



EXTRAIT DU PROCÈS-VERBAL DES DÉLIBÉRATIONS  
DE LA SÉANCE DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE  
DU MARDI 17 JUIN 2025

**AFFAIRE N° 46-20250617**

**HOTEL HAUT DE GAMME A SAINT-PHILIPPE – GARANTIE D'EMPRUNT  
AUPRES DE LA BANQUE DES TERRITOIRES – ETAT D'AVANCEMENT -  
STADE PRE-PROJET**

L'an deux mille vingt-cinq, le dix-sept du mois de juin à neuf heures et quinze minutes, en application des articles L.2121-7, L. 2122-8 par renvoi de l'article L.5211-2 du Code général des collectivités territoriales (CGCT), se sont réunis dans la salle des fêtes du 12<sup>e</sup> km sise au Tampon, rue Auguste Lacaussade, les membres du Conseil communautaire de la Communauté d'Agglomération du Sud, légalement convoqués le 11 juin 2025, sous la présidence de Monsieur HOARAU Jacquet (de l'affaire n° 01 à l'affaire n° 03-20250617, puis de l'affaire n° 11 à l'affaire n° 26-20250617 et de l'affaire n° 28 à l'affaire n° 53-20250617) puis de celle de Monsieur VALY Bachil, 1<sup>er</sup> Vice-Président (de l'affaire n° 04 à l'affaire n° 09-20250617) et de celle de Madame COURTOIS Vanessa, 3<sup>e</sup> Vice-Présidente (à l'affaire n° 10-20250617 ainsi qu'à l'affaire n° 27-20250617).

**NOTA :**

Nombre de conseillers  
en exercice : 48

Présents : 30

Absents représentés : 12

Absents : 06

**ETAIENT PRESENTS**

**- Commune du Tampon -**

HOARAU Jacquet, THIEN AH KOON Patrice (de l'affaire n° 01 à l'affaire n° 29-20250617), GASTRIN Albert, TURPIN Catherine, MAUNIER Daniel, ROBERT Evelyne, PAYET-TURPIN Francemay, THERINCOURT Jean-Pierre, BLARD Régine, DIJOUX-RIVIERE Mimose, DOMITILE Noéline, FONTAINE Henri, FONTAINE Véronique, GENCE Jack, GONTHIER Charles Emile, LEBON Jean Richard, MONDON Laurence, ROMANO Augustine, TECHER Doris.

BASSIRE Nathalie.

**- Commune de Saint-Joseph -**

HUET Henri Claude, JAVELLE Blanche Reine, MUSSARD Harry, LEICHNIG Stéphanie, LEVENEUR Inelda (de l'affaire n° 01 à l'affaire n° 53-20250617 hormis l'affaire n° 46-20250617), MUSSARD Rose Andrée.

GUEZELLO Alin, LEBON Louis Jeannot.

**- Commune de l'Entre-Deux -**

VALY Bachil (de l'affaire n° 01 à l'affaire n° 33-20250617), GROSSET-PARIS Isabelle.

LAFOSSE Camille.

**- Commune de Saint-Philippe -**

RIVIERE Olivier, COURTOIS Vanessa.

**ETAIENT REPRESENTES (PROCURATION)**

**- Commune du Tampon -**

PICARDO Bernard représenté par GASTRIN Albert, THIEN AH KOON Patrice représenté par HOARAU Jacquet (de l'affaire n° 30 à l'affaire n° 53-20250617).

BENARD Monique représentée par BLARD Régine, SOUBAYA Josian représenté par MONDON Laurence, FONTAINE Gilles représenté par BASSIRE Nathalie.

**- Commune de Saint-Joseph -**

LEBRETON Patrick représenté par HUET Henri Claude, HOAREAU Sylvain représenté par MUSSARD Harry, KBIDI Emeline représentée par MUSSARD Rose Andrée, LANDRY Christian représenté par JAVELLE Blanche Reine, FULBERT GERARD Gilberte représentée par LEICHNIG Stéphanie, HUET Marie-Josée représentée par LEVENEUR Inelda.

BENARD Clairette Fabienne représentée par LEBON Louis Jeannot.

**- Commune de l'Entre-Deux -**

VALY Bachil représenté par GROSSET-PARIS Isabelle (de l'affaire n° 34 à l'affaire n° 53-20250617).

**ETAIENT ABSENTS**

**- Commune de Saint-Joseph -**

HUET Mathieu, LEJOYEUX Marie Andrée, LEBON David, VIENNE Axel, LEVENEUR Inelda et HUET Marie-Josée (à l'affaire n° 46-20250617).

Les membres présents formant la majorité de ceux en exercice, conformément aux règles de quorum, le Président ouvre la séance. En application de l'article L.2121-15 du Code général des collectivités territoriales, l'Assemblée procède à la nomination d'un ou de plusieurs de ses membres pour remplir les fonctions de secrétaire. A l'unanimité, Madame MONDON Laurence a été désignée pour remplir les fonctions de secrétaire.



**AFFAIRE N° 46-20250617**

**HOTEL HAUT DE GAMME A SAINT-PHILIPPE – GARANTIE D’EMPRUNT AUPRES DE LA BANQUE DES TERRITOIRES – ETAT D’AVANCEMENT - STADE PRE-PROJET**

Le Président rappelle que par délibération n° 02-20241031 en date du 31 octobre 2024, le Conseil communautaire a accepté d'accompagner l'installation d'un projet hôtelier de haut de gamme sur la Commune de Saint-Philippe au moyen de l'octroi d'une garantie bancaire limitée de 8,5 millions d'euros.

Toutefois, l'octroi de cet engagement financier par la CASUD a été conditionné par la satisfaction des garanties financières et juridiques du porteur de projet et des différents partenaires.

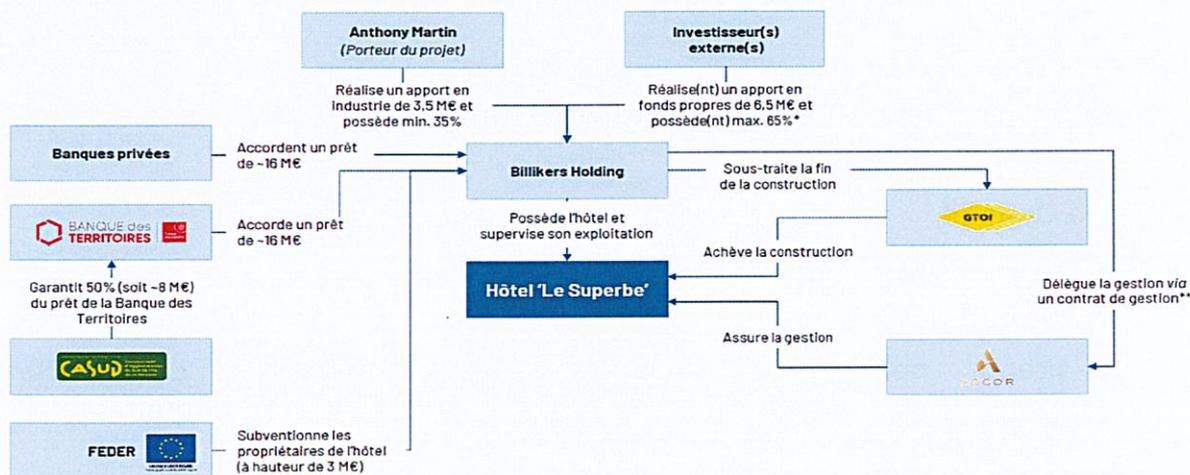
A cet effet, en vue d'obtenir une évaluation de la viabilité du projet, la CASUD a missionné un cabinet d'études pour mener une expertise technique, juridique, économique et financière de cette opération d'aménagement sur la Commune de Saint-Philippe d'un hôtel cinq étoiles positionné au croisement de l'ultra haut de gamme et de l'éco-tourisme, deux segments en croissance. L'hôtel comprendra en effet 82 villas de luxe avec piscine privative et proposera, entre autres, des services de balnéothérapie et des restaurants. De plus, il est prévu la création de 131 emplois pour faire fonctionner la structure.

Un pré-rapport a été rendu par le cabinet d'études faisant ressortir les points forts suivants :

- la pertinence du concept proposé,
- la crédibilité du montage juridique et financier proposé,
- la cohérence du business plan proposé tant sur la méthode que sur les principales hypothèses retenues,
- l'identification des principaux risques et les mesures envisagées.

Ces points sont développés dans le document joint en annexe.

Par ailleurs, le pré-rapport apporte également une vue d'ensemble des principales parties prenantes du projet (voir schéma d'organisation ci-dessous) et en particulier, sur le positionnement de la Banque des territoires qui contribuerait à hauteur de 16 millions d'euros, sous réserve de l'octroi d'une garantie bancaire de 50 % par la CASUD.



A ce stade d'avancement, le schéma de financement reste encore provisoire et les investisseurs ne sont pas définitivement connus.

La Banque des territoires est donc dans l'attente du projet définitif pour instruire la demande de financement de 16 millions d'euros. Comme pour la CASUD, l'organisme bancaire a prévu de missionner un cabinet d'études pour diligenter une expertise approfondie du projet afin d'évaluer sa viabilité économique. La Banque des territoires a accepté de communiquer son rapport d'études financières et juridiques dans le but de permettre à la CASUD de se prononcer sur la garantie bancaire.

Dès l'obtention par la CASUD du projet définitif et des documents d'analyse fournis par la Banque des territoires, le cabinet d'études sera en mesure d'établir son rapport final d'analyse.

Celui-ci sera ensuite inscrit à l'ordre du jour de la prochaine séance du Conseil communautaire pour permettre aux élus de se prononcer sur la demande d'octroi de la garantie bancaire.

Il est ainsi demandé aux élus, de prendre connaissance de l'état d'avancement de ce projet d'aménagement d'un hôtel sur la Commune de Saint-Philippe.

Il est donc proposé à l'Assemblée :

- de prendre connaissance de l'état d'avancement du projet d'aménagement d'un hôtel de haut de gamme sur la Commune de Saint-Philippe,
- de poursuivre la mission d'expertise du projet en vue de la production du rapport final,
- d'autoriser le Président ou le Vice-Président délégué à signer toutes pièces relatives à cette affaire.

Le Conseil est prié de bien vouloir en délibérer.

## **DECISION DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE**

**Le Conseil,**

**Après en avoir délibéré à l'unanimité des suffrages exprimés,**

- **prend connaissance de l'état d'avancement du projet d'aménagement d'un hôtel de haut de gamme sur la Commune de Saint-Philippe,**

- approuve la poursuite de la mission d'expertise du projet en vue de la production du rapport final,
- autorise le Président ou le Vice-Président délégué à signer toutes pièces relatives à cette affaire,
- informe que la présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif de la Réunion dans un délai de 2 mois à compter de sa publication et de sa réception par le représentant de l'Etat.

Abstention : 00

Contre : 00

Pour : 42

POUR EXTRAIT CONFORME,  
La Secrétaire de séance,



Laurence MONDON

Le Président de la CASUD,



Jacquet HOARAU



Date de mise en ligne sur le site Internet de la CASUD : 03/07/2025



# Advention

## Expertise du projet de relance du complexe hôtelier 'Le Superbe'

Document de référence

Mai 2025

Confidentiel, tous droits réservés ©2025



## Avant-propos

- Ce document est le rapport final de la mission d'expertise du projet de relance du complexe hôtelier 'Le Superbe' menée par Adventio pour la CASUD. Cette expertise technique est fournie par rapport au degré d'avancement actuel du projet (stade de « pré-projet »), une validation définitive étant nécessaire une fois le schéma de financement / les investisseurs définitivement connus.
- Adventio a été sélectionné comme partenaire de la CASUD sur ce dossier sur la base d'un ensemble d'éléments (indépendance, expertise métier, connaissance de l'industrie de l'Hospitality, habitude de travailler avec les investisseurs financiers, etc.) détaillés en annexe
- Cette étude a été conduite sur une période de deux semaines courant avril 2025 et elle s'appuie sur les sources d'information suivantes :
  - Documents et données transmises par la CASUD;
  - Sources d'informations publiques, semi-publiques et données statistiques officielles (études de marché, rapports, bases de données, publications d'acteurs de l'industrie, etc.);
  - Entretiens externes menés par Adventio spécifiquement pour ce projet.
- Conformément à la politique de confidentialité d'Adventio, les entretiens externes ont été menés de façon anonyme, sans que le nom de CASUD ne soit mentionné comme donneur d'ordre de l'étude.
- Les données et analyses de ce rapport visent à fournir une image représentative du marché et du projet mais ne sauraient être exhaustives. Si elles s'appuient sur des sources réputées fiables et à jour, Adventio n'a pas procédé à une vérification indépendante des informations fournies par les différentes sources utilisées. C'est pourquoi, Adventio ne peut garantir ni l'exactitude, ni l'exhaustivité, ni la justesse des informations contenues dans ce document et ne pourra en être tenu pour responsable.
- Le présent document a été préparé à titre informatif et ne constitue pas l'unique fondement d'une décision stratégique. Plus généralement, ce document n'induit aucune obligation pour Adventio. En particulier, Adventio ne pourra en être tenu pour responsable pour quelque perte que ce soit, directe, consécutive, ou autre, découlant de la confiance accordée à ce document.
- Le contenu de ce document est strictement confidentiel. Il est à usage exclusif de CASUD et des tiers autorisés.
- Les contacts clés d'Adventio pour ce projet sont :

**Jean-Michel SCHMITT**  
*Président Groupe & Senior Partner*  
+33 6 85 53 43 21  
jean-michel.schmitt@adventio.bp.com

**Steven RIES**  
*Vice-Président*  
+33 (0)6.76.60.87.39  
steven.ries@adventio.bp.com

---

## Introduction

**p. 3**

Présentation du concept 'Le Superbe'

p. 8

Analyse du montage juridique et financier proposé

p. 22

Evaluation des hypothèses du Business Plan

p. 28

Cartographie des risques, analyse de sensibilité et scénarios

p. 42

# Synthèse (1/2)

## Conclusions d'Advention

Sur la base des éléments analysés, Advention considère que le projet est **bien pensé / bien construit, économiquement viable et potentiellement très intéressant** pour la commune de Saint-Philippe et l'île au global (opportunité rare / unique, car elle représente un socle permettant de structurer l'offre touristique haut de gamme du sud de l'île).

### 1. Le concept proposé est pertinent :

- Les prestations proposées apparaissent bien alignées avec les attentes / standards du marché
- Le tourisme 5\* et l'éco-tourisme sont en fort développement globalement et à La Réunion
- L'offre hôtelière concurrente est limitée sur ce positionnement
- Des retombées économiques très positives sont attendues pour la commune de Saint-Philippe et pour l'île en général

### 2. Le montage juridique et financier proposé, qui reste à préciser, apparaît crédible et bien pensé :

- Ce montage est conforme aux standards des projets hôteliers capitalistiques (effet de levier dette/fonds propres, utilisation des aides publiques, etc.) et devrait motiver des investisseurs privés
- Le porteur de projet est un entrepreneur sérieux qui dispose de vrais atouts pour ce projet

### 3. Le business plan proposé par le porteur du projet est très bien construit, à la fois sur la méthode et sur les principales hypothèses retenues :

- Les hypothèses de coûts et de calendrier liées à la construction sont solides et validées par des intervenants reconnus (architecte, constructeur, etc.)
- Les hypothèses de revenus (tarif moyen par nuit, taux d'occupation des chambres, restauration, spa et événements) sont globalement réalistes / en ligne avec les performances d'établissements comparables
- Les hypothèses de coûts (effectifs, salaires moyens chargés, commissions versées aux intermédiaires, etc.) sont cohérentes et également en ligne avec les pratiques de l'industrie

### 4. Hors risques non contrôlables par le porteur de projet (ex : aléas climatiques), les principaux risques identifiés sont globalement gérables et/ou ont un impact limité :

- Le principal risque opérationnel identifié est le manque de personnel qualifié, pour lequel le porteur de projet a mis en place des mesures spécifiques
- Dans une version conservatrice sur l'ensemble des hypothèses du business plan, le projet reste attractif pour des investisseurs potentiels (en année 6 : chiffre d'affaires cible baissant de 0,7 M€ pour atteindre 17,7 M€ et marge restant proche de 10%)

Ces conclusions devront être **validées ultérieurement**, une fois le schéma de financement / les investisseurs définitivement connus.

