



**EVERHÔTEL
LMP / LMNP**



3 bis Avenue Foch
05000 GAP
☎ 04 92 565 765 Fax 04 92 565 769



SOMMAIRE

I - PRESENTATION

- Ia - Fiche Technique
- Ib - Commentaires sur l'investissement et le financement
- Ic - Les garanties
- Id - Fiscalité de l'opération

II - LE CONCEPT EVERHOTEL

- IIa - Présentation de Everhôtel
- IIb - Le concept Everhôtel

III - LE MARCHE NATIONAL

IV - LES INTERVENANTS

- IVa - Le Groupe Evergroup
- IVb - Présentation du Franchiseur
- IVc - Le franchisé

V - L'ETUDE DE MARCHE THEORIQUE ET DU POTENTIEL

- Va - Localisation
- Vb - L'étude de marché du projet
- Vc - La zone de chalandise du projet
- Vd - L'offre hôtelière de la zone
- Ve - La note de profitabilité du projet
- Vf - Evaluation du chiffre d'affaire attendu du projet



I - PRESENTATION



Ia - FICHE TECHNIQUE

↳ LES INTERVENANTS

| | |
|--|--|
| <u>Maître d'ouvrage :</u> | EVERTEL PROMO SARL |
| <u>Architecte :</u> | Imagine Architecture |
| <u>Notaire :</u> | Maître P. LEBEAU 12 Place de Verdun 17000 LA ROCHELLE |
| <u>Gestionnaire :</u> | Franchisé, Chaîne EVERHOTEL 28 Avenue du 19 mars 1962 78370 PLAISIR |
| <u>Commercialisateur :</u> | SELECTYS 3 bis Avenue Foch 05000 GAP ☎ 04 92 565 765 www.selectys.com |
| <u>Cabinet fiscal mandaté :</u> | Cabinet Magnin 73494 LA RAVOIRE |



↳ LA RESIDENCE

| | | |
|--|---------------------------------------|-------------------------------|
| <u>Permis de construire :</u> | PC4413205T1030 | obtenu le 15 juin 2005 |
| <u>Nombre de logement :</u> | 30 lots | |
| <u>Passage des actes :</u> | 1^{er} Trimestre 2006 | |
| <u>Date de début des travaux :</u> | 1^{er} Trimestre 2006 | |
| <u>Date de livraison prévisionnelle :</u> | 3^{ème} Trimestre 2006 | |

↳ LA RESERVATION

| | |
|---|---|
| <u>Responsables des disponibilités :</u> | Valérie ARICO et Karine SAUNIER ☎ 04 92 565 765 |
| <u>Dépôt de garantie :</u> | 1000 € par chèque établi à l'ordre de Maître LEBEAU |
| <u>Accompagnement fiscal :</u> | Récupération de la TVA / 95 € HT Comptabilité LMNP annuelle : 220 € HT Comptabilité LMP annuelle (individuel) : 580 € HT Comptabilité LMP annuelle (société) : 850 € HT |
| <u>Rentabilité :</u> | 1^{ère} à 3^{ème} année : 5,70 % 4^{ème} à 6^{ème} année : 6.09 % 7^{ème} année : 6.96 % puis indexation des loyers |
| <u>Appel de fond prévisionnel :</u> | 30 % au terrassement en cours 5 % à l'achèvement des fondations 15 % dalle basse du rez-de-chaussée 15 % dalle haute du rez-de-chaussée 5 % à la mise hors d'eau 15 % à la mise hors d'air 10 % à l'achèvement des cloisons 5 % à la livraison |

↳ LES SITES INTERNET

- www.selectys.com
- www.pornichet.org



LES ETAPES CHRONOLOGIQUES

- ♦ Lancement de la Commercialisation ⇒ Novembre 2005
- ♦ Montage Dossier Financier ⇒ Décembre 2005
- ♦ Offre Prêt ⇒ Janvier - Février 2006
- ♦ Signature Notaire ⇒ 1^{er} Trimestre 2006
- ♦ Livraison ⇒ 3^{ème} Trimestre 2006



Ib - COMMENTAIRES SUR L'INVESTISSEMENT ET LE FINANCEMENT

Le projet proposé consiste en la construction d'un ensemble à usage d'hôtel et restaurant, d'une capacité de 30 chambres, avec acquisition de lots de chambres studios entièrement équipées.

Ce projet sera exploité en franchise sous la marque EVERHOTEL RESTAURANT L'AUBERGE par la chaîne du même nom, filiale du groupe EVERGROUPE.

L'objectif de cet investissement est d'offrir aux investisseurs privés la possibilité d'accéder à l'investissement immobilier hôtelier de chaîne par :

- ❖ Un placement dans des murs commerciaux équipés, sur un secteur à fort potentiel
- ❖ La garantie d'un groupe expérimenté en matière de développement hôtelier
- ❖ Un rendement de l'investissement plus performant que la moyenne
- ❖ La constitution d'un patrimoine immobilier de qualité
- ❖ Une rentabilité assurée par bail commercial garanti par le gestionnaire
- ❖ Des possibilités concrètes de revente à terme

Les caractéristiques financières et commerciales du groupe EVERGROUPE et du concept hôtelier EVERHOTEL sont exposées dans la plaquette ci-annexée.

Avantages principaux de l'investissement :

- ❖ Statut de Loueur en meublé (LMP ou LMNP)
- ❖ Récupération de la TVA sur la totalité de l'investissement
- ❖ Déductions fiscales importantes sur le revenu personnel (LMP)
- ❖ Revenus locatifs attractifs exonérés d'impôts
- ❖ Loyers garantis par la société gestionnaire
- ❖ Attribution de la carte « Privilège » EVERHOTEL, donnant droit à une réduction de sur le prix des chambres dans toute la France.

Investissement dans l'immobilier géré

Le Placement proposé concerne deux supports :

- ❖ l'immobilier meublé,
- ❖ un support de capitalisation.

1 - Le support immobilier meublé :

- ❖ permet de récupérer la T.V.A. sur le montant immobilier investi,
- ❖ de percevoir des loyers d'un montant moyen de 7 à 8% de la valeur du bien,
- ❖ d'acquérir un outil performant pour se créer des revenus complémentaires et donc idéal dans la préparation d'une retraite.
- ❖ de pouvoir revendre ce bien après 10 ans (dans le cas de force majeure imposant la revente avant la fin de cette période de dix ans une dérogation à la règle pourrait être envisagée).

2 - Le support de capitalisation :

- ❖ permet de faire fructifier la T.V.A. investie, les loyers perçus et les abondements de l'investisseur
- ❖ par abondement approprié, de participer, par effet levier, au remboursement du prêt, en particulier du capital en cas de « in fine »
- ❖ de bénéficier d'une garantie décès sur les fonds versés.

3 - Le Financement :

qui sera mis en place pour l'acquisition du bien immobilier peut prendre deux formes :

- ❖ prêt amortissable où la mensualité comporte le remboursement simultané d'une partie du capital et des intérêts étalés sur la durée avec extinction en finale.
- ❖ prêt « in fine » où la mensualité ne comporte que les intérêts de l'emprunt, le capital, lui, étant remboursé à l'issue du contrat de prêt d'où le terme « in fine ». Il importe dans ce cas d'y associer un support de capitalisation, avec abondement initial faible, nanti au profit de la banque, permettant de rembourser le capital. Il sera le récepteur idéal de la T.V.A. récupérée qui pourra ainsi fructifier et intervient donc en effet levier.

Dans les deux cas pour prendre en compte les mensualités l'investisseur bénéficie de l'apport du loyer convenu par bail commercial avec le gestionnaire.

Il restera à la charge de l'investisseur une somme mensuelle (abondement) adaptée à son budget et à ses possibilités d'épargne qui viendra compenser le léger différentiel compte tenu de l'indexation à laquelle ce loyer est lié, ou doter le support de capitalisation.

En conclusion :

Ce statut de **Loueur en Meublé Non Professionnel** présente de nombreux avantages pour un investisseur privé, pour la création de revenus complémentaires ou simplement de sa retraite exonérée d'impôts sur plusieurs années (10 ou 15 ans) :

- ❖ pour la protection familiale, puisque plus efficace qu'un simple contrat d'assurance vie puisqu'en plus du capital assuré on récupérera les sommes placées sur le support de capitalisation, la rente que représente l'encaissement des loyers

- ❖ le tout préparé avec une aide de l'Etat : récupération de la TVA et les effets leviers qu'apportent le support de capitalisation, le prêt et les loyers versés.

Enfin, c'est un excellent tremplin pour accéder dans le temps avec des investissements successifs étalés au statut de **Loueur en Meublé Professionnel** qui apporte des avantages complémentaires à ceux dont bénéficie le Non Professionnel :

- ❖ amortissement identique au statut **Loueur en Meublé Non Professionnel** (possibilité de cumul et report) déductible dès que le revenu locatif déclaré devient positif,
- ❖ déduction des déficits locatifs directement des revenus globaux entraînant de ce fait une réduction d'impôts,
- ❖ facilité accrue de transmission de patrimoine puisqu'il s'agit d'un outil professionnel,
- ❖ non imposition à l'I.S.F.,
- ❖ exonération de l'imposition sur les plus values à la revente,

Ic - LES GARANTIES

1) Pour l'investisseur :

- ❖ Bail commercial avec **garantie de loyer** de la part de la société gestionnaire, du groupe EVERHOTEL, confortée par la holding EVER'INN (groupe EVERGROUP, capital 1 500 000 €)
- ❖ Constitution d'un **dépôt de garantie** de 3 mois de loyer, utilisé en priorité, en cas de défaillance, au paiement des loyers dus,
- ❖ **Promesse de rachat** du bien au terme du bail en faveur de l'investisseur par le groupe Gestionnaire
- ❖ Garantie de **poursuite d'activité** donnée par la société EVERHOTEL soit en propre, soit par sélection et la mise en place d'un nouveau gestionnaire de manière à ce que l'immeuble objet du bail reste toujours garni d'un fonds de commerce en activité.
- ❖ Garantie de **contrôle de gestion** des résidences donnée par EVERHOTEL avec l'appui d'un réseau national d'Expertise Comptable : le groupe FIDUCIAL
- ❖ Garantie de **remplissage des chambres** d'une enseigne nationale, sur un marché de grande consommation :
 - Taux d'occupation national des hôtels de chaîne 1 * : 72 %*
 - couverture du loyer avec maximum 25 % de taux d'occupation pour les chambres.
- ❖ Le gestionnaire s'engage à souscrire :
 - une **police d'assurance** couvrant les risques locatifs
 - une **police d'assurance** couvrant les risques de perte d'exploitation.

2) Pour l'établissement prêteur :

- ❖ **Hypothèque en premier rang** sur le bien immobilier, ou garantie similaire
- ❖ **Garantie personnelle** de l'emprunteur : les montants empruntés sont toujours inclus dans les limites d'endettement de l'investisseur (dans ce cas de financements par personnes privées, le risque pour un programme est réparti sur le nombre d'investisseurs),
- ❖ **Délégation de loyers** de la part de la société gestionnaire en faveur du banquier,
- ❖ Gestion directe, (si demande) du **fonds de placement** et des **abondements** constitués en garantie par l'investisseur

- Etude Coach Omnium 2004 (www.coachomnium.com)



Id - FISCALITE DE L'OPERATION

L'hôtellerie

La compatibilité du schéma ci-après est validée par une consultation récente du CRIDON, dont les conclusions sont jointes aux présentes.

L'hôtel de tourisme est un établissement commercial d'hébergement constitué de chambres ou d'appartements entièrement meublés profitant d'équipements et de services communs.

Il peut faire l'objet d'un classement par les services compétents de la Préfecture. Il est exploité de façon permanente ou saisonnière par un gestionnaire.

La France est la première destination touristique mondiale (8 millions de visiteurs par an) avec une population consommatrice de loisirs et vacances en constante progression notamment en période « creuse » avec les « Seniors »

Le marché en constante progression est renforcé tout au long de l'année par l'hôtellerie d'affaires qui demeure très active notamment pour les établissements de catégories 1 et 2 étoiles sur les petites et moyennes agglomérations.

La demande reste donc soutenue pour créer un produit immobilier de « défiscalisation » qui réponde aux besoins et critères attendus:

Un site approprié

Un emplacement de qualité

Des baux fermes et renouvelables d'un minimum de 9 ans

Une bonne rentabilité

Un gestionnaire avec une signature majeure.

