

ALORS QUE 79% DES FRANÇAIS PLÉBISCITENT L'APPART-HÔTEL, APPART'CITY ACCÉLÈRE SA TRANSFORMATION POUR DEVENIR LE N°1 DE LA NOUVELLE HÔTELLERIE.

Tout comme l'ensemble du secteur, Appart'City a été impacté par le COVID-19. Trois ans après, le Groupe en est ressorti plus fort. Investissements importants, segmentation de l'offre, adéquation parfaite du modèle aux nouvelles attentes des clients (79% des Français considèrent qu'il combine le meilleur des deux mondes entre l'hôtel et la location d'appartement auprès d'un particulier), tout en valorisant l'humain et en accélérant sur ses engagements RSE... tels sont les ingrédients clés de son succès !

2024 est le point de départ d'une nouvelle étape : nouveau comité de direction, nouvelle raison d'être, définition et partage des valeurs par les salariés. De plus, le modèle Appart'City est plébiscité tant par les collaborateurs que par les clients (47% des français qui connaissent l'offre d'appart-hôtel citent Appart'City en premier, soit près d'1 français sur 2), ce qui renforce la volonté du Groupe à se développer plus largement, en France et au-delà, dans les 5 prochaines années !

DE L'IMPACT DU COVID-19... AU SUCCÈS : LE MODÈLE DE RÉUSSITE D'APPART'CITY

Entreprise résiliente et confiante, Appart'City a su rebondir, en l'espace de trois ans, et amorcer sa mutation pour répondre aux nouvelles attentes des voyageurs. En s'appuyant sur des facteurs clés qui font aujourd'hui son succès, le Groupe est ainsi passé d'une sortie de crise en 2021 à une augmentation de +55% de son chiffre d'affaires en 2023.

Cette trajectoire impressionnante a été possible grâce à un plan d'investissement de 38M€ sur 3 ans qui a permis d'intervenir sur 50% du parc.

En 2023, afin de garantir à ses clients une homogénéité d'équipements et de services, Appart'City a clarifié le positionnement de ses offres grâce à une nouvelle segmentation. Ces trois gammes distinctes ont été recentrées sur une offre qualitative et accessible : Classic, Confort et Collection.



Tous ces chantiers ont été menés sans jamais renier son ADN.

Ainsi, l'objectif de labelliser 100% de son parc Clef Verte, premier label de tourisme durable pour les hébergements touristiques, à horizon janvier 2025 est en passe d'être atteint. À date, 75% du parc a déjà obtenu la labellisation.

Le groupe est également fier de faire partie du palmarès CAPITAL Meilleur Employeur pour la 6e année consécutive et d'avoir accéléré ses engagements en matière de RSE.

Dans le domaine des relations humaines, Appart'City mène tout au long de l'année un projet plus global de valorisation des employés à travers plusieurs actions. Chaque année, des "vis mon job" sont organisés pour permettre aux collaborateurs qui le souhaitent de découvrir un tout autre métier de l'entreprise.

Une campagne « De l'ombre à la lumière », mettant en avant le métier de gouvernant(e) a été réalisée en 2023 et pour laquelle Appart'City a remporté le Prix Hospitality Awards 2023 dans la catégorie Employee Care. Enfin, le Groupe attache également beaucoup d'importance au respect de l'égalité entre les femmes et les hommes avec un index qui atteint aujourd'hui 99%.

APPART'CITY
CLASSIC

APPART'CITY
CONFORT
★ ★ ★

APPART'CITY
COLLECTION
★ ★ ★ ★



2024 : L'ANNÉE DE L'ACCÉLÉRATION

En 2024, après des investissements importants ces 2 dernières années, Appart'City entame un nouveau plan d'amélioration continue.

Au-delà de faire évoluer le parc existant, Appart'City a repris son développement à travers de nouvelles ouvertures dans la gamme Collection. Après Saint-Germain-en-Laye en 2022 et Paris Gare de Lyon en 2023, un nouvel Appart'City vient d'ouvrir à Roissy Charles de Gaulle Airport. Une croissance qui n'est pas prête de s'arrêter puisque de nouvelles ouvertures sont déjà prévues dont l'Appart'City Collection Parc des Expositions de Villepinte**** qui sera doté de 213 appartements, d'un bar, d'un restaurant et d'une salle de fitness.



En cette année de compétitions sportives, Appart'City se tient également prêt à répondre aux attentes des fans et sportifs venus du monde entier, tout en continuant de satisfaire sa clientèle habituelle. Le groupe témoignera de nombreuses attentions auprès de ses clients et accompagnera l'ensemble de ses collaborateurs en interne pour les préparer, toujours mieux, à la gestion du flux de visiteurs venus du monde entier.

Cette dynamique sportive ne s'arrêtera pas avec les compétitions de 2024 puisque le groupe a signé un partenariat avec la Fédération Française de Triathlon pour une durée de 3 ans.

Ces différents événements - Investissements, ouvertures et compétitions sportives - vont constituer un fort levier de croissance avec un taux de remplissage moyen annuel supérieur à 73%.

