



MYHOTELMATCH met l'IA au service de l'industrie hôtelière

Paris le 26 février 2024 – MYHOTELMATCH, a le plaisir d'annoncer les prochaines étapes de son développement.

L'entreprise française qui réunit sur une plateforme les hôteliers et les voyageurs des établissements de luxe a lancé la première version de son application en décembre dernier après 18 mois de développement. L'application est encore améliorée chaque jour pour être perfectionnée.

Fondée sur l'homophilie (le principe de la recommandation du bouche à oreille) et le *matching*, l'application propose à ses utilisateurs voyageurs des choix hyper personnalisés basés sur leurs profils, leurs attentes, leurs expériences passées et la pondération des recommandations de leurs réseaux d'amis voyageurs. Grâce à l'Intelligence Artificielle (IA) et un algorithme de *machine learning* permettant de faciliter les réservations d'hôtel, MYHOTELMATCH évite les mauvaises surprises et assure un séjour réussi en engageant avant la réservation un échange avec un groupe d'hôtels ciblés potentiellement correspondants. Cette nouvelle démarche permet aux hôteliers de se mettre en valeur en direct pour séduire le voyageur. « *Matching is the new searching.* » Les utilisateurs friands d'IA le savent déjà et ont remplacé Google Search par ChatGPT de manière à obtenir des réponses plus affinées.

Yves Abitbol, CEO : « Nous avons réalisé un chiffre d'affaires 2023 de 12 millions d'euros avec un résultat opérationnel attendu de 700 000 euros ».

2023 : une année d'investissement

L'année 2023 a été une année charnière pour l'application qui a vu son développement s'accélérer. Plus d'un million d'euros a été investi permettant la constitution d'une équipe en interne et le développement de l'application qui est sortie en décembre 2023. Sur ce million d'investissement, la direction MYHOTELMATCH espère récupérer 40% de crédit impôt recherche (CIR).

En parallèle, l'acquisition de MY AGENCY réalisée en juillet 2022 a permis à MYHOTELMATCH d'intégrer 18 ans de datas à son outil intelligent afin de permettre à l'IA de s'entraîner et gagner en pertinence de résultats. Au total cela représente plus de 150 000 expériences de voyage intégrées. MY AGENCY, filiale opérationnelle de luxe de MYHOTELMATCH, continue quant à elle son activité sur-mesure. Le groupe estime son chiffre d'affaires pour 2023 à 12 millions d'euros avec un résultat de 700 000 euros. Ces chiffres pro-forma seront publiés après l'audit en avril 2024.



2024 : prêt pour l'accélération !

Après le lancement de l'application en décembre 2023, toutes les équipes de MYHOTELMATCH sont en ordre de marche pour assurer la montée en puissance de l'application.

Comme toute application, MYHOTELMATCH doit être régulièrement mise à jour et améliorée de ses premiers bugs, elle va être upgradée plusieurs fois tout au long de l'année afin d'améliorer le *matching* auquel va être ajouté un algorithme IA et du *machine learning*.

La seconde priorité est l'extension du réseau d'hôtels grâce au partenariat signé l'an passé avec Amadeus donnant accès à une base de données de 9000 hôtels dans la catégorie luxe. A ce jour, 800 hôtels sont déjà profilés dans l'application. Dès le 29 février ce sont plus de 1000 hôtels qui viendront enrichir l'offre de séjours embarquée dans l'application.

Par ailleurs le 1^{er} mars, une nouvelle application dédiée au personnel des hôtels partenaires sera lancée. Cette dernière permettra aux employés de l'hôtel de suivre en temps réel sur leurs mobiles les performances de leur établissement. Grâce à cet outil de pilotage ils pourront également concrétiser de nouvelles réservations et converser toujours plus et en temps réel avec les voyageurs grâce au chat de MYHOTELMATCH.

