



Budget Hébergement :  
**L'APARTHOTEL,**  
le levier à activer

# Sommaire

- 1 UN ENVIRONNEMENT EN PLEINE MUTATION :  
L'APARTHOTEL, UNE NÉCESSITÉ POUR LES TRAVEL MANAGERS
- 2 LES VOYAGEURS, RÉSERVATAIRES ET TRAVEL MANAGERS :  
DES ATTENTES SPÉCIFIQUES
- 3 APARTHOTELS, COMPRENDRE LA DÉMARCHE DE RÉFÉRENCIEMENT :  
CAS PRATIQUES
- 4 L'APARTHOTEL QUI VOUS VEUT DU BIEN :  
UNE RÉFÉRENCE, LA MARQUE APARTHOTELS ADAGIO®
- 5 DES MÉCANISMES À INTÉGRER :  
POUR OPTIMISER LES POLITIQUES VOYAGES

ANNEXE : L'APARTHOTEL D'HIER À AUJOURD'HUI

GLOSSAIRE

# édito

Ces dernières années, le marché de l'hébergement a évolué et les APARTHOTELS (établissements proposant des appartements en location) sont aujourd'hui reconnus comme **une solution à part entière**.

Chez EPSA, nous constatons que de plus en plus de voyageurs d'affaires plébiscitent ce produit, car ils sont séduits par la conservation de leurs **habitudes, les standards** de qualité proposés au sein de leur appartement, et les services hôteliers associés.

Afin de donner une meilleure visibilité à ce marché qui se développe toujours plus, nous avons décidé, avec le soutien des équipes Aparthotels Adagio, de mettre à votre disposition ce livre blanc pour :

- Mieux comprendre ses spécificités,
- Vous aider à évaluer vos besoins internes,
- Faciliter et optimiser les coûts de vos réservations.

La première partie s'articule autour des profils **utilisateurs et de son écosystème**.

Nous retrouverons également les besoins et attentes **des voyageurs et des réservataires et Travel Managers**.

Des cas pratiques illustreront comment l'APARTHOTEL permet de réaliser des économies sur les budgets hébergement.

Adressé aux Travel Managers, ce livre blanc leur permettra d'identifier les nouvelles tendances et mettre en place les recommandations pour activer ce levier. Aujourd'hui encore trop peu de sociétés intègrent l'APARTHOTEL dans leurs programmes hébergement.

Il s'adresse aussi de façon plus large aux fonctions liées aux référencements et réservations des voyages d'affaires.

Parce que **la réduction des coûts, le gain de temps** et le confort sont devenus des paramètres d'importance majeure dans la vie des entreprises, ce livre blanc identifie clairement les avantages de la solution APARTHOTEL lors des déplacements professionnels sur les moyens et longs séjours.

« Le référencement des Aparthotels pour les moyens et longs séjours de vos collaborateurs permet de réaliser jusqu'à 30% d'économies et d'améliorer le **taux de conformité** de l'utilisation du programme hébergement. »



Christophe Drezet,  
Consultant associé, Directeur  
du pôle mobilité, EPSA<sup>1</sup>



<sup>1</sup> EPSA : Cabinet de conseil spécialisé dans l'optimisation de la dépense des achats et des dépenses hors production

## UN ENVIRONNEMENT EN PLEINE MUTATION : L'aparthotel, une nécessité pour les Travel Managers

En 10 ans, le voyage d'affaires a réussi sa première révolution avec la fin des commissions versées par les compagnies aériennes. Grâce au développement d'Internet et à la multiplicité des acteurs, le secteur s'est modernisé sur tous les plans. Pourtant, aujourd'hui, faire voyager un collaborateur dans le cadre d'un déplacement professionnel n'est pas toujours une tâche facile. Si les entreprises arrivent à gérer efficacement les réservations liées aux prestations de transport, l'hébergement, lui, reste encore un point sensible. Sur les 30 milliards d'euros que compte le marché du voyage d'affaires français, le logement en représente 5 milliards à lui seul. Et parce qu'il touche directement à l'intimité du voyageur, c'est le plus souvent ce dernier qui effectue la réservation.

**L'avènement d'Internet a profondément changé notre manière de travailler et a contribué à faciliter les déplacements professionnels.** Mobiles et connectés, les voyageurs d'affaires ont aujourd'hui un profil très différent, ne correspondant plus à la caricature du cadre supérieur qui traverse les frontières ou du commercial sur les routes de France.



5 milliards  
de volumes d'affaires  
hébergement

ET PARCE QU'IL TOUCHE DIRECTEMENT À L'INTIMITÉ DU VOYAGEUR,  
C'EST LE PLUS SOUVENT CE DERNIER QUI EFFECTUE LA RÉSERVATION.

## PROFIL DES VOYAGEURS SÉJOURNANT DANS LES APARTHOTELS :

Un profil masculin, jeune, urbain et soucieux de son confort. Les résultats de la dernière étude menée par Aparthotels Adagio, sur un échantillon de **1749** personnes en France, révèlent que :

- **64%** des voyageurs d'affaires sont des hommes contre **36%** de femmes
- Près de la moitié des voyageurs d'affaires interrogés sont issus de la génération X : **46%** ont entre 30 et 45 ans contre **23%** pour la génération Y (entre 20 et 29 ans)
- Avec un profil socio-professionnel moyen : les employés / ouvriers représentent **41%** des répondants et les professions intermédiaires/cadres moyens **33%**

80% des  
voyageurs  
de la génération Y  
consultent  
les avis  
des autres voyageurs

Les résultats de l'étude démontrent aussi que **la génération X** (30 - 45 ans) a davantage recours à un hébergement alternatif : **26% privilégient l'aparthotel** ou un appartement, contre 13% pour les 46 ans et +. Ils apprécient la découverte de la ville et la possibilité de prolonger leurs séjours. Ils souhaitent être connectés à l'environnement local ; les relations humaines sont au centre de leurs préoccupations.

Loin de laisser au hasard leur organisation, 72% des personnes interrogées choisissent très majoritairement leur hébergement dans le cadre de leur déplacement professionnel. Le premier critère de choix est un hébergement **à proximité du lieu de leur travail** (25%). Les femmes sont plus attentives à la proximité du lieu de travail (32%) que les hommes (22%). En revanche, ils sont 17% de la génération Y à privilégier au contraire un hébergement proche du centre-ville.

Ces nouveaux voyageurs d'affaires sont également **très sensibles aux programmes de fidélité** et aux avis et commentaires des autres voyageurs (87% d'entre eux les consultent au moment de faire leur choix). Sans surprise, ils sont plus enclins que les générations précédentes à utiliser leurs Smartphones pour leurs réservations. D'ailleurs 49% d'entre eux utilisent ce canal pour planifier et réserver leurs déplacements professionnels, contre 39% pour les 30/45 ans et 26% pour les 46/65 ans.

## Tout savoir sur LES VOYAGEURS D'AFFAIRES FRANÇAIS

Etude réalisée auprès de l'institut **EASY PANEL** sur un échantillon représentatif de la population française de **1749 personnes** en juin 2016.

40%

**des salariés français**  
qui ont entre 20 et 60 ans



sont des  
**VOYAGEURS D'AFFAIRES**

### QUI SONT-ILS ?

#### GÉNÉRATIONS

46%  
ont entre 30 et 45 ans



#### UN PROFIL PLUTÔT MASCULIN



64%  
sont des hommes



41%  
profil socio- professionnel  
moyen  
(employés, ouvriers)



23%  
sont originaires  
de la région parisienne

### QUELS SONT LEURS CRITÈRES DE CHOIX ?

25%  
privilégient la proximité  
du lieu de travail et le prix



21%  
privilégient  
le confort du lieu choisi



Cuisine équipée,  
Bureau de travail

18%  
privilégient  
les services annexes



Petit-déjeuner, laverie,  
parking, réception, Wifi

### LIER BUSINESS ET PLAISIR ?

2/3 des voyageurs d'affaires seraient prêts à prolonger leurs séjours  
pour jouer les touristes



Face à ces évolutions, l'offre et le marché se sont adaptés. L'hôtellerie classique est aujourd'hui challengée par de nouvelles offres d'hébergement alternatives qui peuvent séduire cette clientèle spécifique.

Les voyageurs d'affaires plébiscitent de plus en plus les apparthotels dès 4 nuits. Les moyens et longs séjours représentent, en fonction des secteurs d'activité, de **15 à 35 %** des déplacements professionnels constatés chez les entreprises clients du cabinet EPSA<sup>1</sup>.

En France, à partir de 2010, le marché est ainsi passé de 563 à 647 apparthotels et de 45 000 à plus de 55 000 appartements. Données à jour : au 1<sup>er</sup> janvier 2015, le marché s'élève à 660 apparthotels et 56 700 studios / appartements (en croissance de 3,6% sur un an, source Inextenso Deloitte 01/2015).

En pleine évolution depuis sa création, le marché des apparthotels s'est petit à petit professionnalisé pour devenir **un produit structuré à part entière**.

L'apparthotel qui n'était au départ qu'une nouveauté, est rapidement apparu en bonne position au sein des politiques voyages des entreprises, des agences de voyages et des sites internet générateurs de réservations hôtelières. **Avec un positionnement clair et bien défini**, l'apparthotel attire aujourd'hui de nombreux voyageurs d'affaires **à la recherche de services et d'autonomie au meilleur rapport qualité/prix**.

