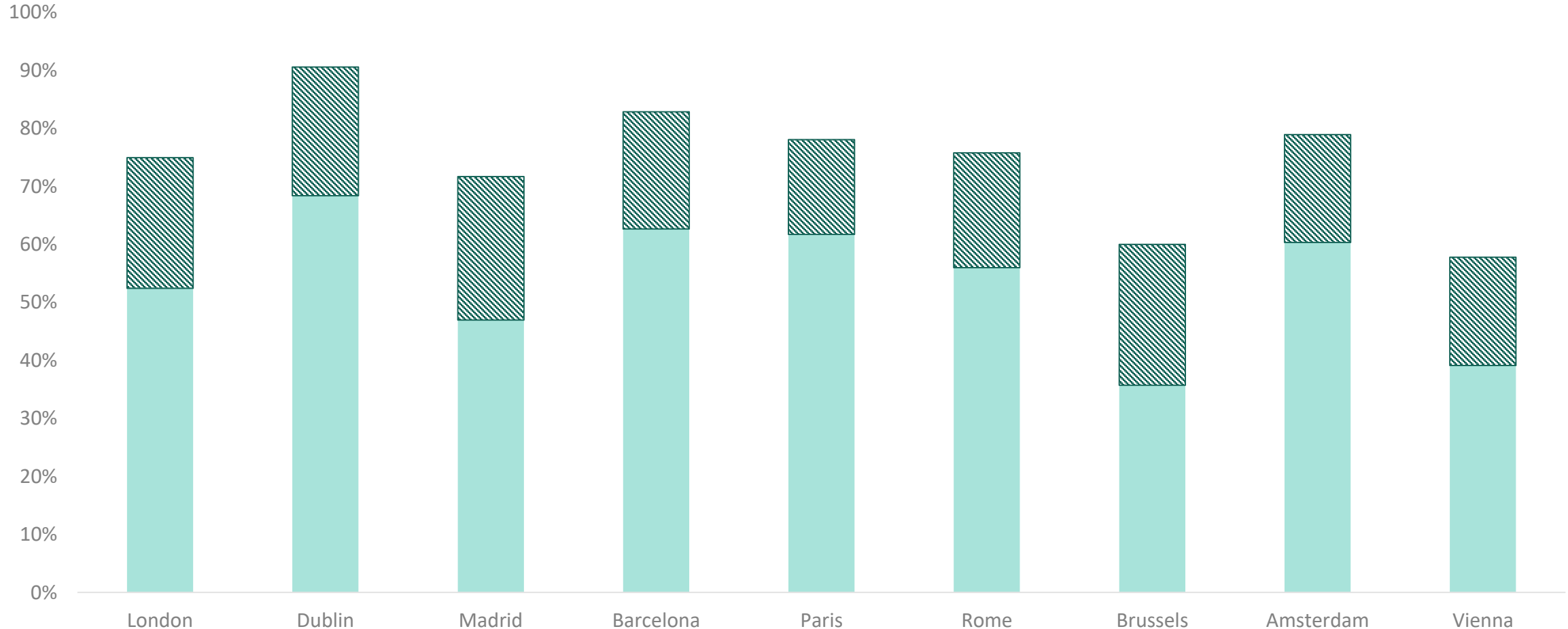


# ... pick-up averages at 20-30% within the next 28 days

European Cities, Occupancy on books + typical 28 days pick-up from April 4<sup>th</sup> 2022



■ R28 Occupancy on the books    ■ illustrative pickup based on previous 28 days pick up



# ... which could see Occ. recover to between 70-100%+ 2019 levels



European Cities, Occ. growth, Estimate for beginning of May 2022 vs 2019 Occ. actualised

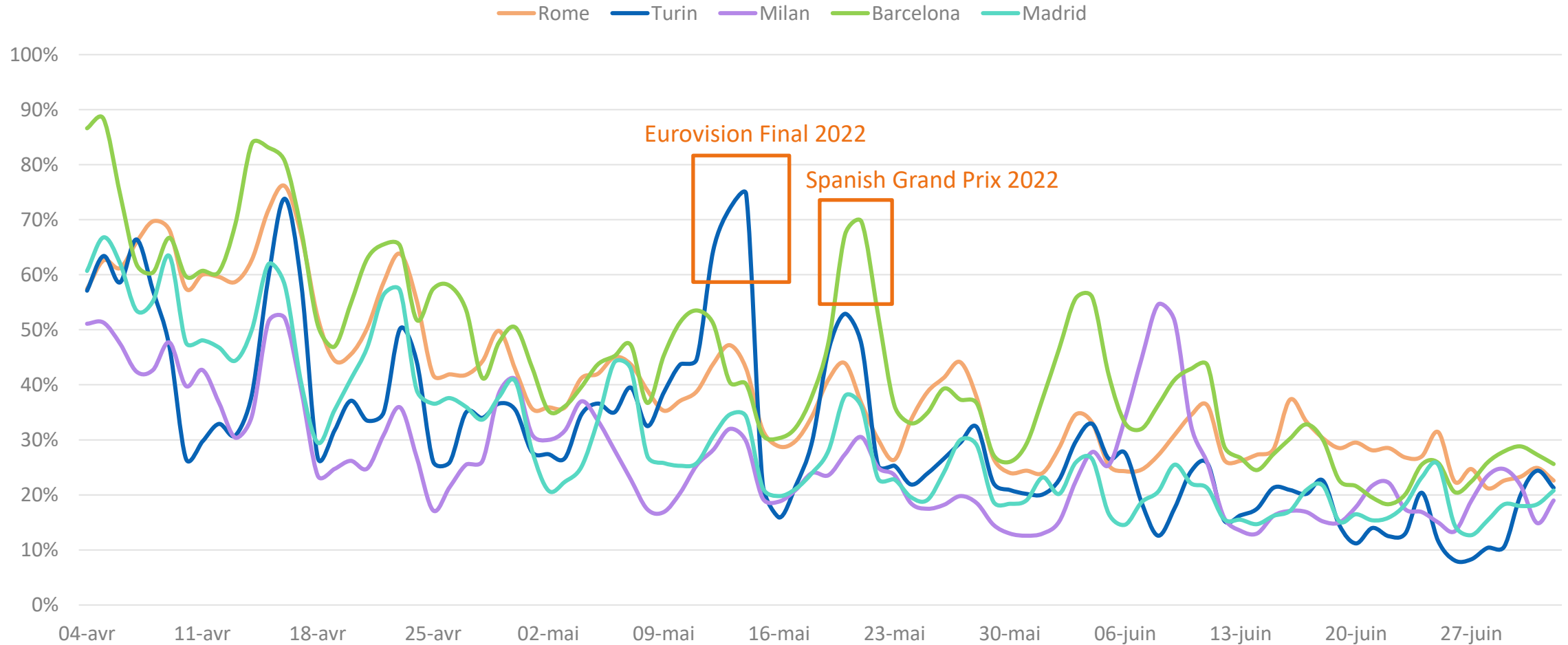
■ 2022 R28 Occupancy on the books + illustrative pickup    ■ 2019 R28 Occupancy