Au deuxième semestre les équipes de MYHOTELMATCH pourront se consacrer au développement de l'audience et au renforcement de la notoriété afin d'engager la montée en puissance des revenus. Cette stratégie passera en particulier par 3 étapes : l'optimisation sur les stores, le déploiement d'outils comme le *tracking* et le lancement de campagnes d'acquisition ciblées (*soft launch* et *test and learn*).

Au regard de cette feuille de route, toutes les conditions devraient être ainsi réunies au dernier trimestre 2024 pour accompagner la montée en puissance de cette application 100% française et disruptive sur le marché des voyages de luxe.

Un marché de l'hôtellerie de luxe de plus de 128 milliards \$ à conquérir

MYHOTELMATCH dispose ainsi de tous les atouts pour trouver sa place sur un marché du voyage de luxe qui ne s'est jamais aussi bien porté et a une valeur aujourd'hui de 128 milliards de dollars. Selon un rapport de Fortune Business Insights, la taille du marché mondial des hôtels de luxe devrait atteindre les 300 milliards de dollars en 2030, avec un taux de croissance annuel moyen de 11 %¹. Quant au marché des OTAs, il devrait passer de 521 milliards de dollars en 2023 à 1 000 milliards de dollar en 2030².

Ces indicateurs matérialisent parfaitement tout le potentiel de marché à conquérir pour MYHOTELMATCH.

¹ <https://www.fortunebusinessinsights.com/luxury-hotel-market-104408>

² <https://www.statista.com/statistics/1179020/online-travel-agent-market-size-worldwide/>



Explosion des online travel agency (OTA) : un modèle qui passe aujourd'hui à une nouvelle phase de recherche plus précise

La naissance des *online travel agency* (OTA) ou agence de voyage en ligne ont permis le référencement de plusieurs milliers d'hôtels. Tous réunis sur une même plateforme, ce service propose aux voyageurs de multiples choix d'hébergements dans une destination définie. Cela s'apparente à un catalogue d'hôtels, rarement comparable entre eux, sauf par le prix par nuitée provoquant ainsi une concurrence importante pour les hôteliers soumis à des comparaisons et à des avis non qualifiés mais aussi une prime « au discount » le tout au détriment de l'expérience voyageur. Nous le savons, tout comme l'argent ne fait pas le bonheur, le prix le plus élevé ne permet pas de créer les meilleurs souvenirs. Devenus des catalogues d'hôtels multi-filtres, les OTAs ont pris le pouvoir sur les hôteliers désormais dépendants de ce nouveau mode de réservation. Les voyageurs quant à eux, ont pris l'habitude de les utiliser ne serait ce que pour trouver le prix le moins cher sans pour autant que cela leur garantisse d'améliorer leur expérience. La fidélité des clients a été remplacée par la loyauté multiple, que ce soit au quotidien, dans les produits de luxe ou même dans le voyage.

Une innovation de rupture dans l'univers du tourisme de luxe

Propriétaire d'hôtels, Jean-François Ott, actionnaire principal de MYHOTELMATCH, est confronté depuis plusieurs années à cette dépendance croissante aux OTAs ainsi qu'à des clients voyageurs qui ont fait le mauvais choix d'hôtel en se basant uniquement sur une recherche par le prix. Insatisfaits, ces voyageurs se plaignent en ligne et poussent les hôteliers à se concentrer uniquement sur les conséquences de cette insatisfaction et non pas sur la cause : mauvais choix = mauvais match. Cela engendre potentiellement une déception et des plaintes en ligne que les équipes d'hôtels gèrent, sans réelle solution. En parallèle, à l'aveugle, sans les connaître, les hôteliers essaient de personnaliser les séjours de voyageurs dont ils ne savent rien jusqu'à ce qu'ils arrivent. De l'autre côté, Jean-François Ott est lui-même un grand voyageur et se trouve confronté aux difficultés de choix et d'offres multiples. Sa rencontre avec Yves Abitbol, Directeur Général de MYHOTELMATCH et fondateur de MY AGENCY, aura été décisive pour imaginer un nouveau modèle matérialisé par le lancement de l'application. Au travers de MYCONCIERGE, filiale de MYHOTELMATCH, Yves Abitbol a collecté les préférences de chaque voyageur depuis 2004 et a organisé plus de 150 000 expériences sur mesure pour sa clientèle pour un montant total de plus de 100 millions d'euros de voyages.

