



AUBE
en Champagne

ÉTUDE
42^e ÉDITION

L'INDUSTRIE
HÔTELIÈRE
FRANÇAISE
EN 2019



KPMG Hospitality

Une communauté pour vous accompagner face aux enjeux du secteur



Une équipe de **13 experts sectoriels** qui interviennent partout en France, sur les DOM TOM, au Maghreb, en Afrique Francophone ...

... accompagnée par près de **50 experts métiers KPMG** (expert-comptables, avocats, consultants, fiscalistes, auditeurs, etc.)

Une offre mixant connaissances sectorielles et techniques



Cession / Acquisition & Transmission



Stratégie, AMO Conseil



Levée de fonds & accompagnement



Outils de pilotage & digitalisation



Evaluation & Stratégie financière



Gestion comptable, fiscale & sociale



Conseil fiscal, social & juridique

42^{ème} édition de l'étude l'Industrie Hôtelière Française

Un outil de suivi de la performance pour les acteurs du secteur ...

... et d'aide à la décision en matière de développement et investissement



Où et comment investir ?
Focus Territoires



Campagne



Littoral



Montagne

Des synthèses qui restituent le contexte économique, touristique et hôtelier en 2018 et 2019

Panorama des transactions en Europe et en France

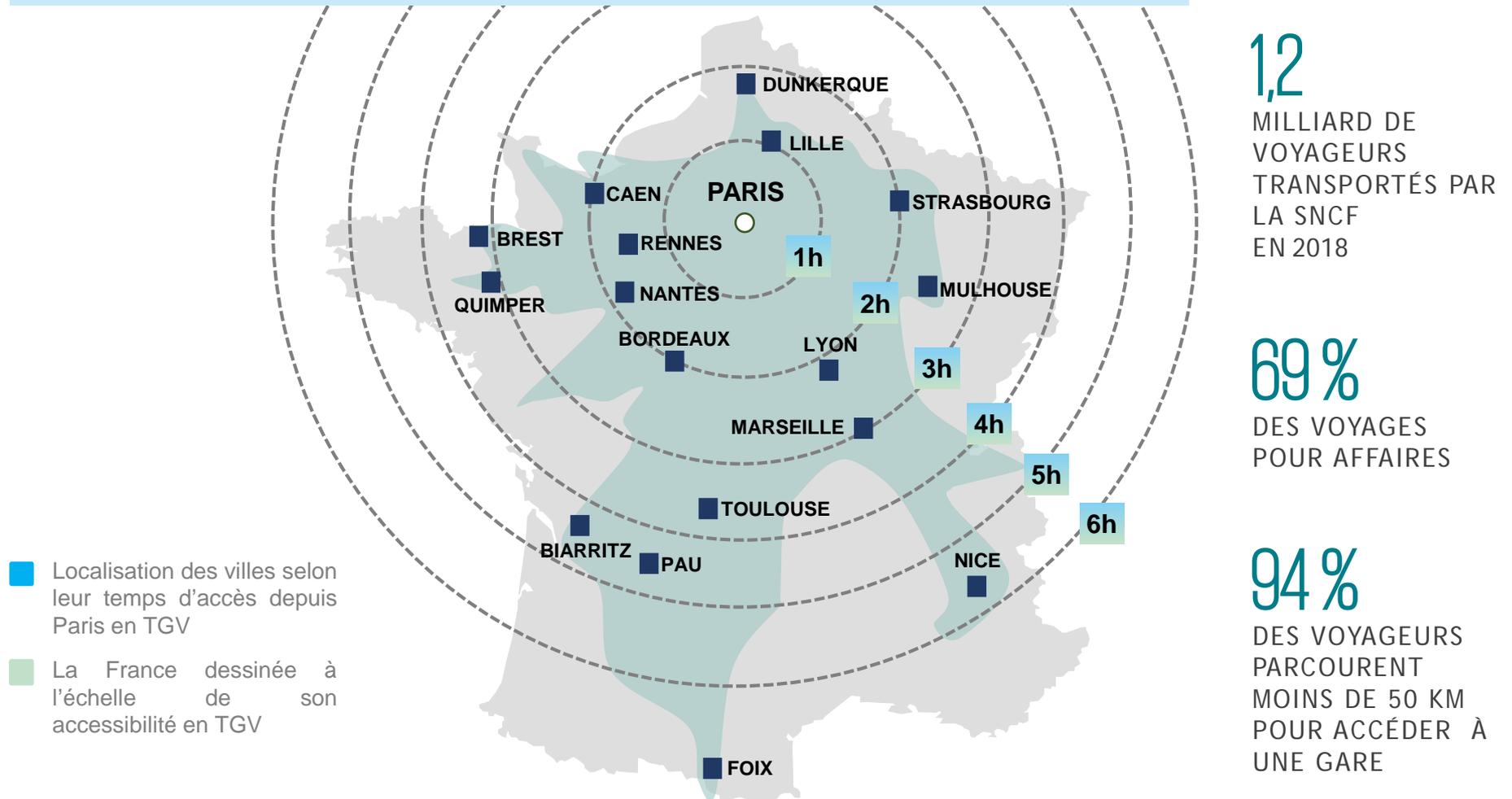


TENDANCES DE
L'OFFRE ET DE
LA DEMANDE

L'ENJEU DE
L'ACCESSIBILITE

Des infrastructures de transports qui impactent la mise en tourisme du territoire

