



PARIS INN GROUP
Hotel Investment and Asset Management

Revue de presse mensuelle
Avril 2016

Service de la Communication
Documents réservés à l'usage interne

Sommaire

Concours et agenda	4
<i>La Bulle Des Entrepreneurs - 01/04/2016</i>	
ECO - Jean-Bernard Falco, président-fondateur de Paris Inn Group et président d'AhTop, ...	6
<i>France Info - 25/04/2016</i>	
A Berlin, Airbnb se heurte à un mur	7
<i>Libération - 26/04/2016</i>	
Best Western Premier Opéra Diamond	8
<i>L' Auvergnat De Paris - 21/04/2016</i>	
Best Western Premier Opéra Diamond primé	9
<i>La Lettre Chr- Chd - 18/04/2016</i>	
Paris Inn Group en quête de hauts potentiels	10
<i>La Lettre Chr- Chd - 18/04/2016</i>	
Les locations de meublés de courte durée inquiètent aussi les Parisiens selon IAhTop	11
<i>L' Hôtellerie Restauration - 14/04/2016</i>	
LES STARTS-UPS HÉBERGÉES PAR PARIS INN GROUP	13
<i>Aquae - L' officiel Thermalisme Thalasso & Spa - 12/04/2016</i>	
Taxer les CDD dans l' hôtellerie, voici pourquoi "cela ne changera rien"	14
<i>Lci. TF1. Fr - 12/04/2016</i>	
Wiidii : l'intelligence artificielle à la conquête du monde du tourisme	15
<i>Tourmag.Com - 12/04/2016</i>	
L' innovation hôtelière sous le feu des projecteurs	16
<i>Creersaboite.Fr - 08/04/2016</i>	
Paris Inn Group	17
<i>Immoweeek.Fr - 10/04/2016</i>	
Forum Grand Paris et Tourisme	18
<i>Ajconseil.Fr - 11/04/2016</i>	
Paris Inn Group lance son trophée de l'innovation	19
<i>Lhotellerie- Restauration.Fr - 07/04/2016</i>	
Simon Brochot et Simon Verger, vainqueurs de la coupe Georges Baptiste 2016	20
<i>L' Hôtellerie Restauration - 07/04/2016</i>	
L'hôtellerie parisienne, à la peine depuis les attentats, cherche à remonter la pente	22
<i>Les Echos - 06/04/2016</i>	
L'hôtellerie parisienne, à la peine depuis les attentats, cherche à remonter la pente	25
<i>Lesechos.Fr - 06/04/2016</i>	
Simon Brochot et Simon Verger, vainqueurs de la Coupe Georges Baptiste 2016	27
<i>Lhotellerie- Restauration.Fr - 05/04/2016</i>	
Concours	29
<i>Le Chef - 01/04/2016</i>	
Des moyens limités pour rassurer les voyageurs	30
<i>Le Figaro - 05/04/2016</i>	
La semaine s'annonce numérique à Bordeaux	32
<i>Invest- In- Bordeaux.Fr - 04/04/2016</i>	
Paris Inn Group s'engage auprès des start-up et lance le Trophée Paris InnOvation	35
<i>Edubourse.Com - 04/04/2016</i>	
Communiqué : Paris Inn Group s'engage auprès des start-up et lance le Trophée Paris Inn...	36
<i>Tendancehotellerie.Fr - 05/04/2016</i>	
Wiidii, l'assistant personnel 2.0 sort sa nouvelle application	37
<i>Widoobiz.Com - 31/03/2016</i>	
Wiidii, le concierge 2.0 dirait bien oui à une levée de 7 M€	38
<i>Latribune.Fr - 31/03/2016</i>	
Wiidii, le concierge 2.0, va lever entre 5 et 7 M€	39
<i>Planet.Fr - 31/03/2016</i>	

Sommaire

Wiidii, le concierge 2.0, va lever entre 5 et 7 M€ <i>Yahoo ! Finance France - 31/03/2016</i>	40
Wiidii, le concierge 2.0, va lever entre 5 et 7M d'euros <i>La Tribune - 01/04/2016</i>	41



10ème édition du Grand Prix des Chefs d'Entreprise le 23 juin 2016 au théâtre des variétés, boulevard Montmarnasse à Paris.

Inscription : [cliquez ici](#)



INSEEC MSc & MBA s'engage pour la réussite professionnelle de ses diplômés.

MERCURIUS Alumni, l'association des anciens élèves du MSc Achats internationaux et Logistique d'INSEEC MSc & MBA à Paris vient de signer un partenariat avec BUY MADE EASY (BME Consulting) et ResEnTer, deux acteurs clés du secteur Achats, qui s'engagent à mettre à disposition des membres de MERCURIUS Alumni. Il s'agit de formations en ligne personnalisées ou en groupe, comme l'accès gratuit aux webinars et MOOC en achats responsables et Supply Chain. Une opportunité pour les jeunes diplômés et anciens du MSc Achats internationaux et Logistique de continuer à se former tout au long de leur carrière professionnelle. Ils pourront ainsi développer et renforcer leurs connaissances en matière d'achats par l'acquisition de compétences nouvelles.

Concours et Agenda



Du 4 avril au 20 mai 2016. Source essentielle de compétitivité, l'innovation est au cœur de la stratégie de Paris Inn Group. Voilà pourquoi en 2016, elle lance le Trophée Paris InnOvation, un concours qui a pour objectif de détecter les start-up les plus innovantes dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme. Les lauréats seront accueillis dans un espace de co-working spécialement aménagé au sein des locaux de Paris Inn Group, boulevard Haussmann. Accompagnés par des experts métiers tout au long de leur projet, les jeunes entrepreneurs testeront leur projet en conditions réelles dans les 32 hôtels de Paris Inn Group.

Inscription : [cliquez ici](#)



Rendez-vous sur www.cv-star.com

Si CV Star lance le plus grand concours de recrutement en France, c'est avant tout pour que toutes les entreprises françaises, même celles avec un budget limité, puissent accéder à un véritable recrutement qualitatif. Pour participer, rien de plus simple : les entreprises doivent simplement compléter la fiche du profil recherché sur le site de CV Star. Attention, la clôture des inscriptions sera effective le 31 avril 2016.

Plus d'information : www.cv-star.com



Succès de femmes, du 25 au 29 avril : une semaine pour inspirer les femmes et soutenir l'entrepreneuriat féminin Installée aux Etats-Unis depuis 2003, Biba Pedron, business coach, marketing expert, auteur, speaker et radio host, aide des centaines d'entrepreneur(e)s francophones et anglophones à comprendre et à mettre en place le marketing, les médias sociaux, et le branding afin de créer et développer leur entreprise. Engagée en faveur de l'entrepreneuriat féminin, elle organise pour la 2e année consécutive, le sommet « Succès de femmes ». Du 25 au 29 avril, elle réunit à l'occasion de ses conférences 10 expertes, femmes entrepreneures qui partageront avec les participantes leur succès pour leur montrer le chemin vers la réussite. 5 jours pour découvrir tous les secrets des femmes entrepreneures à succès.

Plus d'info : <http://succesdefemmes.com/>



W(e)Talk Event embarque pour sa troisième édition qui aura lieu le 21 mai 2016 à la Bellevilloise à Paris et aura pour thème « Les artisanes du commun, elles font ensemble pour un autre demain ».

Plus qu'un évènement, le W(e)Talk Event veut mettre à l'honneur les femmes du commun dans leur pluralité et leur redonner une parole authentique. Pour cela, une démarche participative a été retenue : avec le soutien des premières ambassadrices, Malika Bellaribi-Le Moal, cantatrice, Clémence Bodoc, journaliste à Madmoizelle, Cynthia-Laure Etom de Women in Films et Haifa Tlili, chercheuse en sport et empowerment des femmes, il a été décidé de lancer l'appel à candidatures "Faites entendre votre voix avec W(e)Talk" pour la sélection des modèles féminins 2016 qui prendront la parole sur la scène de W(e)Talk. Toutes les femmes sont invitées à venir prendre la parole. Un comité de sélection en choisira 8 pour accéder au W(e)Talk Event du 21 mai prochain.

A l'instar des deux premières édition, elles viendront se raconter sur le thème "Les artisanes du commun, elles font ensemble pour un autre demain".

Plus d'info : [cliquez ici](#)



Les Rencontres Mondiales des capitales de la Coutellerie se tiendront du 12 au 15 mai 2016 et préfacent Coutellia. Ainsi, une vingtaine de villes ou bassins couteliers sont invitées à se réunir à Thiers autour d'un programme de rencontres, débats, visites en amont du salon international. Mais aussi une convention d'affaires concernant la sous-traitance des métiers de la coutellerie. Cet évènement, qui n'existe nulle part à cette échelle, aura pour vocation d'être réédité, afin de devenir une référence et permettre des flux commerciaux importants pour Thiers et les différentes villes coutelières. En effet, le bassin de Thiers s'est fixé pour ambition d'être connu et reconnu comme la référence incontournable dans le domaine de la coutellerie sur ses compétences artistiques et technologiques.

Plus d'info : [cliquez ici](#)



Le 3 mai prochain Paris accueillera Fintech R:Evolution, l'évènement organisé par France Fintech. "Cet évènement majeur va rassembler plus de 700 participants qui vont vivre de l'intérieur l'expérience fintech : immersion réelle dans le parcours d'un utilisateur, show sur scène des meilleures fintech françaises lors d'une session de pitches, et prospective avec des speakers visionnaires." L'après-midi sera consacré à la découverte des réussites et innovations françaises dans ce domaine mais également aux problématiques européennes et internationales qui encadrent le sujet.

Plus d'info : [cliquez ici](#)



URL : <http://www.twitter.com>

PAYS : France

TYPE : Médias sociaux



► 25 avril 2016

[Cliquez ici pour accéder aux données actualisées du tweet](#)



France Info

@franceinfo

134679

Tweets

1132

Following

828081

Followers

ECO - Jean-Bernard Falco, président-fondateur de Paris Inn Group et président d'AhTop, invité de [@Jean_Leymarie](#) à 18h45 sur France Info

ECO - Jean-Bernard Falco, président-fondateur de Paris Inn Group et président d'AhTop, invité de [@Jean_Leymarie](#) à 18h45 sur France Info



A Berlin, Airbnb se heurte à un mur

Par
TONINO SERAFINI
 Chef adjoint du service France
 @toninoserafini

Faut-il loger en priorité les habitants ou les touristes ? Toutes les villes au rayonnement mondial sont confrontées à ce dilemme avec l'apparition de plateformes numériques type Airbnb. Depuis Rome, Berlin, ou San Francisco, il est désormais possible de louer un logement à New York, Paris ou Barcelone, et inversement. Des annonces fleurissent par centaines de milliers, et autant d'habitations qui servaient jadis à loger les populations de ces villes sont devenues des meublés touristiques à plein-temps.

Partout, les autorités municipales tentent de trouver une parade à ce phénomène qui assèche le marché locatif et fait monter les loyers : ainsi, Berlin a décidé d'interdire purement et simplement la location touristique via ces plateformes à partir

du 1^{er} mai. Seule la location d'une pièce dans un appartement ou une maison sera encore autorisée. Mais pas la totalité d'un logement. Berlin veut rendre aux Berlinoises ces meublés touristiques au nombre de 24 000.

