

CRÉER OU REPRENDRE UN HÔTEL

Adeline Desthuilliers, Maud Guettier

Créer ou reprendre un hôtel

2^e édition

Chasseur de Fonds

Ouvrages des mêmes auteurs

- **Construire le Business Plan d'un restaurant** – Maud Guettier, Adeline Desthuilliers (juillet 2019).
Médaille d'argent 2019 – 11^e TROPHÉES MARKETING COMMUNICATION de la profession comptable.
- **Créer ou reprendre un Food-Truck** – Adeline Desthuilliers, Maud Guettier (décembre 2019).
- **Créer ou reprendre un restaurant** – Adeline Desthuilliers, Maud Guettier (juillet 2020). **Version 2 avec un supplément sur le digital.**
- **Construire le Business Plan d'un Food-Truck** – Maud Guettier, Adeline Desthuilliers (septembre 2020).
- **Créer ou reprendre une chambre d'hôtes ou un gîte** – Adeline Desthuilliers, Maud Guettier (février 2021).
- **Apprendre à créer, gérer et développer une micro-entreprise** – Adeline Desthuilliers, Maud Guettier (juin 2021).
- **Construire le Business Plan d'un Hôtel** – Maud Guettier, Adeline Desthuilliers (novembre 2022).
- **Guide pratique d'évaluation de fonds de Commerce** – Adeline Desthuilliers, Marine Desthuilliers (août 2023).

Ce livre a été publié sur www.bookelis.com

ISBN:979-10-424-4398-6

© Adeline Desthuilliers, Maud Guettier

Tous droits de reproduction, d'adaptation et de traduction,
intégrale ou partielle réservés pour tous pays.

L'auteur est seul propriétaire des droits et responsable du contenu de ce livre.

CHASSEUR DE FONDS

Le métier de chef d'entreprise génère son lot d'illusions: l'indépendance, le fait d'être son propre patron... Cependant derrière cette image se cache une réalité complexe, dans laquelle l'entrepreneur se trouve confronté à des problématiques diverses, qu'elles soient juridiques, sociales, fiscales... Cette diversité de domaines impose un constat très simple: un individu seul ne peut raisonnablement pas maîtriser tous ces domaines simultanément. Ce constat est encore renforcé dans le secteur des cafés, hôtels et restaurants, qui requièrent des compétences opérationnelles déjà conséquentes.

Chasseur de Fonds souhaite être une référence pour les professionnels des cafés, hôtels et restaurants pour leur accompagnement de la création à la transmission.

Pour pallier l'isolement des chefs d'entreprise face aux défis spécifiques à leur secteur, **Chasseur de Fonds** met à disposition une gamme étendue de ressources et de services.

- **Publications spécialisées:** nous éditons des ouvrages dédiés aux besoins des restaurateurs et hôteliers, fournissant un savoir précieux pour faire face aux complexités du métier.
- **Conseil expert:** notre offre inclut le conseil stratégique, de l'élaboration de business plans à l'évaluation des murs et fonds de commerce, garantissant une prise de décision éclairée à chaque étape.
- **Outils numériques:** notre site internet www.chasseurdefonds.com est une véritable boîte à outils pour les professionnels,

offrant des simulateurs d'emprunt, calculatrices de ratios, et bien plus, facilitant la gestion quotidienne de leur activité.

- **Contenus informatifs:** une bibliothèque riche en articles, constamment enrichie, afin de rester à la pointe des évolutions du secteur.
- **Formations:** nous proposons des formations adaptées aux dirigeants de CHR, disponibles en e-learning, en présentiel ou à distance, Chasseur de fonds est certifié Qualiopi.

En tant qu'agence immobilière spécialisée dans la transaction hôtelière, nous offrons un soutien complet aux vendeurs et acheteurs sur l'ensemble du territoire français, via notre site dédié www.desthuilliers.com.

UN MOT DES AUTEURS

En tant qu'Experte-comptable spécialisée dans le métier des cafés, hôtels et restaurants depuis près de vingt-cinq ans, j'ai eu l'occasion d'être particulièrement sensibilisée aux problématiques de la transmission d'entreprises, notamment, en tant que magistrate au tribunal de commerce. Que ce soit pour la question de l'évaluation, de la recherche d'acheteurs ou de vendeurs, de la transaction ou encore du financement, le porteur de projet se retrouve en interaction avec un nombre important d'intervenants aux expertises différentes, et peut par conséquent facilement être perdu.

Pour cette raison, il m'est apparu évident que dans le cadre de la transmission d'hôtels, le métier d'intermédiaire ne se limite pas à celui d'agent immobilier, mais implique une pleine dimension d'accompagnement et de conseils.

C'est pourquoi j'ai voulu, à l'aide de Chasseur de Fonds, proposer une palette de services aux chefs d'entreprise.

Devant le succès de la version 1, nous avons souhaité continuer notre partage d'expérience, en faisant une mise à jour de cet ouvrage. Bien entendu toujours, dans le but, de répondre aux interrogations du créateur, et du repreneur d'un hôtel.

