



Edito

Entretien

Reportages

Dossiers

Équipement

Hébergement

Fiches pratiques

Emploi

Accueil - Entretien

Industrie Hôtelière - 696 - Mars 2017



Jean-Bernard Falco, président du groupe hôtelier Paris Inn et président fondateur de l'AhTop DR

Jean-Bernard Falco, président du groupe hôtelier Paris Inn et président fondateur de l'AhTop

« Nous visons une centaine d'hôtels Maison Albar dans les 10 à 15 prochaines années »

Multi-entrepreneur depuis près de 25 ans, Jean-Bernard Falco apprécie de faire bouger les lignes. Derniers défis en date, l'innovation sociale au travers d'une Académie de l'excellence, une formation « de la seconde chance » et de nouveaux développements en matière d'intelligence artificielle pour apporter des services précifits (lire également page 36). Le groupe familial Paris Inn prévoit des objectifs de croissance très ambitieux suite au déploiement de sa marque Maison Albar et de son partenariat avec le géant chinois Plateno. Rencontre avec un chef d'entreprise qui aime sortir des sentiers battus.

» Quels sont les derniers faits marquants au niveau du groupe ?

Jean-Bernard Falco. Nous avons créé une nouvelle marque française de boutiques hôtels de luxe design – qui porte le nom de ma belle-famille, Albar – avec Plateno, premier opérateur en Chine avec qui nous nous sommes associés en 2014. L'objectif est de vendre l'élégance et l'art de recevoir à la française, un peu partout dans le monde, tout en conciliant luxe et prix compétitifs. Nous visons une centaine d'hôtels Maison Albar dans les 10 à 15 prochaines années dont une cinquantaine en Chine à moyen terme. Trois établissements sont d'ores et déjà ouverts à Paris et un 4e en cours de rénovation.

Entre 1,5 et 1,6 million de Chinois sont arrivés en France en 2016, contre 2 millions initialement prévus. Néanmoins, cela ne remet pas en cause notre feuille de route à long terme qui prévoit d'accueillir potentiellement 15 millions de Chinois par an à l'horizon de 15 ans. Ce partenariat avec Plateno nous apporte une vraie expertise et nous évite des erreurs si nous avions appris par nous-mêmes. Autres faits marquants de l'année, de nouveaux partenariats tels que celui avec Paris 2024 pour les Jeux olympiques, notre adhésion en tant que seul groupe hôtelier au Welcome Citylab, l'incubateur touristique pour les start-up créé par Laurent Queige, en étroite collaboration avec la Mairie de Paris ou encore notre adhésion à l'OMT (Organisation mondiale du tourisme), seule ETI hôtelière française à en faire partie et ce, grâce au soutien du Gouvernement français qui a appuyé notre candidature.

» Quel bilan tirez-vous de l'année 2016 ?

Le chiffre d'affaires est en baisse pour plusieurs raisons : les attentats naturellement, la situation en matière de sécurité, les inondations, les grèves mais aussi la concurrence déloyale des plates-formes de type Airbnb – nous en avons dénombré quelque 250 – qui prennent une part de marché significative aux hôteliers quoi qu'elles en disent. Par exemple, près de 60 000 chambres sont affichées sur le site InsideAirbnb.com, à comparer aux 80 000 chambres des 1 600 hôtels parisiens.

La France étant le premier pays visité au monde, nous devrions profiter de cet afflux de voyageurs supplémentaires. Or, il n'en est rien. Alors que le nombre de voyageurs a progressé de 4 % en 2016 dans le monde selon l'OMT – la barre du 1,2 milliard de voyageurs dans le monde a été franchi –, Paris compte 6 % de touristes en moins et la baisse de chiffre d'affaires pour l'ensemble de la profession a atteint entre 10 et 20 %.

La diminution du RevPar (CA à la chambre que celle-ci soit louée ou non), provient d'un moindre taux d'occupation ainsi que d'une contraction du prix moyen. Si les hôteliers des grandes villes notamment à Paris ont réussi à maintenir à peu près leur TO entre 80 % et 85 %, cela s'est fait au détriment du prix moyen, en baisse moyenne de 15 % à 20 %, impactant d'autant le chiffre d'affaires.

» Et comment évolue la rentabilité du groupe ?