Dans la capitale allemande, comme à New York, Barcelone, Paris ou San Francisco (où est née la société Airbnb), les autorités considèrent que les plateformes numériques créent une concurrence déloyale entre les habitants qui vivent et travaillent dans leurs villes et les touristes qui ne font que passer. Grâce à Internet, une offre locale d'hébergement rayonne auprès d'une clientèle mondiale, qui va payer un prix fort pour un séjour à durée très limitée. Un touriste pourra lâcher 1000 euros pour le «one shot» que représente la location d'un deux-pièces meublé dans le Marais pour sa semaine de vacances à Paris. Mais un Parisien ne pourra jamais payer 4 000 euros de loyer mensuel tout au long de l'année dans ce

même appartement. Or, l'appât du gain a convaincu nombre de propriétaires de transformer en meublés touristiques à plein-temps des logements loués jadis à la population locale, notamment des actifs qui assurent la prospérité économique de ces villes.

A Paris, près de 30 000 logements, essentiellement dans son centre historique, sont devenus des meublés touristiques. L'offre locative ordinaire se raréfie et les habitants trinquent. L'économie hôtelière de ces villes est aussi mise à mal : les professionnels du secteur crient à la concurrence déloyale. Dans la capitale française, certains se sont regroupés au sein de l'AhTop (Association pour un hébergement et un tourisme professionnels). «*Les plateformes ont pris entre 15 % et 20 % du chiffre d'affaires des hôtels*», souligne son président Jean-Bernard Falco.

Dans les villes au rayonnement mondial, Internet ramène des touristes mais aussi beaucoup de soucis. ◆



Le Best Western Premier Opéra Diamond remporte le prix Qualité Best Western Premier 2015. Ce trophée délivré par Best Western France est le plus convoité des différentes catégories de prix puisqu'il récompense le meilleur hôtel de la plus haute catégorie de l'enseigne. Cette distinction souligne la qualité de service et la performance des équipes du Best Western Premier Opéra Diamond, qui mettent tout en œuvre pour que le séjour du client devienne un moment inoubliable. Inauguré en octobre 2009, ce boutique-hôtel 4 étoiles signé Paris Inn Group profite d'un emplacement idéal dans le 8^e arrondissement de Paris, au pied de la Gare Saint-Lazare et à deux pas des grands magasins. Déclinant la thématique du diamant, la décoration de l'hôtel adopte un style chic et contemporain, en hommage à la figure de la femme parisienne.

Best Western Premier Opéra Diamond primé

À l'occasion du 46^{ème} congrès annuel Best Western France qui s'est tenu à Biarritz du 4 au 6 avril, l'hôtel Best Western Premier Opéra Diamond a reçu le 1^{er} prix qualité Best Western Premier de l'année 2015. Remis par Best Western France, ce prix gratifie le meilleur hôtel de l'enseigne et souligne la qualité de service et la performance des équipes. Inauguré en octobre 2009, ce boutique-hôtel 4 étoiles signé Paris Inn Group se situe au pied de la gare Saint-Lazare. Déclinant la thématique du diamant, la décoration de l'hôtel adopte un style chic et contemporain. Hôtel 5 étoiles, il comporte 72 chambres.

Paris Inn Group en quête de hauts potentiels

En 2016, Paris Inn Group lance dès le 4 avril le Trophée Paris InnOvation, concours visant à détecter les start-up les plus innovantes de l'hôtellerie et du tourisme. Accompagnés par des experts, les jeunes entrepreneurs testeront leur projet dans les 32 hôtels de Paris Inn Group. L'appel à candidatures s'adresse aux entreprises de moins de deux ans ou en cours de création et est ouvert jusqu'au 20 mai 2016 sur www.paris-inn-group.com. Les start-up sélectionnées seront accueillies au siège pour une durée de six mois à deux ans et bénéficieront un accompagnement sur-mesure (entrepreneuriat, finance, juridique, web marketing, communication, directeurs d'hôtels etc.).

Les locations de meublés de courte durée inquiètent aussi les Parisiens selon l'AhTop

PARIS L'association dévoile les résultats d'une enquête sur l'impact des plateformes d'hébergement dites collaboratives sur les habitants de la capitale.



À droite, **Jean-Bernard Falco** lors de la réunion organisée fin mars. À ses côtés, une partie des membres du comité exécutif.

tous les commerçants qui les entourent, ce qui n'est pas le cas des locations de courte durée", résume Bernard Falco, président de l'AhTop qui livre aussi ce chiffre : "Une baisse de 10 % du chiffre d'affaires d'un hôtel fait perdre 10 % d'activité à ses prestataires et fournisseurs."

Chiffres à l'appui

"Le week-end de Pâques a vu la fréquentation des hôtels s'effondrer, avec une baisse de

30 % par rapport aux années précédentes, au profit des réservations sur des sites tels qu'Airbnb ou Aritel qui ont affiché des taux de remplissage de 89 % en moyenne, regrette **Jean-Bernard Falco**. L'économie touristique française, qui représente plus de 7 % du PIB, est clairement menacée par le développement barbare de ces plateformes. Le législateur doit prendre conscience du désastre industriel qui se noue... Paris doit prendre exemple sur des villes comme New York ou Barcelone !" L'association a tenu sa première assemblée générale fin mars dernier, sur le thème 'Ma profession va-t-elle se faire ubériser ? Impact et conséquences sur mon activité quotidienne'. Elle s'est constituée en 2015 autour d'un double postulat : la nécessité d'une concurrence saine entre hébergeurs et la promotion d'un hébergement de qualité au service de l'attractivité touristique de la France. Pour **Didier Chenet**, président du GNI et du Synhorcat, membre du comité exécutif de l'AhTop, le rôle de l'association vient en complément des actions des organisations patronales, "sans notion de corporatisme puisqu'elle fédère d'autres secteurs". ■



Sylvie Soubes

www.lhotellerie-restauration.fr/publications/sylvie.soubes



L'Association pour un hébergement et un tourisme professionnels (AhTop) a demandé à l'institut Harris Interactive de réaliser une enquête sur l'impact des plateformes de locations meublées sur la vie des Parisiens. Il ressort de cette enquête que 93 % des personnes interrogées estiment que ce type de logements loués en ligne existe dans leur arrondissement. Si de telles pratiques avaient cours dans leur immeuble, 72 % des Parisiens estiment qu'ils devraient être prévenus. 82 % des répondants se déclarent favorables à ce qu'une règle impose au locataire de demander l'accord écrit de son propriétaire avant de sous-louer son logement. Pour 80 % des Parisiens interrogés, ces plateformes, dans leur configuration actuelle, ne contribuent pas de façon adéquate au développement de l'économie touristique.

"De plus en plus de propriétaires ne renouvellent pas les baux, préférant se tourner vers la location de courte durée, beaucoup moins contraignante mais aussi rémunératrice dans pas mal de cas. Quand il y a moins d'habitants, il y a des fermetures d'écoles. Un propriétaire ou un locataire à l'année fait vivre

Retrouvailles au sommet pour Paul Bocuse et Georges Blanc

Paul Bocuse, 3 étoiles *Michelin* à Collonges-au-Mont-d'Or (Rhône), a convié **Georges Blanc**, 3 étoiles *Michelin* à Vonnas (Ain), dans sa salle à manger privée pour partager un déjeuner convivial qui scelle cinquante ans d'amitié. Au menu ? Sole meunière, poulet de Bresse rôti et saint-honoré. "Ces quelques heures passées à échanger sur nos meilleurs souvenirs au cours du dernier demi-siècle furent un vrai moment de bonheur et



d'émotion pour moi", lui a écrit Georges Blanc dans une lettre de remerciement. "Sur le fond, ajoute-t-il, rien n'a changé : le personnage emblématique

Au premier rang, de gauche à droite : **Raymonde** et **Paul Bocuse** et **Georges Blanc**. Derrière eux : **Vincent Le Roux**, directeur de l'Auberge du Pont de Collonges, **Antoine Meillon**, directeur général du groupe Georges Blanc, et **Françoise Bernachon**.

garde dans son expression l'esprit intact et le goût des bons et justes mots, toujours teinté de cet humour si particulier et remarquable. Tout au long d'un parcours professionnel d'exception, ce fut aussi l'un de tes meilleurs atouts. Tu restes définitivement FORMIDABLE et inimitable..."



LES START-UPS HÉBERGÉES PAR PARIS INN GROUP

Par un programme d'incubation, le gestionnaire d'établissements hôteliers souhaite s'entourer de start-ups afin de développer de nouveaux services innovants pour enrichir l'expérience client.

Paris Inn Group a lancé, le 4 avril dernier, le **Trophée Paris InnOvation**, un concours d'aide à la création et au développement d'entreprises innovantes qui a pour objectif de distinguer des **start-ups** proposant un nouveau service ou produit dans les domaines de l'hôtellerie et du tourisme.

Pour y participer, les candidats, entrepreneurs depuis moins de 2 ans, devront répondre à un **appel d'offre** jusqu'au 20 mai. Les jeunes entreprises seront sélectionnées en mai et juin prochains par un jury constitué de membres du COMEX de Paris Inn Group, de partenaires spécialisés et d'investisseurs dans les domaines de l'hôtellerie ou de l'innovation. Les gagnants seront par la suite accueillis gratuitement, durant six mois à deux ans, dans un espace de **co-working** afin de développer leur projet tout en étant accompagné par des équipes de Paris Inn Group, ainsi que par des professionnels membres du réseau du groupe hôtelier comme des banquiers ou des avocats. Les start-ups pourront par la suite développer des **pilotes** de leur projet dans les différents établissements du groupe hôtelier, afin de les appliquer en conditions réelles avant leur **lancement** sur le marché.

Avec cette initiative, Paris Inn Group souhaite construire de nouvelles **offres innovantes** dans le domaine du **tourisme**, dans le but de proposer des services inédits à sa clientèle. 🌐



Taxer les CDD dans l'hôtellerie, voici pourquoi "cela ne changera rien"

L'hôtellerie et la restauration pratiquent ce qu'on appelle des CDD d'usage. Ces contrats à durée déterminé permettent à l'employeur de s'adapter à la saisonnalité du travail. La règle est de un tiers de CDD et deux tiers de CDI. Pour le patron de la société **Paris Inn** Group, la surtaxation des contrats n'y changera rien. L'hôtellerie et la restauration restent les domaines les plus porteurs, avec 1.000 emplois créés en dix ans par cette société.



Wiidii : l'intelligence artificielle à la conquête du monde du tourisme

Après une levée de fonds de 600 000 euros en 2015, la jeune pousse reconnue dans le domaine de la conciergerie numérique a fait peau neuve et cherche actuellement à lever entre 5 et 7 millions d'euros d'ici à la fin de l'année 2016, pour accélérer son développement à l'international.