La France redessinée par son accessibilité depuis Paris en TGV



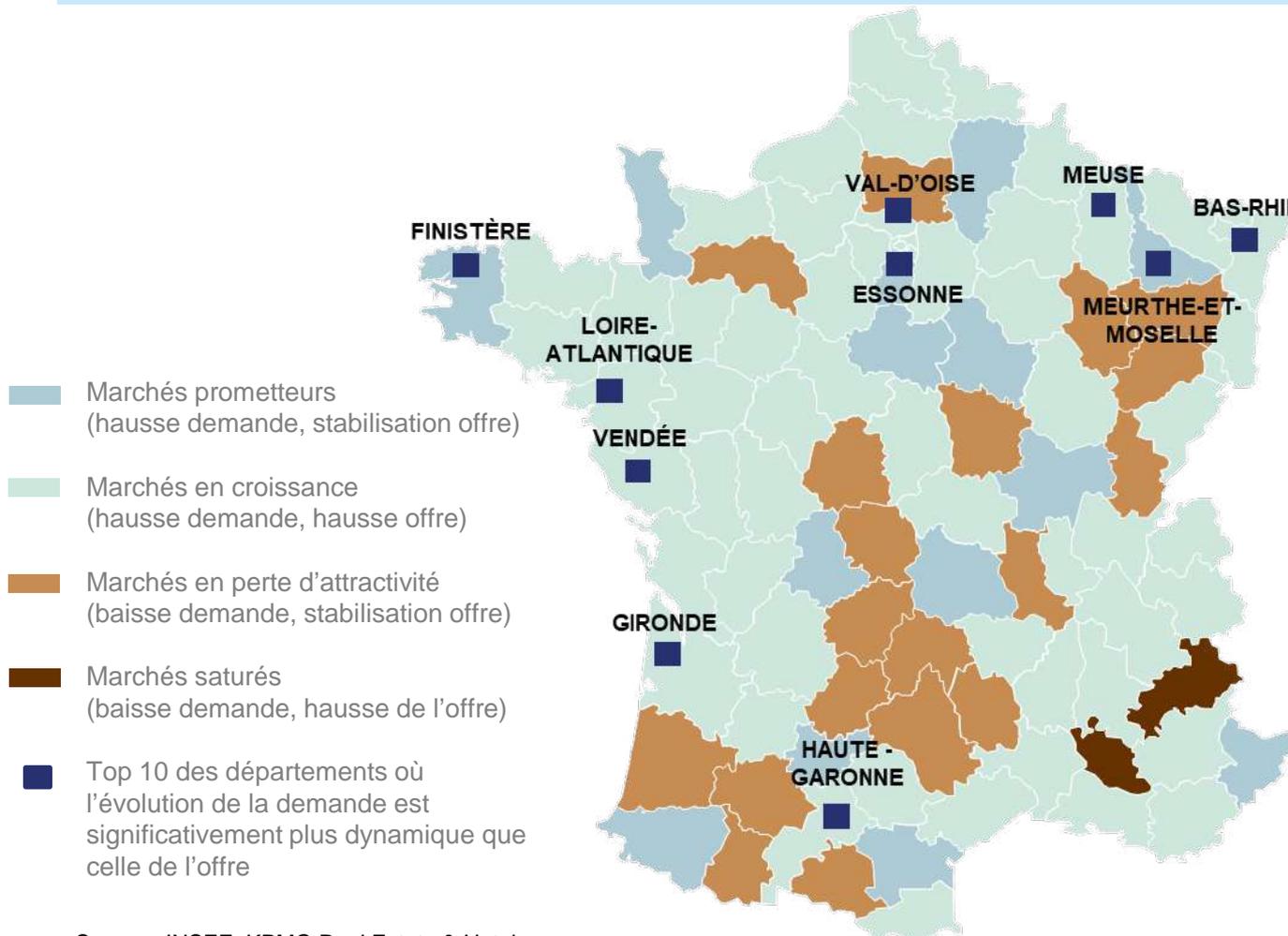
1,2
MILLIARD DE VOYAGEURS TRANSPORTÉS PAR LA SNCF EN 2018

69%
DES VOYAGES POUR AFFAIRES

94%
DES VOYAGEURS PARCOURENT MOINS DE 50 KM POUR ACCÉDER À UNE GARE

Des territoires où le développement hôtelier ne suit pas toujours l'évolution de la demande

Evolution de l'offre et de la demande hôtelière



24 sur 25

DES DEPARTEMENTS AFFICHENT UNE HAUSSE DE LA DEMANDE DEPUIS 2010



LE TOURISME RURAL REPRESENTE PRES DE



30% DES NUITÉES

L'HOTELLERIE DE MONTAGNE REPRESENTE



20% DES NUITÉES HIVERNALES



PERFORMANCES
DE L'ANNEE
2018 - 2019

Panorama 2018 et conjoncture 2019



2018, année record pour le tourisme français

La France atteint un nouveau record de fréquentation, avec **90 millions de touristes étrangers générant 57 milliards d'euros** de recettes touristiques.

Au total on observe +2,4% de nuitées hôtelières en France. La clientèle étrangère génère 38% des nuitées avec une augmentation de +7% par rapport à 2017.

1^{er} semestre

2019

2019 affiche une stabilisation de l'activité hôtelière avec un début d'année erratique

Au 1^{er} trimestre la fréquentation des hôtels affichait un recul de 1,3% par rapport au 1^{er} trimestre 2018 en France métropolitaine. Le mouvement des « gilets jaunes » a pénalisé la fréquentation de certains hôtels (-5% à -10% de CA pour les hôtels 5* à Paris).

Au 2^{ème} trimestre la fréquentation hôtelière repartait à la hausse, avec +2,5% de nuitées par rapport au 2^{ème} trimestre de 2018.

Les épisodes caniculaires de la saison estivale ont bénéficié à la **côte Atlantique et aux destinations de montagne.**

Previsions

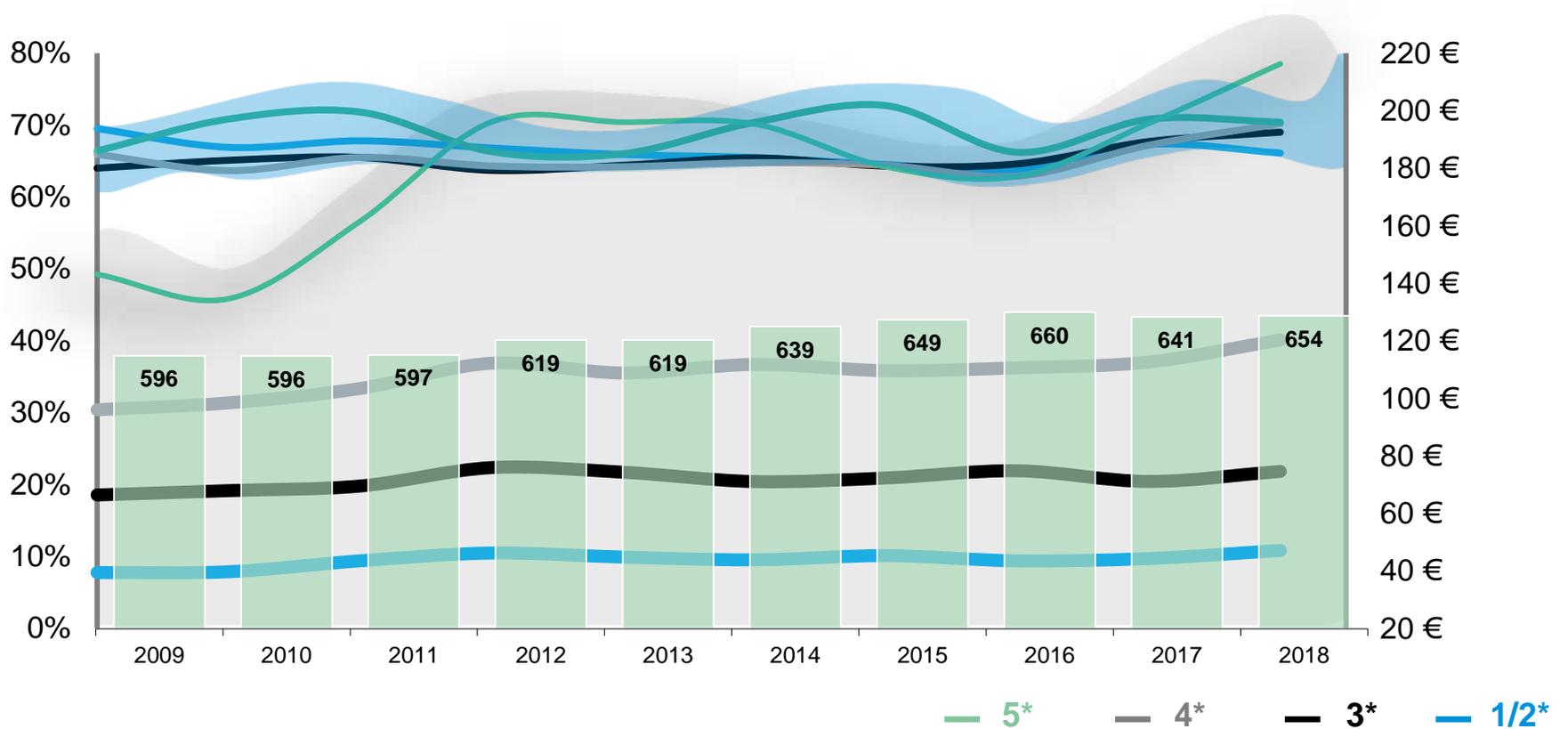
2020 s'annonce dynamique bien que des incertitudes demeurent