# Future event demand complements leisure demand



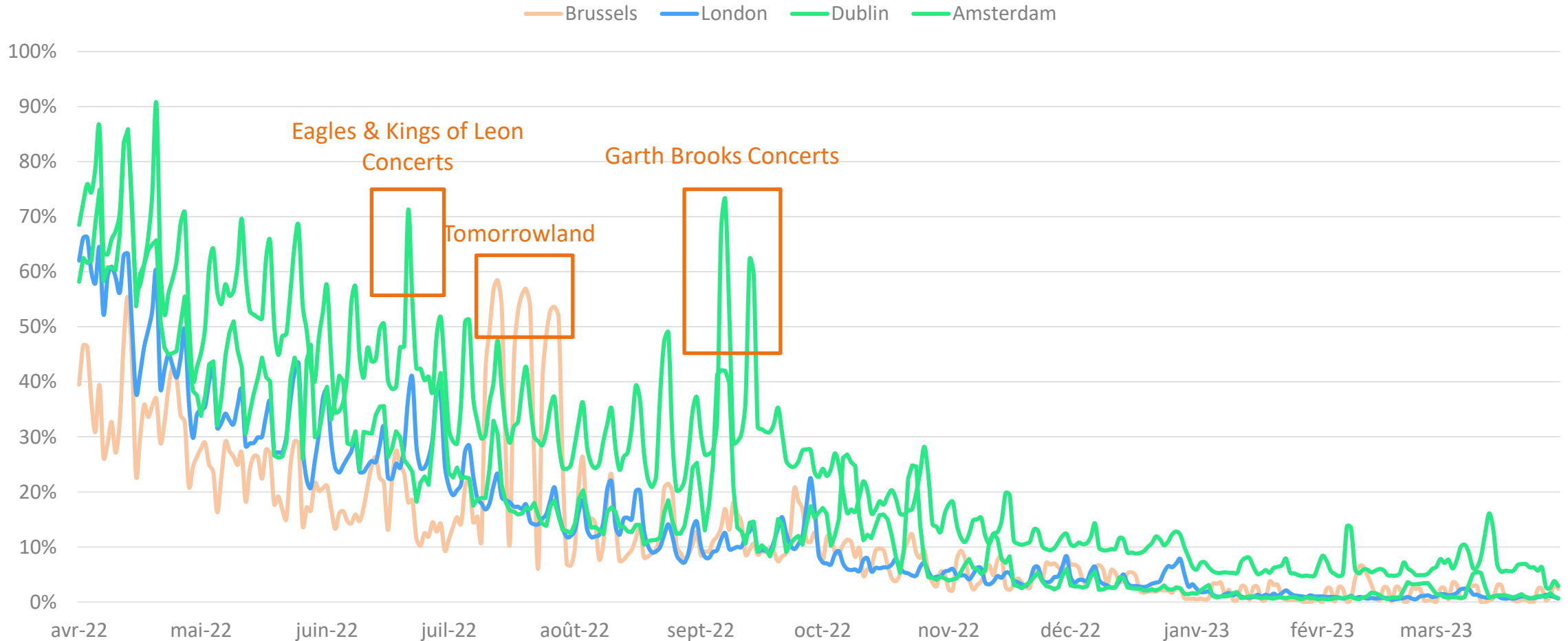
Occupancy on the books (Std) for the next 90 days, as at April 4<sup>th</sup> 2022



# ... Festival goers are confident about the future of travel



Occupancy on the books (TRI) for the next 365 days, as at April 4<sup>th</sup> 2022