Au global pour 2024, Appart'City ambitionne une hausse de son chiffre d'affaires supérieure à 15%.

Mais outre cette année particulière, le groupe compte bien capitaliser sur son modèle, plébiscité tant par ses clients que par ses collaborateurs, pour préparer la suite.

UNE AMBITION FORTE PORTÉE PAR UN PLAN À 5 ANS POUR DEVENIR LE N°1 DE LA NOUVELLE HÔTELLERIE

Afin d'impulser et accompagner cette transition, Appart'City a renforcé ces deux dernières années son Comité de Direction avec les arrivées de :

- James BENDALI, Directeur Général Adjoint,
- Richard PERDU, Directeur marketing stratégique, communication et produit,
- Julien ROUSSEL, Directeur des exploitations,
- Hamady FOFANA, Directeur commercial,
- Marie BOUQUIN, Directrice des achats,
- Cédric BERNALDEZ, Directeur technique,
- François LEFOUR, Directeur du contrôle de gestion,
- François TEYSSONNIÈRES, Directeur des systèmes d'informations,
- Anne-Isabelle POLLET, Directrice juridique,
- Annabelle Barthélémy, Directrice RSE.

Celui-ci, composé d'un tiers de femmes et animé par Vincent COMPAGNON, a structuré le plan à 5 ans qui devrait permettre au Groupe d'atteindre ses objectifs.

Le nouveau CODIR a travaillé sur une toute nouvelle raison d'être, « **Appart'City, nous sommes fiers de vous donner envie de revenir dans la Nouvelle Hôtellerie** » qui transmet d'abord une revendication et l'affirmation d'un état d'esprit.

La prochaine étape, qui vient de démarrer, est portée par les salariés pour redéfinir les valeurs Appart'City.

Ainsi, avec ce nouveau CODIR ambitieux et des collaborateurs engagés, Appart'City va pouvoir porter encore plus loin son modèle.

En effet, avec des notes de satisfaction clients record, +14 points en 1 an (Net Promoter Score / NPS ou indice de recommandation client), le modèle Appart'City plaît !

Pour le confirmer, le Groupe a lancé, début 2024, une étude avec l'Institut IFOP sur les préférences des Français en matière d'hébergement touristique lors de voyages en France.

**fiers d'être
APPART'CITY!**

CE QUE L'ÉTUDE RÉVÈLE ⁽¹⁾

47% des Français qui connaissent l'offre d'appart-hôtel, **citent Appart'City en premier.**

81% des Français ont déjà entendu parler de l'appart-hôtel et **49%** d'entre-eux **ont déjà séjourné dans un appart-hôtel.** À noter, **65% des 24-34 ans y ont déjà séjourné.**

79% des Français lorsqu'ils connaissent l'offre d'appart-hôtel **considèrent qu'elle combine le meilleur des deux mondes** entre l'hôtel et la location d'appartement auprès d'un particulier.

62% choisiraient cette solution d'hébergement lors de leur prochain déplacement, avec une sur-pondération chez les plus jeunes : **+12 points** pour les 18-24 et **+8 points** pour les 25-34 ans.

67% des Français qui voyagent, recherchent avant tout des lieux d'hébergement **qui ne soient pas trop standardisés.**

Pour 85% des Français qui vont au moins une fois par an dans un hébergement payant, **le rapport qualité/prix est le premier critère** qui influence leur choix d'hébergement.

(1) Étude sur "Les Français et l'appart-hôtel" réalisée par l'IFOP pour Appart'City. L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de 1501 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



« Les résultats de notre enquête montrent la popularité du concept d'appart-hôtel auprès des voyageurs français. Cela n'est pas étonnant à mes yeux. En effet, ce concept s'inscrit dans des tendances de fond. Sur le long terme, on observe une aspiration à plus de liberté dans les voyages, aussi bien en termes de durée que d'hébergement. L'époque est à plus de décontraction, moins de standardisation : on aime casser les codes. Le covid a accéléré les choses. Aujourd'hui, les voyageurs aiment retrouver un cadre sécurisé mais sans contrainte. Ils aiment, quand ils se déplacent, pouvoir bénéficier de la même flexibilité que celle qu'ils ont chez eux. C'est précisément la promesse de l'appart-hôtel. Mais le plus frappant dans l'étude est sans doute l'appétence des jeunes pour le concept d'appart-hôtel. La génération des locations de tourisme, celle qui a grandi avec les plateformes de particulier à particulier, est très enthousiaste vis-à-vis de ce concept. Au fond, ces jeunes se sont habitués à évoluer hors du cadre normalisé et anonyme de l'hôtellerie traditionnelle. Ils apprécient les concepts hybrides, mais ils perçoivent dans les plateformes de locations entre particuliers des acteurs qui se sont eux-mêmes standardisés... L'appart-hôtel, de ce point de vue, vient remplir un vide. Après la fascination des boomers pour les grandes chaînes d'hôtels standardisés et celle de la génération Y pour les plateformes de location, le temps est peut-être venu d'une nouvelle génération, celle de l'appart-hôtel, lequel a tout pour devenir, dans un futur proche, la prochaine destination des jeunes. »

