

Emmanuel Petit

président de la chaîne Eklo

La chaîne Eklo prévoit d'atteindre 25 hôtels à l'horizon 2025



Eklo Hotels, qui associe esprit lifestyle, hôtellerie économique et écoresponsable, poursuit son ascension. Créée en 2014, la chaîne table sur 3 à 4 nouveaux hôtels par an. Parmi ses projets, deux ouvertures majeures à Paris dont un hôtel de 304 chambres à proximité du Parc des expositions de la Porte des Versailles. Revue de détail avec Emmanuel Petit, président de la chaîne.

Quel est l'ADN du groupe ?

Emmanuel Petit - J'ai créé les premiers établissements Eklo en 2014 avec l'idée de révolutionner l'hôtellerie économique, en adoptant à la fois une approche écologique, conviviale et design. Si sur le segment du 3 et 4 étoiles, de nouveaux concepts ont émergé sous l'impulsion notamment de Mama Shelter, il ne se passait pas grand-chose en matière d'hôtellerie économique qui était alors très standardisée. J'ai voulu apporter de la convivialité et un côté écoresponsable, par conviction personnelle,

tout en diversifiant les usages. Cela s'est traduit par un concept hybride comprenant 80 % de chambres standard, 20 % de chambres atypiques dont des dortoirs et des chambres familiales.

Nos hôtels hybrides s'adressent à des clientèles très diverses et intergénérationnelles, aussi bien loisirs que professionnelles. Nous offrons un très bon rapport qualité/prix, nos tarifs démarrant à 21 euros par lit en dortoir, 45 euros en chambre individuelle standard et 69 euros en chambre famille, tout en proposant à nos clients de vivre

de vraies expériences. Cela passe par des lieux propices aux rencontres entre les voyageurs et les habitants du quartier, des animations ainsi que des prestations Food & Beverage étendues. Habituellement peu développé en hôtellerie économique, le F&B est également ouvert aux clients non hébergés.

Quels sont vos derniers faits marquants au niveau du groupe ?

Nous sommes en train de réaliser une importante levée de fonds pour poursuivre notre développement et accroître notre capacité à investir. Nous comptons 5 hôtels en construction et nous prévoyons d'ouvrir entre 3 à 4 projets par an pour atteindre à l'horizon 2025 quelque 25 hôtels représentant 3 000 chambres. Le groupe compterait alors environ 500 salariés pour un chiffre d'affaires de plus de 50 millions d'euros.

“
Deux projets majeurs vont être prochainement lancés à Paris
”

Quelles sont vos prochaines ouvertures ?

Après Eklo Toulouse en juin 2022, nous allons ouvrir à Lyon fin octobre 2022, puis à Roissy en janvier 2023, un établissement de 150 chambres. Nous serons également présents à Montpellier début 2023 en plein centre-ville. Cette réalisation sera notre première réhabilitation de bâtiment, en transformant un immeuble de bureaux en hôtel, tous les autres étant des constructions neuves.

Deux projets majeurs vont être prochainement lancés à Paris, l'un dans le quartier de Montparnasse, l'autre à proximité du Parc des expositions de la Porte de Versailles, en partenariat avec Viparis. Emblématique pour le groupe, cet hôtel hybride de 304 chambres avec restaurant-bar et un rooftop ouvrira début 2024, juste avant les JO. Les travaux viennent de démarrer en avril.

Nous voulons être au cœur des villes pour faire de l'hôtel un lieu de vie, ouvert sur son quartier. Concernant les emplacements,

UNE AVENTURE ENTREPRENEURIALE CRÉATIVE ET ENGAGÉE

Après une école de commerce, Emmanuel Petit a débuté sa carrière dans les fonctions commerciales au groupe Accor. Durant ses douze années passées chez le géant hôtelier, il apprend toutes les ficelles du métier. Puis, il complète sa formation par un MBA à l'Essec en création et reprise d'entreprise, le conduisant à mettre en place en 2014 la chaîne économique Eklo avec le soutien notamment de Paul Dubrule et Gérard Pélisson, cofondateurs du groupe Accor, la famille Lameloise et Olivier Pelat. Une aventure entrepreneuriale créative et engagée où il peut appliquer ses valeurs autour de la gestion des RH et de l'éco-responsabilité. « C'est une aventure passionnante chaque jour. Il y a beaucoup d'euphorie et d'énergie positive pour développer ce projet avec mes équipes. De l'agilité permanente, tout en réfléchissant à de nouvelles idées pour toujours mieux défendre nos valeurs », souligne l'intéressé.

nous retenons ceux qui sont à la fois urbains et connectés aux transports en commun. Si pour l'instant, nous nous préparons à ces ouvertures majeures, nous allons commencer à nous internationaliser le moment venu. Nous n'avons pas encore décidé dans quels pays.

