

The Originals, Human Hotels & Resorts : Quel avenir pour le modèle coopératif dans l'hôtellerie ?



Lors d'une conférence de presse tenue le 8 février 2022 à la Maison Montmartre, le flagship de la marque, le nouveau président de The Originals, Frédéric Puythorac, a expliqué la manière dont la coopérative souhaite se réinventer dans le but de répondre aux nouveaux enjeux du marché.

Portrait de la marque The Originals

Créé il y a 55 ans par 6 hôteliers indépendants, la Société Européenne d'Hôtellerie (SEH) est devenue au fur et à mesure du temps et de son évolution le 1er groupe hôtelier coopératif en France. Une petite révolution dans le secteur de l'hospitality. Ce modèle se veut vertueux en rassemblant des hôteliers coopérateurs tous indépendants sous une même marque. Les moyens des hôteliers adhérents sont ainsi mutualisés et ils sont eux-mêmes aux commandes de la marque. Tous ont le même poids au sein de la coopérative, ainsi un hôtel est un égal à une voix.

La marque The Originals, Human Hotels & Resorts voit le jour en 2018 en réponse à une tendance de fond où le local, l'expérientiel et la déstandardisation sont mis sur le devant de la scène. The Originals se présente comme « une marque hôtelière nouvelle génération qui anticipe les besoins des voyageurs comme des hôteliers ». Les valeurs incarnées par la marque que sont l'humain, le local, l'expérience et l'indépendance se retrouvent ainsi dans son nom. L'expérience client est au coeur de leur process sans pour autant mettre de côté les besoins et attentes des hôteliers.

Elle est aujourd'hui la 3ème marque hôtelière nationale en nombre d'hôtels avec 330 établissements dans l'hexagone et une douzaine à l'international. Cette marque ombrelle réunit 6 catégories, allant du segment économique au luxe :



- **The Originals Access** , des hôtels économiques a proximité d'axes routiers majeurs
- **The Originals City** , des hôtels situés dans des destinations urbaines
- **The Originals Residence** , des appartements entièrement équipés proposant les services d'un hôtel
- **The Originals Boutique** , des hôtels situés en centre-ville unique en termes de design et de personnalité
- **The Originals Relais** , des hôtels haut de gamme situés à la campagne, en littoral ou à la montagne
- **The Originals Collection** , des hôtels de luxe avec du caractère

Prise d'un virage avec une nouvelle gouvernance

Frédéric Puythorac est nommé Président du Conseil d'administration de la coopérative en septembre 2021, succédant ainsi à [Jean Lavergne](#) qui occupait ce poste depuis 1997. Géographe de formation, il rejoint le secteur de l'hospitality en 1997 en reprenant l'Hôtel Les Thermes de l'Avenue à Dax. C'est en 2008 qu'il adhère à la coopérative afin de conserver son indépendance tout en intégrant un réseau. Très fortement impliqué dans le développement de la coopérative, il est vite repéré par [Jean Lavergne](#) et gravit rapidement les échelons au sein du réseau. Il devient ainsi ambassadeur régional puis membre du Conseil de Surveillance (désormais baptisé Conseil d'Administration) avant de finalement être élu Président de ce Conseil.

Cette nouvelle gouvernance marque le début d'une nouvelle ère pour la marque avec notamment la mise en oeuvre d'un changement structurel d'envergure pour The Originals. Dans un contexte aussi particulier marqué par la crise sanitaire que vit le secteur de l'hospitality, l'arrivée d'un nouveau président permet à la coopérative « de s'interroger sur sa mission et sur son fonctionnement pour transmettre de nouvelles perspectives de développement et de performances à ses coopérateurs hôteliers ».

Le secteur doit en effet faire face à de nombreux défis tels que la crise sanitaire, la reprise de l'activité, la pénurie de main d'oeuvre, la digitalisation, les changements de comportements des clientèles mais également la transition durable. La marque souhaite démontrer que le modèle coopératif « est aujourd'hui le plus adapté au développement de l'hôtellerie indépendante face aux grands changements de demain ». Selon les dires de Frédéric Puythorac, la coopérative est par ailleurs un modèle qui séduit de plus en plus de nos jours et selon lui The Originals est « une marque porteuse de sens ». La marque répond par ailleurs à la quête d'authenticité et de déstandardisation menée par les clients.

Au travers ses nouvelles fonctions, Frédéric Puythorac souhaite apporter de nouvelles perspectives de développement et de performance tout en permettant le renforcement du modèle coopératif. Il a également la volonté de prouver que le secteur de l'hospitality est loin d'être binaire, un hôtelier n'est pas dans l'obligation de rester un indépendant seul dans son coin ni d'intégrer une franchise. Le modèle coopératif se présente ainsi comme une solution à mi-chemin entre ces deux possibilités.

Nouvelles ambitions et futur développement de la marque

La mise en place de cette nouvelle gouvernance s'accompagne de 3 axes forts :

- **Renforcer la présence multi-segments et la vocation généraliste de la coopérative** : The Originals a pour ambition de développer fortement les segments Premium (Collection et Relais) et Résidence, le premier étant la vitrine de la marque et le second représente une grande part de leur clientèle actuelle. La reconquête de l'internationale avec la mise en place d'un nouveau modèle, la Belgique et l'Italie étant les pays tests, constitue également un enjeu majeur. La marque a pour ambition



d'accueillir 150 nouveaux établissements dans son réseau pour atteindre les 480 hôtels membres d'ici 2025. 23 hôtels sont d'ores et déjà venus agrandir le réseau de la coopérative cette année.

• **Déployer une démarche RSE pour le réseau de la marque** : La coopérative souhaite accompagner ses adhérents dans leur transition durable et compte par ailleurs au sein de son réseau les deux seuls établissements en France labellisés Afnor Engagé RSE niveau « exemplaire » (The Originals Alteora et Ara Hôtel, The Originals Relais). Le réseau regroupe aussi 12 hôtels labellisés Clef Verte, 4 hôtels disposant de l'Eco-label Européen et 15 hôtels labellisés Tourisme & Handicap. L'objectif d'ici 2025 est de voir 90% du réseau engagé dans une démarche RSE, à cela s'ajoute la labellisation RSE AFAQ 26000 de la coopérative au second semestre 2022.

• **Enrichir l'écosystème digital du groupe pour accroître la part du direct hôtel** : En 2021, la marque a lié des partenariats avec My Beez Box et Ty-Win afin d'intégrer des hôtels de son réseau à des packages touristiques. En 2022, elle compte intégrer la plateforme Alentour ainsi que lancer le site « votreséminaire.com » pour progresser autant sur le segment loisir que corporate. Le renforcement de la présence de la marque sur les réseaux sociaux constitue de même une pierre angulaire de cet axe. L'ambition étant de dépasser le seuil des 400 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2025 dont 70% de direct, soit doubler le chiffre d'affaires actuel.

Le renouvellement du modèle coopératif passe par la consolidation de « l'effet réseau ». Cela se traduit notamment par le partage de valeurs mais aussi de la base de données clients afin d'atteindre un million de clients partagés et 300 000 membres The Originals Club. Pour soutenir cette volonté, la marque souhaite mettre en place une démarche qualité ambitieuse afin de permettre la montée en gamme de toutes les catégories. Enfin, l'école de formation The Originals Academy bénéficiera de nouveaux investissements, de nouveaux modules et d'une nouvelle organisation. La formation étant perçue comme un support de la croissance des hôteliers mais également comme un levier stratégique de la marque employeur.

