

Tourisme et hôtellerie remontent la pente, mais 2023 inquiète

Embellie Frappé de plein fouet par la crise sanitaire, le secteur regagne des couleurs. Les prix ont retrouvé niveau pré-Covid de 2019. Mais ce *pricing power* risque de ne pas durer, alors que l'inflation des coûts menace les marges. La Bourse fait le tri. Quelques

acteurs de très grande qualité méritent de retenir l'attention.

poles (hors périodes de vacances).

Selon les experts, 15 % de ce busi-

ness a disparu avec le télétravail.

C'est pourquoi les hôteliers essaient de combler ce manque à gagner en attirant une clientèle locale dans le bar, le restaurant ou les salons. C'est que les mètres carrés valent cher !

Depuis la Covid-19, il existe aussi une nouvelle façon de consommer le tourisme. « *C'est le plaisir, une expression anglophone qui mélange travail et plaisir. C'est le télétravail dans des endroits agréables. Regardez, les TGV sont pleins le lundi soir et le jeudi soir !* » explique Stéphane Botz. « *L'inflation n'empêchera pas les Français de partir, mais ils iront moins loin ou moins longtemps, et certains choisiront par exemple un village-club plutôt qu'un hôtel* », ajoute-t-il.

L'HÔTELLERIE EST CYCLIQUE

L'hôtellerie dispose encore de *pricing power*, mais cette branche de l'économie est cyclique et risque de souffrir de la récession l'année prochaine. « *Il existe une incertitude sur les performances pour 2023, compte tenu de la hausse des coûts, qui risque de peser sur les résultats des groupes hôteliers, car il se pourrait qu'elle ne puisse être que partiellement répercutée sur les prix de vente* », estime Florence Lafargue-Pautrat, associée EY pour le secteur Immobilier et tourisme. Le segment économique devrait tirer son épingle du jeu, et le luxe demeurera soutenu par les Américains et les Moyen-Orientaux (l'absence des Russes n'a pas pesé outre mesure). C'est le moyen de gamme de centre-ville sans restauration qui pourrait le plus souffrir. Certains établissements fragilisés, qui devront acquitter de lourdes factures (électricité, hausses de salaires, etc.) et rembourser les prêts garantis par l'Etat octroyés durant la crise sanitaire, risquent de disparaître. Pierre & Vacances a été sauvé in extremis. Cette question sur les perspectives du secteur se reflète dans les piétres performances boursières. Une désaffection exagérée, pour Alexandre

Baradez, responsable des analyses marchés chez IG France : « *Les multiples du secteur ne sont pas très élevés. 2023 pourrait mieux*

Pour les fêtes de fin d'année, opterez-vous pour la neige ou pour le soleil ? Une chose est sûre, il ne sera pas question de rester à la maison ! Après deux années de restrictions à cause de la Covid, les envies d'évasion n'ont jamais été aussi fortes. « *Aujourd'hui, partir en vacances est devenu aussi fondamental que se nourrir* », déclare Vanguelis Panayotis, le président du cabinet MKG Consulting. L'hiver 2022 se présente bien, et les réservations sont en avance par rapport à 2021 (+ 20 % pour la montagne).

Les professionnels du tourisme ont retrouvé le sourire cet été, et septembre est resté soutenu. Selon le baromètre OMT du tourisme mondial, les arrivées de touristes internationaux ont presque triplé de janvier à juillet (+ 172 %). Cela signifie que le secteur a retrouvé près de 60 % de son niveau d'avant la pandémie. L'Europe a été très dynamique, puisqu'elle a affiché près de trois fois plus d'arrivées qu'au cours des sept premiers mois de 2021, notamment grâce aux voyageurs en provenance des Etats-Unis. Compte tenu de la chute de l'euro face au dollar, non seulement l'avocat new-yorkais amoureux de Paris est revenu dans la capitale, mais le cow-boy du Texas en a aussi profité pour s'offrir le voyage pour la première fois.

