

## « The Originals », bilan & perspectives : pour une vision engagée de l'hôtellerie



Avec l'arrivée d'Olivier Dufit à sa Direction Générale, aux côtés de Frédéric Puythorac, Président du Conseil d'Administration et Hôtelier à Dax, la Coopérative The Originals

Human, Hotels & Resorts présente sa vision stratégique et ses ambitions pour les années à venir.

En juillet 2024, Olivier Dufit, Directeur Général Adjoint depuis octobre 2023 a succédé à Philippe Marguet, 23 années passées à la tête de The Originals Désormais Directeur Général, s'il s'inscrit totalement dans la continuité du positionnement préalablement établi résultant d'une étroite collaboration avec son prédécesseur, Olivier Dufit souhaite insuffler sous sa direction une dynamique fondée sur la fierté de l'appartenance à un modèle coopératif : la valorisation de la marque, la quête constante de la qualité et le respect des valeurs partagées avec les hôteliers du réseau.

Avec la « Fierté » pour crédo, sa vision stratégique repose sur le renforcement de l'identité de la Coopérative, qui célèbre cette année les 5 ans de sa marque, tout en relevant les défis économiques et environnementaux de demain.

### BILAN 2023 / 2024 EN CHIFFRES

L'année 2024 a été marquée par des défis économiques et un contexte politique incertain,

influencés notamment par la préparation des Jeux Olympiques et un marché du tourisme en constante évolution. En dépit de ces complexités, la coopérative hôtelière affiche une

performance en ligne avec celle de 2023.

Sur la période de janvier à août, le chiffre d'affaires cumulé s'élève à 83 150 K€, en légère hausse par rapport aux 81 530 K€

enregistrés sur les mêmes mois en 2023. Le portefeuille de réservations reste stable, et l'on peut espérer un bon dernier trimestre, stimulé par le report d'événements d'entreprise initialement prévus au troisième trimestre, en raison des Jeux Olympiques, vers le quatrième trimestre, voire le premier semestre 2025.

En termes de chiffres directs, la coopérative enregistre une très bonne performance, avec une croissance de +23 % du chiffre d'affaires généré par le site internet, atteignant 5,4 M€ sur la période de janvier à août 2024, contre 4,4 M€ à la même période l'année précédente. En comparaison, les réservations via Booking ont progressé de 6 % sur la même période.

#### UN RESAU CONSOLIDE AVEC DE NOUVEAUX MEMBRES

Les résultats positifs ainsi que la montée en puissance de l'accompagnement et de l'animation du réseau attirent de nouveaux hôteliers. 20 nouveaux hôtels, représentant un solde net positif de + 1200 chambres, ont rejoint la coopérative en 2023.

L'année 2024 s'annonce aussi fructueuse avec 16 signatures à date et 28 prévues au total sur l'ensemble des 6 catégories de la Marque, et notamment dans les catégories Relais et Collection qui accueillent les ouvertures de nouveaux établissements d'envergure.

#### PERSPECTIVES ET ENJEUX POUR 2024-2025

Une stratégie axée sur cinq priorités majeures.

Pour 2024 et 2025, la Coopérative se fixe des objectifs ambitieux afin de consolider sa position de leader sur le marché hôtelier coopératif. La stratégie repose sur cinq axes prioritaires :

La Marque : développement et stratégie de visibilité.

La Coopérative continuera d'investir dans sa marque afin de renforcer sa notoriété et d'assurer une visibilité accrue sur l'ensemble des canaux de communication.

En 2024, les investissements média augmenteront de 25 % pour atteindre 873 000 euros, soit une progression de 25 % par rapport à 2023 et de 92 % par rapport à 2022, reflétant la volonté d'accroître la présence de la marque sur tous les canaux.

Les deux dernières campagnes digitales ont généré plus de 100 millions d'impressions, et les actions de sponsoring TV et cinéma, avec une couverture de 33 % de la cible, renforcent la notoriété de la marque auprès d'un large public. The Originals Hotels prévoit d'amplifier ces efforts dans les années à venir pour générer du clic et renforcer son interaction avec le public.

Un partenariat est en cours avec le [Red Star Football Club](#), club historique de la région parisienne, ancrant la marque dans un univers sportif historique et communautaire.

La coopérative renforcera également sa présence sur les salons professionnels et grand public clés du secteur (E-Salon du Commerce Associé, Salon de la Franchise, IFTM, Salons MICE, et Equip Hotel en 2026 ou encore le Salon du mariage).

L'ensemble de ces initiatives souligne l'engagement à développer une marque forte et visible, génératrice de notoriété et d'engagement.

La performance Commerciale : un enjeu stratégique clé.

L'accent sera mis sur le développement du chiffre d'affaires pour les hôteliers avec des initiatives ciblées en corporate, e-commerce, revenue management et pour les groupes. Les résultats récents montrent une dynamique positive sur tous ces segments.

Les performances sur les GDS sont en forte hausse avec une progression de 49 % en juillet 2024.

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. La croissance des tarifs négociés et l'augmentation des réservations corporate confirment la montée en puissance de ce canal.

L'optimisation des offres Business BB et Soirées Étapes sur le site The Originals se poursuit, avec un plan de communication prévu pour le second semestre et en 2025. En parallèle, le partenariat digital avec Amadeus permet de se connecter aux acteurs majeurs du marché, boostant les ventes indirectes (+17 % sur janvier-juillet 2024).

