

À LA CONQUÊTE DES MILLENNIALS

Les auberges de jeunesse s'offrent une cure de jouvence dans l'Hexagone avec le fleurissement des hostels.

Compte tenu du potentiel de croissance du tourisme des jeunes, la cible des Millennials, devenue stratégique pour les hôteliers, bouleverse le paysage concurrentiel de l'hébergement touristique.

L'HOSTEL, UN CONCEPT D'HÉBERGEMENT MODERNE ET LOW-COST

À côté des structures associatives de la FUAJ (Fédération Unie des Auberges de Jeunesse), acteur historique du marché, de plus en plus d'opérateurs privés prennent donc position sur ce marché avec des « hostels », une nouvelle génération d'auberges de jeunesse. Ces nouveaux hébergements proposent une expérience adaptée à la cible des Millennials avec des tarifs abordables (démarrage aux alentours de 20 € par nuitée) grâce au principe de réservation d'un lit dans une chambre partagée (dortoir). À cette prestation de base s'ajoutent des services ajoutés payants. Les concepts, au design moderne et urbain, sont imaginés pour favoriser les échanges, la convivialité et le partage au sein d'espaces communs. En pleine expansion dans les capitales européennes (Berlin, Londres...), le phénomène a tout d'abord gagné Paris. Mais, désormais, de nombreux projets essaient aussi dans les grandes villes de province.

LES INDÉPENDANTS PRENNENT POSITION À CÔTÉ DE GRANDS GROUPES

Côté groupes hôteliers, les britanniques ont été les premiers à s'intéresser au marché hexagonal. Le groupe Beds and Bars, arrivé dès 2008, compte 2 établissements St Christopher Inn à Paris (La Villette et Gare du Nord avec un total de



950 lits). L'autre chaîne britannique, Generator, a ouvert en 2015 une auberge de jeunesse de 1 000 lits dans le 10^e arrondissement. L'allemand Meininger est encore peu connu en France où il a toutefois 3 projets : 2 imminents sur 2019 (Paris et Lyon) et 1 pour 2021 à Bordeaux. De son côté, le groupe AccorHotels est présent avec son concept Jo & Joe. Il a ouvert, en 2017, son premier établissement à Hossegor (Landes) et un 2^e établissement ouvrira au printemps 2019 à Gentilly (Val-de-Marne). Le groupe ambitionne d'en ouvrir une cinquantaine dans les grandes métropoles du monde. Le territoire français voit aussi fleurir quelques « hostels » indépendants lancés par de jeunes entrepreneurs (l'hostel Les Piaules à Paris, l'Alter'Hostel à Lyon, EDD Hostel à Dol-de-Bretagne...). Quelques entrepreneurs affirment même leurs ambitions hexagonales et disposent déjà de plusieurs établissements à l'image du lyonnais Ho36 et de la jeune pousse France Hostels. La conquête des jeunes dans l'hôtellerie ne fait que commencer...

Romain Viennois, fondateur de France Hostels

« NOUS VOULONS COMBLER LE DÉFICIT D'OFFRE EN FRANCE »

La jeune société veut imposer sa marque et son réseau d'hostels comme référence sur le marché de l'hébergement pour les jeunes.



Romain Viennois
Fondateur de
France Hostels.

Quel a été votre parcours d'entrepreneur ?

Romain Viennois : après Sciences Po, j'ai effectué un tour du monde lors duquel j'ai testé beaucoup d'auberges notamment en Australie avec des hébergements très éloignés de l'image traditionnelle des auberges de jeunesse. À mon retour, après un master à l'ESCP, j'avais en tête le projet d'ouvrir mes propres auberges de jeunesse à Paris où il y avait un déficit cruel d'offres. Mais, je me suis rendu compte très vite que c'était compliqué de convaincre des investisseurs à 22 ans sans apport et sans aucune expérience opérationnelle dans le secteur.

