



CCI FRANCE CHINE

GCP HOSPITALITY



GCP Hospitality



GCP Hospitality

LA CHINE OFFRE À UN TERRAIN FERTILE



INTERVIEW

BLANDINE CRESSARD

General Manager Residence G Shenzhen (group GCP Hospitality part of Gaw Capital Partners)

Quelles sont les perspectives de développement GCP Hospitality en Chine ?

GCP Hospitality (membre du Groupe Gaw Capital Partners), acteur majeur de l'industrie hôtelière, gère plus de 60 hôtels et appartements de service à travers le monde. En Chine, les perspectives de développement sont prometteuses. La reprise du marché hôtelier général en Chine depuis 2024, soutenue par une augmentation du nombre de touristes nationaux constatée lors du dernier Nouvel An chinois, est un signe positif. GCP Hospitality, sensible aux conditions locales, reste constamment à l'affût des opportunités. Le groupe se concentre sur la création de valeur en rénovant, repositionnant et exploitant des actifs hôteliers sous-gérés. Son expertise lui permet d'investir en amont du marché, là où d'autres investisseurs pourraient hésiter. Passion, responsabilité et créativité guident leur démarche.

Comment cette année 2024 va-t-elle renforcer les liens, économiques notamment, France-Chine ?

L'année 2024, marquée par les Jeux Olympiques de Paris et l'Année franco-chinoise du tourisme culturel, offre une plateforme exceptionnelle pour célébrer et renforcer les liens artistiques entre la France et la Chine. Annoncée en 2019 par les présidents Emmanuel Macron et Xi Jinping, cette initiative vise à promouvoir la France comme destina-

« GCP Hospitality (membre du Groupe Gaw Capital Partners), acteur majeur de l'industrie hôtelière, gère plus de 60 hôtels et appartements de service à travers le monde. En Chine, les perspectives de développement sont prometteuses. »

tion touristique en Chine et vice versa. Elle met en valeur le patrimoine culturel, la scène artistique, les industries culturelles, la langue et l'art de vivre français. Les événements culturels auxquels nous assistons en Chine et ceux organisés en France favorisent une coopération touristique et culturelle fructueuse.

Quelles opportunités cette année si riche offre-t-elle à GCP Hospitality en Chine ?

Cette année, la Chine offre à GCP Hospitality un terrain fertile pour prospé-

GCP HOSPITALITY POUR PROSPÉRER

rer dans l'industrie de l'hospitalité. Voici quelques opportunités-clés :

1. Reprise du marché hôtelier : Même si encore timide et saisonnière on note, en Chine une reprise de la performance hôtelière, avec un nombre croissant de touristes nationaux. GCP Hospitality peut capitaliser sur cette tendance en optimisant sa propriété existante, Residence G Shenzhen et en explorant de nouvelles opportunités.
2. Taille du marché : Le marché de l'hospitalité en Chine devrait atteindre 128,04 milliards de dollars d'ici 2029, avec un taux de croissance annuel de 8,12%. GCP Hospitality peut tirer parti de cette croissance en développant de nouveaux projets et en élargissant sa présence.
3. Tendances post-pandémiques : La Chine post COVID-19 era, connaît une reprise progressive en 2024. GCP Hospitality peut innover en adoptant des pratiques de sécurité améliorées et en répondant aux besoins changeants des voyageurs.

En résumé, GCP Hospitality peut saisir ces opportunités en investissant dans des propriétés sous-gérées, en adaptant ses offres aux nouvelles réalités du marché et en continuant à créer des concepts d'hospitalité tendance qui captivent les voyageurs à l'instar de sa propriété existante, Residence G Shenzhen qui offre une prestation « Hotel » pour

séjours courts d'affaires et une prestation personnalisée de « Serviced Apartments » pour des contrats de longue durée en solo ou en famille. Residence G Shenzhen est profondément engagée depuis l'ouverture en 2017, dans la politique ESG en matière de gestion hôtelière et d'actions communautaires. Residence G est écoresponsable et offre une expérience confortable tout en respectant l'environnement ce qui répond aux attentes croissantes des voyageurs d'affaires chinois.