Le Royaume-Uni constituant la 1^{ère} source de clientèle étrangère en France (13 millions d'arrivées en 2018), les effets du Brexit pourraient avoir des répercussions sur l'industrie touristique française.

Crainte de l'impact de la grève SNCF

Une fréquentation résiliente sur les 10 dernières années et des prix moyens en hausse pour toutes les catégories (hors inflation)

2019 : des TO et PM stabilisés pour toutes les catégories à l'exception du 5*



Nbr. de # classées (en milliers) TCAM 10 ans : 0,9 % TCAM 5 ans : 1,1 %	Prix moyen HT (avec inflation) TCAM 10 ans	+3,5 %	+2,0 %	+1,5 %	+2,6 %
	Taux d'occupation TCAM 10 ans	+0,3 %	+0,7 %	-0,1 %	-0,7 %

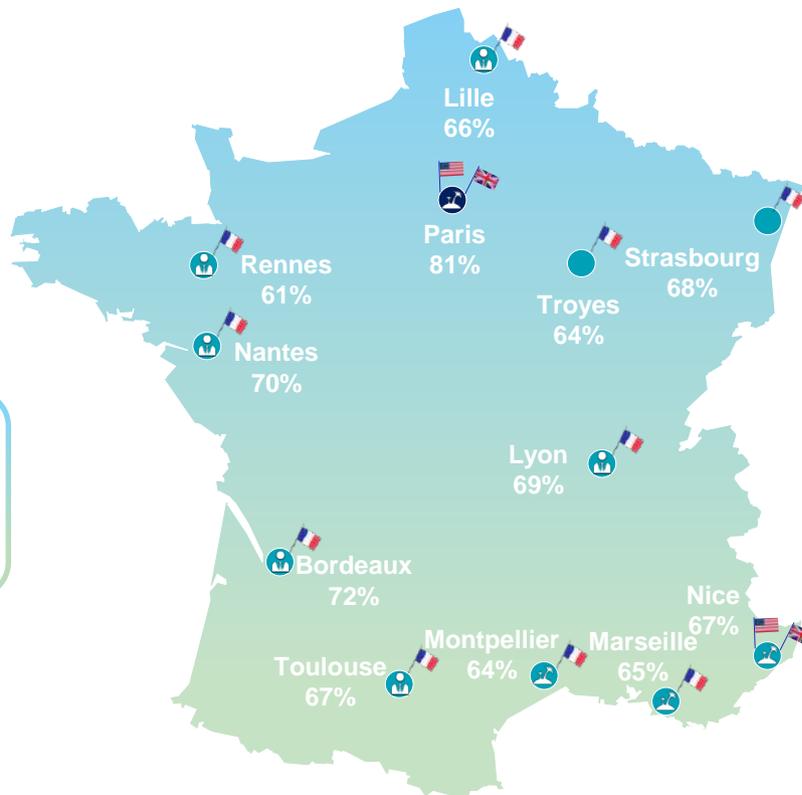
Tendances du taux d'occupation au 1^{er} semestre 2019 vs. 2018 - = + =

Performances de l'hôtellerie urbaine française en 2018

Zoom sur Troyes et 10 des plus grandes villes françaises en 2018 (hors Paris)

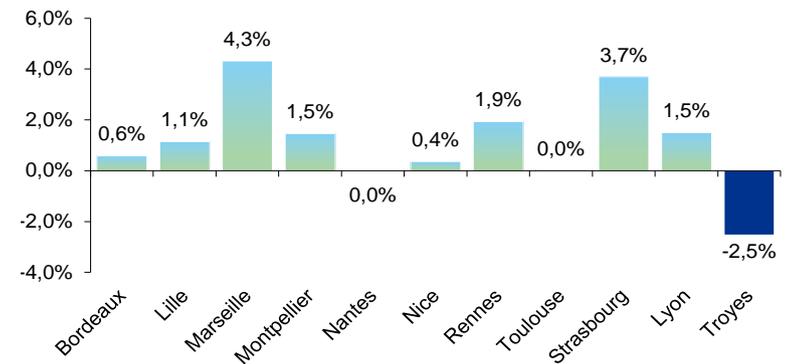
654 219
chambres
d'hôtels en
2019

France -Top 10
70% de l'offre
(en chambres)



- Ville et taux d'occupation (%)
- Majorité de nuitées affaires (>50%)
- Majorité de nuitées françaises (>60%)
- Majorité de nuitées loisirs (>50%)

Croissance moyenne annuelle de l'offre (2014/2018)
Troyes et 10 plus grandes villes françaises



Une offre qui se stabilise, avec des produits qui sortent du marché pour rénovations

