

# Vers une hospitalité REVISITÉE



COVID-19

## Accélérateur de tendances

TRANSPARENCE, GARANTIES  
SANITAIRES, SANS CONTACT

P.20

Face au développement des hébergements collaboratifs, une course contre la montre se joue pour le secteur de l'hôtellerie. Il s'agit d'innover avec toujours plus de services et de personnalisation pour séduire des clients de plus en plus volatils, adeptes de nouveautés mais également soucieux de leur environnement.

### LE RENOUVEAU DE L'ESPRIT KIDS FRIENDLY



Autre enjeu pour les hôtels, savoir accueillir et divertir les plus jeunes. Les parents n'hésitent plus à embarquer leurs enfants au bout du monde. Il faut donc concevoir des offres qui répondent aux attentes de ces nouveaux nomades : chasse au trésor, tipis dans les chambres, piscine réservée aux petits... Les hôtels Beachcomber à l'île Maurice ont conçu une appli qui permet de se faire des copains le temps du séjour. À Megève, au Four Seasons, les *kids* peuvent conduire des motoneiges grâce au modèle électrique pour enfants.

Le label Little Guest Collection fédère ainsi 150 établissements haut de gamme sélectionnés pour la qualité de leurs prestations pour enfants.

### PLATEFORMES COLLABORATIVES : PLUS IMAGINATIVES QUE JAMAIS

Les plateformes collaboratives continuent à innover et à offrir de nouveaux services en s'appuyant sur de solides partenariats. Parmi les dernières nouveautés, les « Expériences culinaires d'Airbnb » offrent aux clients la possibilité d'apprendre à cuisiner auprès de familles ou chefs qui acceptent de partager leurs secrets. Pour lancer cette offre, Airbnb s'est rapprochée de Slow Food qui a validé toutes les expériences selon ses normes. La marque a également lancé une offre luxe qui donne accès à plus de 2 000 logements sélectionnés selon 300 critères (design, équipements, etc.). La plateforme a aussi initié un partenariat avec le concepteur de voyage Luxury Retreats afin de réinventer le voyage haut de gamme. D'autres acteurs apparaissent comme Sonder, Stay Alfred, One Fine Stay ou encore RedAwning. Ces start-up mettent à disposition des appartements avec les prestations d'un hôtel. Les appartements sont directement gérés par l'entreprise qui les loue, les décore et les propose ensuite aux clients. Les propriétaires sont libérés de toute préoccupation et les utilisateurs rassurés de passer par un professionnel plutôt que par un particulier.

### HÔTELLERIE : AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT

Le défi pour les hôteliers est de faire en sorte que la clientèle loisirs et business ne parte pas vers les concurrents ou de nouveaux acteurs. Mais la fidélisation n'est pas qu'une question de programme, il faut aller vite, se réinventer continuellement. Le parcours client est de plus en plus enrichi d'expériences digitales et il devient d'autant plus important pour les hôtels d'interagir avec les voyageurs à chaque moment du séjour. Pour cela la data permet d'obtenir des informations précises et utiles sur leurs attentes et comportements.

### DEMAIN, DES VACANCES POUR LE CORPS ET L'ESPRIT

# 6,5%

par an

Croissance du tourisme  
de bien-être qui progresse  
deux fois plus rapidement  
que le tourisme  
traditionnel (3,2%)

ALIMENTATION  
SAINERAPPROCHEMENT  
AVEC LA NATUREINSPIRATIONS  
ANCESTRALESTOURISME SPIRITUEL  
ET RETRAITESAVENTURE  
ET DÉTENTESOINS ET  
TRAITEMENTS AVANCÉS

**S'INSCRIRE DANS UN CERCLE VERTUEUX**

L'autre enjeu pour les hôteliers est de répondre aux exigences environnementales des voyageurs. Et cela va bien au-delà de la suppression des échantillons dans les salles de bains. Ainsi l'hôtel Lux le Morne (5\*) à l'île Maurice fait don chaque mois de 700 repas à 100 enfants et donne ses restes aux éleveurs de porcs de l'île pour soutenir l'agriculture locale. Plus près de chez nous, Staycation propose aux Franciliens de s'évader dans les plus beaux hôtels à portée de métro ou de vélo.

Avec son offre Greet, Accor redonne une seconde chance aux objets et lieux (partenariat avec Emmaüs, Valdelia...), un éco-système mis en place pour assister les hôteliers dans leur démarche de rénovation et de revalorisation de leur patrimoine.

En 2022, en Finlande ouvrira un éco-hôtel avec une démarche encore plus aboutie en matière de développement durable, puisqu'il alignera ses prix sur l'empreinte carbone de ses clients : un parti pris audacieux !

**DÉVELOPPER LA PERSONNALISATION DES LIEUX**

La mode est aux boutiques-hôtels, ces établissements urbains de petites capacités qui mettent en avant un style et une personnalité uniques basés sur un concept ou un thème qui le distingue de ses concurrents. Or en France, un hôtelier sur deux n'appartient à aucun réseau, l'occasion pour les groupes d'acquiescer de nouveaux franchisés et de créer des marques non standardisées, telles Kyriad Direct du Louvre Hôtels Group ou la collection MGallery du Groupe Accor, des hôtels citadins *lifestyle* haut de gamme.

**SERVICES ET ÉQUIPEMENTS**  
 POUR RÉPONDRE AUX TENDANCES DE CONSOMMATION  
 ET ENRICHIR L'EXPÉRIENCE CLIENT

