

L'hôtellerie se met au vert

Crise sanitaire oblige, de nouvelles envies ont émergé -se rapprocher de la nature en est une-, et ont clairement bousculé un marché aux standards bien édictés, même s'il évoluait déjà lentement vers un nouveau style de business model. Cette tendance de mise au vert et de recherche d'un refuge a donc profité aux précurseurs de ce modèle d'hôtellerie et leur a permis de réaliser une saison estivale 2020 performante. Les groupes hôteliers y voient d'ailleurs une opportunité de diversifier leur offre à travers l'acquisition de propriétés et de châteaux à la campagne, sur le littoral, voire à la montagne.

"Une clientèle à la recherche d'une véritable expérience"

Investir dans un bâti loin d'une grande ville et sans accès direct aux transports en commun était impensable pour bon nombre de groupes hôteliers il y a de cela quelques années. Oui, mais voilà, la Covid-19 est passée par là. Avec elle, la disparition des voyageurs étrangers et d'affaires. D'où cette prise de conscience générale : désormais, l'hôtellerie urbaine n'est plus le seul segment de marché intéressant pour ces groupes, qui aspirent à diversifier leur offre, notamment vers les lieux de villégiature déjà populaires, et qui le deviennent encore plus aujourd'hui. « *Aujourd'hui la clientèle hôtelière est principalement française et à la recherche d'une véritable expérience. Ils ne viennent plus seulement pour dormir, mais pour découvrir les territoires, paysages, activités et produits locaux* », explique Bertrand Couturié, directeur de BARNES Propriétés et Châteaux.

Lier le concept d'hôtel au modèle de la « campagne refuge » : telle est la nouvelle envie des touristes français. Une envie décuplée par la démocratisation du télétravail, qui permet aujourd'hui aux salariés de s'éloigner des nuisances de la ville (pollution, bruit, petits espaces, etc.) et d'exercer dans des lieux plus reposants. Et ce, sur de longues périodes, parfois. « *Les produits hôteliers de demain devront tenir compte de cette nouvelle demande. Il sera intéressant par exemple de pouvoir transformer une grande chambre et l'adapter en un lieu de vie avec petits espaces cuisine ou bureau dans un lieu historique et de plein air pour offrir des séjours plus longs. Nous voyons d'ailleurs ces concepts de séjours longs en des lieux de vacances se développer à l'international* », commente Gwenael Bourban, directeur de BARNES Hôtels EMEAA.

L'hôtel-château à la campagne

Dans cette logique et cette quête d'espace, le château reste le produit rêvé : il doit posséder au minimum 25 chambres et plusieurs hectares de terrain, qui permettront de proposer diverses activités. Objectif ? Que les résidents puissent sortir de leur routine à tout moment. « *Les family office sont très tournés vers ce modèle d'hôtellerie à la campagne, avec une approche plus lifestyle et nature* », commente Gwenael Bourban. La présence d'un lac ou d'un plan d'eau pour les activités nautiques, d'un haras pour les balades à cheval, voire de cabanes pour de « l'habitat insolite », sont ainsi appréciées. « *Notons que les manoirs, jusqu'à sept chambres, sont aujourd'hui particulièrement recherchés par les particuliers qui souhaitent investir dans un véritable refuge pour toute la famille* », ajoute Bertrand Couturié.

Si ce modèle d'hôtellerie plaît, c'est également pour ses valeurs écologiques et environnementales : la conséquence d'un changement de mentalité, assurément. « *L'homme a réellement pris conscience de son impact sur la nature. Ce nouveau concept hôtelier se doit donc de répondre aux attentes des clients, comme par exemple la création et l'exploitation de potagers ou de vergers ; les produits du terroir sont alors utilisés pour la réalisation des repas, en complément de ceux de producteurs locaux, dans une logique de valorisation des circuits courts* », analyse Bertrand Couturié.

Contact Presse

Galivel & Associés - Carol Galivel / Gaëtan Heu – 01 41 05 02 02 / 06 09 05 48 63

21-23, rue Klock – 92110 Clichy - Fax : 01 41 05 02 03 - galivel@galivel.com - <http://www.galivel.com>

BARNES Hôtels et BARNES Propriétés et Châteaux : une complémentarité qui fait sens

Si le département BARNES Hôtels, lancé fin 2019, a très vite été impacté par la Covid-19 et les restrictions de déplacements, il a su tirer profit de cette envie de mise au vert pour s'associer avec BARNES Propriétés et Châteaux. Objectif commun ? Proposer aux grands groupes hôteliers et family offices des châteaux possédant toutes les caractéristiques nécessaires pour offrir une véritable expérience « nature » aux touristes.