Adeline Desthuilliers

Accompagner mes clients du métier des cafés, hôtels et restaurants pour des missions d'expertise comptable ainsi que sur des problématiques sociales, m'a donné envie d'en faire plus pour eux, car les prérogatives du chef d'entreprise s'étendent à des domaines

extrêmement divers. Chasseur de Fonds fournit cet accompagnement, en permettant de trouver l'interlocuteur adapté aux questions que les professionnels peuvent se poser.

Le déploiement au niveau national de l'activité de Chasseur de Fonds m'a donné l'opportunité de prendre en charge la région ouest avec une implantation à La Rochelle.

J'ai pu, au travers de cette deuxième version, apporter mon expertise, notamment au niveau social; j'espère ainsi pouvoir continuer à contribuer à de beaux projets.

Maud Guettier

TABLE DES MATIÈRES

Chasseur de Fonds	5
Un mot des auteurs.....	7
1 – Introduction.....	21
2 – Devenir hôtelier	25
2.1 Les atouts pour votre réussite.....	25
2.2 Le rôle de chef d’entreprise	27
3 – Votre concept.....	31
3.1 Les concepts émergents	32
3.2 Adapter votre établissement en fonction de la clientèle.....	34
3.3 Création: l’implantation et la structuration d’un hôtel	35
3.3.1 Choisir le lieu d’établissement de votre futur hôtel.....	35
3.3.2 L’implantation de l’hôtel.....	37
3.3.3 La structuration de l’hôtel.....	38
3.4 Le confort de l’hôtel	39
3.4.1 L’éclairage.....	40
3.4.2 Le chauffage	41
3.4.3 La climatisation	43
3.4.4 Le bruit et l’isolation phonique.....	44
3.4.5 Le renouvellement de l’air.....	46
3.4.6 La connectivité.....	47

3.4.7 L'espace et le stockage.....	48
3.5 Investir dans le développement durable et lutter contre le gaspillage	48
3.5.1 Réduire la consommation d'eau.....	48
3.5.2 Réduire sa consommation d'énergie	51
3.5.3 Gestion des déchets	53
3.5.4 Approvisionnement responsable.....	54
3.6 Optimiser le confort des chambres	56
3.6.1 Un bon lit	56
3.6.2 Oreillers et linge de lit	57
3.6.3 Le linge de toilette	61
3.6.4 Quelle quantité de linge prévoir pour un hôtel.....	62
3.6.5 Acheter son linge ou le louer	63
3.6.6 Les revêtements sols et murs.....	65
3.6.7 L'aménagement de la chambre.....	66
3.6.8 Les équipements de technologie	67
3.6.9 La salle de bains.....	69
3.7 Les services à proposer.....	70
3.7.1 Le petit-déjeuner.....	70
3.7.2 Un restaurant	71
3.7.3 Une offre de séminaires.....	72
3.7.4 Espace de coworking.....	74
3.7.5 Espace bien-être	76
3.7.6 Mais aussi	77
3.8 Fixation des prix	78
3.9 L'enseigne ou le nom commercial.....	81
3.10 Adhérer à une chaîne volontaire ou à un réseau.....	82
3.11 Faire le choix de la franchise.....	84
4 – Règles de la profession	87
4.1 Formation	87

4.2 Le classement de l'hôtel	87
4.3 Information sur les prix (arrêté du 18 décembre 2015).....	88
4.4 La sécurité de l'hôtel.....	91
4.4.1 La réglementation en matière de sécurité	91
4.4.2 Mise en place de caméras de vidéosurveillance	93
4.5 Accessibilité handicapés	95
4.5.1 Cadre législatif et réglementaire	95
4.5.2 Obligations des hôtels en matière d'accessibilité.....	96
4.5.3 Les procédures dérogatoires.....	96
4.5.4 Les chambres à aménager	97
4.6 Registres obligatoires	101
4.6.1 Registre de sécurité	101
4.6.2 Registre public d'accessibilité	102
4.7 Entretien, contrôle et vérifications techniques.....	105
4.7.1 Contrôle des installations de chauffage	105
4.7.2 Contrôle des installations de gaz	106
4.7.3 Contrôle des portes automatiques (véhicule ou piéton).....	107
4.7.4 Contrôle des ascenseurs et des monte-charge.....	107
4.7.5 Contrôle des systèmes de chauffage et de climatisation	109
4.7.6 Diagnostic technique amiante	110
4.7.7 Diagnostic de performance énergétique.....	111
4.7.8 Mise en place du document unique.....	111
4.8 L'exploitation de l'hôtel	113
4.8.1 Interdiction de fumer	113
4.8.2 Affichages obligatoires	114
4.8.3 La fiche individuelle de police pour la clientèle étrangère	117
4.8.4 Non-discrimination	119