Une fiscalité attrayante viendra optimiser l'investissement, car pour l'achat d'appartements en pleine propriété avec prise à bail commercial accordant à une société spécialisée la possibilité d'exploiter ce bien, l'investisseur pourra :

Récupérer la T.V.A.

Accéder au statut de Loueur en meublé professionnel ou non professionnel.

DT/SC
Statuts LMP

Monsieur Denis THURET
Notaire
27, rue Rossini
06000 - NICE

VBP/FM
N° 354 470

TÉLÉCOPIE

Lyon, le 1^{er} septembre 2004

SEMAINE
6 points

Mou Cher Confrère,

Nous répondons à votre télécopie du 25 août où vous nous exposez la situation suivante :

« Vous souhaitez la confirmation qu'un investisseur, acquéreur de chambres d'hôtel, données à bail commercial meublé, dans le cadre des dispositions de l'article 261 D 4° a) (ou b) et c) du CGI, peut bénéficier (s'il satisfait, par ailleurs, aux prescriptions de l'article 151 septies du CGI) du statut de Loueur de meublé professionnel ».



En matière d'impôt sur le revenu, deux textes visent la location directe ou indirecte de locaux d'habitation meublés ou destinés à être meublés : article 151 septies (dernier alinéa) et article 156-I-1° bis du CGI.

Une réponse ministérielle aborde cette notion de location meublée : il y a « location en meublé lorsque les meubles loués avec le local sont suffisants, pour donner à ce dernier un minimum d'habitabilité » et conclut que l'appréciation sur ce point est constitutive d'une question de fait (RM Desants AN 28/01/1980 p. 279 n° 17 701).

La problématique résultant de ces textes et doctrine est d'abord l'imprécision quant aux immeubles concernés.

Certains pensent qu'il doit s'agir de locaux d'habitation qui répondent aux prescriptions des articles R 111-1 à R 111-17 du CCH :

- > conditions de surface et de volume minimum (au moins 14 m² et 33 m³ par habitat).
- > conditions de confort minimal : alimentation d'eau potable, installation sanitaire, de confort, de chauffage ;
- > pièces de services telles que cuisine (ou « coin cuisine »).

Les chambres (individuelles) ou pièces isolées d'habitation (ex : chambre d'un « hôtel » non munie d'un coin cuisine) qui ne répondent pas à ces normes seraient, pour eux, écartées.

En l'état, ce point de vue restrictif n'est pas celui de la doctrine administrative qui ne se réfère pas, pour l'imposition des revenus des loueurs en meublé, au seul code de la construction et de l'habitation.

Enfin, l'article 35 bis I prévoit l'exonération de la totalité des produits retirés de la location lorsque les pièces louées constituent pour le locataire en meublé sa résidence principale et que le prix de la location est fixé dans des limites raisonnables.

Ce texte donne bien à penser que la location en meublé peut porter notamment sur des locaux ne répondant pourtant pas aux conditions du code de la construction et de l'habitation. Il peut donc s'agir de simples chambres. De plus, en matière de TVA les articles 260 D et 261 D-4° du CGI ne visent manifestement pas la notion d'habitation du CCH : ils parlent de local meublé ou nu dont la destination fiscale est le logement meublé.

Si la location de chambre d'hôtel telle que vous nous l'indiquez ne nous semble pas poser de problème, il conviendra en revanche d'être vigilants afin de ne pas être en présence d'une convention d'hébergement qui, depuis l'instruction du 1^{er} août 1996 n'est plus considérée comme une location meublée.

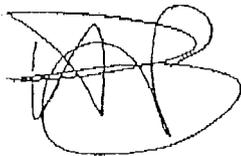
Il conviendra donc d'éviter la gestion par mandat au profit de la gestion par bail commercial, et il faudra que les clauses du bail n'associent ni directement, ni indirectement le propriétaire bailleur à la fourniture des services para-hôteliers, à la gestion ou aux résultats de la société d'exploitation.

Dans ce cas, en effet l'administration pourrait mettre à profit de telles clauses pour retenir la qualification d'hôtellerie au détriment de celle de location meublée.

Restant à votre entière disposition,

Nous vous prions d'agréer, Mon Cher Confrère, l'expression de nos sentiments dévoués.

Le Rédacteur,



Valérie BOUÉ-PANAROTTO

P. Le Président,



R. FERRY
Directeur Général



*Centre de Recherche d'Information
et de Documentation Notariales*

LYON

DT/GH

FF/JC

N°337.157

SEMAINE - 04 97 03 34 46

Lyon, le 3 juin 2004

Monsieur Denis THURET

Notaire associé

06000 NICE

Mon Cher Confrère,

Nous répondons à votre lettre adressée par télécopie du 25 mai 2004.

Vous exposez que l'arrêté du 14 février 1985 définit l'hôtel de tourisme et la résidence de tourisme comme établissement commercial d'hébergement classé comportant des chambres ou appartements meublés en location.

Vous demandez alors si les acquéreurs de lots meublés situés dans l'un ou l'autre de ces établissements peuvent exiger de l'administration le bénéfice du statut LMP.

Vous précisez qu'ils louent ces lots meublés par bail commercial ne comportant pas de clause de recettes, et sont inscrits au RCS en qualité de LMP et retirent plus de 23.000 €/an.

Vous précisez également que les chambres ou appartements de l'hôtel ou de la résidence de tourisme sont « loués » par contrat d'hôtellerie et non par bail de logements meublés.



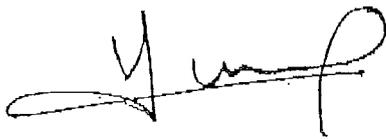
Nous considérons que dans l'hypothèse envisagée et selon les conditions décrites, le statut fiscal LMP s'applique de plein droit dans la mesure où les investisseurs remplissent par ailleurs les conditions habituelles (inscription au RCS, minimum de 23.000 € annuels). En effet, ces investisseurs ne sont pas « associés » à l'activité du preneur-exploitant en l'absence de clause « d'intéressement » à ses affaires ou à ses bénéficiaires. Ils donnent bien en location des logements meublés et ne fournissent directement ou indirectement aucune prestation hôtelière ou para hôtelière. Ils ne peuvent pas, dès lors, être regardés comme co-exploitants hôteliers ou para-hôteliers de l'établissement d'hébergement. Ils ont conclu un contrat de louage de chose au preneur commun qui n'est donc pas leur mandataire et qui, par conséquent, exerce à ses risques et périls son activité dans les lieux. Voyez notamment en ce sens l'ouvrage de Monsieur LE BOUL'CH : chapitre II - n° 5 p. 24 s. et chapitre III p. 43 s.

Pour refuser aux intéressés le statut LMP, l'administration devrait alors prétendre que ce régime soit exclu en présence d'un preneur unique des chambres et appartements meublés et/ou que l'activité hôtelière ou para-hôtelière de ce dernier entache le régime fiscal de la location des investisseurs. Cette prétention ne pourra pas prospérer selon nous.

Restant à votre entière disposition,

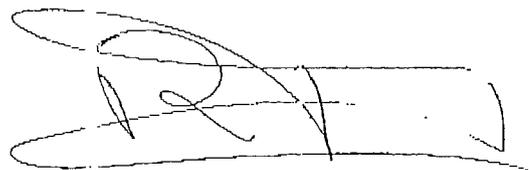
Nous vous prions d'agréer, Mon Cher Confrère, l'expression de nos sentiments dévoués.

LE RÉDACTEUR,



François FAURE

Po, LE PRÉSIDENT,



R. FERRY
Directeur Général



Patrick-Joël POSTILLON
Max OUAKNINE
Carol DOMENGE
François-Régis PUJOL
Denis THURET
Corinne ALPINE
Franco BUCCERI
Xavier CAFLERS

Notaires Associés

Philippe HENRY
Christine OLIVIER

Notaires Salariés

Tél.: 04.97.03.34.45

Fax : 04.97.03.34.46

denis.thuret@notaires.fr



Société Civile Professionnelle
titulaire d'un Office Notarial
Membre d'une association agréée.
Le règlement des honoraires par
chèque est accepté.

Tout paiement en provenance de
France ou Monaco doit être
effectué par chèque de banque
pour les sommes supérieures à
45.735 € ;

Tout paiement en provenance de
l'étranger doit être effectué par
virement, à l'exclusion de tous
chèques payables hors de France.

Réception de 9h à 12h 30
et de 14h à 18h30
Etude fermée le samedi
Parkings
Place Mozart et le Louvre

Denis THURET

Notaire associé

"Le Parnasse" - 27 Rue Rossini

06000 NICE

Successeurs de Mes J.ROUGHOL et F.ROQUES

CRIDON

Mr FAVRE

37 Bd des Brotteaux
69455 LYON CEDEX 06

TELECOPIE PAS D'ORIGINAL
REPONSE PAR TELECOPIE
8 JOURS.

Nice,

Le 25 mai 2004

Objet :

L.M.P.

Nos réf. :

DT/GH

Mon Cher Confrère ,

L'arrêté du 14 février 1986, dans son article 1^{er}, définit aussi bien l'hôtel de tourisme que la résidence de tourisme, comme un établissement commercial d'hébergement classé, comportant des chambres ou des appartements meublés « en location ».

Les investisseurs, acquéreurs de lots de copropriété meublés dans l'un ou l'autre type d'établissement, et qui louent ces lots meublés par bail commercial au gestionnaire unique de l'établissement, et qui par ailleurs, sont immatriculés au RCS, en qualité de L.M.P., dont-ils retirent une recette d'au moins 23 000 € par an, peuvent-ils exiger de l'Administration le bénéfice du statut de L.M.P. ?

Etant précisé que les baux commerciaux ne comportent pas de clauses recettes, et que les chambres et appartements de l'hôtel de tourisme ou de la résidence de tourisme sont « loués » par contrats d'hôtellerie et non par bail de locaux meublés.

Je vous prie de me croire, mon Cher Confrère,

Votre bien dévoué.

Me. THURET

LMP Loueur en Meublé Professionnel

Un statut soumis à conditions:

L'investissement locatif doit porter sur un logement meublé.

L'investisseur doit s'inscrire au registre du commerce et des sociétés en tant que loueur en meublé professionnel.

L'investisseur doit retirer de son revenu de loueur en meublé professionnel (loyers) plus de 23 000 € annuels ou au moins 50% de son revenu global (le seuil s'apprécie par foyer fiscal).

Les revenus locatifs doivent être déclarés dans les BIC (bénéfices industriels et commerciaux).

Récupération de T.V.A. si :

Le logement se trouve dans une résidence avec services ou de tourisme classée.

L'investisseur donne à bail commercial d'au moins 9 ans avec un gestionnaire offrant les quatre services para hôteliers (Accueil, gardiennage, entretien des parties privatives, petits déjeuners, fourniture du linge de maison).

Les loyers perçus sont soumis à T.V.A. (5,5%).

La T.V.A. est payée sur les loyers par trimestres civils.

Réduire son impôt sur le revenu global:

Chaque année, l'investisseur pourra déduire de son revenu global le différentiel entre ses revenus locatifs et les charges suivantes :

Les intérêts d'emprunt

Les charges de propriété et de copropriété

Les frais d'établissement

Les charges liées à son statut (cotisations sociales, vieillesse, allocations familiales)

Les dépenses d'entretien et de réparation.

Générer à terme des revenus BIC non imposable :

Chaque année, en période déficitaire, l'investisseur cumule les amortissements sur : Les murs (amortissable généralement sur 30 ans), les meubles (amortissable généralement sur 5 ans).

En période bénéficiaire (au terme de son financement), l'investisseur puise dans ces amortissements différés, pour effacer ses revenus BIC excédentaires.

Les revenus de son activité LMP seront donc nets d'impôts pendant plusieurs années (de l'ordre de 10 à 15 ans en général).

LMNP Loueur en Meublé Non Professionnel

Un statut très accessible :

L'investissement locatif doit porter sur un logement meublé.

Il n'y a pas d'inscription au registre du commerce et des sociétés.

Les revenus locatifs doivent être déclarés dans les BIC (bénéfices industriels et commerciaux).

Récupération de T.V.A. si :

Le logement se trouve dans une résidence avec services ou de tourisme classée.

