



The Originals Human Hotels & Resorts dévoile sa vision stratégique



© L. Jollivet

The Originals Human Hotels & Resorts, qui célèbre ses cinq ans et réunit à date plus de 330 hôtels, a nommé le 1^{er} juillet dernier un nouveau directeur général en la personne d'Olivier Dufit. Il officiait comme directeur Marketing, Communication e-commerce et RSE de la coopérative depuis 2020, avant d'être nommé directeur général adjoint en octobre 2023. Succédant à Philippe Marguet – qui était à la tête de The Originals depuis 23 ans – Olivier Dufit va s'atteler à forger une dynamique fondée sur la fierté d'appartenance à un modèle coopératif. « *Aujourd'hui, un quart des coopérateurs sont impliqués directement soit dans des groupes, des ateliers, des commissions, ou ponctuellement lors des salons. Plus nous avons de coopérateurs participatifs, plus la coopérative avance vite. Et ça, c'est notre modèle de fonctionnement* », a-t-il déclaré début septembre, avant de dresser le bilan 2023-2024. L'an dernier, le volume des réservations centralisées a ainsi atteint 123 M€, soit une augmentation de 15 % par rapport à l'année précédente. De janvier à août 2024, le chiffre d'affaires cumulé de la coopérative s'est élevé à 83 150 000 €, en légère hausse versus la même période en 2023 (81 530 000 €). Sur la saison estivale, les mois de juin et de juillet

ont été très décevants, même si l'activité s'est relancée en août avec des résultats plus concluants.

Une stratégie en 5 axes

Des résultats de bon augure pour The Originals, qui maintient sa volonté d'attirer de nouveaux collaborateurs tout en consolidant sa position de leader sur le marché de l'hôtellerie coopérative, grâce à la mise en place d'une stratégie en cinq axes.

La visibilité étant le nerf de la guerre, The Originals entend notamment affirmer son omniprésence sur l'ensemble des canaux de communication. Pour ce faire, la marque prévoit un investissement média en augmentation de 25 % cette année. La performance commerciale demeure aussi un enjeu stratégique clé pour le développement du chiffre d'affaires. Côté MICE, l'activité est par exemple remise sur les rails avec 170 hôtels qui prennent part à l'accueil de séminaires. L'objectif pour 2025 étant d'atteindre 900 000 € de chiffre sur ce segment.

Assurer la qualité des services est également un axe que la coopérative ne perd pas de vue. Pour cela, le siège a recours à un suivi de l'e-réputation et à l'autodiagnostic des hôtels, assure des veilles et des audits, et garantit un accompagnement personnalisé auprès des hôtels visant à définir des axes d'amélioration.

Pour continuer de se développer, The Originals renforce sa présence dans des salons du secteur, aussi bien physiques que virtuels, et poursuit ses actions sur les réseaux sociaux. Et depuis un an, la commission « *Développement* » permet de fédérer les hôteliers investisseurs et de les soutenir afin de se positionner sur des opportunités d'achats, et mettre en place une structure de mandat de gestion en propre pour étendre l'influence de la coopérative. « *On a commencé 2024 avec 20 nouveaux hôtels et plus de 1 200 chambres au global. Courant 2024, on en est environ à 16 signatures à date. Et on en prévoit 28 au total pour l'année* », illustre Olivier Dufit. Pour s'aligner avec les besoins du marché, la coopérative souhaite par ailleurs augmenter son nombre moyen de chambres par hôtel, passant de 40 à environ 50.

Enfin, toujours dans un contexte en phase avec le marché, The Originals va se mobiliser pour engager 90 % de son réseau dans une démarche RSE d'ici fin 2025. Réduction d'empreinte carbone, promotion d'achats responsables et valorisation des pratiques durables seront alors mises en œuvre. L.J.