7

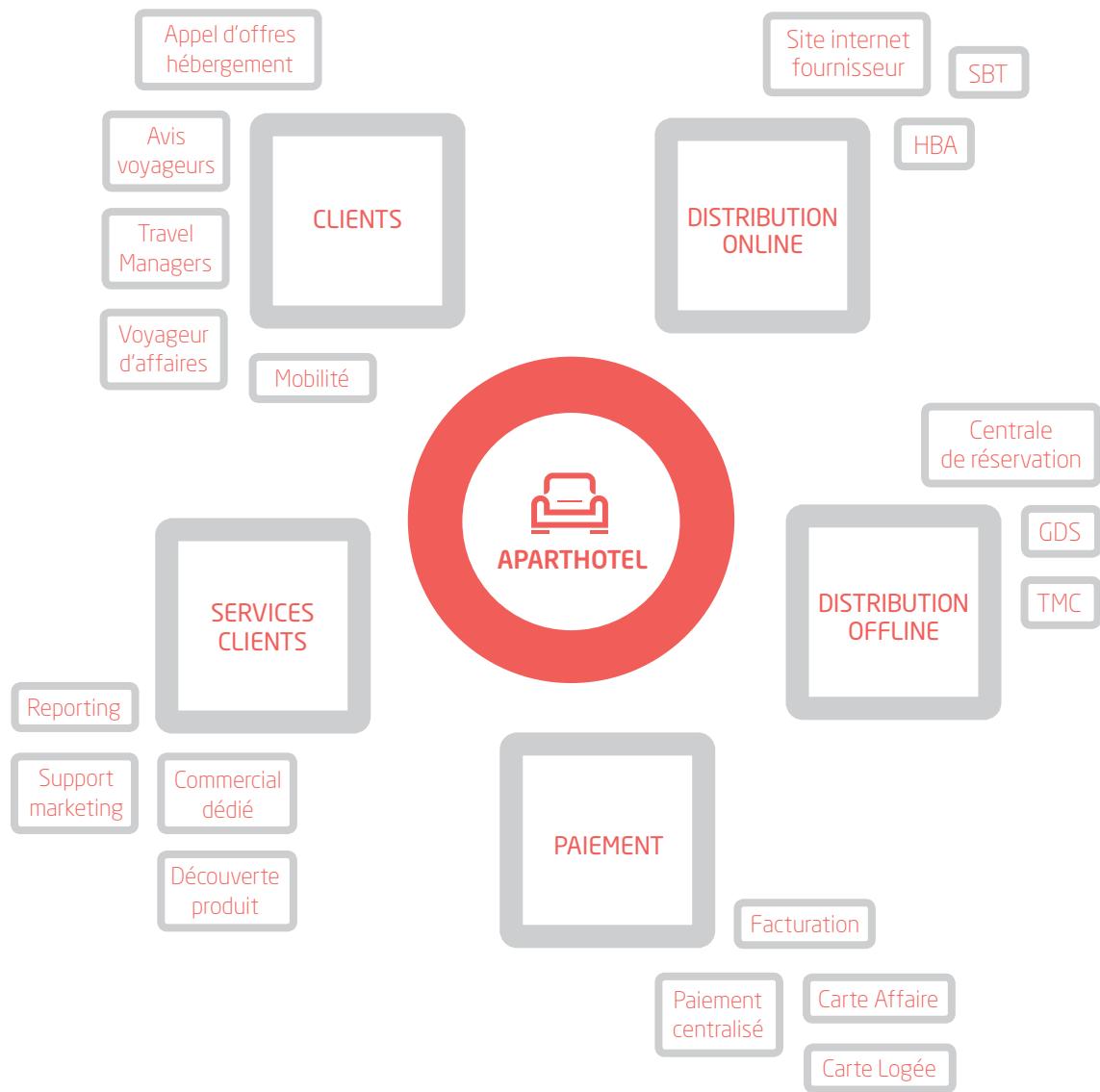
Plébiscité pour les déplacements professionnels, l'apparthotel s'est très bien implanté dans le paysage de l'hôtellerie créant un segment à part entière.

Il s'inscrit pleinement dans un écosystème regroupant une offre distribuée online et offline associée à des solutions de paiement qui facilitent la gestion des réservations moyen et long séjour des entreprises. **Le client est au centre de l'offre apparthotel et bénéficie également de services BtoB**.



PLÉBISCITÉ POUR LES DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS, L'APARTHOTEL S'EST TRÈS BIEN  
IMPLANTÉ DANS LE PAYSAGE DE L'HÔTELLERIE CRÉANT UN SEGMENT À PART ENTIÈRE.

## APARTHOTEL : ÉCOSYSTÈME DES DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS



## Point de vue



Claude Lelièvre,  
Vice-Président  
AFTM



Association française des Travel Managers

### Quelle est la position de l'AFTM ou l'état des discussions sur le produit aparthotel ?

Le produit aparthotel répond à un vrai besoin chez nos adhérents, car les résidences hôtelières font partie intégrante de l'offre hôtelière.

Nous constatons un véritable intérêt pour gérer la mobilité des expatriés/impatriés et les missions longue durée. Certains voyageurs apprécient également cette offre pour des séjours de courte durée, car l'appartement est parfois préférable et plus pratique qu'une chambre d'hôtel classique.

### Avez-vous pu identifier un profil type de voyageurs pour ce produit ?

Oui, nous en avons identifié 3 :

- (i) Les voyageurs en mission de moyenne durée ou réguliers voulant plus d'indépendance et plus d'espace (possibilité de cuisiner, chambres plus grandes)
- (ii) Les collaborateurs en mission de longue durée (> 90 jours)
- (iii) Les familles d'expatriés / impatriés en début et fin de mission

### Avez-vous déjà personnellement séjourné dans un tel établissement ? Si oui, qu'en avez-vous pensé ?

Oui. En tant que voyageur individuel ponctuel, j'apprécie les volumes plus spacieux mais on peut parfois regretter les services plus minimalistes par rapport à un hôtel. En tant que résident de longue durée, l'impression de se sentir plus chez soi prime, comme dans un appartement.

### Un mot de conclusion ?

Oui, l'aparthotel est un produit très bien adapté pour les voyageurs d'affaires !

LES VOYAGEURS EN MISSION DE MOYENNE DURÉE OU RÉGULIERS VOULANT

PLUS D'INDÉPENDANCE ET PLUS D'ESPACE.

LES FAMILLES D'EXPATRIÉS / IMPATRIÉS EN DÉBUT ET FIN DE MISSION.

## LES VOYAGEURS, RÉSERVATAIRES ET TRAVEL MANAGERS : Des attentes spécifiques

### VOYAGEURS ET RÉSERVATAIRES : À LA RECHERCHE DE DISPONIBILITÉS, D'ACCOMPAGNEMENT ET DE SÉCURITÉ

Dans un monde où sphère professionnelle et sphère privée tendent de plus en plus à se confondre, les besoins du voyageur d'affaires tiennent en quatre mots : **flexibilité, simplicité, disponibilité et assistance avant, pendant et après son déplacement.** Les voyageurs et les réservataires cherchent à privilégier la facilité et le conseil dans la résolution d'éventuels problèmes.

Les études montrent d'ailleurs que le voyageur d'affaires garde la maîtrise de l'organisation et de la réservation de son hébergement. Notamment lorsqu'il s'agit d'aparthotels, 85% des réservations sont désintermédiées. Il est d'autant plus important de bien référencer l'offre moyen et long séjour dans le programme hébergement, pour permettre aux voyageurs et réservataires de connaître les accords au moment de leur réservation.

85% DES RÉSERVATIONS SONT DÉSINTERMÉDIÉES.

Les critères de sélection sont précis et le voyageur est exigeant. La localisation de l'aparthotel constitue le premier facteur de prise de décision. Sur une échelle de 1 à 6, la localisation obtient un score moyen de 5,3. **Deux profils se distinguent, le voyageur qui privilégie les centres-villes et celui qui préfère être à proximité de son lieu de réunion ou de rendez-vous.**

La qualité de l'offre est le deuxième critère de sélection, avec un score de 4,4. Concernant ce point précis, le client s'intéresse avant toute chose à la taille des appartements, au confort et aux équipements proposés.