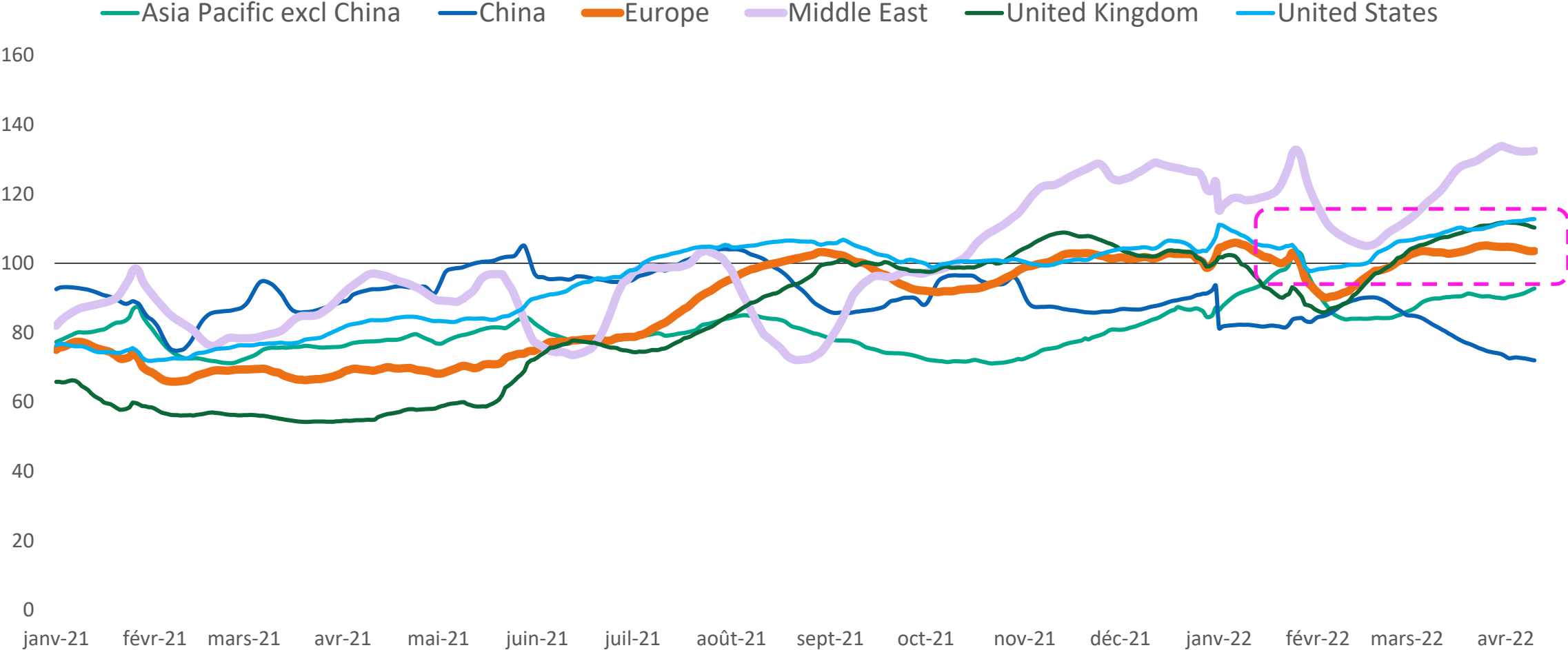


## 2) Room rates rising



# ADR Recovers and outperforms in many instances

ADR R28 (USD) Constant Currency, indexed to 2019

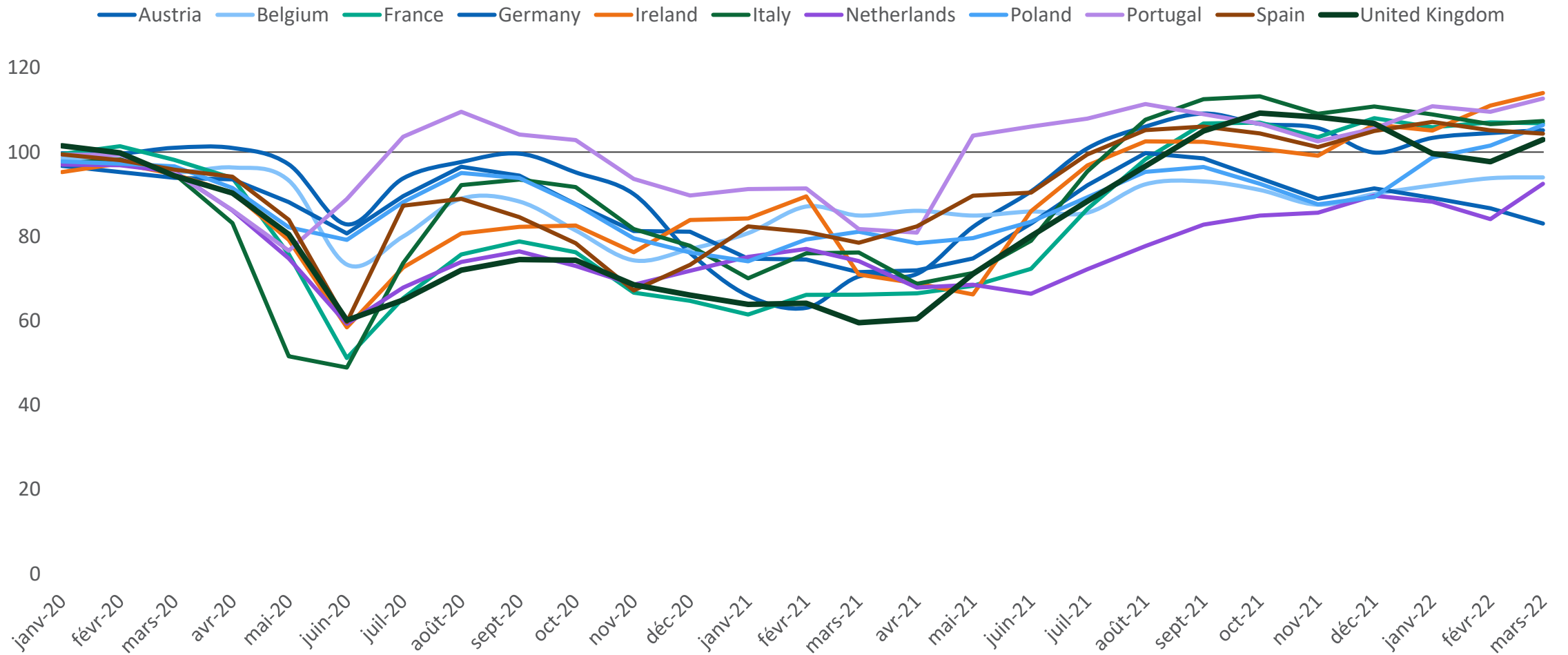


Source: STR. © 2022 CoStar Group



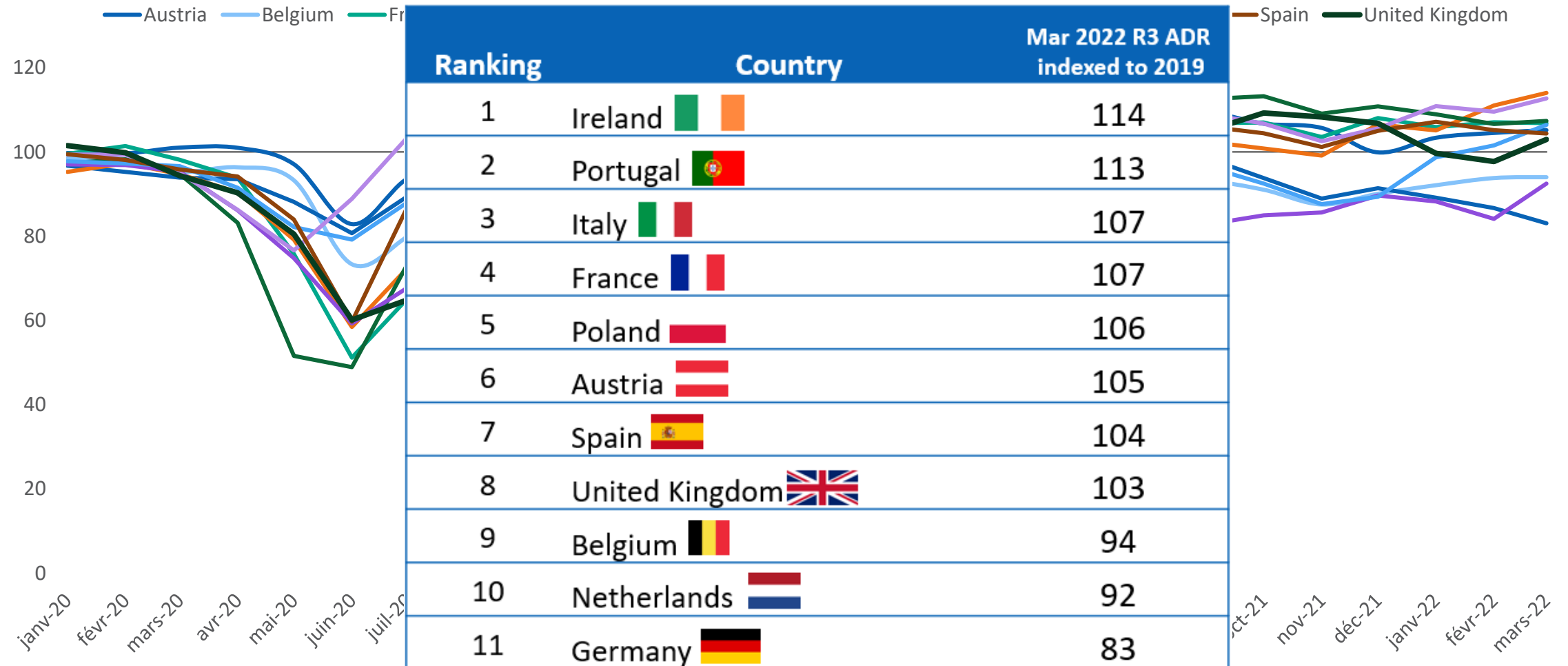
