

#Case - Accor / Worjo & Work-lib

Résumé

Accor, le géant de l'hôtellerie touché par la crise sanitaire, voit des opportunités pour rebondir dans les hôtels de charme et le bureau nomade. Le groupe mise sur la digitalisation pour répondre aux besoins des consommateurs et se concentre sur l'hôtellerie de charme en regroupant 14 marques sous la bannière Ennismore. Le PDG a fait du local une obsession et le groupe entend surfer sur la vague du flex office. Accor développe la technologie Work-Lib en son sein, une application de géolocalisation pour accéder à des espaces de travail, avec les hôtels représentant seulement 10% de l'inventaire. Le patron est optimiste quant à la capacité de ces initiatives à contrer le recul du voyage d'affaires. **Avec ces nouveaux développements, le PDG du groupe est optimiste quant au retour de son chiffre d'affaires d'avant crise d'ici deux ans.**

Article

<https://www.lecho.be/entreprises/horeca/sebastien-bazin-accor-avec-nos-5-200-hotels-nous-pouvons-accueillir-les-travailleurs-nomades/10339626.html>

Plombé comme tout le secteur par la crise sanitaire, le géant hôtelier Accor voit dans les établissements de charme et le bureau nomade des opportunités pour rebondir. Aujourd'hui Accor tente de s'aligner. Le groupe, qui dit ouvrir un hôtel par jour (mais en fermer 50 à 80 par an), mise sur la digitalisation qui permet de répondre aux besoins du consommateur. "L'apparition des plateformes a donné le pouvoir au consommateur qui peut comparer", constate le PDG en se livrant à un petit exercice de psychologie sociale. "Les gens ont besoin d'oxygène, de trouver du sens, ils ont envie de bien-être de culture, de gastronomie, de découverte de l'autre. Ils n'ont plus nécessairement besoin d'aller loin pour cela. On doit donc changer nos codes, notre manière de faire, anticiper les besoins."

Sous la houlette de son PDG, Accor a ainsi mis le turbo sur l'hôtellerie de charme, ce qu'on appelle dans le jargon des "boutiques hôtels" soit des infrastructures moins standardisées, plus accueillantes, plus originales. Quatorze marques répondant à ce profil sont désormais dans le giron du groupe (Mama Shelter, Gleneagles, Delano, Mondrian, Museum Hotels...). Elles ont été récemment regroupées en une entité autonome, Ennismore, basée à Londres. Elle ne compte à ce jour qu'une centaine d'implantations, et pèse moins de 5% du chiffre d'affaires du groupe, mais dans trois ans, ce nombre aura triplé, prévoit Sébastien Bazin: "Ces établissements réalisent plus de la moitié de leur chiffre d'affaires via la communauté locale, ce sont des gens qui habitent dans le quartier, mais qui viennent y prendre un verre, se restaurer, y travailler."

Bureaux nomades

Sébastien Bazin semble d'ailleurs faire du local une véritable obsession. Il a pris des initiatives en ce sens. Des employés ont décoré des chambres pour les rendre moins anonymes, un projet de services locaux (style points relais) via les hôtels a été testé sans aboutir et, surtout, le groupe entend surfer sur la vague du flex office, le bureau nomade. "Nous avons fait une étude auprès de 40.000 personnes dans 30 pays européens. Seuls 10% veulent revenir au bureau cinq jours sur cinq. 70% ne veulent pas rentrer au bureau, mais ne veulent pas non plus travailler chez eux. Or, avec nos 5.200 hôtels, nous avons les infrastructures pour les accueillir. Avec les hôpitaux et les commissariats, les hôtels sont les seules infrastructures ouvertes sept jours sur sept et 24 heures sur 24." Les adhérents à Wojo, offre de coworking développée avec Bouygues, peuvent ainsi accéder à des espaces de coworking dans les hôtels Accor en France, au Brésil et bientôt dans le reste du monde. "Mais nous allons aller beaucoup plus loin, promet Sébastien Bazin, nous développons la technologie Work-Lib, une app permettant, via la géolocalisation, d'accéder à des espaces de travail à proximité quels qu'ils soient: nos hôtels ne représenteront que 10% de cet inventaire."

Optimiste, le patron d'Accor estime que ces initiatives permettront de contrecarrer en grande partie le recul du voyage d'affaires, qui représentait 60% de ses revenus: "40% voyagent pour le business domestique (Paris, Amsterdam, Bruxelles, Londres... NDLR) et 20% pour le business international. Les premiers vont revenir, car ce n'est pas loin, pas cher et qu'ils ont besoin de voir autre chose que leur bureau. Pour le business international, par contre, nous allons sans doute en perdre un tiers. Cela ne fait jamais que 5% de notre chiffre d'affaires, c'est gérable grâce à ces nouveaux développements." Pour Sébastien Bazin, si ces prédictions se vérifient, Accor devrait retrouver, d'ici deux ans, son chiffre d'affaires d'avant crise.