Comment avez-vous traversé ces deux années inédites de crise sanitaire ?

Comme tous les hôteliers, nous avons enregistré des pertes importantes. Heureusement que nous avons été soutenus notamment via les PGE et le fonds de solidarité, même si nous n'avons pas eu le droit à l'aide couvrant les coûts fixes, ne répondant pas aux critères d'éligibilité. Notre modèle résilient nous a permis de redémarrer très rapidement. D'autant plus que nous ne comptons pas d'hôtels sur Paris en 2020, la région qui a le plus souffert. Au global, cette période a été très compliquée puisque notre chiffre d'affaires 2022 correspond à ce que nous aurions dû atteindre en 2020, mais nous en avons



profité pour travailler en interne sur nos projets, préparer la reprise...

La crise sanitaire vous a-t-elle amené à revisiter les métiers, à faire évoluer votre approche ?

Pas vraiment, la crise Covid a d'ailleurs plutôt révélé notre positionnement. Si en 2014, lors des ouvertures de nos premiers hôtels, les clients venaient pour notre positionnement économique, en étant peu

attentifs à notre approche écoresponsable, cela a évolué depuis.

Comment l'activité reprend ?

Dans l'ensemble, la reprise est très positive avec de belles perspectives pour ces prochains mois, alors même que les réservations de dernière minute sont fréquentes, une tendance habituelle en hôtellerie économique. Nous avons plusieurs typologies d'hôtels. Par exemple, à Bordeaux, nous avons enregistré une belle reprise dès l'été 2021 qui s'est poursuivie jusqu'à maintenant en dépit d'un petit ralentissement en janvier dernier. Pour nos hôtels situés à Lille, Clermont-Ferrand, cela prend un peu plus de temps. À Eklo Marne-la-Vallée, qui a ouvert en même temps que le parc Disneyland Paris en juin 2021, l'activité a bien pris dès le début.

... et au niveau RH ?

La reprise a été un peu violente car il a fallu se remettre à un rythme assez important en peu de temps. D'autant plus que nous avons eu une partie des salariés qui ont changé de métier durant la crise sanitaire. Néanmoins, du fait de notre marque employeur de plus en plus forte et du développement de notre groupe, nous n'avons pas de difficultés à recruter de →



→ jeunes talents qui apprécient l'hôtellerie avec une orientation écologique forte et en même temps un côté fun via l'activité F&B, les animations...

Quid du prix moyen et de la fréquentation de vos établissements ?

Il va falloir à un moment que les prix des chambres augmentent du fait de la hausse de nombreux coûts comme l'énergie, les matières premières... Nos prix moyens se maintiennent ces derniers mois, avec 45 euros sur Lille, 55 euros pour Bordeaux et 65 euros pour Marne-la-Vallée. Par exemple, sur Eklo Lille, nous sommes revenus à notre prix moyen de 2019, tout comme les établissements du Havre et Le Mans, positionnés sur l'hyper-économique.



Eklo Toulouse a ouvert en juin dernier dans l'éco-quartier de la Cartoucherie

© Eklo



Eklo Paris Porte de Versailles, un hôtel emblématique pour la chaîne qui ouvrira en 2024

© Valodier et Pire Architectures

Comment se concrétise votre approche éco-responsable ?

Nous menons de nombreuses initiatives comme l'étiquette environnementale. Au niveau de la construction, nous utilisons de plus en plus de matériaux biosourcés ou durables, tout en privilégiant des emplacements dans des éco-quartiers raccordés au réseau de chaleur urbain. Plusieurs de nos hôtels sont équipés de panneaux photovoltaïques, 5 de nos établissements sur les 7 sont en construction bois PEFC et en préfabrication en usine. Tous nos établissements sont alimentés en électricité verte et nous développons des partenariats avec des fournisseurs français comme par exemple, l'entreprise Sammodé pour les luminaires. Parmi nos autres orientations, limiter les consommations d'eau grâce à des équipements adaptés, ainsi que les emballages plastiques, travailler avec des producteurs locaux en restauration notamment pour les fruits et légumes. Nous avons également noué des partenariats pour recycler nos déchets organiques, ou encore les mégots de cigarettes de nos établissements via EcoMégot.

Par quoi passe l'expérience client en hôtellerie économique ?

Par des espaces de vie design et conviviaux et par l'offre Food & Beverage qui peut représenter une part considérable de notre activité, de 20 % à 35 % du chiffre d'affaires. Par exemple, à Eklo Bordeaux, nous avons mis en place une guinguette de 450 m² devant l'hôtel en 2021 que nous venons de rouvrir pour la saison estivale et qui rencontre un vif succès. Nous proposons diverses animations comme des concerts, barbecues, brunchs le dimanche matin, des soirées cinéma dans notre hôtel clermontois, ou encore une épicerie à celui de Marne-la-Vallée... pour créer de vrais lieux de vie.