J'ai finalement intégré le groupe britannique Beds and Bars qui cherchait à s'implanter en France. J'y suis resté 15 ans en occupant toutes les fonctions opérationnelles pour me former (*nightporter, barman, yield manager...*). En 2015, quand je suis parti, j'étais le DG de la filiale France et directeur du développement pour le groupe. Je suis parti avec un collègue avec toujours en tête le projet de lancer mon propre business dans ce secteur.

Quelle était l'idée de départ à la création de France Hostels et comment a démarré l'aventure ?

R. V. : accueillir des jeunes touristes dans des hébergements dédiés partagés n'était pas une idée nouvelle en soi, les auberges de jeunesse ayant 100 ans d'existence. Mais nous voulions le faire mieux avec des établissements plus beaux, mieux placés, plus conviviaux et combler un déficit d'offres en France. Notre intuition, en 2015, était que nous étions « *time to market* ». Les investisseurs, collectivités et promoteurs immobiliers semblaient prêts pour s'impliquer dans ces nouvelles offres innovantes en France. Nous sommes allés voir Bpifrance qui est entré au capital dès la création de la structure à hauteur de 25 %.

Quelles sont les spécificités de vos hostels ?

R. V. : nous ciblons les 18-30 ans en voyage indépendant et notre produit se démarque par son accessibilité, sa convivialité et sa facilité. Le premier pilier est l'accessibilité en termes de prix, mais aussi d'emplacement car nos clients veulent être au centre des villes.



Les hostels misent sur la convivialité et la modernité des espaces communs et des chambres partagées.

Notre deuxième pilier est la convivialité. Au-delà d'une simple prestation de sommeil, la promesse d'un hostel, c'est de faire en sorte que les gens se rencontrent dans un environnement bienveillant et sympathique. D'où l'importance de nos espaces communs et d'où aussi le nom de nos établissements « The People Hostel ». Le troisième pilier, c'est la facilité, les jeunes étant lassés des files d'attente et des process à l'ancienne. La notion de facilité va de pair avec l'introduction de solutions technologiques.

Quelles sont ces solutions technologiques ?

R. V. : dans le métier du super économique, chaque geste compte. Notre exigence est de garder l'élément humain dans l'accueil. Nous voulons que nos collaborateurs aient du temps pour guider et conseiller nos clients et soient déchargés de l'administratif. Face à l'absence de solutions existantes sur le marché adaptées à nos besoins, nous nous

sommes donc lancés dans le développement d'une technologie propriétaire remplissant différentes fonctionnalités. En amont, c'est, par exemple, la gestion de la réservation qui offre la possibilité de choisir, comme dans un train, l'emplacement du lit dans un dortoir. En aval, la présence de bornes interactives à l'entrée de l'hostel permet de faire son *check in* en un temps record.

Par ailleurs, le bracelet remis à chaque client à son arrivée donne accès à la chambre, à son casier privé dans le dortoir, et permet de régler ses consommations au bar.

Parlez-nous de votre premier hostel à Lille ?

R. V. : comme pour beaucoup le démarrage d'une start-up s'apparente à une course de marathon. D'autant que l'hébergement touristique est un métier étroitement lié à celui de l'immobilier qui prend énormément de temps, surtout dans le cas d'une création d'hôtel. Il faut

FICHE D'IDENTITÉ

DÉNOMINATION

France Hostels (enseigne The People Hostel)

ACTIVITÉ

Hébergement touristique pour les jeunes

CRÉATION

2015

PARC

2 hostels (Lille et Les Deux Alpes)

EFFECTIF

4 personnes à la structure de tête à Paris, 20 aux Deux Alpes (2 permanents), 18 permanents à Lille

compter 4 ans pour un projet immobilier ex nihilo bien réalisé. Chaque projet nécessite environ 2 ans en amont pour préparer le dossier, convaincre des investisseurs, déposer un permis de construire... Les 2 années suivantes sont dédiées aux travaux.