# ... ADR not correlated to occupancy at a country level, driven by

ADR R3 (local Currency) Jan 2020 to Mar 2022, indexed to 2019



# ... ADR not correlated to occupancy at a country level, driven by

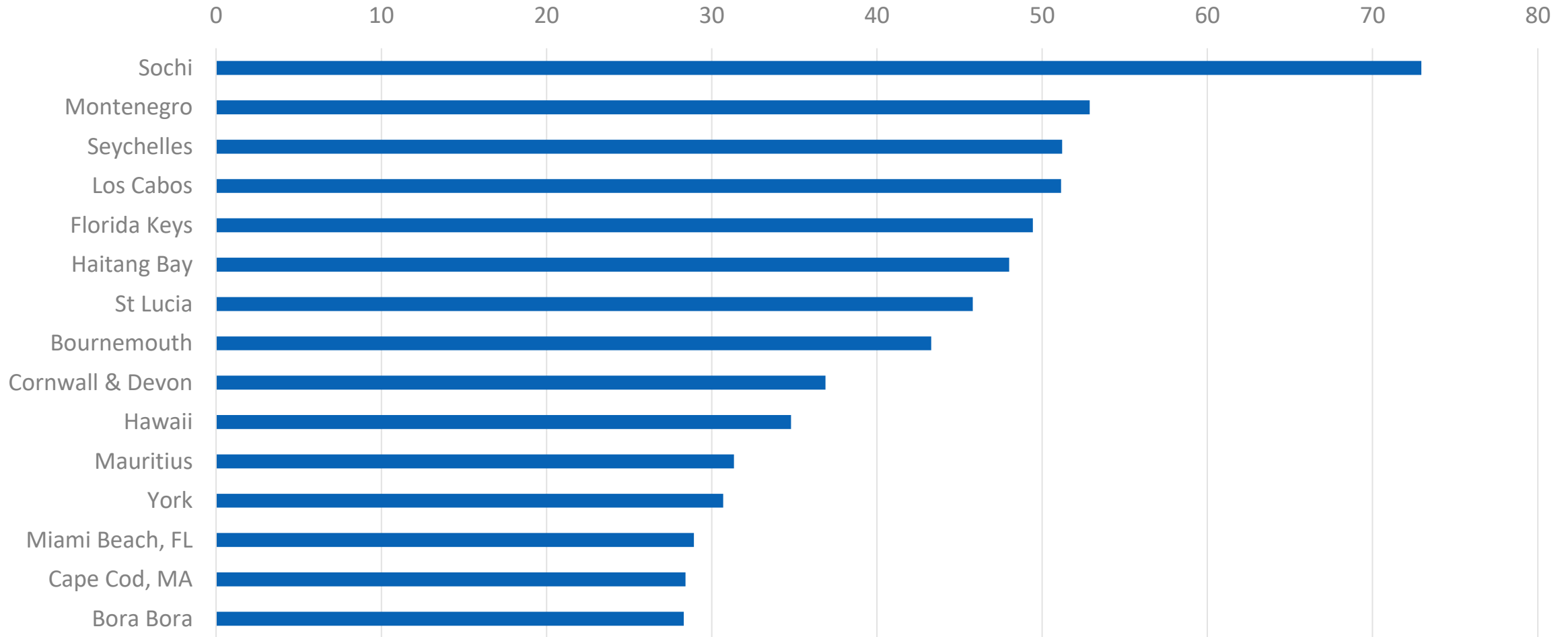
ADR R3 (local Currency) Jan 2020 to Mar 2022, indexed to 2019



