



L'ÉTUDE RÉVÈLE QUE LES HÔTELS INDÉPENDANTS SONT MIEUX NOTÉS QUE LES HÔTELS DE CHAÎNE

- *Telle est la principale conclusion de la première phase d'analyse des résultats de l'Observatoire de l'hôtellerie indépendante en Espagne, promu par Keytel en collaboration avec Braintrust Consulting Services*
- *L'étude s'appuie sur un panel d'experts multidisciplinaires du secteur de l'hôtellerie et vise à décrire la situation des hôtels indépendants par rapport aux chaînes et à proposer des solutions pour renforcer leur proposition de valeur et accroître leur compétitivité*
- *Au cours des prochains mois, et toujours dans le cadre de cet observatoire, Keytel publiera périodiquement les conclusions et les résultats de cette analyse exhaustive du secteur de l'hôtellerie indépendante dans des rapports successifs*

Barcelone, 06 février 2024. - Keytel - la première alliance d'hôtels indépendants au monde - et Braintrust Consulting Services - une société mondiale de services professionnels spécialisée dans le tourisme - ont promu le lancement de l'« Observatoire de l'hôtellerie indépendante en Espagne ». L'étude a été créée dans le but d'analyser la situation actuelle de ce secteur par rapport aux grandes chaînes et, une fois le diagnostic obtenu, d'apporter des solutions pour renforcer sa proposition de valeur et accroître sa compétitivité.

La méthode de travail s'est basée sur l'analyse des évaluations faites par les clients sur le site www.booking.com concernant aussi bien les établissements indépendants que ceux affiliés à des chaînes, dans les catégories 3, 4 et 5 étoiles, situés en Espagne, et répartis entre les segments urbain et de vacances. L'étude exhaustive de ces évaluations a été complétée par des entretiens avec des experts de renom, qui ont apporté leur vision particulière et ont contribué à renforcer et à certifier les conclusions tirées.

À cet égard, l'entreprise, qui présentera les résultats de l'étude dans différents blocs, avance une première conclusion significative : **Les clients apprécient davantage les établissements indépendants et, par conséquent, montrent leur préférence lorsqu'ils les réservent par rapport aux propositions des grandes chaînes hôtelières.**

Dans ce sens, un facteur déterminant est la capacité des hôtels indépendants à offrir un traitement plus personnalisé et une expérience unique qui reflète l'identité de la destination, par rapport à la formule d'hébergement standardisée proposée par les chaînes hôtelières. De plus en plus, les touristes veulent être immergés dans l'essence du lieu qu'ils visitent, une expérience qui est perçue comme beaucoup plus réalisable dans l'hôtel indépendant.

Tarification, installations et procédures : quelques possibilités d'amélioration

L'étude révèle également une deuxième réalité : **Les prix dans les hôtels indépendants ont tendance à être moins élevés.** A priori, cela ne peut être considéré que comme une force aux yeux du client. Cependant, elle pourrait révéler une double lacune dans la gestion des ventes. 1) La mauvaise adéquation des tarifs au service offert - la stratégie de *prix* doit être ajustée à l'expérience du consommateur - et 2) La non-optimisation de la politique de *revenue management*, tâche mieux réalisée par les chaînes et qui leur permet de fixer des prix plus en



adéquation avec la qualité offerte.

Le dernier grand titre de cette phase d'analyse peut sembler a priori contradictoire, puisqu'une **plus grande présence d'hôtels indépendants est détectée parmi les hôtels les mieux et les moins bien classés.** Cependant, cette réalité ne montre que les deux faces d'une même médaille. Le service personnalisé et l'attention aux détails offerts par les hôtels non affiliés à des chaînes, qui, s'ils sont utilisés de manière appropriée, peuvent être perçus comme un élément différentiel et une valeur ajoutée qui améliore l'expérience du voyageur, peuvent devenir un élément négatif s'ils sont associés à un manque de professionnalisme ou à un manque d'attention envers le client.

Ainsi, le caractère unique et le soin apporté à ce produit unique qu'est l'hôtel indépendant poussent certains d'entre eux en haut des classements d'évaluation, tandis que le manque d'investissement et de rénovation des actifs, une politique de prix mal appliquée ou un service à la clientèle laxiste peuvent pousser d'autres hôtels en bas du tableau.

En résumé, l'étude corrobore la thèse qui défend la contribution des hôtels indépendants à l'offre touristique de manière positive, tandis que l'analyse extrait également des points d'amélioration qui représentent des opportunités pour les hôtels indépendants de continuer à être compétitifs. **Keytel oriente toute son activité et le développement de ses solutions pour aider ces hôtels à continuer à améliorer leur offre et à renforcer la durabilité du modèle de l'hôtellerie indépendante.**

Au cours des prochains mois, et toujours dans le cadre de cet observatoire, Keytel annoncera les nouvelles conclusions et résultats tirés de cette analyse exhaustive du panorama national de l'hôtellerie indépendante.

À propos de Keytel

Keytel est la première alliance hôtelière indépendante au monde, avec un portefeuille de plus de 3 000 établissements dans 80 pays.

L'organisation se définit comme la première organisation spécialisée dans l'accélération des processus de transformation hôtelière, une formule qui combine une large gamme de services et d'outils technologiques pour augmenter la vitesse de transformation et de croissance de ses hôtels associés.

>> Pour plus d'informations :

Département de la communication du groupe Hotusa

Inés Hidalgo | María Iglesias | Claudia Conte

Tel. 93 268 10 10 (Ext. 702) / 93 268 10 10 (Ext. 659)

E-mail: comunicacion@grupohotusa.com