Qu'en est-il de vos derniers investissements en termes de nouvelles technologies ?

Nous avons lancé une nouvelle version de notre site Internet en 2021 pour en améliorer l'ergonomie et la performance avec un channel manager connecté à notre PMS. 70 % de nos clients utilisent le mobile pour réserver désormais via leur téléphone portable, il est donc important que notre site Internet soit rapide et responsive. Suite à la mise en place de notre nouveau site, nous avons gagné plus de 5 points de ventes en direct sur certains de nos hôtels, passant de 45 % de réservations via les OTAs à moins de 40 %. Nous avons également travaillé sur la lisibilité de nos établissements grâce au search marketing en développant le référencement et les Google Ads. Par ailleurs, nous avons développé un logiciel de gestion des plannings des salariés.

À qui appartient les hôtels Eklo ?

Eklo et des investisseurs. Certains établissements nous appartient à 100 %, d'autres sont en partenariat avec la Caisse

Repères

- ❑ Création de la chaîne Eklo en 2014
- ❑ 7 établissements Eklo : au Havre et au Mans (tous deux ouverts en 2014), Lille (2017), Bordeaux (juin 2019), Clermont-Ferrand (décembre 2019), Marne-la-Vallée (juin 2021), Toulouse (juin 2022)
- ❑ Logements hybrides : dortoirs, chambres individuelles ou familiales, avec quelques studios et appartements pour certains hôtels
- ❑ Investissement pour un nouvel hôtel : entre 50 000 euros et 70 000 euros la chambre (par exemple, environ 6 M€ pour Eklo Marne-la-Vallée)
- ❑ Objectif de CA annuel : un peu plus de 10 M€ en 2022, 50 M€ à 5 ans
- ❑ Prochaines ouvertures : Lyon et Roissy (2022), Montpellier (2023), Paris (Paris Porte de Versailles et quartier de Montparnasse) en 2024
- ❑ Nombre de collaborateurs (juin 2022) : 110 dont 8 au siège

des Dépôts via la Banque des Territoires. L'établissement de Marne-la-Vallée ainsi que ceux de Lyon et Roissy qui ouvriront en 2022 appartiennent à la foncière Ekom Invest, que nous avons constituée avec Omnes capital et Construction Energie Plus, en respectant un cahier des charges bien précis favorisant la construction durable. À Paris Porte de Versailles, où nous serons locataires, le projet est mené avec Viparis. Quant au fonds de commerce, Eklo est toujours propriétaire à 100 %.

Quels sont vos autres projets de développement ?

Notre volonté est de poursuivre notre déploiement en restant fidèles à notre ADN. En 2023, nous allons ouvrir notre 10^e hôtel à Montpellier, notre objectif étant de dépasser rapidement les 20 établissements, tout en conservant nos critères autour de l'écologie, l'économique et la convivialité.

*Propos recueillis
par Nathalie Foulon*

Son point de vue sur le marché

Quels sont les grands défis de l'hôtellerie pour les 5 à 10 prochaines années ?

Le client ne vient pas seulement à l'hôtel pour dormir mais pour vivre une expérience, être dans un environnement plaisant, pouvoir travailler... L'avenir de l'hôtellerie passe par des lieux de partage, d'expériences, proposant de multiples services et répondant aux attentes d'une clientèle très large. Il faut se réinventer, être imaginatif, quel que soit le segment d'hôtellerie, et de faire rêver les clients qui sont en déplacement.

Autre challenge, rendre les métiers de l'hôtellerie et de la restauration attractifs pour attirer des talents. Même si nous disposons d'une marque employeur forte, nous observons qu'il est de plus en plus difficile de recruter. La hausse du Smic hôtelier était nécessaire pour les petits salaires mais il y a aussi d'autres aspects à prendre en compte comme les horaires de travail pour éviter les coupures...

Quel est l'impact du contexte international sur l'hôtellerie ?

Le risque de ces prochaines années concerne la tendance inflationniste notamment concernant les coûts de construction. Si le coût des matières premières mais aussi des énergies continue de flamber, nous allons être contraints d'augmenter nos tarifs. Au niveau énergétique, il va falloir que la profession réfléchisse collectivement pour que les bâtiments soient plus performants. Les hôtels construits il y a 2 à 3 décennies, mal isolés, vont voir leur facture énergétique grimper en flèche.



Open minded

#valorisations

#études de marché

#stratégie de développement

Tel : +33 (0)1 70 36 01 36
welcome@mkg-consulting.com
mkg-consulting.com