Notre bénéfice tournait autour de 5 millions d'euros en 2015, il est nul en 2016. Nous réalisons une étude fiscale au sein de l'AhTop pour démontrer à l'État que la progression croissante de ces plates-formes déloyales aura des conséquences lourdes sur le moyen et long termes. Parmi celles-ci, un impôt sur les sociétés ramené à zéro pour presque tous les hôteliers parisiens, des capacités d'investissement très réduites impactant de nombreuses filières notamment celles du BTP évidemment... Autre conséquence, un chômage croissant, le secteur de l'hôtellerie et de l'industrie du tourisme étant le premier employeur de France avec 2,2 millions d'emplois sur un total de 26 millions, soit près d'un emploi sur dix – une part qui atteint 15 % sur Paris et



NEWSLETTER LECHEF.COM

Restez informé des dernières actualités !

Votre adresse email

S'inscrire



15 & 16 MARS 2017
PARIS PORTE DE VERSAILLES • PAV. 7.1

Idées à emporter !

Demandez votre
BADGE GRATUIT !

NOS DERNIERS NUMÉROS



Numéro 696
Mars 2017



Numéro 695
Janvier/Février 2017

Tous les magazines

SÉLECTIONNEZ VOTRE MATÉRIEL DE CUISINE PROFESSIONNEL



Cuisson



Distribution de repas



Equipements bars et offices



Ventilation



Laverie Buanderie



Manutention

la région parisienne. Quand notre secteur tousse, la France s'enrhume, c'est exactement ce qui s'est passé par exemple en septembre dernier.

» Quelles ont été vos dernières actions au sein de l'Association pour un hébergement et un tourisme professionnels (AhTop) ?

Selon différentes études, on peut considérer que 20 % de la baisse de chiffre d'affaires provient des événements liés à la sécurité et 80 % de la part de marché croissante de ces plates-formes. Cela nous a conduits au travers de l'AhTop à déposer une plainte le 16 janvier dernier avec constitution de partie civile qui fait suite à la plainte simple déjà déposée en novembre 2015. Cette dernière procédure a donné lieu à une enquête menée pendant un an par le Service National des Enquêtes (SNE) au titre de non-respect de la réglementation. Cette nouvelle plainte réunit 800 personnes morales représentant 300 000 salariés et 15 milliards d'euros de chiffre d'affaires, suffisamment pour attirer l'attention des pouvoirs publics et du parquet. Nous demandons la nomination d'un juge d'instruction pour vérifier qu'une large part de la perte du chiffre d'affaires de 2016 des hôteliers est imputable à cette progression exponentielle et déloyale des plates-formes. Si personne n'est contre l'arrivée de ces nouveaux acteurs qui répondent aux évolutions sociétales, nous considérons pour autant que les deux tiers de ces loueurs ne respectent pas la réglementation. Nous allons mettre fin à cette impunité.

» Quels sont vos objectifs de développement pour Paris Inn Group ?

Nous prévoyons d'atteindre un milliard d'euros de chiffre d'affaires par an dans les 15 prochaines années. C'est très ambitieux mais nous allons y parvenir parce que mes 1 000 collaborateurs sont tous derrière moi et ont la même ambition, celle de devenir numéro mondial de l'exploitation de boutiques hôtels de luxe à la française. Cela passe par des moyens humains et financiers supplémentaires et une expansion à l'international, rendue possible grâce à notre partenaire chinois et à la centaine d'hôtels qui seront ouverts.

Le goût d'entreprendre

Entrepreneur depuis près de 25 ans, Jean-Bernard Falco a débuté dans la banque. Autodidacte, il occupe les fonctions de conseiller en gestion de patrimoine spécialisé en hôtellerie de 1993 à 2005 et acquiert en 1997 une agence immobilière spécialisée dans la transaction hôtelière parisienne. En 2005, il fonde la société de gestion hôtelière et d'investissement Paris Inn Group aux côtés de son épouse Céline Falco. « Notre groupe s'appuie sur une tradition familiale dont l'origine remonte à 1923, mon épouse étant issue d'une famille de quatre générations d'hôteliers », souligne-t-il. Parallèlement juge au tribunal de commerce de Bobigny et de Paris de 2009 à 2013, il a été nommé en novembre 2014 « Fédérateur de la famille Tourisme » par Laurent Fabius, alors ministre du Développement international et des Affaires étrangères. En juin 2015, il crée avec ses confrères l'AhTop pour promouvoir un hébergement de qualité, faire face à la concurrence croissante des meublés touristiques et promouvoir le tourisme français.

