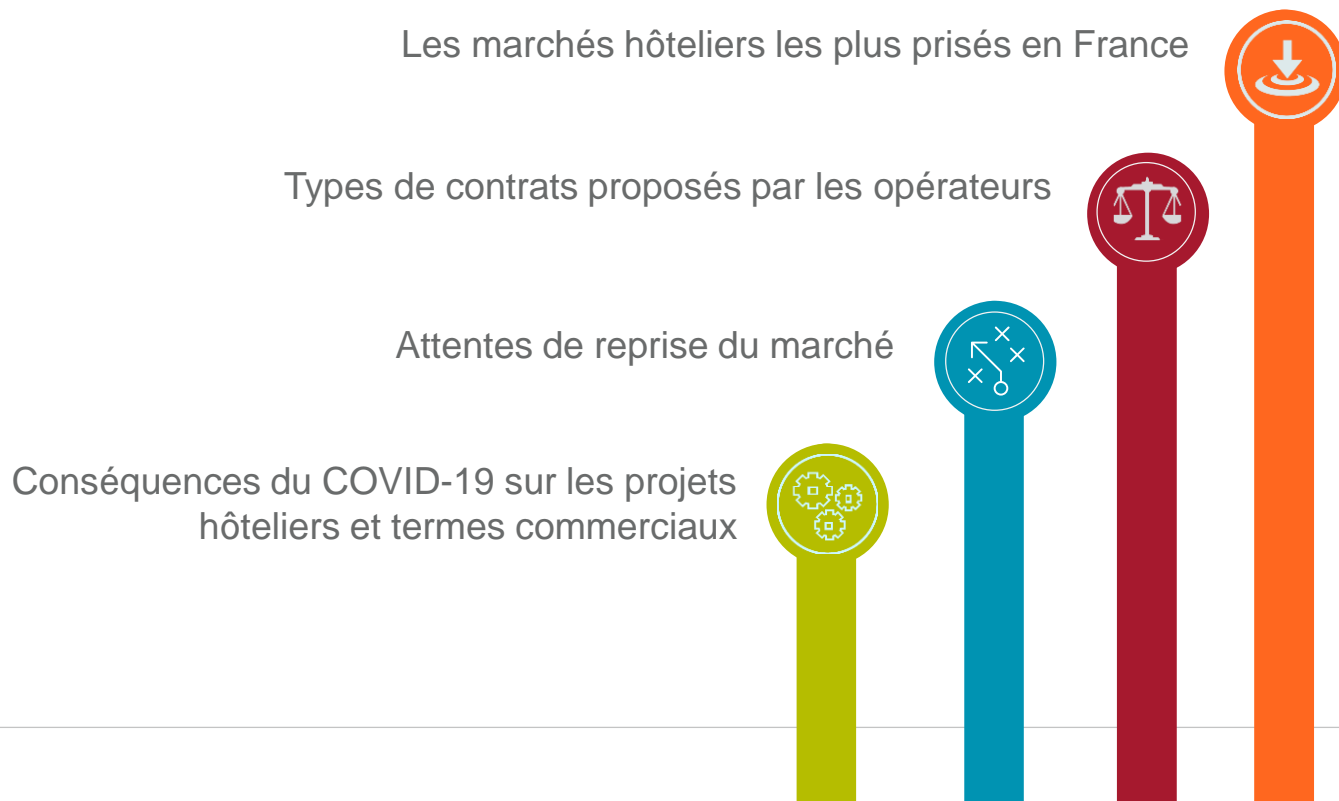


# OPERATOR BEAT – FRANCE

H2 -2020





# Les marchés hôteliers les plus prisés en France

## FRANCE

No Marche	Niveau d'intérêt (1-10)		Moyenne	
	Min	Max		
1 Paris, intramuros	4,0	7,0	9,6	
2 Bordeaux	1,0	7,0	7,0	
3 Lyon	1,0	7,0	6,8	
4 Grand Paris	1,0	7,0	6,7	
5 Côte d'Azur	1,0	7,0	6,6	
6 Marseille	1,0	7,0	6,6	
7 Nice	1,0	7,0	6,4	
8 Cannes	1,0	7,0	6,0	
9 Toulouse	1,0	7,0	5,6	
10 Strasbourg	1,0	7,0	5,5	
11 Nantes	1,0	7,0	5,4	
12 Lille	1,0	7,0	5,2	
13 Reims	1,0	6,0	4,7	
14 Rennes	1,0	7,0	4,6	
15 Roissy-en-France	1,0	7,0	4,6	
16 Montpellier	1,0	7,0	4,6	
17 Corse	1,0	7,0	4,6	
18 Rouen	1,0	7,0	4,1	
19 Grenoble	1,0	7,0	3,6	
20 Dijon	1,0	7,0	3,6	
21 La Rochelle	1,0	7,0	3,5	
22 Poitiers	1,0	7,0	3,4	

Type de Marche	Min	Max	Moyenne	
Stations Balnéaires	1,0	7,0	5,2	
Aéroports	1,0	6,0	5,1	
Campagne	1,0	7,0	4,6	
Stations de Ski	1,0	7,0	4,6	

## COMMENTAIRES

- En France, Paris est de loin le marché le plus convoité par les opérateurs.
- Outre la capitale, les 5 marchés les plus prisés sont Bordeaux, Lyon, la Côte d'Azur, Marseille et Nice.
- En dehors des villes, les marchés des stations balnéaires sont les plus recherchés, avec notamment la Côte d'Azur et Cannes, confirmant la popularité croissante des destinations loisirs auprès des opérateurs.
- Alors que les petits acteurs se concentrent principalement sur les grandes villes, les opérateurs plus établis s'intéressent également aux villes de deuxième et troisième rang à travers la France.
- D'autres marchés secondaires marquent l'intérêt des opérateurs: Anglet / Bayonne, Aix-en-Provence, Annecy, Biarritz, Brest, Caen, Clermont Ferrand, Colmar, Courchevel, Deauville / Trouville, Genevois français, Le Touquet, Menton, Monaco / Beausoleil, Nantes, Reims, St-Etienne, St Malo, St-Nazaire, Tours.