L'application WiiDii - DRCréée en 2014 par Cédric Dumas, la start-up Wiiidii a naturellement trouvé sa place dans nos colonnes il y a quelques mois, dans le cadre de notre rubrique la Start-up de la semaine. Récompensée par Atout France avec la Palme du Tourisme Numérique et par Alain Juppé avec le Label du Forum des Innovations de Bordeaux, WiiDii a le vent en poupe pour 2016. Parce qu'avoir un assistant personnel n'est plus réservé qu'aux cadres branchés. Wiiidii combine une intelligence artificielle ultra développée au savoir-faire humain. Wiiidii est enclin à devenir un nouveau compagnon, toujours disponible. Il apprend à connaître l'utilisateur et s'enrichit, au fur et à mesure qu'il est sollicité. L'application va effectivement assister le touriste pendant toute la préparation de son voyage. Ainsi, on retrouve une nouvelle application enrichit d'encore plus de services accessibles aux touristes comme la possibilité d'envoyer une photo et de demander ce que c'est, mais aussi l'ouverture d'un site Internet BtoB. et d'un blog "Cet assistant personnel hybride accompagne les mobinautes au quotidien et instaure avec eux un dialogue complice pour une réponse rapide, précise et personnalisée" précise le communiqué. Cibler les professionnels du tourisme Wiiidii mise donc sur le secteur touristique BtoB : aéroports, compagnies aériennes, hôtels, tour-opérateurs, offices de tourisme, groupes hôteliers... Il est donc tout à fait envisageable pour une agence de proposer ce service à ses clients voyageurs et ainsi réaliser des ventes additionnelles. Opérant déjà pour des acteurs touristiques comme le Festival de Cannes, **Paris Inn** Group, Voyages SNCF ou encore l'Office de Tourisme de Bordeaux, la jeune pousse est actuellement en discussion avec une trentaine de groupes à travers le monde. La start-up a l'ambition de renforcer sa stratégie internationale. Elle espère ouvrir deux bureaux à Montréal et Singapour afin de s'implanter sur les continents américain et asiatique. Wiiidii cherche à lever à 5 à 7 millions d'euros de fonds d'ici fin 2016 pour renforcer son équipe en embauchant 50 salariés.



L'innovation hôtelière sous le feu des projecteurs

C'est dans le 8^e arrondissement de Paris, au cœur des locaux de **Paris Inn** Group que les lauréats du Trophée **Paris Inn**Ovation auront l'opportunité de tester leur projet en conditions réelles dans les 32 hôtels du groupe. L'occasion, lors de son incubation, d'être accompagné par les équipes du groupe et de son réseau pendant une période de 6 mois à 2 ans.

Suite à une présélection, les dossiers seront présentés entre mai et juin à un jury composé de membres du Comex de **Paris Inn** Group et de partenaires du secteur de l'hôtellerie, chargé de désigner l'entreprise la plus innovante. Pour participer, vous devez être à la tête d'une entreprise créée depuis moins de deux ans ou en cours de création et proposer une offre susceptible d'être directement concrétisée au sein du réseau des hôtels de **Paris Inn** Group. Vous souhaitez candidater? Déposez votre dossier jusqu'au 20 mai sur le



Paris Inn Group

Fondée en 2005 sous sa forme actuelle, la société présidée par Jean-Bernard et **Céline FALCO** est présente depuis quatre générations au sein du marché parisien. **Paris Inn** Group gère un parc hôtelier de 4 hôtels 5* et 25 hôtels 4*, soit 29 hôtels, 1887 chambres et 700 collaborateurs et réalise un CA consolidé de 81,4 M€ hors taxes au 31 décembre 2014.

A la fois gestionnaire, investisseur et propriétaire hôtelier, **Paris Inn** Group possède une expertise opérationnelle dans les domaines suivants: développement de projet d'investissement hôtelier (audit préparatoire et assistance technique), management (gestion opérationnelle, financière, fiscale, informatique, ressources humaines, tenue juridique des différentes sociétés gérées) et commercialisation de nuitées hôtelières pour le compte de ses clients (Yield/Revenue Management, marketing online, référencement web). **Paris Inn** Group commercialise les hôtels qui lui sont confiés sur deux portails web : www.HotelsGrandParis.com pour le territoire parisien et www.BookInnFrance.com pour l'ensemble de la France.



Forum Grand Paris et Tourisme

Comment le Grand Paris peut-il aider la France à rester la première touristique mondiale?

Le Cnam tourisme et Artelia organisent le Forum "Grand Paris et tourisme" le 12 avril 2016 de 8h30 à 12h30 à l'Amphi Abbé-Grégoire du Cnam (292 rue Saint-Martin, 75003). Allez-y, c'est gratuit ! Beaucoup d'acteurs du tourisme y seront ! Normal : cette manifestation doit permettre de dresser la radiographie de l'économie touristique du Grand Paris et de s'interroger sur l'adaptation des offres touristiques existantes et les nouvelles offres de demain. Cet événement professionnel sera animé par Brice Duthion (maître de conférences au Conservatoire national des arts et métiers et responsable de l'équipe en charge du tourisme) et Patrick Vicériat (directeur expert tourisme-loisirs d'Artelia) en présence de nombreux intervenants professionnels, acteurs du Grand Paris et de l'activité touristique. A noter notamment la présence de **Jean-Bernard Falco**, patron du groupe hôtelier **Paris Inn.Le** programme sera clôturé par David Douillet, Vice-Président du Conseil régional d'Ile de France chargé de l'attractivité et du tourisme et Benoit Clocheret, directeur général d'Artelia. Date et lieu: La manifestation se déroule le 12 avril 2016, dans les locaux du Cnam, à partir de 9 heures. La participation est gratuite!



Paris Inn Group lance son trophée de l'innovation

Paris Inn Group a lancé le 4 avril dernier un trophée de l'innovation destiné aux entreprises de moins de deux ans ou en cours de création. Les candidats intéressés auront jusqu'au 20 mai 2016 pour y participer.

Au cours des mois de mai et juin, les dossiers seront présentés à un jury composé des membres du comité exécutif de **Paris Inn** Group et d'experts spécialisés. Les entreprises retenues seront intégrées dans les locaux de **Paris Inn** Group, dans le VIII^e arrondissement, pour une période de six mois à deux ans. Elles bénéficieront d'un espace de co-working spécialement aménagé et pourront tester en live, sur les 32 hôtels du groupe, le fruit de leur recherche.

Simon Brochot et Simon Verger, vainqueurs de la coupe Georges Baptiste 2016

SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES L'élève du lycée Hyacinthe Friant à Poligny et le maître d'hôtel du restaurant L'Étoile de mer à Bordeaux se sont imposés pour cette 50^e édition qui s'est tenue le 31 mars.



Julie Gerbet

www.lhotellerie-restauration.fr/publications/julie.gerbet



“Le service est ce qu'il y a de plus important aujourd'hui, c'est essentiel dans un restaurant.” C'est ainsi que la marraine de l'édition 2016 de la coupe Georges Baptiste (CGB), **Céline Falco**, vice-présidente et fondatrice de Paris Inn Group, a tenu à saluer les candidats, lors de la remise des prix. “Au sein de cette coupe, c'est ce que nous mettons en valeur”, a renchéri **Franck Languille**, président de la CGB. Vingt-sept élèves d'écoles hôtelières et CFA (sur 229 qui ont postulé) et onze professionnels ont participé à la grande finale, qui s'est déroulée le 31 mars au lycée hôtelier de Saint-Quentin-en-Yvelines. Comme l'an dernier en Auvergne, la région était mise en avant à travers l'utilisation de légumes et produits locaux (cresson de Méréville, moutarde de Meaux, coulommiers, volaille de Houdan...) dans les épreuves. Un atelier surprise de mise en place d'une table, avec la maison Guy Degrenne, attendait également les professionnels. “Le concours, qui fête ses 55 ans, doit évoluer”, a noté **Franck Languille**. Les professionnels ont concouru le matin, et les élèves l'après-midi, devant un jury prestigieux formé de professionnels et de MOF maître d'hôtel : **Frédéric Kaiser**, **Olivier Novelli**, **Sébastien Cavallès** (vice-président de la CGB), **Bernard Vaussion**, **Jean-René Vogler**...

“Un gros travail personnel à fournir”

“On sent qu'il y a un bon niveau, que les professionnels attachent beaucoup d'importance à ce concours, qu'ils sont motivés pour le gagner ! Il y a un gros travail personnel à fournir et c'est une bonne préparation avant le MOF”, a souligné **Olivier Novelli**, MOF et directeur adjoint du restaurant **Épique** au Bristol, quelques minutes avant la proclamation des résultats. **Simon Brochot**, en terminale européenne bac techno au lycée Hyacinthe Friant de Poligny (Jura), s'est classé en tête des élèves. Pour sa première participation, ce fils de restaurateurs (Restaurant **Jérôme Brochot** à Montceau-les-Mines, 1 étoile *Michelin*) a remporté la coupe grâce à “beaucoup de travail, d'implication et de sacrifices”. Il souhaite poursuivre en BTS l'an prochain avant de voyager à l'étranger pour améliorer sa connaissance des langues, enrichir son expérience,

Le concours, qui fête ses 55 ans, doit évoluer.”

Franck Languille



© OLIVIER MILLERIOUX

Le podium élèves (de gauche à droite) : **Cédric Fourcat** (3^e), **Simon Brochot** (1^{er}) et **Léa Monniette** (2^e).

www.lhotellerie-restauration.fr/QR/RTR644131



Retrouvez l'ensemble des épreuves



et il pense se présenter à d'autres concours par la suite. **Léa Monniette** (lycée Marland de Granville) est montée sur la 2^e marche du podium, et **Cédric Fourcat** (CCI Sud Formation à Montpellier) sur la 3^e. Ce dernier a également remporté le trophée **Philipponnat** (meilleure note écrite).

Côté professionnels, un autre **Simon** s'est démarqué : **Simon Verger**, maître d'hôtel au restaurant **L'Étoile de mer** à Bordeaux, a remporté la première place. “Je suis très ému et très heureux, c'est une belle récompense, j'étais troisième l'an dernier et premier cette année, le travail paie ! C'est une première étape vers les MOF, je rêve de m'y présenter un jour”, a-t-il déclaré. À la deuxième place, **Jean-Sébastien Aubert** (présidence du Sénat, Paris) remporte également le trophée **Malongo** (meilleure note sur l'atelier), suivi de **Jonathan Brunet** (Hôtel Peninsula, Paris). De nombreux cadeaux ont récompensé les participants, dont un voyage d'une semaine à Cuba offert par la société **Pernod** pour les vainqueurs. Prochaine étape pour **Simon Brochot** et **Simon Verger** : la 21^e finale européenne de la coupe Georges Baptiste à **Maribor** (Slovénie) fin mai. ■

CONCOURS



© OLIVIER MILLERIOUX

Les lauréats professionnels (de gauche à droite) : **Jean-Sébastien Aubert (2^e)**, **Simon Verger (1^{er})** et **Jonathan Brunet (3^e)**.



PME & RÉGIONS
TOURISME



L'hôtellerie parisienne, à la peine depuis les attentats, cherche à remonter la pente. // P. 26

L'hôtellerie parisienne, à la peine depuis les attentats, cherche à remonter la pente

- Cinq mois après les attentats, le taux moyen d'occupation des hôtels parisiens est encore en recul de 7 points.
- Les professionnels, fragilisés, s'irritent des initiatives communes entre la Ville de Paris et Airbnb.

TOURISME

Laurence Albert
lalbert@lesechos.fr
et **Christophe Palierse**
cpalierse@lesechos.fr

Cinq mois après l'attaque terroriste du 13 novembre, les vacances de Pâques constituent un premier test pour une hôtellerie parisienne toujours à la peine et qui cherche comment repartir de l'avant. Selon le cabinet d'études MKG, le taux d'occupation moyen des établissements est en retrait de 7,1 points, à 63,5 %, pour les trois premiers mois de l'année par rapport à la même période en 2015. Et la recette unitaire par chambre disponible (RevPAR), indicateur de référence des hôteliers en termes de rentabilité, fléchit simultanément de 11 %.