## Synthèse (2/2)

Le niveau de confiance d'Advention dans ce projet est globalement élevé

	Principaux éléments analysés		Niveau de confiance d'Advention sur la méthode	Niveau de confiance d'Advention sur les hypothèses retenues		
Concept	<b>Concept, localisation et impact</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hôtel 5* ultra haut de gamme de 82 villas et 15 chambres, situé dans le Sud Sauvage (Cap Méchant) avec un positionnement « nature » marqué</li> <li>Génération de flux touristique et d'activité économique</li> </ul>	 Très élevé	 Elevé		
	<b>Montage juridique et financier</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Montage financier (financement de l'investissement de 68 M€) : 50% sous forme de prêt de la Banque des Territoires, 30% de subventions, 20% d'apport en fonds propres</li> <li>Montage juridique : deux options envisagées</li> </ul>		 Elevé		
	<b>Porteur du projet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anthony Martin et la société Billikers Holding</li> <li>Entrepreneur reconnu depuis plus de dix ans dans le secteur touristique et hôtelier à La Réunion</li> </ul>		 Très élevé		
Construction	<b>Coûts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Villas : devis réalisé par un entrepreneur local sur la base d'un constat d'huissier</li> <li>Bâtiment principal : coûts de construction de 11,5 M€ HT sur la base d'un chiffrage au m², piscine balnéothérapie de 3 M€ TTC et coûts supplémentaires de 1,4 M€ TTC</li> </ul>		 Très élevé	 Elevé	
	<b>Calendrier</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deux ans de travaux prévus avec un début le 15 février 2026 et une finalisation le 4 février 2028</li> </ul>			 Elevé	
Exploitation	<b>Revenus</b>	Hébergement			<ul style="list-style-type: none"> <li>Tarif moyen par nuit : 485 € ; Taux d'occupation : 63%</li> </ul>	 Relativement élevé
		F&B			<ul style="list-style-type: none"> <li>Taux de captage : 30% (restau.) – 85% (petit dej.) ; TM* 30-75 €</li> </ul>	 Elevé
		Spa			<ul style="list-style-type: none"> <li>Taux de captage : 20-30% ; TM* 70-90 €</li> </ul>	 Elevé
		Evènements			<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre de mariages : 52 par an ; prix salle : 4.000 €</li> </ul>	 Faible
	<b>Coûts</b>	Frais de personnel			<ul style="list-style-type: none"> <li>131 ETP soit ~1,3 par chambre</li> <li>Les frais de personnel devraient représenter ~19% du chiffre d'affaires total</li> </ul>	 Elevé
	Autres coûts	<ul style="list-style-type: none"> <li>Autres coûts hébergement (dont commissions agences) : ~12% du chiffre d'affaires total</li> <li>Coûts de ventes F&amp;B : ~7% du chiffre d'affaires total</li> </ul>	 Elevé			

Note : (\*) TM = ticket moyen.  
Sources : CASUD, Advention

## Contexte & objectifs de la mission

La mission vise à évaluer la viabilité du projet de complexe hôtelier 'Le Superbe'

### Contexte

- Dans le cadre de la réalisation du **projet de relance du complexe hôtelier 'Le Superbe'**, la CASUD est sollicitée par le porteur du projet (M. Anthony MARTIN) pour garantir un prêt de 15 M€ à souscrire auprès de la Banque des Territoires
- Préalablement au projet de relance actuel, il y a eu **deux grandes tentatives historiques** de faire aboutir le projet (avec des variantes) :
  - La première, qui a démarré en 2012-2013 et s'est terminée en 2016, s'appuyait sur un financement à 100% par des investisseurs chinois avec Patrick Jiang (+ sa sœur Sylvie et sa compagne Yang Shen) / Patrick Floch comme représentants / porteurs du projet
  - La seconde, qui a débuté en 2020-2021, regroupait des investisseurs réunionnais sous la houlette de la famille Ravate et réunis au sein de la SAS Capintense, avec le projet de réaliser un Eko Park Hotel
- Le Conseil Communautaire de décembre dernier a émis un premier avis de principe positif sur le dossier, sous réserve de validation. En effet, compte-tenu de cet historique / de ce passif, il s'agit de bien **comprendre les risques** et **valider la viabilité économique** de ce projet
- Au regard des enjeux financiers et budgétaires de cet engagement qui serait donné par la CASUD, la CASUD a **désigné ADVENTION pour mener une mission d'expertise du projet hôtelier**

### Objectifs

- La mission d'expertise du projet hôtelier aborde les **thématiques suivantes** :
  1. **Analyse juridique et financière** du montage proposé par le porteur du projet
  2. **Évaluation des hypothèses** retenues par le porteur du projet sur les aspects commercialisation (taux d'occupation, etc.) et **mise en perspective des scénarios retenus** avec les contraintes géographiques du lieu d'implantation (région sud-est, plus végétalisée et privée de plages)
  3. Établissement d'une **cartographie des risques** (du moins élevé au plus élevé) en fonction des scénarios financiers proposés
  4. Aide à la décision : **présentation du diagnostic aux élus** pour les aider dans leur prise de décision

## Sources utilisées

Un ensemble de sources publiques et semi-publiques ont été utilisées, complétées par dix entretiens externes

### Entretiens externes réalisés (10)

- Akoya Hotel & Spa, Responsable Commerciale
- Anthony Martin, Porteur du projet
- CCI de l'île de la Réunion, Conseiller en développement filière hébergement collectif
- CCI de l'île de la Réunion, Chargé de mission fonds tourisme durable
- Observatoire régional du tourisme de l'île de La Réunion, Chargé d'études
- Office du tourisme de La Réunion, Chargée de mission produit
- Sarana Hôtel & Spa, Responsable du service réservation
- Union des Métiers de l'Hôtellerie Restauration de La Réunion (UMIH), Chargée de mission accompagnement des hôtels et des restaurants
- Villa Delisle Hôtel & Spa, Responsable Accueil et Hébergement
- WOOD Hotel & Spa, Directrice de l'activité hébergement

### Autres sources utilisées

#### Bases de données, organismes, presse, rapports et études

- Atout France
- INSEE
- Observatoire régional du tourisme de l'île de La Réunion
- Office du tourisme de la Réunion
- Presse locale
- Urssaf
- Rapport Booking sur les tendances du tourisme durable
- Xerfi

#### Données transmises par CASUD

- Business Plan préparé par le porteur du projet
- Étude de marché réalisée par le porteur du projet
- Étude réalisée par In Extenso en 2021

Introduction

p. 3

---

**Présentation du concept 'Le Superbe'**

**p. 8**

Analyse du montage juridique et financier proposé

p. 22

Evaluation des hypothèses du Business Plan

p. 28

Cartographie des risques, analyse de sensibilité et scénarios

p. 42

## Présentation générale du projet (1/2)

Le projet vise à relancer la réalisation du complexe hôtelier 'Le Superbe' situé à Saint-Philippe à La Réunion

### Projet actuel

- '**Le Superbe**' est un projet de construction d'un **complexe hôtelier cinq étoiles sur le site du Cap Méchant**, situé dans la commune de Saint-Philippe à La Réunion
- L'hôtel comprendra de **82 villas de luxe** avec piscines privées et proposera, entre autres, des services de **balnéothérapie et des restaurants**
- L'investissement total s'élèverait à **68 M€** avec une **ouverture prévue en 2027**
- Le projet est porté par la **SAS Billikers Holding** – déjà présente dans la conciergerie et les logements saisonniers à La Réunion – et par son **Président, Anthony Martin**

### Rappel de l'historique

2013

Des **investisseurs chinois** initient la **construction d'un complexe** hôtelier de luxe composé de 81 villas sur le site du cap Méchant

2020

La **municipalité de Saint-Philippe** reprend possession du terrain et annonce son **intention de relancer le projet** en recherchant de nouveaux investisseurs

2024

La société **Billikers Holding** reprend le **projet initial** sous le nom "Le Superbe"

2017

Le chantier est finalement **abandonné**, laissant les structures inachevées à l'abandon

2022

La société réunionnaise **Capintense** propose un **projet d'éco-lodge haut de gamme** sur le site, prévoyant la réhabilitation de 51 lodges existants et la construction de 30 nouveaux, pour un investissement estimé à **45 M€**. Toutefois, ce projet **n'aboutit pas**

## Présentation générale du projet (2/2)

Le gros œuvre est entamé pour 50 des 82 villas, tandis que le bâtiment principal ainsi que les 30 autres villas restent à construire

### Quel est l'état actuel de la parcelle et du gros œuvre ?



### Quelle est la cible ?



# Analyse du concept

'Le Superbe' se distingue par son concept au croisement du très haut de gamme et de l'éco-tourisme, deux segments en croissance

## Quelles sont les principales caractéristiques du concept ?

## Le concept est-il pertinent / bien pensé ?

### Prestations ✓

<b>Hébergement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>82 villas avec piscines privées (dont 64 villas de 103 m<sup>2</sup>, 16 de 177 m<sup>2</sup> et 2 suites présidentielles de 270 m<sup>2</sup>)</li> </ul>
<b>Restauration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trois espaces de restauration (dont un restaurant gastronomique, un buffet et un bar)</li> </ul>
<b>Balnéothérapie et Spa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un circuit de balnéothérapie de 100 m<sup>2</sup> avec vue mer et douze zones</li> <li>Une offre de massage complète</li> </ul>
<b>Événementiel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deux salles de conférence et deux salles de formation</li> <li>Salle privatisable pour les mariages et les baptêmes</li> </ul>

Les **prestations** proposées apparaissent **bien alignées avec les attentes / standards** d'un établissement hôtelier 5\* :

- Chambres luxueuses, de superficie importante, avec un fort degré d'intimité et une piscine privée
- Offre de restauration variée et haut de gamme (voire gastronomique)
- Large disponibilité de services et d'infrastructures de loisir / professionnelles

### Spécificités du concept ✓

<b>Positionnement ultra haut de gamme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>'Le Superbe' se distingue par son positionnement très haut de gamme (rare à La Réunion)</li> <li>En outre, 'Le Superbe' sera le seul complexe hôtelier proposant des villas avec piscines privées à La Réunion</li> </ul>
<b>Positionnement éco-tourisme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coulée verte au cœur de l'hôtel (garantissant un accès direct à la faune et la flore locale)</li> <li>Conception écologique des villas (ex : panneaux solaires)</li> </ul>
<b>Fort ancrage local</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La décoration, la restauration et les activités (ex : source d'eau locale pour la balnéothérapie) sont liées à la culture créole</li> </ul>

'Le Superbe' est positionné **au croisement de l'ultra haut de gamme et de l'éco-tourisme**, deux segments **en croissance**

- Tourisme ultra haut de gamme**
  - Au niveau mondial, les dépenses dans les hébergements de tourisme de luxe\* devraient augmenter de +10% p.a. entre 2023 et 2030
  - Ainsi, les chambres d'hôtels de luxe devraient représenter près de 8% du parc total en 2030 (contre moins de 6% en 2020)
- Eco-tourisme**
  - France : en 2023, 82% des voyageurs pensent adopter des vacances plus responsables d'ici 10 ans
  - En France, le chiffre d'affaires des tours opérateurs orientés tourisme durable devrait croître de +10% p.a. en 2024 et en 2025

Note : (\*) Hébergement dont le prix moyen de la nuitée est supérieur à 500 €. Sources : CASUD, rapport Booking, recherches documentaires, Advention

# Clientèle visée

'Le Superbe' vise trois principales catégories de clients

## Quelles sont les grandes catégories de clientèles visées par 'Le Superbe'?

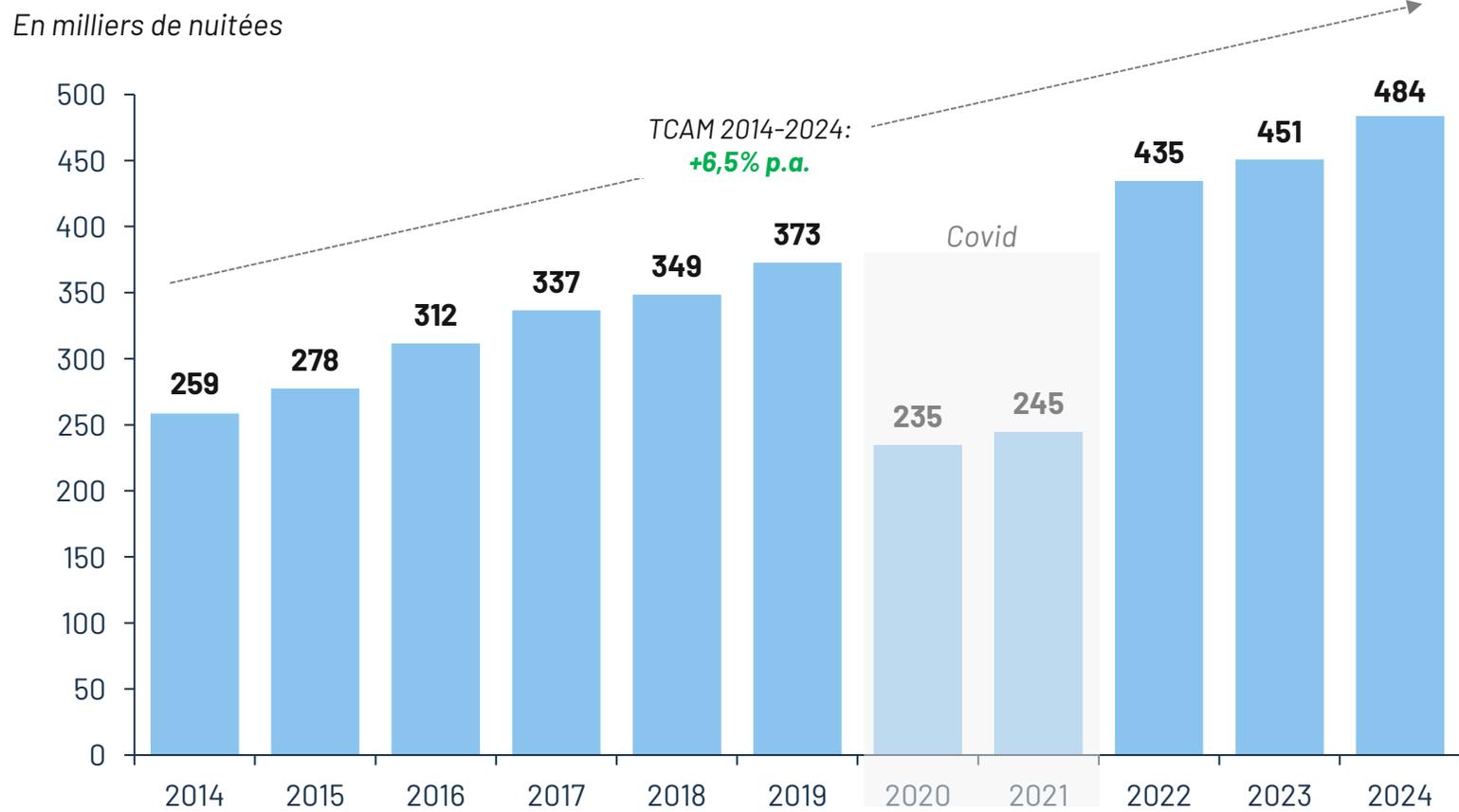
	Clientèle métropolitaine	Clientèle internationale	Clientèle locale
Profil	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>CSP++</b> issus des grandes métropoles (Paris, Lyon, Bordeaux)</li><li>• Attirés par des <b>vacances actives</b></li><li>• Sensibilité aux <b>enjeux environnementaux</b></li><li>• Potentielles <b>attaches familiales</b> à La Réunion</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Voyageurs essentiellement <b>européens</b> (hors France métropolitaine)</li><li>• <b>Fort pouvoir d'achat</b> et sensibilité à la tendance de l'<b>éco-tourisme</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Résidents <b>réunionnais aisés</b> (chefs d'entreprise, professions libérales, etc.)</li></ul>
Motivation principale	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Découverte immersive</b> de La Réunion dans un cadre <b>très haut de gamme</b></li><li>• Double attente d'<b>authenticité</b> et de <b>confort</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Découverte</b> d'une destination à la végétation luxuriante et aux reliefs variés</li><li>• <b>Alternative aux îles de l'océan indien</b> davantage positionnées sur le tourisme balnéaire (Maurice, Seychelles)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Evasion haut de gamme</b> dans un cadre confidentiel</li><li>• Quête d'un lieu d'exception pour la <b>célébration d'événements</b> importants</li></ul>
Type de séjour	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Vacances longues</b> (au moins une semaine)</li><li>• Projet de voyage réfléchi, souvent <b>réservé longtemps à l'avance</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Vacances longues</b> (au moins une semaine)</li><li>• <b>Circuits multi-étapes</b> en combinant avec Les Seychelles, Maurice voire Madagascar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Séjours courts, essentiellement sur le temps d'un <b>week-end</b></li><li>• Location d'un <b>espace à la journée</b> pour les mariages, les baptêmes et les séminaires d'entreprises</li></ul>

## Analyse de la localisation – Focus sur La Réunion (1/2)

Le secteur hôtelier haut de gamme à la Réunion est porteur, le nombre de nuitées dans les hôtels 4\* et 5\* ayant progressé de +6,5 % p.a. entre 2014 et 2024

### Comment a évolué le nombre de nuitées hôtelières à La Réunion sur le segment 4\*-5\* ?

Evolution du nombre de nuitées hôtelières à la Réunion (hôtels 4\* et 5\*, 2014-2024)



### Commentaires

- Le **segment des hôtels 4\* et 5\***, sur lequel est positionné 'Le Superbe', a progressé rapidement ces dix dernières années avec une **croissance annuelle moyenne de +6,5%**
- **Après le net ralentissement pendant les années Covid, le marché s'est rapidement rétabli**, tant en nombre de nuitées qu'en dynamique de croissance
  - « On constate depuis plusieurs années une croissance de la demande en tourisme haut de gamme : une part de la clientèle aisée de métropole se tourne de plus en plus vers un tourisme expérientiel, que propose la Réunion avec ses paysages variés entre mer et montagne. Des campagnes de promotion de l'île viennent d'ailleurs stimuler cette demande. » CCI de l'île de la Réunion, chargé de mission fonds tourisme durable
  - « Côté offre également, on note une progression : ces dernières années plusieurs hôtels haut de gamme ont ouvert. » CCI de l'île de la Réunion, conseiller en développement filière hébergement collectif

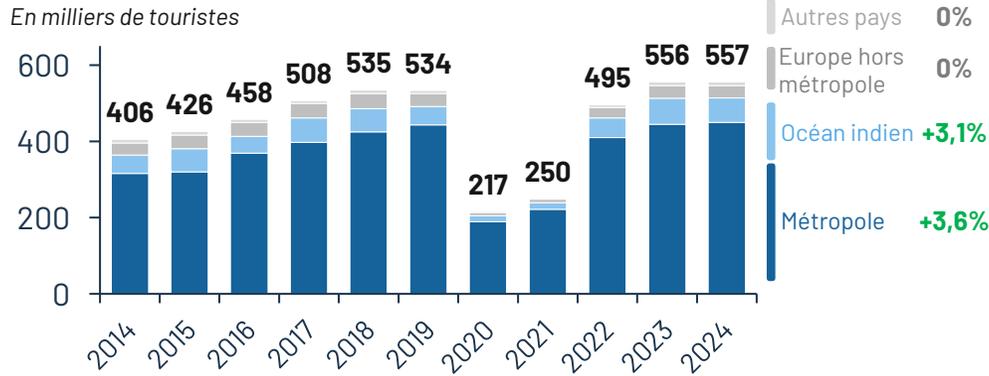
# Analyse de la localisation – Focus sur La Réunion (2/2)

Le tourisme à La Réunion a augmenté sur les dix dernières années (hors Covid) et se « premiumise »