# Types de contrats proposés par les opérateurs

## FRANCE

	% des répondants			
	Contrat de Franchise	Contrat de Gestion	Bail Locatif	Acquisition / JV
Ouvert à la plupart des marchés	53,8%	50,0%	46,2%	15,4%
Uniquement dans certains marchés	3,8%	30,8%	11,5%	26,9%
Uniquement dans une sélection de localisations	0,0%	11,5%	7,7%	15,4%
Offres actuellement en suspens	7,7%	0,0%	11,5%	11,5%
Jamais une option en France	34,6%	7,7%	23,1%	30,8%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### COMMENTAIRES

- La majorité des opérateurs proposent des franchises et des contrats de gestion sur la plupart des marchés en France.
- Les opérateurs de marques de luxe ne proposent pas de contrats de franchise pour préserver le contrôle sur leurs prestations de service, celles-ci ayant un impact direct sur leur image de marque. Les opérateurs se développant traditionnellement via des baux locatifs ne proposent pas non plus de franchise.
- Plus de 10% des opérateurs interrogés n'offrent actuellement plus de baux locatifs. 65% des répondants proposent toujours des contrats de location, mais dans une sélection de marchés uniquement.
- Près de 58% des opérateurs sont ouverts à investir pour se développer (par acquisitions/ JV) mais uniquement dans des marchés bien spécifiques.

# Attentes de reprise du marché FRANCE

Marché	% des répondants					Average
	2021	2022	2023	2024	2025	
Paris	0%	19%	50%	31%	0%	2023,1
Autres grandes villes régionales *	0%	35%	50%	8%	8%	2022,9
Autres villes régionales	4%	27%	50%	8%	12%	2023,0
Aéroports	0%	17%	33%	21%	29%	2023,6
Campagne	13%	50%	25%	4%	8%	2022,5
Stations de Ski	4%	50%	33%	4%	8%	2022,6
Stations Balnéaires	4%	58%	29%	0%	8%	2022,5