Rémy Oudghiri

Sociologue, Directeur de Sociovision (groupe IFOP),
auteur de L'échappée belle (PUF, 2023)

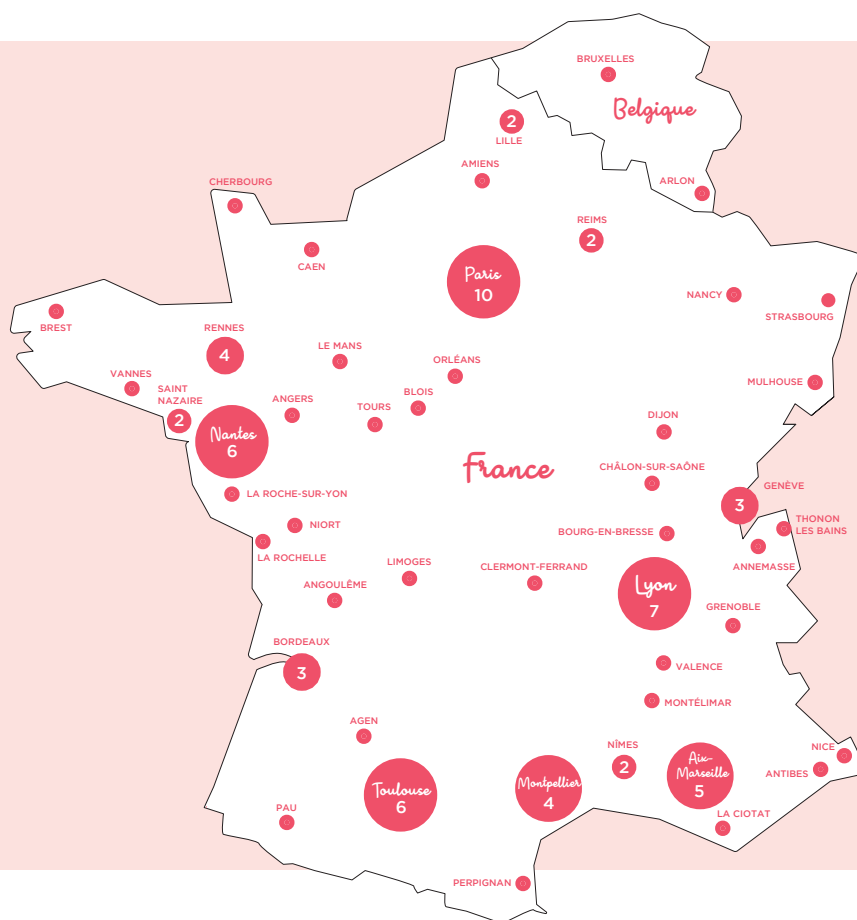


« Au sein d'Appart'City nous avons toujours eu à coeur de proposer à nos clients un modèle hybride, hors des cases conventionnelles de l'hôtellerie classique. Cette étude vient confirmer nos intuitions sur les envies des Français, auxquelles notre modèle répond parfaitement. Ils sont à la recherche d'une offre qui combine le meilleur des deux mondes : se sentir comme à la maison, sans contraintes, tout en pouvant bénéficier de services hôteliers à la carte (accueil 24/24, petit déjeuner, ménage...). Une offre qui convient aussi bien aux jeunes générations en quête de plus de services, qu'aux familles qui souhaitent conserver leur rythme ou encore aux voyageurs d'affaires en transit. C'est cette mixité d'usages que nous leur proposons. C'est ça la Nouvelle Hôtellerie. »

Vincent Compagnon

Président d'Appart'City

Ainsi, la nouvelle étape du Groupe est de développer cette proposition de valeur forte et qui a fait ses preuves, en proposant rapidement de nouveaux services innovants, à la fois en France mais aussi au-delà afin de devenir le n°1 de l'appart-hôtel urbain.



À PROPOS D'APPART'CITY

Leader français de l'appart-hôtel, Appart'City compte une centaine d'établissements en France, mais aussi en Belgique et en Suisse. Avec 10 300 appartements prêts à vivre au cœur des villes, le réseau bénéficie d'une complémentarité très forte, tant sur le plan territorial, avec un maillage cohérent, que sur le positionnement, avec une offre d'hébergement déclinée en trois gammes : Classic (2 et 3 étoiles), Confort (3 étoiles) et Collection (4 étoiles).

Du studio à l'appartement trois pièces, pour une nuit ou plus, clients affaires et loisirs profitent librement d'une cuisine équipée, d'un espace bureau, du wifi, d'un parking sur place ou à proximité ainsi que de nombreux services hôteliers.

L'entreprise mène une démarche RSE qui vise un tourisme durable et responsable. Près de la moitié du parc hôtelier est labellisé Clef Verte avec un objectif de 100% des appart-hôtels labellisés fin 2024. Riche de 1 200 collaborateurs au service de l'hospitalité, Appart'City est distingué par le magazine Capital : « Meilleur Employeur » et « Entreprise engagée pour la diversité ».

www.appartcity.com