# 1) Domestic leisure destinations...

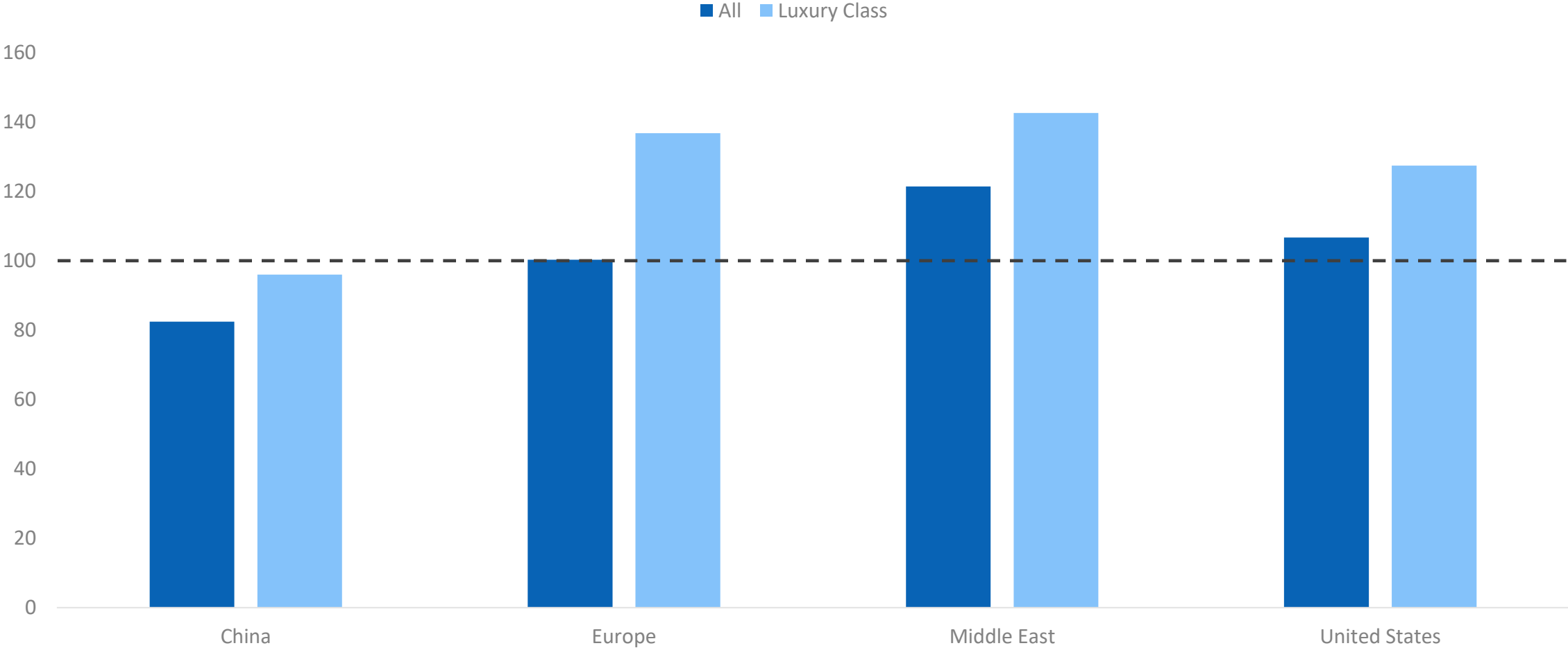


Selection of STR markets with highest ADR growth, 2021 Percent change from 2019



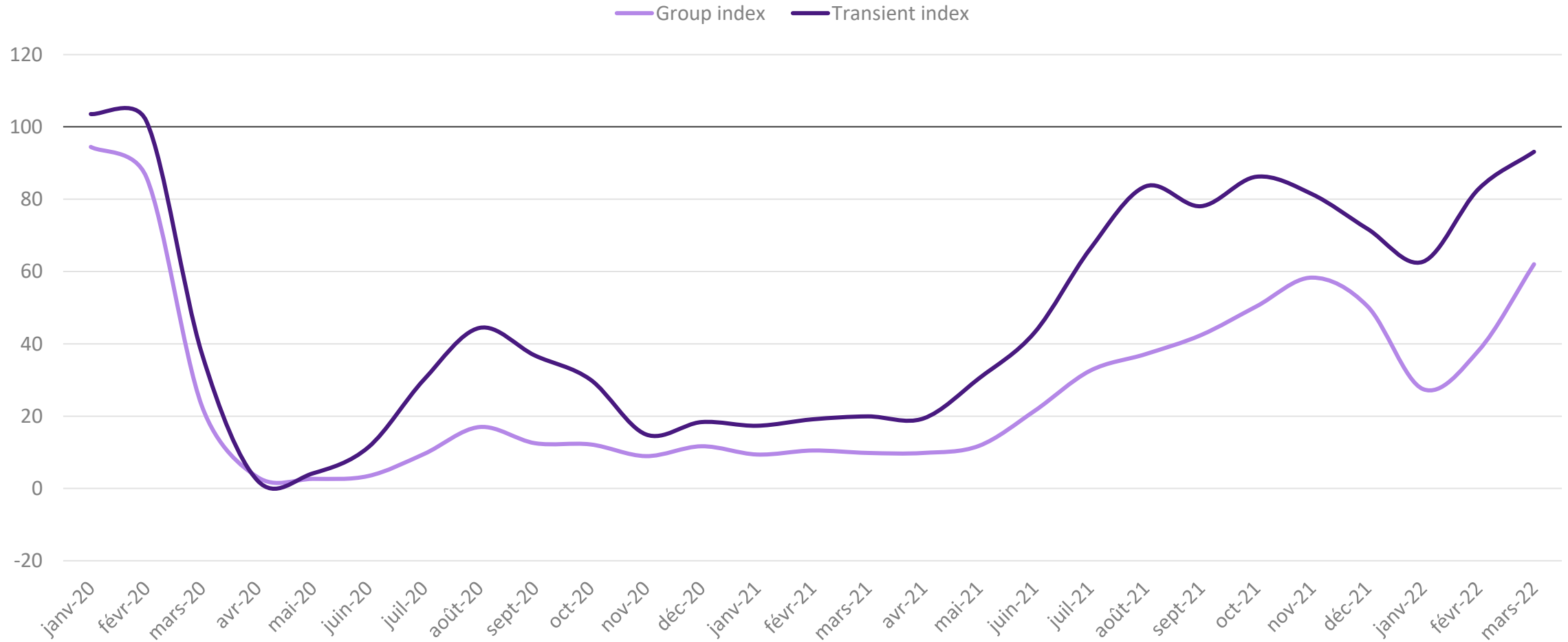
# 2) Luxury hotels, especially in Middle East and Europe, and...