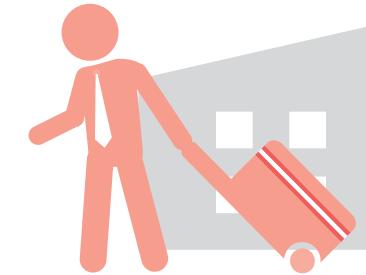
#### VOYAGEUR

Je veux être libre  
et indépendant

Je veux un accompagnement  
avant, pendant et après  
le déplacement

Je veux être en sécurité

Je veux découvrir la ville



#### RÉSERVATAIRE

Je veux une offre  
réservable dans les outils  
(multicanaux)

Je veux de la disponibilité

Je ne veux pas de  
mauvaises surprises

Je veux une réponse  
immédiate

« De plus en plus nomades et connectés, les voyageurs d'affaires recherchent de nouvelles expériences, plus personnalisées et émotionnelles. Avec les Aparthotels Adagio, AccorHotels apporte à cette clientèle d'affaires long séjour une offre internationale de l'économique au haut de gamme. Cette marque est un atout fort dans notre offre aux entreprises et à leurs collaborateurs en déplacement dans un monde de plus en plus numérique et sur lequel nous faisons la différence avec les initiatives lancées dans le cadre de notre plan digital. »



Sébastien Bazin,  
Président - Directeur Général,  
AccorHotels

 ACCORHOTELS

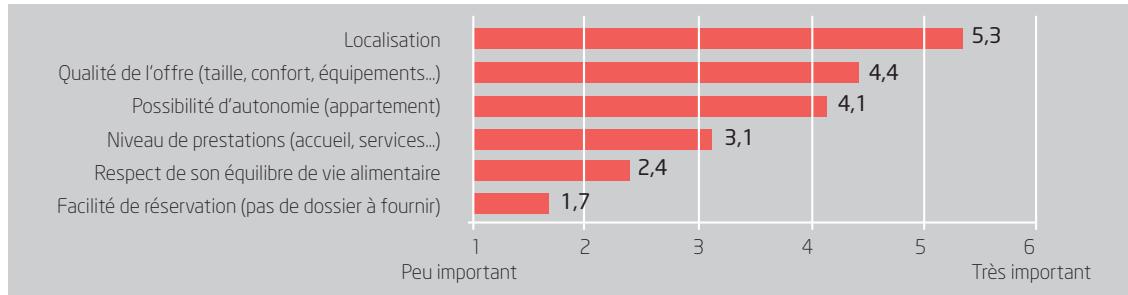
« La gestion simple de la réservation et l'avantage facture avec un mail qui permet d'indiquer précisément les services pris en charge par Lafarge pour chacun de nos collaborateurs. »



Sylvie Piveteau  
Inpatriate / Expatriate Coordination  
Officer - LafargeHolcim



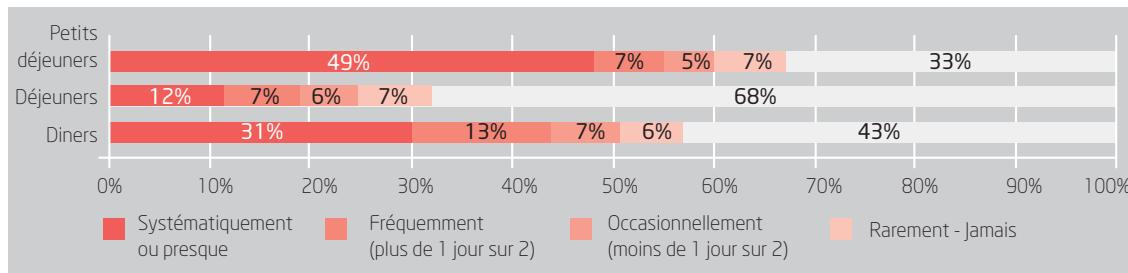
En séjour d'affaires et hormis le prix, quelles sont vos principales attentes d'une solution d'hébergement ? (6 critères considérés / par ordre d'importance / de 1 : peu important à 6 : très important)



S'il attache une importance aussi forte aux équipements, c'est parce que le voyageur qui séjourne plus de 4 nuits peut utiliser pleinement les possibilités offertes par les appartements : bureau, cuisine, salon, etc.

Près de 60 % des clients indiquent prendre systématiquement ou très fréquemment leur petit-déjeuner à l'intérieur de leur appartement. Pour le dîner, le pourcentage est légèrement supérieur à 40 %.

Lors de votre séjour, dans quelle mesure avez-vous utilisé la cuisine à disposition ?



Les voyageurs internationaux des appartements représentent une part de clientèle non négligeable. La cuisine équipée est un élément clé de l'offre appartement pour ces voyageurs internationaux. **En effet, elle permet de respecter les coutumes, les habitudes alimentaires et les rythmes de vie.**

LA CUISINE ÉQUIPÉE PERMET DE RESPECTER LES COUTUMES, LES HABITUDES ALIMENTAIRES ET LES RYTHMES DE VIE.

## Témoignage



Jocelyn Rapp  
Commandant de Marine

Fleet navigation & support center  
Marseille – Transport Maritime

282 avis de voyageurs TripAdvisor



Adagio Marseille Vieux Port

Note attribuée	Consultez les avis pour	Résumé des notes
Excellent 8	En famille 57	Situation
Très bon 11	En couple 115	Literie
Moyen 8	Voyage solo 16	Chambres
Médiocre 2	Professionnel 30	Services
Horrible 1		Qualité/Prix
		Propreté

Source : TripAdvisor.com

*Comment avez-vous connu l'aparthotel ?*

J'ai découvert l'aparthotel il y a 5 ou 6 ans au travers de mon activité professionnelle. Je partage mes semaines entre Marseille, lieu de mon activité professionnelle, et mon domicile en Provence. L'aparthotel est très vite apparu comme étant la solution d'hébergement la plus adaptée à ma situation.

*Quel rapport entretenez-vous avec l'aparthotel que vous avez l'habitude de fréquenter ?*

C'est un établissement idéalement situé, proche des commerces et des transports en commun. Je me sens chez moi avec ma salle de bain, ma cuisine toute équipée et la chambre qui est un espace à part. **Je n'ai vraiment pas l'impression de vivre dans ma chambre ...**

**Mon appartement (avec terrasse !)** est un peu ma seconde maison. Plus de 20 collaborateurs de mon entreprise y séjournent, des profils internationaux parfois en mission très longue durée. Certains vivent même au sein de l'établissement avec leur famille.

*Comment jugez-vous la qualité de service et les équipements proposés ?*

**Les équipements sont parfaits, la cuisine est très bien équipée, j'ai tout ce qu'il me faut, même le lave-vaisselle !** Cela me permet de prendre tous les matins mon petit-déjeuner dans mon appartement, et même souvent le soir les dîners. Les personnes présentes à l'accueil 24/7 sont toujours aimables et prêtes à nous aider. Le service pressing est très pratique, je l'utilise souvent. **Je tiens aussi à saluer la qualité de la literie.**

*Pourquoi une si longue histoire ?*

**C'est un véritable lieu de vie.** Entre collègues il nous arrive de nous inviter les uns les autres à dîner dans nos appartements. Lorsque certains ont terminé leur mission, nous avons la possibilité d'organiser des apéritifs de départ dans le lobby. Cela favorise les échanges et nous permet de créer de véritables liens personnels et professionnels avec les personnes que nous rencontrons finalement tous les jours.

*Quels sont les avantages que vous mettriez volontiers en avant pour convaincre vos collègues d'utiliser cette alternative ?*

Le premier est **la localisation**, elle est vraiment idéale, je suis proche de mes bureaux et je dispose de toutes les commodités du fait d'un emplacement en centre-ville. Le deuxième est **l'espace**, l'appartement est plus grand et moins cher qu'une chambre dans un hôtel classique pour les longs séjours. Enfin, **l'espace cuisine**, c'est tellement plus sympa de cuisiner soi-même et de ne pas être dépendant des restaurants... c'est un vrai plus dans la **convivialité**.

## TRAVEL MANAGERS : À LA RECHERCHE DU MEILLEUR RAPPORT QUALITÉ / PRIX

### TRAVEL MANAGER

Je veux faire des économies sans compromettre le confort des collaborateurs

Je veux que mes voyageurs soient en sécurité

Je veux un interlocuteur commercial dédié



Les Travel Managers et les Directions Achats tendent à rechercher le meilleur rapport qualité/prix. Certains acteurs de l'hébergement proposent des tarifs dès la première nuit, ce qui impacte la disponibilité des moyens et longs séjours qui devraient pourtant être privilégiés. **Les professionnels de l'aparthotel proposent eux des tarifs dégressifs à partir d'un certain nombre de nuits réservées.** Cela permet un meilleur positionnement et plus de disponibilité auprès de leurs voyageurs moyen et long séjour.

Faire le choix d'un contrat Corporate auprès de l'un de ces prestataires reste sans aucun doute une des **solutions d'optimisation pour faire voyager**

les collaborateurs. Les contrats sont élaborés sur la base des besoins de l'entreprise commanditaire, et les taux appliqués valorisent le volume engagé. Un partenariat solide sur le long terme, qui permet d'instaurer une relation de confiance entre le client et la marque.

**Intégrer des appartements au sein des programmes hébergement permet aussi de renforcer les politiques voyage et d'améliorer le taux de conformité de l'utilisation des tarifs corporate.**

**Les économies ne constituent pas le seul critère de choix de la solution aparthotel.**

Les critères déterminants dans le choix des solutions d'hébergement sont la localisation, la catégorie de prestation, les services disponibles, le confort, le design et la sécurité.

Responsables des voyageurs en mission, les entreprises cherchent également à être rassurées sur le plan sécuritaire. Si les appartements répondent à des critères de services différents des hôtels traditionnels, **la sécurité reste un des points de vigilance majeurs. Certains acteurs du marché, notamment la gamme Adagio, sont dotés de caméras de surveillance, de systèmes d'accès sécurisés et d'un personnel d'accueil disponible 24/7.**

Tout est fait pour faciliter la vie des voyageurs, mais aussi des entreprises sur le plan logistique. **La traçabilité du séjour est garantie de la prise de réservation au check-out**, et chaque demande personnelle est étudiée avec une attention toute particulière. Parce que s'occuper des déplacements de toute une entreprise est une tâche difficile, la flexibilité et la disponibilité du prestataire sont primordiales.