L'investisseur donne à bail commercial d'au moins 9 ans avec un gestionnaire offrant les quatre services para hôteliers (Accueil, gardiennage, entretien des parties privatives, petits déjeuners, fourniture du linge de maison)

Les loyers perçus sont soumis à T.V.A. (5,5%)

La T.V.A. est payée sur les loyers par trimestres civils.

Générer des revenus exonérés d'impôts :

Chaque année, l'investisseur n'est pas imposé sur la totalité des loyers perçus car il peut déduire de ses revenus locatifs les charges suivantes :

- Les intérêts d'emprunt

- Les charges de propriété et de copropriété

- Les dépenses d'entretien et de réparation

- Les amortissements des murs (répartis généralement sur 30 ans)

- Les amortissements des meubles (répartis généralement sur 5 ans).

La déclaration de ces revenus s'inscrit dans le cadre du BIC (Bénéfices Industriels et Commerciaux), déduction faite des intérêts d'emprunt, taxes et frais.

Suite à ce calcul on aboutit à un résultat négatif qui ne peut être déduit que sur des revenus de même nature (Loueur en Meublé Non Professionnel). Tant que ces déclarations seront négatives, les revenus ne seront donc pas imposés.

Par contre, la Loi permet d'amortir le bien immobilier à raison de 5% par an pendant 20 ans de la valeur du bien.

Cet amortissement non utilisé est cumulable et reportable sans limite de somme ou de durée et constituera une réserve comptable qui ne sera déductible des revenus locatifs déclarés que lorsqu'ils seront positifs.

On pourra puiser dans cette réserve pour ramener à « 0 » les revenus locatifs lorsqu'ils seront en positif et obtenir ainsi une exonération d'impôts de ces revenus.

Un avantage supplémentaire lorsque l'on souhaite se constituer une retraite. Ces revenus complémentaires seront exonérés d'impôts sur plusieurs années grâce à cette disposition de la Loi.



II - LE CONCEPT EVERHÔTEL



IIa - PRESENTATION DE EVERHOTEL

EverHôtel ★
l'Auberge RESTAURANT

Devenez l'aubergiste du 21^{ème} siècle !

Nous développons dans toutes les petites villes de France (5 à 20 000 habitants) une nouvelle chaîne de restaurants hôtels. **Nous voulons réhabiliter le style "Auberge".**
Vous avez envie de travailler en couple : avec un apport minimum de 50 000 € , devenez les patrons de votre établissement de 30 chambres, dans la région de votre choix.
 Vous bénéficierez de notre savoir-faire de 25 ans, et de toutes les aides de notre franchise, en particulier une formation efficace et la prise en charge du financement immobilier.
Vous profiterez d'une rentabilité performante sur un marché porteur
 (hôtellerie + restauration en France : 45,6 Milliards d'€ en 2002*)

*Source : Coach Océanum

Pour faire partie de nos 10 franchisés fondateurs, contactez nous vite :

EVERHOTEL Développement
 28 avenue du 19 Mars 1962 - 78370 PLAISIR
 Tel : 01 30 54 88 55 / Fax : 01 30 54 26 06 - Email : everhotel@wanadoo.fr

Ever'inn

Le concept EVERHOTEL ET RESTAURANT L'AUBERGE s'adresse plus particulièrement aux implantations dans les villes moyennes et petites et sa vocation est de contribuer à la modernisation du parc hôtelier français dans ce type d'agglomérations : il est dénombré plus de 1 500 communes de 5 000 à 25 000 habitants en France.

Le lancement de 8 unités pilotes est actuellement en cours de développement (ouvertures entre juillet et décembre 2005) par la S.A.R.L EVERHOTEL, dont un établissement en propre sis à FONTENAY LE COMTE (85) qui sera exploité directement par le franchiseur et 7 établissements pilotes franchisés fondateurs : SAINT JEAN D'ANGELY, OLORON STE MARIE, SOMAIN, CHARTRES MAINVILLIERS, QUIMPERLE, GUJAN MESTRAS, ABBEVILLE.

Un deuxième groupe de 10 franchisés fondateurs est d'ores et déjà recruté, pour ouverture mi-2006, et ainsi de suite.

A ce rythme, parfaitement maîtrisé, EVERHOTEL comptera 40 établissements ouverts en 2007, atteignant ainsi le premier palier de la couverture nationale.



I Ib - LE CONCEPT EVERHOTEL

➤ Le concept, l'originalité de l'offre :

1° L'Hôtellerie :

Le concept EVERHOTEL repose sur une idée simple : mettre le confort moderne en harmonie avec l'accueil familial.

Nous voulons réhabiliter en France le style "Auberge", à savoir un hôtel neuf, à taille humaine (20 à 30 chambres) autour d'une salle de café, d'un restaurant familial et convivial, et d'une boutique de produits régionaux.

Nos hôtels sont classés "1 étoile" (catégorie la plus fréquentée en France avec plus de 75 % de TO moyen*) ; ils proposent un confort très supérieur et offrent le meilleur rapport qualité/prix du marché.



2° La Restauration :

Notre concept de Restauration L' AUBERGE se base sur un principe fondamental : il faut servir au consommateur ce qu'il aime !

- Menus attractifs, Simplicité et Bon Goût : tel est notre mot d'ordre.
- Cuisine spectacle ! tout se passe devant le client : Grill - Barbecue pour les viandes et poissons grillés, Pizzas au feu de bois, rôtissoire à volailles, Buffets de salades, fromages et desserts,
- Hommage à la gastronomie européenne : le saumon Norvégien y côtoie la Paella Espagnole, les Pizza Italiennes, les Moules frites Belges, le bœuf Bourguignon ou le pot-au-feu etc.

Un petit secret : nos Aubergistes sont avant tout des «Restaurateurs qui louent des chambres». Leur rentabilité sera facilitée, car la notoriété et la montée en puissance rapide du restaurant bénéficieront à l'hôtel et assureront la couverture des charges dès les premiers mois d'exploitation.

Nous créons le trafic de clientèle par l'évènement : un nouvel établissement dans une petite ville, sera rapidement connu de tous, par une savante campagne de communication et, le bouche à oreille (58 % de consommateurs français connaissent leur établissement par ce moyen).

Nous fidélisons par la qualité de l'accueil et de la restauration, donc par la qualité professionnelle et humaine de nos franchisés.



EVERHOTEL est positionné sur son marché de la manière suivante :

- Les chambres offrent un **confort égal** au 2 étoiles (mais plus récent donc plus moderne), **avec un prix de 1 étoile** (valeur de la chambre prix public 2004 : environ 32 €)
- Les emplacements en **petites villes** (mais toujours à faible distance de la grande ville voisine - 30 KM en moyenne) présentent un **environnement plus calme, plus convivial**, plus séduisant pour la clientèle qui fréquente l'hôtel plusieurs fois par mois et qui souhaite retrouver un deuxième chez-soi, propre, fonctionnel, joli et calme.
- **La formule "Aubergiste"**, qui implique que chaque établissement soit tenu par un couple de patrons professionnels (comme au bon vieux temps...), donne (et assure) une image d'accueil familial, personnalisé et traditionnel, et représente aux yeux du consommateur **le meilleur compromis entre le confort de l'hôtellerie de chaîne intégrée et les valeurs de l'hôtellerie familiale.**

Les clients habituels des chaînes 0, 1 et 2 étoiles des grandes villes auront donc toutes les raisons de faire quelques KM pour trouver un hébergement (une "Auberge") dont les qualités correspondent à leur attente précise : **mieux et...moins cher !**

Les parts de marché de EVERHOTEL proviennent de plusieurs sources majeures :

- Déplacement des clients de l'hôtellerie traditionnelle qu'ils trouvent vieillissante,
- Déplacement des clients des 0 et 1 étoiles de chaînes intégrées (Formule 1, Etap-Hôtel, Première classe...) des grandes villes vers un produit plus personnalisé "à la campagne", mais très proche,
- Déplacement des clients du 2 étoiles de chaîne (Ibis, Campanile...) vers un produit moins cher et plus confortable (le discount hôtelier est né),
- Séduction du produit sur les touristes de passage, ou les professionnels (autocaristes, tour opérateurs) qui trouveront meilleur et moins cher pour leurs clients.





III - LE MARCHE NATIONAL

LE MARCHÉ NATIONAL

Présentation du marché de l'Hôtellerie et de la restauration en France

(Source : étude Coach Omnium 2003) :

Lexique :

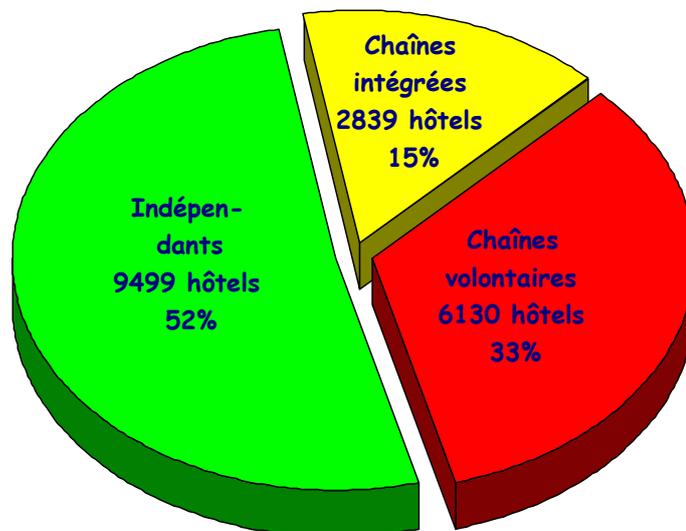
- **Hôtels indépendants** : établissements gérés par des commerçants indépendants, n'adhérant à aucune enseigne nationale, volontaire ou intégrée
- **Chaînes volontaires** : groupements d'hôteliers indépendants adhérents volontairement à une enseigne commune mais présentant des établissements et des concepts très différents les uns des autres (exemple : Logis de France, Best Western, Inter-hôtels, etc.)
- **Chaînes intégrées** : hôtels sous une même enseigne appartenant à un même groupe, en propre ou en franchise, présentant un concept uniforme, une unité de confort et de communication, (Novotel, Mercure, Ibis, Campanile, Formule 1, première classe, etc.)

L'hôtellerie en France : Un marché de 11 Milliards d'€uros en 2004

REPARTITION DU NOMBRE D'HOTELS EN FRANCE

Nombre d'hôtels total : 18 468

- ✓ 0 & 1 étoile : 2 199
- ✓ 2 étoiles : 10 019
- ✓ 3 étoiles : 3 551
- ✓ 4 étoiles : 673



2 nuitées sur 3 en France sont réalisées par des hôtels de chaînes intégrées.

Les hôtels de chaînes intégrées, toutes enseignes confondues, ont en effet réalisé un chiffre d'affaires supérieur à **5 milliards d'€uros sur 2004**.

On constate que les hôteliers **indépendants**, affiliés ou non volontaires, restent très largement majoritaires.

En effet, si les **hôtels indépendants** représentent **85 % du marché en nombre**, ils ne représentent que **47 % en volume d'affaires**.

Les hôtels indépendant, généralement plus anciens, souffrent d'un déficit d'entretien et les consommateurs sont aujourd'hui largement favorables à la fréquentation des établissements de chaînes intégrées.

La modernisation du parc, par la création de nombreux hôtels neufs dans les années 1980 à 2000 a plus particulièrement touché les grandes ou moyennes agglomérations.

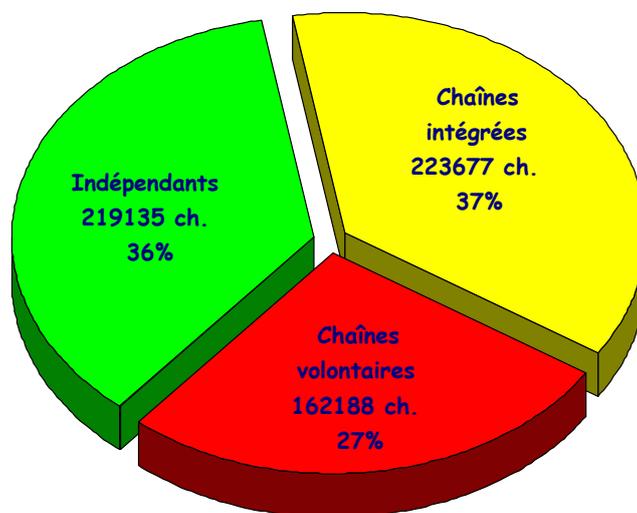
Aussi, le taux d'**hôtels indépendants** est-ils restés très largement **majoritaires** dans les **petites et moyennes villes** dont les équipements modernes sont inexistantes, malgré la demande des consommateurs.