ADR USD, Q1 2022, indexed to Q1 2019



### 3) a change in business mix with more higher rated transient

Europe, RevPAR (TRI) USD Constant currency, Jan 2020 – March 2022, indexed to 2019



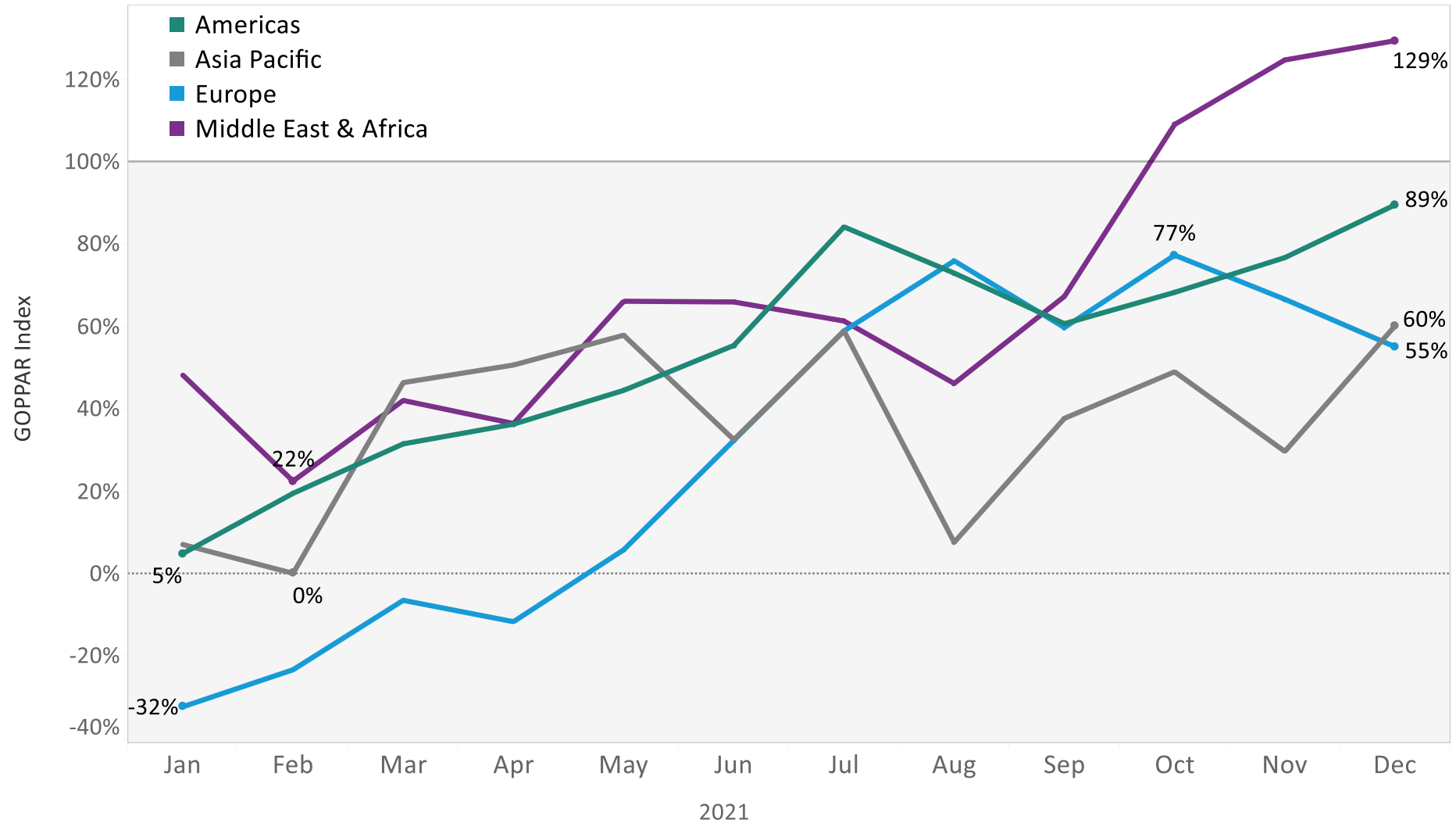


### **3) Costs climbing, profit persevering**



# Europe realized lower levels of GOPPAR in December

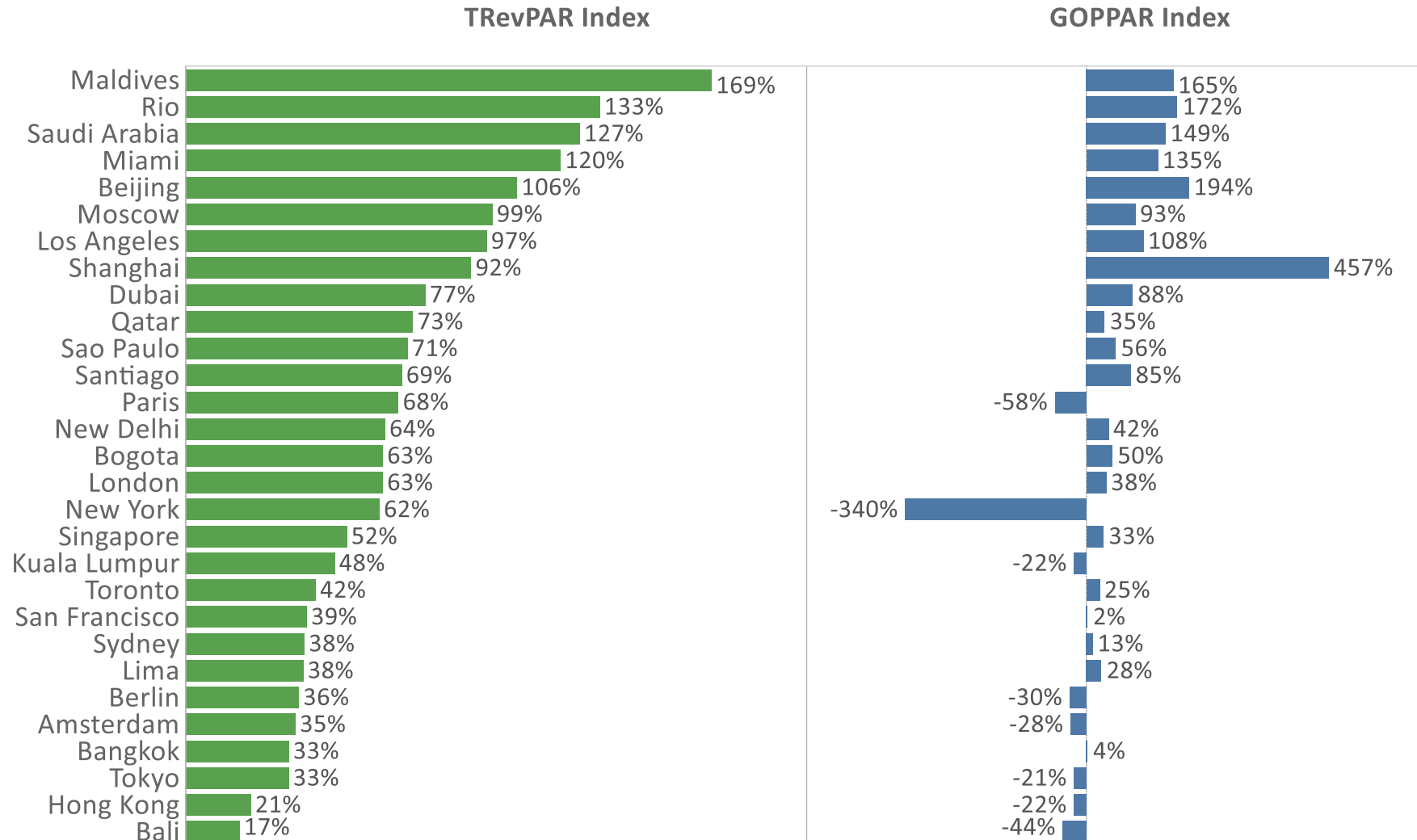
Continents, 2021 GOPPAR indexed to 2019 by month, USD CC



# Only 8 top international markets realize negative GOPPAR levels



Top international markets, Feb 2022 GOPPAR indexed to Feb 2019, USD CC





# Conclusion

La résilience a été prouvée en 2020/21, donnant une grande capacité à rebondir en 2022



	Éléments	Points Clés
Demande	Loisirs	Plus c.25%, grâce aux économies accumulées
	Business	Moins c.30% , un renforcement lié a la reprise économique
	Groupes	Mené par la demande loisirs, suivi par le business
Tarifs	Loisirs	BoB en progression permet plus d'agressivité tarifaire en 2022
	Luxe	La dynamique de prix continue
	Segmentation	Le changement du business mix diluera le PM
Profit et Perspective	Coûts	L'inflation des coûts représente un véritable défi...
	Marge	... mais pourrait être compensée par la croissance du PM
	Perspectives	Les choses reviendront à la « normale » d'ici fin 2022

# Merci!

**Aoife Roche**

Commercial Director

aroche@str.com



[www.str.com](http://www.str.com)



**HOTEL DATA  
CONFERENCE**  
Hosted by STR and Hotel News Now