A court et moyen terme, cette demande devrait s'intensifier. Pour plusieurs raisons : « Avec les limitations actuelles de voyages à l'étranger, la clientèle française redécouvre les régions, la diversité des territoires et leurs trésors. Les groupes hôteliers déjà présents sur ce segment espèrent conserver et développer cette clientèle « domestique », qui s'ajoutera à la clientèle étrangère lorsque les restrictions seront derrière nous », conclut Gwenael Bourban.

Autre avantage de ce nouvel intérêt porté par les groupes hôteliers pour ces propriétés historiques, selon Bertrand Couturié ? La préservation du patrimoine français, tout simplement.

Exemples de biens



Château de la Pompadour – Vallée de la Loire

Ce château historique des XVIIe et XVIIIe siècles est l'un des plus beaux de la vallée de la Loire. Il a appartenu à la favorite du roi Louis XV, la marquise de Pompadour. Avec plus de 10 000 m² et 42 hectares de parc et jardin, cet illustre château et ses dépendances, dominant la Loire, pourrait devenir le plus beau château-hôtel de France.

Prix : 15 750 000 €

Domaine de Rochebois – Dordogne

Au cœur du Périgord noir, cette élégante demeure du XIXe siècle située à quelques minutes de la ville historique de Sarlat domine la calme vallée de la Dordogne. Le domaine présente 45 chambres luxueuses surplombant un jardin qui s'étend jusqu'au bord de la rivière, des salons, un bar, un restaurant gastronomique, une salle de séminaire, un fumoir, une salle de gymnastique et une piscine. 25 hectares entourent ce site vallonné. Une réalisation exceptionnelle

Prix : entre 5 000 000 et 10 000 000 €



Contact Presse

Galivel & Associés - Carol Galivel / Gaëtan Heu – 01 41 05 02 02 / 06 09 05 48 63

21-23, rue Klock – 92110 Clichy - Fax : 01 41 05 02 03 - galivel@galivel.com - <http://www.galivel.com>

BARNES Hôtels EMEAA en bref...

Créé en 2019, BARNES Hôtels EMEAA intervient sur tous les segments de l'investissement hôtelier d'entreprise notamment les 4 et 5* de 30 à 150 chambres en France et en Europe sur les lieux de villégiature : Sardaigne, Grèce, Saint-Tropez, Cannes, Costa Del Sol en Espagne, et dans les villes capitales, Paris, Madrid, Rome... mais également à l'international en zone MEAA : Saint Barthélémy, Seychelles, New York...

Le département Hôtels de BARNES accompagne tout type d'investisseur : propriétaires particuliers privés fortunés, family offices, fonds d'investissement capital partners étrangers, investisseurs institutionnels (cotés, agréés AMF, SIIC...), opérateurs hôteliers, foncières européennes...

BARNES en bref...

BARNES est aujourd'hui la première société internationale d'immobilier résidentiel haut de gamme totalement intégrée qui propose à ses clients français et internationaux une offre de service globale et personnalisée au travers de ses différents métiers : vente d'appartements, de maisons et d'hôtels particuliers, d'immeubles (en bloc, à la découpe et au fil de l'eau), de propriétés et de châteaux, de programmes neufs et de biens d'exception ; mais également la location de biens de qualité et la gestion locative. Ardent défenseur de l'Art de Vivre à la française, BARNES propose également une palette de services sur-mesure, et offre, au-delà de l'acquisition d'une résidence principale ou secondaire, son conseil en art, en vins fins ou dans la constitution de caves d'exception, mais aussi son expertise dans l'acquisition de chasses, de haras, de propriétés viticoles, ou encore dans la location saisonnière de villas, de yachts ou de chalets.

Présent dans les villes internationales de référence (Paris, Bruxelles, Genève, Londres, New York, Madrid, Barcelone, Lisbonne, Los Angeles, Budapest, Athènes ou encore Miami), les grandes villes françaises (Bordeaux, Lyon, Lille, Nantes, Marseille, Annecy, Aix..) ainsi que dans les plus beaux lieux de villégiature (Deauville, Biarritz, Saint-Jean-de-Luz, Ile de Ré, Bassin d'Arcachon, Cannes, Théoule-sur-Mer, Saint-Tropez, Sanary, la Corse, Méribel, Courchevel, Megève, Chamonix, Monaco, Marrakech, Porto Cervo, l'île Maurice, St Barth, Gstaad, Verbier, Lugano,...), BARNES a réalisé en 2020 un volume de ventes de près de 4,6 milliards d'euros.