4.9 La réglementation sur les boissons.....	120
4.9.1 Types de licences selon la nature des boissons	121
4.9.2 Le permis d'exploitation.....	122
4.9.3 Déclaration administrative	123
4.10 Piscine, spa.....	124
4.10.1 La réglementation piscine	124
4.10.2 La réglementation du spa	127
4.11 La réglementation sur les normes d'hygiène	128
4.11.1 Hygiène	128
4.11.2 En savoir plus sur la formation hygiène	130
4.12 Les parasites dans le milieu hôtelier.....	131
4.13 La responsabilité de l'hôtelier.....	133
4.14 Le règlement général sur la protection des données	134
5 – Les cinq fonctions principales de l'hôtel	137
5.1 La réservation.....	137
5.2 L'accueil.....	139
5.3 La facturation et l'encaissement.....	140
5.3.1 Mise en place d'un logiciel commercial	140
5.3.2 Le contrôle de la main courante	143
5.3.3 Délivrance d'une note ou d'une facture.....	144
5.3.4 Les obligations concernant les moyens de paiements	147
5.4 L'information et le suivi client.....	149
5.4.1 Horaires d'arrivée	149
5.4.2 Horaires de départ.....	150
5.5 L'entretien des chambres	150
5.5.1 Procédures de nettoyage	150
5.5.2 Évaluation du temps de nettoyage.....	152
6 – Mode d'installation.....	153
6.1 Création	153

6.1.1 L'acquisition ou la création de murs	154
6.1.2 L'acquisition d'un droit au bail	155
6.1.3 Transformation d'un immeuble commercial ou de logement en hôtel	156
6.2 Reprise par l'acquisition du fonds de commerce	157
6.3 Reprise par l'acquisition des titres de société.....	157
6.4 Le choix de son mode d'exploitation	158
6.4.1 Entreprise individuelle.....	159
6.4.2 Sociétés.....	160
6.5 Régime fiscal	164
6.5.1 Imposition sur les bénéfices	164
6.5.2 Réel simplifié ou réel normal.....	165
6.5.3 TVA en hôtellerie	166
6.6 Les autres taxes	168
6.6.1 La taxe de séjour	168
6.6.2 Contribution à l'audiovisuel public	170
6.6.3 Droit de SACEM.....	170
6.6.4 Les droits d'enregistrement	171
6.6.5 Les autres taxes	172
6.7 Régime social	173
6.7.1 Travailleur non salarié (TNS)	173
6.7.2 Régime salarié ou assimilé salarié.....	175
7 – Vos partenaires.....	177
7.1 L'agent immobilier.....	177
7.2 L'assureur	178
7.2.1 Son rôle	178
7.2.2 Les différentes assurances à destination de l'hôtelier	179
7.3 L'avocat	181
7.4 Le banquier et les fonds.....	183

7.5 L'expert-comptable	184
7.6 Les fournisseurs.....	186
7.6.1 Fournisseur de linge.....	187
7.6.2 Sous-traitance nettoyage.....	189
7.6.3 Plateformes de réservation.....	191
7.7 Le notaire	191
8 – Trouver votre hôtel	195
8.1 Définition de votre cible.....	195
8.1.1 Le lieu.....	195
8.1.2 Les critères.....	196
8.1.3 Le budget.....	196
8.1.4 À qui s'adresser	196
8.1.5 Réaliser une étude de marché afin de valider la viabilité du projet.....	197
8.2 Diagnostic	199
8.2.1 Les visites	199
8.2.2 L'état général de l'hôtel	199
8.2.3 Le mode d'exploitation actuel.....	202
8.2.4 Les documents à demander	203
8.2.5 Les points clés pour un audit d'acquisition d'un hôtel.....	206
8.3 Le bail commercial.....	207
8.3.1 Local monovalent	208
8.3.2 La durée.....	209
8.3.3 Le dépôt de garantie	210
8.3.4 La répartition des charges et des travaux.....	211
8.3.5 L'activité	212
8.3.6 Le loyer.....	212
8.3.7 Le droit au renouvellement	213
8.3.8 L'indemnité d'éviction.....	213

8.3.9	Fixation du loyer de renouvellement	215
8.3.10	L'incidence des travaux du locataire sur la fixation du loyer de renouvellement.....	215
8.3.11	Les clauses restrictives de cession du fonds de commerce	215
8.3.12	Les clauses résolutoires	216
8.3.13	La clause de garantie solidaire.....	216
8.4	L'autorisation d'occupation du domaine public par un commerce	217
9	– Évaluation	219
9.1	Valeur vénale	219
9.2	La valeur locative d'un hôtel selon la méthode hôtelière	220
9.3	L'estimation des murs d'un hôtel.....	221
9.3.1	La méthode « par le revenu »	221
9.3.2	La méthode « par la capacité d'emprunt »	222
9.3.3	La méthode des comparables	222
9.3.4	La méthode par le sol et la construction	222
9.4	Évaluation du fonds de commerce.....	223
9.4.1	Prise en compte des facteurs de performance de l'établissement.....	223
9.4.2	La méthode par les mathématiques financières.....	230
9.4.3	La méthode empirique	231
9.4.4	La méthode des comparables	231
9.4.5	La méthode de l'EBE retraité	231
9.4.6	La méthode basée sur la capacité corrigée de remboursement	232
9.5	Valoriser un fonds et des murs	233
9.5.1	Évaluer un hôtel avec la méthode du millième	233
10	– L'acquisition	235
10.1	L'information des salariés	235