Source: 2022 STR, LLC / STR Global, Ltd. trading as "STR". © CoStar Realty Information, Inc.

Any reprint, use or republication of all or a part of this presentation without the prior written approval of STR is strictly prohibited.

Any such reproduction shall specifically credit STR as the source. This presentation is based on data collected by STR.

The information in the presentation should not be construed as investment, tax, accounting or legal advice.

# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

# Deloitte.



## Les Tendances de l'hôtellerie

Hôtellerie : nouveaux entrants et nouvelle donne

Jeudi 21 avril 2022

# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie



Joanne **DREYFUS**

Associée Transportation, Hospitality and Services

**DELOITTE**

# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie



Kenneth **MACPHERSON**

Chief Executive Officer Europe, Middle East, Asia and Africa

**IHG HOTELS & RESORTS**

# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

# Deloitte.



## Les Tendances de l'hôtellerie

Hôtellerie : nouveaux entrants et nouvelle donne

Jeudi 21 avril 2022

# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

## Hôtellerie : nouveaux entrants et nouvelle donne



Philippe  
**BAUDRY**

**Artea Groupe**



Guy  
**BERTAUD**

**Maisons Pariente**



Matthieu  
**BRIVET**

**Steller Hotels**



David  
**HEIJLIGERS**

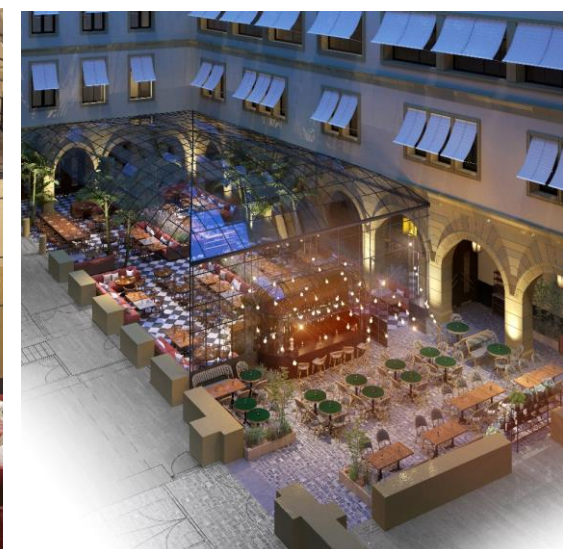
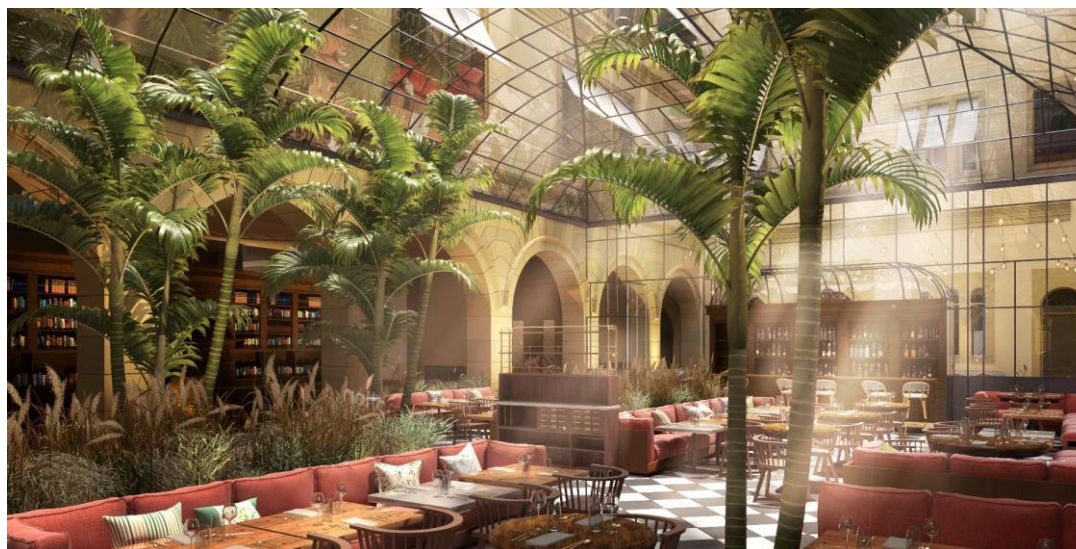
**Hilton**