## Quelle est l'origine des touristes\* qui viennent à La Réunion ?

### Evolution du nombre de touristes à La Réunion en fonction du pays de résidence (2014-2024)

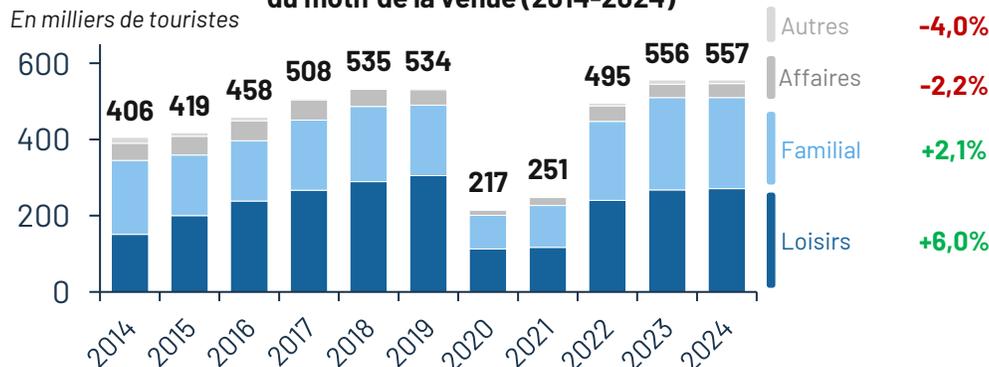
TCAM 2014-24



## Quels sont les motifs de venue des touristes\* à La Réunion ?

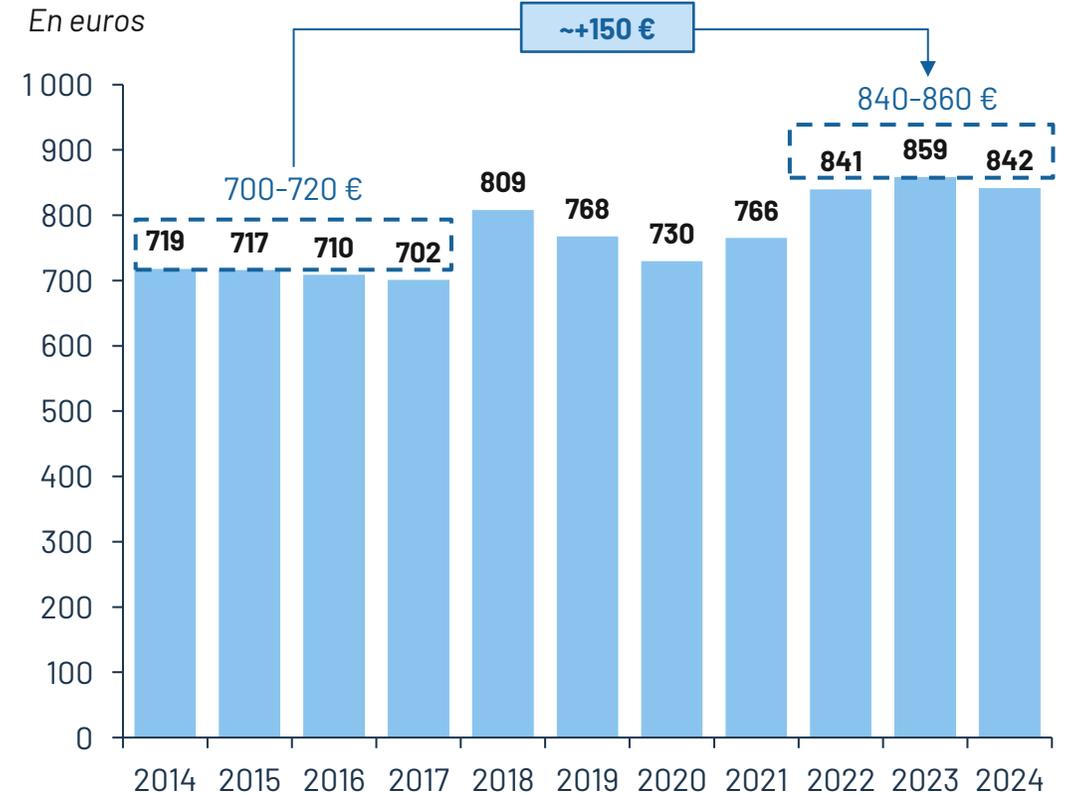
### Evolution du nombre de touristes à La Réunion en fonction du motif de la venue (2014-2024)

TCAM 2014-24



## Comment ont évolué les dépenses des touristes\* venant à La Réunion ?

### Evolution des dépenses moyennes par touriste à la Réunion (hors billets d'avion, 2014-2024)

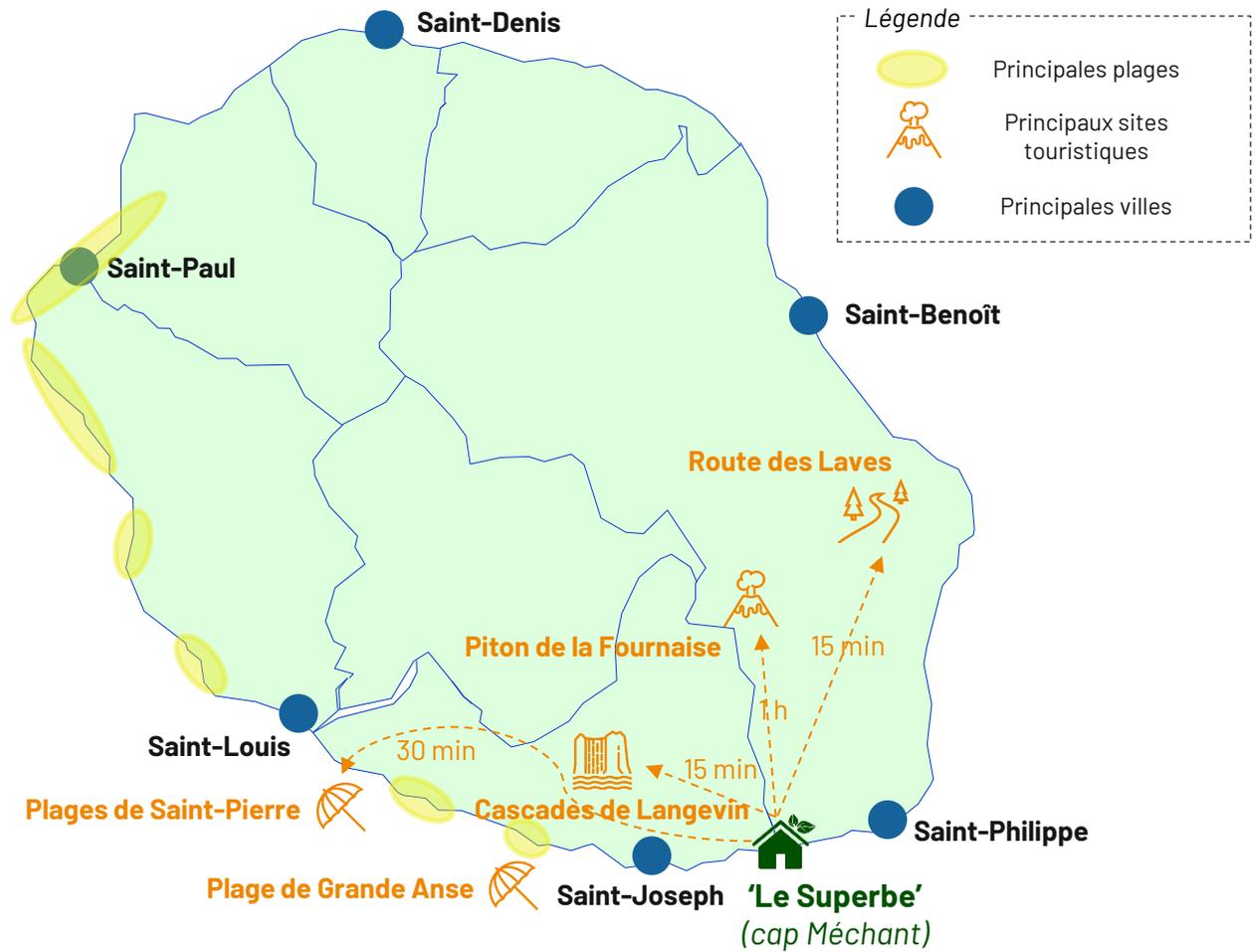


Note : (\*) Le tourisme interne, c'est-à-dire les réunionnais faisant du tourisme à La Réunion, n'est pas comptabilisé ici. Sources : Observatoire régional du tourisme (IRT), recherches documentaires, Advention

# Analyse de la localisation – Focus sur le Cap Méchant

'Le Superbe' est situé à proximité des principaux sites touristiques du Sud de la Réunion, ce qui compense l'absence de plages à proximité directe de l'hôtel

## Où est situé 'Le Superbe' à La Réunion ?



## Comment évaluer la pertinence de la localisation ?

Points positifs	Points d'attention
<ul style="list-style-type: none"> <li>Proximité de nombreux sites touristiques majeurs de La Réunion (Piton de La Fournaise, plages de Saint-Pierre, route des Laves, cascades de Langevin, plage de Grande Anse, forêt de Mare Longue, spéléologie, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absence de plage à proximité directe de l'hôtel (mais possibilité d'organiser des navettes)</li> <li>Le Sud Sauvage est encore relativement peu développé sur le plan touristique (absence de boutiques, d'animations, de restaurants à proximité immédiate)</li> <li>Présence d'un microclimat particulièrement pluvieux dans le sud de l'île</li> </ul>

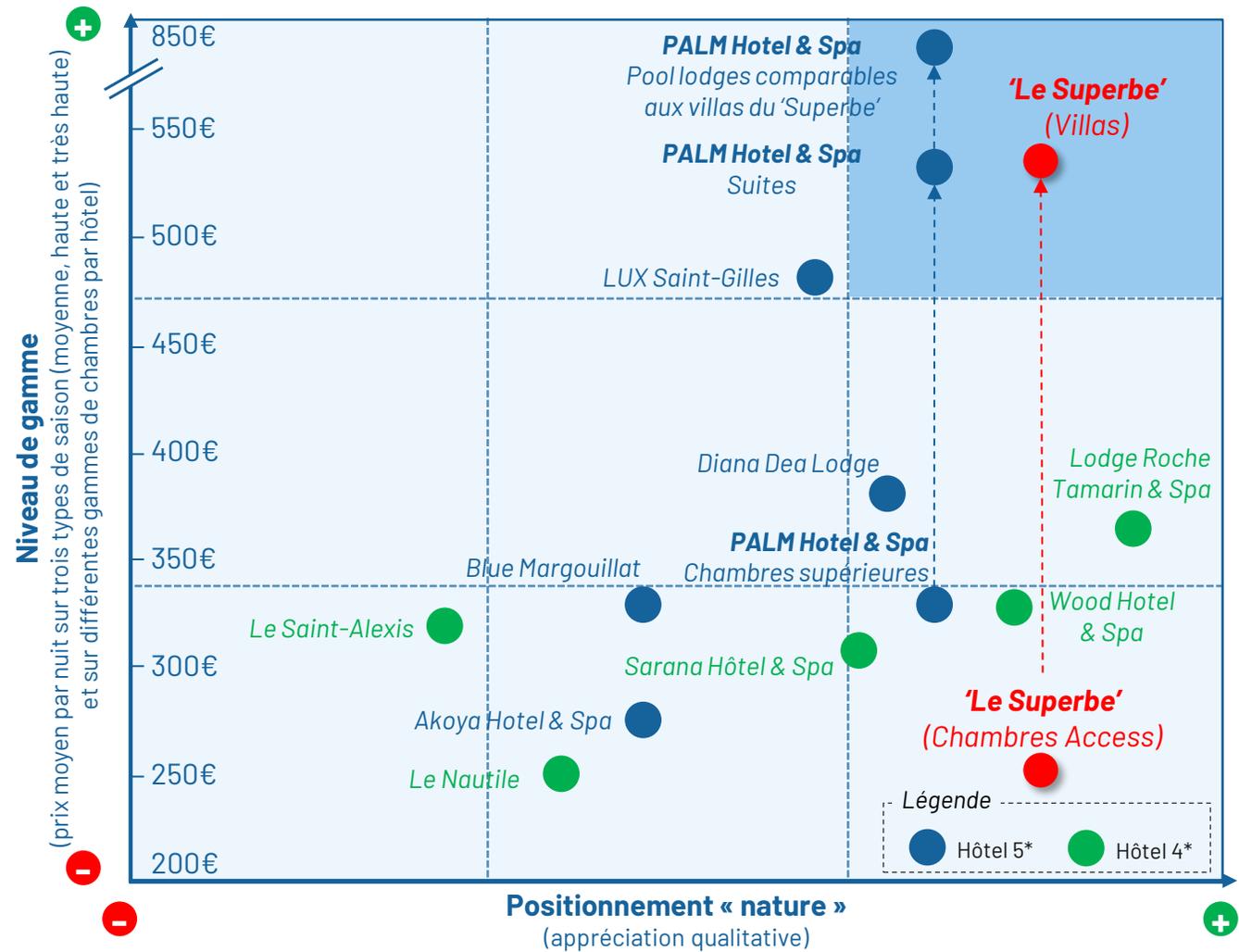
## Niveau de pertinence estimé par Advention



# Environnement concurrentiel direct (La Réunion) – Cartographie des hôtels

Au sein d'un paysage concurrentiel local restreint, 'Le Superbe' se distingue grâce à un positionnement unique à La Réunion

## Comment caractériser l'environnement concurrentiel de l'hôtel 'Le Superbe' ?



## Commentaires

- La concurrence directe / locale (i.e., île de La Réunion) est **limitée**
  - Seuls **dix établissements comparables** au 'Superbe' ont été identifiés, dont cinq hôtels 5\* et cinq hôtels 4\*
- Parmi ces établissements, 'Le Superbe' se distingue par un **positionnement unique** combinant un niveau de gamme très élevé et un positionnement « nature » particulièrement marqué
  - Le **PALM Hotel & Spa** (également situé dans le Sud Sauvage et positionné « nature ») propose des services de niveau légèrement inférieur au 'Superbe'
  - Le **LUX Saint-Gilles** propose un niveau de gamme proche de celui du 'Superbe', mais le positionnement « nature » y est moins marqué, et l'hôtel est situé dans une autre zone de l'île (Ouest)

## Environnement concurrentiel direct (La Réunion) – Focus sur les hôtels 5\*

Parmi la concurrence directe de l'hôtel 'Le Superbe', aucun établissement n'est aussi clairement positionné sur le croisement ultra-premium / éco-tourisme

### Qui sont les principaux concurrents directs (i.e., hôtels 5\*) de l'hôtel 'Le Superbe' ?

	Date de création	Localisation	Nombre de chambres	Tarif moyen par nuit*	Services proposés	Spécificités
<b>'Le Superbe'</b>	-	Saint-Philippe	81	~485€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deux restaurants et un bar, spa et services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Positionnement <b>ultra haut de gamme</b> (ex : <b>piscine privative</b> dans toutes les villas)</li> <li>Forte orientation <b>éco-tourisme</b></li> </ul>
 LUX* SAINT GILLES LA REUNION	1997	Saint-Gilles	174	450-500€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Trois restaurants et un bar, services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le LUX Saint Gilles est le seul hôtel 5* de La Réunion situé en bord de mer, niché sur la plage de l'Ermitage, offrant un <b>accès direct au lagon</b> protégé par une barrière de corail</li> </ul>
 PALM HOTEL & SPA *****	2007	Petite Ile	70	400-450€ <i>(700-900 € pour les pool lodges comparables à celles du 'Superbe')</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deux restaurants, un bar, un spa et services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Premier hôtel 5*</b> à s'être implanté dans le Sud de l'île</li> <li><b>Vue d'exception</b> sur l'océan (localisation surplombant Grande Anse)</li> <li>Premier hôtel de l'océan Indien <b>certifié « Écolabel Européen – services d'hébergements touristiques »</b></li> </ul>
 DIANA DEA LODGE *****	2008	Saint-Benoît	35	350-400€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un restaurant, spa et services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Localisation au cœur de la nature : <b>accès direct à la faune et à la flore locale</b></li> </ul>
 BLUE MARGOUILLET SAVIER HOTEL	2008	Saint-Leu	14	~330€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un restaurant (gastronomique), services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Atmosphère intimiste</b> avec uniquement 14 chambres, nichées dans une demeure créole surplombant l'océan Indien</li> <li>Restaurant gastronomique (« L'Éveil des Sens »)</li> <li>Membre de la chaîne <b>Relais &amp; Châteaux</b></li> </ul>
 AKOYA HOTEL & SPA *****	2015	Saint-Paul	104	250-300€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deux restaurants (dont un gastronomique), spa et services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Surplombant le lagon protégé de Trou d'Eau, l'hôtel est niché au cœur d'un <b>parc de 3 hectares</b>, offrant une vue panoramique sur l'océan Indien</li> <li><b>Grand espace spa</b> (650m<sup>2</sup>)</li> </ul>

Note : (\*) Approche : prix moyen sur trois types de saison (moyenne, haute et très haute) et sur les différentes gammes de chambres de chaque hôtel.