Une Académie de l'excellence autour d'un concept d'innovation sociale

Apporter une seconde chance à des jeunes en difficulté, des chômeurs de longue durée sans diplôme... tel est l'objectif de la nouvelle Académie de l'excellence de Paris Inn Group qui verra le jour fin 2017-début 2018. Une formation à l'hôtellerie qui s'appuie sur un système de parrainage, chaque élève étant suivi par un collaborateur du groupe tout au long de son parcours et de son intégration de poste. D'une durée de 4 mois à deux ans selon la spécialisation, cette formation sera axée sur quatre matières – le français, l'instruction civique, l'hospitalité, l'anglais et l'apprentissage de quelques mots de bienvenue en chinois. Elle permettra d'accéder à différents postes de l'hôtellerie avec à la clé, un emploi. « L'innovation résulte du système de parrainage. En présentant cette feuille de route à mes 1 000 collaborateurs, je leur ai demandé s'ils acceptaient d'être le parrain d'une personne en formation. Cette initiative privée est réalisée sur nos fonds propres – même si nous pensons que l'État interviendra naturellement une fois que nous aurons fait nos preuves. Nous n'avons pas souhaité de formation diplômante ou

donnant lieu à une certification, la fiche de paie étant la meilleure des récompenses pour ces jeunes », détaille Jean-Bernard Falco. Une cause qui lui tient à cœur, étant issu de milieu modeste.

Le groupe en chiffres

- » **Gestion** de 32 hôtels 4 et 5 étoiles
- » Un peu plus de **2 300 chambres** principalement situées à Paris intra-muros
- » **Chiffre d'affaires 2016** : 75 millions d'euros, en baisse de 10 % par rapport à 2015
- » **1 000 collaborateurs**
- » En 2014, le groupe s'est associé à Plateno Group, premier opérateur en Chine (4 500 hôtels, 60 000 collaborateurs, 1,6 milliard de dollars de CA)
- » **Maison Albar Hôtel** : 3 établissements 5 étoiles à Paris. Objectif : atteindre 100 établissements 5 étoiles de 50 à 100 chambres dans les 10 à 15 ans.

Différentes enseignes

Le groupe exploite ses hôtels sous différentes enseignes dont notamment les marques Best Western (Céline Falco est membre du conseil d'administration de la chaîne), Holiday Inn (groupe IHG). Concernant la nouvelle marque internationale Maison Albar, elle s'appuie sur différents partenaires pour délivrer une expérience authentique et raffinée dans un esprit « d'élégance à la française ». Une équipe a été mise en place à Guangzhou pour assurer



le déploiement de l'enseigne en Chine. Le cinq étoiles Maison Albar Paris Céline (photos ci-contre) qui a ouvert ses



portes en décembre dernier au cœur de la capitale, s'est associé à la Maison Rostang pour son restaurant et à Jean-Louis et Nathalie Poiroux, créateurs de la marque Cinq mondes pour le spa. Avec un ticket moyen de 30 e à midi au restaurant Odette, 40 e, le soir et de 60 à 120 e pour les soins, l'établissement de 60 chambres, entend concilier

luxe et prix compétitifs. Autres cinq étoiles de l'enseigne, le Champs-Élysées Mac Mahon (40 chambres) et le Paris Opéra Diamond (72 chambres).

Le point de vue de Jean-Bernard Falco sur le marché

» Quels sont les principaux défis qui attendent le secteur de l'hôtellerie et du tourisme ?

Faire face à la mutation sociétale, au Big data et au numérique, sans opposer pour autant le monde traditionnel et moderne. La France est le premier pays visité au monde. Nous allons passer de 85 millions de visiteurs selon l'OMT