Réservations en baisse

Dans la même veine, le cabinet In Extenso (groupe Deloitte) fait état d'une baisse de 13 à 16 % du RevPAR en cumul pour janvier-février par rapport à la même période de 2015. Les touristes étrangers sont nombreux à boudier la capitale : selon la Ville de Paris, les réservations ont chuté de 65 % pour les Japonais, 47 % pour les Italiens, 44 % pour les Hollandais. Curieusement, elles ont continué à augmenter (5 %) pour les Américains.



Les touristes étrangers, notamment, sont nombreux à boudier la capitale mais, selon les professionnels, « la tendance s'améliore ».

Malgré ces indicateurs encore moroses, les professionnels observent que « la tendance s'améliore » sans pour autant avoir de la visibilité sur avril-mai. Ils bénéficient de surcroît d'un « effet de base » favorable, puisque la comparaison s'opère avec le début 2015, marqué par les attentats. MKG indique d'ailleurs que le RevPAR pour les trois premiers mois de l'année est en repli de 12 % par rapport à 2014. L'Euro 2016,

qui se tiendra en juin prochain dans la capitale, devrait booster la fréquentation, à l'heure où s'ouvrent de nouveaux hôtels, jouant la carte de l'innovation. Comme le prochain Hotel Off, péniche flottante de 58 chambres, ou le Bastille Boutet (voir ci-contre). Malgré ce volontarisme affiché, et accompagné par les pouvoirs publics – qui n'hésitent pas à jouer les VRP à l'étranger –, le contexte reste délicat, fragile. Et l'impact

sur le secteur des plates-formes numériques d'intermédiation, les Airbnb et consorts, suscite plus que jamais des émois.

« Poudre aux yeux »

L'annonce, jeudi dernier, de « nouvelles actions communes » entre la Ville de Paris et Airbnb a ainsi essuyé une volée de bois vert de la part de l'Umih, la principale organisation patronale nationale, et le Groupement national des chaînes, qui ont qualifié de « poudre aux yeux » et de « faux-semblants » les actions de communication entreprises sur le respect de la réglementation parisienne, et notamment la fameuse limite des 120 jours autorisés pour la réservation.

« Cette coopération va dans le bon sens », estime, de son côté, Jean-Bernard Falco, président du groupe Paris Inn (29 hôtels 4 ou 5 étoiles) et de l'Association pour un hébergement et un tourisme professionnels (AhTop), tout en pointant « la faiblesse des moyens de contrôle ». « Ilya aujourd'hui 100.000 annonces en ligne, dont 60.000 pour Airbnb, pour 80.000 chambres. Nous ne sommes pas contre l'hébergement alternatif, mais on ne peut pas s'en sortir quand il fait 89 % de taux d'occupation à Pâques. » Airbnb laisse toutefois entendre que sa situation est moins florissante : « Comme le reste de l'industrie, nos résultats sont un peu en deçà de nos prévisions. » ■

« J'espère un retour à la normale cet été »

La Ville de Paris vient de dévoiler un plan d'action commun avec Airbnb, ce qui revient à acter son importance en matière d'hébergement touristique. Allez-vous revoir votre programme hôtelier à la baisse ?

Nous avons pris acte de l'évolution des modes d'hébergement. Airbnb complète nos capacités d'accueil avec une offre différente. Il n'est pas question de la combattre, mais de l'encadrer juridiquement et fiscalement. C'est ce que nous avons fait en les assignant à une taxe de séjour de 23 centimes par nuit qui les met sur un pied d'égalité avec les hôtels. La ressource pour Paris est de l'ordre de 10 millions d'euros par an. Mais pour nous, le « problème » posé par Airbnb est davantage la raréfaction des appartements disponibles pour les locataires parisiens que la concurrence hôtelière. L'offre n'est pas comparable ! Airbnb propose beaucoup de lieux, mais en volume les 50.000 logements mis en ligne n'ont qu'une moyenne d'occupation de 20 nuitées. Pour les hôtels, nous sommes à 110.000 chambres disponibles chaque nuit.

Pas question, donc, de renoncer à ouvrir 12.000 chambres durant la mandature...

Non, il nous en faudrait même 20.000 supplémentaires pour être



INTERVIEW
JEAN-FRANÇOIS MARTINS

Adjoint au maire de Paris chargé du tourisme

comparable au Grand Londres et continuer à accueillir de 1 à 2 % de touristes supplémentaires par an, ce qui me semble un objectif raisonnable. Nous sommes presque à saturation et, au moindre événement, l'offre se raréfie et fait exploser les prix. Paris est déjà la deuxième ville la plus chère du monde. Pour le début de l'année, on est sur une moyenne de 155 euros la nuitée (172 euros en moyenne en 2015, selon le cabinet MKG, NDLR). Ce prix est rédhibitoire pour certains touristes. Nous devons stopper cette inflation en augmentant l'offre. En 2015, 1.472 nouvelles chambres ont été ouvertes. Il faut amplifier en ciblant les jeunes et les familles. Nous avons bien progressé sur les auberges de jeunesse, segment sur lequel nous étions très en

retard. Nous avons rénové nos palais, qui conquièrent de nouveaux territoires, à l'Est. On manque encore d'hôtels familiaux pour les « city-breakers ».

Mais Paris n'a plus de foncier...

Nous programmons encore quelques constructions neuves dans nos ZAC (Bédier, Montreuil, Mac Donald), mais il y a effectivement davantage de réhabilitations. On fait aussi des chambres plus petites, sur le modèle des boutique-hôtels. Ouvrir un hôtel est devenu aussi rentable que de construire des bureaux. Les foncières et les investisseurs le savent et nous avons beaucoup de demandes : c'est encourageant. Nous conseillons à certains de se tourner vers la petite couronne, où les offres manquent,

notamment pour les gros-porteurs. Nous partageons nos opportunités hôtelières avec les villes voisines. Les investisseurs étrangers sont moins frileux que les Français à l'idée de passer le périphérique.

Mais votre plan n'est-il pas contre-intuitif, alors que la fréquentation a chuté depuis les attentats ?

La fréquentation a effectivement baissé mais la tendance s'améliore : -16 % en novembre-décembre et encore -7 % en mars. J'espère un retour à la normale cet été. Mais je reste prudent car l'impact des attentats de Bruxelles n'a pas encore été mesuré. Il faudra sans doute trois trimestres, même si nous essayons de réduire ce délai.

De quelle manière ?

A court terme, la relance de la fréquentation doit être boostée par le prix mais cela est du ressort des professionnels. Notre rôle, en tant que collectivité, est d'aider à reconstruire l'image de la ville en tentant de convaincre les relais d'opinion très puissants en Asie, les tour-opérateurs, la presse ou même les instances diplomatiques, puisque certains pays comme les Etats-Unis ont dégradé la France dans leurs recommandations aux voyageurs.

Propos recueillis par
L. A. et C. P.

Trois nouveaux hôtels atypiques



AccorHotels

Bastille Boutet, le premier 5 étoiles de l'Est parisien

Un pan de l'histoire industrielle de Paris s'est écrit dans ce nouvel écrin sous enseigne MGallery (AccorHotels), situé près de Bastille. La Maison Boutet, un bâtiment de 1926, fut un temps dédiée à l'importation de bois exotiques, ensuite convertie en chocolaterie puis en immeuble de bureaux. Désormais transformé en hôtel 5 étoiles de 80 chambres avec spa, le site assume son héritage industriel, promesse d'un « voyage dans le temps » en conservant notamment sa façade Art déco. Cela suffira-t-il ? D'autres 5 étoiles sont annoncés dans l'est de Paris.



Karrier Hérony

La Maison internationale Bédier mixe résidence étudiante et auberge de jeunesse

Inaugurée le 23 mars, la Maison internationale de séjour Bédier (13^e) propose dans un ensemble immobilier (12.000 mètres carrés) un « mix » entre résidence étudiante (163 logements), résidence dédiée aux jeunes actifs (85 logements) et une auberge de jeunesse de 145 chambres, Lodge In, qui pourra accueillir des familles et des scolaires. Des équipements collectifs sont également prévus. Coût du projet : 34 millions d'euros, financés par l'Etat, la Ville de Paris et la région.



B&B Hôtels

Le B&B Hôtel Paris Italie Porte de Choisy, illustration d'une nouvelle offre économique

Récemment inauguré, cet établissement de 182 chambres exploité par B&B Hôtels – mais propriété de Foncière des Régions – conforte les capacités de la capitale en hôtellerie économique et de qualité. Cet établissement neuf, qui s'adresse d'abord aux voyageurs d'affaires mais aussi aux familles, témoigne des attentes des édiles parisiens. La diversité des clientèles touristiques implique un parc adapté à leurs besoins. D'où, par ailleurs, l'émergence de nouvelles auberges de jeunesse.



L'hôtellerie parisienne, à la peine depuis les attentats, cherche à remonter la pente



Cinq mois après les attentats, le taux moyen d'occupation des hôtels parisiens est encore en recul de 7 points. Les professionnels, fragilisés, s'irritent des initiatives communes entre la Ville de Paris et Airbnb.

Cinq mois après l'attaque terroriste du 13 novembre, les vacances de Pâques constituent un premier test pour une hôtellerie parisienne toujours à la peine et qui cherche comment repartir de l'avant. Selon le cabinet d'études MKG, le taux d'occupation moyen des établissements est en retrait de 7,1 points, à 63,5 %, pour les trois premiers mois de l'année par rapport à la même période en 2015. Et la recette unitaire par chambre disponible (RevPAR), indicateur de référence des hôteliers en termes de rentabilité, fléchit simultanément de 11 %.

Réservations en baisse

Dans la même veine, le cabinet In Extenso (groupe Deloitte) fait état d'une baisse de 13 à 16 % du RevPAR en cumul pour janvier-février par rapport à la même période de 2015. Les touristes étrangers sont nombreux à bouder la capitale : selon la Ville de Paris, les réservations ont chuté de 65 % pour les Japonais, 47 % pour les Italiens, 44 % pour les Hollandais. Curieusement, elles ont continué à augmenter (5 %) pour les Américains.

Malgré ces indicateurs encore moroses, les professionnels observent que « la tendance s'améliore » sans pour autant avoir de la visibilité sur avril-mai. Ils bénéficient de surcroît d'un « effet de base » favorable, puisque la comparaison s'opère avec le début 2015, marqué par les attentats. MKG indique d'ailleurs que le RevPAR pour les trois premiers mois de l'année est en repli de 12 % par rapport à 2014. L'Euro 2016, qui se tiendra en juin prochain dans la capitale, devrait booster la fréquentation, à l'heure où s'ouvrent de nouveaux hôtels, jouant la carte de l'innovation. Comme le prochain Hotel Off, péniche flottante de 58 chambres, ou le Bastille Boutet (voir ci-contre). Malgré ce volontarisme affiché, et accompagné par les pouvoirs publics - qui n'hésitent pas à jouer les VRP à l'étranger -, le contexte reste délicat, fragile. Et l'impact sur le secteur des plates-formes numériques d'intermédiation, les Airbnb et consorts, suscite plus que jamais des émois.

« Poudre aux yeux »

L'annonce, jeudi dernier, de « nouvelles actions communes » entre la Ville de Paris et Airbnb a ainsi essuyé une volée de bois vert de la part de l'Umih, la principale organisation patronale

nationale, et le Groupement national des chaînes, qui ont qualifié de « poudre aux yeux » et de « faux-semblants » les actions de communication entreprises sur le respect de la réglementation parisienne, et notamment la fameuse limite des 120 jours autorisés pour la réservation.