Les Travel Managers sont accompagnés dans leurs démarches de A à Z, de la réservation à la facturation. Un gain de temps précieux, qui s'ajoute également pour certains fournisseurs à la communication de **statistiques par durée de séjours**. Une aide utile, pour mieux analyser et optimiser les besoins internes de son entreprise et réduire un maximum les coûts.



LA SÉCURITÉ RESTE UN DES POINTS DE VIGILANCE MAJEURS.

LES ÉCONOMIES NE CONSTITUENT PAS LE SEUL CRITÈRE DE CHOIX DE LA SOLUTION APARTHOTEL.



LES PROFESSIONNELS DE L'APARTHOTEL PROPOSENT EUX DES TARIFS DÉGRESSIFS.

## APARTHOTELS, COMPRENDRE LA DÉMARCHE DE RÉFÉRENCIEMENT : cas pratiques

Pour les Travel Managers, il est essentiel de renforcer les programmes hôtels par une offre aparthotel et/ou en fonction des volumes et besoins, de créer un programme spécifique de référencement moyen et long séjour. Vous trouverez ci-dessous des éléments pratiques pour vous aider à articuler cette démarche de référencement.

### HYPOTHÈSES DE DÉPART

- **Durée de la mission** : 4-9 nuits / 10-27 nuits / 28-90 nuits / au-delà de 91 nuits
- **Zones de positionnement de l'offre** : capitales, grandes villes de province, réseau secondaire
- **Services associés / option à l'offre hébergement**
- **Budget**

### COMPRENDRE LES PROFILS ET ATTENTES DE VOS VOYAGEURS :

- **Réalisation d'une enquête qualitative** auprès de voyageurs concernés
- **Thèmes de l'enquête** : localisation, niveau de confort, services attendus, projets, politique voyage, enjeux, comportements d'achats ...
- **Définition de la typologie des voyageurs**
- **Intégrer la dimension collaborative** ... Comment partagent-ils ?

### COMPRENDRE LES CANAUX DE RÉSERVATION UTILISÉS :

- **GDS, SBT, HBA, Internet**
- **Désintermédiation** de la réservation
- **Aparthotels utilisés** par les voyageurs
- **Solutions de paiement intégrées** ...

### COMPRENDRE ET MAÎTRISER LES COMPORTEMENTS

- **Définition des règles de réservation** et les préférences d'affichage / visibilité dans les outils
- **Identification des paniers moyens** de nuitée
- **Ratio des parts de marché hôtels**, aparthotels, meublés
- **Identification** des types de tarifs utilisés
- **Approche financière globale** : carte, agence, fournisseurs, outils de note de frais, approche TCO

## Cas pratique Faire des économies grâce à l'aparthotel

Pour mieux comprendre les économies réalisables dans le cadre d'une réservation d'aparthotel pour vos collaborateurs, il est important de se pencher sur un exemple concret. Grâce à ce cas pratique, il vous sera ensuite facile d'identifier précisément les 4 éléments principaux à prendre en compte pour réduire vos coûts dans le cadre de votre politique voyage :

### LA TARIFICATION PAR GAMME

### LE PARTAGE D'APPARTEMENTS

### LE FONCTIONNEMENT DE LA DÉGRESSIVITÉ DES PRIX

### LES FRAIS ANNEXES (REPAS ET DÉPLACEMENTS)

### CRITÈRES DES SCÉNARIOS :

#### CRITÈRES HÉBERGEMENT

##### Adagio Marseille Vieux Port

	4-9 nuits	10-27 nuits	28-90 nuits	91+ nuits
Studio	76	71	67	66
2 pièces	96	90	86	82

##### Adagio Munich City

	4-9 nuits	10-27 nuits	28-90 nuits	91+ nuits
Studio	106	91	86	80
2 pièces	151	146	126	116

##### Adagio access Marseille St Charles

	4-9 nuits	10-27 nuits	28-90 nuits	91+ nuits
Studio	-	-	-	-
2 pièces	66	57	50	47

##### Adagio access Munich Olympiapark

	4-9 nuits	10-27 nuits	28-90 nuits	91+ nuits
Studio	70	61	55	49
2 pièces	111	91	72	67

#### CRITÈRES TRANSPORT



**Paris-Marseille**  
départ le 11/06/15,  
retour le 15/06/15.  
TGV, 1<sup>ère</sup> classe,  
tarif Pro :  
340€ / personne



**Paris-Munich**  
départ le 11/06/15,  
retour le 15/06/15.  
Air France, Eco Flex :  
752€ / personne

#### CRITÈRES REPAS

Petit déjeuner Adagio : 10€ /jour  
Petit déjeuner pris en appartement (dans 50% des cas) : 5€ /jour  
Dîner à l'extérieur : 25€ /jour  
Dîner pris en appartement (dans 75% des cas) : 15€ /jour

# Scénario 1

**BUDGET VOYAGE OPTIMISÉ ET AMORTI PAR L'APARTHOTEL : JUSQU'À 50% DES REPAS PRIS DANS L'APPARTEMENT**

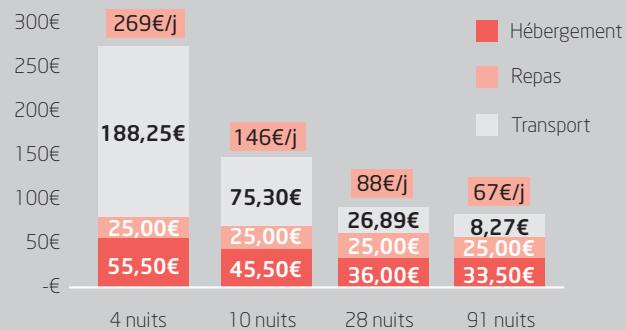
L'utilisation de la cuisine permet de réduire l'ensemble des frais annexes de déplacement et notamment les frais de restauration.

La cuisine équipée mise à disposition au sein des apparthotels permet aux voyageurs d'affaires de prendre leur petit-déjeuner dans leur appartement. Globalement, 50% des repas sont consommés dans l'appartement, à des coûts évidemment inférieurs à ceux d'un restaurant classique. Sans compter que bien souvent, le collaborateur a même la possibilité de trouver de nombreux commerces à proximité immédiate des apparthotels.

En ce qui concerne les déplacements, Aparthotels Adagio a tenu à implanter ses nombreux établissements dans le centre-ville afin de faciliter au maximum la mobilité de ses voyageurs d'affaires. Une localisation idéale pour permettre au collaborateur de gagner du temps, mais également de faire le moins de trajets possibles et donc de réduire les coûts.

Autant d'atouts supplémentaires, qui permettent aussi aux collaborateurs de conserver leur appartement le week-end et de recevoir leur famille en toute sérénité !

**COMPARATIF PRIX PAR JOUR : ADAGIO ACCESS MUNICH OLYMPIAPARK**



# Scénario 2

**PLUS VOUS RESTEZ, MOINS VOUS PAYEZ : JUSQU'À 29% D'ÉCONOMIE**

Afin de proposer des tarifs toujours plus compétitifs, Aparthotels Adagio a mis en place une politique de prix dégressifs en fonction de la durée de séjour.

Plus vous restez, moins vous payez. Installé dans l'Adagio access Marseille Saint Charles pour 10 nuits, votre collaborateur payera 57 euros par nuit son hébergement au lieu des 66 euros prévus initialement sur la base de 4 nuits. Un calcul simple, qui permet d'observer une réduction globale de 14% à partir de 10 nuits. Enfin, pour un séjour comptant 91 nuits, votre collaborateur verra son offre globale baisser à hauteur de 29%.

**DES TARIFS DÉGRESSIFS**



# Scénario 3

**MUTUALISER LES APPARTEMENTS : JUSQU'À 30% D'ÉCONOMIE**

L'aparthotel est en mesure d'accueillir plus d'un collaborateur par appartement grâce à son offre qui va du studio au 3 pièces.

Le partage d'appartements est une pratique qui correspond de plus en plus aux habitudes des voyageurs d'affaires. Prenons l'exemple de deux collègues hébergés au sein de l'Adagio Munich City, toujours du 11 au 15 juin 2015 dans un appartement 2 pièces. Pour 4 jours, l'entreprise payera cet appartement milieu de gamme 75,50 € par personne par nuit. Une réduction appréciable sur le poste hébergement, comparé au prix de 106€ du studio pour une personne par nuit.

En fonction de la durée de séjour, mutualiser un appartement permet de réaliser des économies de 20 à 30%.

Un calcul très avantageux, qui pousse aujourd'hui certaines entreprises à adopter cette solution de façon régulière.

**SIMULATION POUR UN HÉBERGEMENT POUR 2 PERSONNES**



# Scénario 4

**INTÉGRER UNE OFFRE ÉCONOMIQUE : JUSQU'À 22% D'ÉCONOMIE**

Pour observer de près la différence de prix entre deux gammes d'apparthotels, nous avons choisi de comparer le séjour d'un voyageur en déplacement à Marseille. Dans cette ville, Adagio propose deux options : une offre milieu de gamme, l'Adagio Marseille Vieux Port et, une offre économique, l'Adagio access Marseille Saint-Charles.