Un impact positif sur le taux d'occupation, signe que la demande ne faiblit pas

Une demande plutôt française

Performances de l'hôtellerie urbaine française en 2018

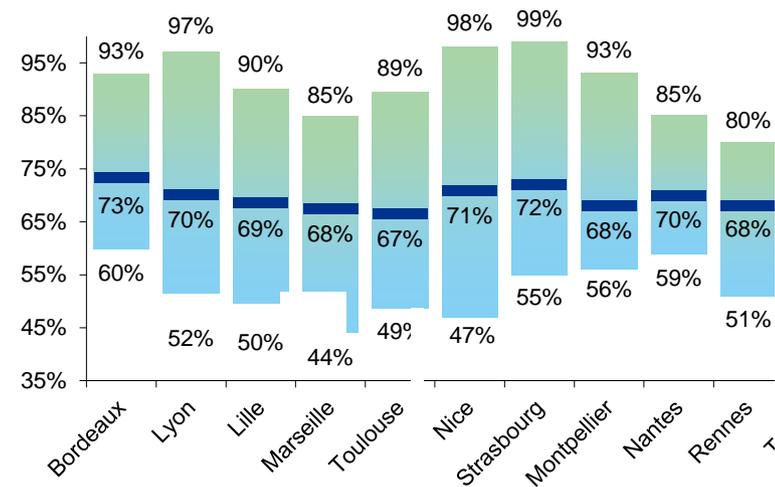
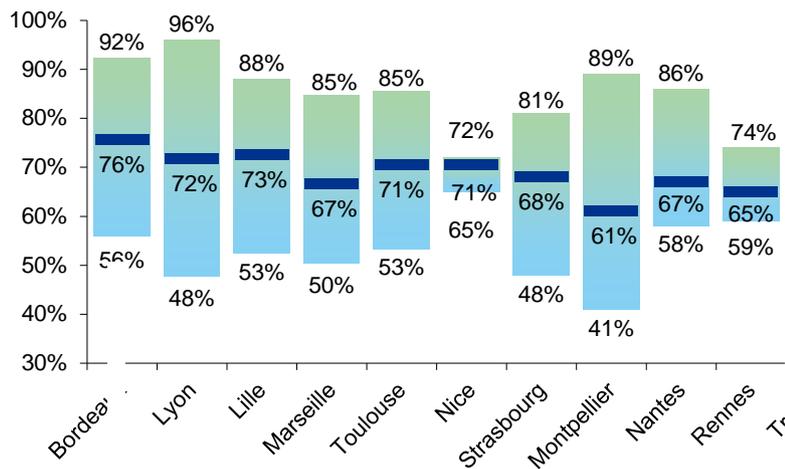
Zoom sur Troyes et 10 des plus grandes villes françaises en 2018 (hors Paris)

TO - 2 étoiles

65%
+1,7% par rapport à 2017

TO - 3 et 4 étoiles

73%
+8,9% par rapport à 2017



■ Médiane ■ Maximum ■ Minimum

Performances de l'hôtellerie urbaine française en 2018

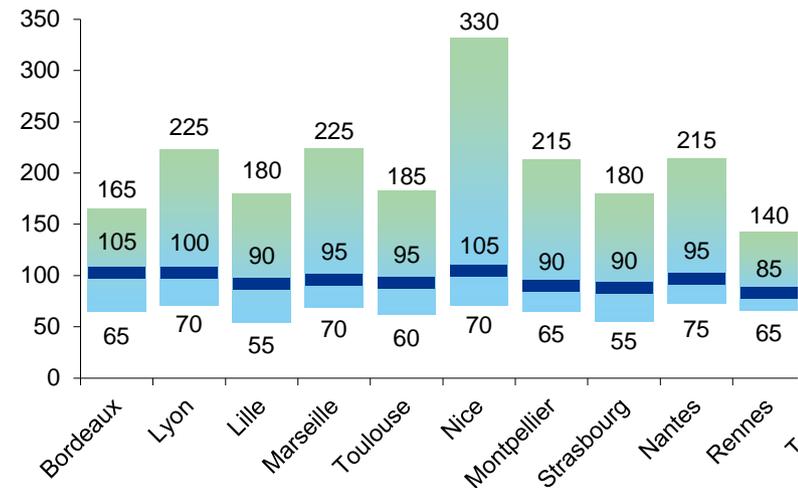
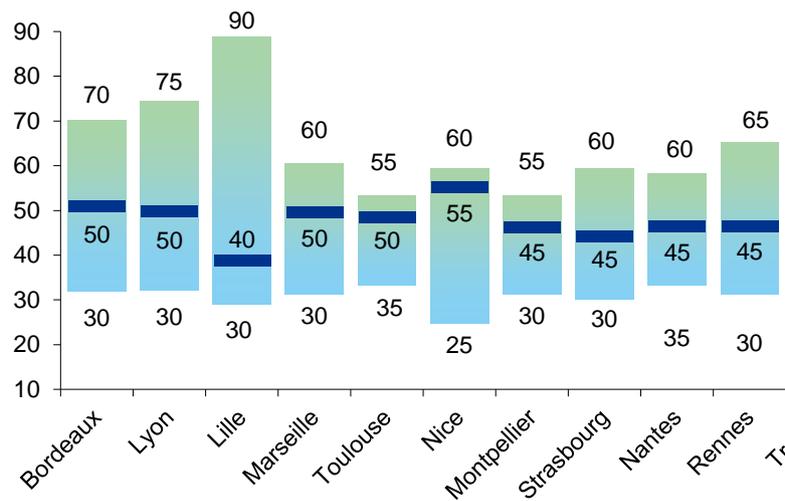
Zoom sur Troyes et 10 des plus grandes villes françaises en 2018 (hors Paris)

PM - 2 étoiles

46 € HT
+8% par rapport à 2017

PM - 3 et 4 étoiles

88 € HT
+2% par rapport à 2017



■ Médiane ■ Maximum ■ Minimum



Indicateurs Locaux



BILAN TOURISTIQUE AUBE 2019

Jeudi 28 novembre 2019



Croissance de l'offre

- 2015-2017 : + 11,1 % de chambres dans l'Aube (source INSEE 2019)
- Pas de nouveaux hôtels en 2019,
- 2021 : ouverture de la Licorne,

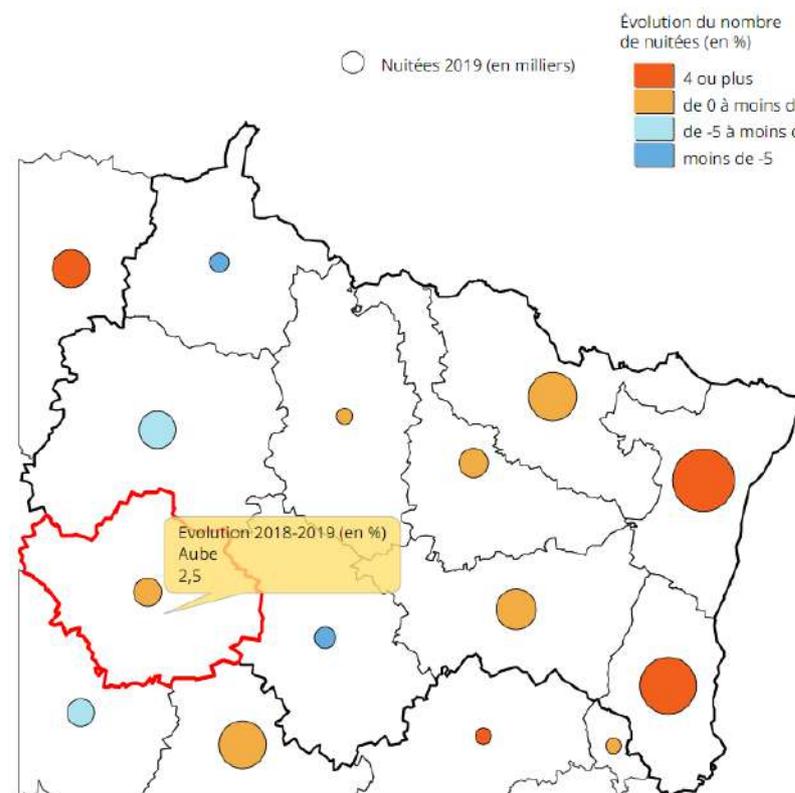
=> objectif de montée en gamme (hôtellerie et restauration)