Sources : CASUD, recherches documentaires, Advention

# Environnement concurrentiel direct (La Réunion) – Profil détaillé

Le PALM, hôtel haut de gamme au positionnement « nature » situé dans le Sud de la Réunion, apparaît comme le concurrent le plus direct de l'hôtel 'Le Superbe'

## Présentation générale

- Situé à Petite-Ile, le PALM est reconnu comme l'**hôtel référent dans le segment haut de gamme du Sud** de la Réunion depuis sa création en 2007
- A l'instar du projet 'Le Superbe', le PALM a un **fort positionnement « nature »** : il a été le premier hôtel de l'océan Indien certifié « Écolabel Européen – services d'hébergements touristiques »
- La **vue imprenable sur l'océan Indien**, surplombant la **plage de Grande Anse**, est l'un des principaux atouts du PALM



## Détail des prestations

### Hébergement

- **70 chambres** haut de gamme de 34 à 140 m<sup>2</sup>
- Toutes les chambres bénéficient d'une **terrasse privée**
- L'intégralité des suites sont équipées d'un **jacuzzi** et les Pool Lodge d'une **piscine privée**



### Restauration

- **Deux restaurants**, dont un **restaurant gastronomique** à la cuisine d'inspiration réunionnaise
- **Un bar lounge**
- Un salon de détente dédié aux **dégustations de vin**



### Spa & Balnéo

- **Un spa de 435m<sup>2</sup>** comprenant notamment un hammam, un bassin à remous et un jardin tropical
- Une large offre de soins et massages avec une **gamme de produits cosmétiques conçue par l'hôtel**



### Événementiel

- Un **espace de 100m<sup>2</sup> modulable en deux salons climatisés** pour les événements professionnels



### Autres équipements et services

- **Deux piscines** dont l'une chauffée
- **Quatre hectares** de jardin
- **Une salle de fitness**
- **Une salle de jeux** pour les enfants



## Environnement concurrentiel direct (La Réunion) – Focus sur les hôtels 4\*

Cinq hôtels 4\* haut de gamme peuvent également être considérés comme des concurrents de l'hôtel 'Le Superbe' à La Réunion

### Qui sont les principaux hôtels 4\* pouvant concurrencer 'Le Superbe' ?

+ Degré de proximité avec 'Le Superbe' -	Date de création	Localisation	Nombre de chambres	Tarif moyen par nuit*	Services proposés	Spécificités
	2000	La Possession	23	~360€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un restaurant, spa et services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Positionnement « nature » fort</b> : construction entièrement en bois dans les arbres, certification « Écolabel Européen – services d'hébergements touristiques »</li> </ul>
	2019	Les Trois-Bassins	84	~340€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un restaurant, deux bars classiques et un bar à vin, spa et services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Localisation sur les <b>falaises</b> de la Pointe des Diamants</li> <li><b>Positionnement « nature » fort</b> : construction faite en grande partie de matériaux naturels bruts (bois et pierres)</li> </ul>
	2015	Salazie	31	~300€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un restaurant, un bar, spa et services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Localisation au cœur des terres</b>, entourée par les montagnes</li> <li><b>Positionnement « nature » mis en avant</b> : spa décrit comme éco-responsable</li> </ul>
	1997	La Saline les Bains	43	~250€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un restaurant, services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Accès direct à la plage</b></li> <li><b>Atmosphère créole</b> traditionnelle</li> </ul>
	1990	Saint-Paul	58	~325€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un restaurant, un bar, spa et services de massage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Accès direct à la plage</b></li> <li><b>Grands bassins de nage</b> parcourant tout l'hôtel</li> </ul>

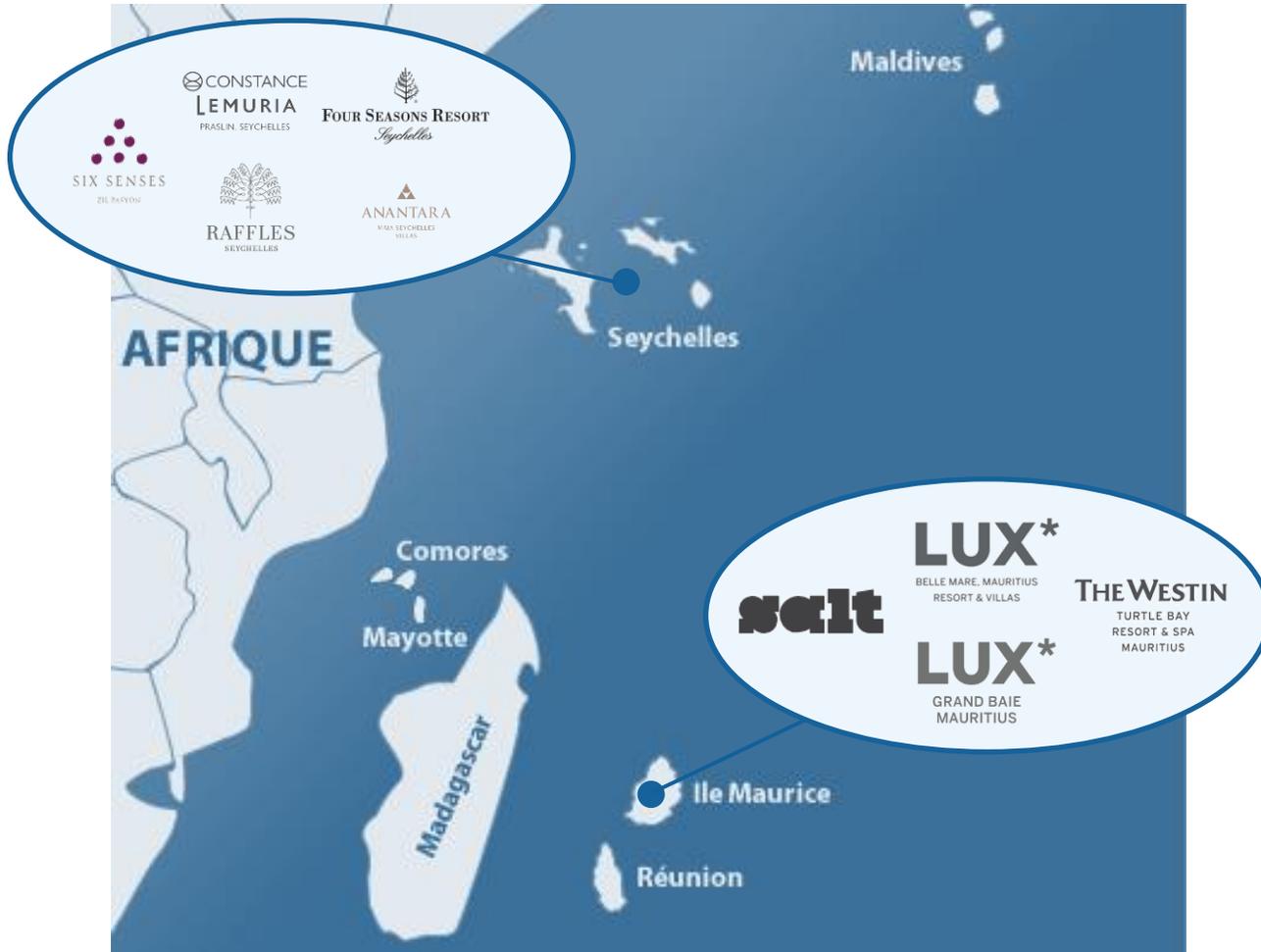
Notes : (\*) Approche : prix moyen sur trois types de saison (moyenne, haute et très haute) et sur les différentes gammes de chambres de chaque hôtel.

Sources : recherches documentaires, Advention

## Environnement concurrentiel élargi – Ile Maurice et Seychelles

A l'île Maurice et aux Seychelles, les hôtels similaires au 'Superbe' pratiquent des tarifs bien plus élevés et/ou sont moins clairement positionnée « nature »

### Quels sont les principaux acteurs de l'environnement concurrentiel élargi ?



### Commentaires

- L'île Maurice et les Seychelles comptent également des établissements haut de gamme dont certains ont un positionnement « nature »
- Cependant, les tarifs pratiqués aux **Seychelles** sont généralement **2 à 4 fois supérieurs** à ceux de La Réunion, tandis que les hôtels comparables situés à l'île **Maurice** ont un positionnement « nature » **moins marqué**

Hôtel	Tarif moyen*	
Anantara Maia Seychelles Villas	~2.000€ / nuit	Seychelles
Six Senses Zil Pasyon	~1.730€ / nuit	
Raffles Seychelles	~1.500€ / nuit	
Four Seasons Resort Seychelles	~1.400€ / nuit	
Constance Lemuria	~1.100€ / nuit	
Lux Grand Baie	~500€ / nuit	Maurice
The Westin Turtle Bay Resort & Spa	~390€ / nuit	
Lux Belle Mare	~300€ / nuit	
Salt of Palmar**	~150€ / nuit	

Notes : (\*) Prix d'entrée constatés au mois d'août ; (\*\*) Le Salt of Palmar est un hôtel 5\* moins haut de gamme que les autres hôtels identifiés mais a un fort positionnement éthique / écologique.

Sources : recherches documentaires, Advention

## Intérêt du projet pour la commune de Saint-Philippe et la CASUD

Le projet 'Le Superbe' devrait avoir des retombées économiques très positives pour la commune de Saint-Philippe, le seul point d'attention porte sur le possible impact environnemental du second projet, Aquastraline

### Quels seraient les impacts positifs du projet 'Le Superbe' pour Saint-Philippe et la CASUD ?

#### Flux touristique

- Actuellement, Saint-Philippe et le Sud de La Réunion sont des **zones de passage, peu touristiques**, notamment parce que l'offre hôtelière y est peu développée
- La création de l'hôtel 'Le Superbe' (puis du second projet d'hôtel moins haut de gamme Aquastraline) contribuerait à augmenter les flux touristiques dans cette partie de l'île

#### Activité économique

- Le projet devrait générer **plus de 130 emplois directs dont une importante partie à destination des habitants de Saint-Philippe**
  - La création d'un centre de formation par la société Billikers permettrait par ailleurs la **montée en compétence des habitants employés**
- Des **emplois indirects devraient également être créés** par le flux touristique accru (commerce, restauration, transports, etc.)

#### Environnement

- La reprise du projet vise à ré-utiliser le gros œuvre déjà construit et laissé à l'abandon, ce qui aurait **un impact paysager positif**
- La construction des nouveaux bâtiments, tout comme l'exploitation future du complexe, est pensée de façon à **limiter l'impact sur l'environnement**

### Comment évaluer l'impact du projet pour les collectivités locales ?

#### Points positifs

- Dynamisation de la commune de Saint-Philippe (flux touristiques, génération d'activité économique, création d'emplois)

#### Points d'attention

- Possible impact environnemental négatif si le second projet d'Anthony MARTIN (Aquastraline) est moins vertueux sur le plan écologique



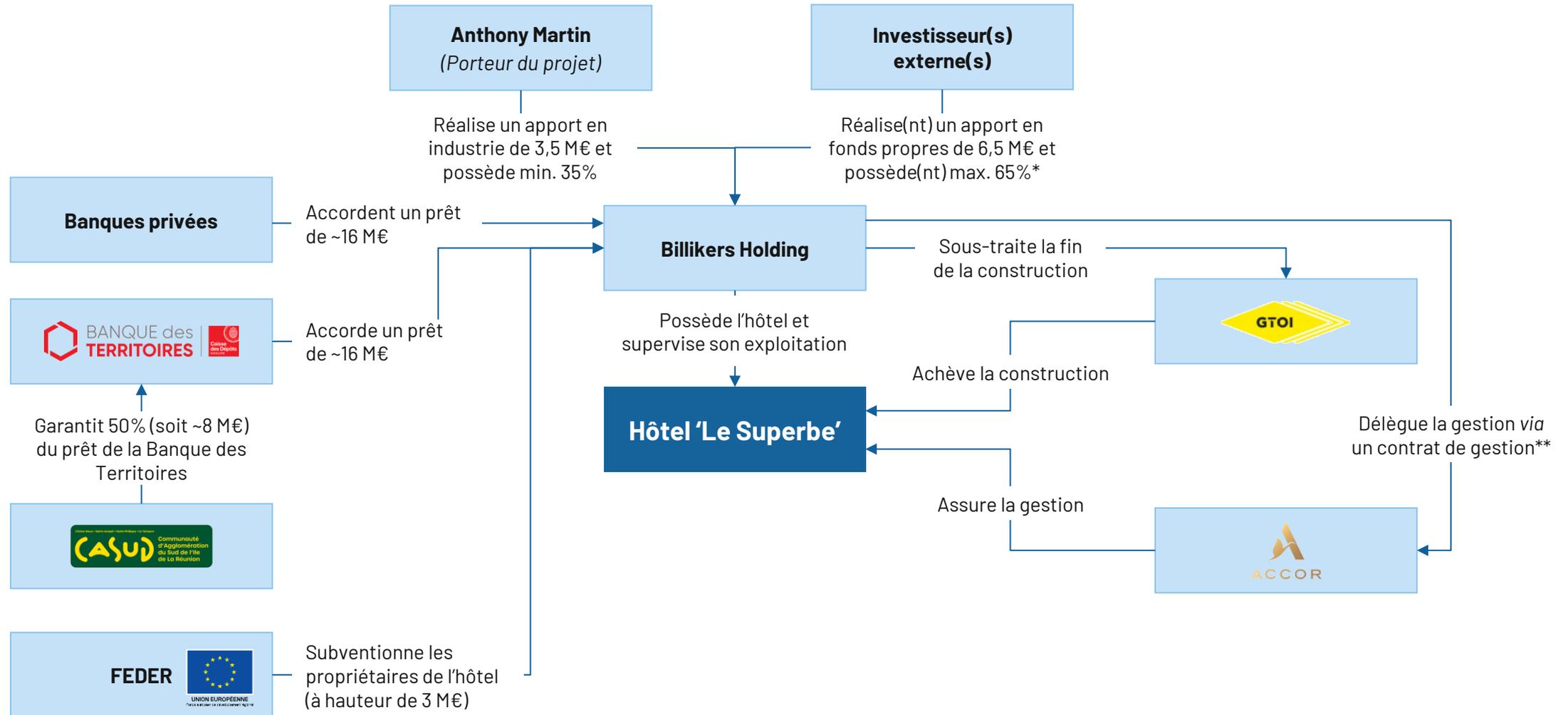
### Analyse d'Advention : impact du projet



Introduction	p. 3
Présentation du concept 'Le Superbe'	p. 8
<b>Analyse du montage juridique et financier proposé</b>	<b>p. 22</b>
Evaluation des hypothèses du Business Plan	p. 28
Cartographie des risques, analyse de sensibilité et scénarios	p. 42

## Vue d'ensemble des principales parties prenantes du projet

La CASUD pourrait garantir la moitié du prêt accordé par la Banque des territoires à Billikers Holding, société qui possède 'Le Superbe' et sera responsable de son exploitation



Note : (\*) A date, l'option privilégiée par le porteur du projet est celle d'une extension de capital de Billikers Holding permettant l'entrée d'investisseurs. Cependant, la création d'une structure ad-hoc est également possible ;

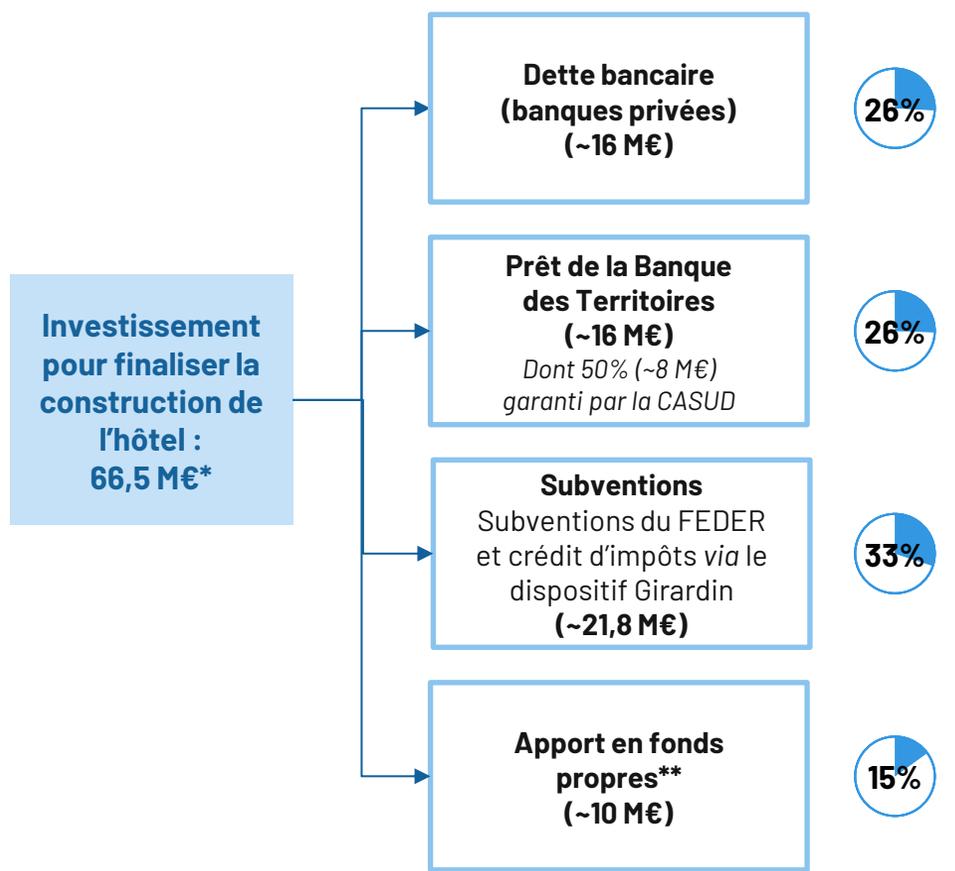
(\*\*) Il est prévu qu'ACCOR se rémunère entre 1,2 M€ et 1,5 M€ par an en fonction du chiffre d'affaires et de la marge dégagée par l'hôtel.