Cette séquence peut-elle également faire émerger pour l'entreprise des nouveaux projets ou partenariats orientés vers la France ?

En 2018, GCP Hospitality, membre du Groupe Gaw Capital Partners, a étendu sa présence en Europe grâce à une alliance avec Omega Capital et à l'acquisition des hôtels Hospes en Espagne. Cette acquisition a été réalisée via son fonds d'investissement hôtelier européen, en partenariat avec Omega Capital. Hospes Hotel Group, qui compte actuellement 10 établissements, est une marque de luxe bien établie en Espagne. Chaque hôtel allie patrimoine, artisanat local, design et technologie. GCP Hospitality prévoit de continuer à développer la marque Hospes en ouvrant davantage d'établissements dans les zones touristiques et les villes stratégiques d'Espagne et d'Europe du Sud. Cette expansion marque une étape importante pour Gaw Capital

« Reprise du marché hôtelier : Même si encore timide et saisonnière on note, en Chine une reprise de la performance hôtelière, avec un nombre croissant de touristes nationaux. GCP Hospitality peut capitaliser sur cette tendance en optimisant sa propriété existante, Residence G Shenzhen et en explorant de nouvelles opportunités. »

Partners et sa plateforme hôtelière, GCP Hospitality, alors qu'elle cherche à renforcer sa présence sur l'un des marchés touristiques les plus prisés au monde : l'Europe.

Plus globalement, et après les années Covid-19, comment stimuler le tourisme en Chine ?

Après trois années de fermeture hermétique pour contenir l'épidémie, la Chine ouvre ses portes aux voyageurs. Depuis le 8 janvier 2023, l'Empire du Milieu abolit les quarantaines obligatoires à l'arrivée et autorise à nouveau la délivrance de tous types de visas, y compris les visas touristiques. Cette réouverture devrait stimuler les voyages entrants vers la deuxième plus grande économie du monde. Les Français, attirés par les destinations asiatiques, attendent davantage de vols vers la Chine et à des prix de billets d'avion plus abordables pour la Chine et toute l'Asie. Pour renforcer le tourisme depuis la Chine vers la France, une collaboration accrue entre les deux pays, des campagnes de promotion ciblées et des initiatives culturelles pourraient être envisagées.

Néanmoins dans la conjoncture actuelle, il apparaît que deux années post-Covid seront nécessaires pour que la Chine redevenue attirante pour le tourisme étranger d'affaires et culturel.

Propos recueillis par P. T1



基汇酒店管理集团



« 酒店市场的复苏：尽管复苏仍然谨慎且具有季节性，但我们注意到中国酒店的业绩正在回升，国内游客数量在不断增加。基汇酒店管理集团可以通过优化其现有物业——深圳G公寓和探索新的机遇来抓住这一趋势。»

中国为基汇酒店管理集团提供了

繁荣发展的沃土



采访

布兰丁·克雷萨

深圳G公寓总经理
(GCP Hospitality集团隶属于Gaw Capital Partners)

基汇酒店管理集团在中国的发展前景如何？

作为基汇资本的成员之一，基汇酒店管理集团是酒店业的重要参与者，在全球管理着60多家酒店和服务式公寓。在中国，我们的发展前景十分广阔。在去年春节期间国内游客数量增加的推动下，2024年以来中国酒店市场的整体复苏趋势良好，这是一个积极的信号。基汇酒店管理集团高度关注本地市场的动态，不断寻找新的机会。我们专注于通过翻新、重新定位和运营那些管理不善的酒店资产来创造价值。相较于其他投资者的犹豫不决，我们的专业知识使我们能够在市场上游进行投资。热情、责任和创造力指引着我们的工作方式。