Fréquentation touristique

+2,5 % des nuitées pour l'ensemble de l'Aube (source INSEE)

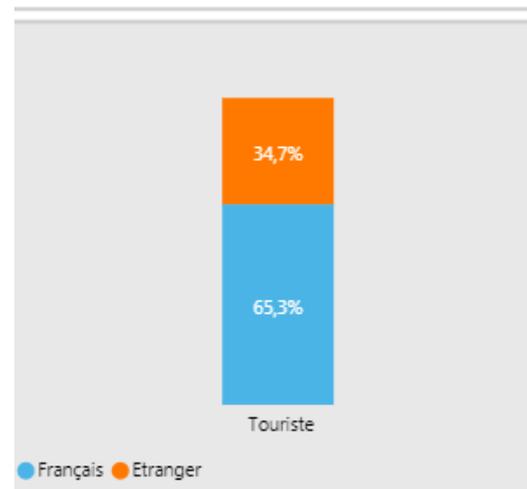
Il semble que ce taux soit positif grâce à la zone urbaine et aux campings aubois +4%



Fréquentation touristique

(Source Flux vision tourisme à fin oct 2019)

Volume/Poids des catégories de visiteur

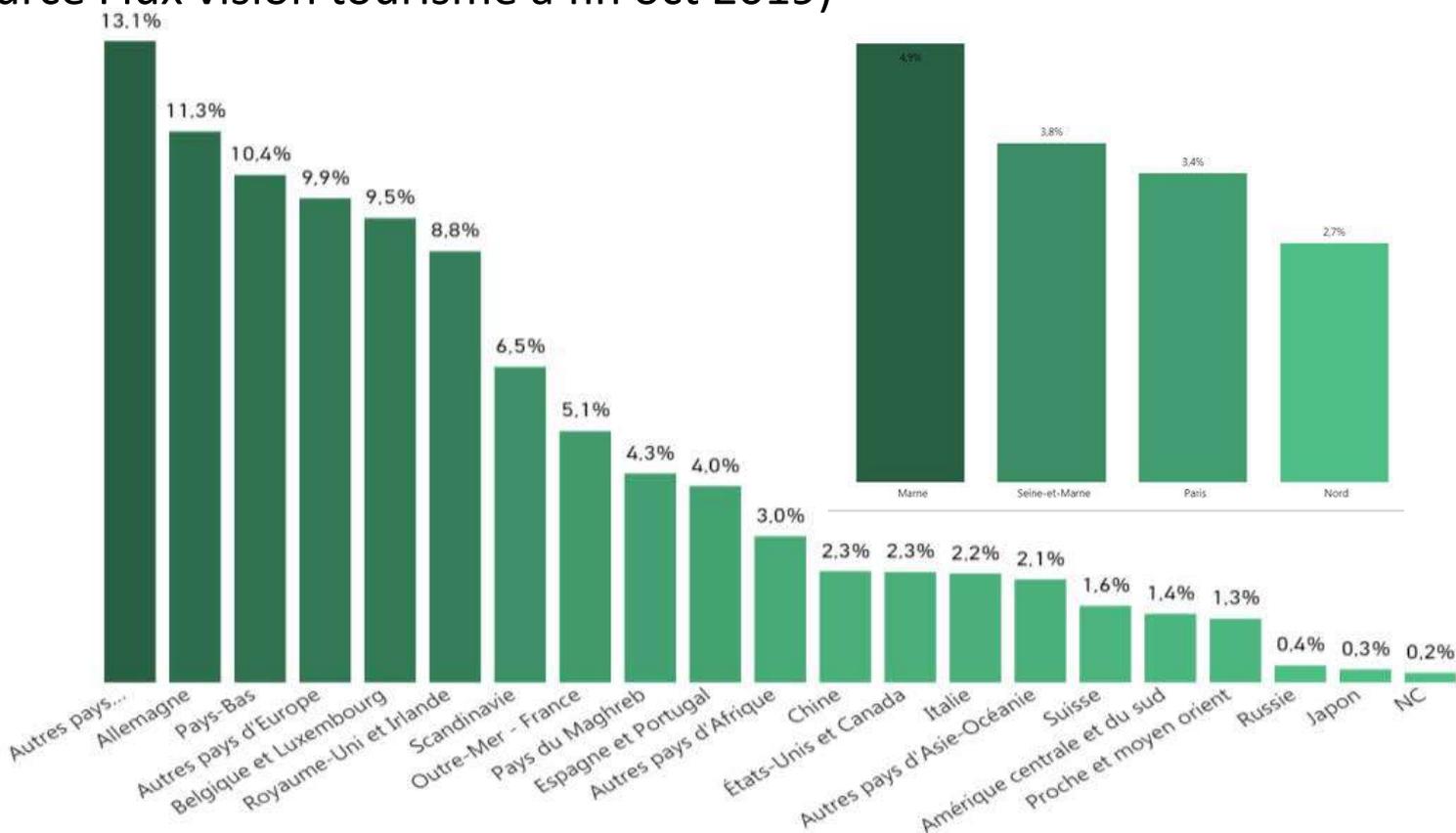


Volume/Poids par mois et année



Fréquentation touristique

(Source Flux vision tourisme à fin oct 2019)