« Cette coopération va dans le bon sens », estime, de son côté, **Jean-Bernard Falco**, président du groupe **Paris Inn** (29 hôtels 4 ou 5 étoiles) et de l'Association pour un hébergement et un tourisme professionnels (AhTop), tout en pointant « la faiblesse des moyens de contrôle ». « Il y a aujourd'hui 100.000 annonces en ligne, dont 60.000 pour Airbnb, pour 80.000 chambres. Nous ne sommes pas contre l'hébergement alternatif, mais on ne peut pas s'en sortir quand il fait 89 % de taux d'occupation à Pâques. » Airbnb laisse toutefois entendre que sa situation est moins florissante : « Comme le reste de l'industrie, nos résultats sont un peu en deçà de nos prévisions. »

Laurence Albert, Les Echos

Christophe Palierse, Les Echos

@cpalierseSuivre- @L_Albert_Suivre



Simon Brochot et Simon Verger, vainqueurs de la Coupe Georges Baptiste 2016

Saint-Quentin-en-Yvelines (78) L'élève du lycée Hyacinthe Friant à Poligny et le maître d'hôtel du restaurant L'Étoile de mer à Bordeaux se sont imposés pour cette 50e édition qui s'est tenue le 31 mars au lycée de Saint-Quentin-en-Yvelines.

"Le service est ce qu'il y a de plus important aujourd'hui, c'est essentiel dans un restaurant." C'est ainsi que la marraine de l'édition 2016 de la coupe Georges Baptiste (CGB), **Céline Falco**, vice-présidente et fondatrice de **Paris Inn** Group, a tenu à saluer les candidats, lors de la remise des prix. "Au sein de cette coupe, c'est ce que nous mettons en valeur", a renchéri Franck Languille, président de la CGB. Vingt-sept élèves d'écoles hôtelières et CFA (sur 229 qui ont postulé) et onze professionnels ont participé à la grande finale, qui s'est déroulée le 31 mars au lycée hôtelier de Saint-Quentin-en-Yvelines. Comme l'an dernier en Auvergne, la région était mise en avant à travers l'utilisation de légumes et produits locaux (cresson de Méréville, moutarde de Meaux, coulommiers, volaille de Houdan...) dans les épreuves. Un atelier surprise de mise en place d'une table, avec la maison Guy Degrenne, attendait également les professionnels. "Le concours, qui fête ses cinquante cinq ans, doit évoluer", a noté Franck Languille. Les professionnels ont concouru le matin, et les élèves l'après-midi, devant un jury prestigieux formé de professionnels et de MOF maître d'hôtel : Frédéric Kaiser, Olivier Novelli, Sébastien Cavallès (vice-président de la CGB), Bernard Vaussion, Jean-René Vogler ... Un gros travail personnel à fournir "On sent qu'il y a un bon niveau, que les professionnels attachent beaucoup d'importance à ce concours, qu'ils sont motivés pour le gagner ! Il y a un gros travail personnel à fournir et c'est une bonne préparation avant le MOF", a souligné Olivier Novelli, MOF et directeur adjoint du restaurant Épicure au Bristol, quelques minutes avant la proclamation des résultats. Simon Brochot, élève en terminale européenne bac techno au lycée Hyacinthe Friant de Poligny (Jura) s'est classé en tête des élèves. Pour sa première participation, ce fils de restaurateurs (Restaurant Jérôme Brochot à Montceau-les-Mines, 1 étoile Michelin) a remporté la coupe grâce à "beaucoup de travail, d'implication et de sacrifices". Il souhaite poursuivre en BTS l'an prochain avant de voyager à l'étranger pour améliorer sa connaissance des langues, enrichir son expérience et pense à se présenter à d'autres concours par la suite. Léa Monniette (lycée Marland de Granville) est montée sur la 2e marche du podium, et Cédric Fourcat (CCI Sud Formation à Montpellier) sur la 3e. Ce dernier a également remporté le trophée Philipponnat (meilleure note écrite). Côté professionnels, un autre Simon s'est démarqué : Simon Verger, maître d'hôtel au restaurant L'Étoile de Mer à Bordeaux, a remporté la première place. "Je suis très ému et très heureux, c'est une belle récompense, j'étais troisième l'an dernier et premier cette année, le travail paie ! C'est une première étape vers les MOF, je rêve de m'y présenter un jour", a-t-il déclaré. À la deuxième place, Jean-Sébastien Aubert (présidence du Sénat, Paris) remporte également le trophée Malongo (meilleure note sur l'atelier), suivi de Jonathan Brunet (Hôtel Peninsula, Paris). De nombreux cadeaux ont récompensé les participants, dont un voyage d'une semaine à Cuba offert par la société Pernod pour les vainqueurs. Prochaine étape pour Simon Brochot et Simon Verger : la XXIe finale européenne de la coupe Georges Baptiste à Maribor (Slovénie) fin mai. Les épreuves en détail Épreuves pratiques professionnelles : 1 - Argumentation commerciale 15'coef. 6- Prise de commande et comportement professionnel coef. 3- Prise de commande en anglais coef. 32 - Épreuve café 10'coef. 2- Préparation de deux cafés expresso, service à table. 3 - Épreuve pratique ou technique 10'coef. 2- Épreuve pratique : service d'une liqueur de chez Grand-Marnier, connaissances des produits et argumentation.- Épreuve technique (poisson) : ouverture d'une papillote de saumon avec sauce vierge à l'anglaise. 4 - Viandes 10'coef. 2- Servir un râble de lapin du Gâtinais, garniture carottes et navets glacés, jus de cuisson.- Découpe et service d'un pigeon, garniture Clamart, valorisation du dressage. 5 - Identification de 10 fromages d'Île-de-France (AOP ou non AOP) 10'coef. 3- Répondre aux questions des Fromagers de France : analyse visuelle, accord mets et boissons, connaissances des produits, de la coupe. 6 - Desserts 10'coef. 2-

Poires fraîches pochées flambées au Noyau de Poissy.- Préparer des crêpes aromatisées au Grand-Marnier et flambées au Cognac (3 pièces par personne) et dresser sur assiette pour 1 personne.7 - Service des boissons 10'coef. 3- Réalisation d'un cocktail à base de whisky Ballantine's après tirage au sort parmi les 3 cocktails suivants : Rob Roy, Mint Julep, Whisky Sour.8 - Questionnaire- Les eaux de Badoit / Evian 5'coef. 1- Connaissance et préparation du cigare 5'coef. 19 - Connaissance des vins 10'coef. 2- Réaliser une analyse sensorielle d'un vin blanc et d'un vin rouge du Grand Biterrois.Épreuves pratiques élèves.1 - Argumentation commerciale 15'coef. 6- Prise de commande et comportement professionnel coef. 4- Notions d'anglais coef. 22 - Épreuve pratique et technique 10'coef. 2- Réaliser une vinaigrette à la moutarde de Meaux pour une salade de cresson de Méréville.- Préparation de deux cafés expresso servis à table en fin de repas.3 - Poissons 15'coef. 2- Filetage et dressage d'une truite portion à la parisienne et sa garniture. Service de deux sauces à l'anglaise.- Ouverture d'une papillote de poisson avec sauce vierge à l'anglaise.4 - Viandes 15'coef. 2- Trancher et servir un suprême de volaille de Houdan (façon magret), sur une fondue de poireaux, jus de cuisson à l'anglaise.- Découpage et service d'un carré d'agneau d'Ile de France, garniture flan de Crécy et de Fréneuse, sauce à la menthe de Milly-la-Forêt.5- Identification de 10 fromages d'Île-de-France (AOP ou non AOP) 10'coef. 3- Trombinoscope sur 10 fromagers d'Ile de France- Analyse sensorielle et argumentation d'un brie de Melun. Questionnaire préparé par les Fromagers de France : analyse visuelle, accord mets et boissons, connaissances des produits, de la coupe.6 - Desserts 15'coef. 2- Préparation de crêpes aromatisées au Grand-Marnier et flambées au Cognac (3 pièces par personne), dressage sur assiette pour 1 personne.- Poires fraîches pochées flambées au Noyau de Poissy.7 - Service des boissons 10'coef. 3- Réalisation d'un cocktail à base de whisky Ballantine's après tirage au sort parmi les 3 cocktails suivants: Rob Roy, Mint Julep, Whisky Sour



CONCOURS

55^e Coupe Georges Baptiste : le service à l'honneur

La finale de la 55^e édition de la Coupe nationale Georges Baptiste se tiendra le 31 mars prochain au lycée hôtelier de Saint-Quentin-en-Yvelines, à Guyancourt. Ce concours dédié aux métiers de la salle a été créé en 1961 pour les professionnels, et en 1975 pour les jeunes des C.F.A et lycées hôteliers. Cette année, c'est Céline Falco, Vice-présidente et fondatrice de Paris Inn Group, qui sera la marraine de cette promotion. Pour le concours des professionnels, neuf épreuves attendent les 12 finalistes, tandis que celui des élèves réserve 7 étapes pratiques qui requièrent concentration, rigueur et savoir-faire. Un beau moment attend les participants venus de toutes les régions françaises ! A l'heure où nous bouclons ces pages, les résultats ne sont pas encore connus. S.P.



L'ÉVÉNEMENT

Des moyens limités pour rassurer les voyageurs

Ensemble, AccorHotels, la SNCF et la région Île-de-France se mobilisent pour tenter de faire revenir les touristes internationaux à Paris, en lançant une nouvelle campagne de promotion et des offres à petits prix. Après les attentats du 13 novembre, la plupart des hôteliers parisiens ont fait le dos rond. Ce n'est pas la première fois qu'ils traversent une crise. Comme les autres, l'industrie touristique connaît des cycles, avec ses hauts et ses bas. Elle s'en est toujours remise. Par le passé, les attentats de Madrid, ceux de Londres et du 11 Septembre à New York ont montré qu'il faut plusieurs mois avant de retrouver des niveaux d'activité habituels. La situation s'était d'ailleurs un peu améliorée en début d'année.

Les attentats de Bruxelles y ont mis un coup de frein. Ils bouleversent la donne en laissant ouverte la possibilité d'une insécurité permanente sur le territoire. Les Japonais, pour qui le risque zéro est une condition sine qua non pour voyager, ne reviendront pas tant que la menace ne sera pas levée.

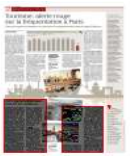
« Avec la SNCF et la région Île-de-France, nous mutualisons des budgets de promotion autour du hashtag #ParisWeLoveYou, et nous lançons des offres attractives pour les touristes, assure Sven Boinet, directeur général délégué d'AccorHotels. En lançant des offres commerciales à des prix intéressants

(chambre et croisière sur la Seine par exemple), les professionnels s'adressent surtout à une clientèle d'Européens - Allemands, Belges, Hollandais et Espagnols -, plus facilement mobilisables à court terme. « *Le retour des Américains et des Asiatiques se fera à plus long terme, reconnaît Sven Boinet. La clientèle de groupes ne reviendra pas avant l'année prochaine, mais les arrivées individuelles, de touristes asiatiques, reprennent légèrement.* »

Le danger de baisser les prix

Début mars, Jean-Marc Ayrault, le ministre des Affaires étrangères, en charge du tourisme, avait annoncé le lancement d'une campagne de promotion, pour 2,5 millions d'euros. Elle vise elle aussi à rassurer via les réseaux sociaux mais aussi tous les relais d'opinions (blogueurs...), pour mettre en avant les atouts de la destination. Elle prévoit aussi d'inviter des professionnels du tourisme étrangers.