Marché	% des répondants - Cumulé					Rank
	2021	2022	2023	2024	2025	
Paris	0%	19%	69%	100%	100%	6
Autres grandes villes régionales *	0%	35%	85%	92%	100%	4
Autres villes régionales	4%	31%	81%	88%	100%	5
Aéroports	0%	17%	50%	71%	100%	7
Campagne	13%	63%	88%	92%	100%	1
Stations de Ski	4%	54%	88%	92%	100%	3
Stations Balnéaires	4%	63%	92%	92%	100%	2

**Note:**

Question: Combien de temps faudra-t-il aux marchés hôteliers en France pour se redresser (niveaux similaires à ceux de 2019)?

\* Autres grandes villes régionales (Lyon, Bordeaux, Marseille, Strasbourg)

## COMMENTAIRES

- La plupart des opérateurs estiment que le marché français retrouvera, entre 2022 et 2024, des performances similaires à celles de 2019.
- La majorité des répondants prévoient un recouvrement dès 2022 des performances dans les destinations de loisirs, contrairement aux marchés urbains et aéroportuaires dont le retour aux performances pre-Covid ne sont pas attendues avant 2023.

# Conséquences du COVID-19 sur les projets hôteliers et termes commerciaux

## FRANCE

Certains de vos projets de développement sont-ils actuellement interrompu en raison de Covid-19?	% des répondants
Tous les projets progressent comme prévu	23%
La majorité des projets progressent comme prévu	42%
Environ la moitié des projets progressent comme prévu	19%
La plupart des projets sont interrompus	4%
Tous les projets sont interrompus	12%

Dans le cas où les projets ont été retardées ou n'ont pas eu lieu pendant la période Covid-19, quelles en étaient les raisons?	% des répondants
Problèmes de financement bancaire	40%
Les conditions commerciales ne sont plus viables	20%
Problèmes de financement sur fonds propres	16%
Problèmes avec le franchisé	12%
Le projet n'est plus réalisable	8%
Les usages alternatifs sont devenus plus viables	4%

Quel a été l'impact de Covid-19 sur les conditions commerciales de vos contrats?	% des répondants
Aucun changement	15%
Modifications mineures sur certaines offres	23%
Modifications mineures sur la plupart des offres	8%
Modifications notables sur certaines offres	19%
Modifications notables sur la plupart des offres	35%

### COMMENTAIRES

- Bien qu'une majorité des projets hôteliers soient toujours d'actualité, il n'est pas surprenant que certains développements soient retardés, voire annulés suite à la pandémie. Cela aura pour effet de ralentir la croissance de l'offre au cours des prochaines années et devrait permettre une reprise plus rapide du marché.
- Une grande majorité des retards de signature de projets ou d'annulation sont dus à des questions de financement bancaire.
- Seuls 4% des répondants ont indiqué que les usages alternatifs sont devenus plus viables, démontrant que les défis du marché ne concernent pas uniquement le secteur hôtelier.
- Environ 54% des opérateurs ont indiqué que le COVID-19 avait provoqué des modifications notables sur certaines ou la plupart des négociations en cours contre uniquement 15%, indiquant des termes inchangés suite à la pandémie.

## CONTACT US FOR FURTHER DETAILS

### **Katell Bourgeois**

Head of Hospitality,  
France

M: +33 672 594 171  
katell.bourgeois@cushwake.com

### **Valérie Courbier**

Head of Marketing &  
Communications France

M: +33 616 743 005  
valerie.courbier@cushwake.com

### **Jérôme Salomon**

Head of Valuation,  
France

M: +33 607 120 840  
jerome.salomon@cushwake.com

### **Magali Marton**

Head of Research,  
France

M: +33 612 171 894  
Magali.Marton@cushwake.com

### **Jeanne de L'Espée**

Associate, Advisory & Transaction  
Hospitality France

M: +33 671 267 886  
Jeanne.Delespee@cushwake.com

### **Borivoj Vokrinek**

Strategic Advisory & Head  
of Hospitality Research EMEA

M: +420 727 906 030  
borivoj.vokrinek@cushwake.com