Le potentiel de développement se trouve aujourd'hui donc dans ces villes, ciblées par EVERHOTEL.

REPARTITION DU NOMBRE DE CHAMBRES

Nombre de chambres classées total : **605 000**

Nombre de chambres des hôtels de **chaînes intégrées** : **223 000**, en majorité implantées dans les grandes agglomérations.



Les chaînes intégrées, émanations de groupes financiers importants, ont été contraintes, pour des raisons de rentabilité, de construire des hôtels comportant un nombre de chambres supérieur aux indépendants.

Elles détiennent aujourd'hui **37 % du marché en nombre de chambres**, réparties sur **2 839 hôtels**.

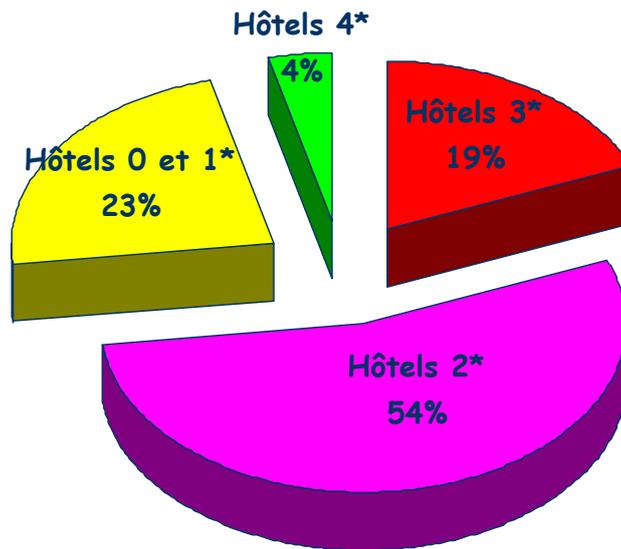
Pourquoi n'ont-elles pas à ce jour investi le marché des petites villes ? Pour des raisons simples, essentiellement structurelles.

Les petites villes exigent la création d'unités de plus petite taille, tenant compte d'un marché plus étroit.

Les critères de rentabilité des hôtels intégrés dans des grands groupes exigent la construction d'unités de plus de 60 chambres.

Ce n'est pas le cas des structures fonctionnant en structure familiale, dont les exploitants, gérants indépendants, bénéficient d'un seuil de rentabilité beaucoup plus bas. Le système EVERHOTEL se trouve en conséquence parfaitement adapté à ce développement.

REPARTITION DU NOMBRE D'HOTELS PAR CATEGORIE



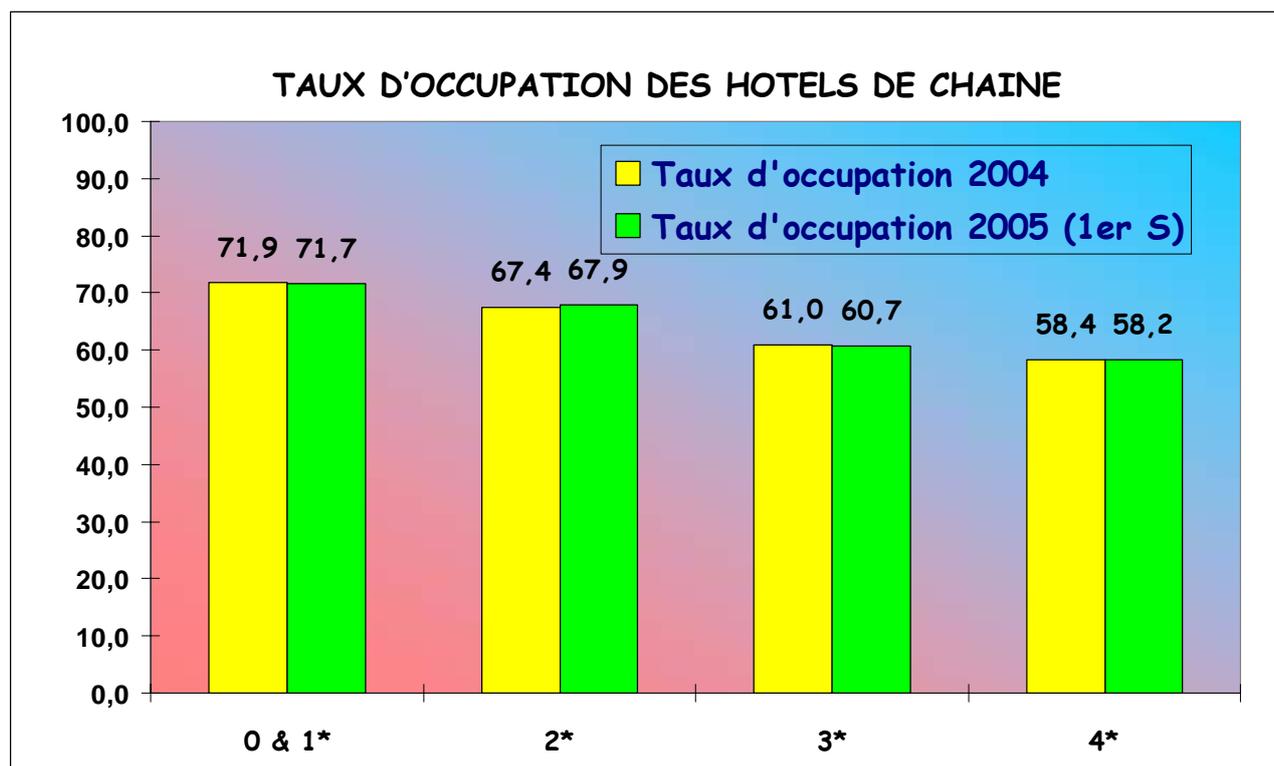
On remarque que les hôtels 2 étoiles sont largement majoritaires en nombre.

On peut estimer aujourd'hui que le renouvellement du parc de 2 étoiles est achevé en France.

Les hôtels 0 et 1 étoile (puisque ne représentant encore que 23 % du parc), conservent un vaste potentiel de développement, notamment pour des hôtels de chaînes intégrées et particulièrement dans les petites villes, couvertes principalement par des hôtels indépendants.

Récapitulatif : Part de marché des chaînes intégrées :

- ✓ 16 % en nombre d'hôtels
- ✓ 38 % en nombre de chambres
- ✓ 52,7 % en volume d'affaires



En France, 2 nuitées sur 3 en France sont réalisées par les hôtels de chaîne.

On remarquera sur le graphique ci-dessus, que la catégorie des hôtels de chaîne 0 et 1 étoile un taux d'occupation cumulé de 72 % en 2004 (toutes enseignes confondues)

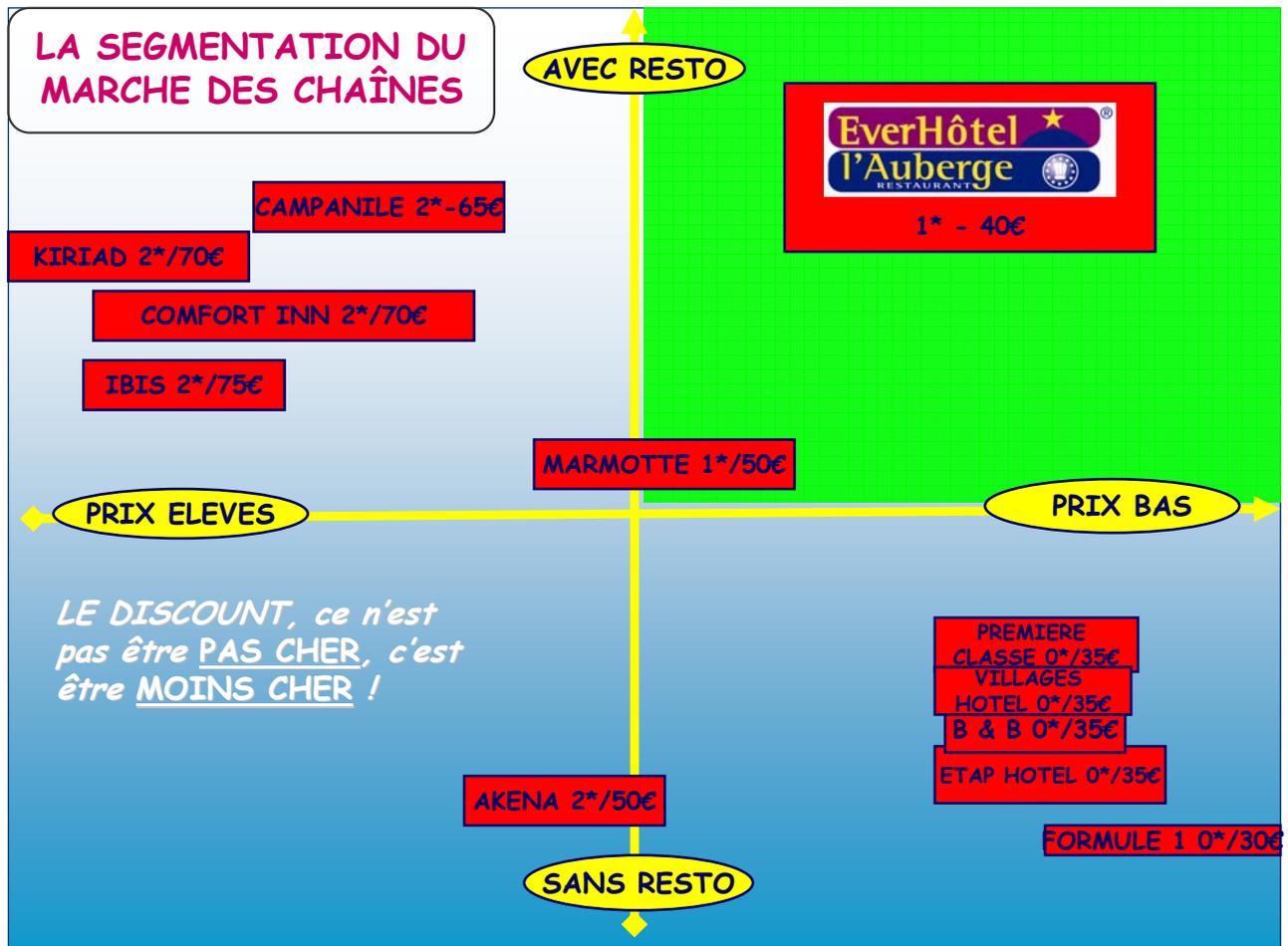
La stagnation n'est qu'apparente, car cette catégorie se développe rapidement : la statistique intègre les hôtels ouverts dans l'année, dont le remplissage est inférieur en période de démarrage.

Les **2 étoiles** se tiennent fort bien, avec un TO cumulé de **68 %**.

Selon Coach Omnium (institut d'études de marché de référence pour l'Hôtellerie Française) le taux d'occupation des hôtels de chaîne est en général de 10 à 15 points supérieur à celui des hôtels indépendants, sur un même emplacement.

Nota : le seuil de rentabilité d'un hôtel EVERHOTEL est de 45 % de taux d'occupation, soit un niveau significativement inférieur à la moyenne nationale des hôtels de chaîne qui s'établit à 72% pour la catégorie 0 et 1* et à 68 % pour la catégorie 2* .

LA CONCURRENCE :



Zone Favorable

EVERHOTEL se positionne seul sur un créneau inexploité à ce jour : Confort 2 * avec prix 1*, et avec restauration.

Sensiblement moins cher que les concurrents 2 *, avec confort égal (Campanile : 65 € la chambre, Everhôtel : 40 €)

Plus confortable que les 0 * pour un prix légèrement supérieur (maxi 5 €), qui ne proposent jamais de restaurant.

Les grands groupes ont rénové l'hôtellerie de périphérie et de centre-ville des grandes et moyennes agglomérations en France et se développent surtout à l'étranger.