« Il sera très difficile de faire revenir les touristes étrangers tant que la France sera en état d'urgence pour une raison simple : les assu-



rances ne remboursent pas les éventuels dommages de leurs clients dans les pays à risques, souligne François Delahaye, directeur général du Plaza Athénée. Cela explique pourquoi Japan Airlines a supprimé ses vols pour Paris. Aujourd'hui, les

campagnes de promotion pour Paris sont malheureusement un peu un coup d'épée dans l'eau. »

La profession a malheureusement des moyens limités d'action. « On offre de plus en plus de services pour le même prix (petit déjeuner ou apéritif offerts, nuit supplémentaire gratuite pour un séjour à définir, surclassement...) », affirme Jean-Bernard Falco, président de Paris Inn Group (28 hôtels à Paris). Il a également passé un accord avec une brasserie parisienne, qui propose 15 à 20 % de réduction aux clients de ses hôtels. La facilité serait de baisser les prix, quand les clients viennent moins. « Mais ce serait trop dangereux, vis-à-vis des salaires dont nous devons préserver l'emploi », prévient François Delahaye. En plus, la sécurité ne s'achète pas. Un client inquiet ne viendra pas même pour un prix dérisoire. Le Plaza Athénée a ainsi maintenu ses prix moyens, à 110 euros la chambre.

Au mieux, Paris va devoir céder à la province une part de son attrait naturel. « Je ne suis pas du tout inquiet concernant l'attractivité des régions françaises cet été », lance Sven Boinet. Les incertitudes géopolitiques en Afrique du Nord, la Tunisie peinant à redresser son tourisme, placent l'Europe en tête des destinations les plus recherchées cet été. Une chance pour la France. ■

M. V.



La semaine s'annonce numérique à Bordeaux



Partager Demain s'ouvre la Semaine Digitale avec pour ambition

de rendre plus accessible et compréhensible les grandes mutations numériques que vit notre société.

Cette semaine est aussi l'occasion de mesurer et mieux connaître la place de l'écosystème numérique bordelais dans l'économie bordelaise comme française voire internationale, son actualité toujours très riche en est un premier marqueur.

La Semaine Digitale

Ce sera la 5^{ème} édition de la Semaine Digitale qui propose jusqu'au 9 avril pas moins de 70 événements sous différents formats – conférences, concerts, ateliers artistiques, ... -, chacun permettant d'appréhender sous des angles et approches différentes les évolutions qu'entraînent le numérique dans notre quotidien.

Parmi ces événements, des temps forts se dégagent organisés au Hangar 14 :

- le « Village de l'innovation » où 60 exposants guideront de manière concrète grâce à un parcours découverte les visiteurs dans leur futur environnement quotidien : Robots, imprimante 3D, objets connectés, Oculus Rift et réalité augmentée, applications mobiles, ...
- la Nuit de l'innovation, le 7 avril, soirée festive durant laquelle étudiants, conférenciers, experts et chefs d'entreprise présenteront et échangeront sur les grandes tendances en termes d'innovations numériques.
- la Grande Jonction, le 8 avril, est l'événement French Tech de la Semaine avec en partenaires la ville de Bordeaux et la CCI de Bordeaux.
Cet événement fait la « jonction » entre entreprises dite « de l'économie classique » et entreprises du numérique avec en invité d'honneur Nicolas Gaume et une soixantaine d'intervenants. Les réflexions de la journée tourneront autour deux thèmes principaux le commerce connecté et l'expérience client.

L'écosystème numérique

L'expérience French Tech a mis en lumière à la fois l'étendue de l'écosystème numérique bordelais – 24 000 emplois et 7 300 entreprises – et son dynamisme.

Cette vitalité fait aussi le bonheur de l'actualité avec des pépites qui se portent bien, des start-up dont le succès leur permet de lever régulièrement des fonds et toujours plus d'applications mobiles et de plateformes collaboratives made in Bordeaux.

Des pépites qui se portent bien :

- La société Immersion, un des leaders français de la réalité virtuelle et augmentée qui a réussi en ce début d'année son entrée en bourse, vient de signer avec Testia, filiale d'Airbus Group spécialisée dans l'inspection et le contrôle qualité.

Elle est également en cours de négociation avec Microsoft pour la mise en compatibilité du casque HoloLens et Sharing, le produit phare d'Immersion.

- Il est question aussi d'HoloLens pour Asobo Studio, éditeurs bordelais de jeux vidéo qui vient de développer les programmes d'hologrammes pour HoloLens de Microsoft.
- La croissance a été au rendez-vous en 2015 pour Dolist, spécialisée dans la communication commerciale par courrier électronique (e-mail marketing) avec une progression de 10% de son chiffre d'affaire.

Et de son côté, Primobox, spécialiste des services de dématérialisation de documents, a vu son chiffre d'affaire 2015 enregistrer une croissance de près de 30%.

Des start-ups qui flirtent avec le succès :

- Créée en 2015, Invivox est une plateforme médicale unique en son genre qui met en relation chirurgiens et spécialistes médicaux pour des formations pratiques.
Afin d'assurer son développement commercial européen, la startup vient de lever 1,2 million d'euros. Une nouvelle levée de fonds est prévue dès 2017 pour assurer son développement outre-atlantique.
- Snapp', un des pionniers de la m-fidélité avec son application Fidme qui permet d'enregistrer ses cartes de fidélité sur son smartphone, compte aujourd'hui plus de 4 millions d'utilisateurs, 7 000 enseignes, 10 500 commerces de proximité sur 80 pays et en 19 langues.
Malgré ce succès, la monétisation de Fidme reste modeste ; Snapp' prépare donc une levée de fonds de 2 millions d'euros afin de développer les utilisations monétisées de son appli.
- Wiidii, assistant personnel ou « concierge » sur smartphone, lancé en 2014, a la particularité de mixer intelligence artificielle et compétences humaines.
En seulement 2 ans, Wiidii a séduit de nombreux grands acteurs du tourisme mondial – Festival de Cannes, **Paris Inn** Group, Voyages SNCF, Office de tourisme de Bordeaux, Canada, Dubaï, Hong-Kong, Singapour, ... – et les négociations avec d'autres acteurs continuent bon train.
Afin d'amplifier la dimension internationale, la société prépare une nouvelle levée de fonds de 5 à 7 millions d'euros pour la fin de l'année.

Plateformes collaboratives et applications en vogue :

- La plateforme bordelaise de location de bateaux entre particuliers, SamBoat, comptabilise maintenant près de 2 000 bateaux à la location, 250 000 utilisateurs et une activité multipliée par 15 en 2015.
Une des clés du succès des plateformes collaboratives est la confiance entre utilisateurs. SamBoat vient donc de nouer un partenariat avec la Maif qui devient son assureur officiel grâce à un produit adapté et spécifique à l'activité de SamBoat. Prochaine étape : le développement en Europe.
- Mesoigner.fr est une des dernières-nées des plateformes bordelaises. Elle permet de mettre en relation clients et pharmacie la plus proche disposant des médicaments souhaités, voir de préparer l'ordonnance et la livrer à domicile.
- QuCit est une startup bordelaise dont l'activité est basée sur l'analyse prédictive de données. BikePredict est la première application mobile qu'elle a développée pour optimiser l'utilisation et la gestion des vélos en libre-service. BikePredict (intitulé « la bonne station » à Bordeaux) permet de visualiser l'emplacement de la station la plus proche et d'être informé en temps réel – voire même jusqu'à 45 minutes à l'avance – de la disponibilité des vélos pour la location et des bornes pour la restitution.
En quelques mois seulement, cette application a déjà été adoptée dans plus de 30 agglomérations françaises. Fort de ce premier succès, l'objectif est maintenant de devenir un leader mondial de l'information prédictive et de la logistique pour les systèmes de véhicules partagés.
- Tricy est la nouvelle application bordelaise en vogue et fun.
Entre Snapchat et Instagram, elle permet à plusieurs personnes non présentes sur le même lieu de déclencher un compte à rebours sur son smartphone pour se prendre simultanément en photo et de partager le moment à distance.

Les lieux numériques

La vitalité de l'écosystème numérique et surtout l'ampleur que prend le numérique dans l'économie suscite une multiplication des lieux pour accueillir les entreprises issues ou liées à ce domaine d'activités :

Darwin, La Banquiz, Le Node, L'Auberge numérique, Pépinière éco-créative des Chartrons, 33entrepreneurs, Digit'Halles...

D'une conception plus large que le seul accueil économique, la Cité Numérique, qui sera achevée courant 2017, est positionnée comme le lieu « totem » de l'activité numérique sur la métropole :

- 26 000 m² de surfaces dédiées dont 82% commercialisés à ce jour ;
- 80 logements pour entrepreneurs et salariés ;
- 40 M€ d'investissements ;

Elle a vocation à devenir un pôle d'excellence économique, culturelle et sociétale fondé sur les usages numériques.

Sources : La Tribune Bordeaux, Bordeaux 7, APS, Aquiti

Partager

Vous aimerez aussi :

L'écosystème numérique bordelais surfe sur le succès de ses événements eDevice leader mondial du suivi de patients à domicile



A Bordeaux, Immersion digitalise le concept store Edith Spatial et Numérique : Aerospace Valley décroche le label « Booster »

Des nouvelles de Bordeaux ?

Ne vous inquiétez pas, nous détestons le spam autant que vous.
Vous ne recevrez qu'un mail tous les 2 mois.
Je m'inscris !

Voilà, c'est fait



Paris Inn Group s'engage auprès des start-up et lance le Trophée Paris InnOvation

Paris, le 4 avril 2016 - Source essentielle de compétitivité, l'innovation est au cœur de la stratégie de **Paris Inn Group**. Voilà pourquoi en 2016, elle lance dès le 4 avril le Trophée **Paris Inn Ovation**, un concours qui a pour objectif de détecter les start-up les plus innovantes dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme. Les lauréats seront accueillis dans un espace de co-working spécialement aménagé au sein des locaux de **Paris Inn Group**, boulevard Haussmann. Accompagnés par des experts métiers tout au long de leur projet, les jeunes entrepreneurs testeront leur projet en conditions réelles dans les 32 hôtels de **Paris Inn Group**.