Pour 4 nuits passées à l'Adagio Marseille Vieux Port, le logement de notre collaborateur coûtera 76 euros par jour à son entreprise. S'il décide finalement de se tourner vers l'Adagio access Marseille Saint-Charles, il payera 59 euros par jour. Une réduction non négligeable de 17 euros par jour et de 68 euros sur la totalité du séjour, soit une économie globale à hauteur de 22%, en choisissant la gamme Adagio access.

En page 24 de ce livre blanc vous trouverez la présentation de l'offre et de services de chacune des deux gammes Adagio et Adagio access.

« Le Travel Manager se doit d'intégrer l'aparthotel dans son référencement pour optimiser l'ensemble du périmètre hébergement de l'entreprise. Les cas pratiques montrent des économies concrètes au travers de pratiques simples à mettre en place. »



Christophe Drezet,  
Consultant associé, Directeur  
du pôle mobilité, EPSA<sup>1</sup>





Jean-Yves Lamirault  
Travel Manager France  
CAPGEMINI



### *Pourriez-vous nous parler du produit aparthotel au sein de votre Groupe ?*

Le produit aparthotel est bien référencé chez nous depuis quelques années. Il connaît un développement significatif, avec une part de marché qui augmente. Il constitue un bon compromis, je le pousse dans le cadre de notre référencement hébergement. Parmi les produits que nous utilisons, nous retrouvons Adagio, Citadines, Residhome, ...

Il faut dire que depuis qu'ils ont revu leur mode de fonctionnement, le produit est beaucoup mieux positionné. Toutefois, il semble très adapté sur la moyenne durée.

En plus de la compétitivité de leur offre en terme de prix / prestation / localisation, ils ont l'avantage de proposer des tarifs stables même pendant les périodes dites de « Black out days ».

### *Qui utilise les aparthotels chez vous ?*

Dans notre secteur d'activité, le profil type d'utilisateur pour ce genre de produit est clairement le consultant qui part en mission. L'aparthotel est utilisé pour le moyen et long séjour à partir de 2 à 3 mois voire plus.

### *Comment le rendez-vous accessible à vos voyageurs ?*

A chaque renouvellement de notre programme hôtel, nous mettons en place une liste des établissements que nous souhaitons solliciter. Nous filtrons les hôtels/aparthotels utilisés sur le dernier exercice, en limitant à au moins 100 nuitées.

**Nous mettons en place notre référencement sur la base de critères assez standards qui sont la proximité de nos zones de consommation, les prestations attendues et les tarifs adaptés.** Une fois les aparthotels retenus, le canal à privilégier est notre agence de voyages. Néanmoins, au-delà de 30 jours, il n'est pas possible de réserver via ce canal. Nous sommes donc contraints de passer une commande classique en direct auprès du prestataire. L'assistante demande un devis et crée un panier dans notre ERP pour passer la commande.

### *En quoi l'aparthotel répond-il aux besoins de votre secteur d'activité ?*

Les aparthotels ont la particularité de disposer d'une cuisine équipée, indispensable pour les moyens et longs séjours. De plus, dans la grande majorité des cas, la tarification est meilleure marché que pour un hôtel. Cette catégorie de logement est pratique pour loger des consultants en formation ou qui effectuent une mission de plusieurs semaines / mois.

### *Au-delà de l'hébergement, comment vos consultants utilisent-ils le produit (réunions de travail, co-working, utilisation de la cuisine...)?*

Chez nous, les aparthotels sont exclusivement utilisés comme mode d'hébergement. Après, chacun est libre d'en faire usage en fonction de ses besoins personnels. Le produit étant assez récent, voici peut-être une réflexion à prendre en considération dans nos analyses lors des prochaines campagnes de référencement.

### *Quelles règles avez-vous définies en interne (politique de voyages) pour développer l'utilisation des aparthotels ?*

La politique voyage impose de choisir le « best buy ». Nous avons mis en place des barèmes par ville, qui laissent du choix au collaborateur en fonction de son lieu de travail. Les aparthotels répondent à cette attente dans la majorité des cas. A la charge du Travel Manager de faire connaître les aparthotels et les avantages qui y sont associés. Dans ce cadre, certains aparthotels peuvent être de meilleur rapport qualité / prix sur le court séjour.

Parmi les prestations que nous exigeons en standard :

- BB & WIFI,
- En option : parking, salle de réunion.

Concernant la cuisine, la question ne se pose pas, c'est un plus.

### *A partir de quand considérez-vous que le produit aparthotel est idéalement positionné ?*

Lors de missions de plusieurs jours, que nous allons considérer à partir de 4 nuitées, les conditions sont avantageuses.

### *Quels sont les retours de vos voyageurs ? Identifiez-vous de nouvelles attentes ?*

Le retour client est positif, même si les aparthotels souffrent d'une mauvaise image associée à un service « low cost », ce qui n'est pourtant plus le cas. Notre agence dispose de la notation Trip Advisor®, ce qui nous permet d'avoir un suivi fréquent et quasi instantané des retours voyageurs. Si un aparthotel n'est pas à la hauteur, l'information remonte.

Concernant les attentes, le reporting est intéressant en fin de période pour renégocier avec les hôteliers.

### *Avez-vous envisagé de réserver en direct des appartements pour certains besoins ?*

Hormis le fait que cette solution soit complexe pour bien des raisons, nous réalisons très peu de locations d'appartements. D'abord parce qu'elles nécessitent l'ouverture de comptes fournisseurs dans nos modes de gestion, mais aussi parce que nous souhaitons rationaliser notre panel. Pour les missions de plusieurs années, nous évaluons les impacts et les enjeux de ce type de location.

LE PRODUIT APARTHOTEL EST BIEN RÉFÉRENCÉ CHEZ NOUS DEPUIS QUELQUES ANNÉES.

IL CONNAÎT UN DÉVELOPPEMENT SIGNIFICATIF, AVEC UNE PART DE MARCHÉ QUI AUGMENTE.

## L'APARTHOTEL QUI VOUS VEUT DU BIEN : une référence, la marque Aparthotels Adagio

Dans le monde de l'entreprise, trois grandes catégories de voyageurs se distinguent :

- (i) des voyageurs occasionnels dans le cadre d'un court séjour,
- (ii) des voyageurs fréquents dans le cadre d'un moyen séjour (à partir de 4 nuits),
- (iii) des voyageurs très spécifiques dans le cadre de longs séjours de plus de 91 nuits (mobilité professionnelle, ou relocation par exemple).

Pour chaque voyageur, les besoins sont différents et il existe une solution adaptée. **A partir de 4 nuits, l'aparthotel représente la meilleure solution.**

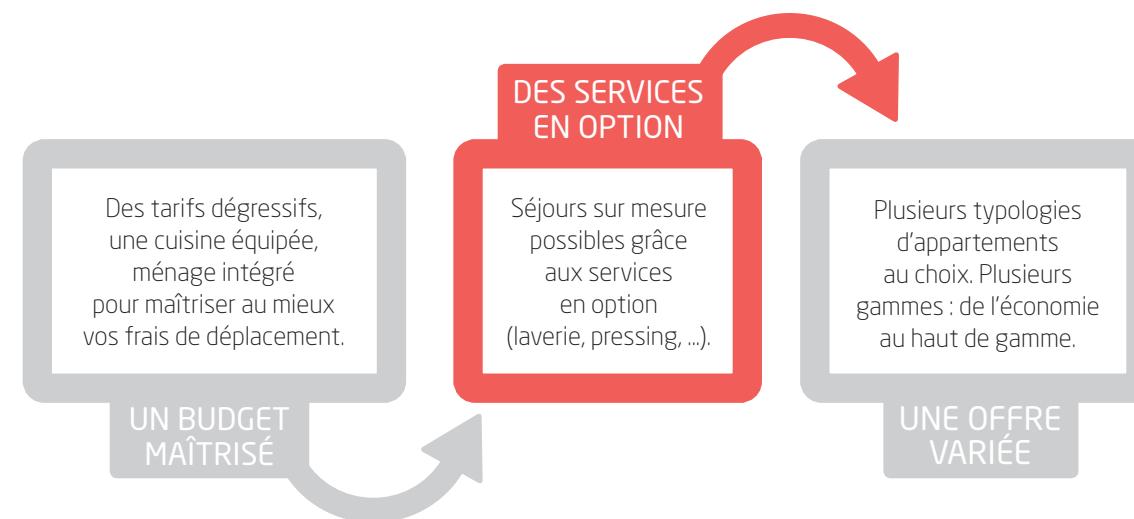
Ce produit apporte les services indispensables liés au moyen et au long séjour ... les contraintes et mauvaises surprises en moins ! Cette combinaison permet d'apporter aux voyageurs la sérénité et la sécurité qu'ils attendent.

ZÉRO CONTRAINTÉ & ZÉRO STRESS.

A PARTIR DE 4 NUITS, L'APARTHOTEL REPRÉSENTE LA MEILLEURE SOLUTION.