Les petites villes ou le marché se situe aujourd'hui ne semblent pas faire partie de leur stratégie de développement.

La restauration en France : Un marché de 37 Milliards d'€uros

L'adjonction d'une unité de Restauration à chaque Résidence Hôtelière est un atout de remplissage : les clients des hôtels économiques recherchent à plus de 55 % des hôtels avec restaurant.

Nota: le seuil de rentabilité d'un restaurant «L'Auberge» est de 50 couverts par jour, soit un niveau significativement inférieur à la moyenne nationale des restaurants de chaîne qui s'établit à 179 couverts.

Etat général du marché de la restauration (Source : étude Coach Omnium) :

- Nombre de restaurants en France : **113 000** Nombre de repas servis en 2002 : **2,6 Milliards**
- Part de marché des chaînes :
 - ✓ 5% en nombre d'établissements
 - ✓ 29% en nombre de couverts (771 millions en 2002)
- Nombre de couverts moyens servis chaque jour :
 - ✓ Chaînes : 179
 - ✓ Indépendants : 50
- Ticket moyen par repas : 18 €

Les clients de la restauration en France

- 75,7 % des consommateurs trouvent les prix normaux
- 53 % des clients vont au restaurant par plaisir et convivialité
- 59,4 % restent fidèles à un ou plusieurs restaurants
- 66 % optent pour des repas à 2 plats
- 58 % connaissent leur restaurant par le bouche à oreille, 17 % par la devanture, 2% seulement par la pub.
- 29 % craignent la lenteur du service, 16 % le cadre ou le bruit
- 65 % déplorent le manque d'accueil du personnel

Les Aubergistes EVERHOTEL RESTAURANT L'AUBERGE sont "des restaurateurs qui louent des chambres".

Ils exercent deux métiers distincts, mais évidemment très complémentaires.

Le trafic naturel des consommateurs vers les restaurants de chaîne à thème profitera aux Aubergistes, bien que le seuil de rentabilité de leur restaurant soit très largement inférieur à la moyenne de couverts/jour nationale :



IV - LES INTERVENANTS



IVa - LE GROUPE EVERGROUP

LE DIRIGEANT :



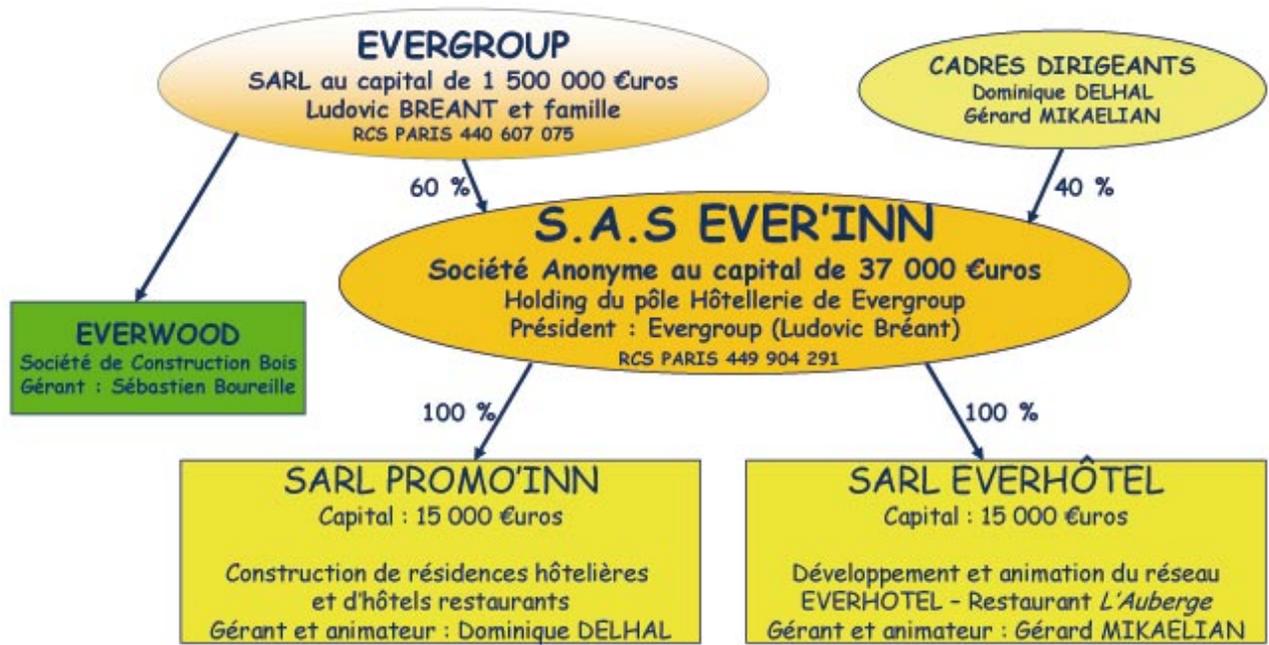
Ludovic BREANT : Président de EVERGROUP

Après avoir créé en 1994 une société spécialisée dans la commercialisation de produits immobiliers de placement et de produits financiers, FIDEF, introduite en bourse en 1999, puis vendue à une Banque en 2001, il se consacre désormais au développement de EVERGROUP et de la Foncière EVER à travers sa Holding BFI..

Le groupe dirigé par Ludovic BREANT s'articule en deux branches principales d'activités :

- Une branche patrimoniale très présente dans l'immobilier de rendement, à partir de la société B.F.I au capital de 5 076 000,70 €uros.
- Une branche plus capitalistique à partir d'EVERGROUP, société au capital de 1 500 000,00 €uros, ayant pour vocation la prise de participants majoritaires dans des sociétés à fort développement en association avec des Dirigeants reconnus et professionnels confirmés du métier en question, détenant une forte expérience dans leur secteur d'activités.

PRESENTATION DES SOCIETES DU GROUPE EVER'INN



LA SOCIETE MERE :

- Dénomination sociale : **EVERGROUP**
- Forme juridique : Société à responsabilité limitée.
- N° RCS : PARIS 440 607 075
- Montant du capital social : 1 500 000 €
- Nature des activités : prise de participations majoritaires dans des sociétés à fort développement en association avec des Dirigeants reconnus et professionnels confirmés du métier en question, détenant une forte expérience dans leur secteur d'activités.
- REPARTITION DU CAPITAL : 100 % Ludovic BREANT

ORGANISATION FONCTIONNELLE DE LA BRANCHE EVER'INN :

- ❖ **La SAS EVER'INN** est la "sous holding" hôtelière du Groupe : Société filiale à 60% d'EVERGROUP, elle est présidée par Ludovic BREANT. Les autres actionnaires en sont Monsieur Dominique DELHAL (20%) et la SARL SITE (RCS VERSAILLES 395 189 533), holding familial de Monsieur Gérard MIKAELIAN.
Elle n'a pas d'autre activité que ses prises de participation.

Société EVER'INN au titre de l'exercice 2004 (15 mois) :

Date de clôture de l'exercice : 31 décembre

Chiffre d'affaires : 70,9 K€

Résultat courant : + 12,7 K€

Capitaux propres : + 45,4 K€

Groupe EVER'INN au titre de l'exercice 2004

(EVER'INN, PROMO'INN/SARL DE MERVILLE et EVERHOTEL)

Chiffre d'affaires cumulé : 3.680,5 K€

Résultat d'exploitation cumulé : + 657,5 K€

Résultat courant cumulé : + 651,9 K€

Résultat net cumulé : + 422,2 K€

Capitaux propres : +459,2 K€

EVER'INN est elle-même organisée en plusieurs filiales principales :

Chaque opération du groupe se réalise en synergie des ses compétences :

- La solidité et la garantie financière des holdings du groupe et en particulier celle de EVERGROUP, puisque chaque société constituée, en est toujours, directement ou indirectement filiale majoritaire,
- L'expérience et la réussite de B F I dans l'immobilier de rendement,
- L'apport de l'entreprise générale du groupe, EVERWOOD, spécialiste dans la construction bois de grande qualité,

- Le savoir-faire en matière de développement et exploitation hôtelière du responsable de EVERHOTEL.

PROMO'INN :

Remarque importante : EVERTEL PROMO, filiale à 100% de PROMO'INN peut en fait être considérée d'un point de vue de l'exploitation comme un simple «département» de la société PROMO'INN, la création d'EVERTEL PROMO se justifiant par un souci de différencier nettement au sein de PROMO'INN les opérations de promotion immobilière relatives aux hôtels restaurants de la chaîne «EverHôtel - l'Auberge» des autres opérations de promotion qui seront réalisées directement par PROMO'INN ou au travers de ses autres filiales.

LES OPERATIONS DE PROMOTION IMMOBILIERE :

L'ensemble immobilier se compose d'un hôtel de 30 chambres et d'un restaurant dont les devenirs financiers sont, du point de vue du promoteur, différents :

- ❖ les murs des chambres d'hôtel sont cédés à des investisseurs privés, générant une marge au niveau du promoteur
- ❖ les murs du restaurant (et plus généralement des «!parties communes!» de l'ensemble immobilier) sont conservés par le promoteur dans l'attente de leur cession future à l'exploitant hôtelier, et génèrent donc un loyer au profit du promoteur

Le groupe EVER'INN reste le Gestionnaire Principal des opérations, et pour les raisons de garantie de rentabilité évoquées plus haut, il se substitue dans l'exploitation de chaque ensemble un professionnel qui paiera des loyers fixes, indépendants de son niveau d'activité, pour la location des murs d'hôtel et de restaurant qu'il prendra à bail et duquel il reste garant vis-à-vis des investisseurs. (à l'exception d'un établissement pilote à SAINT JEAN D'ANGELY au travers de la SARL HOTEL EVER n°1, exploité en direct et de quelques opérations spécifiques avec EVERHOTEL GESTION.

Les murs de la partie «HOTEL» de l'exploitation ont été et seront cédés par le promoteur (la société PROMO'INN pour les 5 premiers programmes, puis la SARL EVERTEL PROMO sa filiale par la suite) à des investisseurs privés, dans un schéma fiscal de Location en Meublé Non Professionnelle (LMNP) ou Professionnelle (LMP) à l'exploitant hôtelier.

Ce schéma a été validé en l'espèce par une consultation du CRIDON (Centre de recherche d'information et de documentation Notariales).

Les murs de la partie «RESTAURANT» de l'exploitation, qui ne peuvent être loués meublés à un locataire, échappent donc au dispositif fiscal de la Location Meublée Professionnelle. Ils restent la propriété du promoteur, qui en l'occurrence devient bailleur de murs commerciaux, dans l'attente de la cession de ces murs à l'exploitant lorsque celui-ci sera donné les moyens de les reprendre grâce à la rentabilité de son affaire.



IVb – PRESENTATION DU FRANCHISEUR

Groupe EVERGROUP : Capital 1 500 000 €

Société HOLDING : SAS EVER'INN (RCS VERSAILLES 449 904 291)

Société Promoteur : SARL PROMO'INN (RCS VERSAILLES 450 975 891)

- **Nom commercial de la société Gestionnaire : SARL EVERHOTEL**
- **Enseigne : EVERHOTEL RESTAURANT L'AUBERGE**
- **Forme juridique : Société à responsabilité limitée**
- **Adresse du siège social : 28, avenue du 19 Mars 1962 - 78310 PLAISIR**
- **Montant du capital social: 15 000 €**
- **Nature des activités :** Toutes activités dans le domaine de l'hôtellerie, restauration et du service et plus spécialement la création et le développement en France d'un réseau de Franchise hôtelier.
- **N° d'immatriculation au RCS : 451 261 390**
- **Principale domiciliation bancaire :**

BFCC (Banque Française du Crédit Coopératif)
86 rue de Courcelles
75 008 PARIS
- **Caractéristiques et potentiel du réseau :**

Démarrage de la société en janvier 2004.

Le potentiel de développement est basé sur la qualité du marché de l'hôtellerie de chaîne économique, la parfaite adaptation du concept à ce marché et l'expérience des Fondateurs (voir expérience professionnelle des directeurs associés, Dominique DELHAL et Gérard MIKAELIAN) avec l'appui financier indispensable d'un groupe important, EVERGROUP.

La société EVERHOTEL est aujourd'hui détentrice d'un savoir-faire original et réel permettant de présenter une seule et même identité.

