

L'hôtellerie, une thématique d'investissement robuste et défensive

Même dans un contexte de croissance atone du marché de l'hôtellerie en 2012 et 2013, le bon calibrage de la stratégie d'investissement, de l'offre et de la stratégie commerciale permet à certains acteurs du marché de tirer leur épingle du jeu dans un marché du tourisme qui, lui, reste très dynamique. 123Venture, société de gestion de capital-investissement très présente sur le marché hôtelier (près de 40 établissements et un investissement cumulé de près de 60 millions d'euros) détaille sa vision du secteur.

L'hôtellerie française en 2013 : le luxe et les touristes internationaux font recette

En 2013, la fréquentation des hôtels dans l'hexagone a suivi la tendance de 2012 : elle stagne, son moteur est à l'arrêt. Pourtant, cette tendance générale cache des disparités particulières qui mettent en évidence que la tendance n'est pas aussi morose qu'on pourrait le croire pour tous les acteurs de l'hôtellerie.

Confirmation de la tendance à la montée en gamme et du dynamisme de l'hôtellerie de luxe

Disparités en termes d'étoiles tout d'abord. La tendance à la montée en gamme se confirme encore en 2013 puisque l'hôtellerie de luxe fait mieux que la moyenne et affiche une croissance de sa fréquentation (source Deloitte, 2014). Elle profite d'une plus grande ouverture à l'international et capte les bénéfices de la reprise économique aux Etats-Unis et de l'arrivée en masse des touristes asiatiques, friands du luxe à la française (+5% de chiffre d'affaires hébergement en 2013). L'hôtellerie parisienne tire particulièrement son épingle du jeu grâce à son aura internationale et confirme sa croissance entamée depuis 2009.

Un fort potentiel dans les grandes capitales régionales

Disparités en termes de géographie également. Car les grandes capitales régionales françaises ne sont pas en reste. Bien que modeste, la hausse du chiffre d'affaires hébergement en Côte d'Azur est réelle (bien que grevée par l'absence des touristes Moyen-Orientaux en juillet pour cause de Ramadan) et Marseille a su profiter de son statut de Capitale Européenne de la Culture pour développer une véritable stratégie d'internationalisation de son offre touristique : augmentation des dessertes aéroportuaires et amélioration de l'offre hôtelière. Résultats ? Les chiffres d'affaires hébergement des hôtels ont progressé de plus de 10% à Marseille en 2013.

123Venture : une stratégie d'investissement adaptée à la conjoncture

Les touristes sont donc bien présents. Reste à les héberger en répondant à leurs attentes, afin de se démarquer de la concurrence et de capter la manne financière que représente cette clientèle. Depuis plus de 5 ans, 123Venture s'est inscrite dans le marché de l'hôtellerie en adaptant ses investissements et sa stratégie à l'environnement actuel :

Tout d'abord en se limitant aux régions dynamiques comme l'Île-de-France et les grandes capitales régionales : Marseille et la Côte d'Azur (6 établissements), le Grand-Lyon (4 établissements), l'Île-de-France (9 établissements) mais aussi les régions touristiques telles que les Alpes ou le Sud-Ouest (8 établissements). Au total, 123Venture a déjà accompagné le développement d'une quarantaine d'établissements en France et en Europe.

Deuxièmement en répondant à l'impératif de montée en gamme des établissements. A côté des *trophy assets* de son portefeuille (dont le dernier en date est le Sofitel Le Louise, 5 étoiles emblématique de Bruxelles, acquis en décembre 2013) 123Venture poursuit une stratégie efficace de repositionnement qualitatif d'hôtels bénéficiant d'une forte marge d'amélioration opérationnelle, consistant en l'acquisition, le financement des rénovations et le reclassement dans une catégorie étoilée supérieure. Dernier exemple en date, l'hôtel Regina de Biarritz, dont la reprise a été cofinancée en 2013 par 123Venture et Naos Groupe, fait peau neuve et vise les 5 étoiles. Cette stratégie permet aux établissements d'accroître leur chiffre d'affaires, de redevenir visibles pour une clientèle de plus en plus exigeante et d'améliorer leur taux d'occupation.

Enfin, en s'appuyant sur un vivier d'une dizaine de partenaires-opérateurs expérimentés du secteur de l'hôtellerie et en co-investissant à leurs côtés, afin de bénéficier de leur savoir-faire dans le financement et l'exploitation d'hôtels (équipement, accueil, personnel,...). 123Venture investit également dans des hôtels sous franchises internationales (Mercure, Ibis, Golden Tulip, Best Western...) afin de bénéficier de leur dynamique commerciale via leurs canaux de distribution élargis et bien structurés.

Résultats ? Promesses tenues. Les établissements affichent de bonnes performances opérationnelles et bénéficient de taux d'occupation élevés et constants. En se focalisant sur les attentes du marché (clientèle internationale, établissements haut-de-gamme,...), 123Venture a réussi à profiter d'un marché du tourisme plus dynamique que jamais. Cette stratégie doit désormais s'inscrire dans le temps mais au final, c'est la reconnaissance des enjeux, l'écoute du marché et la maîtrise du secteur qui permettra aux acteurs et opérateurs du marché de l'hôtellerie de se démarquer et de capter tout le potentiel de croissance du marché.

AVERTISSEMENT : Investir dans des participations non cotées présente un risque de capital. Les bonnes performances du secteur hôtelier ne signifient pas qu'investir dans l'hôtellerie ne comporte pas de risque.