Fréquentation hôtelière

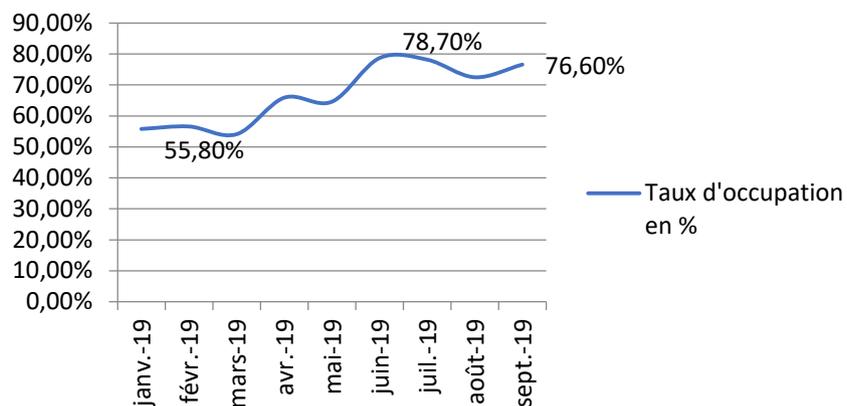
De Janvier à Septembre 2019

TO + 0,6 %

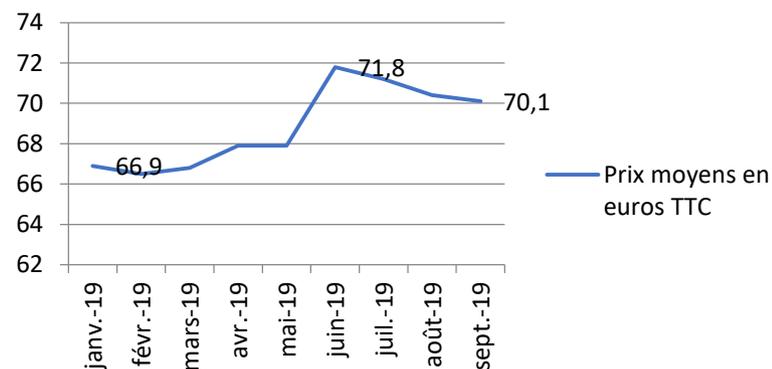
RevPAR +2,8%

Prix Moyen : +1,8% (sur 1 an glissant)

Taux d'occupation en %



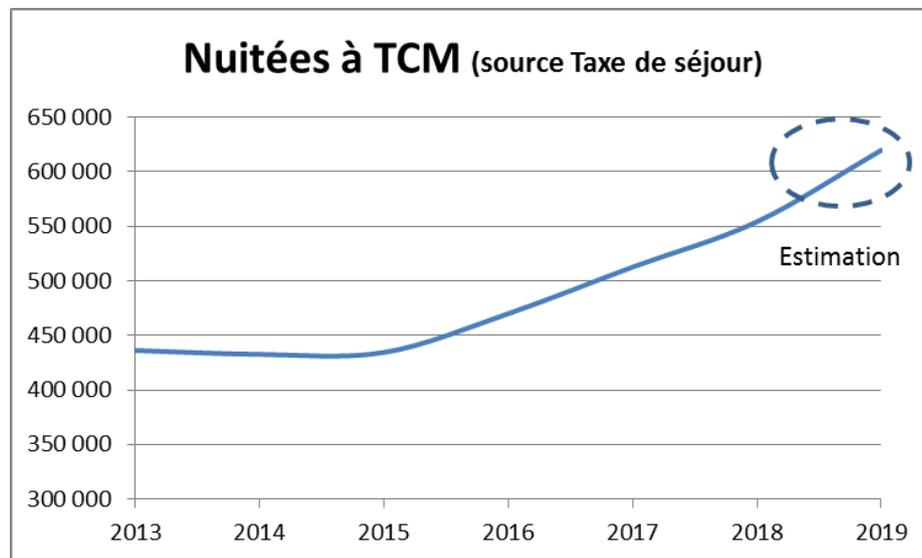
Prix moyens en euros TTC



Source ART - Olakala (principalement hôtels de chaînes)

Fréquentation hôtelière

De Janvier à Septembre 2019



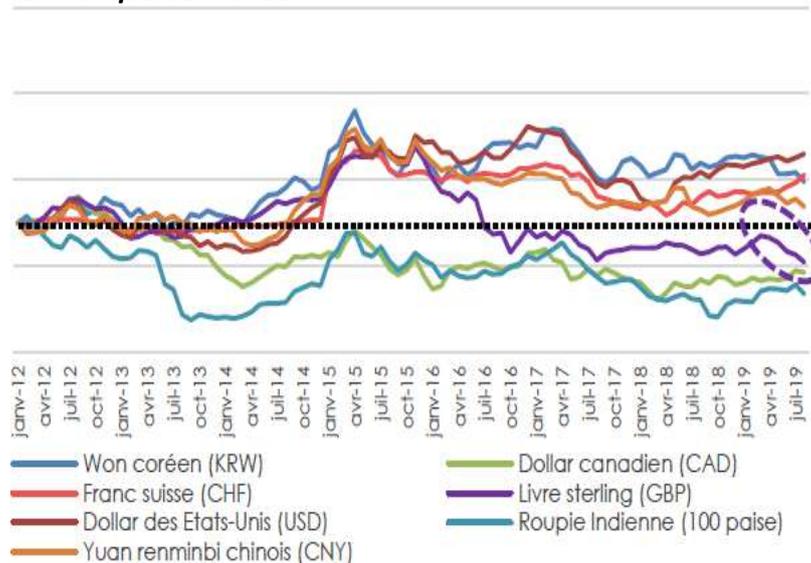
+ 12% des nuitées sur Troyes Champagne Métropole

(considérant que la taxe de séjour à fin sept représente 78% de celle de l'année)

Le poids des contextes

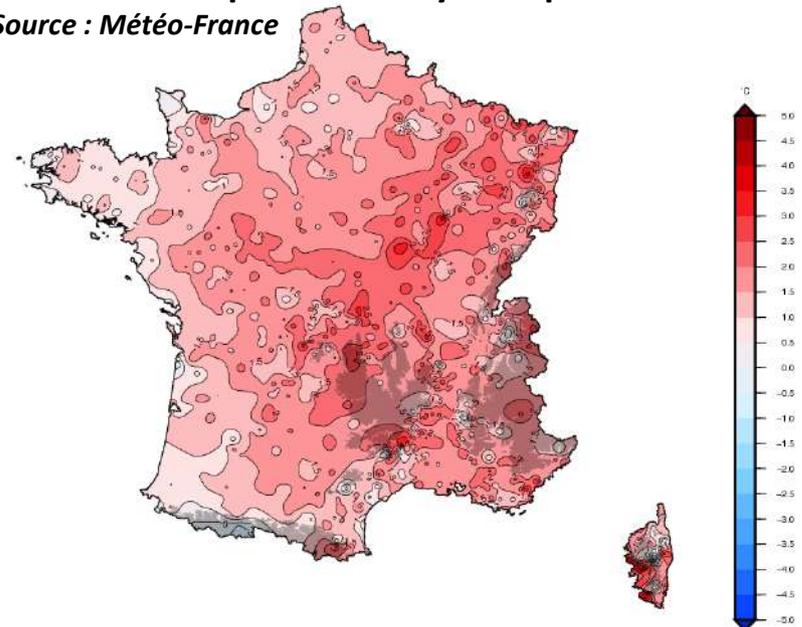
Evolution du taux de change vis-à-vis de l'euro, indice base 100 en 01/12