Le concept EVERHOTEL ET RESTAURANT L'AUBERGE s'adresse plus particulièrement aux implantations dans les villes moyennes et petites et sa vocation est de contribuer à la modernisation du parc hôtelier français dans ce type d'agglomérations.

Le besoin de cette modernisation en France est avéré et le potentiel de développement du réseau est élevé, dans la mesure où le pays compte plus de 1000 agglomérations de 8000 à 30 000 habitants, dont la plupart constituent une cible privilégiée pour le concept.

Chaque établissement se compose de 2 bâtiment bien distincts, abritant chacun une activité indépendante de l'autre et pourtant complémentaire :

- Un bâtiment restaurant de style « commercial »,
- Un bâtiment résidence hôtel, de catégorie 1 * avec toutefois un confort 2*.

Les exploitants affiliés EVERHOTEL ET RESTAURANT L'AUBERGE répondront à la dénomination d'AUBERGISTES, et leur particularité est de cumuler les fonctions de restaurateur indépendant (avec un concept rentable) et de « gestionnaire » d'une résidence hôtel (avec l'appui et la garantie du groupe EVER'INN).

Les relations privilégiées entre l'"AUBERGISTE" et ses clients, constituent une des caractéristiques fondamentales du concept EVERHOTEL ET RESTAURANT L'AUBERGE qui le distingue des autres méthodes existant actuellement sur le marché de l'hôtellerie de chaînes intégrées, ou des résidences hôtelières et constitue de ce fait un des avantages concurrentiels pour les unités du réseau EVERHOTEL ET RESTAURANT L'AUBERGE.

Le marché de l'hôtellerie de chaîne 0 et 1* est le plus florissant du marché, avec des remplissages de l'ordre de 73 % à l'année, toute unités confondues sur le territoire français (statistique officielle étude Coach Omnium 2004).

Les produits, les services, le savoir-faire du groupe gestionnaire sont l'aboutissement d'une expérience vérifiée par de nombreuses applications mises en oeuvre avec rigueur et fidélité, (et succès pour ce qui concerne la réussite commerciale) durant les 25 années passées, tant lors de précédentes entreprises (chaînes CAMPANILE, CLIMAT DE France, RESTHOTEL PRIMEVERE), que dans ses locaux d'exploitations pilotes en cours de réalisation.

Grâce à son dynamisme, sa technique, son expérience, EVERHOTEL ET RESTAURANT L'AUBERGE s'intègre et concilie les besoins sans cesse croissants d'un marché en pleine évolution.

EVERHOTEL RESTAURANT L'AUBERGE a d'ores et déjà recruté les 22 premiers exploitants affiliés, fondateurs de son enseigne. Le plan de développement de l'enseigne est ainsi assuré jusqu'à fin 2006.

5 unités pilotes sont actuellement (sept 05) en cours de construction (ouvertures entre novembre et décembre 2005), dont l'établissement pilote sis à SAINT JEAN D'ANGELY et 4 établissements pilotes fondateurs : FONTENAY LE COMTE (85), OLORON STE MARIE (64), SOMAIN (59), CHARTRES MAINVILLIERS (28), puis rapidement les mises en chantier suivantes QUIMPERLE, ABBEVILLE, SAVERNE, SAINT FARGEAU PONTIERRY, PORNICHE, GUJAN MESTRAS, LYON VILLEFONTAINE, LYON MIONS, dont les permis de construire sont tous obtenus, pour des ouvertures entre mars et septembre 2006.

A ce rythme, parfaitement maîtrisé, EVERHOTEL comptera 35 établissements ouverts fin 2007, atteignant ainsi le premier palier de la couverture nationale.

GESTIONNAIRE ET COMMERCIALISATION :

- ❖ **EVERHOTEL**, chargée du **développement et de la gestion des exploitations**.

La **SARL EVERHOTEL**, dirigée par Gérard MIKAELIAN, développe et dirige la chaîne "EVERHOTEL RESTAURANT L'AUBERGE".

Éléments chiffrés au titre de l'exercice 2004

Date de clôture de l'exercice : 31 décembre

Chiffre d'affaires : 105,0 K€

Résultat courant : + 28,2 K€

Capitaux propres : + 33,5 K€

Elle se charge en particulier de la recherche des meilleurs emplacements sur toute la France, de la sélection et du recrutement et de la formation des exploitants, du suivi des permis de construire, des procédures d'ouvertures des hôtels.

Pour occuper rapidement une place significative sur le marché, EVERHOTEL se doit d'opter pour un développement soutenu, de manière à atteindre au plus vite une première étape de couverture nationale, estimée à 35/40 établissements dans ce type de réseaux.

La rapidité de développement repose en particulier sur les Financements immobiliers des 30 chambres d'une même résidence hôtel répartis sur des investisseurs privés, sous forme du statut de « loueur en meublé » (LMP ou LMNP)

Dans la gestion des hôtels restaurants, EVERHOTEL a mis au point un système d'exploitation largement inspiré de celui de grandes chaînes comme Mac DONALDS ou encore FORMULE 1 : Les sociétés gestionnaires sont données à des exploitants individuels qui gèrent avec des techniques d'exploitation familiale et trouvent leur rentabilité prioritairement dans la partie restauration assurant en même temps la gestion de la résidence hôtel.

Ce statut et la motivation qui en découle à assurer leur propre rentabilité sont un atout majeur dans la réussite commerciale des exploitations. Par ce système, le seuil de rentabilité (par conséquent le seuil de garantie pour les investisseurs) est fortement abaissé par rapport aux chaînes fonctionnant avec des équipes salariées.

Les Exploitants gérants, d'horizons professionnels divers, sont triés sur le volet par les services recrutement du groupe.

Ils sont engagés principalement en fonction de leurs qualités humaines, leur motivation, et leur volonté.

Leurs origines professionnelles sont diverses, mais la sélection est toujours basée sur les qualités commerciales et de contact.

Ils confortent leur motivation par un **apport personnel minimum de 55 000 €** dans leur exploitation et des garanties personnelles sur l'endettement moyen terme, pour la constitution du fonds de commerce.

Préalablement à leur intégration, ils sont soumis à un plan de formation de 7 semaines sur l'hôtel Ecole de la chaîne, complété par 6 à 7 semaines de stages pratiques en unités.

Les exploitants offrent aux investisseurs une réelle **possibilité de sortie à terme** en promettant d'acquérir ultérieurement les murs équipés auprès des investisseurs ayant acquis les lots de chambres de l'hôtel, sous réserve que ceux ci soient vendeurs à terme.

Pour la partie résidence hôtel, les baux commerciaux sont sécurisés par EVER'INN et EVERHOTEL, gestionnaires principaux.

Gestionnaire principal et Franchiseur, EVERHOTEL intervient dans la gestion et l'exploitation de chaque établissement dans le cadre de missions liées au respect des normes d'exploitation et de gestion, des prescriptions du contrat de franchise, ainsi que dans le cadre de son intervention systématique en qualité de garant des bailleurs des murs des hôtels et des restaurants.

Elle apporte entre autres à ses unités hôtelières des produits, des connaissances, des méthodes et des services résultant de son expérience et de son savoir faire de 25 ans de gestion et exploitation de chaînes d'hôtels : **réservation centrale** (apport en général de 10 points de remplissage en plus pour les hôtels affiliés à une chaîne), **services commerciaux grands comptes** (référencement de tours opérateurs, autocaristes, grandes entreprises, personnel itinérant, etc.), mise en place d'un **logiciel de gestion** performant, **recrutement, formation, encadrement des exploitants** en matière de qualité et de gestion (établissement des budgets, **contrôle** quotidien des performances CA et remplissage, **contrôle budgétaire mensuel** avec le concours d'un cabinet d'expertise comptable national de premier ordre (groupe FIDUCIAL), analyses comparatives, etc.

- ❖ **EVERHOTEL GESTION, RCS VERSAILLES 481 444 057, Société Gestionnaire**, filiale à 100 % de EVER'INN et bénéficiant des garanties de cette dernière.
Société d'exploitation, elle assure la gestion directe de l'hôtel pilote de Saint Jean d'Angely dont elle est propriétaire du fonds de commerce.
Société Gestionnaire de programmes immobiliers, elle assure la prise à bail et la gestion principale des Résidences hôtels mis en commercialisation, se substituant ensuite le Franchisé recruté par EVERHOTEL et donne aux investisseurs immobiliers en LMP ou LMNP les sécurités demandées pour de telles opérations.



IVc - LE FRANCHISE

Elisabeth RAVACHE

Franchisés de EVERHOTEL L'AUBERGE
De PORNICHET (44)



De formation initiale comptabilité/gestion (BTS, puis DEC), Elisabeth RAVACHE exerce sa profession en Cabinet depuis 1986.

Elle a côtoie ainsi, depuis 18 ans, au contact de ses clients, tous les rouages des PME, la plupart dans le domaine commercial.

Particulièrement attirée par la contact et le commerce, elle nourrit depuis longtemps le projet de créer sa propre entreprise.

Chaleureuse et sociable, elle dispose de réelles capacités pour réussir dans une activité commerciale. Les domaines gestion, ressources humaines, management et organisation font déjà partie de ses compétences de base.

Responsable au sein de son cabinet depuis de nombreuses années de plusieurs dossiers d'hôteliers restaurateurs, elle bénéficie d'un contact très approfondi avec ce métier.

Observatrice et toujours à l'écoute, elle met tous les atouts de son côté pour réussir dans son nouveau challenge.

Son époux, s'il conservera son poste dans l'administration; participe à toutes les réflexions et décisions familiales, et apporte un soutien actif au projet d'Elisabeth. Nul doute que ses futurs week-ends seront très occupés...

Il cultivent ensemble ce rêve de création d'un commerce en hôtellerie restauration, dont ils pratiquent d'ores et déjà dans leurs actuelles fonctions une certaine forme.

Le travail de deux décennies leur ayant permis de réunir les fonds indispensables, ils donnent aujourd'hui libre court à leur projet.

Gestionnaire et organisée, souriante et très sociable elle dispose de toutes les aptitudes qui en feront un commerçant de valeur et une "maîtresse de maison" adorée de ses clients.

Réfléchie et courageuse, adepte de l'écoute et du relationnel, son sens inné de la communication ajouté à une grande capacité de travail lui donnent de véritables atouts dans un métier qu'elle observe depuis longtemps et feront sans aucun doute d'elle une Aubergiste talentueuse et appréciée.

Diplômée en étude supérieure comptable et financière, j'assure depuis 19 ans au sein d'un cabinet d'expertise comptable toutes les missions liées à la surveillance des comptabilités et à l'élaboration des comptes annuels. Parallèlement j'effectue des missions de conseils fiscaux et financiers et je monte des dossiers prévisionnels de financement pour les créateurs d'entreprise. Au fil des ans, j'ai développé un réseau auprès des banques pour augmenter notre taux de clientèle et asseoir la crédibilité du cabinet. J'encadre également le personnel d'un bureau secondaire en supervisant l'ensemble du portefeuille attribué à ce site. Ma clientèle est très diverse et comprend entre autres des Hôtelières et des Restaurateurs installés sur toute la presqu'île Guérandaise. Je bénéficie ainsi d'une bonne connaissance de ce secteur et des potentialités du marché local. J'ai pu acquérir au cours de ces 19 ans, une expérience significative dans la relation client.

Désireuse d'exploiter moi-même mon propre établissement, attirée par le secteur de l'Hôtellerie j'ai souhaité acquérir un hôtel. Par l'intermédiaire d'Agences Immobilières spécialisées, j'ai visité plusieurs affaires et ai pu avoir communication de leur documents comptables. Bien que rentables, ces affaires pour être développées nécessitaient des travaux de mise aux normes et/ou de modernisation pour satisfaire la législation et les exigences actuelles de la clientèle. C'est pourquoi j'ai orienté mes recherches vers une création et non une reprise. J'ai aussi recherché une Franchise qui permet de sécuriser le lancement d'une affaire, de bénéficier de la force d'un groupe et de l'intégration à une équipe.