Pour accélérer au démarrage et pouvoir tester rapidement notre concept au travers d'un projet pilote, nous avons donc fait le choix de la reprise du fonds de commerce d'un hostel existant à Lille, le Gastama, en juillet 2017. Ce premier projet nous a permis d'engranger tout de suite du chiffre d'affaires, de former nos collaborateurs et de tester nos développements technologiques. Nous avons entrepris des travaux de rénovation à hauteur de 200 K€ tout en maintenant l'hôtel en activité.



« L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE EST UN MÉTIER ÉTROITEMENT LIÉ À CELUI DE L'IMMOBILIER »

Votre deuxième hostel aux Deux Alpes vient d'ouvrir ?

R. V. : ce second établissement, ancien centre de l'UCPA, a été entièrement rénové. Le projet a pris plus de 3 ans jusqu'à son ouverture en décembre dernier. Il se compose de 364 lits répartis entre 44 chambres de 2 et 41 chambres partagées, d'espaces communs généraux et offre un service 2.0.

Comment financez-vous vos projets liés à des créations ex nihilo ?

R. V. : nous ne sommes pas propriétaires des murs et n'avons pas vocation à l'être. Par exemple, pour notre hostel aux Deux Alpes, l'investissement total se chiffre à

11 M€ (foncier, travaux, équipement, aménagement). Il a été supporté à hauteur de 9,5 M€ par la Foncière Hôtelière des Alpes, propriétaire de l'immeuble. France Hostel a pris à sa charge le reste (mobiliier, équipements, dépôt de garantie pour le loyer...). Pour chaque projet, nous investissons entre 1 et 2 M€. Nous sommes accompagnés par Bpifrance depuis le démarrage. Nous avons réalisé une deuxième levée de fonds de 3,3 M€ en janvier 2018 auprès de Bpifrance et d'Extendam, spécialiste de l'investissement dans le secteur de l'hôtellerie.

Quels sont les autres projets en cours ?

R. V. : nous sommes en travaux sur 3 projets en propre sur Marseille, Strasbourg et Paris. L'hostel de Marseille (208 lits) ouvrira au printemps 2020, celui de Strasbourg (270 lits), implanté dans l'ancienne Manufacture de tabac, est prévu pour la fin 2020 et celui de Paris (404 lits), boulevard Morland, au printemps 2021.

Envisagez-vous la franchise ?

R. V. : nous avons un projet d'hostel en franchise sur Paris qui ouvrira en juillet prochain dans le 12^e arrondissement (150 lits). Nous pensions le faire plus tard, une fois le modèle éprouvé, mais l'opportunité s'est présentée.

Quelles sont vos ambitions de développement ?

R. V. : nous voulons devenir le premier réseau français en matière d'hébergement de jeunesse. Nous orientons nos développements toujours en France, dans des grandes villes, mais aussi dans d'autres stations de montagne. Nous regardons attentivement la franchise, moins coûteuse en investissement.

PLEINE FORME POUR LA FRANCHISE !

Le modèle de la franchise a toujours autant la côte auprès des porteurs de projets en restauration rapide.

Selon les dernières données publiées par la Fédération Française de la Franchise (FFF), la franchise regroupe en 2018, tous secteurs confondus, 2 004 réseaux (contre 1 976 en 2017) pour 75 193 franchisés (vs 74 102 en 2017) et représente un chiffre d'affaires de 62 Mds€. Avec une dynamique toujours positive (+1,4 % pour le nombre de réseaux, +1,5 % pour le nombre de points de vente et +4,1 % pour le CA global), la franchise française confirme la solidité et la vitalité de son modèle, à la fois créateur de richesses et d'emplois. À cet égard, le secteur recense 700 000 emplois (directs et indirects) en progression de +3,7 % sur un an. Selon Chantal Zimmer, Déléguée générale de la FFF, « *le dernier trimestre 2018 a été marqué par le mouvement des "Gilets jaunes" qui continue d'impacter toute l'économie. Cependant, il est intéressant de noter que le secteur de la franchise affiche un facteur de résistance important avec notamment une évolution de +4,1 % de son chiffre d'affaires* ».