10.2 L'offre	236
10.3 L'audit	237
10.4 Le montage	238
10.4.1 L'association	238
10.4.2 LBO.....	239
10.5 Acquisition d'un fonds de commerce	241
10.5.1 Les documents nécessaires pour préparer le contrat de vente.....	241
10.5.2 La promesse.....	242
10.5.3 Le contrat de vente définitif	245
10.5.4 Formalités prévues par le Code de commerce.....	247
10.6 Acquisition de titres.....	248
10.6.1 La garantie d'actif et de passif	248
10.6.2 Documents pour la rédaction de la promesse de cession des titres	250
10.6.3 La promesse.....	251
10.6.4 Comptes de prorata	261
10.6.5 L'acte de vente définitif	263
10.7 Acquisition de murs: le droit de préemption (ou droit de préférence)	263
10.7.1 Le droit de préemption commercial sur la vente des murs	263
10.7.2 Le droit de préemption urbain (DPU) sur la vente des murs	264
10.7.3 Le droit de préemption du locataire.....	266
11 – Les éléments financiers.....	269
11.1 Les indicateurs de performance de chiffre d'affaires en hôtellerie	269
11.1.1 Recette moyenne par chambre louée (RMC)	269
11.1.2 Taux d'occupation (TO).....	270
11.1.3 Revenu moyen par chambre disponible (RevPar)	270

11.2 Comment apprécier l'effectif d'un hôtel hors restaurant	271
11.3 Les investissements de départ	272
11.3.1 Investissement pour la création d'un hôtel	272
11.3.2 Investissement pour la reprise d'un hôtel.....	274
11.3.3 Les travaux, matériels et autres équipements	275
11.3.4 Optimiser le confort des chambres d'hôtel sans gros travaux.....	275
11.4 Établissement d'un compte de résultat prévisionnel.....	277
11.4.1 Estimer un chiffre d'affaires.....	277
11.4.2 Les matières consommées pour le petit-déjeuner	280
11.4.3 Les charges de personnel.....	281
11.4.4 Les autres achats et charges externes	282
11.4.5 Impôts et taxes.....	283
11.4.6 Amortissements.....	284
11.4.7 Les frais financiers.....	286
11.5 Le seuil de rentabilité	286
11.6 La capacité d'autofinancement.....	288
11.6.1 Calcul de la CAF	289
11.6.2 La CAF en pratique	290
11.6.3 Interprétation de la CAF.....	290
11.7 Un plan de trésorerie	291
11.8 Le bilan prévisionnel	291
11.8.1 Actif.....	292
11.8.2 Passif.....	293
11.9 Mettre en place un budget	296
11.10 Finaliser son business plan	298
11.11 Ce que doit contenir votre business plan	299
12 – Trouver son financement.....	303
12.1 Un dossier solide.....	303
12.2 Bien définir son besoin de financement	303

12.3 Les moyens de financement pour donner vie à son projet hôtelier.....	305
12.3.1 Les apports	305
12.3.2 Les aides et subventions	306
12.3.3 La « love money »	307
12.3.4 Les prêts d'honneur par les réseaux d'accompagnement.....	308
12.3.5 Le crowdfunding: sur les plateformes en ligne.....	308
12.3.6 Le crédit vendeur	309
12.3.7 Acheter avec un Viager	309
12.3.8 Les emprunts.....	312
12.3.9 Les garanties d'emprunt	313
12.3.10 L'assurance de l'emprunt.....	314
12.3.11 La levée de fonds (ouverture du capital à des investisseurs).....	315
12.4 Comment financer son matériel en hôtellerie.....	316
12.4.1 Financement sur la trésorerie ou sur fonds propres	316
12.4.2 Financement par crédit professionnel.....	317
12.4.3 Financement par leasing ou crédit-bail.....	317
13 – La mise en place du personnel	319
13.1 Recruter et planifier	319
13.1.1 Recruter	319
13.1.2 Planifier	320
13.2 Formalités liées à l'embauche.....	322
13.2.1 Conventions collectives.....	322
13.2.2 La déclaration préalable à l'embauche (DPAE).....	323
13.2.3 Les registres obligatoires pour le personnel	324
13.3 Contrats de travail	326
13.3.1 Contrat à durée indéterminée (CDI)	326
13.3.2 Contrat à durée déterminée (CDD).....	326