J'ai découvert le concept **EVERHÔTEL** sur Internet. Monsieur MIKAELIAN m'a reçu et présenté le concept **EVERHÔTEL** qui m'a immédiatement séduite, il permet de démarrer une affaire avec un outil de travail totalement aux normes, répondant à un besoin du marché et apportant à la franchisee que je deviens le soutien, l'aide et l'expertise de professionnels avérés dont j'ai besoin. En effet, si mon expérience m'apporte toutes les connaissances et l'assurance nécessaires pour envisager la maîtrise de la gestion d'un établissement hôtelier, la franchise et notamment grâce à la formation initiale prévue lors de l'adhésion au groupe me permet de développer mes compétences techniques en cuisine et tenue d'un hôtel. En effet, le concept imaginé par **EVERHÔTEL** ouvre la possibilité aux personnes qui souhaitent réorienter leur carrière professionnelle de s'approprier les connaissances et compétences de l'Hôtellerie restauration, en s'appuyant sur leur motivation et les expériences transférables acquises précédemment. Déjà convaincue et désireuse d'orienter ma carrière professionnelle vers ce secteur, c'est alors avec confiance et assurance que je sais pouvoir mettre en œuvre mes aptitudes pour la relation clientèle, la gestion, et le goût d'entreprendre pour développer les stratégies et orientations du groupe dans mon établissement **EVERHÔTEL** – Restaurant **L'AUBERGE** de Pornichet.

CV

Elisabeth RAVACHE

Mobile : 06-18-42-12-89

Domicile : 02-40-24-42-26



39 ans

**59, avenue du Rouet
44380 PORNICHET**

Atouts : 19 ans d'expérience en cabinet d'expertise comptable.

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

Types d'entreprises : TPE, PME

Volume de chiffre d'affaires jusqu'à 20 millions d'Euros

Activités : Commerces de détail, Négoce de peaux et de Spiritueux, Vente de matériaux de constructions, Agences immobilières, Hôtels, Restaurants, Sellerie maroquinerie, Sablières, Animation socioculturelle, Centre équestre etc...

Régimes fiscaux : BIC, BNC, réels normaux, réels simplifiés

Régimes d'impositions : Impôt société, Impôt sur le revenu

Formes juridiques : Individuels, EURL, SARL, SA, Associations, G.I.E

CONSEILS

Diagnosics, économiques, financiers et fiscaux

Revue des comptes annuels avec les clients et études prévisionnelles

Préparation de dossiers prévisionnels de financement

Evaluations de sociétés

Etude des incidences fiscales en cas de mutations de fonds de commerce

Tableaux de bord et suivis de trésorerie

SURVEILLANCE COMPTABILITE – COMPTES ANNUELS

Contrôle direct des comptes

Etablissement des bilans,
annexes et liasses fiscales

Secrétariat juridique

Commissariat aux comptes

ORGANISATION DU CABINET

Accueil nouveaux clients et rédaction des lettres de missions

Management d'un bureau secondaire

Suivi du portefeuille et des plannings de l'ensemble du cabinet

Participation au recrutement

Formation du personnel recruté

Accueil stagiaires

SOCIAL

Etude et élaboration de contrats de travail
Etablissement des fiches de paie et déclaration de charges sociales
Etude des problèmes relatifs à des licenciements

DIPLÔMES

D.E.C

Obtention de l'épreuve orale session mai 2001

D.E.S.C.F session novembre 1997

D.E.C.F session juin 1986

B.T.S en matière de comptabilité et de gestion session mai 1985

BAC G2 (comptabilité / gestion) session juin 1983

EMPLOIS

STAGIAIRE EXPERT COMPTABLE

Du 01 janvier 1998 à aujourd'hui Cabinet d'expertise comptable ADREX

ASSISTANTE COMPTABLE

Du 11 janvier 1987 au 31 décembre 1997 Cabinet d'expertise comptable ADREX

Du 08 septembre 1986 au 30 novembre 1986 Cabinet R.LEROUX expert comptable

Du 07 septembre 1985 au 06 septembre 1986 Cabinet J.LAUNAY comptable agréé

AUTRES

Maîtrise des outils Word et Excel

Nota : Le Partenaire Franchisé de EVERHOTEL a été recruté selon un rigoureux processus, en fonction de son expérience professionnelle, de ses compétences et de sa qualité humaine.

Il sera soutenu dans son entreprise par le Franchiseur, SARL EVERHOTEL, Filiale majoritaire de EVERGROUP.



V - L'ETUDE DE MARCHE THEORIQUE ET DU POTENTIEL



Va - LOCALISATION

L'AUBERGE EVERHOTEL est implantée sur la ZAC PORNICHEAT ATLANTIQUE, située à l'entrée de la ville, en bordure du boulevard Saint-Nazaire, la N92 à quatre voies qui relie SAINT-NAZAIRE à PORNICHEAT.

Le lot N°2 retenu pour la construction de l'Auberge est positionné en façade du boulevard Saint-Nazaire et présente de ce fait une très bonne visibilité dans les deux sens de circulation.

L'accessibilité à l'AUBERGE est excellente depuis les deux cotés de la N92 grâce à la mise en place d'un rond point à proximité de l'entrée de la ZAC PORNICHEAT ATLANTIQUE.

La ZAC PORNICHEAT ATLANTIQUE qui s'étend sur une longueur de 1200 mètres, en façade de la N92, conjugue à la fois activité très diversifiée et convivialité environnementale en s'édifiant autour d'un mail ou esplanade centrale qui associe espaces verts et importantes zones de stationnement public.

Cet ambitieux site de qualité se situe à 5 minutes du cœur même de la ville et de ses plages et à 3 minutes d'une zone commerciale en direction de Saint-Nazaire.

Il répond à tous nos critères d'implantation : visibilité, accessibilité, qualité d'environnement, proximité du centre ville et des zones d'activité, et en particulier des zones balnéaires de LA BAULE.

Une telle implantation permet de viser tout aussi bien clientèle d'affaires que clientèle touristique.

En effet, les zones commerciales, tertiaires et industrielles de l'agglomération de SAINT NAZAIRE et TRIGNAC, qui regroupent plus de 40 000 emplois, sont situées à moins de 10 minutes à l'est par la RN 171 et la D 92.

Les activités touristiques et balnéaires autour de LA BAULE/PORNICHEAT assurent une fréquentation optimale, sur au moins 4 mois de l'année.

Le terrain bénéficie d'un trafic très important sur cet axe plus de 20 000 passages voitures/jour en moyenne, avec des pointes de 35 000 en période touristique.

Les villes de PORNICHEAT et LA BAULE forment une seule agglomération de plus de 20 000 Hts. Si L'on y adjoint la partie ouest de ST NAZAIRE, mitoyenne, on se situe au centre d'un bassin comptant + de 60 000 habitants à 15 minutes à la ronde. La zone de chalandise à 20 minutes en regroupe près de 168 000.

La forte activité locale, la proximité des zones industrielles et artisanales sont les éléments qui font de cette implantation un site propice à une bonne fréquentation d'affaires (VRP, commerciaux, livreurs, artisans, techniciens, ouvriers...) continue et annuelle, qui constituent la base de notre cible clientèle, tant en Hôtellerie que Restauration.

La fréquentation touristique due à la proximité balnéaire amènera un complément de remplissage, en particulier durant les mois d'été, lorsque la clientèle d'affaires diminue. On note également la forte présence et la notoriété de la Thalassothérapie, qui draine beaucoup de clientèle, laquelle recherche de plus en plus des hébergements économiques.



Vb - L'ETUDE DE MARCHÉ DU PROJET

METHODE UTILISEE POUR CETTE ETUDE :

L'étude consiste, sur la base de données locales et d'indices nationaux, à approcher le potentiel d'activité prévisionnel d'un nouvel établissement "EVERHOTEL RESTAURANT L'AUBERGE" sur une zone de chalandise donnée.

Compte tenu de la source de clientèle très différenciée, l'étude comportera deux approches distinctes pour l'appréciation du potentiel en RESTAURATION (approche selon le potentiel local) et en HOTELLERIE (approche selon le positionnement national).

1. Traçage de la zone de chalandise – Le géomarketing

Le **géomarketing** est une approche marketing qui favorise les critères géographiques dans les analyses pour l'optimisation des actions commerciales. Il recourt à la modélisation et l'analyse de l'ensemble des corrélations qui existent entre le lieu de vie du consommateur et ses modes de consommation. A partir de systèmes d'information géographique (SIG), le géomarketing traite et exploite des bases de données en mettant en relation les performances de l'entreprise avec des critères locaux, des données sociodémographiques et comportementales.

La méthode retenue pour la détermination de la zone de chalandise, est fonction du temps trajet – voiture nécessaire pour parcourir la distance du lieu de résidence au lieu d'achat :

Pour la zone primaire : 0 – 10 minutes

Pour la zone secondaire : 10 – 15 minutes

Pour la zone tertiaire : 15 - 20 minutes

Le traçage des **courbes isochrones** sur la carte permet de dénombrer toutes les communes situées dans chaque zone, puis le nombre d'habitants, puis de ménages présents dans chaque commune, puis dans chaque zone.

En fonction de la distance de l'établissement et de la densité de l'habitat, le potentiel de chaque zone fera l'objet d'une pondération décroissante.

Le total des ménages recensé dans la zone primaire sera considéré comme clients potentiels entre **80 et 100 %**.

Le total des ménages recensé dans la zone secondaire sera considéré comme clients potentiels de **40 à 60 %**.

Le total des ménages recensé dans la zone tertiaire sera considéré comme clients potentiels à **20 à 30 %**.

2. Les dépenses commercialisables*, à l'échelle nationale

L'INSEE réalise chaque année une enquête de consommation permettant d'établir la dépense moyenne par ménage par poste de consommation.

Parmi les secteurs d'activités étudiés, figurent :

- REPAS ET CONSOMMATIONS EXTERIEURS : RESTAURANTS

Les dépenses moyennes des ménages* en 2003 dans notre domaine d'activité (repas pris au Restaurant) s'élèvent à : **1 260,05, 00 €**

*Source : CD ROM ACFCI IDC 2003

▪ les indices de disparité de consommation (IDC)

Les dépenses commercialisables nationales moyennes sont à corriger par les indices de disparités de consommation (IDC).

Les IDC ont pour objectif de mesurer les dépenses des ménages en un point quelconque du Territoire national et d'apprécier ainsi les disparités ou particularismes de consommation locaux et sociologiques.

Outil créé et régulièrement mis à jour par le service Commerce et Distribution de l'ACFCI (Assemblée des Chambres de Commerce et d'Industrie), les IDC ont été bâtis à partir d'un modèle économétrique qui tient compte de 2 effets :

- L'effet géographique, évalué en fonction de 3 variables
- La région au niveau des ZEAT
- La taille de l'unité urbaine et/ou de la commune
- Le type d'habitat (résidence principale individuelle ou collective)

- L'effet socio-démographique, évalué en fonction de 4 variables
- La taille des ménages
- L'âge du chef de famille
- Le niveau de revenu du ménage
- La catégorie socio-professionnelle de la personne de référence

Les dépenses commercialisables et indices officiels de toutes les zones de France sont recensés sur un CD ROM (IDC 2003) édité par l'ACFCI et acquis et utilisé par EVERHOTEL.

3. La note de rentabilité de l'emplacement choisi

EVERHOTEL a mis au point un logiciel d'évaluation, permettant d'appréhender le **potentiel de rentabilité** d'un emplacement.

Selon une liste de critères précis, évalués et notés selon leur importance, on obtient la note moyenne de rentabilité de l'établissement projeté.

Selon la note finale obtenue par le site, comparée à la note moyenne établie pour "l'établissement idéal", on tirera une vision objective de la qualité de l'emplacement et une approche réaliste :

- du **taux d'emprise** exercé par le nouveau restaurant sur l'ensemble du marché local
- du **taux d'occupation** projeté pour le nouvel hôtel

| 1) DONNEES "FORCE DU SITE" | Coefficient d'importance |
|--|--------------------------|
| - Facilité d'accès | 10 |
| - Visibilité à proximité | 12 |
| - Nbre de Passages voitures devant le site | 10 |
| - Qualité de l'environnement,... | 5 |
| - Taille relative de la zone d'implantation | 5 |
| - Proximité des zones d'emploi | 10 |
| - Proximité centre ville | 10 |
| - Nbre habitants sur la zone (primaire + secondaire) | 10 |
| - Nbre emplois sur la zone (primaire + secondaire) | 5 |
| - Risque d'implantation meilleure d'un concurrent sur la zone primaire | -5 |
| - Nbre chambres concurrents directs Hôtel | -8 |
| - Nbre concurrents directs Restaurant | -8 |
| - Force des prix de la concurrence | 5 |
| - TO Hôtels de la zone | 5 |
| 2) DONNEES "ECONOMIQUES" | |
| - Surface du terrain | 5 |
| - Prix du terrain au M2 | 10 |
| - Coût fondations | 3 |
| - Honoraires agence | 1 |
| - Coût VRD | 5 |

4. Le calcul du marché théorique en €uros de la zone de chalandise

L'étude consiste à évaluer le potentiel de clientèle en RESTAURATION sur la zone de chalandise de l'établissement projeté.