LE SECTEUR HCR, POIDS LOURD DE LA FRANCHISE, SURPERFORME GRÂCE À LA RESTAURATION RAPIDE

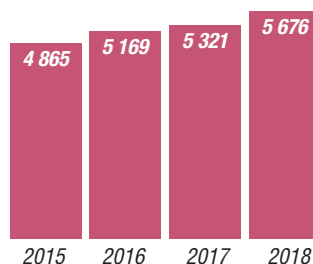
Le secteur HCR a totalisé en 2018, selon la FFF, 354 réseaux (contre 347 en 2017) pour 9 278 points de vente (+5,2 %) et un chiffre d'affaires de 10 Mds€ (+10 %). En part relative du secteur de la franchise, il pèse, en 2018, 17,7 % en nombre de réseaux et 16 % en chiffre d'affaires.

La restauration rapide continue son ascension portée par la multiplication de nouveaux concepts (burger, sandwich, healthy et/ou bio, world food, coffee shop, tacos...) et l'accessibilité des investissements pour les porteurs de projets de création d'entreprise (avec un apport personnel requis allant de 50 000 à 200 000 €). Elle regroupe 223 réseaux (5 réseaux supplémentaires par rapport à 2017) pour 5 676 franchisés en 2018 (+355 franchisés par rapport à 2017) et génère un chiffre d'affaires de 5,40 Mds€ (+15,6 %). De son côté, la restauration à thème est sur un trend un peu moins dynamique. Elle compte 103 réseaux pour 1 497 points de vente (+2,0 % vs 2017) et un chiffre d'affaires de 1,71 Md€ (+6,9 %). Quant à l'hôtellerie, un des secteurs historiques de la franchise, elle est représentée par 28 réseaux, 2 105 points de vente (+3,7 %) et a engrangé un chiffre d'affaires de 2,88 Mds€.



La Brioche Dorée

Évolution du nombre de franchisés dans le secteur de la restauration rapide



SOURCE : FFF

LE SALON FRANCHISE EXPO

Preuve de l'engouement pour ce secteur, parmi les 500 enseignes qui ont exposé à la 38^e édition du salon Franchise Expo Paris qui s'est déroulée du 17 au 20 mars, plus de 80 sont positionnées sur la restauration rapide.

TOURISME

2018, ANNÉE FLORISSANTE POUR LE TOURISME MONDIAL

En 2018, d'après le baromètre annuel de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le nombre de touristes internationaux dans le monde a enregistré une progression soutenue de +6 %. Le cap des 1,4 milliard de touristes, fixé pour 2020, a pu être franchi avec 2 ans d'avance. Cette accélération s'explique par « une forte expansion économique, des tarifs aériens plus abordables, des changements technologiques, des nouveaux modèles d'activité économique et des progrès en matière de facilitation de la délivrance des visas à travers le monde », détaille le rapport de l'OMT. En tête des destinations, l'Europe a drainé la moitié des touristes (713 millions) avec une hausse de 6 %. En 2^e position, l'Asie-Pacifique a reçu 343 millions de touristes en progressant au même rythme. De son côté, le continent américain a accueilli 217 millions de touristes avec une croissance de 3 %. Loin derrière, les 2 dernières zones sont néanmoins

les plus dynamiques : l'Afrique (67 millions) affiche une hausse de 7 % (10 % pour l'Afrique du Nord et 6 % pour l'Afrique subsaharienne) tandis que le Moyen-Orient (64 millions) progresse de 10 %. Les prévisions pour 2019 demeurent optimistes avec une nouvelle hausse des flux touristiques autour de 3 à 4 %.