13.3.3 Contrat d'extra.....	327
13.3.4 Contrat saisonnier	328
13.3.5 Contrat à temps partiel.....	329
13.3.6 Contrat d'apprentissage.....	331
13.4 Période d'essai.....	331
13.4.1 La durée initiale de cette période d'essai.....	331
13.4.2 Le renouvellement de la période d'essai	332
13.4.3 Le délai de prévenance en cas de rupture d'une période d'essai.....	333
13.5 Visite d'information et prévention	334
13.5.1 L'embauche	334
13.5.2 Pendant l'exécution du contrat de travail	335
13.6 Affichages obligatoires	335
13.7 Les effectifs.....	337
14 – Communication.....	339
14.1 État des lieux.....	339
14.2 Plan d'action commerciale	341
14.3 Les moyens et outils de communication	342
14.3.1 Fichiers clients	342
14.3.2 Prospection commerciale.....	343
14.3.3 Actions promotionnelles	343
14.3.4 L'identité visuelle.....	344
14.3.5 Les supports papier	345
14.3.6 Le site internet	347
14.3.7 Les réseaux sociaux.....	348
14.3.8 Les canaux de distribution	351
14.4 Réussir son ouverture ou sa reprise	355
Conclusion: les clés de la réussite	357

1

INTRODUCTION

Créer, ou acheter un hôtel implique des passages obligés qui sont méconnus; c'est pourquoi nous avons souhaité à travers la version 2 de ce livre, vous fournir des pistes, et des clés afin de faciliter votre installation.

Cet ouvrage a été nourri par nos expériences communes, mais aussi par le témoignage d'hôteliers que nous avons sollicités.

Il n'est pas exhaustif et est perfectible. En effet, chaque expérience est différente, mais il subsiste un fil directeur qui accompagne chacun des créateurs. Nous avons volontairement négligé la partie étude de marché de l'hôtellerie en France, qui n'aurait été de notre part qu'une compilation de données; nous vous laissons le soin de consulter les nombreux sites et études regroupant les statistiques. Nous vous proposons également sur le site www.desthuilliers.com des informations par régions et départements.

Le timing est une question qui revient souvent. Il est évident que pour démarrer, il faut avoir l'envie, la capacité et l'idée. Ensuite, il faudra s'assurer de la faisabilité du projet et de sa rentabilité. Le business plan ou plan d'affaires se construit tout au long de l'avancée du projet, et se finalise quand l'emplacement est validé.

Organisé en 14 chapitres, cet ouvrage suit l'itinéraire typique de reprise ou de création d'un hôtel, abordant divers aspects sans toutefois entrer dans les détails de chacun. Nous avons choisi de nous concentrer exclusivement sur l'hôtellerie, laissant de côté le

domaine de la restauration. Pour approfondir cet aspect, nous vous recommandons notre livre dédié à la création ou à la reprise d'un restaurant.

En outre, nous proposons une série d'ouvrages couvrant d'autres professions du secteur CHR, tels que les restaurants, les food trucks, les chambres d'hôtes et les gîtes, complétés par de nombreux articles en ligne. Nous avons également publié des guides spécifiques sur l'élaboration de business plans pour les restaurants et les hôtels.

Tout au long de ce livre, vous trouverez nos recommandations soulignées dans des encadrés, ainsi que des suggestions permettant d'aller plus loin, y compris des liens vers des sites web qui vous permettront d'explorer davantage les thèmes qui vous intéressent.

Bonne lecture.

55.10 Z: hôtels et hébergement similaire

« Cette sous-classe comprend :

La mise à disposition d'un lieu d'hébergement (hôtels et hébergements similaires), généralement sur une base journalière ou hebdomadaire, pour un séjour de courte durée. L'offre comprend la fourniture d'un hébergement meublé dans des chambres ou des suites. Elle propose obligatoirement un service quotidien des lits et de nettoyage de la chambre. Cette offre peut comprendre également une gamme d'autres services tels que repas et boissons, garage, blanchisserie, piscine et salle de culture physique, installations pour conférences et séminaires.

Cette sous-classe comprend aussi les services de centres ou villages de vacances avec service de chambre quotidien.

Cette sous-classe ne comprend pas la mise à disposition de maisons et d'appartements meublés ou non pour un usage plus permanent, généralement sur une base mensuelle ou annuelle. »

Source: INSEE

Notre recommandation

Les textes et références notés dans ce livre changent constamment, nous vous recommandons donc de vous tenir informé de leurs évolutions.

2

DEVENIR HÔTELIER

Avant de se lancer dans cette périlleuse aventure, il est nécessaire de s'interroger sur ses propres motivations et bien intégrer que vous allez devoir devenir un «multi-chef» nécessitant différents savoir-faire.

Préalablement à une installation en tant qu'hôtelier, il est nécessaire de faire un point sur votre situation personnelle. À cette étape, vous pouvez envisager de faire un bilan personnel et professionnel.

2.1 Les atouts pour votre réussite

L'entrepreneuriat dans le secteur de l'hôtellerie présente des défis uniques, mais aussi des opportunités enrichissantes. Pour naviguer dans ce domaine avec succès, même si chaque entrepreneur est différent, certains critères se révèlent indispensables pour la réussite d'un projet. Basés sur des retours d'expérience et des études de cas, voici les atouts clés à cultiver en vue d'assurer la réussite de votre projet hôtelier.

