

Pourquoi les hôtels offrent la charge aux voitures électriques

De plus en plus d'hôtels, restaurants et autres lieux privés proposent à leurs clients de charger leur voiture électrique sur place. Un pari sur l'avenir qui pourrait vite devenir un business rentable.



Tesla a lancé dès 2016 un programme de charge à destination, qui consiste à implanter des bornes dans les hôtels et lieux touristiques.

TESLA

Les voitures électriques sont encore minoritaires dans le parc automobile actuel. Et l'**infrastructure de charge** est un élément essentiel de leur développement. Car si la majorité des charges se font à domicile ou au bureau, cela confine la voiture à un usage quotidien, sur des distances relativement faibles. Les réseaux de charge rapide, Ionity en tête (lire notre article sur les débuts de Ionity) sont une des clés pour rassurer les acheteurs

qui envisagent de longs trajets. Mais il semble utile de compléter l'offre par des solutions de charge un peu moins performantes, placées dans des lieux où l'on s'arrête plusieurs heures. Si de plus en plus de centres commerciaux commencent à proposer des bornes pour attirer la clientèle, les hôtels et restaurants sont également sur les rangs pour offrir des solutions à leurs clients. Une start-up, Zephyre, s'est spécialisée dans l'installation de bornes de charge chez les particuliers ou dans les entreprises. Partout où une voiture reste stationnée plusieurs heures. Les hôtels et restaurant font partie du lot.

"Notre cœur de métier est de proposer des installations clé en mains, pour des puissances allant jusqu'à 22 kW", explique Gaëlle Mettey, dirigeante de Zephyre. "Avant toute installation, nous interrogeons le client sur ses besoins, pour lui proposer la solution la plus adaptée. Plusieurs types de bornes, de puissances variées sont possibles, ainsi que différents modes de gestion. On peut par exemple intégrer un logiciel de gestion pour que les réceptionnistes n'aient pas à s'occuper de la facturation des recharges."

Une puissance de 7 kW suffit pour les hôteliers

Par exemple, Zephyre ne proposera pas une puissance supérieure à 7 kW à un hôtel qui ne dispose pas de restaurant. Même pour les véhicules dotés d'une grosse batterie, un tel débit suffira amplement à faire le plein en une nuit. La problématique est différente pour les clients qui ne restent qu'une heure ou deux lors d'un dîner ou d'un déjeuner. Dans ce cas, une solution en 22 kW sera plus adaptée. Se cantonner à ces vitesses de charge moyenne permet de **diminuer les coûts**. En fonction des travaux à effectuer sur l'installation électrique, implanter une borne revient entre 3.000 € et 6.000 € hors taxes. Pour passer à 50 kW, il faut compter 50.000 €, ce qui devient vite impossible à rentabiliser pour de petites entreprises.

Car pour les hôteliers, il s'agit avant tout d'un pari sur l'avenir : **difficile d'attendre une rentabilité à court terme** de ces installations, surtout que le charge est offerte dans l'immense majorité des cas. "Nous avons souhaité investir sur l'évolution du parc automobile européen. Si le marché explose dans cinq ans, nous aurons un coup d'avance", espère Joël Gronau, représentant de Grape Hospitality. Ce consortium qui regroupe des hôtels sous franchise Accor a déjà équipé plus d'une trentaine de ses sites. Mais c'est "avant tout un enjeu marketing. Nous n'attendons pas de rentabilité immédiate".

La recharge à destination attire des clients

Dès lors qu'on parle de voiture électrique, impossible de ne pas évoquer le cas de Tesla, qui a défriché beaucoup de pistes. En 2016, le constructeur californien a ainsi débuté son programme intitulé "Recharge à destination", implanté dans les hôtels et lieux touristiques. L'initiative s'avère intéressante pour les hôteliers, puisque c'est le constructeur qui fournit le matériel, installé à la charge du propriétaire des lieux. Au Château de Locguénolé, qui fait partie du réseau Relais & Châteaux, on nous assure que l'initiative apporte des clients. Il faut dire qu'en Bretagne, les bornes de charge sont assez rares.

La solution a également séduit le Golf du Touquet, comme nous le raconte son responsable Charles Debruyne. "La question des bornes de charge s'est posée quand nous avons décidé de construire un nouveau club house : les travaux ont débuté il y a cinq ans, et nous avons rouvert il y a trois ans. Sur un parcours de dix-huit trous, les clients restent entre trois et cinq heures, et l'image nature et haut-de-gamme du golf correspond bien à celle de Tesla. Cela nous apporte un peu de trafic, en particulier des clients qui viennent déjeuner ou prendre un verre". L'initiative a du succès, puisqu'il arrive que tous les points de charge soient occupés. Le service deviendra-t-il bientôt incontournable dans les hôtels et restaurants ? L'avenir le dira. Ce qui est certain, c'est que dès aujourd'hui les conducteurs de voitures électriques considèrent cela comme un critère de choix de leur destination.