2024年将如何加强法中两国之间，尤其是在经济领域的联系？

2024年将以巴黎奥运会和中法文化旅游年为标志，这为庆祝和加强中法之间的艺术联系提供了一个特殊的平台。中法文化旅游年由法国总统埃马纽埃尔·马克龙和中国国家主席习近平于2019年宣布，旨在促进中法两国互相成为对方国家游客的旅游目的地。文化旅游年突出强调了文

« 作为基汇资本的成员之一，基汇酒店管理集团是酒店业的重要参与者，在全球管理着60多家酒店和服务式公寓。在中国，我们的发展前景十分广阔。»

化遗产、艺术景观、文化产业、语言和法国生活艺术。我们在中法两国参加和举办的文化活动都促进了富有成效的文旅合作。

这样精彩纷呈的一年将为基汇酒店管理集团在中国提供哪些机遇？

今年，中国为基汇酒店管理集团在酒店业的蓬勃发展提供了肥沃的土壤。以下是一些关键机会：

1. 酒店市场的复苏：尽管复苏仍然谨慎且具有季节性，但我们注意到中国酒店的业绩正在回升，国内游客数量在不断增加。基汇酒店管理集团可以通过优化其现有物业——深圳G公寓和探索新的机遇来抓住这一趋势。
2. 市场规模：预计到2029年，中国酒店市场规模将达到1280.4亿美元，年增长率为8.12%。基汇酒店管理集团可以通过开发新项目和扩大业务范围来利用这一增长趋势。
3. 疫情后的发展趋势：在后疫情时代，中国在2024年正逐步复苏。基汇酒店管理集团可以通过采用改进后的安全措施和满足旅客不断变化的需求来进行创新。

总体而言，基汇酒店管理集团可以抓住这些机遇，投资那些管理不善的酒店，调整其产品以适应新的市场环境，并继续创造倍受欢迎的酒店概念来吸引顾客。例如，其现有的深圳G公寓便可为短期商旅提供“酒店”服务，为个人或家庭长住提供个性化定制的“服务式公寓”。自2017年开业以来，深圳G公寓一直致力于在酒店管理和社区活动中贯彻环境、社会和企业政策，秉承生态责任，在尊重环境的同时提供舒适的住宿体验，满足了中国商务旅客日益增长的期望。

这是否也会为贵公司带来面向法国的新项目或新的合作伙伴？

2018年，基汇资本旗下的基汇酒店管理集团通过与欧米茄资本结盟以及收购西班牙Hospes酒店扩大了其在欧洲的业务。这项收购通过其欧洲酒店投资基金与欧米茄资本合作完成。Hospes酒店集团目前拥有10家酒店，是西班牙知名的豪华酒店品牌。每家酒店都将设计与技术与当地的传统、独特工艺紧密融合。基汇酒店管理集团计划通过在西班牙和南欧的旅游地区和战略城市开设

更多酒店来继续发展Hospes品牌。对于寻求在全球最受欢迎的旅游市场之一的欧洲进一步扩大影响力的基汇资本，及其酒店平台基汇酒店管理集团来说，这是一个重要的里程碑。

从更宏观的角度来看，在新冠疫情后，如何促进中国的旅游业？

为遏制疫情，中国历经三年的严格封锁管理，现在正重新向游客敞开大门。自2023年1月8日起，中国取消强制入境隔离政策，并再次开始签发包括旅游签证在内的各类签证。作为世界第二大经济体，中国的重新开放将会促进入境游的增长。被亚洲旅游目的地所吸引的法国游客期待更多飞往中国的航班，以及飞往中国和整个亚洲地区更实惠的机票价格。为鼓励中国游客到法国旅游，可以考虑加强两国之间的合作、开展有针对性的促销和文化活动。

然而，就目前的情况来看，新冠疫情过后，中国预计需要两年时间才能恢复对外国商务和文化旅游的吸引力。

采访人：P. TI