La motivation : le cœur du projet

Votre motivation est l'énergie qui alimente chaque étape de votre parcours. Interrogez-vous sur vos motivations profondes et veillez à ce qu'elles soient assez fortes pour surmonter les obstacles. Techniques de gestion du stress et fixation d'objectifs clairs peuvent vous aider à maintenir cette motivation sur le long terme.

Un soutien familial: une base solide

La réussite de votre avenir professionnel, surtout dans l'hôtellerie, nécessite souvent le soutien de votre entourage. Assurez-vous de la compatibilité de votre projet avec votre vie personnelle et envisagez des discussions ouvertes avec votre famille afin d'obtenir leur soutien moral et financier. Cela contribuera grandement à votre sérénité et à votre équilibre.

La patience: une vertu essentielle

La création ou la reprise d'une entreprise hôtelière est un marathon, non un sprint. La patience vous aidera à gérer l'attente et les retards inévitables. Fixez-vous des jalons intermédiaires qui permettront de mesurer votre progression et rester motivé.

L'énergie et la santé: les ressources vitales

L'exigence physique et mentale du métier nécessite une bonne condition physique et une gestion efficace du stress. Pour cela, adoptez un mode de vie sain et envisagez des techniques de relaxation afin de rester au sommet de votre forme.

La passion: le moteur de la persévérance

La passion pour l'hôtellerie peut vous propulser à travers les périodes difficiles. Cultivez cette vocation en vous connectant avec des professionnels du secteur et en participant à des événements liés à l'hôtellerie.

Sens de l'accueil: l'essence de l'hôtellerie

Un excellent service client est fondamental. Restez toujours disponible, aimable et souriant. Pensez à former votre personnel de façon à ce qu'il reflète ces mêmes valeurs.

Compétences et formation: les clés du savoir

Évaluez vos compétences et celles nécessaires à la réussite de votre projet. La formation continue est essentielle dans ce secteur

dynamique. N'hésitez pas à envisager des mises à niveau complémentaires si cela est nécessaire. La maîtrise des langues étrangères pourra être nécessaire.

Les finances

Un apport financier solide est indispensable pour couvrir les investissements initiaux et les frais courants. Planifiez votre budget avec soin et prévoyez un fonds de roulement incluant les premiers mois. Dans le secteur de l'hôtellerie, le montant des investissements est conséquent.

Gestion de l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle

Vivre sur place peut être une stratégie pour rester disponible, mais il faut savoir établir des limites afin de préserver votre vie personnelle. Organisez vos journées de manière à ménager des temps libres pour vous et votre famille, entourez-vous de personnes positives, et apprenez à déléguer de manière à maintenir cet équilibre essentiel.

Un hôtel est toujours ouvert. Si certains ferment durant une période, d'autres restent ouverts toute l'année. Si votre établissement est saisonnier, vos contraintes seront différentes.

Nos recommandations

Réservez-vous du temps libre et une vie privée. Un bon équilibre vous permettra de mieux appréhender le quotidien. Organisez vos après-midi moins chargés pour vous et votre famille.

2.2 Le rôle de chef d'entreprise

Embrasser le rôle de chef d'entreprise dans le secteur de l'hôtellerie exige une compréhension approfondie et un engagement total envers une multitude de responsabilités. Voici les principaux axes de ce métier, essentiels à la réussite de votre établissement.

L'information : la base de la connaissance

Il est important de connaître en détail la réglementation spécifique à l'hôtellerie (sanitaire, sécurité, légale, etc.) et de s'assurer de sa stricte application au sein de votre établissement. Restez constamment informé des dernières mises à jour législatives grâce à des abonnements à des bulletins spécialisés ou en rejoignant des associations professionnelles.

La gestion de l'Hôtel : le quotidien d'un dirigeant

La gestion quotidienne de votre hôtel implique une multitude de tâches ; de la supervision administrative et comptable à la coordination avec les banques, avocats, et experts-comptables. Utilisez des logiciels de gestion hôtelière pour optimiser ces processus et consacrer plus de temps à l'amélioration de l'expérience client.

La gestion du personnel : clé du succès

Votre rôle en tant que gestionnaire du personnel va au-delà du simple recrutement ; il s'agit de créer une culture d'entreprise positive, de former et de motiver votre équipe. Mettez en place des pratiques de gestion des conflits et des programmes de développement professionnel afin de renforcer la cohésion et la satisfaction de vos employés. Ce rôle nécessite des connaissances de base en droit social.

L'organisation : une équipe bien huilée

Définissez clairement les rôles et responsabilités de chaque membre de l'équipe pour assurer une gestion fluide de votre hôtel. Organisez des réunions régulières pour suivre les progrès et ajuster les stratégies selon les besoins.

