

# EQUIPHOTEL PARIS

THE HOSPITALITY & FOOD BUSINESS PLACE

6-10 NOV. 2022



Communiqué de presse  
Synthèse de l'étude CHD Expert pour EquipHotel 2022

---

## HÔTELLERIE ET RESTAURATION : Le client souhaite avant tout se faire plaisir !

Pour le salon EquipHotel, du 6 au 10 novembre 2022 à Paris, le cabinet CHD Expert a réalisé une étude sur **les attentes des consommateurs dans un hôtel ou un restaurant**. Un échantillon de 10 000 personnes a ainsi été sollicité par sondage « online ». Principal résultat : **en 2022, le client veut se faire plaisir**, il réclame du service, du bien-être, du connecté, de l'engagé, mais il surveille de près les tarifs, crise oblige.

### ATOUT PRIX

**62%** préfèrent maintenir leur niveau de standing...quitte à venir moins !

Crise économique, matières premières à la hausse, inflation galopante... le contexte n'a rien d'évident pour le secteur des CHR. Pourtant, c'est la reprise, en termes de fréquentation, dans les hôtels et les restaurants de l'Hexagone. Mais une reprise toute en nuances. Ainsi, selon l'étude CHD Expert pour le salon EquipHotel 2022, **62%** des consommateurs d'hôtels et de restaurants privilégient la baisse du nombre de visites plutôt que la remise en question de leur séjour ou de leur repas dans la gamme qu'ils ont sélectionnée.

Autre constat : **93%** des personnes interrogées **acceptent des prix à la hausse**, si ces-derniers sont justifiés et expliqués.

Dans cette même veine, plus de **80%** des consommateurs apprécient les offres, les packages, voire le geste de l'hôtelier ou du restaurateur pour faire baisser une addition.

## PREMIUM ACCESSIBLE

Priorité au rapport qualité-prix le plus juste

Lorsque le consommateur souhaite vivre un moment unique, original, qualitatif, « il est souvent prêt à payer plus, hors domicile », souligne l'étude CHD Expert. Le bémol : il ne souhaite pas pour autant casser sa tirelire ou se ruiner. Il cherche plutôt le meilleur rapport qualité-prix, mais pas le piège à touristes, ni l'adresse branchée inabordable. L'expérience doit rester accessible.

## QUALITÉ DE VIES

50% des attentes du client relèvent d'un « savoir recevoir »

En 2022, **le client veut avant tout « se faire plaisir »**, constate l'étude CHD Expert. Il consomme moins, mais mieux. Conséquence : hôteliers et restaurateurs doivent faire preuve d'idées et d'initiatives pour générer de la « **satisfaction client** ». À table, ce qui se mange et ce qui se boit ne couvrent que la moitié de ce qu'attend un consommateur coté « expérience », découverte et satisfaction.

Les **50%** restants relèvent de la flexibilité dans la réservation (pour **41%** des clients), du renouvellement de la carte (pour **53%**) ou encore d'une carte courte, souvent garante de produits frais et de saison (pour **35%**). À cela s'ajoute l'échange, voire la complicité avec le serveur : **39%** des consommateurs sont sensibles aux recommandations de celui-ci.

Même scénario à l'hôtel, où **le client souhaite bien plus qu'un lit douillet**.

Il attend beaucoup notamment de la connexion wif (pour **55%**), de la qualité de l'accueil et du personnel (pour **51%**), de l'atmosphère et de la déco (pour **36%**). Côté équipement, la qualité de l'insonorisation est plébiscitée par **45%** du panel interrogé, **39%** apprécient une ambiance musicale et **31%** affectionnent les cuisines ouvertes pour voir, savoir, découvrir un peu des coulisses d'un établissement. Quant à la borne de commande au restaurant, si elle ne séduit que **12%** des adultes, la satisfaction passe à **25%** chez les moins de 25 ans.