Source : Banque de France



Ecart à la moyenne saisonnière de référence 1981-2010 de la température moyenne pour l'été 2019

Source : Météo-France



SITES TOURISTIQUES

	TOTAL	évolution
Musée Hugues de Payns	770	-18,86%
Château de la Motte Tilly	15 447	5,92%
Abbaye de Clairvaux	15 826	-0,88%
Musée Camille Claudel	16 052	-40,68%
Maison de l'outil et de la pensée ouvrière	19 099	52,12%
NIGLOLAND	635 000	-3,05%
SOUS TOTAL SITES PAYANTS	702 194	-3,29%

	TOTAL	évolution
Eglise St-Pantaléon de Troyes	30 404	18,30%
Eglise St-Urbain de Troyes	63 971	7,86%
Eglise Ste-Madeleine de Troyes	64 787	11,80%
Cathédrale de Troyes	185 409	-0,50%
SOUS TOTAL SITES GRATUITS	344 571	4,64%

Tourisme d'affaires

- Demandes destination : 207 recommandations de partenaires dont **80 recommandations d'hôtels (38,6%)**
- **60 événements** au centre de congrès de l'Aube, soit # 10 000 nuitées
- **Moyenne 420 pax** (42% des événements ont rassemblé entre 400 et 800 pax ; 17 000 congressistes accueillis)
- **23% d'événements d'envergure nationale** (stable)
- Gros événements accueillis: MP2, Francs-Maçons, Curie, Coter, Métallurgie

Tourisme d'affaires 2020

- 5èmes Assises Nationales du Vieillissement- 12 et 13 mai – 1200 pax
- 9ème Conférence Internationale sur les "Nouveaux Développements en Photodétection" CEA - 06 au 12 juin – 300 pax
- Salon MP2 - 8 au 10 juillet – 200 pax
- Congrès national de la Fédération française des artistes prestidigitateurs - 24 au 27 septembre – 800 pax
- Universités du Tourisme durable – UTD2020 – 8 et 9 octobre – 250 pax
- Universités d'automne du Mouvement Européen France - 09 au 11 octobre – 400 pax
- Congrès Amorce (eau, déchets, énergie) – 14 et 15 octobre – 650 pax



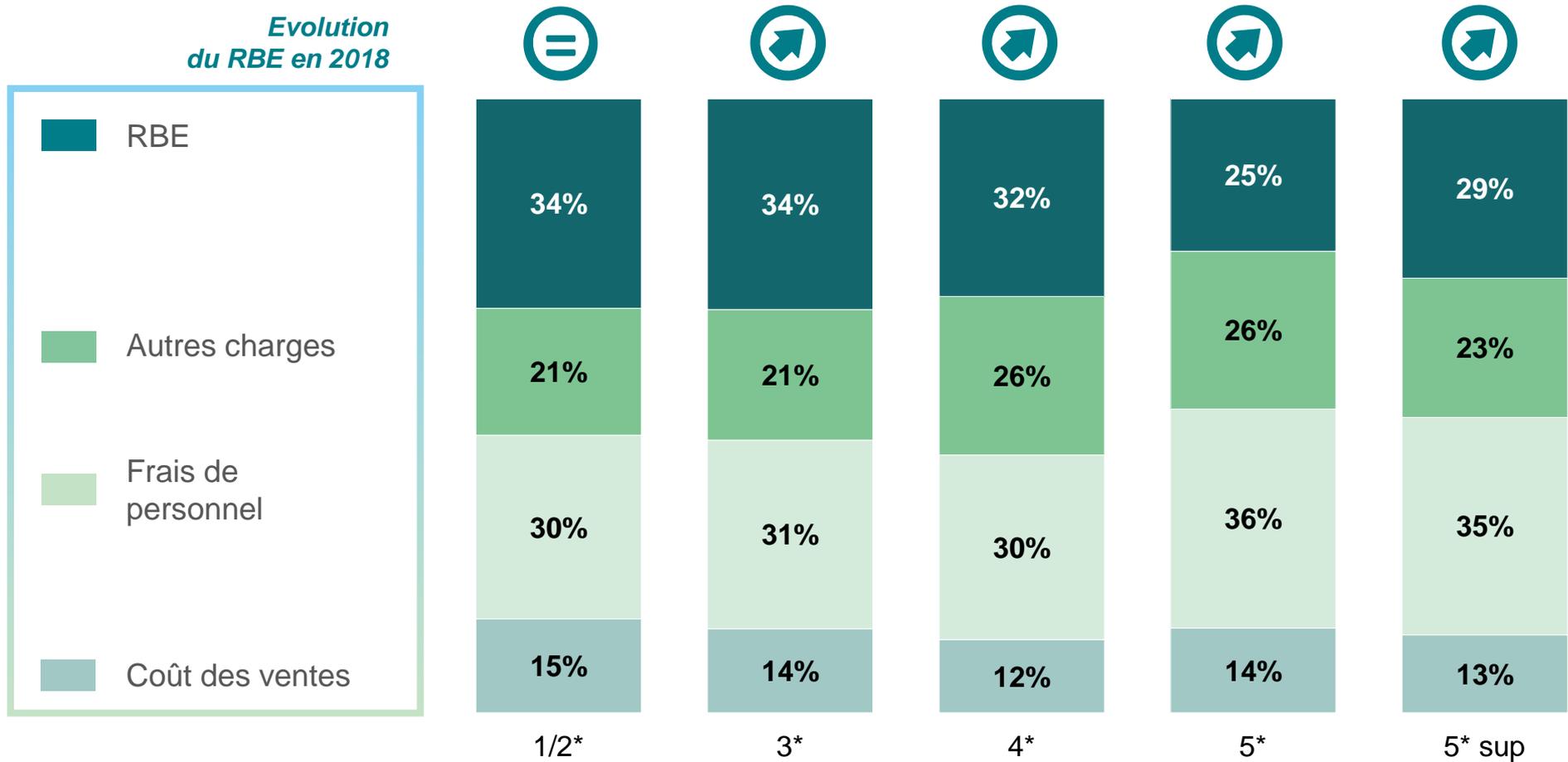


Tendances Sectorielles



Des résultats d'exploitation en progression sur toutes les catégories avec des frais de personnel mieux maîtrisés

2019 : la stabilisation des performances commerciales limite l'évolution de la rentabilité





QUELS SONT LES
FACTEURS CLES DE
SUCCE POUR LE
DEVELOPPEMENT
DE VOS PROJETS ?