La communication : l'art de se faire connaître

Maîtrisez l'art de la communication en exploitant divers canaux pour promouvoir votre hôtel. De la gestion de votre présence en ligne à l'utilisation judicieuse de la publicité traditionnelle, chaque

interaction est une opportunité de renforcer votre marque et de s'engager avec votre clientèle.

Technique: l'importance de l'entretien

Maintenez votre établissement en parfait état grâce à un plan d'entretien préventif. Ceci minimise les interruptions de service et assure une expérience client de qualité. Pour les réparations imprévues, établissez une liste de contacts de confiance pour une intervention rapide.

Décoration: créer une atmosphère unique

La décoration et la rénovation de votre hôtel doivent refléter son identité et améliorer l'expérience client. N'hésitez pas à consulter des experts en design d'intérieur pour créer des espaces accueillants et mémorables, tout en respectant votre budget.

Nos recommandations

Ne sous-estimez jamais le pouvoir des questions. Une interrogation non formulée peut se transformer en un problème complexe. Cultivez une attitude d'apprentissage continu et un esprit critique.

3

VOTRE CONCEPT

Développer un nouveau concept hôtelier exige d'allier imagination et créativité à une compréhension réaliste des attentes de la clientèle. Dans ce voyage innovant, vous rencontrerez généralement trois axes :

L'innovation pure : lancer un concept totalement nouveau peut s'avérer être un chemin passionnant, offrant une toile vierge pour exprimer votre vision unique. Cela requiert une étude de marché approfondie afin de s'assurer que votre idée résonne avec les attentes des clients.

La continuité d'un hôtel existant : reprendre un hôtel et travailler dans la continuité de son concept actuel demande une évaluation minutieuse de ses forces et de ses opportunités d'amélioration. Il s'agit de respecter l'héritage de l'établissement tout en apportant des touches modernes qui peuvent rehausser l'expérience client.

La conciliation innovante : fusionner l'ancien et le nouveau en maintenant certains éléments existants tout en introduisant des innovations (telles que l'ajout d'un spa ou de services numériques améliorés) peut offrir une expérience riche et diversifiée aux clients.

Notre recommandation

Que vous optiez pour la création d'un nouveau concept ou la réinvention d'un existant, l'élaboration d'une étude de marché ou la collaboration avec des spécialistes du domaine hôtelier est essentielle pour aligner votre vision avec les attentes du moment.

3.1 Les concepts émergents

L'hôtellerie est un domaine en constante évolution, où les attentes des clients évoluent et de nouveaux concepts font régulièrement leur apparition sur le marché. Ces innovations reflètent une recherche de flexibilité et de personnalisation permettant de répondre aux besoins diversifiés des voyageurs d'aujourd'hui.

Espaces de vie partagés: certains hôtels transforment leurs espaces communs en lieux de vie conviviaux, tels que des cuisines partagées, des salles de jeux, et des bibliothèques de travail. En milieu urbain, cette tendance voit les grands espaces de réception se muer en espaces de coworking, favorisant ainsi les interactions sociales et professionnelles parmi les clients.

Offres hybrides: une tendance vers l'hybridité émerge, où des établissements combinent les caractéristiques d'auberges de jeunesse et d'hôtels classiques. Ces structures proposent des formules d'hébergement flexibles, allant de dortoirs à des chambres privées, accompagnées de cuisines collectives et de salles de jeux, offrant ainsi une gamme de prix et d'expériences adaptées à chaque type de voyageur.

Flexibilité multidimensionnelle: dans ces nouvelles tendances, on constate une recherche de flexibilité, à plusieurs niveaux.

- Services accessibles 24/7: des équipements tels que la buanderie, la salle de sport, et les options de restauration disponibles à toute heure, répondent aux désirs de commodité et d'autonomie des clients.
- Personnalisation de la Chambre: offrir le choix de la literie, du type de matelas aux oreillers, permet une expérience de sommeil sur mesure, améliorant ainsi le confort personnel.
- Tarification modulable: proposer des options tarifaires pour des services comme le ménage quotidien ou le renouvellement des serviettes offre une flexibilité appréciée pour les séjours prolongés.

De l'hyperconnectivité à la déconnexion: face à la digitalisation croissante, des hôtels privilégient l'hyperconnectivité avec des équipements de pointe, tandis que d'autres choisissent la voie de la déconnexion, proposant des espaces libres de toute pollution numérique. Certains vont jusqu'à utiliser des peintures anti-ondes afin de garantir un environnement sans interférences.

Engagement pour l'écologie: l'orientation vers des pratiques durables est de plus en plus présente, avec des hôtels exploitant des bâtiments écoconçus, économisant l'eau et l'énergie, et utilisant des matériaux recyclés ou écocertifiés. Cette démarche répond à une demande croissante de la part des consommateurs soucieux de l'impact environnemental de leur voyage.

Hébergements insolites: pour offrir des séjours inoubliables, certains établissements misent sur l'insolite, en proposant des nuitées dans des lieux uniques comme d'anciennes prisons, des phares, ou des cabanes dans les arbres, enrichissant l'offre hôtelière d'expériences extraordinaires.