PLATES-FORMES COLLABORATIVES

LES LOCATIONS DE RÉSIDENCES PRINCIPALES VIA LES PLATES-FORMES LIMITÉES À 120 JOURS PAR AN

Depuis le 1^{er} janvier 2019, les règles encadrant l'activité des loueurs de leur résidence principale en meublés touristiques et des plates-formes type Airbnb ont changé. Celles-ci étant régulièrement accusées de concurrence déloyale par les acteurs traditionnels du tourisme, en particulier à Paris et dans les zones tendues, une réglementation encadrée de l'activité des plates-formes de location saisonnière était fortement atten-

due par les professionnels de l'hôtellerie. Dans ce contexte, en juin dernier, les plates-formes (Abritel-HomeAway, Airbnb, TripAdvisor, Leboncoin...), membres de l'UNPLV (Union nationale pour la promotion de la location de vacances), devançant la loi ELAN, ont signé un accord avec le gouvernement pour limiter les locations de résidence principale à 120 jours par an. Le blocage automatique des locations à 120 jours est donc

entré en vigueur le 1^{er} janvier. Dans les faits, sur chaque plateforme, membre de l'UNPLV, les annonces des personnes louant leur résidence principale en entier sont désormais équipées d'un compteur de nuitées réservées. Une fois le seuil des 120 jours atteint, ces annonces seront bloquées pour le reste de l'année calendaire. Cette mesure concerne 18 villes françaises soumises à des tensions sur l'offre de logement.

MARCHÉ

UNE ANNÉE EN DEMI-TEINTE POUR LA RHD

Le marché de la restauration hors domicile (RHD) a terminé l'année 2018 sur une légère hausse (+1 % en valeur) pour un chiffre d'affaires de 56,1 Mds€, selon le bilan annuel de NPD Group. Cette performance en demi-teinte est dans la lignée de celle de 2016, mais inférieure à celle de 2017 (+1,8 %). Par ailleurs, elle est le fruit d'une progression de +0,6 % pour la fréquentation et de +0,4 % pour le ticket moyen qui s'établit à 5,60 €. Dans les faits, 2018 a été une année en « dents de scie » pour la fréquentation. Celle-ci a d'abord été impactée à la baisse au 1^{er} trimestre par les importantes chutes de neige, puis a été fortement pénalisée au dernier trimestre par l'effet « Gilets jaunes ». À l'inverse, la fréquentation a profité de l'embellie climatique et de la victoire de la Coupe du monde de football sur les 2^e et 3^e trimestres. Côté circuits, les évolutions sont aussi contrastées. La restauration rapide continue à gagner des parts de marché avec une hausse des visites de +1,2 %. De son côté, la restauration à table est au contraire à la peine avec un recul de fréquentation de 0,5 % sur l'année.



PAUSE-DÉJEUNER

LES FRANÇAIS SONT CHAMPIONS

Français, Britanniques, Allemands et Américains... chacun ses habitudes pour le repas du midi, selon l'étude Happiness Index réalisée auprès des employés d'entreprises par Wricke, une plate-forme de gestion de projets collaboratifs. Les Français sont les plus nombreux à s'accorder une pause de plus de 30 mn pour leur coupure du midi. Un moment qu'ils passent en priorité avec leurs collègues, que ce soit à la cantine, au restaurant ou dans l'espace détente. Une habitude partagée par près de 4 salariés sur 10 dans l'Hexagone, pour seulement 22 % des Américains et 23 % des Britanniques. À l'inverse, les Anglo-Saxons privilégient les repas sur le pouce devant leur écran. Un quart des employés déjeunent ainsi sans bouger de leur poste de travail aux États-Unis, comme au Royaume-Uni.