L'aparthotel se démarque également des locations d'appartements classiques et des sites de locations entre particuliers. Contrairement à ce type de location, l'aparthotel représente un séjour « **zéro contrainte & zéro stress** ». Aucun risque juridique pour l'entreprise, pas d'état des lieux d'entrée ni de sortie, aucune caution demandée aux voyageurs, pas de faux frais (électricité, eau, internet, etc.) et la garantie d'un produit normé (audit, classifications, contrôles qualité).

Au-delà du service et de la qualité du produit, la dimension financière n'est pas à omettre. Utiliser la solution aparthotels, c'est la certitude de générer des économies pour votre entreprise.



VOYAGEURS OCCASIONNELS DANS LE CADRE D'UN COURT SÉJOUR.

VOYAGEURS FRÉQUENTS DANS LE CADRE D'UN MOYEN SÉJOUR (À PARTIR DE 4 NUITS).

VOYAGEURS TRÈS SPÉCIFIQUES DANS LE CADRE DE LONG SÉJOUR DE PLUS DE 91 NUITS.

## LA MARQUE APARTHOTELS ADAGIO® : UNE RÉFÉRENCE DU MARCHÉ HÉBERGEMENT MOYEN ET LONG SÉJOUR

Des collaborateurs à l'aise en toutes circonstances chez Aparthotels Adagio®.

➤ 3 gammes complémentaires pour mieux répondre aux besoins des voyageurs d'affaires



**Adagio,**  
LA GAMME DE RÉFÉRENCE :  
AU CŒUR DES GRANDES  
VILLES

Services 24 / 24,  
spacieux, élégants,  
chaleureux.  
Au cœur des villes.



**Adagio access,**  
LA GAMME ÉCONOMIQUE :  
L'ESSENTIEL  
AU MEILLEUR PRIX

Services essentiels, astucieux,  
pratiques et fonctionnels.  
A proximité  
des centres-villes.



**Adagio premium,**  
LE HAUT DE GAMME  
POUR UN CONFORT ULTIME

Services privilégiés, raffinés,  
spacieux et hautement  
équipés.  
Au cœur des villes  
emblématiques.

24

➤ Un réseau de plus de 100 Aparthotels en France et dans le monde

➤ Des appartements du studio au 3 pièces adaptés pour tous vos voyageurs d'affaires

- Une **localisation privilégiée** au cœur des villes, proche des gares, des transports en commun et des centres d'affaires
- **Des services hôteliers inclus et en option pour plus de sérénité** : Wifi offert, réception 24/24 chez Adagio et dans la plupart des Adagio access, équipe bilingue anglophone disponible, ménage, buffet petit déjeuner, laverie, fitness, pressing, parking, animaux domestiques ...

Aparthotels Adagio® se veut être un précurseur sur le plan international et **offre aux voyageurs d'affaires une expérience basée sur le sentiment de liberté** : chacun peut profiter de son séjour à son propre rythme.

L'ambition d'Aparthotels Adagio® d'ici 2018 : 150 Aparthotels, 15 000 appartements, 15 pays.

« Nous accompagnons au quotidien nos entreprises clientes, pour leur offrir une expérience toujours plus intuitive, fluide et efficace tout au long de leur réservation. Les Aparthotels Adagio® s'engagent à proposer aux voyageurs d'affaires des solutions d'hébergement adaptées à leurs budgets, sans compromettre leur confort et leur sécurité. »



Malena  
Salles-Cook,  
Directrice  
des Ventes  
de la marque  
Aparthotels  
Adagio®

## TEMPS ET PRODUCTIVITÉ OPTIMISÉS DANS DES APPARTEMENTS TOUT ÉQUIPÉS



• **Des appartements spacieux aménagés avec un vrai bureau**

• **Plusieurs typologies** : du studio au 3 pièces

• **Une cuisine équipée** : réfrigérateur, micro-ondes grill, plaques de cuisson, plan de travail, vaisselle et ustensiles, cafetière et/ou bouilloire électrique, table à manger et lave-vaisselle



• **Des équipements intuitifs** et modulables avec de nombreux rangements

• **Une connexion internet Wifi ou haut-débit incluse**

## LES APARTHOTELS ADAGIO®, UNE RÉPONSE ADAPTÉE AU MARCHÉ DU DÉPLACEMENT PROFESSIONNEL

Aparthotels Adagio®, c'est aussi des démarches commerciales facilitées pour un budget voyage optimisé sans compromis sur le confort de vos collaborateurs :

• **Des tarifs dégressifs à partir de la 4<sup>e</sup> nuit**

• **Un interlocuteur commercial Adagio dédié et disponible**

• **Des réservations sans contraintes** : pas de caution ni de dossier administratif, pas de préavis et la possibilité de changer les dates de séjour

• **Pas d'avance de frais, facturations et règlements centralisés**

• **Des frais de restauration réduits** en utilisant la cuisine équipée de l'appartement

• Envoi d'un reporting avec **des statistiques par durée de séjour**

• **Une sécurité renforcée** : accès sécurisé à l'aparthotel, système de vidéo surveillance aux entrées et dans les couloirs, lecteurs de badge pour la gestion des accès, coffre-fort dans certains appartements pouvant contenir les ordinateurs portables

• Réservation possible **en ligne depuis [www.adagio-city.com](http://www.adagio-city.com), le site référence** de la distribution long séjour, quelle que soit la durée du séjour jusqu'à 3 mois

25

RETROUVEZ APARTHOTELS ADAGIO® DANS TOUS LES GDS SOUS CODE RT ET  
SUR SON SITE WEB : [WWW.ADAGIO-CITY.COM](http://WWW.ADAGIO-CITY.COM) - CONTACT : [LIVRE-BLANC@ADAGIO-CITY.COM](mailto:LIVRE-BLANC@ADAGIO-CITY.COM)



**Gildas Iliou**  
Directeur du Contrôle Financier  
GROUPE LE DUFF



Le Groupe LE DUFF (Brioche Dorée, Del Arte, Le Fournil de Pierre, Bruegger's, Bridor etc) - 28 000 collaborateurs, 1,515 milliards d'euros de CA, 1 310 restaurants et boulangeries répartis sur 5 continents, 7 usines de production et une croissance annuelle de 15%.

### **De votre point de vue, quels sont les avantages d'Adagio pour un groupe comme Le Duff ?**

L'avantage d'Adagio est d'abord qu'il appartient à la grande famille AccorHotels, ce qui est en soit un gage de qualité. Par ailleurs, le fait d'avoir un interlocuteur commercial dédié simplifie beaucoup la gestion de l'ensemble des contrats.

Ensuite, lorsque je dois faire le choix d'une solution d'hébergement pour mes collaborateurs, j'ai besoin qu'elle satisfasse plusieurs de mes attentes. La première est une couverture nationale et que les appartohotels soient bien localisés, au cœur des villes : c'est le cas d'Adagio. La seconde concerne la qualité de service qui s'exprime par un rapport qualité/prix intéressant mais également par une bonne prestation d'accueil au sein de l'appartohotel, ainsi que des chambres propres et bien insonorisées. **Lorsqu'ils séjournent chez Adagio, que ce soit pour des durées plus ou moins longues, mes collaborateurs sont toujours satisfaits et je n'ai que de bons retours.**

### **Dans quels cas utilisez-vous la solution Adagio ?**

Nous utilisons la solution Adagio notamment dans le cas de la mobilité de certains salariés. **On veut s'assurer qu'ils se sentent bien chez nous, du lundi au vendredi.** En séjournant dans un appartohotel Adagio, le salarié garde ses habitudes et n'a pas besoin d'aller tous les soirs au restaurant, il se sent presque comme chez lui.

La deuxième utilisation que l'on peut faire des appartohotels Adagio est dans le cadre de la **formation** interne, qui peut intervenir lors de nouvelles embauches mais également tout au long de la vie d'un salarié. Nous avons des centres de formations basés à Rennes et à Paris pour lesquels nous avons régulièrement besoin d'héberger des collaborateurs pendant une semaine. **La solution Appartohotels Adagio est extrêmement adaptée dans ce cas-là car elle concilie le prix et la qualité : le prix grâce à une politique tarifaire dégressive et des prix négociés pour Le Duff.**

### **Une fois que vous avez fait votre référencement d'hôtels, comment le rendez-vous accessible à vos voyageurs et quels outils de réservation utilisez-vous ?**

Nos collaborateurs ne peuvent pas aller dans d'autres appartohotels que ceux que nous avons référencés. Nous centralisons les réservations et les contrôlons via les notes de frais. Concernant les réservations, nous appelons soit directement les sites, soit notre commercial dédié. Il fait toujours en sorte de nous trouver des solutions et est très apprécié des équipes.

### **Comment l'appartohotel s'inscrit-il dans votre politique voyage ?**

Nous analysons d'abord la durée du déplacement : est-ce qu'on est sur une journée ou plus ? Ensuite nous prenons en compte le statut du salarié : est-il cadre dirigeant, assimilé cadre ou employé ? Enfin, nous regardons la localisation du besoin : dans quelle ville va-t-il séjourner ? Ces trois paramètres m'ont amené à référencer quelques hôtels/appartohotels à Paris et Rennes : Novotel, Pullman et Adagio, car ils répondent le plus à nos besoins.