Téléchargez gratuitement le guide **Dopez vos plus-values** Depuis sa création il y a 11 ans, **Paris Inn Group** est animée par la volonté d'entreprendre et d'innover. Voilà pourquoi en 2016, elle a choisi de devenir un accélérateur de start-up en s'engageant auprès de jeunes entreprises pour favoriser leur réussite. Afin de concrétiser ce projet, **Paris Inn Group** lance dès le 4 avril 2016 le Trophée **Paris Inn Ovation**. L'objectif de ce concours : détecter de jeunes entreprises innovantes, les accompagner dans leur développement en leur faisant bénéficier de conditions idéales pour accélérer le déploiement de leur solution. L'appel à candidatures s'adresse aux entreprises créées depuis moins de 2 ans ou en cours de création et dont l'offre pourra être confrontée sur le terrain directement au sein des hôtels de **Paris Inn Group**. Cet appel est ouvert jusqu'au 20 mai 2016. L'appel à candidatures et la liste des éléments à fournir pour candidater sont accessibles sur le site de **Paris Inn Group** www.paris-inn-group.com. Les dossiers présélectionnés seront présentés entre mai et juin 2016 à un jury composé de membres du COMEX de **Paris Inn Group** et de proches partenaires experts en innovation, entrepreneurs et investisseurs spécialisés dans le secteur de l'hôtellerie. Les start-up sélectionnées seront accueillies au siège de **Paris Inn Group** pour une durée de 6 mois à 2 ans. Elles profiteront gratuitement d'un environnement privilégié associant un ensemble de services et de prestations haut-de-gamme : bureaux totalement équipés au cœur du 8ème arrondissement de Paris, accompagnement sur-mesure proposé par les équipes expérimentées et pluridisciplinaires de **Paris Inn Group** (entrepreneuriat, finance, juridique, web marketing, communication, directeurs d'hôtels etc.) et accès privilégié au réseau de **Paris Inn Group** composé d'une communauté de banquiers, d'avocats, de fonds d'investissements, d'experts de la création d'entreprise et de fournisseurs. Enfin, ces jeunes entreprises innovantes pourront travailler sur des cas d'application concrets et mettre en œuvre des pilotes au sein des 32 hôtels du groupe. Des conditions ultra privilégiées pour tester en conditions réelles les projets avant de les lancer sur le marché. A travers ce programme d'incubation, **Paris Inn Group** ambitionne de construire avec ces start-up de nouvelles offres innovantes qui apporteront une vraie valeur ajoutée pour le client final. Pour participer au Trophée **Paris Inn Ovation** :- Dossier de candidature à télécharger sur www.paris-inn-group.com/fr/trophee-paris-innovation.html - Date limite de dépôt des projets : 20 mai 2016



Communiqué : Paris Inn Group s'engage auprès des start-up et lance le Trophée Paris InnOvation

Depuis sa création il y a 11 ans, **Paris Inn** Group est animée par la volonté d'entreprendre et d'innover. Voilà pourquoi en 2016, elle a choisi de devenir un accélérateur de start-up en s'engageant auprès de jeunes entreprises pour favoriser leur réussite. Afin de concrétiser ce projet, **Paris Inn** Group lance dès le 4 avril 2016 le Trophée **Paris Inn**Ovation. L'objectif de ce concours : détecter de jeunes entreprises innovantes, les accompagner dans leur développement en leur faisant bénéficier de conditions idéales pour accélérer le déploiement de leur solution. L'appel à candidatures s'adresse aux entreprises créées depuis moins de 2 ans ou en cours de création et dont l'offre pourra être confrontée sur le terrain directement au sein des hôtels de **Paris Inn** Group. Cet appel est ouvert jusqu'au 20 mai 2016. L'appel à candidatures et la liste des éléments à fournir pour candidater sont accessibles sur le site de **Paris Inn** Group paris-inn-group.com. Les dossiers présélectionnés seront présentés entre mai et juin 2016 à un jury composé de membres du COMEX de **Paris Inn** Group et de proches partenaires experts en innovation, entrepreneurs et investisseurs spécialisés dans le secteur de l'hôtellerie. Les start-up sélectionnées seront accueillies au siège de **Paris Inn** Group pour une durée de 6 mois à 2 ans. Elles profiteront gratuitement d'un environnement privilégié associant un ensemble de services et de prestations haut-de-gamme : bureaux totalement équipés au cœur du 8ème arrondissement de Paris, accompagnement sur-mesure proposé par les équipes expérimentées et pluridisciplinaires de **Paris Inn** Group (entrepreneuriat, finance, juridique, web marketing, communication, directeurs d'hôtels etc.) et accès privilégié au réseau de **Paris Inn** Group composé d'une communauté de banquiers, d'avocats, de fonds d'investissements, d'experts de la création d'entreprise et de fournisseurs. Enfin, ces jeunes entreprises innovantes pourront travailler sur des cas d'application concrets et mettre en œuvre des pilotes au sein des 32 hôtels du groupe. Des conditions ultra privilégiées pour tester en conditions réelles les projets avant de les lancer sur le marché. A travers ce programme d'incubation, **Paris Inn** Group ambitionne de construire avec ces start-up de nouvelles offres innovantes qui apporteront une vraie valeur ajoutée pour le client final. Pour participer au Trophée **Paris Inn**Ovation :- Dossier de candidature à télécharger sur www.paris-inn-group.com/fr/trophee-paris-innovation.html- Date limite de dépôt des projets : 20 mai 2016 Si vous copiez cet article, n'oubliez pas d'insérer le lien vers sa source : <http://suiv.me/5976>



Wiidii, l'assistant personnel 2.0 sort sa nouvelle application

Wiidii est une startup française qui invente une intelligence artificielle inédite pour démocratiser l'assistance personnelle.

Bientôt un assistant personnel pour tous ? La startup bordelaise Wiidii annonce le lancement de sa nouvelle application. Les utilisateurs vont pouvoir désormais échanger directement avec une intelligence artificielle ultra développée. Les clients peuvent lui poser directement la question à l'oral ou à l'écrit. Un véritable dialogue s'installe. En quelques secondes, l'intelligence artificielle donne une réponse précise et personnalisée. Un assistant capable de conseiller le choix du restaurant en fonction de sa géolocalisation, de ses goûts et de son budget. On vous donne même le meilleur chemin avec les moyens de locomotion mis à votre disposition. Très utile également pour les voyages. L'application cherche le meilleur tarif pour réserver un billet de train, un avion, un taxi. Enfin, Wiidii peut inscrire un rendez-vous sur l'agenda pendant une conversation téléphonique. Démocratiser l'assistance personnelle. Mieux, les professionnels vont pouvoir stocker ses papiers indispensables dans un coffre-fort virtuel. En toutes circonstances, ils ont accès à leur carte d'identité, passeport, groupe sanguin, etc. Mais, rien n'est fixé. Comme toute intelligence artificielle, Wiidii apprend les besoins de ses utilisateurs. Elle agrandit son moteur de recherche et arrive même à identifier des photos. « J'ai créé Wiidii en juin 2014 à Bordeaux, lorsque j'étais responsable d'un service de conciergerie haut de gamme. Passionné par les nouvelles technologies, j'ai vu dans l'arrivée du 2.0 l'opportunité de développer mon métier et de démocratiser l'assistance personnelle. En 2015, nous avons bénéficié d'une importante levée de fonds de 600 000 €, bien au-delà des 450 000 € espérés, ce qui nous permet d'avoir aujourd'hui 11 salariés », explique Cédric Dumad, fondateur et dirigeant de Wiidii. Lever entre 5 et 7 millions d'euros. La startup compte déjà de très beaux clients : le Festival de Cannes, **Paris Inn** Group, Bouygues Immobilier, Voyages SNCF, l'Office de Tourisme de Bordeaux. Elle est également présente au Canada, Dubaï, Chine, Hong-Kong, Singapour, Espagne et Brésil. « Les champs d'applications dépassent le seul secteur du tourisme, nous avons des projets qui touchent au monde de l'éducation par exemple », assure l'entrepreneur. Maintenant Wiidii cherche à lever entre 5 et 7 millions d'ici fin 2016 afin d'embaucher une cinquantaine de salariés. Selon la startup, chaque nouveau contrat génère un recrutement de 10 à 20 assistants personnels. À partir de juin prochain, une équipe de développeurs, architecte-serveur, CTO (spécialiste IA et sécurité) vont renforcer l'équipe de Wiidii. Les journées vont être chargées. #Replay: Vous ne connaissez pas encore notre définition du startupper. C'est par ici pour voir Thomas Benzazon en action:



Wiidii, le concierge 2.0 dirait bien oui à une levée de 7 M€

Créée en 2014 à Bordeaux, l'application Wiidii, assistant de poche qui "mixe" mega données, intelligence artificielle et savoir-faire humain, propose un service d'assistance inédit pour les touristes des métropoles. Au point de séduire les acteurs institutionnels du secteur et de prévoir des recrutements massifs dans les prochains mois.

Le Festival de Cannes, **Paris Inn** Group, Voyages SNCF, office de tourisme de Bordeaux, Canada, Dubaï, Hong-Kong, Singapour... en moins de deux ans, l'application bordelaise Wiidii, véritable conciergerie accessible via son smartphone, créée à Bordeaux par un professionnel du secteur, Cédric Dumas, semble avoir convaincu des institutions importantes du secteur touristique mondial de la pertinence de son modèle. En choisissant une stratégie de déploiement de son offre en BtoBtoC, Wiidii, qui compte à ce jour 11 salariés, semble avoir fait mouche. Auprès des investisseurs d'abord, qui lui ont permis de lever 600.000 euros en 2015 alors que la société en espérait 450.000. Auprès d'Atout France ensuite, qui lui a décerné la Palme du tourisme numérique en 2015. Au fur et à mesure des utilisations, l'intelligence artificielle de Wiidii affine la personnalisation de son service. Des perspectives de croissance Si son fondateur parle de "croissance fulgurante" en annonçant, ce jour, le lancement d'une nouvelle application qui enrichit encore la palette services accessibles aux touristes, et l'ouverture d'un site internet BtoB, le fait est que pour le moment, c'est de perspectives de croissance dont il faut aujourd'hui parler. La société qui prépare une nouvelle levée de fonds de 5 à 7 M€ d'ici la fin de l'année 2016, table pour 2016 sur un chiffre d'affaires de 1 M€, puis 9 M€ en 2017 et 27 M€ à l'horizon 2020. Mixant hautes technologies et compétences humaines, elle annonce également vouloir recruter massivement. Une équipe technique va rejoindre, en juin prochain, le personnel de Wiidii composé de développeurs, spécialistes en intelligence artificielle... Par ailleurs, Wiidii assure qu'à chaque signature de contrat, la startup va recruter entre 10 et 20 assistants personnes. Résultat, la société, qui dit être en discussion avec une trentaine de groupes internationaux et annonce vouloir ouvrir deux bureaux à Montréal et Singapour, pourrait recruter 50 personnes au cours des prochains mois. >> Visionner la présentation Wiidii Wiidii combine l'assistance humaine et l'intelligence artificielle au service des voyageurs et touristes Une V2 plus performante encore vient de sortir Soutenue par Bpifrance, la startup bordelaise propose un service unique. Wiidii version 2 est capable de rechercher un lieu, conseiller des itinéraires, gérer des réservations, rechercher les meilleurs tarifs, stocker numériquement tous les documents (papiers d'identité, informations de santé...) nécessaires pendant les voyages, permet aux utilisateurs de commenter ou recommander des lieux... le tout grâce à une intelligence artificielle qui s'enrichit et personnalise plus finement sa relation avec l'utilisateur au fur et à mesure de l'utilisation de l'application. Mais aussi grâce à un back office bien humain, lui, composé d'assistants personnels de haut niveau assurant une permanence 24/24h. Jusque-là cantonné au secteur du tourisme, ciblant des clients potentiels comme les chaînes hôtelières, offices de tourisme, compagnies aériennes, tour opérateurs susceptibles de proposer cette conciergerie hybride sous la marque Wiidii où sous leur propre marque développée en blanc par la société bordelaise, l'application pourrait bien, selon Cédric Dumas, intéresser d'autres secteurs d'activité. Ainsi, des banques, constructeurs automobiles, assurances et entreprises des telecoms seraient également intéressés par la technologie, bluffante il est vrai, de Wiidii.