Sources : Anthony Martin (porteur du projet), Advention

# Montage financier envisagé

Le montage financier envisagé apparaît crédible et bien pensé

## Quel est le montage financier proposé dans le cadre de ce projet ?



## Que penser de ce montage financier ?

### Analyse « légère » (comme indiqué dans notre proposition commerciale)

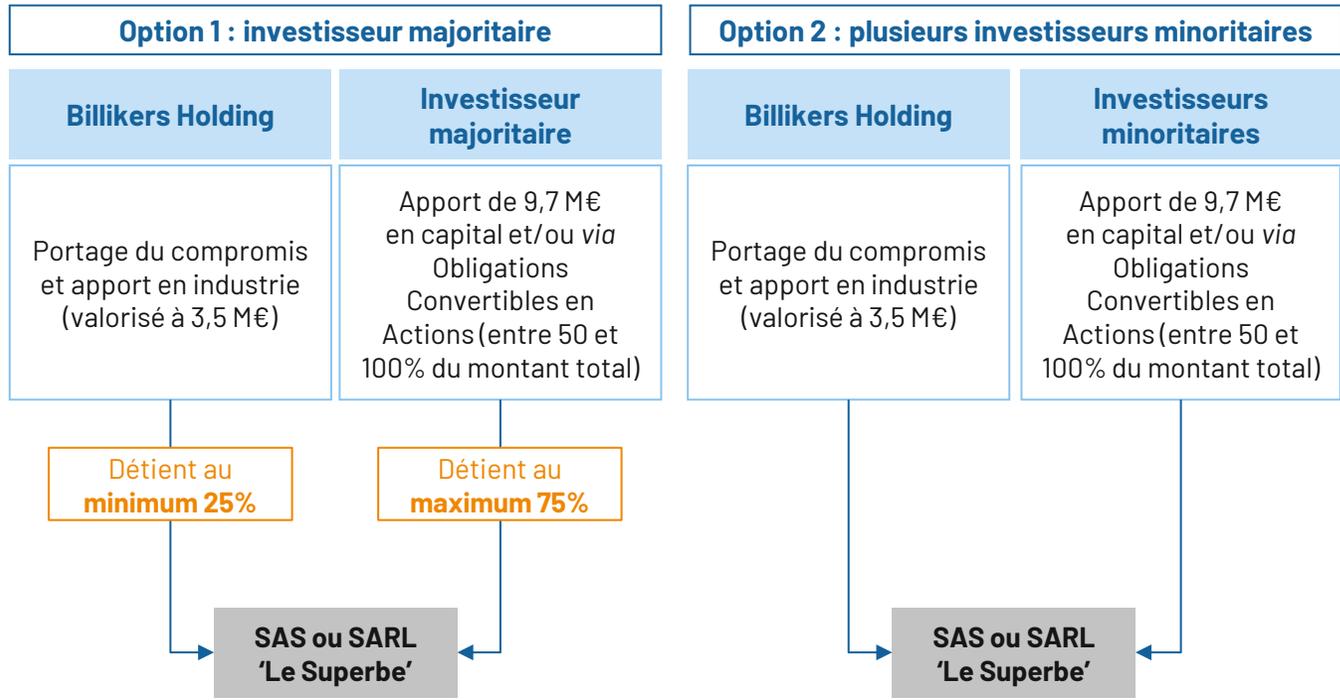
- **Points positifs :**
  - **Effet de levier optimisé** : le recours à 52% de dette long terme est conforme aux standards des projets hôteliers capitalistiques (ratio dette/fonds propres entre 1,5x et 2x habituel dans l'hôtellerie de luxe)
  - **Utilisation intelligente des aides publiques**
    - o FEDER : Cohérent avec les priorités de développement touristique des territoires ultramarins
    - o Dispositif Girardin IS : Très pertinent car orienté vers les projets structurants en Outre-mer ; peut représenter jusqu'à 30-40% du financement d'un projet éligible, notamment via le dispositif logement social réhabilité au secteur hôtelier haut de gamme
    - o Ce mix non-dilutif améliore nettement la rentabilité des apports privés et réduit la pression sur la dette
  - **Montage crédible pour attirer des investisseurs privés**
    - o 20% de fonds propres est dans la fourchette basse mais acceptable pour des family offices ou fonds PE cherchant à se positionner sur des actifs de diversification à forte valorisation potentielle (immobilier, tourisme, « greenfield »)
    - o La présence de la Banque des Territoires et de financements publics renforce la crédibilité du projet auprès des investisseurs privés, en abaissant leur risque perçu (effet de "sponsor public")
- **Points de vigilance :**
  - **Montant élevé de levée en fonds propres (10 M€)** : ambitieux pour un projet « greenfield » sans « track-record » local, surtout dans un secteur exposé (tourisme). Il sera probablement nécessaire de trouver un investisseur « anchor » pour crédibiliser le tour de table
  - **Délais d'obtention du Girardin** : Très technique, nécessite une structuration juridique & fiscale pointue ; dépend de la validation des montages par Bercy et/ou l'ANC

Notes : (\*) Incluant également un prêt mobilier d'un montant de 2,9 M€ ; (\*\*) A cet apport en fonds propres s'ajoute un apport en industrie de la société Billikers Holding à hauteur de 3,5 M€.  
Sources : Anthony Martin (porteur du projet), Advention

# Montage juridique envisagé

Le montage juridique envisagé présente de nombreux points positifs

## Quel est le montage juridique envisagé dans le cadre de ce projet ?



## Que penser de ce montage juridique ?

### Analyse « légère » (comme indiqué dans notre proposition commerciale)

#### Points positifs :

- **Apport en industrie valorisé intelligemment**
  - L'apport du porteur de projet (3,5 M€) via acquisition du foncier, études, structuration, droits attachés au permis est logique dans un schéma greenfield
  - Cela permet de reconnaître l'effort de développement sans décaissement immédiat, tout en structurant un alignement d'intérêts entre le porteur et l'investisseur
- **Utilisation possible des obligations convertibles (OC)**
  - Utilisation fréquente dans l'hôtellerie, notamment avec des family offices ou fonds de Private Equity
  - Très souple pour l'investisseur : il peut différer l'entrée au capital, bénéficier d'un effet de levier sur la valorisation, et sécuriser son exposition si le projet échoue
  - Peut également éviter une dilution trop rapide du porteur, notamment en phase de pré-commercialisation ou d'appel de fonds progressifs
- **Droits renforcés pour l'investisseur** : structure crédible pour attirer des investisseurs exigeants, qui cherchent à contrôler les décisions stratégiques, tout en bénéficiant du savoir-faire local du porteur

#### Points de vigilance :

- **Valorisation de l'apport en industrie** : risque de désalignement si le foncier est surévalué ou si les études ne sont pas valorisables en cas de sortie anticipée
- **Gouvernance en cas d'OC** : Si les OC représentent une part importante (> 50%), la gouvernance pourrait être floue tant que la conversion n'a pas eu lieu

## Profil du porteur de projet (1/2)

Le porteur de projet est un entrepreneur sérieux qui dispose de vrais atouts pour ce projet

### Quel est le profil du porteur de projet ?



- Anthony Martin est un **entrepreneur réunionnais** actif dans le secteur du **tourisme** et de **l'hôtellerie**. Il est le fondateur de **Billikers**, une entreprise spécialisée dans la gestion de **locations saisonnières** et **l'investissement immobilier**
- Anthony Martin souhaite jouer un **rôle significatif** dans le **développement du secteur touristique** à La Réunion et dans la région de l'océan Indien, en initiant des projets innovants pour promouvoir le tourisme durable et de qualité

#### Projets majeurs :

- **Smart Immo :**
  - Fondée en 2013, cette société est la première agence de location saisonnière à La Réunion
  - En octobre 2013, Anthony Martin a été le premier professionnel réunionnais à référencer des biens en location de courte durée sur Expedia et Booking (plateformes jusque-là réservées aux hôteliers)
- **Billikers :**
  - Au fil du temps, Smart Immo devient Billikers, acteur local reconnu dans la gestion de résidences touristiques et de villas haut de gamme
  - Billikers a employé jusqu'à 25 collaborateurs travaillant dans des fonctions d'accueil, de gouvernance, de maintenance, de gestion client et de revenue management
  - Les activités de Billikers ont par ailleurs dépassé la gestion de logement via notamment le développement d'une agence immobilière spécialisée dans les biens de tourisme
  - Du fait d'une évolution du marché rapide vers une offre très haut de gamme qu'elle ne proposait pas, Billikers a dû cesser son activité (aucun fournisseur ni propriétaire n'a eu à subir d'impayé et tous les séjours réservés des locataires ont été honorés)
- **Billikers Holding :**
  - En 2024, Anthony Martin fonde Billikers Holding afin de s'adapter à la nouvelle donne haut de gamme de La Réunion
  - En octobre 2024, le maire de Saint-Philippe a annoncé avoir retenu l'offre de Billikers Holding et de son Président Anthony Martin pour la reprise du projet de l'hôtel 'Le Superbe'
  - Par ailleurs, la société inaugurera en août 2025 'Le domaine des Manguiers', une résidence labellisée 5\* à St-Gilles

### Comment évaluer la crédibilité de son profil au regard du projet ?

#### Points positifs

- Profil sérieux disposant d'une vraie expertise dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme (*détail en page suivante*)
- Entrepreneur à succès / ayant déjà démontré sa capacité à faire décoller des activités qu'il a lancées
- Fort ancrage local à La Réunion

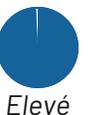
#### Points d'attention

- Solidité financière / apport de fonds propres personnels / capacité à réunir les financements requis

#### Niveau de crédibilité perçu par Advention



Faible

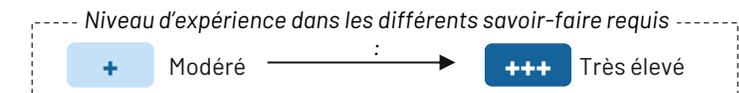


Elevé

## Profil du porteur de projet (2/2) – Focus sur les compétences

Le porteur de projet semble disposer de l'ensemble des compétences requises pour mener le projet à bien

Quelles sont les principales compétences requises pour mener ce projet à bien ?	Le porteur de projet paraît-il posséder ces compétences ?
Gestion d'exploitations hôtelières	++ <ul style="list-style-type: none"><li>Gestion de plusieurs résidences de tourisme et villas de standing qui ont amené <b>Billikers</b> à fonctionner sur un modèle équivalent à celui d'un <b>hôtel décentralisé</b>, employant jusqu'à 25 collaborateurs dans des fonctions liées à la <b>gestion d'une exploitation hôtelière</b> (accueil, gestion client, maintenance, etc.)</li></ul>
Maîtrise de programmes immobiliers et des règles d'urbanisme (pour les relations avec le promoteur immobilier qui doit construire le projet)	++ <ul style="list-style-type: none"><li>Implication dans la <b>construction du 'Domaine des Manguiers'</b>, une résidence labellisée 5* à St-Gilles que Billikers compte ouvrir en Août 2025 et qui a été réalisée en <b>collaboration avec l'architecte de renommée internationale Eric Chavoix</b></li></ul>
Capacité à élaborer des Business Plan	+++ <ul style="list-style-type: none"><li>Réalisation de <b>plusieurs business plan intégrant les standards comptables USALI* pour des projets hôteliers</b> et des résidences de tourisme <b>toujours en activité (dont certaines depuis près de dix ans) à La Réunion</b></li></ul>
Négociations de structuration financières avec les fonds d'investissements	+ <ul style="list-style-type: none"><li><b>Solide réputation</b> auprès des <b>établissements bancaires locaux</b> ayant permis à l'ensemble des projets gérés par Billikers de <b>trouver des financements</b></li><li>La capacité du porteur de projet à mener des négociations avec des <b>fonds d'investissements privés</b> reste à démontrer</li></ul>
Négociations avec les pouvoirs publics locaux	++ <ul style="list-style-type: none"><li><b>Relation de confiance et communication transparente établies</b> avec les collectivités locales à La Réunion, dont la <b>mairie de Saint-Philippe</b></li></ul>



Note : (\*) Les standards comptables USALI (Uniform System of Accounts for the Lodging Industry) sont un référentiel comptable spécifique à l'hôtellerie, utilisé pour structurer et comparer la performance financière des hôtels.

Sources : recherches documentaires, Anthony Martin (porteur du projet), Advention

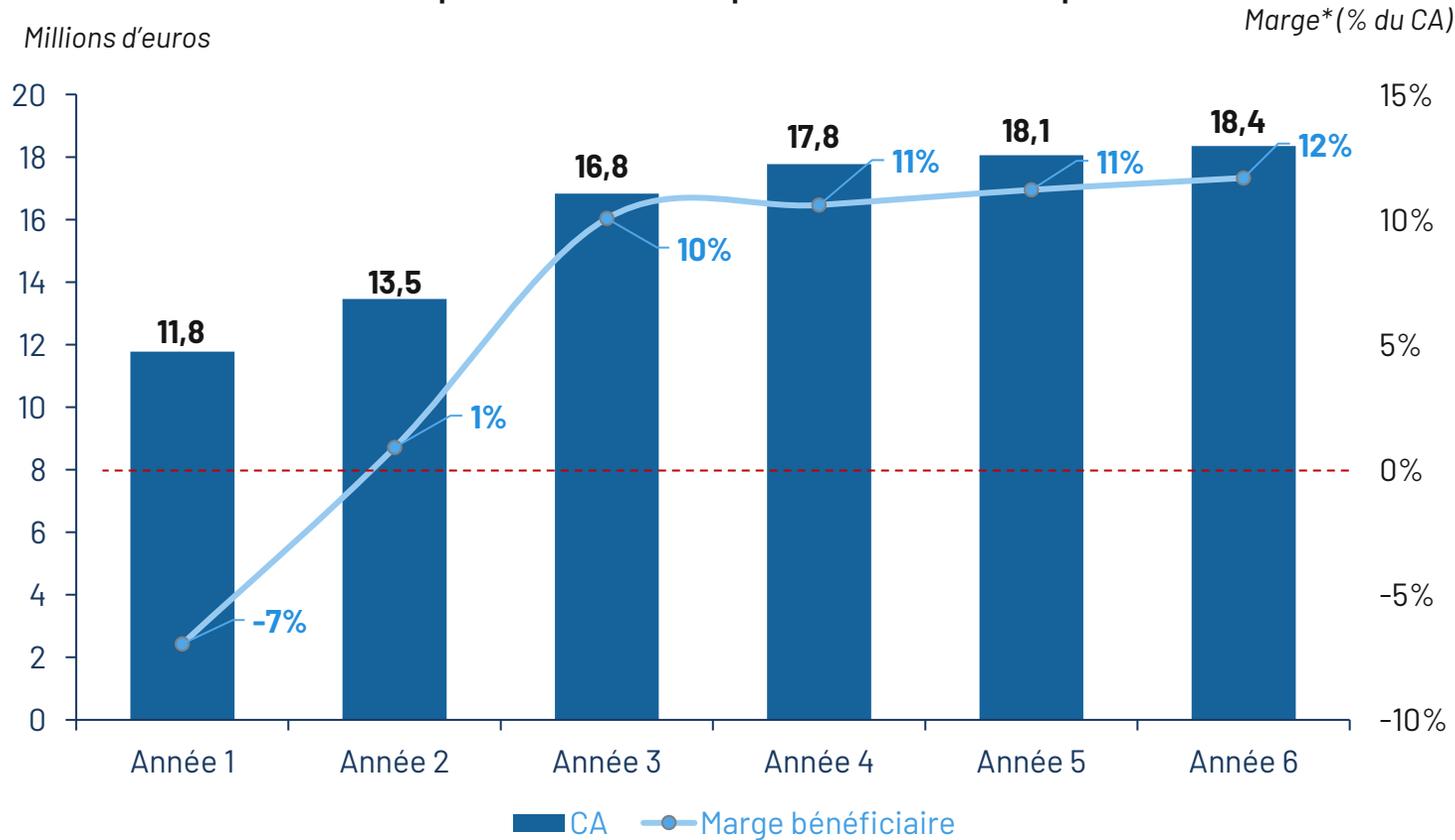
Introduction	p. 3
Présentation du concept 'Le Superbe'	p. 8
Analyse du montage juridique et financier proposé	p. 22
<b>Evaluation des hypothèses du Business Plan</b>	<b>p. 28</b>
Cartographie des risques, analyse de sensibilité et scénarios	p. 42

## Présentation du business plan

En année 6, le business plan prévoit un chiffre d'affaires annuel de 18,4 M€, pour un résultat net de 2,1 M€

### Quelle est la trajectoire de revenus et de profitabilité visée dans le business plan ?

Evolution du chiffre d'affaires et de la marge sur les six premières années d'exploitation de l'hôtel 'Le Superbe'



### Commentaires

- Le business plan prévoit une période de **montée en charge** pour atteindre **18,4 M€ de chiffre d'affaires** lors de la sixième année
- L'exploitation de l'hôtel 'Le Superbe' **deviendrait rentable à partir de la deuxième année** avec une **marge bénéficiaire de 1%**
- Il est prévu que cette marge bénéficiaire atteigne 12% lors de la sixième année, soit un **résultat net de 2,1 M€**

# Hypothèses analysées

L'analyse menée par Advention a porté sur les hypothèses liées à la construction ainsi qu'à l'exploitation de l'hôtel

## Quelles sont les principales hypothèses liées à la construction ?

- Hypothèses liées aux **villas**
- Hypothèses liées au **bâtiment principal**
  - Partie bâtiment
  - Partie terrasse
  - Partie technique



## Quelles sont les principales hypothèses liées à l'exploitation ?

	Hébergement	Restauration	Spa	Evénements
Hypothèses de <b>revenus</b>	Prix moyen par nuit	Ticket moyen par personne	Ticket moyen par personne	Nombre d'événements
	Taux d'occupation	Taux de conversion / capture	Taux de conversion / capture	Revenu moyen par événement
Hypothèses de <b>coûts</b>	Frais de personnel			
	Commissions reversées aux intermédiaires	∅		
	Autres charges			
	Coûts de marketing / communication			



- Recherches documentaires ciblées (ex : études sectorielles disponibles sur le marché de l'hôtellerie à la Réunion, analyse des tarifs pratiqués par les hôtels comparables, etc.)
- Entretiens externes approfondis avec des hôtels similaires et des experts du marché (ex : offices du tourisme de La Réunion, groupes de construction implantés sur l'île, etc.)

