

The Originals à la conquête du marché affaires

Croissance sur le marché affaires, relance de l'activité séminaires : la coopérative The Originals a des arguments pour séduire la clientèle corporate.



Le Domaine de Camboyer, un nouvel établissement The Originals Collection,

Cinq ans après son lancement, le nom de The Originals est en train de se faire une place dans le paysage de l'hôtellerie français selon Olivier Dufit, son nouveau directeur général qui a pris la suite de Philippe Marguet, parti à la retraite cet été. Une [marque unique](#), venue regrouper sous son ombrelle les offres d'Inter-Hotel, Relais du Silence, Qualys-Hotel, P'tit Dej-Hotel et Hôtels-Chalets de Tradition, dont « **la notoriété monte en puissance** ». « *Si elle est encore derrière de grandes marques, elle est davantage prise en considération* », explique Olivier Dufit. *Il était indispensable de faire ce virage avec cette marque globale qui, pour autant, ne vient pas écraser l'identité de chacun des hôtels* ».

La coopérative compte 330 hôtels aujourd'hui et son réseau attire de nouveaux hôteliers avec 20 établissements rajoutés en 2023. « *2024 devrait également être un bon cru pour le recrutement, puisque nous avons déjà conclu 16 signatures à date et 28 sont prévues au total cette année* ». Parmi les six sous-ensembles de la marque The Originals, ce sont **les catégories Relais et Collection** qui tirent le développement avec, entre autres arrivées, celles du Domaine de Camboyer (The Originals Collection) à Montferrand, entre Toulouse et Carcassonne, du Domaine de Haslach (The Originals Collection) à Munster ou de la Maison Tatihou (The Originals Relais) à Saint Vaast la Hougue. « *Avec des hôtels de 8 à 300 chambres, entre vieilles pierres et modernité, ce mélange fait notre richesse* », décrit le nouveau DG du groupe hôtelier.

Une hôtellerie non standardisée, une présence couvrant un large spectre de villes de province, des plus grandes aux plus

petites : l'offre de The Originals a **des arguments pour plaire aux voyageurs d'affaires** lors de leurs déplacements domestiques. D'ailleurs, si son chiffre d'affaires a enregistré une croissance sur les huit premiers mois de l'année, passé de 81,5 millions d'euros en 2023 à 83,2 M en 2024, la coopérative le doit en partie à la croissance du segment corporate.

Faisant le bilan des mois écoulés, Olivier Dufit a loué « *la qualité de la distribution sur le marché affaires, grâce notamment à notre partenaire Amadeus, qui nous permet de nous connecter aux acteurs majeurs du marché et d'avoir des augmentations fortes en matière de distribution sur les GDS et les OTA corporate* ». En chiffres, la progression a été de +34% via les GDS l'an dernier et s'élève à **+68% via les OTA corporate**. Concernant les agences, The Originals note en outre que « *le chiffre d'affaires de CWT a augmenté de 59 % entre janvier et juillet 2024, tandis que les réservations via Egencia se développent depuis son acquisition par AMEX* ». Les ventes indirectes ont en effet continué de croître cette année, avec +17 % sur la période allant de janvier à juillet 2024.



Maison Tatihou (The Originals Relais) à Saint Vaast la Hougue



Domaine de Haslach (The Originals Collection) à Munster

« *La croissance des tarifs négociés et l'augmentation des réservations corporate confirment la montée en puissance de ce canal* », souligne le réseau hôtelier. Pour aller plus loin, dans le cadre du renforcement de sa performance commerciale un de ses objectifs prioritaires en 2024 et 2025 -, The Originals entend promouvoir plus largement ses offres proposées en direct aux entreprises, **les forfaits Business BB et les Soirées Étapes**. Une promotion qui devrait s'étendre au second semestre 2024 et dans le courant de l'année à venir, que ce soit sur le site internet ou via un plan de communication. « *Nous voulons faire en sorte qu'un maximum d'hôteliers valorisent ces soirées étapes. Ce qui n'était pas toujours le cas, alors que cette offre est un des points forts de notre réseau* », présente Olivier Dufit.

Olivier Dufit (The Originals) : « notre coopérative a tout d'une grande »

Plus globalement, The Originals dispose de contrats avec 200 entreprises et entend **développer ses relations avec le monde corporate**. « *Et cela, même si nous savons que le marché tend vers de l'intermédiation. Dans ce cadre, en matière de distribution indirecte, le travail fait avec Amadeus nous permet d'être ultra connecté avec tout ce qui existe* », précise le directeur général de The Originals. Cette volonté s'est traduite par le recrutement en interne d'une personne chargée à la fois du développement des contrats cadres et du développement du marché MICE.

Car The Originals entend **relancer l'activité séminaires** « *mise un peu entre parenthèse les années précédentes* », aux dires d'Olivier Dufit. Alors que 170 hôtels du réseau sont capables de recevoir des événements corporate, le groupe vise un chiffre d'affaires de 500 000 euros sur ce marché en 2024 et, plus loin, de 900 000 € en 2025 « *à travers un mix entre démarchage en direct, l'optimisation de la visibilité du réseau sur les plates-formes telles Aleou, Kactus ou Rejolt et une présence accrue sur les salons comme l'IFTM et Heavent Meetings* », poursuit-il.

Dans ce cadre, The Originals s'attend, après un été en dents de scie avec des mois de juin et de juillet décevants, mais un mois d'août porté par les JO et les vacances, à un bon troisième trimestre, de même qu'à un report de l'activité business sur le quatrième trimestre et début 2025. Pour continuer à séduire les entreprises, la coopérative modèle « *performant et vertueux* » dont Olivier Dufit se dit « *fier* » fait aussi de **la RSE un des axes forts de sa stratégie**. Labellisé « Engagé RSE AFNOR », The Originals intensifiera ses efforts pour engager 90 % de son réseau dans une démarche RSE d'ici fin 2025, marquée par des actions concrètes avec une feuille de route décarbonation à trois ans et la promotion d'achats responsables.