### **Comment est perçu le produit appartohotel par vos voyageurs d'affaires, avez-vous identifié de nouvelles attentes sur ce produit ?**

La principale attente est la localisation au cœur des villes. Les gens aiment l'idée de pouvoir sortir facilement de l'appartohotel et d'avoir le choix de cuisiner dans leur appartement ou d'aller manger à l'extérieur. Nos collaborateurs n'ont pas forcément de voiture à disposition et apprécient donc de pouvoir accéder à pied aux restaurants et aux quartiers animés de la ville, cela rend les soirées un peu moins longues !



## DES MÉCANISMES À INTÉGRER : pour optimiser les politiques voyages

L'aparthotel répond précisément aux besoins des voyageurs d'affaires en privilégiant la localisation au cœur des villes, le confort et la qualité. Il répond également parfaitement aux attentes des Travel Managers et des Acheteurs en permettant d'optimiser le budget des « Voyages et Déplacements ».

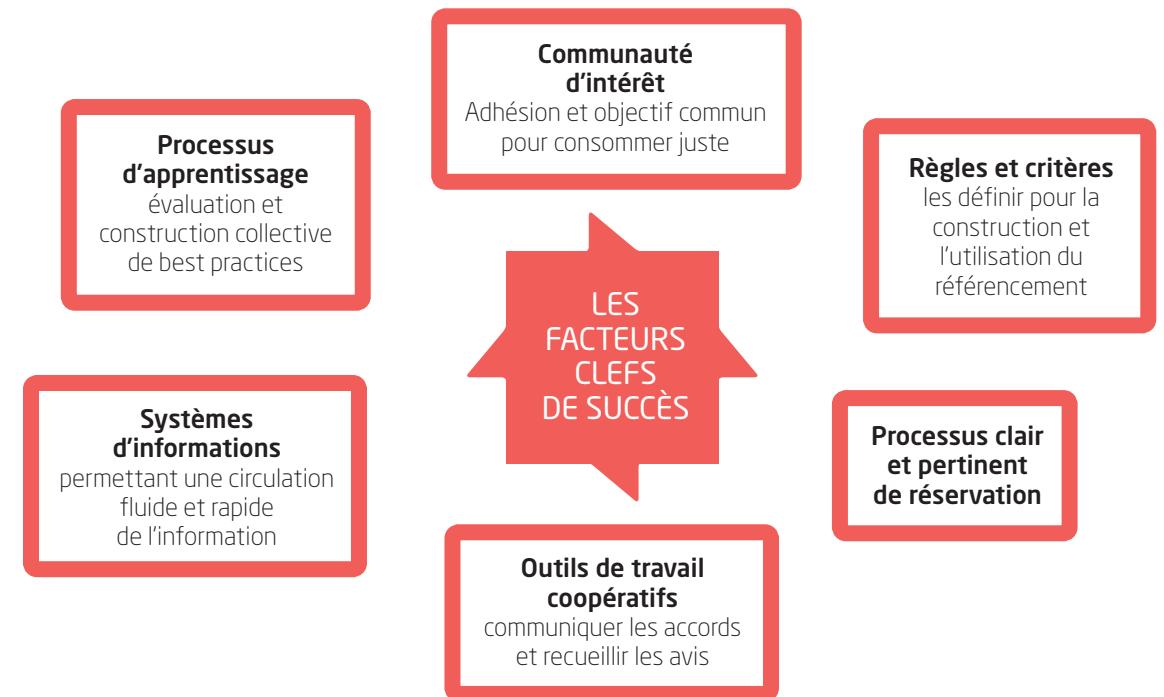
Nous souhaitons donc conclure ce livre blanc en rappelant quelques règles simples à mettre en pratique, pour permettre à votre entreprise de tirer un bénéfice immédiat de l'aparthotel... pour créer de la valeur !

Parce que les besoins des voyageurs ne sont pas les mêmes pour un déplacement de courte, moyenne ou longue durée, les politiques voyages en place doivent intégrer ces spécificités. Or, nous constatons que trop souvent, chez nos clients, les règles qui encadrent l'hébergement ne les prennent pas en compte. Au-delà de la définition d'un barème par ville (city-cap), pays ou région, avec un référencement d'établissements, **il est recommandé de définir un barème par durée de séjour.**

Par exemple, pour les séjours de courte durée : privilégiez l'hôtellerie classique. Pour les séjours de moyenne et longue durée (à partir de 4 nuits), pensez à intégrer l'alternative aparthotel. Vous serez certains d'offrir à vos collaborateurs la solution la plus adaptée à leur besoin et en cohérence avec la durée du déplacement.

Une fois vos politiques de voyages ajustées, repensez vos référencements pour profiter pleinement de la dégressivité tarifaire et de la disponibilité de l'offre dans vos outils de réservation, les SBT, les GDS, et les agences de voyages.

Nous vous proposons les facteurs clés de succès suivants pour vous accompagner et aller plus loin dans la réflexion :



Vous l'aurez compris, **un programme d'hébergement efficace intègre la dimension aparthotels**. Il permet aux Travel Managers de générer des économies, d'augmenter la conformité aux programmes voyages et de répondre aux attentes des voyageurs en matière de confort.

Enfin n'oubliez pas qu'avec la solution aparthotel, vous disposerez d'un interlocuteur commercial dédié pour répondre à vos besoins. Grâce à lui, vous aurez accès à des reportings personnalisés, des informations plus spécifiques, nécessaires pour des déplacements à enjeux de moyenne et longue durée. Pour finir, il vous apportera les outils facilitant la promotion en interne des accords.

LES ACCORDS NÉGOCIÉS NE SONT DE BONS ACCORDS QUE LORSQU'ILS SONT UTILISÉS.

## ANNEXE : l'aparthotel d'hier à aujourd'hui

Les aparthotels sont nés aux Etats-Unis à la fin des années 70 pour répondre à de nouveaux besoins de déplacement de plus de 4 nuits. Cette période correspond aussi à des années de déréglementation intense outre-Atlantique. Les conditions idéales sont réunies pour faire décoller la croissance des entreprises, ainsi que le nombre de déplacements professionnels. Dans un pays aux dimensions d'un continent, la fréquence et la durée de ces voyages d'affaires est généralement plus longue qu'en Europe. A la pointe des dernières innovations, le marché américain a ainsi rapidement adapté ce produit afin de répondre aux nouvelles attentes des clients en termes de déplacements de plus de 4 nuits.

L'aparthotel traverse donc l'Atlantique pour partir à la conquête du monde... et de la France.

Précurseur dès 1979, Pierre & Vacances - Center Parcs ouvre sa première résidence urbaine aparthotel à Paris dans le XV<sup>ème</sup> arrondissement.

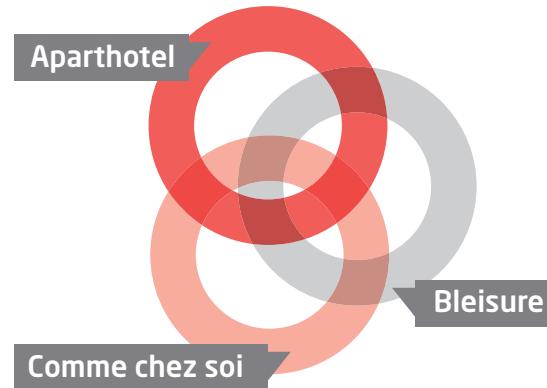
« Plus qu'une chambre d'hôtel, c'est un appartement. Et cet appartement a comme caractéristique d'être équipé d'une cuisine, qui ouvre la possibilité de faire tout ou une partie de ses repas dans son lieu d'hébergement. C'est ce qui le différencie nettement de l'hôtel. »



Gérard Brémond  
Président-Directeur  
Général, Groupe  
Pierre & Vacances  
Center Parcs

Groupe  
Pierre & Vacances  
CenterParcs

Pour favoriser la création de résidences aparthotels, ce marché se développe fortement. Il se structure autour de quelques groupes à dimension internationale et d'acteurs locaux plus indépendants.



L'année 2007 signe le lancement de la marque Aparthotels Adagio, mariage des ambitions de 2 leaders dans leur domaine : Groupe Pierre & Vacances - Center Parcs et AccorHotels. Grâce à leurs expertises respectives, de fortes synergies de développement voient le jour et le concept d'aparthotel est alors démocratisé. Le marché du voyage d'affaires intègre la notion de « **logements prêt-à-vivre conçus pour le moyen et long séjour (à partir de 4 nuits), avec des services hôteliers et une tarification dégressive** ». Aparthotels Adagio se doit d'accueillir le voyageur, de l'accompagner dans sa découverte de la ville et de le guider. Une autre manière de voyager est créée à la frontière entre Business et Leisure : « **BLEISURE** ».