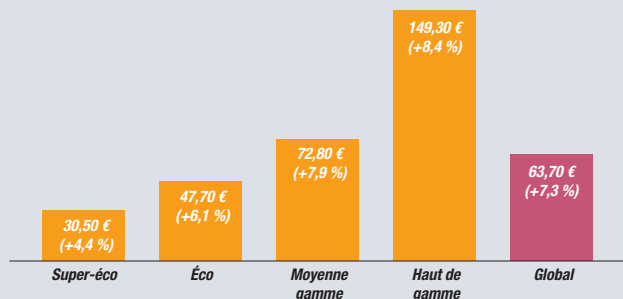
RESTAURATION RAPIDE

COPPER BRANCH OUVRE SES 2 PREMIERS RESTAURANTS EN FRANCE

Si le végétarisme et le véganisme demeurent confidentiels avec respectivement un taux de pénétration de 1,9 % et 0,5 % dans les ménages français, en 2017, selon Kantar Worldpanel, le flexitarisme – qui consiste à limiter sa consommation de viande – devient une tendance de fond dans l'Hexagone. Aujourd'hui, un tiers des ménages français seraient ainsi concernés. Côté restauration, les réseaux de franchise sont encore confidentiels. L'arrivée en France de l'enseigne canadienne de restauration végétale Copper Branch

est donc à noter. L'enseigne, créée en 2014, détient une vingtaine de restaurants sur son sol et 70 ouvertures sont d'ores et déjà programmées sur le marché nord-américain. En 2018, elle a décidé d'entamer son expansion en Europe en master franchise en commençant par la France. Un 1^{er} établissement a ouvert à Brest le 28 janvier dernier et la 2^e ouverture a suivi le 1^{er} février à Angers. Par la suite, elle ambitionne d'essaimer en franchise dans des grandes villes comme Paris, Lyon, Montpellier, Lille, Bordeaux et Marseille.

REVPAR HT DE L'HÔTELLERIE PAR SEGMENT DE JANVIER À DÉCEMBRE 2018 (EN EUROS ET ÉVOLUTION VS N-1)



SOURCE : UMIH-OLAKALA DESTINATION

➤ 68,9 %

Taux d'occupation dans l'hôtellerie sur 2018, en progression de 1,2 point par rapport à l'année précédente.

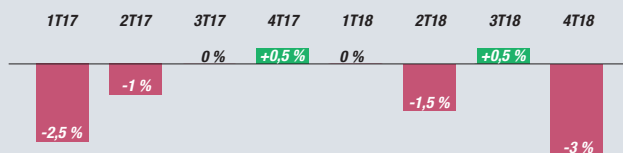
SOURCE : UMIH-OLAKALA DESTINATION

➤ 92,50 € HT

Prix moyen dans l'hôtellerie sur 2018, en progression de 5,3 % par rapport à l'année précédente.

SOURCE : UMIH-OLAKALA DESTINATION

ÉVOLUTION⁽¹⁾ DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA PROFESSION HCR INDÉPENDANTE⁽²⁾



(1) Évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Collecte de l'information auprès d'un échantillon de 1 800 hôteliers, restaurateurs, cafetiers et traiteurs

SOURCE : SYNHORCAT (LETTRE TRIMESTRIELLE D'INFORMATION)

➤ 56,1 MDSE

Chiffre d'affaires de la Restauration Hors Domicile en 2018, en progression de 1 % par rapport à 2017.

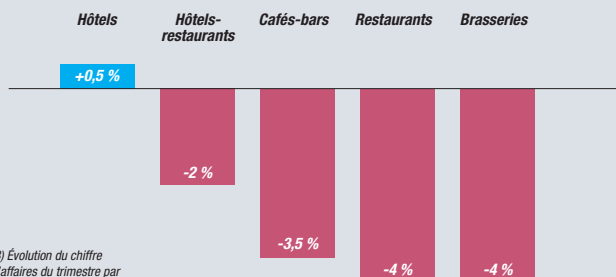
SOURCE : NPD GROUP

➤ 5,60 €

Dépense moyenne en Restauration Hors Domicile en 2018, en augmentation de 0,4 % par rapport à 2017.

SOURCE : NPD GROUP

DÉTAIL DE L'ÉVOLUTION⁽³⁾ DE L'ACTIVITÉ DE LA PROFESSION HCR INDÉPENDANTE DU 4^E TRIMESTRE 2018 (SELON LES MÉTIERS)



(3) Évolution du chiffre d'affaires du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

SOURCE : SYNHORCAT (LETTRE TRIMESTRIELLE D'INFORMATION)