Côté Mice, l'activité séminaires est relancée dans 170 hôtels avec un objectif de 500 K€ pour 2024 et déjà plus de 70 événements signés. Une stratégie complète inclut un commercial dédié, démarchages en direct, présence sur des salons (comme Santexpo), et partenariats stratégiques avec des plateformes événementielles. L'objectif pour 2025 est de 900 K€, avec une présence renforcée sur des salons majeurs.

Le site web, le SEA et la visibilité digitale continuent de jouer un rôle central avec un objectif de 10 M€ pour 2024. L'intégration de l'IA dans le parcours client est également une priorité 2025 pour améliorer l'expérience utilisateur et optimiser les conversions.

La stratégie du segment Groupes, avec un objectif de 4,5 M€ pour 2024 (contre 4.3 M€ en 2023), inclut un renforcement de l'équipe et une présence accrue sur les salons (IFTM, Rendez -vous France). Le développement dans l'univers sportif (partenariats avec le Red Star, badminton, etc.) vise également à attirer de nouveaux clients.

L'accompagnement Revenue Management, avec l'offre Premium lancée il y a 18 mois, montre des résultats probants avec un retour sur investissement positif et une hausse de RevPAR allant jusqu'à 15 %. L'objectif est de déployer cette offre à 50 hôtels d'ici fin 2025.

La qualité : une démarche complète et permanente.

Le maintien et l'amélioration de la qualité des services offerts par la Coopérative demeurent au centre des priorités. Face à un marché exigeant, une démarche de qualité structurée et continue a été mise en place depuis 2022 pour améliorer l'expérience client. Cette approche repose sur plusieurs outils et processus clés :

Suivi de la e-Réputation et Autodiagnostic :

Un tableau de bord de la e-réputation, couvrant les hôtels et le siège, permet un suivi précis des performances. L'application Smice, dédiée à l'autodiagnostic qualité par catégorie (avec environ 400 items), aide les établissements à s'évaluer et à cibler les axes d'amélioration.

Veille et Audits

Une veille rigoureuse des avis clients est en place, complétée par des audits mystères ciblés pour évaluer objectivement la qualité des services proposés. Le suivi est renforcé par l'historique CRM interne, basé sur les visites et entretiens.

#### Accompagnement Personnalisé

Deux personnes dédiées au siège assurent un suivi et un accompagnement constants des hôtels pour garantir l'application des standards de qualité. Cette démarche proactive a permis de maintenir la note moyenne de la coopérative à 8.0 sur Booking.com (source In Extenso).

La RSE : indissociable des enjeux business.

Consciente de l'importance croissante des enjeux environnementaux et sociaux, la Coopérative intensifiera ses efforts pour engager 90 % de son réseau dans une démarche RSE d'ici fin 2025.

Des actions concrètes telles que la réduction de l'empreinte carbone (feuille de route décarbonation à 3 ans), la promotion d'achats responsables et la valorisation des pratiques durables seront mises en oeuvre.

Pour rappel, l'année 2023 a vu le siège de la Coopérative obtenir la labellisation « Engagé RSE AFNOR », l'outil d'autodiagnostic « Mon Eval RSE » (spécifiquement développé pour la coopérative) être déployé, le programme d'accompagnement « IMPACT RSE » être mise en place et le volet RH accueillir la création d'un COPIL Engagement Salariés et d'une pyramide de l'engagement.

Le développement : continuer à faire grandir la Coopérative

#### Visibilité sur les salons et Réseaux Sociaux

La participation accrue à des salons, notamment le E-Salon, offre une vitrine permanente pour attirer de nouveaux hôteliers. En parallèle, les réseaux sociaux, de plus en plus performants, génèrent des leads qualifiés, un axe que la Coopérative continuera de renforcer pour dynamiser son développement.

Commission Développement : une approche structurée

Créée il y a un an, la Commission Développement a une double mission : fédérer les hôteliers

investisseurs au sein d'un Club, soutenu par des partenaires bancaires pour se positionner sur des opportunités d'achat, et mettre en place une structure de mandat de gestion en propre pour étendre l'influence de la coopérative.

#### Objectifs de Croissance

La coopérative vise un développement équilibré avec des ambitions accrues, notamment l'augmentation du nombre moyen de chambres par hôtel, passant de 40 à 45/50 chambres, pour répondre aux besoins du marché tout en maintenant la qualité des services.

A propos The Originals, Human Hotels & Resorts

The Originals, Human Hotels & Resorts, 1er groupe hôtelier Coopératif en France et 4ème marque hôtelière en France, réunit plus de 300 hôteliers indépendants qui partagent une vision commune : celle d'une hôtellerie plus authentique et plus humaine. Autour de 6 catégories, de l'hôtel haut de gamme à l'économique, les hôteliers The Originals, Human Hotels & Resorts ont tous quelque chose d'unique à partager : une recette, un moment de vie, une passion, une histoire, une diversité d'expériences pour profiter du meilleur de la vie locale en France et en Europe. The Originals Collection, The Originals Relais, The Originals Boutique, The Originals Residence, The Originals City, The Originals Access.