# Construction – Coûts estimés

L'estimation des coûts de construction repose sur des méthodes éprouvées et faisant appel à des intervenants reconnus

## Quels sont les coûts de construction estimés pour le projet ?

- Villas**
  - Les coûts nécessaires à la finalisation des villas ont été établis sur la base d'un **devis** réalisé par E-case Construction (**entrepreneur local**)
    - Ce devis a été réalisé sur la base d'un constat d'huissier sur l'état du bâti existant et une visite du site en 2024
  - Des **coûts supplémentaires** ont également été pris en compte (centrale photovoltaïque, ameublement, placards, têtes de lit, chauffe-eau solaire et piscine) pour un total de **65.000 € TTC par villa**
- Bâtiment principal**
  - Les coûts de construction du bâtiment principal s'élèvent à **11,5 M€ HT**
  - L'estimation a été faite sur la base d'un **chiffrage des coûts de construction au m²** :
    - Parties commerciales et chambres : 2.500 € HT / m²
    - Partie en sous-sol : 1.200 € HT/ m²
    - Terrasses couvertes : 700 € HT/ m²
  - Un coût de **3 M€ TTC a été estimé pour la piscine balnéothérapie** et les cinq cabines de massage
  - Des **coûts supplémentaires** ont été pris en compte (ameublement, bureaux, laverie, matériels et outillage, cuisines, ascenseurs et monte-charges) pour un total de **1,4 M€ TTC**

Analyse critique de la méthode 

## Ces coûts paraissent-ils réalistes / bien estimés ?

- L'estimation des coûts associés aux villas apparaît bien faite** : E-case Construction est un constructeur (CMI\*) reconnu à la Réunion qui disposait des documents nécessaires pour établir un devis sérieux
- L'estimation des **coûts associés au bâtiment principal** repose sur une **méthode classiquement utilisée** dans la construction hôtelière et apparaît **bien alignée avec les standards du marché**
- De plus, une **marge de sécurité de 5%** a été ajoutée à l'ensemble des postes de coûts, ce qui ajoute un degré de prudence supplémentaire à l'estimation globale
- Les honoraires d'architecte, de bureau d'étude, de designer d'intérieur, d'Assistance à Maîtrise d'Ouvrage (AMO), de contrôle technique, d'assurances ainsi qu'une marge pour le promoteur immobilier ont également été pris en compte dans le business plan



## Niveau de confiance d'Advention

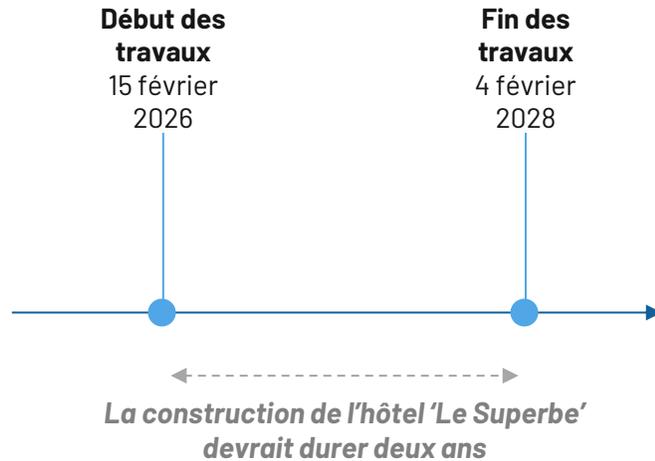


Note : (\*) CMI : Constructeur de Maison Individuelle. Sources : Anthony Martin (porteur du projet), recherches documentaires, Advention

## Construction – Calendrier prévu

La construction de l'hôtel 'Le Superbe' devrait durer deux ans, une hypothèse réaliste au vu de projets comparables

### Quel est le calendrier visé pour achever la construction de l'hôtel ?



### Ce calendrier paraît-il réaliste ?

- Les deux ans prévus pour achever la construction de l'hôtel 'Le Superbe' semblent être une bonne estimation au regard de l'historique de certains projets comparables à La Réunion :

Projet	Type	Délai annoncé	Délai réel	Comparabilité avec 'Le Superbe'	Commentaires
Wood Hotel & Spa	4* (boutique)	24 mois	22 mois	+++	84 chambres (dont des villas avec piscines privées), construites avec des matériaux éco-responsables et situé comme 'Le Superbe' à flanc de falaise
Diana Dea Lodge (extension)	5* (boutique)	~18 mois	~24 mois	+/- (illustratif)	Travaux en site isolé, adaptation au relief
LUX Saint Gilles (rénovation)	5* (resort)	12 mois (rénov.)	14-16 mois	+/- (illustratif)	Infrastructure existante, mais retards logistiques
PALM Hotel & Spa (extension)	Villas + spa	18-24 mois	~30 mois	+/- (illustratif)	Surélévation & contraintes environnementales

### Niveau de confiance d'Advention



# Exploitation – Hébergement – Tarif moyen par nuit

Le tarif moyen par nuit est positionné dans la fourchette haute des standards haut de gamme de La Réunion, ce qui paraît relativement ambitieux au vu de l’emplacement encore peu touristique et isolé de l’hôtel

## Quelles sont les principales hypothèses de revenus ?

- **Tarifs moyens par nuit** en fonction du **type de chambre** et de la **saison** (en année 6) :

	Nombre de nuits	Chambres classiques <i>15 chambres</i>	Pool Suite <i>64 chambres</i>	Pool Suite Lux <i>16 chambres</i>	Premium Villa <i>2 chambres</i>
Très haute saison	15	250-300 €	690 €	800 €	2.860 €
Haute saison	165	200-250 €	515 €	630 €	2.290 €
Moyenne saison	180	180-200 €	460 €	515 €	2.050 €

- Ces tarifs se traduisent par une **moyenne pondérée\* de 485 € la nuit**
- Le prix moyen et la gamme de prix sont décrits comme **bien positionnés par rapport à la concurrence des hôtels 4\* et 5\*** à la Réunion (qui affichent des tarifs compris entre 350 € et 1.200 € par nuit)
- En outre, le positionnement prix est décrit comme **justifié** par la localisation unique, des services haut de gamme différenciants et une concurrence locale limitée

Tarif moyen par nuit

Analyse critique de la méthode

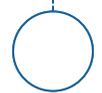
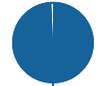


## Analyse critique des hypothèses

- Le tarif de 485 € est positionné dans la **fourchette haute** des standards haut de gamme de La Réunion (en particulier pour un **emplacement encore peu touristique et isolé** comme Saint-Philippe)
  - À La Réunion, les 5\* en zone balnéaire (côte Ouest) peuvent justifier des tarifs moyens par nuit de plus de 500 €, ce qui est moins évident pour la côte Sud-Est, encore peu développée touristiquement et moins bien desservie (voir page suivante pour une analyse plus détaillée)
- Le ‘Superbe’ dispose cependant d’**atouts différenciants** qui pourraient contribuer à augmenter la valeur perçue du site :
  - Service ultra premium (spa, restaurant gastronomique, etc.)
  - Positionnement « nature » avec un storytelling fort
  - Villas spacieuses avec piscines privées (unique à La Réunion)
- Au global, le tarif moyen par nuit paraît **relativement ambitieux** et, s’il est maintenu à ce niveau, pourrait se traduire par un taux d’occupation inférieur à la moyenne du segment 5\*

## Niveau de confiance d’Advention

Elevé



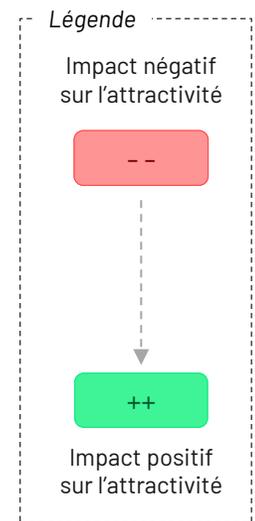
Faible

Note : (\*) Moyenne pondérée en fonction du type de chambre et de la saison.  
 Sources : CASUD, recherches documentaires, entretiens, Advention

# Exploitation – Hébergement – Tarif moyen par nuit – Attractivité de la zone Cap Méchant /

Situé sur le Cap Méchant, 'Le Superbe' attirera des touristes en quête d'authenticité et bénéficiera d'une concurrence limitée, mais il devra faire face à une accessibilité limitée et à une offre touristique locale restreinte

Critère d'attractivité	Évaluation du Cap Méchant	Commentaires
Offre touristique locale	--	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nature brute (coulées de lave, jardin botanique), <b>peu d'activités balnéaires ou de shopping haut de gamme</b>, faible densité de restaurants, d'activités nocturnes, etc.</li> <li>Cela réduit l'attrait pour les clientèles luxe recherchant variété et commodités</li> </ul>
Accessibilité	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zone <b>splendide sur le plan naturel</b>, mais très <b>éloignée des flux touristiques habituels</b></li> <li>Temps de route important depuis l'aéroport (~2h15), route sinueuse, zone volcanique peu desservie</li> <li>Très <b>peu d'infrastructures</b> alentours (ce qui limite les séjours courts ou impulsifs)                         <ul style="list-style-type: none"> <li>« Le Sud de l'île, et notamment la zone de Saint-Philippe, attire les touristes pour son aspect très peu construit, sauvage. Le pendant de cela c'est qu'il s'agit d'une zone moins développée, avec peu d'infrastructures. » Office du tourisme de La Réunion, Chargée de mission produit</li> </ul> </li> </ul>
Demande cible	+	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'attractivité du Sud-Est est très forte sur le plan paysager (volcan, coulées de lave), mais <b>pas encore perçue comme une destination de séjour prolongé</b> (tourisme plutôt de passage)</li> <li>La clientèle cible sera donc constituée de voyageurs en quête d'authenticité, <b>clients européens CSP++ recherchant du dépassement</b> :                         <ul style="list-style-type: none"> <li>« Le segment de la clientèle aisée recherchant des voyages expérimentiels et liés à la nature est encore étroit, mais en croissance. » CCI de l'île de la Réunion, chargé de mission fonds tourisme durable</li> </ul> </li> </ul>
Concurrence directe	+	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Faible à nulle</b> sur cette zone spécifique (avantage pour la différenciation, mais contrainte pour le pricing)                         <ul style="list-style-type: none"> <li>« L'essentiel des hôtels très haut de gamme et pratiquant les tarifs les plus élevés sont situés à l'Ouest et au Sud-Ouest de La Réunion. Il n'y en a pas dans le Sud Sauvage, même si le Palm est à la limite. » Sarana Hôtel &amp; Spa, Responsable du service réservation</li> <li>« La concurrence sur le très haut de gamme est déjà limitée sur l'ensemble de La Réunion alors si l'on se focalise sur le Sud Sauvage, on peut dire qu'elle est presque nulle. » Observatoire régional du tourisme de l'île de La Réunion, Chargé d'étude</li> </ul> </li> </ul>



# Exploitation – Hébergement – Taux d’occupation

Le taux d’occupation visé semble réaliste

## Quelles sont les principales hypothèses de revenus ?

**Taux d’occupation**

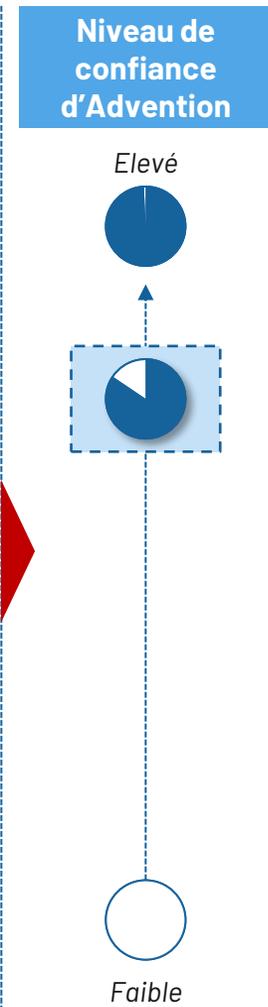
Analyse critique de la méthode



- **Taux d’occupation envisagé : 63%** à partir de la troisième année (après montée progressive)
- **Hypothèses présentées comme conservatrices** au regard des taux d’occupation moyens des autres hôtels de La Réunion :
  - **85%** pour les hôtels 4\* et 5\*
  - **72%** pour Le Palm
  - **62%** pour le Sarana Hôtel & Spa (ouvert en 2022)

## Analyse critique des hypothèses

- Compte tenu du **tarif moyen par nuit** et du **benchmark** réalisé (voir détail en page suivante), le **taux d’occupation visé apparaît réaliste** bien que positionné dans la fourchette haute pour un établissement relativement isolé et nouveau, sur un segment peu mature dans cette zone de l’île
- Ce taux d’occupation de 63% sera **d’autant plus atteignable** que :
  - Un **storytelling fort** positionne l’hôtel comme une destination avec « expérience immersive » (et pas juste hébergement)
  - Un **effort important de commercialisation** (B2B et B2C) est engagé dès l’ouverture (agents luxe, MICE, wellness retreats, etc.)
  - Des offres sont bâties pour **fidéliser les clients** (clients réunionnais en week-end bien-être, partenariats TO, offres packages, etc.)



Notes : (\*) A partir de l’année 3 ; (\*\*) En 2023.  
 Sources : CASUD, recherches documentaires, entretiens, Adventio

# Exploitation – Hébergement – Benchmark du taux d’occupation

Sur la base du benchmark réalisé, un taux d’occupation de 63% est réaliste

Benchmarks de taux d’occupation à La Réunion et dans l’hôtellerie luxe insulaire		
Zone / Segment / Établissement	Taux d’occupation annuel moyen	Source / Remarque
<b>Hôtels 5* La Réunion (2023)</b>	60% <i>(les hôtels situés autour de la zone balnéaire de Saint-Gilles connaissent des taux d’occupation supérieurs à ceux des hôtels situés dans le sud)</i>	INSEE Réunion, Atout France, observatoires touristiques locaux
<b>Hôtels 4*/5* zones balnéaires (Ouest)</b>	60-65 % (en saison) / ~50 % (hors saison)	Majoritairement concentré à Saint-Gilles
<b>PALM Hotel &amp; Spa</b>	65-70%	Données indirectes <i>via</i> plateformes & saisonnalité région Sud
<b>Moyenne Outre-mer luxe (Caraïbes, Réunion, Pacifique)</b>	55-60 %	Benchmarks Hospitality

- Un taux d’occupation de **63% est dans la fourchette haute** des taux constatés lors du benchmark mais **semble atteignable du fait du positionnement du ‘Superbe’** sur le segment porteur de l’éco-tourisme
  - « *La demande pour l’éco-tourisme et le tourisme dit expérientiel augmente depuis plusieurs années à La Réunion, c’est notamment vrai sur le segment très premium.* » CCI de l’Ile de la Réunion, chargé de mission fonds tourisme durable
- Les hôtels 5\* à La Réunion atteignent **60-65% en rythme de croisière**, et ceux qui sont très bien établis sur la côte Ouest (zone la plus touristique) dépassent ces taux
  - « *Le Lux Saint-Gilles, par exemple, a un taux d’occupation extrêmement haut : probablement au-delà des 70%. L’hôtel a même récemment augmenté ses tarifs, signe que l’activité fonctionne bien.* » Observatoire régional du tourisme de l’Ile de La Réunion, Chargé d’études



# Exploitation – Restauration

Les hypothèses de revenus de l'activité de restauration font l'objet d'un niveau de confiance élevé

Quelles sont les principales hypothèses de revenus ?		Analyse critique des hypothèses		Niveau de confiance d'Advention
<b>Taux de conversion / capture</b>  Analyse critique de la méthode 	Petit-déjeuner	<ul style="list-style-type: none"> <li>Taux de conversion prévu : <b>85% des clients de l'hôtel</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Semble réaliste</b> : vu l'offre de restauration locale restreinte, la grande majorité des clients devrait prendre le petit-déjeuner</li> </ul>	
	Restaurant standard	<ul style="list-style-type: none"> <li>Taux de conversion prévu : <b>30% des clients de l'hôtel</b> et 4% de clients extérieurs*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les taux de conversions prévus apparaissent <b>conservateurs / prudents</b> au vu de la moyenne du secteur à La Réunion :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- « Entre 50 et 60% de notre clientèle dîne dans notre restaurant bistrannique, les clients extérieurs représentent environ 10% des couverts. » Sarana Hôtel &amp; Spa, Responsable du service réservation</li> <li>- « Plus de 60% des clients de l'hôtel dînent au restaurant, et nous avons un peu plus de 10% de clients extérieurs supplémentaires. » WOOD Hotel &amp; Spa, Directrice de l'activité hébergement</li> </ul> </li> </ul>	
	Restaurant gastronomique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Taux de conversion prévu : <b>30% des clients de l'hôtel</b> et 9% de clients extérieurs</li> <li>Taux justifiés par une concurrence limitée sur le segment des restaurants gastronomiques à La Réunion et par l'attrait croissant pour la restauration haut de gamme, locale et à dimension écologique</li> </ul>		
<b>Ticket moyen par personne</b>  Analyse critique de la méthode 	Petit-déjeuner et restaurant standard	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ticket moyen envisagé : <b>30 €</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Réaliste bien que dans la tranche haute</b> des petits déjeuners des autres hôtels 5* de La Réunion (25 € à l'Akoya, 27 € au Diana Dea Lodge, 29 € au Blue Margouillat et 30 € au PALM)</li> </ul>	
	Restaurant gastronomique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ticket moyen envisagé pour le <b>restaurant gastronomique : 75 € par personne</b>. Ce ticket est présenté <b>comme inférieur ou équivalent à la concurrence</b> (85 € pour les restaurants gastronomiques à La Réunion, 120 € pour le Blue Margouillat)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Au vu des prix pratiqués par les autres restaurants gastronomiques à La Réunion, un ticket moyen à 75 € apparaît effectivement <b>prudent</b> :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blue Margouillat : ~120 €</li> <li>- La Case Pitey : ~100 €</li> <li>- L'atelier de Ben : ~90 €</li> </ul> </li> </ul>	
	Bar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dépense moyenne envisagée au <b>bar par client et par soir : 16 €</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Semble réaliste</b> (correspond à environ 1 boisson par personne)</li> </ul>	

Note : (\*) Correspond au % de clients extérieurs additionnels par rapport au nombre de clients de l'hôtel utilisant le service de restauration / spa. Ex : si 100 clients de l'hôtel dînent à l'hôtel, un taux de 10% signifie que 10 clients extérieurs dînent à l'hôtel.  
 Sources : CASUD, recherches documentaires, entretiens, Advention

# Exploitation – Spa

Les hypothèses d'exploitation de l'activité Spa font l'objet d'un niveau de confiance élevé