DE NOUVEAUX MARCHÉS POUR LE DEVELOPPEMENT HÔTELIER EN FRANCE : LITTORAL, CAMPAGNE, MONTAGNE



24 sur **25** des départements
affichent une **hausse de**
la demande depuis 2010

Le tourisme rural représente près de **30%**
des nuitées

L'hôtellerie de montagne représente
des nuitées hivernales **20%**

Montée en gamme
des produits

Renouvellement
de l'offre hôtelière

Rénovation
d'actifs existants

Staycation

Réinvention
de la maison de
campagne

Réhabilitation
de bâtiments
historiques

Dessaisonalisation

Produits **hybrides**
et **innovants**

Investissement
patrimonial



St-Raphaël



La Croix-Valmer



Sainte-Barbe



Marne-la-
Vallée



La Vallée de la
Chevreuse



Lot-et-Garonne



les Deux Alpes

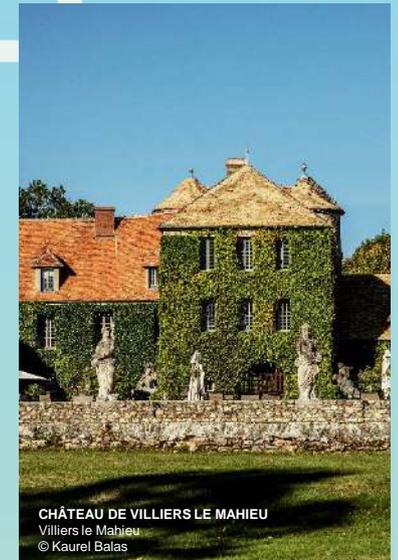


Chamonix



Piau Engaly

Entre maisons de campagne et bâtiments historiques



DE NOUVEAUX MARCHÉS POUR LE DEVELOPPEMENT HÔTELIER EN FRANCE : LITTORAL, CAMPAGNE, MONTAGNE



24 sur **25** des départements
affichent une **hausse de**
la demande depuis 2010

Le tourisme rural représente près de **30%**
des nuitées

L'hôtellerie de montagne représente
des nuitées hivernales **20%**

Montée en gamme
des produits

Renouvellement
de l'offre hôtelière

Rénovation
d'actifs existants

Staycation

Réinvention
de la maison de
campagne

Réhabilitation
de bâtiments
historiques

Dessaisonalisation

Produits **hybrides**
et **innovants**

Investissement
patrimonial



St-Raphaël



La Croix-Valmer



Sainte-Barbe



Marne-la-
Vallée



La Vallée de la
Chevreuse



Lot-et-Garonne



les Deux Alpes

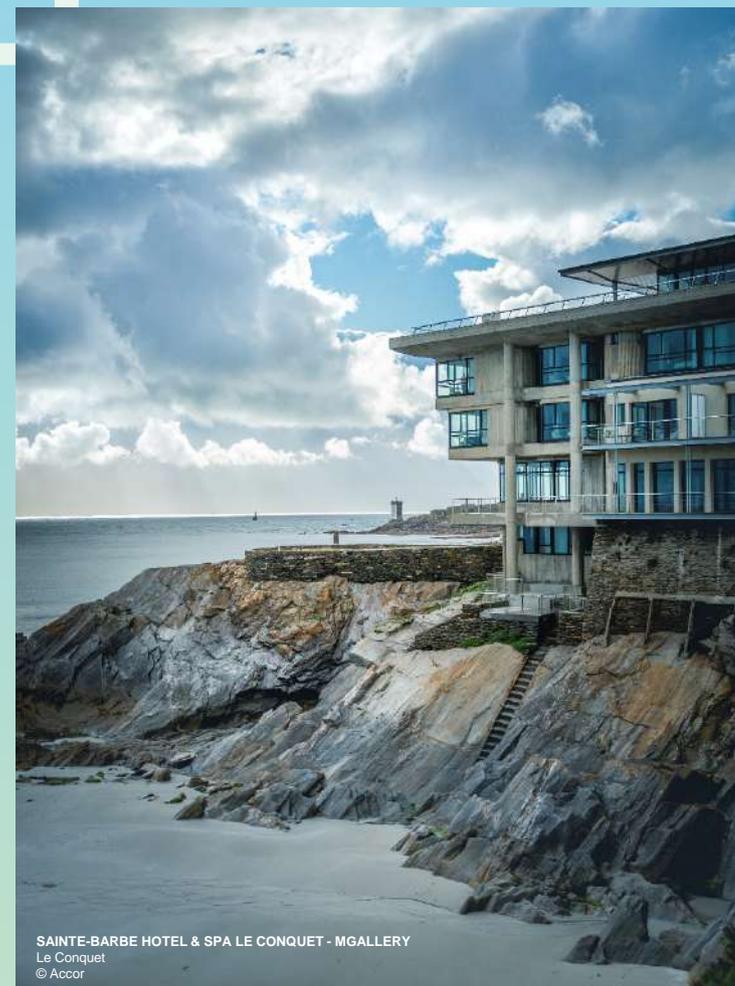


Chamonix



Piau Engaly

L'effet « Wahou » du MGallery Sainte-Barbe



DE NOUVEAUX MARCHÉS POUR LE DEVELOPPEMENT HÔTELIER EN FRANCE : LITTORAL, CAMPAGNE, MONTAGNE



24 sur **25** des départements
affichent une **hausse de**
la demande depuis 2010

Le tourisme rural représente près de **30%**
des nuitées

L'hôtellerie de montagne représente
des nuitées hivernales **20%**

Montée en gamme
des produits

Renouvellement
de l'offre hôtelière

Rénovation
d'actifs existants

Staycation

Réinvention
de la maison de
campagne

Réhabilitation
de bâtiments
historiques

Dessaisonalisation

Produits **hybrides**
et **innovants**

Investissement
patrimonial



St-Raphaël



La Croix-Valmer



Sainte-Barbe



Marne-la-
Vallée



La Vallée de la
Chevreuse



Lot-et-Garonne



les Deux Alpes



Chamonix



Piau Engaly

Les établissements hybrides à l'honneur





Olivier Jauze

Associé, Directeur KPMG Troyes

Port. : 06 28 50 23 38

E-mail : ojauze@kpmg.fr

Stéphane Botz

Associé KPMG Advisory Real Estate & Hotels

Responsable du secteur Tourisme Hôtellerie Loisirs

Port. : +33 (0)6 10 23 42 47

E-mail : sbotz@kpmg.fr

Olivia Sichi

Manager KPMG Advisory Real Estate & Hotels

Port. : +33 (0)6 16 21 48 83

E-mail : osichi@kpmg.fr

kpmg.fr

Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG S.A. est le membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse (« KPMG International »). KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre. © 2019 KPMG S.A., société anonyme d'expertise comptable et de commissariat aux comptes, membre français du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse.

Tous droits réservés.

Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.

Référence étude THL - Code 1505

Conception - Réalisation : Direction de la Communication - Oliver - Septembre 2019