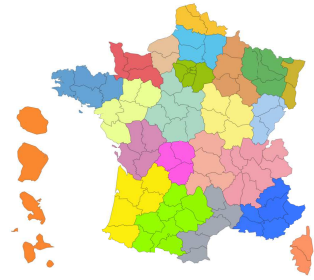


Préparation



Réfrigération

SÉLECTIONNEZ VOTRE INSTALLATEUR DE CUISINE PROFESSIONNEL



en 2016 à près de 130 millions dans les 15 prochaines années. 3% de taux de croissance sont ainsi à gagner chaque année. Sur un PIB de 2 200 milliards d'euros, cela représente près de 70 milliards par an. Pour tirer partie de cette croissance, il est important que les acteurs privés et publics agissent en concertation autour d'objectifs communs. Cela nous a conduits à proposer 12 mesures à l'ensemble des acteurs politiques que nous avons présentées lors d'un colloque en janvier dernier, qui a réunit 200 professionnels du tourisme. Ces mesures s'organisent autour de quatre piliers : l'attractivité du territoire, la sécurité, une meilleure régulation des plateformes de location de meublés et enfin, l'emploi et la formation. Les professionnels sont fatigués d'entendre que les salariés rejoignent le secteur plus par obligation que par envie. Déterminer une feuille de route positive pour ceux qui nous rejoignent permettra au secteur de gagner en attractivité. C'est ce qui a conduit le groupe à créer une Académie de l'excellence autour d'un concept d'innovation sociale, que nous espérons mettre en place cette année ou au plus tard début 2018.

» Et plus précisément en matière de distribution ?

Environ la moitié de la distribution des hôtels parisiens est réalisée via les OTAs – une part que nous retrouvons au niveau de notre groupe. Désormais la quasi-totalité de la distribution est réalisée par la voie électronique – environ 95 % – seuls 5 % des réservations étant effectués par téléphone ou de visu. Les hôteliers font partie des premiers acteurs à avoir développé une approche en ligne dès 2000, avec plus ou moins de succès. Notre difficulté aujourd'hui est d'être confrontés à ces mastodontes qui érodent nos marges. Une tendance qui se renforcera si nous ne faisons rien.

L'acte d'achat passe de plus en plus par les mobiles. Anticiper les attentes des consommateurs selon leur profil devient essentiel. Notre industrie doit être capable de répondre à la mutation sectorielle qui est en cours par un déploiement de plus en plus important du numérique, de la recherche prédictive, bref de la prise en compte collective et impérative du Big data.

» À quoi ressemblera le secteur de l'hôtellerie dans une dizaine d'années ?

Plusieurs formes d'hébergements coexisteront, des hôtels atypiques qui concilieront services et compétitivité tarifaire, qui dépend également des impôts et prélèvements que nous subissons, des hébergements non marchands qui s'adresseront à une nouvelle typologie de clientèle. De nouveaux concepts sont en cours de déploiement comme Citizen M, Generator, Meininger, 25hours Hotels – qui a été racheté en partie par AccorHotels.

Autre tendance, une évolution de l'aménagement des établissements. Les clients ont de plus en plus envie d'échanger entre eux au sein de l'hôtel, à l'image du développement des espaces de coworking. Autant de défis à surmonter pour l'hôtellerie de demain et que tant nous que la profession allons relever dans les prochaines années avec détermination.

Propos recueillis par Nathalie Foujon

Partager Tweet



QUI SOMMES-NOUS ?

ACTUALITÉS

- Sirha 2017, un salon sous le signe de la nouv...
- Le Radisson Blu Hotel ouvre ses portes à Lyon
- Le Jardin de Villiers, une oasis de calme dan...
- 3 nouvelles suites pour le Buddha-Bar Hotel P...
- Tendances des rémunérations en hôtellerie en 2...

REPORTAGES

- Ibis Besançon centre-ville, le sens de l'accu...
- Casser les codes de l'hôtellerie traditionnelle...
- Sur un rythme de croisière, avec de nouveaux ...
- Un hôtel dédié à Joséphine Bonaparte au cœur ...
- Savant mélange de classique et de contemporai...

MANAGEMENT

- Réussir son offre de petit déjeuner
- Comment bien choisir sa literie ?
- Optimiser son site Internet
- Zoom sur les produits phares du salon EquipHo...
- EpiSaveur enrichit sa gamme Milézim, une offr...

VIE PRO OU SYNDICALE

- Le GNI Normandie tient son assemblée générale
- Le GNI Normandie se mobilise pour soutenir l'...
- Salon entreprendre
- Élections CCI et CMA, contrat rempli pour le ...
- Nuit de la Fraternité, Save the date !

FICHES PRATIQUES / EXPERTS

- Comment s'en prémunir ?
- Le compte personnel d'activité (CPA)
- Premier aperçu
- CPF : cumul avec d'autres dispositifs
- Les droits du cotisant renforcés dans le cadr...

ABONNEZ-VOUS

Industrie Hôtelière



Mentions légales - Abonnez-vous - Publicité - Qui sommes-nous ? - Contact