

Les dix tendances clés de l'industrie de l'hospitalité en 2022 selon l'EHL

Alors que le secteur hôtelier continue d'évoluer dans un contexte sanitaire incertain, les experts de l'EHL donnent leurs points de vue sur les tendances actuelles et proposent des pistes de réflexion.



(Copyright: EHL)

Lausanne, le 9 décembre 2021 – Comme pléthore d'industries, le secteur de l'accueil traverse non sans peine la tempête sanitaire, faisant preuve de lucidité, de résilience et parfois d'ingéniosité face à des changements qui s'annoncent durables et décisifs.

Deux experts et professeurs de l'EHL, [Dr Jean-Philippe Weisskopf](#) et [Dr Philippe Masset](#) ont étudié ce que l'année à venir réserve au secteur de l'hospitalité, qui poursuit sa reprise dans un contexte sanitaire nébuleux, et qui tente progressivement de s'adapter aux nouvelles exigences des consommateurs.

« Avec cette nouvelle année, l'industrie hôtelière prend une toute nouvelle direction. À l'EHL, nous pensons que la prise de conscience des consommateurs fera émerger de nouvelles opportunités et tendances, notamment en matière de durabilité, de santé et de bien-être. Le secteur doit évoluer pour répondre aux nouvelles demandes et besoins des voyageurs dans un monde post-pandémique », affirme le Dr Jean-Philippe Weisskopf, professeur associé à l'EHL.

« Je suis convaincu que cette crise recèle d'opportunités et que les entreprises qui sauront le mieux s'adapter à cette "nouvelle norme" (et aux tendances évoquées ci-dessous) auront de belles années devant elles ! Notre rôle à l'EHL est d'intégrer ces analyses dans notre enseignement, sur nos campus de Singapour et en Suisse, afin de préparer au mieux les futurs leaders du secteur », s'enthousiasme le Dr Philippe Masset, professeur associé de l'EHL.

Les tendances qui façonneront l'industrie en 2022 sont détaillées [ici sur le blog EHL Insights](#) et listées de façon plus concise ci-dessous.

1. Les voyageurs « bleisure » et espaces de travail à l'intérieur des hôtels

Avec de plus en plus d'entreprises optant pour un modèle de travail hybride, le « bleisure » (=contraction de *business* and *leisure*) devrait gagner en popularité tout au long de l'année 2022. Défini comme une pratique consistant à combiner travail et loisir au cours d'un voyage, les hôtels devront apprendre à répondre aux demandes et besoins qui en découlent.

2. L'hospitalité holistique, la santé et le bien-être

Alors que la pandémie de COVID-19 continue de sévir, il est évident que les secteurs de la santé et du bien-être resteront incontournables en 2022. Parallèlement au suivi des protocoles sanitaires, le secteur du bien-être continuera de connaître une forte demande autour des soins de l'esprit, du corps et de l'âme au travers d'une hospitalité holistique.

3. L'expérience client digitale

Au cours des deux dernières années, les services traditionnels destinés aux clients se sont largement digitalisés. Prenons l'exemple de la généralisation des check-in et check-out réalisés sur les téléphones portables ou encore les paiements sans contact. L'innovation technologique continue de s'étendre et les établissements hôteliers devront donc s'adapter afin de garder une longueur d'avance. Certains clients apprécieront accéder à leurs chambres d'hôtels avec des technologies de reconnaissance faciale ou d'empreintes digitales, comme ils l'apprécient lorsqu'ils déverrouillent leurs smartphones.

4. La personnalisation

Afin d'améliorer l'expérience client, les hôtels ont tout intérêt à miser sur la personnalisation de l'accueil. En utilisant des outils technologiques pour exploiter les données des clients, les établissements seront en mesure de créer des offres personnalisées plus pertinentes et attrayantes pour les clients existants et potentiels.

5. L'économie de l'expérience et l'essentialisme

En 2022, les experts prévoient une augmentation du nombre de voyageurs qui cherchent à dépenser leur argent de manière responsable, judicieuse et ciblée (« *less is more* »). Les voyageurs, inquiets de l'impact carbone de leur séjour, affectionneront les établissements éco-conscients et rechercheront également à vivre des expériences uniques qui bénéficient aux communautés locales.

6. Stratégie de gestion d'actifs

La pratique de la gestion d'actifs au sein du secteur de l'hôtellerie reste fondamentale, mais elle a aujourd'hui évolué vers un processus plus complexe d'analyse des données et des résultats d'exploitation. La séparation entre la gestion des opérations hôtelières et des actifs immobiliers permet aux entreprises d'être plus efficaces sur l'ensemble de leurs activités et de se concentrer sur leur modèle économique.

7. Le voyage en solo

Après de multiples confinements, il devrait y avoir une augmentation des voyages en solitaire en 2022, les individus recherchant liberté et aventure à leur manière. Les établissements devront adapter leurs offres en brisant les barrières entre le personnel hôtelier et les clients, en considérant un choix de décoration intérieure convivial et en créant une atmosphère moins formelle.

8. La durabilité

La durabilité, tendance actuelle et caractéristique dans l'industrie de l'hôtellerie, s'imposera une nouvelle fois en 2022. Cela se traduit par des considérations éthiques et environnementales plus poussées, notamment dans les décisions prises au niveau de la gestion hôtelière, dont la réduction d'usage des plastiques jetables, la suppression de papier superflu grâce aux reçus opt-in, la réduction du gaspillage alimentaire, la réduction de la consommation d'énergie grâce à des ampoules intelligentes, l'offre de menus végétariens et végétaliens, etc.

9. La réalité virtuelle et augmentée

Ayant constaté le succès de l'utilisation de la RV et de la RA, les entreprises transforment leurs expériences de voyage. Le secteur de l'hôtellerie devra tirer parti de fonctionnalités, telles que les visites virtuelles, afin de créer un environnement numérique dans lequel les consommateurs pourront s'y projeter avant même de réserver leurs vacances - une tendance qui ne devrait que s'accroître.

10. Voyager moins (& vacances chez soi)

Malgré la reprise des voyages internationaux, leur nouvelle complexité, dont notamment les exigences des tests COVID, les protocoles de quarantaine, les hausses de prix des compagnies aériennes et la bureaucratie ont incité certains voyageurs à opter pour des vacances à domicile ou à envisager de voyager moins qu'auparavant. En plus des raisons évoquées, les vacanciers éco-conscients auront tendance à voyager moins et/ou plus près de chez eux pour des raisons environnementales.

A propos du Groupe EHL :

Le Groupe EHL est la référence mondiale en matière de formation, d'innovation et de conseil pour le secteur de l'hospitalité et des services.

Fort de son expertise depuis 1893, le Groupe EHL offre aujourd'hui des programmes éducatifs de premier plan s'étalant de l'apprentissage au Master, en passant par des formations professionnelles et exécutives, sur trois campus en Suisse et à Singapour. Le Groupe EHL offre également des services de conseil et de certification, aux entreprises et aux centres d'apprentissage à travers le monde.

Fidèle à ses valeurs et engagé dans la construction d'un monde durable, le Groupe EHL s'attache à offrir des formations, des prestations de service et des environnements de travail centrés sur l'humain et ouverts sur le monde.

www.ehlgroup.com

Contact:

EHL Group | Lucile Muller | External Communications Manager
communication@ehl.ch | +41 21 785 14 25