## Quelles sont les principales hypothèses de revenus ?

### Taux de conversion / capture

Analyse critique de la méthode



- Taux de conversion envisagé pour le **parcours de balnéothérapie : 30% des clients de l'hôtel**
- Taux de conversion envisagé pour les **soins du spa : 20% des clients de l'hôtel** et 10% de clients extérieurs\*

### Ticket moyen par personne

Analyse critique de la méthode



- Ticket moyen envisagé pour le **parcours de balnéothérapie : 70 €** pour les clients de l'hôtel et **95 €** pour les clients extérieurs\*
- Ticket moyen envisagé pour les **soins du spa : 90 €**
- Ce ticket moyen est décrit comme **inférieur à la concurrence locale** (les services spa du PALM Hotel et du Diana Dea Lodge & Spa sont compris entre 95 € et 210 €)

## Analyse critique des hypothèses

- **Ces taux semblent réalistes** au vu de la conversion observée dans les autres hôtels 4\*/5\* de La Réunion équipés d'un spa :
  - « Environ un client sur trois vient au spa au moins une fois dans son séjour, les clients extérieurs viennent dans le cadre des 'Journées détente', ils sont presque aussi nombreux que les clients de l'hôtel. » Sarana Hôtel & Spa, Responsable du service réservation
  - « Entre 20 et 30% des clients de l'hôtel font un soin au spa pendant leur séjour. » Villa Delisle Hôtel & Spa, Responsable accueil et hébergement

- **Les prix envisagés pour l'accès au parcours de balnéothérapie semblent élevés** : le Lodge Roche Tamarin & Spa propose un parcours d'une durée similaire pour 55€
- **Les prix pour les soins du spa semblent cohérents** car alignés avec la concurrence pour les soins de minimum 1 heure :
  - Palm : 90-120 € ; Akoya : 95-170 € ; Lodge Roche Tamarin : 90-160 € ; Sarana : 90-135 €
- Certains hôtels proposent **des soins courts d'environ 30 min à partir de 50-60 €** (et qui manquent probablement à l'offre du 'Superbe')

### Niveau de confiance d'Advention

Elevé



Faible



# Exploitation – Evénements

Le nombre de mariages prévus par an semble très / trop élevé

## Quelles sont les principales hypothèses de revenus ?

Nombre d'événements et de participants par an

Analyse critique de la méthode



- Nombre de **mariages et baptêmes envisagés par an : 52** (soit 1 mariage par semaine)
  - *Note : absence d'informations concernant le nombre de salles de mariages / le nombre de mariage pouvant être organisés en même temps.*
- Nombre moyen **d'invités par mariage / baptême : 150**
- Deux salles ont été prévues à l'arrière de l'hôtel pour ce type d'événement

Ticket moyen par événement

Analyse critique de la méthode



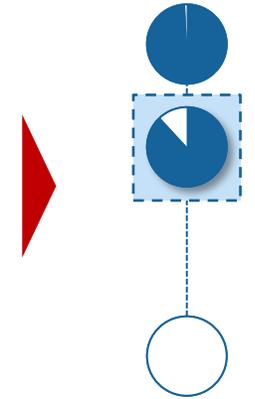
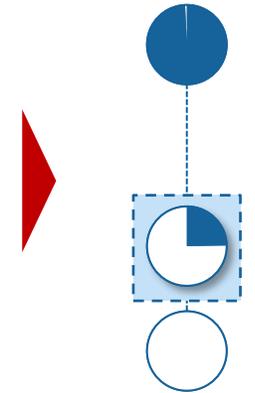
- Prix de la **location des salles de mariage : 4.000 €** par mariage
- Prix du **dîner de mariage : 70 € par personne**

## Analyse critique des hypothèses

- Le nombre de mariages envisagé (1 par semaine) **semble optimiste** au vu de ce que constatent les hôtels concurrents :
  - « *Depuis que nous avons ouvert, nous avons environ un mariage toutes les trois semaines.* » Sarana Hôtel & Spa, Responsable du service réservation
- L'organisation de mariages peut par ailleurs **gêner une partie de la clientèle de l'hôtel**, notamment du fait de nuisances sonores la nuit et d'un accès limité à certaines zones

- Au vu du cadre et de la qualité des prestations visées, un tarif de 4.000 € pour la location de la salle de mariage semble **cohérent**
- De même, un dîner à 70 € par personne apparaît **réaliste**

### Niveau de confiance d'Advention



# Exploitation – Frais de personnel

Le nombre d'employés prévu est cohérent (voire élevé), mais les salaires apparaissent légèrement sous-estimés

## Quelles sont les principales hypothèses de coûts ?

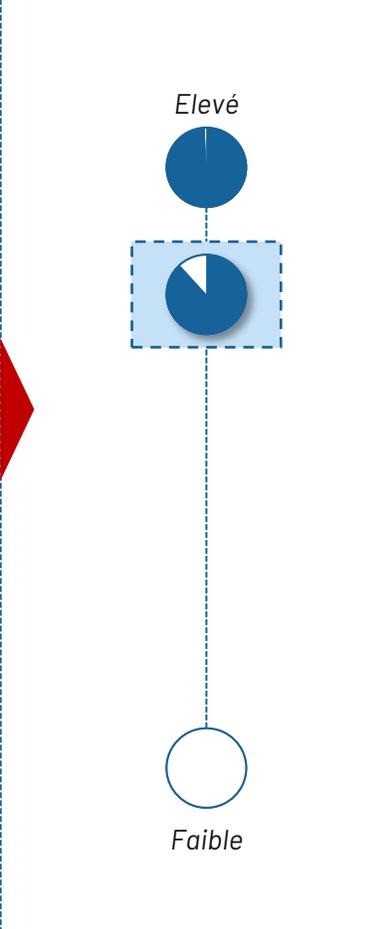
<b>Hébergement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>45 ETP</b> (21 ETP réception, 24 ETP femmes de chambre) seront nécessaires pour l'activité d'hébergement (soit <b>~1 ETP pour deux chambres</b>)</li> <li>• Les frais de personnel hébergement* représentent <b>~5,5% du chiffre d'affaires total</b> à partir de l'année 6 et <b>~24 k€ chargé par ETP par an</b></li> </ul>
<b>F&amp;B</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'hypothèse prise est que <b>54 ETP</b> seront nécessaires pour assurer le service et le travail en cuisine ( soit <b>~ 1 ETP pour deux couverts</b> lors des services les plus fréquentés)</li> <li>• Les frais de personnel restauration* représentent <b>~8% du chiffre d'affaires total</b> à partir de l'année 6 et <b>~29 k€ chargé par ETP par an</b></li> </ul>
<b>Spa &amp; Balnéo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'hypothèse prise est que <b>11 ETP</b> dont un(e) Responsable seront nécessaires pour la gestion de l'activité spa</li> <li>• Les frais de personnel spa* représentent <b>~1,5% du chiffre d'affaires total</b> à partir de l'année 6 et <b>~27 k€ chargé par ETP par an</b></li> </ul>
<b>Autres</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'hypothèse prise est que <b>21 ETP supplémentaires</b> seront nécessaires pour assurer le bon fonctionnement général de l'hôtel (fonctions support, entretien général)</li> <li>• Les autres frais de personnel* représentent <b>~3,7% du chiffre d'affaires total</b> à partir de l'année 6 et <b>~34 k€ chargé par ETP</b></li> </ul>
<b>Total</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'exploitation du Superbe devrait nécessiter au total <b>131 ETP</b> (soit ~1,3 par chambre)</li> <li>• Les frais de personnel devraient représenter <b>~19% du chiffre d'affaires total</b> à partir de l'année 6 et <b>~28 k€ chargé par ETP**</b></li> </ul>

## Analyse critique de la méthode

## Analyse critique des hypothèses

- **Le nombre de 1,3 ETP par chambre paraît cohérent**, voire légèrement au-dessus des standards
  - En France, les hôtels 5\* emploient en moyenne 1,1 ETP personnes par chambre
  - Les hôtels comparables à La Réunion emploient entre 0,8 et 1,3 personnes par chambre
- Des **salaires très légèrement plus élevés** que ceux prévus dans le business plan sont probablement à prévoir :
  - En 2022, les salaires bruts moyens dans le secteur de l'hôtellerie à La Réunion étaient effectivement de 27,5 k€ (prise en compte de l'exonération Lodeom)
  - Lors de la sixième année d'exploitation, en prenant en compte une légère inflation salariale, une hypothèse de salaire chargé de 31 k€ paraît plus réaliste

## Niveau de confiance d'Advention



Notes : (\*) Pour les frais de personnel, l'inflation à venir à été prise en compte, à hauteur de 2% par an pour l'hébergement, la restauration et le spa & balnéo et 5% par an pour les autres frais de personnel ; (\*\*) Moyenne pondérée.  
 Sources : CASUD, INSEE, Urssaf, recherches documentaires, entretiens, Advention

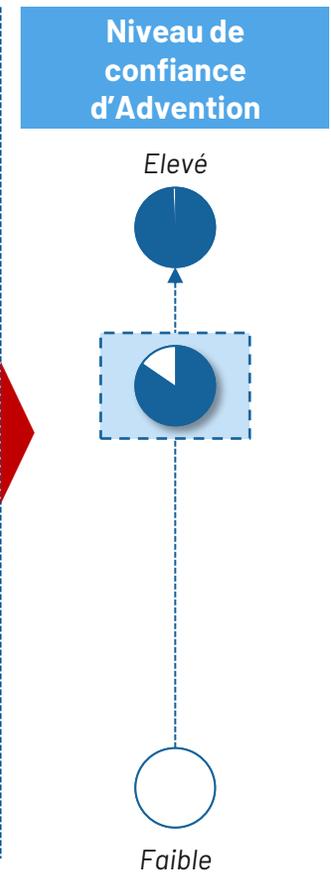
# Exploitation – Coûts des ventes et autres frais

Les hypothèses retenues sur les coûts des ventes et les autres frais font l'objet d'un niveau de confiance élevé

Quelles sont les principales hypothèses de coûts ?		
Hébergement	Commissions versées aux intermédiaires*	<ul style="list-style-type: none"> <li>20% du chiffre d'affaires hébergement soit <b>12% du chiffre d'affaires total</b> à partir de l'année 6</li> </ul>
Restauration	Coût des ventes	<ul style="list-style-type: none"> <li>32% du chiffre d'affaires restauration soit <b>7% du chiffre d'affaires total</b> à partir de l'année 6</li> </ul>
Analyse critique de la méthode 		

## Analyse critique des hypothèses

- L'hypothèse que les commissions versées aux intermédiaires représentent 20% du chiffre d'affaires hébergement **semble cohérente**
  - Les commissions prises par les plateformes comme **Booking** ou **Expedia** peuvent varier entre **12 et 25%** du prix des prestations réservées en ligne
- L'hypothèse des coûts des ventes de l'activité restauration à 32% du chiffre d'affaires est **réaliste** : la moyenne dans la restauration en France\*\* en 2024 est de 33%



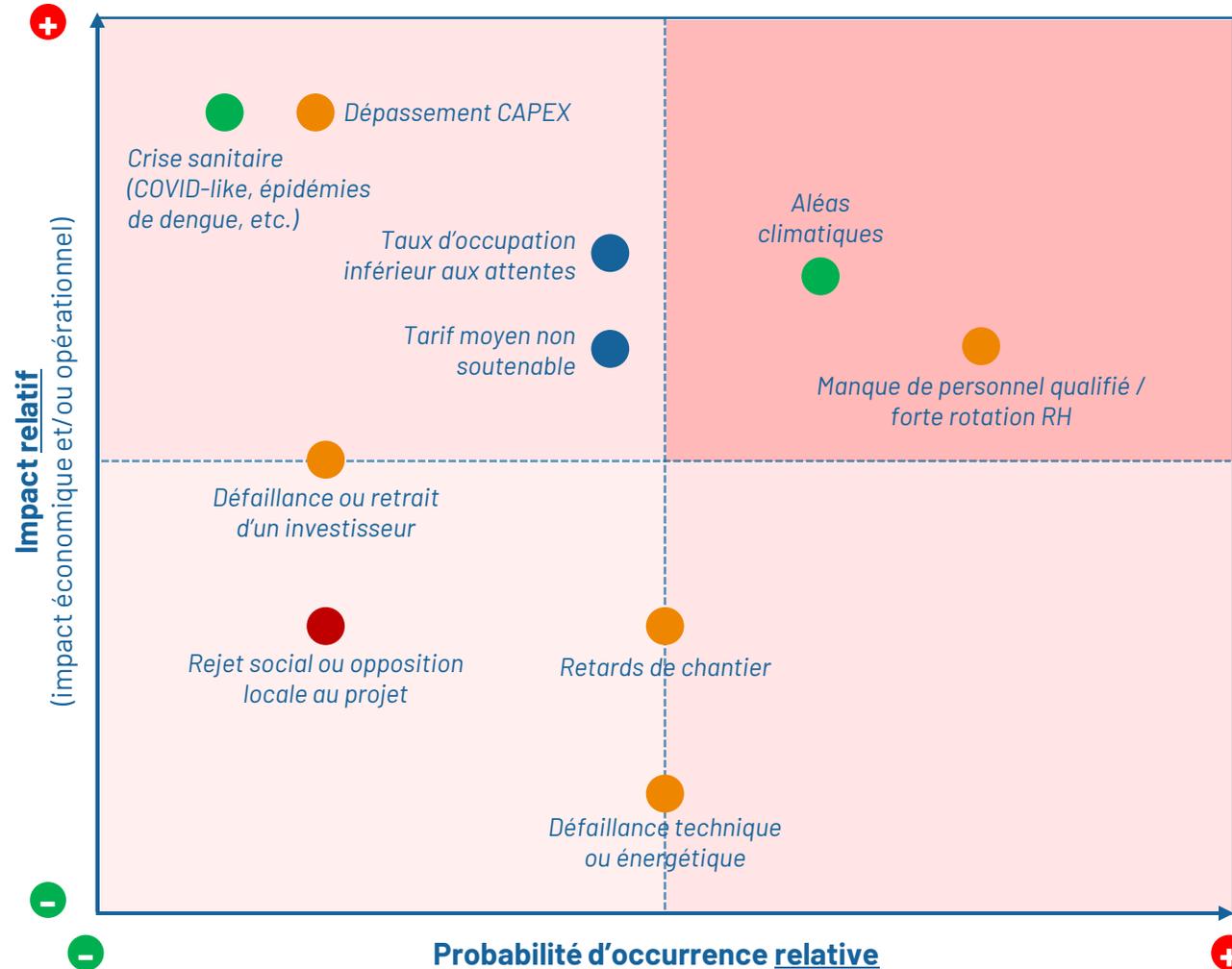
Notes : (\*) Plateformes de réservation en ligne (ex : Booking, Expedia) et tours operators ; (\*\*) Toutes gammes de restauration confondues.  
 Sources : CASUD, Xerfi, Advention

Introduction	p. 3
Présentation du concept 'Le Superbe'	p. 8
Analyse du montage juridique et financier proposé	p. 22
Evaluation des hypothèses du Business Plan	p. 28
<b>Cartographie des risques, analyse de sensibilité et scénarios</b>	<b>p. 42</b>

# Cartographie des principaux risques (1/2)

Les risques les plus critiques sont liés au manque de personnel qualifié et aux aléas climatiques

## Comment caractériser les principaux risques liés au projet ?



## Commentaires

- Les risques de **manque de personnel qualifié** et d'**aléas climatiques** apparaissent comme les plus **critiques**
- D'autres risques (opérationnels, sociaux / politiques, environnementaux / sanitaires) existent mais leur impact et/ou probabilité d'occurrence sont moindres

Type de risque

- Commercial
- Financier / opérationnel
- Social / politique
- Environnemental / sanitaire

## Cartographie des principaux risques (2/2) – Détail

Un taux d'occupation ou un tarif moyen bien en dessous des prévisions ou encore des surcoûts ou retards lors de la phase de construction apparaissent comme les risques ayant le plus fort impact économique

Quel serait l'impact économique des principaux risques liés au projet ?			
Risque identifié	Impact estimé*	Commentaires	Acteurs impactés**
Crise sanitaire engendrant une fermeture temporaire	Jusqu'à 4 M€	• Hypothèse d'une fermeture temporaire de 3 mois (comme durant le Covid)	Assurances
Taux d'occupation inférieur (ex. 50% vs. 63%)	~2,2 M€ par an	• Ecart de 13 pts × 485 € × 97 chambres × 365 jours	Investisseurs et garants
Tarif moyen ramené à 400 € (au lieu de 485 €)	~1,9 M€ par an	• Ecart de 85 € × 0,63% de taux d'occupation × 97 chambres × 365 jours	Investisseurs et garants
Dépassement CAPEX (ex : +10-15%)	4 à 6 M€	• Sur une base de CAPEX (coûts de construction) estimée à ~40 M€	Investisseurs et garants
Défaillance ou retrait d'un investisseur	Variable	• Dépend des tickets investis • Peut entraîner dilution, conditions bancaires plus strictes	Investisseurs et garants
Turnover élevé du personnel / manque personnel qualifié	200-500 k€ par an	• Coûts de formation, recrutement, baisse de qualité de service	Gestionnaire / Exploitant
Défaillance technique ou énergétique	200-500 k€ par an	• Problème d'alimentation électrique / eau / réseau dans zone isolée	Gestionnaire / Exploitant
Aléas climatiques	300 k€ - 1 M€ par événement	• Retards ou dégradations pendant travaux / exploitation	Assurances
Retard de chantier	500 k€ - 1 M€	• Problèmes techniques, administratifs, logistiques pouvant entraîner des coûts de portage ainsi qu'un manque à gagner sur exploitation	Investisseurs et garants
Opposition locale / recours sur domaine public	500 k€ à 1 M€	• Risques juridiques indirects (retards, coûts légaux, lobbying) pouvant entraîner un manque à gagner sur exploitation	Investisseurs et garants

Type de risque :

- Commercial
- Financier / opérationnel
- Social / politique
- Environnemental / sanitaire