Wiidii, le concierge 2.0, va lever entre 5 et 7 M€

Créée en 2014 à Bordeaux, l'application Wiidii, assistant de poche qui "mixe" mega données, intelligence artificielle et savoir-faire humain afin de proposer un service d'assistance inédit pour touristes des métropoles, séduit les acteurs institutionnels du secteur. Le Festival de Cannes, **Paris Inn** Group, Voyages SNCF, Office de tourisme de Bordeaux, Canada, Dubaï, Hong-Kong, Singapour... en moins de deux ans, l'application bordelaise Wiidii, véritable conciergerie pour smartphone, créée à Bordeaux par un professionnel du secteur, Cédric Dumas, semble avoir convaincu des institutions importantes du secteur touristique mondial de la pertinence de son modèle. En choisissant une stratégie de déploiement de son offre en BtoBtoC, Wiidii, qui compte à ce jour 11 salariés, semble avoir fait mouche. Après des investisseurs d'abord, qui lui ont permis de lever 600.000 euros en juillet 2015 alors que la société en espérait 450.000. Après d'Atout France ensuite, qui lui a décerné la palme du tourisme numérique en 2015. Au fur et à mesure des utilisations, l'intelligence artificielle de Wiidii affine la personnalisation de son service. Des perspectives de croissance et de recrutements massifs. Publicité Si son fondateur parle de "croissance fulgurante" en annonçant, ce jour, le lancement d'une nouvelle application qui enrichit encore la palette services accessibles aux touristes, et l'ouverture d'un site Internet BtoB, le fait est que pour le moment, c'est de perspectives de croissance qu'il faut parler. Et elle sont intéressantes, car Wiidii et son fondateur sont actuellement en finalisation de contrats avec une compagnie aérienne mondialement connue, un grand groupe d'assurances et un aéroport, pour la fourniture de l'application et de ses fonctions en...



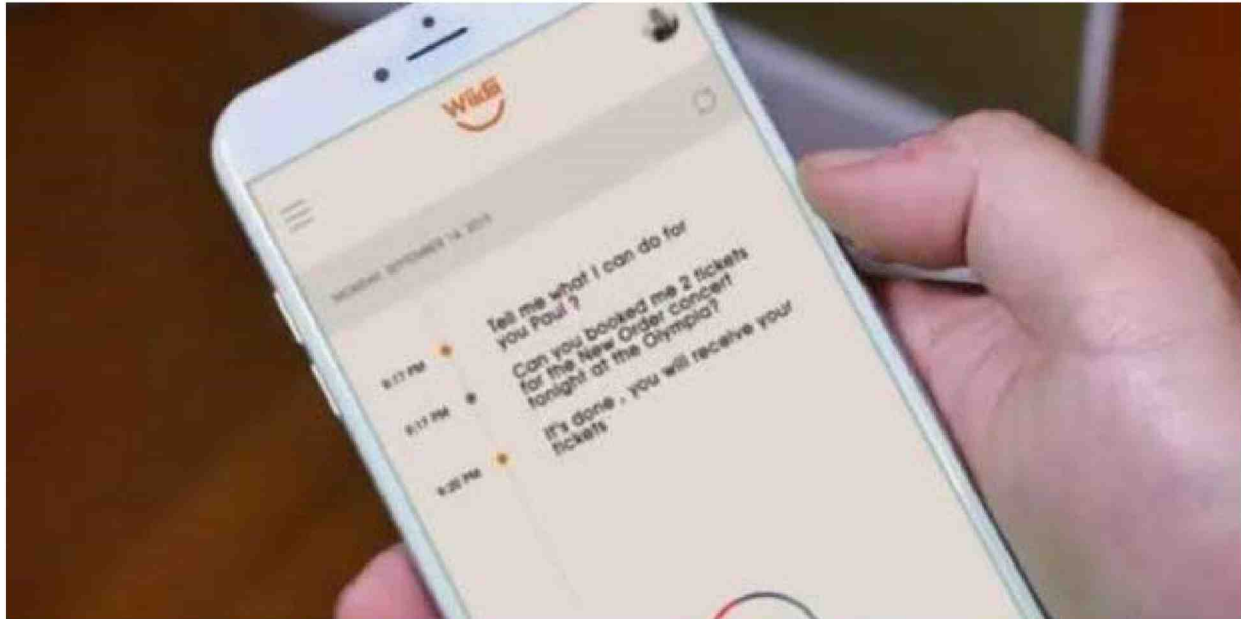
Wiidii, le concierge 2.0, va lever entre 5 et 7 M€

Le Festival de Cannes, **Paris Inn** Group, Voyages SNCF, Office de tourisme de Bordeaux, Canada, Dubaï, Hong-Kong, Singapour... en moins de deux ans, l'application bordelaise Wiidii, véritable conciergerie pour smartphone, créée à Bordeaux par un professionnel du secteur, Cédric Dumas, semble avoir convaincu des institutions importantes du secteur touristique mondial de la pertinence de son modèle. En choisissant une stratégie de déploiement de son offre en BtoBtoC, Wiidii, qui compte à ce jour 11 salariés, semble avoir fait mouche. Auprès des investisseurs d'abord, qui lui ont permis de lever 600.000 euros en juillet 2015 alors que la société en espérait 450.000. Auprès d'Atout France ensuite, qui lui a décerné la palme du tourisme numérique en 2015. Wiidii Au fur et à mesure des utilisations, l'intelligence artificielle de Wiidii affine la personnalisation de son service. Des perspectives de croissance et de recrutements massifs Si son fondateur parle de "croissance fulgurante" en annonçant, ce jour, le lancement d'une nouvelle application qui enrichit encore la palette services accessibles aux touristes, et l'ouverture d'un site Internet BtoB, le fait est que pour le moment, c'est de perspectives de croissance qu'il faut parler. Et elle sont intéressantes, car Wiidii et son fondateur sont actuellement en finalisation de contrats avec une compagnie aérienne mondialement connue, une grand groupe d'assurances et un aéroport, pour la fourniture de l'application et de ses fonctions en marque blanche. La société prépare une nouvelle levée de fonds de 5 à 7 M€ d'ici la fin de l'année 2016 pour accélérer son développement à l'international. Elle table, pour cette année, sur un chiffre d'affaires de 1 M€, puis 9 M€ en 2017 et 27 M€ à l'horizon 2020. La société qui réussit à "mixer" hautes(...) Lire la suite sur [La Tribune.fr](http://LaTribune.fr) Wiidii, le compagnon de poche, va lever 450.000 €

TERRITOIRES

WIIDII, LE CONCIERGE 2.0, VA LEVER ENTRE 5 ET 7 M€

PASCAL RABILLER

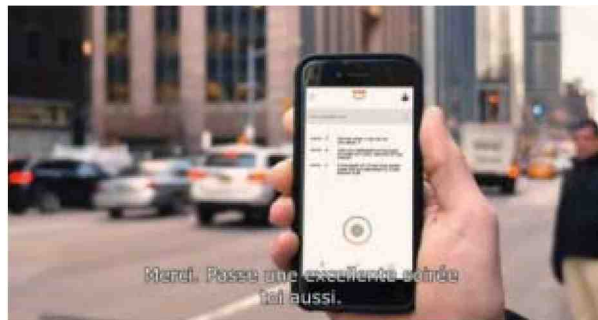


Créée en 2014 à Bordeaux, l'application Wiidii, assistant de poche qui "mixe" mega données, intelligence artificielle et savoir-faire humain afin de proposer un service d'assistance inédit pour touristes des métropoles, séduit les acteurs institutionnels du secteur.

Le Festival de Cannes, [Paris Inn](#) Group, Voyages SNCF, Office de tourisme de Bordeaux, Canada, Dubaï, Hong-Kong, Singapour... en moins de deux ans, l'application bordelaise Wiidii, véritable conciergerie pour smartphone, créée à Bordeaux par un professionnel du secteur, Cédric Dumas, semble avoir convaincu des institutions importantes du secteur touristique mondial de la pertinence de son modèle.

En choisissant une stratégie de déploiement de son offre en BtoBtoC, [Wiidii, qui compte à ce jour 11 salariés](#), semble avoir fait mouche.

Auprès des investisseurs d'abord, qui lui ont permis de lever 600.000 euros en juillet 2015 alors que la société en espérait 450.000. Auprès d'Atout France ensuite, qui lui a décerné la palme du tourisme numérique en 2015.



Au fur et à mesure des utilisations, l'intelligence artificielle de Wiidii affine la personnalisation de son service.

DES PERSPECTIVES DE CROISSANCE ET DE RECRUTEMENTS MASSIFS

Si son fondateur parle de "croissance fulgurante" en annonçant, ce jour, le lancement d'une nouvelle application qui enrichit encore la palette services accessibles aux touristes, et l'ouverture d'un site Internet BtoB, le fait est que pour le moment, c'est de perspectives de croissance qu'il faut parler. Et elle sont intéressantes, car Wiidii et son fondateur sont actuellement en finalisation de contrats avec une compagnie aérienne mondialement connue, un grand groupe d'assurances et un aéroport, pour la fourniture de l'application et de ses fonctions en marque blanche.

La société prépare une nouvelle levée de fonds de 5 à 7 M d'ici la fin de l'année 2016 pour accélérer son développement à l'international. **Elle table, pour cette année, sur un chiffre d'affaires de 1 M , puis 9 M en 2017 et 27 M à l'horizon 2020.**

La société qui réussit à "mixer" hautes technologies et compétences humaines annonce vouloir recruter massivement.

Une équipe technique va rejoindre, en juin prochain, l'équipe de Wiidii composée de développeurs, spécialistes en intelligence artificielle... par ailleurs, Wiidii assure aussi qu'à chaque vente, la startup va devoir recruter entre 10 et 20 assistants personnels dédiés à chacun de ces nouveaux contrats.

Résultat, la société qui dit être, au total, en discussions commerciales avancées avec une trentaine de groupes internationaux, annonce vouloir ouvrir deux bureaux à Montréal et Singapour afin d'assurer une continuité de service 24/24 h. Elle pourrait recruter 50 personnes au cours des prochains mois.

>>>>>>> [Visionner la présentation Wiidii](#)



Wiidii combine l'assistance humaine et l'intelligence artificielle au service des voyageurs et touristes.

UNE V2 PLUS PERFORMANTE ENCORE VIENT DE SORTIR

Soutenue par Bpifrance, la startup bordelaise propose un service unique. Wiidii version 2 est capable de rechercher un lieu, conseiller des itinéraires, gérer des réservations, rechercher les meilleurs tarifs, stocker numériquement tous les documents (papiers d'identité, informations de santé...) nécessaires pendant les voyages, permet aux utilisateurs de commenter ou recommander des lieux... le tout grâce à une intelligence artificielle qui s'enrichit et personnalise plus finement sa relation avec l'utilisateur au fur et à mesure de l'utilisation de l'application. **Mais aussi grâce à un back-office bien humain, lui, composé d'assistants personnels de haut niveau.**

Jusque-là cantonné au secteur du tourisme, ciblant des clients potentiels comme les chaînes hôtelières, offices de tourisme, compagnies aériennes, tour-operators susceptibles de proposer cette conciergerie hybride sous la marque Wiidii ou sous leur propre marque développée en blanc par la société bordelaise, l'application pourrait bien, selon Cédric Dumas, intéresser d'autres secteurs d'activité.

Ainsi, des banques, constructeurs automobiles, assurances et entreprises des telecoms seraient également intéressées par la technologie, bluffante, il est vrai, de Wiidii, **qui est d'ailleurs proposée, gratuitement pendant un mois, à partir de demain 1er avril, aux clients pros fréquence + de la SNCF.**