



## Ouvrir un hôtel : le bon plan ?



L'hôtellerie est un domaine attrayant et qui peut rapporter gros. Mais entre un marché difficile et des prix parfois élevés, est-ce la bonne idée ? Tour d'horizon d'un secteur en demi-teinte.

«Le marché de l'hôtellerie indépendante est aujourd'hui en souffrance», constate d'emblée Gérard Guy, président de la Confédération des professionnels indépendants de l'hôtellerie (CPIH), qui rassemble 20.000 hôteliers et restaurateurs dans toute la France, la plupart propriétaires de leur entreprise.

En France, on compte 18.300 hôtels de tourisme (source : Insee), près d'un quart appartenant à une chaîne. En moyenne 3 fois plus grands que les hôtels indépendants, ils proposent la moitié des 650.000 chambres. 4 hôtels indépendants sur 10 ouvrent toute l'année, contre 9 sur 10 pour les chaînes. Pour Gérard Guy, ce secteur est le «reflet de l'économie française et présente une situation dégradée».

### **Des marges réduites**

Ainsi, la baisse de la clientèle a conduit les hôteliers à être prudents sur les tarifs appliqués. Surtout, les challenges ont été plus difficiles à relever pour les établissements indépendants : d'abord, car ils sont plus petits, 25 chambres en moyenne, contre plus de 80 pour les chaînes ; ensuite, en raison d'une rentabilité plus faible, l'hôtelier amortit moins bien ses charges fixes d'exploitation qui représentent entre 85 et 90% de ses frais ; enfin, car les marges sont réduites par des taux de commissions importants appliqués par les agences en ligne OTA (Online Travel Agency), mais nécessaires aux indépendants en recherche de visibilité».

### **Une pluie de taxes**

À cela s'ajoutent plus de 30 nouvelles taxes apparues depuis 5 ans et 3 points de TVA supplémentaires subis au 1er janvier 2014. «Plus de 8.000 hôtels ont disparu en 2014. Il s'agit principalement d'indépendants qui ont été dans l'incapacité de se conformer aux normes de sécurité et d'accessibilité, des investissements



coûteux, et de se moderniser pour offrir un confort et une prestation adaptés aux attentes de la clientèle», déplore Gérard Guy. Malgré un marché qui semble en berne, il est encore possible d'entreprendre.

### **Tourisme : un marché porteur**

«Au regard du nombre de touristes et du spectre de ces 20 dernières années, investir dans l'hôtellerie à Paris reste une véritable valeur refuge», estime Jean-Bernard Falco, président de Paris Inn Group, expert en investissement et en gestion d'actifs hôteliers sur Paris intra-muros. Gérard Guy reconnaît lui-aussi des éléments positifs : «Le tourisme reste un marché porteur mondialisé», note-t-il.

Il insiste sur le fait que le profil type importe peu quand on souhaite se lancer dans l'hôtellerie indépendante : «Quel que soit le profil d'origine de l'acquéreur, professionnel-hôtelier ou reconversion, c'est sa capacité d'autofinancement qui permet de concrétiser le projet. Les banques exigent, en effet, au moins 50% d'apport en capitaux propres».

Le prix d'un hôtel est extrêmement variable en fonction des régions et du nombre de chambres, calculé généralement selon le CA de l'établissement. «À Paris, il faut compter 5 à 6 fois le CA pour du fonds de commerce et 10 à 20 fois le CA pour les murs et le fonds de commerce», indique Jean-Bernard Falco.

### **De 300.000 à 500.000 € par chambre pour Paris**

Le prix peut aussi se négocier à la chambre : entre 300.000 à 500.000 € par chambre pour Paris, sachant qu'il y a en moyenne 50 chambres dans un hôtel parisien. «En dehors de Paris, la valeur d'achat d'un hôtel se calcule sur une base de 3 fois le CA ou 10 fois l'EBE. Par exemple, il faut compter 15 M€ en prix de départ pour 60 chambres bien placées dans Biarritz», confie de son côté Catherine Thomine-Desmazures, directrice de Barnes Côte Basque. À condition de miser sur le bon emplacement, la rentabilité se situe entre 6 et 8%. «Pour avoir une rentabilité intéressante, il faut miser sur 25 chambres au minimum», ajoute-t-elle.

### **Diversité et contraintes**

Avant de se lancer, «il convient de réaliser une étude de marché et une étude de la concurrence, affinées en fonction du territoire», rappelle Gérard Guy. «Il existe une grande diversité d'établissements. Ainsi, bien qu'éloignée des fréquentations touristiques ou d'affaires, une offre innovante, de très bonne qualité, peut susciter la demande en zone rurale.

www.entreprendre.fr

Pays : France

Dynamisme : 9

[Visualiser l'article](#)

Cependant, pour l'hôtellerie indépendante, le meilleur taux d'occupation reste Paris (75,3%), puis le littoral (54,5%). Si l'hôtellerie est un secteur qui fait rêver, au-delà des premiers défis (emplacement et investissement), encore faut-il se poser les bonnes questions : «Quels canaux de commercialisation choisir ? Comment assurer une rentabilité correcte sans préjudice sur la qualité ? Comment optimiser la gestion des ressources humaines ?...», questionne l'expert.

Si le statut d'indépendant revient à «faire le choix de la liberté d'action, pour exprimer sa créativité et développer son savoir-faire», Gérard Guy reste toutefois prudent. «Ma recommandation ? Intégrer un réseau et, surtout, ne pas rester isolé sans visibilité. Le piège est de ne pas prendre la pleine mesure des contraintes, réglementations, mises aux normes et taxes diverses». Des conseils avisés.