Le potentiel théorique total sera établi par zone, en fonction :

NOMBRE DE MENAGES PODERE X DEPENSE PAR MENAGE X IDC LOCAL

Le potentiel théorique de chaque zone, totalisé, constitue le potentiel théorique en €uros de la zone de chalandise de l'établissement.

5. Le taux d'emprise prévisionnel du restaurant

Le taux d'emprise pour l'activité RESTAURATION détermine le pourcentage de parts de marché "prenable" par un nouvel établissement commercial, par rapport au potentiel théorique total en €uros, sur la zone de chalandise, des ménages en première année,

Le taux d'emprise d'un nouveau Restaurant de Chaîne sur le potentiel théorique des ménages en première année, constaté sur le marché Français s'élève en moyenne à :

- Zone primaire : de 0,6 à 2 %
- Zone secondaire : de 0,4 à 1,4 %
- Zone tertiaire : de 0,15 à 0,6 %

Le taux d'emprise varie selon les villes et les implantations, en fonction de différents critères notamment relatifs à la qualité de l'emplacement

Il sera approché essentiellement en fonction de la note de profitabilité obtenue par l'établissement projeté.

Cette approche permettra de effets attendus de la réalisation du projet en matière de chiffre prévisionnel EN RESTAURATION de la première année d'exploitation.

Enfin, en fonction de l'importance démographique, on fera varier le taux de "captage" du CA progressivement de 0,8 à 1 la première année, avec progression de 0,1 points par an jusqu'à la cinquième, déterminant la progressivité du CA.

6. Le taux d'occupation prévisionnel de l'hôtel

L'approche du potentiel de l'hôtel projeté en matière de taux d'occupation permettra de prévoir le chiffre réalisable par le projet en matière d'hôtellerie.

Le taux d'occupation moyen des hôtels de chaîne 1 et 2 * en France ressort à + 70 % toutes unités confondues, soit en général supérieur de 10 à 15 points de celui des hôtels indépendants dans la même zone de chalandise (source étude coach omnium 2003).

Un nouveau projet atteindra son taux d'occupation de "croisière" entre sa troisième et sa cinquième année d'exploitation, selon l'emplacement.

L'étude recherchera l'approche du taux d'occupation prévisionnel pour la première année.

Il sera apporté une attention particulière à l'analyse de l'offre hôtelière de la zone et à l'étude et au recensement des éléments suivants sur la zone de chalandise :

- Nombre de chambres classées 1 et 2 * par zone (1,2 et 3)
- Liste des hôtels de chaîne (ou assimilés) 1 et 2 * de la zone primaire avec étude spécifique de l'offre de chacun (Nbre de chambre, Prix, éléments de confort, etc.) qui sera comparée à celle du projet
- Taux de pénétration des hôtels de chaîne 1 et 2 * sur la zone (Nbre hôtels de chaîne/nbre total)
- Positionnement tarifaire du projet par rapport à ses concurrents directs
- Recensement des projets connus dans la zone en matière d'hôtellerie et de restauration
- Taux d'occupation total des hôtels 1 et 2 * de la zone sur le dernier exercice connu
- Taux d'occupation des hôtels de chaîne 1 et 2 * de la zone sur le dernier exercice connu.

L'analyse approfondie de ces éléments, ajoutée aux critères retenus pour l'étude permettra de contribuer à l'attribution de la note de profitabilité du projet.

Le taux d'occupation d'un nouvel hôtel de Chaîne 1 et 2 * en première année, constaté sur le marché Français oscille en moyenne entre 45 et 60 %. Il n'est cependant pas rare, surtout dans la catégorie 1 * de constater des remplissages beaucoup plus élevés dès la première année.

En fonction de la note de profitabilité obtenue, un niveau de taux d'occupation prévisionnel réaliste de l'hôtel pour la première année sera obtenu.



Vc - LA ZONE DE CHALANDISE DU PROJET

Principaux constats, après analyse des zones de chalandise :

Le projet bénéficie de la densité de population et d'emplois relative à sa présence au sein de l'agglomération de la ville de SAINT NAZAIRE ET DE LA BAULE.

70 283 Habitants sur la zone primaire (10 minutes en voiture), **76 427** sur la zone secondaire (15 mn) et **21 143** de plus sur la zone tertiaire (20 mn).

Soit au total une zone de chalandise comportant un bassin de 167 000 Habitants ou 63 000 ménages.

Le nombre d'emplois dans la zone primaire est de 17 555 plus 29 283 dans la zone secondaire.

On Note la proximité de Guérande, situé dans la zone secondaire (à 15 minutes du site).

La demande locale en restauration sera élevée, en raison de la densité d'habitants par rapport à l'absence de concurrence directe, et du regroupement majoritaire de catégories socioprofessionnelles intermédiaires (Ouvriers, Artisans/commerçants, cadres moyens, employés) qui constitue le principal réservoir de clientèle pour notre restauration économique.

La forte présence d'emplois et d'entreprises est significative d'un fort trafic en « tourisme d'affaires » (commerciaux, VRP, techniciens, livreurs etc.) constituant la cible privilégiée de clientèle d'hôtels économiques, particulièrement hors saison.

La saison balnéaire, avec la mitoyenneté de LA BAULE, apporte un complément important de remplissage, les prévisions pour les mois de juillet et août approchant les 100 % et permettant pour l'hôtel la pratique d'un tarif haute saison.

L'étude retient un potentiel clientèle de 100 % pour la zone primaire (autrement dit, on estime que 100 % des ménages vivant de la zone primaire sont des clients potentiels), 50 % pour la zone secondaire et 10 % pour la zone tertiaire, moins accessible.



Vd - L'OFFRE HÔTELIÈRE DE LA ZONE

Le parc Hôtelier à 20 minutes à la ronde se compose de 96 établissements (chaînes et indépendants confondus) représentant une capacité totale de 2 854 chambres.

Les zones primaires et secondaires, incluant SAINT NAZAIRE, LA BAULE, LE CROISIC et PORNICHET (moins de 15 minutes) comptent 89 établissements pour 2754 chambres.

La plupart de ces établissements indépendants ont une activité saisonnière et sont résolument tournés vers l'activité balnéaire et la thalassothérapie.

L'agglomération de PORNICHET LA BAULE ne compte que 3 hôtels de chaîne, un B&B, 0 étoiles, un hôtel IBIS THALASSO, 2 étoiles + et l'hôtel Aquilon, indépendant assimilé chaîne, 2 étoiles.

Il n'y existe pas à ce jour de produit 1 étoile de chaîne.

Le reste de l'offre est essentiellement constituée d'indépendants dans les catégories 1 et 2 et 3 étoiles.

Le positionnement concurrentiel du projet EVERHOTEL sera très favorable.

Les hôtels de chaîne présents sur la zone tournent à plus de 75 % à l'année.

Un déplacement important de clientèle vers EVERHOTEL est à prévoir, à prix égal et qualité supérieure.

L'orientation tarifaire des autres concurrents dans la zone primaire est également propice à un mouvement de la clientèle vers le concept EVERHOTEL, plus confortable que les produits 0 étoiles et moins cher que les 2* à qualité égale.

La formule EVERHOTEL, unique à ce jour : "**prix 1* pour un confort 2* avec Restauration et accueil personnalisé**" sera sans doute appréciée, en particulier par les hommes d'affaires qui séjournent plutôt sur TRIGNAC, situé à l'opposé de l'agglomération de Saint Nazaire.

Les études nationales démontrent que les consommateurs se dirigent spontanément et prioritairement vers les hôtels de chaîne. Selon l'excellent cabinet d'études Coach Omnium, les TO des hôtels de chaîne en France sont en général supérieurs de 10 à 15 points à ceux des indépendants.

Le taux d'occupation moyen des hôtels dans le département est de **58,7 %**, toutes catégories confondues, supérieur à la moyenne nationale. On peut en déduire que le TO des hôtels de chaîne dans le département avoisine les 70 %, ce chiffre étant confirmé par les statistiques diffusées.

En matière de restauration, on ne dénombre que la présence d'un Buffalo grill sur Trignac, qui réalise environ 250 couvert par jour.

Les autres restaurants, nombreux en raison de l'activité balnéaire, et saisonniers pour la plupart, sont en général traditionnels, avec formules locales ou gastronomiques.

Un report de clientèle bénéficiera immédiatement à l'Auberge nouvellement créée dont la formule « restaurant à thème » de rôtisserie et de grillades, séduisante et économique sera un succès, auprès de la clientèle d'affaires et familiale.



Ve - LA NOTE DE PROFITABILITE DU PROJET

L'analyse de profitabilité du site étudié est très positive.

L'unité de PORNICHEZ obtient 1001 points sur 1221 possibles.

La moyenne/qualité générale de l'emplacement est supérieure de 5,99 % à celle de la moyenne EVERHOTEL figurant le site idéal (Site idéal : 944 points).

L'excellente notation du site émane surtout de ses qualités de visibilité, d'accessibilité et de passage, favorisée par un potentiel démographique et d'activité supérieur à la moyenne et à l'apport supplémentaire induit par la forte activité balnéaire.

La faiblesse de la concurrence de chaîne est un atout supplémentaire, malgré une concurrence d'indépendants assez forte.

Il ressort de cette approche très objective :

- un calcul du taux d'emprise pour la restauration qui se monte à 2,00 % du marché théorique (moyenne nationale pour les restaurants de chaîne : de 1 à 5 %)
- un calcul du taux d'occupation de l'hôtel qui se situe à 52 % la première année.
- Cette statistique ne tient pas compte de l'activité durant la saison d'été, qui fera gagner à l'hôtel entre 3 et 5 points de taux d'occupation sur l'année.



Vf - EVALUATION DU CHIFFRE D'AFFAIRE ATTENDU DU PROJET

Compte tenu :

- de la qualité de l'emplacement, en terme de visibilité, d'accessibilité et de passage,
- d'une densité démographique concentrée, au sein d'une agglomération active et d'une zone de chalandise captive,
- d'une répartition catégorielle socioprofessionnelle favorable à notre type d'activités
- de l'attraction des ensembles et zones d'activités voisins
- de la proximité de zones touristiques importantes, et d'une forte saison d'été
- d'une offre concurrente favorable, en restauration comme en hôtellerie
- d'une analyse de potentiel très favorable sur nos deux secteurs d'activité, en particulier sur la restauration avec un marché de plus de 44 000 000 €
- de la parfaite compatibilité du concept EVERHOTEL RESTAURANT L'AUBERGE avec la demande locale,

L'étude de potentiel théorique et de rentabilité permet d'approcher chiffre d'affaires prévisionnel réalisable en première année de l'ordre de :

PORNICHET

| ACTIVITE THEORIQUE ANNEE 1* | Nbre couverts/jour ou TO | Chiffre d'affaires prévisionnel en euros |
|-----------------------------------|-----------------------------|---|
| RESTAURANT | 71 | 370 923 |
| HOTEL | 52,00% | 231 773 |
| TOTAL | | 602 697 |

*Selon étude du potentiel théorique et note de Rentabilité - Approche estimative et non contractuelle.

En raison d'une densité démographique bien répartie sur l'agglomération, la déperdition de consommation est faible, mais il faut toutefois tenir compte de la concurrence des restaurateurs indépendants de la région, tous de très bonne qualité ; le taux de captage de la clientèle théorique en première année a été retenu à hauteur de 0,70 pour atteindre 1,00 après 5 ans.

Cette approche, confirmée par un compte d'exploitation prévisionnel détaillé, permet de

constater un dépassement du seuil de rentabilité dès la première année.

Les taux de remplissage pris en compte dans l'étude prévisionnelle de rentabilité prennent en compte le surcroît d'activité saisonnière.