Notre recommandation

Assurez-vous que votre concept hôtelier soit précisément défini et facilement compréhensible par tous vos partenaires. Une identité distincte et bien communiquée permet de se démarquer dans le secteur concurrentiel de l'hôtellerie et gagner la reconnaissance ainsi que la fidélité de votre clientèle. Il est essentiel de s'appuyer sur une étude de marché détaillée et une stratégie de marque cohérente pour assurer le succès de votre concept.

3.2 Adapter votre établissement en fonction de la clientèle

Pour assurer le succès de votre hôtel, vous devez cibler précisément votre clientèle et ajuster votre offre en conséquence. Que vous lanciez un nouvel établissement ou repreniez un hôtel existant, une analyse fine du profil de vos clients potentiels est indispensable pour élaborer une stratégie de communication et d'agencement efficace.

Clientèle de groupes: ce type de clientèle est attractif pour stabiliser le revenu, surtout hors-saison; les groupes nécessitent des ajustements tarifaires et des infrastructures spécifiques comme des chambres twin (jumelées), un grand hall d'accueil, une bagagerie adéquate, une salle de petit-déjeuner spacieuse et un parking pour les autocars.

Clients individuels professionnels: les professionnels en déplacement recherchent une connectivité irréprochable, un emplacement stratégique près des zones d'affaires, et des services adaptés à leurs besoins. Pour attirer ce type de clientèle, il faut proposer des tarifs préférentiels aux entreprises afin de renforcer la fidélité de cette clientèle exigeante.

Touristes et familles: situés près des attractions touristiques, les hôtels ciblant les vacanciers et les familles doivent offrir des chambres flexibles et confortables. Un personnel multilingue, des partenariats

stratégiques avec des tour-opérateurs et une tarification dynamique saisonnière sont essentiels pour attirer et satisfaire cette clientèle.

Clientèle de séminaire ou MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions): clientèle pour les événements d'affaires, votre hôtel doit disposer de salles de séminaires équipées technologiquement (vidéo, Wi-Fi) et de grands espaces modulables, accompagnés d'un service de restauration adapté.

Les invités d'événements: les mariages et autres réceptions requièrent des espaces vastes et élégants, tels que des salons et des jardins, ainsi qu'une organisation impeccable et une offre gastronomique raffinée pour rendre chaque événement mémorable.

Stratégies de coexistence: il est possible de faire cohabiter différentes clientèles, en segmentant par exemple l'accueil des individuels en semaine et des événements le week-end. Toutefois, cette stratégie exige une gestion habile pour assurer la satisfaction de tous.

3.3 Création: l'implantation et la structuration d'un hôtel

3.3.1 Choisir le lieu d'établissement de votre futur hôtel

L'implantation d'un nouvel hôtel est une décision stratégique qui nécessite une analyse approfondie et méthodique. Au cœur de cette décision se trouve l'étude d'opportunités; un processus essentiel visant à valider l'existence d'un marché viable et à comprendre les attentes de la clientèle potentielle.

Analyse du marché

La première étape consiste à réaliser une analyse de marché afin d'évaluer la demande hôtelière dans la région ciblée. Cela implique l'étude des tendances du marché, la taille et la croissance prévue de l'industrie hôtelière dans la zone, ainsi que l'identification des

principaux acteurs et concurrents déjà établis. Des outils comme les données de l'industrie, les rapports de marché, et les études de benchmarking sont indispensables à cette phase.

Évaluation de la clientèle potentielle

Comprendre qui seront vos clients est nécessaire. Définissez les segments de clientèle que vous visez (touristes, professionnels en déplacement, participants à des événements, etc.) et évaluez leurs besoins et attentes spécifiques. Des enquêtes, des groupes de discussion, et l'analyse des données de consommation peuvent fournir des insights précieux sur les préférences de votre clientèle cible.

Analyse de l'emplacement

L'emplacement de votre hôtel doit être choisi en fonction de sa proximité avec les attractions locales, les centres d'affaires, ou tout autre élément attractif pour votre marché cible. Prenez en compte l'accessibilité, la visibilité, et la connectivité de l'emplacement avec les principaux transports. L'analyse géographique et les études de flux peuvent aider à évaluer le potentiel de l'emplacement choisi.

Étude de la concurrence

Identifier et analyser la concurrence dans la région est essentiel. Évaluez les services, la qualité, et les tarifs proposés par les hôtels concurrents. Cela vous aidera à identifier des opportunités de différenciation et à ajuster votre proposition de valeur. L'utilisation d'outils d'analyse concurrentielle en ligne et des visites sur place peuvent enrichir cette étape.

Validation réglementaire et urbanistique

Comprenez les contraintes réglementaires et urbanistiques de l'emplacement envisagé. Cela inclut les zonages, les permis de construire, les restrictions environnementales, et les normes de sécurité. La collaboration avec des autorités locales et des experts en urbanisme est vitale pour naviguer dans ces aspects légaux et réglementaires.