

## Le message du Directeur Général

Paris, le 16 juillet 2024

L'année 2023 a été marquée par de nombreuses inaugurations et avancées significatives pour notre groupe. Malgré un tassement de la part de dépenses en voyage dans le budget des ménages et une stabilisation des flux touristiques émanant des plus gros marchés émetteurs, Machefert Group a continué à légèrement développer son activité en 2023. Celle-ci s'inscrit globalement dans la continuité de 2022 qui était un « millésime » exceptionnel, marquant l'Histoire du tourisme français par la confluence d'un retour des touristes américains, une parité euro-dollar inédite et un pouvoir d'achat dédié au voyage sans précédent.

Pour notre Groupe, 2023 était la deuxième année du plan triennal nommé « Réputation ». Elle a permis en ce sens de poursuivre le déploiement de nos nouvelles politiques de polyvalence des équipes, de diversification des centres de revenu, de montée en gamme et plus généralement de continuer à transformer le Groupe, ses produits et ses process.

L'année 2023 a également été marquée par le lancement de nouvelles offres et de concepts innovants. En janvier, nous avons inauguré un nouveau restaurant végétal au Kube Paris, avec un menu inspiré d'une nature dite « festive », rendant hommage aux fleurs, aux racines et aux notes herbacées en général. Ce restaurant s'étend désormais sur la terrasse couverte de l'hôtel, accueillant de nombreux événements corporate et festifs. En février, nous avons ouvert le restaurant Montijo à la Maison Eugénie dans le 17<sup>ème</sup> arrondissement, un établissement d'inspiration catalane, espagnole, basque et plus largement méditerranéenne, où les tapas côtoient une sélection exceptionnelle de vins naturels. Montijo ouvre également sa nouvelle terrasse pour l'été 2024. En septembre, nous avons ouvert les portes de notre nouvel hôtel La Dépendance dans le 1<sup>er</sup> arrondissement, un *boutique hotel* 3\* de 29 chambres élégant et distingué au confort et standing d'un 4\*. La Dépendance abrite également un concept de coffeeshop au rez-de-chaussée, Cesar y Georgette.



Toutes ces ouvertures se sont faites dans le cadre d'une transformation plus globale qui a été officialisée lors du *rebranding* complet de notre Groupe, annoncé en juin 2023. Celui-ci arbore désormais un nouveau logo, une nouvelle maxime « Escape The Ordinary », une nouvelle identité visuelle et un nouveau territoire de marque. Ce renouveau vise à institutionnaliser davantage le Groupe, à assoir sa montée en gamme et sa diversification et à accompagner son développement futur à Paris, en Régions et à l'international.

Notre stratégie de diversification a déjà porté ses fruits en 2023 avec une performance remarquable de notre activité F&B (Food & Beverage) et une expansion significative dans le domaine des services non-hôtelières. Nos efforts en matière de restauration, bar et événementiel continueront de payer dans les années à venir et se traduiront par une augmentation de notre TRevPAR, nouvel indicateur que nous contrôlons à présent davantage que le RevPAR.

Cependant, l'année 2023 n'a pas été sans défis. L'industrie hôtelière parisienne a dû faire face à plusieurs perturbations macro-économiques et sociales. Les grèves des éboueurs au début de l'année ont entraîné des problèmes de propreté et d'image pour la ville. Plusieurs mouvements sociaux à Paris et en proche banlieue ont perturbé l'activité touristique estivale et le confort de nos clients. L'inflation persistante a également exercé une pression sur le pouvoir d'achats des voyageurs et surtout sur nos coûts opérationnels, nécessitant une gestion financière rigoureuse pour maintenir notre rentabilité.

L'épisode des punaises de lit à Paris, bien que véhiculé sans réelle cause par les médias, a été un autre défi significatif, nécessitant un renfort de communication d'hygiène et de prévention renforcées dans nos établissements. Malgré les nombreuses parutions dégradantes visant Paris dans la presse internationale, nous avons maintenu des normes élevées de propreté et de service, assurant la sécurité et le confort de nos clients.

L'année a également été marquée par des événements internationaux majeurs, tels que les Mondiaux de Rugby, qui ont attiré des visiteurs à Paris bien que les effets escomptés sur les taux d'occupation et les prix hébergement de nos établissements sur cette période n'aient pas été au rendez-vous. Les attentats du 7 octobre en Israël et la guerre sur la bande de Gaza ont quant à eux fortement impacté le capital émotionnel de nombreux acteurs économiques et ont affecté le moral des voyageurs et les flux touristiques internationaux.



Malgré ces défis, notre engagement envers l'innovation, la croissance et la promesse d'expériences « détonantes et surprenantes » ont continué d'être au centre de nos préoccupations, avec la création des nouveaux départements (i) Food & Beverage et (ii) Développement au siège. Par ailleurs, notre engagement pour une hôtellerie plus durable s'est concrétisé par la mise en place d'un registre centralisant tous nos efforts en matière de RSE ainsi que par le développement de projets « éco-conçus » visant à réduire notre empreinte carbone.

Plus généralement et malgré les challenges économiques et les incertitudes globales, nous avons réussi à atteindre des niveaux d'activité satisfaisants. Le chiffre d'affaires total pour 2023 s'élève à 41,4M€, en hausse de 1% par rapport à 2022, où il était de 40,9M€ à périmètre constant. Cependant, le chiffre d'affaires de l'hébergement a diminué, atteignant 29,9M€ en 2023, contre 32,2M€ en 2022, soit une baisse de 7%. En revanche, notre chiffre d'affaires pour le food & beverage, les événements et autres services a connu une croissance remarquable de 32%, passant de 8,8M€ en 2022 à 11,5M€ en 2023.

Cette année aura donc été celle d'une transformation continue, d'une montée en gamme confirmée et d'une combativité sans précédent pour Machefert Group.

Nous restons concentrés dans la perspective de continuer de mener à bien les travaux entamés en matière de *restructuring* pour que les prochains millésimes soient porteurs pour le Groupe, à commencer par 2024 qui s'annonce prometteur.

Kevin Machefert  
Directeur Général