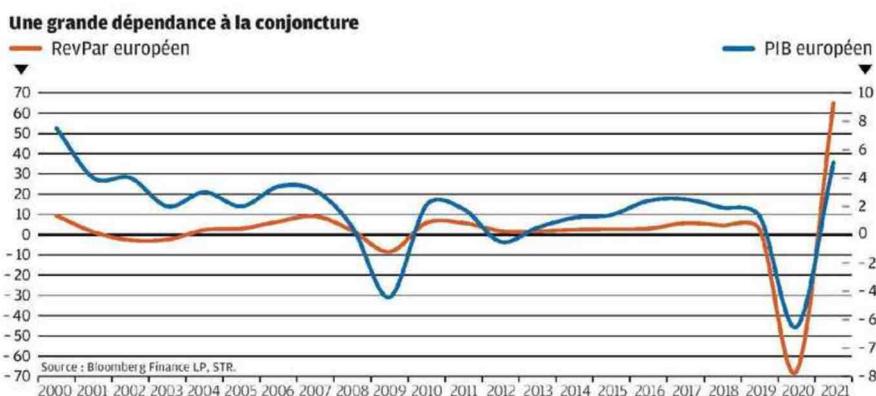
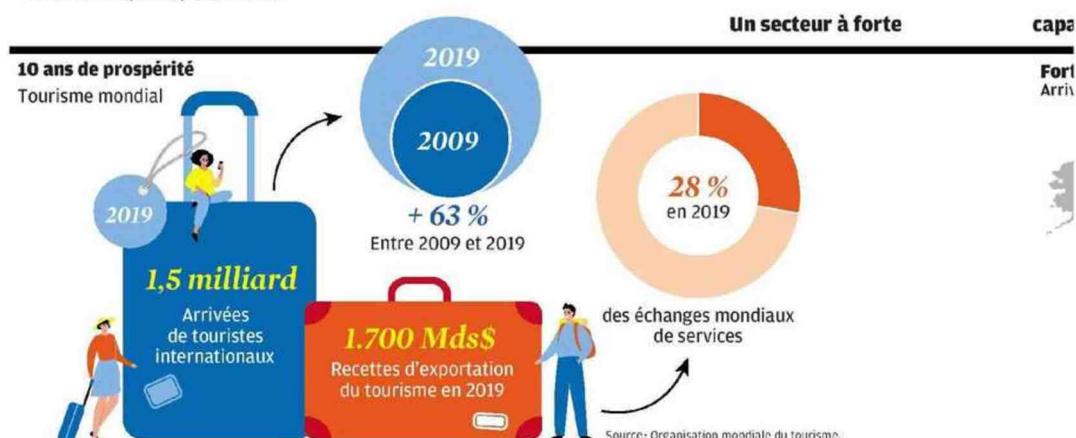
LE TOURISME D'AFFAIRES À LA TRAÎNE

Si le taux d'occupation n'a pas encore récupéré la totalité du chemin perdu pendant la pandémie, les prix, eux, sont au rendez-vous : + 25 % en moyenne en Europe en juillet sur un an. En France, selon MKG, la progression des prix a été de 22 %. Ainsi, le revenu par chambre disponible (RevPar) national s'est établi à 88 €, soit une augmentation de 22 % relativement à l'avant-crise. Et à Paris, les prix ont grimpé de 30 % cet été. « *Les performances du tourisme de loisir ont dépassé le niveau pré-Covid de 2019, mais pas les voyages d'affaires, qui sont en baisse de 15 % à 20 %* », nous signale Stéphane Botz, associé, directeur national Hospitality chez KPMG. Dans l'hôtellerie en France, la branche « affaires » représente 70 % du chiffre d'affaires des établissements situés dans les métro-

se présenter pour le secteur. La demande restera soutenue, surtout si l'économie chinoise se porte mieux, et la grosse vague de hausse des matières premières et des salaires sera passée. » — DOSSIER
RÉALISÉ PAR SYLVIE AUBERT

« L'inflation n'empêchera pas les Français de partir, mais ils iront moins loin ou moins longtemps »

Stéphane Botz, associé, directeur national Hospitality chez **KPMG**



Quelques belles affaires... à faire

| Société (mnémo) | Chiffre d'affaires (en M€) 2022 (e) | Bénéfice net (en M€) 2022 (e) | BNPA (en €) 2022 (e) | PER 2022 (e) | Rendement (en %) 2022 (e) | Capitalisation boursière (en M€) |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|----------------------|--------------|---------------------------|----------------------------------|
| ACCOR (AC) | 3.950 | 159 | 0,67 | 35 | 1,5 | 6.276 |
| CDA (CDA) (1) | 958,5 | 107 | 2,10 | 5,8 | 3,5 | 616 |
| LES HOTELS BAVEREZ (ALLHB) | 30 | 6,5 | 2,70 | 18,6 | 0,6 | 121 |
| MARRIOTT (MAR-US) | 20.421 | 2.162 | 6,60 | 23 | 0,6 | 49.339 |
| PIERRE ET VACANCES (VAC) (1) | 1.202 | - 7 | - 0,09 | NS | 0 | 61,3 |
| TRIGANO (TRI) (2) | 3.190 | 280 | 14,50 | 7,1 | 3,8 | 1.994 |
| TUI (TUI-GB) (1) | 16.416 | - 181 | - 0,08 | NS | 0 | 2.659 |
| VOYAGEURS DU MONDE (ALVDM) | 455 | 17 | 3,30 | 26 | 1,1 | 314 |

(1) Exercice à fin septembre, (2) Exercice à fin août.

For
Arriv

For
Arriv

Apr
Estin

Caté

Preu

€

Econ

€€

Moy

€€€

Haut

€€€

Glob

.....