## CONNECTÉ À TOUTE HEURE

3 Français sur 5 photographient leur plat ou leur chambre pour les relayer

Impossible de dissocier le consommateur de son smartphone. Selon l'étude CHD Expert, **64%** des clients prennent des photos de leur plat au restaurant et **61%** de leur chambre lorsqu'ils séjournent à l'hôtel. Le tout en vue de relayer ces images sur les réseaux sociaux, dans la majorité des cas. Ainsi **44%** des consommateurs commentent leur repas au restaurant sur ces mêmes réseaux. Ce que l'on vit se montre, se partage, se raconte, en particulier sur Instagram et autres plateformes de réservation. Autre constat : au restaurant, le digital commence aussi à faire partie de l'« expérience » pour payer (**25%**), adhérer au programme de fidélité (**42%**) - souvent juste après avoir réglé l'addition - ou encore pour commander à prix réduits (**38%**). Des chiffres qui grimpent chez les millennials : **57%** d'entre eux payent via une application et **68%** apprécient de commander à prix réduits.

## ENGAGÉ POUR LE MEILLEUR

94% sensibles à l'impact environnemental

La démarche RSE d'un hôtel ou d'un restaurant crée également de la satisfaction au-delà du contenu de l'assiette ou du confort d'une chambre. Réchauffement climatique, pénurie d'eau, développement durable, économies d'énergie, chasse au gaspillage... sont autant de termes et de mots qui sensibilisent de plus en plus les Français qui voyagent et sortent pour se restaurer. Un résultat de l'étude CHD Expert en témoigne :

**94% des consommateurs font attention à l'impact que peut avoir le restaurant ou la solution d'hébergement qu'ils choisissent.** Et chez les 18-25 ans, cela a une incidence sur la réservation pour plus d'un consommateur sur 2.

---

### À propos d' EquipHotel

Le salon EquipHotel est un événement organisé par RX France, leader dans l'organisation de salons professionnels. EquipHotel Paris est le rendez-vous BtoB de référence du secteur de l'hôtellerie-restauration, tous les deux ans à Paris. Le salon rassemble plus de 1 200 entreprises exposantes, à 40% étrangères, à travers 5 grands univers : foodservice, design, bien-être, technologie & services. Cette offre unique est la plus complète des salons internationaux de l'hôtellerie-restauration. Elle présente aussi bien les sociétés françaises et internationales, leaders sur leur secteur, que les jeunes entreprises parmi les plus innovantes dans le domaine de l'hospitalité. La manifestation attire 113 000 décideurs du CHR : chefs, restaurateurs, hôteliers, architectes, decorateurs, investisseurs, cafetiers, brasseurs, gestionnaires de collectivités, bureaux d'études, installateurs... Pendant 5 jours, ces professionnels ont l'opportunité de rencontrer une multitude de fournisseurs et découvrir les nouveautés de chacun d'entre eux. EquipHotel est également le « hub » des tendances et innovations du CHR. Hôtels et restaurants éphémères, showrooms, studios, conférences, master class et concours de renom sont mis en scène par les meilleurs architectes et experts du secteur.

[www.equiphotel.com](http://www.equiphotel.com)

### À propos de RX France

RX est au service du développement des entreprises, des collectivités et des individus. Nous associons à la force des événements en face à face, les données et les produits digitaux qui permettent d'aider nos clients à comprendre les marchés, à rechercher des produits et à effectuer des transactions avec plus de 400 événements présents dans 22 pays et 43 secteurs d'activité. RX France, filiale française de RX, organise des événements en face-à-face, digitaux ou hybrides, leaders sur une vingtaine de marchés différents. Parmi les salons emblématiques de RX France et incontournables sur le plan national et international, figurent MIPIM, MAPIC, Batimat, Pollutec, EquipHotel, SITL, IFTM Top Resa, MIPCOM, MIPTV, Paris Photo et bien d'autres... Nos événements se déroulent en France, en Chine, en Inde, en Italie, au Mexique, en Russie et aux États-Unis. La volonté de RX est d'avoir un impact positif sur la société et de créer un environnement de travail inclusif pour tous nos collaborateurs. RX fait partie de RELX, fournisseur mondial d'outils d'analyse et de décision basés sur l'information et les données pour des clients professionnels.

[www.rxglobal.com](http://www.rxglobal.com)

---