MYHOTELMATCH s'impose comme le mariage entre le travail de proximité, les codes et les exigences des agences de voyage physiques avec les opportunités du digital, aujourd'hui adopté par le plus grand nombre dans l'univers du voyage. L'ambition partagée par les fondateurs de ce projet 100% français est simple : révolutionner le milieu du voyage de luxe tout comme les applications de dating ont révolutionné les relations amoureuses, mettre fin au « blind date » en utilisant les profils précis pour trouver un match parfait : c'est le même objectif pour MYHOTELMATCH.



Pour les voyageurs, cela passe par une approche différente du « *mass market* » des sites de réservation traditionnels qui utilisent essentiellement le classement par prix par chambre et par nuit. L'application met en avant le multi-profiling volontaire qui permet à chaque utilisateur de montrer ses atouts en toute transparence pour déclencher un « *matching parfait* » grâce à une application à la pointe de l'innovation poussée par l'intelligence artificielle. Le voyageur se profile, dit ce qu'il veut et ce qu'il ne veut pas, l'hôtelier dit ce qu'il est et met en avant ses atouts et ses équipes qui sont la partie humaine, clé de la réussite du séjour, car dans un hôtel il y a une partie fixe et physique (l'hôtel, son adresse, ses chambres et restaurants) mais aussi son staff et les autres clients qui forment un tout, une identité qui elle est variable.

MYHOTELMATCH donne aux hôteliers de luxe la possibilité de sélectionner leurs clients voyageurs afin de leur proposer un séjour sur mesure en connaissant leurs attentes déclarées sur l'application. Les hôteliers sont plus en contrôle avec ce système « BtoC ». Ils peuvent prendre contact avec un voyageur potentiel, connaître ses préférences de voyage en amont et peuvent désormais, eux aussi, émettre un avis sur un voyageur. De plus, l'application qui se rémunère à la commission, propose des taux réduits et dégressifs allant de 15% au maximum et pouvant descendre à 10% en fonction des volumes de réservation générés par l'hôtelier sur l'application, rémunérant ainsi leurs efforts.

A propos de MYHOTELMATCH

MYHOTELMATCH est l'agence de voyage de luxe nouvelle génération, inspirée des sites de rencontre en ligne, qui transforme le tourisme de luxe en réunissant sur une même plateforme les voyageurs, les équipes des hôtels et les propriétaires d'hôtels. Le Groupe possède 5 filiales opérationnelles – MY CONCIERGE, MY DMC, MY EVENT, MY DRIVER, MY TRAVEL - qui bénéficient de plus de 18 ans d'expérience dans les services sur-mesure avec une base installée de plus de 150 000 expériences réalisées auprès d'une clientèle VIP. En 2023 nos équipes ont géré plus de 12 millions d'euros de voyages de luxe pour leurs clients voyageurs et leur partenaires hôteliers.

MYHOTELMATCH développe une plateforme qui utilise le profilage volontaire pour offrir à chaque individu et chaque hôtel des expériences hyper-personnalisées et adaptées : « ***Matching is the new searching.*** »

MYHOTELMATCH est cotée sur Euronext Paris – Compartiment C

ISIN : FR0014001E67 – MHM – Bloomberg : MHM:FP

MYHOTELMATCH est éligible au PEA-PME

Plus d'informations sur myhotelmatch.com (Rubrique Investisseurs).



MYHOTELMATCH

Contacts MYHOTELMATCH

Relation investisseurs – Foucauld Charavay – foucauld.charavay@seitosei-actifin.com – +33(1)
56 88 11 10

Relations presse – Amélie Orio - amelie.orio@seitosei-actifin.com -33(1) 56 88 11 14