

L'été de tous les dangers pour l'hôtellerie restauration ?

par Régis Bulot, p.-d.g. d'Auberges & Bistrots de France

Quelles vont être les conséquences de la baisse du pouvoir d'achat, devons-nous nous attendre à une saison difficile ? Après m'être entretenu avec différents observateurs, je vous fais part avec prudence de mon sentiment, car les évolutions actuelles sont complexes et contradictoires.

Pour les semaines qui viennent, il est peu probable que l'on assiste à des bouleversements profonds dans les comportements des vacanciers, la plupart des réservations étant déjà effectuées. De légers changements pourraient néanmoins perturber la saison. En effet, si la part du budget consacrée aux loisirs est celle qui est touchée en dernier, la hausse importante et rapide des dépenses (transports, chauffage, alimentation) conduit de nombreux Français à des arbitrages.

Comment cela peut-il se traduire concrètement sur la suite de la saison ?

La clientèle française sera-t-elle plus nombreuse à rester en France, plutôt que d'aller en Espagne ? Rien n'est moins sûr, sauf si l'essence continue d'augmenter. Pour les familles qui vont à l'hôtel, plusieurs changements sont à prévoir : elles vont être attentives au rapport qualité-prix et à leur budget 'extras'. Elles risquent de modifier leur destination, car leur recherche de 'bonnes affaires' associée à une prise de conscience de l'environnement va

les entraîner vers moins de bords de mer, plus de campagne et de montagne, et moins de destinations lointaines par avion. On note chez elles une demande accrue de terroir, d'authenticité, de nature, de convivialité, tant au niveau de l'hébergement que de la restauration.

N'oublions pas les seniors actifs. Ils aiment voyager, découvrir d'autres cultures, mais leur pouvoir d'achat est également touché. Ils se tournent à nouveau vers nos provinces et sont désireux d'aller dans des hôtels où l'on se sent comme chez soi et des restaurants où l'on propose une cuisine de qualité.

Il s'agit là de bonnes nouvelles pour l'hôtellerie-restauration française, à condition de ne pas décevoir les attentes de cette clientèle. Ces attentes trouvent leur pleine satisfaction au travers d'établissements dans lesquels on est accueilli par les patrons, des maisons 'à taille humaine' où l'on se sent plus comme chez des amis que dans un hôtel



Régis Bulot, p.-d.g. d'Auberges & Bistrots de France.

ou un restaurant, où l'on vous sert une nourriture de qualité qui respecte les saisons.

On se rend donc compte que, finalement, la conjoncture actuelle n'est pas aussi défavorable qu'on pourrait le craindre pour les établissements qui ont su préserver ces dimensions de simplicité, d'accueil, de terroir, tellement importantes dans la morosité ambiante.

Mais attention, si les Français ont tendance à rester dans leur pays, cela est également vrai pour les étrangers habitués de la France, et qui représentaient une clientèle importante : Américains du Nord touchés par le taux de change, Européens connaissant les mêmes difficultés que nous.

Comment se donner toutes les chances ?

Pour rester sur le marché dans les années à venir, il est indispensable d'être visible par un maximum de clientèles potentielles. Or, nombre d'établissements indépendants n'existent que grâce à une clientèle locale et d'habités. Si cette clientèle décide de venir un peu moins souvent, cela se traduira par une perte de chiffre d'affaires. Dans les circonstances actuelles, l'indépendance est légitime, mais l'isolement peut mettre en péril une exploitation.

Concilier la force d'un réseau et l'autonomie, c'est tout le sens de ma démarche dans la création d'Auberges & Bistrots de France."