# ARTEA Groupe – Photos illustratives





ARTEA Groupe – Photos illustratives

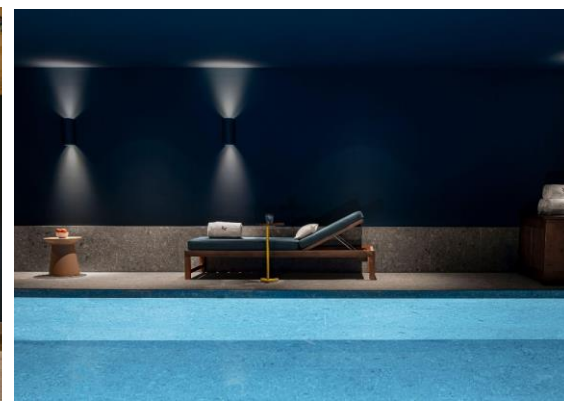


# Maisons Pariente – Photos illustratives





## Maisons Pariente – Photos illustratives



Steller Hotels – Photos illustratives



Steller Hotels – Photos illustratives







# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

# Deloitte.



## Les Tendances de l'hôtellerie

Hôtellerie : nouveaux entrants et nouvelle donne

Jeudi 21 avril 2022



# HILTON EN France:

PLUS VITE, PLUS PERFORMANT  
PLUS DUABLE

CONTACTEZ-NOUS  
[Hilton.com/development](https://www.hilton.com/development)



20

Hôtels ouverts  
en France



23

Hôtels en  
construction



605

Hôtels ouverts dans  
la region EMEA



128+

Millions de membres  
du programme



**David Heijligers**

Managing Director Development  
France & Benelux



**Esteban Lozada**

Senior Director Development  
France & North Africa



Hilton



Hilton  
HONORS



- 2021 : 504 chambres livrées (4 hôtels)

# IHG<sup>®</sup>

HOTELS & RESORTS

## BUILDING SUCCESS IN PARTNERSHIP

We are one of the world's leading hotel companies, whose purpose is to provide **True Hospitality for Good.**

IHG Hotels & Resorts franchises, leases, manages or owns around **6,000 open hotels** in more than **100 countries**, across a family of **17 hotel brands**. With a further **1,800 hotels** in its development pipeline, IHG also recently introduced **IHG One Rewards**, one of the world's largest hotel loyalty programmes, offering industry-leading value. Approximately **325,000 people** work in IHG's hotels and corporate offices globally.

Our experienced development team is here to discuss partnership options for your hotel whether it is new build, existing property conversion or a larger portfolio.

Find out more on how we create winning strategies driving high quality growth for your hotel:

E: [emeaa.development@ihg.com](mailto:emeaa.development@ihg.com)

W: [www.development.ihg.com](http://www.development.ihg.com)



IHG<sup>®</sup> HOTELS & RESORTS



REGENT



VIGNETTE COLLECTION

KIMPTON HOTELS & RESTAURANTS

HOTEL INDIGO

VOCO



CROWNE PLAZA



Holiday Inn

avid

ATWELL SUITES



CANDLEWOOD SUITES

IHG ONE REWARDS

# THE POWER OF MARRIOTT



## OUR BRAND PORTFOLIO

*Solutions That Fit Every Owner, Everywhere*

	Classic	Distinctive
LUXURY	 THE RITZ-CARLTON  STREGIS  JW MARRIOTT	 RITZ-CARLTON RESERVE™  BVLGARI HOTELS & RESORTS  EDITION™  THE LUXURY COLLECTION™  W HOTELS
PREMIUM	 MARRIOTT  SHERATON  DELTA HOTELS MARRIOTT LONGER STAYS  MARRIOTT EXECUTIVE APARTMENTS	 WESTIN HOTELS & RESORTS  AUTOGRAPH COLLECTION™ HOTELS  MERIDIEN  RENAISSANCE™ HOTELS  DESIGN HOTELS  TRIBUTE PORTFOLIO  GAYLORD HOTELS™
SELECT	 COURTYARD™ BY MARRIOTT  FOUR POINTS BY SHERATON  SPRINGHILL SUITES™ BY MARRIOTT  PROTEA HOTELS. MARRIOTT  Fairfield™ BY MARRIOTT LONGER STAYS  Residence INN BY MARRIOTT  TOWNEPLACE SUITES™ BY MARRIOTT	 AC HOTELS MARRIOTT  aloft HOTELS  moxy HOTELS LONGER STAYS  element by Westin

Visit [www.marriottdevelopment.com](http://www.marriottdevelopment.com) for more information

# In Extenso

Tourisme, Culture & Hôtellerie

# Deloitte.



## Les Tendances de l'hôtellerie

Hôtellerie : nouveaux entrants et nouvelle donne

Jeudi 21 avril 2022