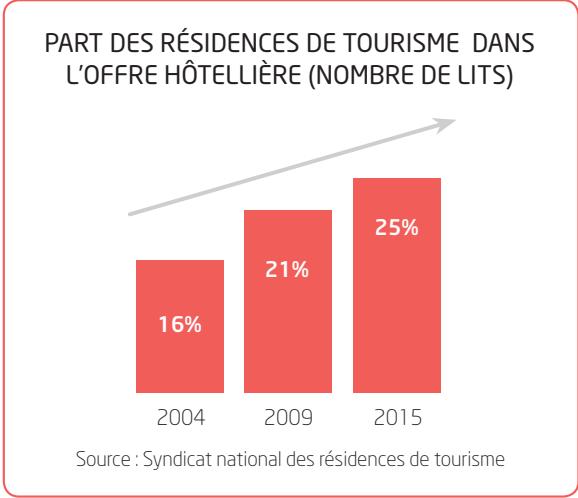
Le concept d'aparthotel se décline autour de trois niveaux de gammes bien distincts pour répondre aux différents besoins d'une clientèle d'affaires en pleine expansion :

- La gamme économique ◆◆◆
- Le milieu de gamme ◆◆◆◆
- Le haut de gamme ◆◆◆◆◆

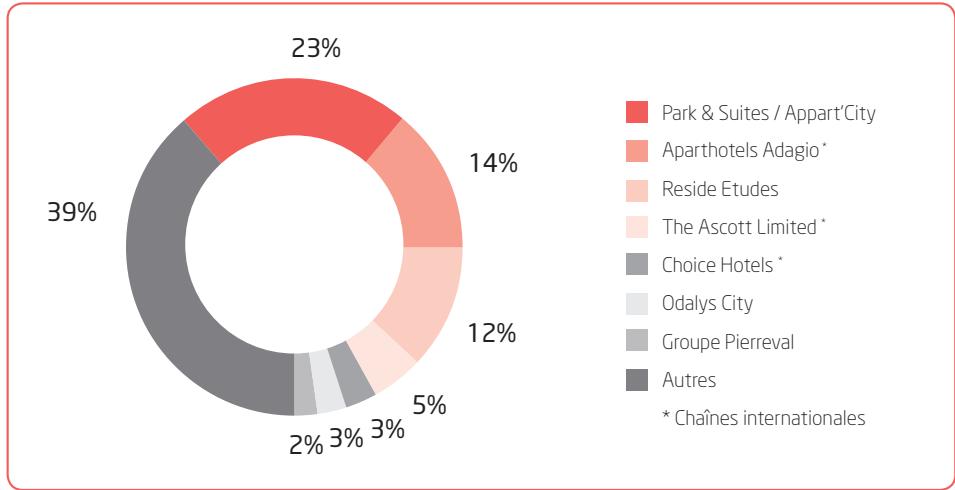
DES LOGEMENTS PRÊTS-À-VIVRE CONÇUS POUR LE MOYEN ET LONG SÉJOUR (À PARTIR DE 4 NUITS)

AVEC DES SERVICES HÔTELIERS ET UNE TARIFICATION DÉGRESSIVE

Le marché des résidences de tourisme, incluant les appart-hotels, représente aujourd'hui 25% de l'offre hôtelière globale en France.



7 chaînes intégrées détiennent près de 60% des capacités, seules quelques chaînes ont la possibilité d'accompagner les voyageurs d'affaires en France comme à l'international.

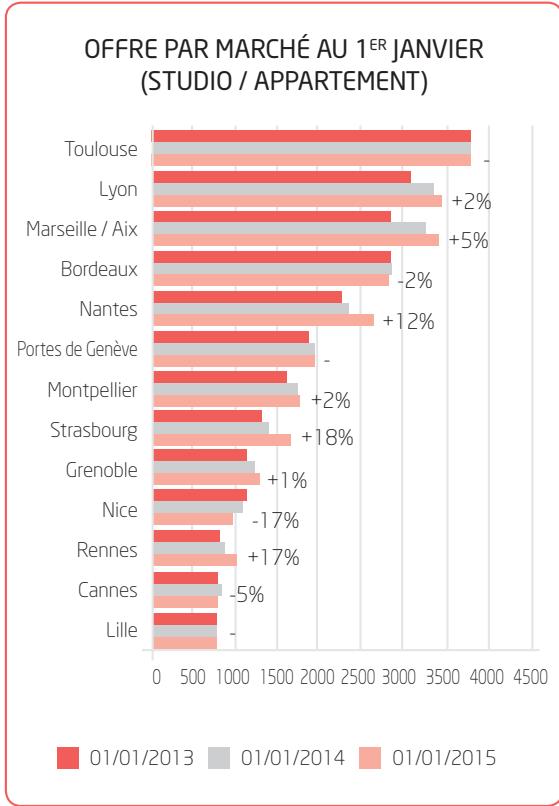
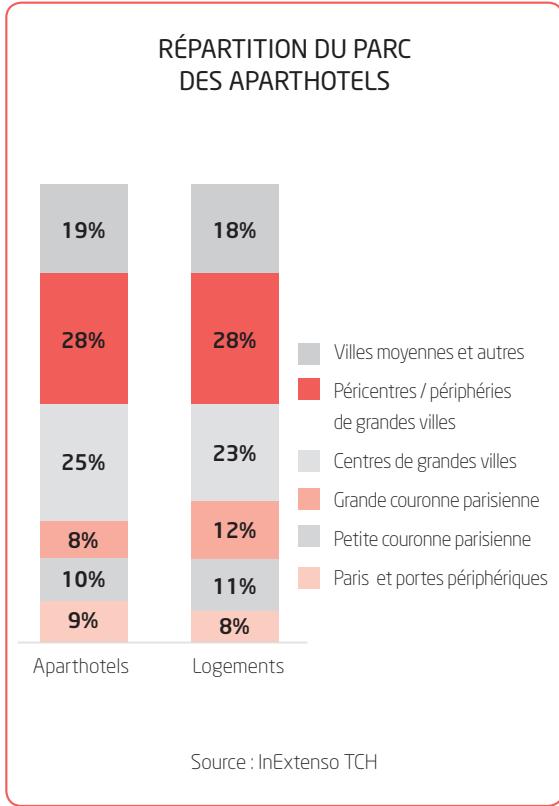


Le parc d'hébergement de ces chaînes d'appart-hotels est largement positionné en centre-villes, centres d'affaires et zones d'activités.

La présence est forcément importante à Paris et en région parisienne, qui concentre 28% des résidences du marché.

Entre 2013 et 2015, l'offre a peu évolué dans Paris et sur les pôles de La Défense et Marne-la-Vallée. A l'inverse, le parc a connu une croissance significative ailleurs en Ile-de-France (+10% en moyenne sur un an, après un gain similaire un an auparavant).

Au niveau régional, l'offre d'appart-hotels se développe plus fortement depuis 2012, en particulier dans les principaux centres d'activités.



# Glossaire

## APARTHOTEL

Logement prêt-à-vivre conçu pour du moyen et long séjour, avec des services hôteliers et une tarification dégressive.

## BLEISURE

Combinaison d'une utilisation de l'offre hôtelière pour des déplacements « business » et « leisure ».

## CARTE LOGÉE

Solution de paiement sous forme de carte d'achat dédiée aux voyages d'affaires. Reliée à la fois à l'agence de voyages et à l'entreprise cliente, elle permet à cette dernière d'effectuer toutes ses réservations auprès de son agence de voyages.

## DÉGRESSIVITÉ TARIFAIRE

Pratique visant à proposer des tarifs selon la durée de séjour, sur le principe : plus la durée de séjour sera longue, plus le prix à la nuit sera faible.

## DÉSINTERMÉDIATION

Part des réservations ne passant pas par un intermédiaire : agences de voyages, GDS, outil en ligne, agence de relocation.

## GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEMS (GDS)

Systèmes de réservation informatique permettant de réserver un séjour en aparthotel pour une personne ou un groupe (système également utilisé pour l'hôtellerie et le transport aérien par exemple).

## SELF-BOOKING TOOLS (SBT)

Outils en ligne permettant aux voyageurs de réserver directement par eux-mêmes des voyages d'affaires.

## TOTAL COST OF OWNERSHIP (TCO)

Coût total de possession : représente le coût global d'un bien. Par extension dans le cadre du voyage, c'est l'ensemble des frais liés au déplacement.

## TMC (TRAVEL MANAGEMENT COMPANY)

Agences de voyage effectuant des réservations d'hôtels / d'aparthotels pour le compte d'entreprises. Ex : Carlson Wagonlit Travel.

## TRAVEL MANAGER

Il a pour mission de gérer et d'organiser les déplacements professionnels de son entreprise afin de trouver un équilibre entre la réduction des coûts et le bien-être du collaborateur.



Aparthotels Adagio®, une marque des Groupes

 ACCOR HOTELS

Groupe  
**Pierre & Vacances**  
*CenterParcs*

Aparthotels

Other words in the cloud include: Succès, Voyages d'affaires, Famille, Agence de Voyage, Appartement, Mission, Politique, Réservation, Qualité/prix, Ville, 4 nuits, Flexibilité, RH, Centre-ville, Appel d'offre, Modularité, Services, Tarif, Cuisine équipée, Adagio, Confort, Génération Y, Accueil, Espace, Centrale de réservation, Assistance, Literie, Référencement, Bureau, Expatrié, Produit normé, Levier, GDS, SBT, Simplicité, Acheteur, Traçabilité, Reporting, Design, Distribution, Economie, Consultant, Formation, Sécurité, Mobilité, Voyageur, Facilité, Wifi, Budget, Paiement, Travel Manager, Travail, Avis, Standard, Convivialité, Communauté, Habitade, Reporting, Design, Distribution, Economie, Consultant.