Importance de l'impact économique\*



Notes : (\*) Estimation indicative uniquement (de multiples facteurs rentrant en ligne de compte); (\*\*) Acteurs les plus fortement impactés.  
 Sources : Advention

# Plan de contingence des principaux risques

Le business plan intègre des mesures de contingences pour les principaux risques liés au projet

## Quelles mesures pourraient être prises pour contenir / minimiser l'impact des risques liés au projet ?

## Ces mesures ont-elles été prises en compte dans le business plan ?

	Risque identifié	Mesure possible	Niveau de prise en compte
Importance de l'impact économique	Crise sanitaire engendrant une fermeture temporaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contracter des assurances adaptées</li> </ul>	++
	Taux d'occupation inférieur (ex. 50% vs. 63%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre en place un système de « yield management » dynamique afin de maximiser le taux de remplissage</li> <li>Déployer des campagnes marketing ciblées et des offres locales en basse saison</li> </ul>	+
	Tarif moyen ramené à 400 € (au lieu de 485 €)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offrir des services additionnels premiums afin de combler le manque à gagner</li> <li>Déployer des campagnes marketing ciblées afin de « premiumiser » l'image de l'hôtel</li> </ul>	?
	Dépassement CAPEX (ex : +10-15%)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prévoir une marge de sécurité budgétaire</li> </ul>	+
	Défaillance ou retrait d'un investisseur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sécuriser un large panel d'investisseurs potentiels afin de remplacer un investisseur défaillant si besoin</li> </ul>	?
	Turnover élevé du personnel / manque personnel qualifié	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mesure déjà prise par le porteur de projet : participation en 2025 à une réunion d'information par semaine dans chaque quartier de la ville de Saint-Philippe avec le Maire, afin d'informer les locaux des besoins et des formations UMIH qui seront proposées</li> </ul>	++
	Défaillance technique ou énergétique	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre en place des solutions de secours (groupe électrogène, accès internet <i>via</i> satellites, etc.)</li> </ul>	++
	Aléas climatiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contracter des assurances adaptées</li> </ul>	++
	Retard de chantier	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurer un suivi précis du chantier et des pénalités contractuelles</li> </ul>	++
	Opposition locale / recours sur domaine public	<ul style="list-style-type: none"> <li>Communiquer en amont afin de mettre en avant l'impact local positif du projet</li> </ul>	+

Type de risque :

- Commercial
- Financier / opérationnel
- Social / politique
- Environnemental / sanitaire

## Business plan ajusté – Scénario d’Advention (1/2)

Sur la base des travaux réalisés, une version ajustée de certaines hypothèses clés est proposée

Hypothèses clés	Cible du porteur de projet		Hypothèses d’Advention		Commentaires
	Année 1	Année 6	Année 1	Année 6	
<b>Taux d’occupation</b>	44%	63%	41%	63%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un taux d’occupation de 63% en année 6 paraît réaliste au vu du benchmark réalisé et du positionnement de l’hôtel, l’hypothèse a donc été conservée</li> </ul>
<b>Tarif moyen par nuit</b>	424 €*	485 €	442 €*	460 €	<ul style="list-style-type: none"> <li>Au regard des tarifs pratiqués par la concurrence, le prix moyen par nuit à été ajusté à 460€ (soit légèrement en dessous du LUX Saint-Gilles)</li> </ul>
<b>Revenus F&amp;B et Spa</b>	4,8 M€	7,0 M€	4,8 M€	7,0 M€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les hypothèses liées aux revenus des activités F&amp;B et Spa semblent cohérentes et ont donc été conservées</li> </ul>
<b>Commissions des OTAs et tours opérateurs</b>	20% du CA hébergement	20% du CA hébergement	20% du CA hébergement	20% du CA hébergement	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les commissions des OTAs varient entre 12 et 25%, la moyenne de 20% retenue dans le business plan a été conservée</li> </ul>
<b>Coûts des ventes</b>	9,8% du CA	9,8% du CA	9,8% du CA	9,8% du CA	<ul style="list-style-type: none"> <li>L’ensemble des hypothèses liées aux coûts des ventes paraissent pertinentes au vu des ratios du secteur</li> </ul>
<b>Autres charges dépendantes du CA</b>	2,5% du CA	2,5% du CA	2,5% du CA	2,5% du CA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les hypothèses sur les autres charges sont alignées avec les ratios du secteur et ont donc été conservées</li> </ul>
<b>Nombre d’ETP</b>	131	131	120	120	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le nombre d’ETP envisagé est légèrement supérieur aux standards constatés pour les hôtels comparables à La Réunion, et a donc été légèrement ajusté</li> </ul>
<b>Salaire annuel chargé moyen par ETP</b>	21 k€	28 k€	28 k€	31 k€	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le salaire annuel chargé moyen par ETP a été très légèrement revu à la hausse, pour correspondre aux salaires moyens constatés dans l’hôtellerie à La Réunion**</li> </ul>

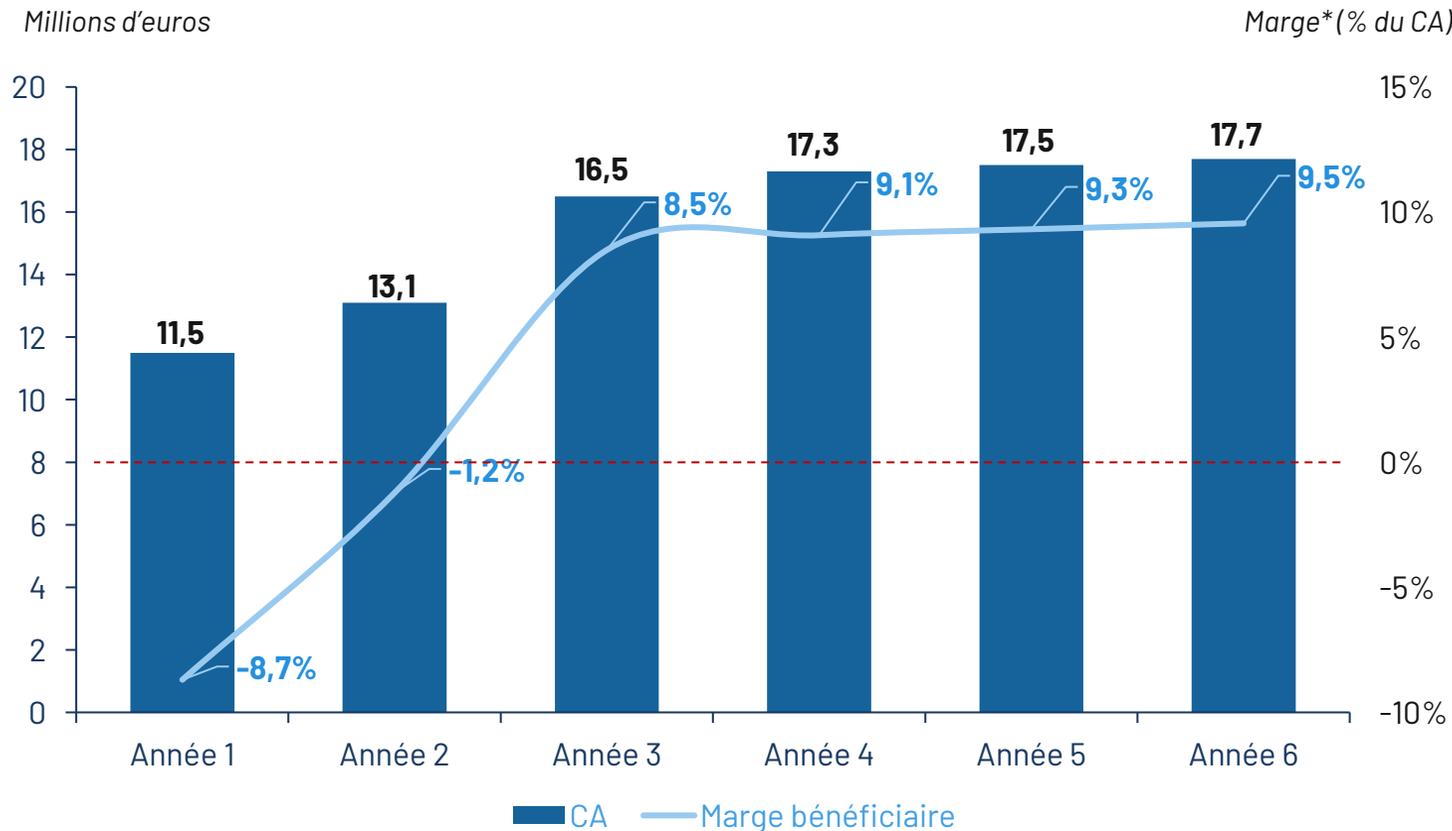
Notes : (\*) Prix moyen en année 3, le prix moyen pour les années précédentes n’étant pas détaillé dans le business plan communiqué ; (\*\*) L’inflation et l’exonération Lodeom ont été pris en compte  
Sources : CASUD, Advention

## Business plan ajusté – Scénario d’Advention (2/2)

Dans le scénario d’Advention, ‘Le Superbe’ générerait un chiffre d’affaires de 17,7 M€ en année 6 pour un résultat net de 1,7 M€

### Quelle est la trajectoire de revenus et de profitabilité envisagée dans le business plan ajusté ?

Evolution du chiffre d’affaires et de la marge sur les six premières années d’exploitation de l’hôtel ‘Le Superbe’\*



### Commentaires

- Le business plan ajusté prévoit une période de montée en charge pour atteindre **17,7 M€ de chiffre d’affaires** lors de la sixième année d’exploitation (soit **700 k€ de chiffre d’affaires de moins** comparé au business plan initial)
  - Cet écart s’explique essentiellement par un **tarif moyen par nuit légèrement revu à la baisse**
- La **marge bénéficiaire** de l’hôtel ‘Le Superbe’ deviendrait **positive** à partir de la **troisième année**, soit **une année plus tard** que dans le business plan initial, du fait d’un chiffre d’affaires plus bas et de salaires moyens légèrement plus hauts
  - Il est prévu que cette marge bénéficiaire atteigne 9,5% lors de la sixième année, pour un **résultat net de 1,7 M€**

## Analyse de sensibilité

Avec le tarif moyen par nuit ciblé, le 'Superbe' reste rentable même si le taux d'occupation passe sous les 55%

### Quel serait l'impact de variations du taux d'occupation et du tarif moyen par nuit sur le chiffre d'affaires ?

Evolution du chiffre d'affaires en cas de variation du taux d'occupation et / ou du tarif moyen par nuit (en année 6)\*

		Taux d'occupation						
		54%	57%	60%	63%	66%	69%	72%
Tarif moyen par nuit	395 €	14,1 M€	14,8 M€	15,6 M€	16,3 M€	17,1 M€	17,8 M€	18,6 M€
	425 €	14,6 M€	15,4 M€	16,2 M€	17,0 M€	17,8 M€	18,5 M€	19,3 M€
	455 €	15,2 M€	16 M€	16,6 M€	17,46M€	18,4 M€	19,3 M€	20,1 M€
	485 €	15,8 M€	16,6 M€	17,5 M€	<b>18,3 M€ (Actuel)</b>	19,1 M€	20,0 M€	20,8 M€
	515 €	16,3 M€	17,2 M€	18,1 M€	19,0 M€	19,8 M€	20,7 M€	21,6 M€
	545 €	16,9 M€	17,8 M€	18,7 M€	19,6 M€	20,5 M€	21,4 M€	22,3 M€
	575 €	17,5 M€	18,4 M€	19,3 M€	20,3 M€	21,2 M€	22,1 M€	23,1 M€

### Quel serait l'impact de variations du taux d'occupation et du tarif moyen par nuit sur le résultat net ?

Evolution du résultat net en cas de variation du taux d'occupation et / ou du tarif moyen par nuit (en année 6)\*

		Taux d'occupation						
		54%	57%	60%	63%	66%	69%	72%
Tarif moyen par nuit	395 €	-1,1 M€	-0,5 M€	0,0 M€	0,6 M€	1,2 M€	1,7 M€	2,3 M€
	425 €	-0,7 M€	-0,1 M€	0,5 M€	1,1 M€	1,7 M€	2,3 M€	2,9 M€
	455 €	-0,2 M€	0,4 M€	1 M€	1,6 M€	2,2 M€	2,8 M€	3,4 M€
	485 €	0,2 M€	0,8 M€	1,5 M€	<b>2,1 M€ (Actuel)</b>	2,7 M€	3,4 M€	4,0 M€
	515 €	0,6 M€	1,3 M€	1,9 M€	2,6 M€	3,3 M€	3,9 M€	4,6 M€
	545 €	1,0 M€	1,7 M€	2,4 M€	3,1 M€	3,8 M€	4,5 M€	5,2 M€
	575 €	1,5 M€	2,2 M€	2,9 M€	3,6 M€	4,3 M€	5,0 M€	5,7 M€

Notes : (\*) Les calculs de chiffre d'affaires et de résultat net de ces tableaux ne font varier que le taux d'occupation et le tarif moyen par nuit, toutes les autres hypothèses du business plan présentées par le porteur du projet sont conservées.

Sources : CASUD, Advention

Envoyé en préfecture le 03/07/2025  
Reçu en préfecture le 03/07/2025  
Publié le



ID : 974-249740085-20250617-AFF46\_CC170625-DE

## Annexes

# Raisons du choix d'Advention comme prestataire

## Synthèse (1/2)

**ADVENTION est apparu comme particulièrement qualifié pour réaliser la mission :**

- 1. La réalisation de revues / audits stratégiques et d'études de faisabilité est notre « cœur de métier »**
  - Nous réalisons entre 60 et 80 missions de ce type tous les ans ;
  - Nous maîtrisons l'ensemble des méthodologies et outils nécessaires à ce type d'exercice.
- 2. Nous avons notamment l'habitude de réaliser les business plans des projets (ou d'effectuer des analyses critiques des business plans existants), afin d'en apprécier la crédibilité / solidité**
  - Nous menons ce type d'analyse aussi bien pour des entreprises établies (ex : L'Oréal, Safran, SNCF, bioMérieux, Engie, etc.) que pour des investisseurs financiers ou d'autres types de clients (collectivités locales, associations / fédérations, start-ups, etc.)
- 3. Nous sommes très connus / reconnus des investisseurs et prêteurs financiers, qui font appel à nous pour valider leurs décisions d'investissement**
  - Nous sommes leaders du segment de marché des SMID cap en France ;
  - Nous avons travaillé historiquement pour près de 300 de ces acteurs (fonds de LBO / capital développement, family offices, banques prêteuses, etc.) ;
  - Nous sommes sponsors de l'IPEM depuis l'origine et avons remporté de nombreux prix pour la qualité de nos interventions.
- 4. Nous avons une très bonne connaissance de l'industrie de « l'hospitality »**
  - Nous sommes intervenus sur des sujets variés pour de nombreux acteurs du secteur y compris dans l'hôtellerie de luxe très récemment (ex : Barrière, Accor, Société des Bains de Mer, Leitmotiv, B&B Hotels, Cogit, Sovalim, etc.) ;
  - Nous avons travaillé autant sur la partie Hôtellerie (chambres) que sur la partie F&B / services et sur les enjeux environnementaux / développement durable.
- 5. Nous connaissons bien les industries connexes à l'industrie de l'hospitality, ce qui est fondamental pour avoir une vision à 360° des enjeux du dossier**
  - Ces industries connexes incluent la construction et la promotion immobilière, le transport (aérien, maritime, ferroviaire, agences de voyage et tour operators, etc.), la beauté / les soins / le bien être, les jeux et sports en salle et de plein air, etc.



## Raisons du choix d'Advention comme prestataire

### Synthèse (2/2)

#### 6. Nous avons l'habitude de travailler avec des organisations publiques

- Nous avons travaillé pour le Gouvernement, des ministères (Minefi et Codefi en régions), des villes, des collectivités locales, des groupes et investisseurs publics (ex : Caisse des dépôts, Bpifrance), des associations et fédérations professionnelles, etc. ;
- Nous avons également été mandatés à plusieurs reprises par la Communauté Européenne.

#### 7. Nous avons l'habitude de travailler à la Réunion (et plus généralement en Outre-Mer), et nos missions se sont toujours bien passées / ont conduit aux résultats attendus, mais nous le faisons en toute indépendance / neutralité par rapport aux intérêts locaux

- Nous sommes conscients de certaines des spécificités de l'île et nous nous organiserons pour bien les prendre en compte ;
- Exemples de clients récents : Albioma, Sapmer (Jaccar), Anset Assurances, Rhinnov, Aurar, Gogit, etc.

#### 8. Notre équipe et notre réseau nous permettent d'analyser les attentes des clients, les tendances de marché et la situation concurrentielle au niveau mondial

- Notre équipe composée principalement de diplômés d'écoles de commerce et d'ingénieur, compte près d'une centaine de personnes ;
- Nos six bureaux (détenus en propre) sont localisés sur tous les continents et fonctionnent de manière intégrée pour garantir l'homogénéité de la qualité de nos prestations.

#### 9. Nous sommes reconnus pour notre capacité de collecte d'informations primaires / sur le terrain et pour la qualité de nos analyses

- Notre filiale dédiée MKI est spécialisée en 'market research' ;
- Grâce à son large réseau d'analystes, elle est capable de collecter des informations de qualité sur tous types de sujets partout dans le monde.

#### 10. Nous essayons toujours d'optimiser le budget de nos missions en appliquant notamment des tarifs raisonnables / optimisés

## Vos contacts chez Advention



# Advention

**Strategic advisory services to entrepreneurs, managers and investors**

*Dubai - London - New York - Paris - Shanghai - Vancouver*

Adresse en France : 6, rue Anatole de la Forge, 75017 Paris

### **Jean-Michel SCHMITT**

*Senior Partner / Président Groupe*

+33(0)6 85.53.43.21

[jean-michel.schmitt@adventionbp.com](mailto:jean-michel.schmitt@adventionbp.com)

### **Steven RIES**

*Vice-Président*

+33(0)6 76 60 87 39

[steven.ries@adventionbp.com](mailto:steven.ries@adventionbp.com)