

OKKO

HOTELS

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
PARIS, 26 SEPTEMBRE 2024

OKKO HOTELS CÉLÈBRE SES 10 ANS EN FAMILLE

EN DIX ANS, LA MARQUE CRÉÉE PAR OLIVIER DEVYS, RAPIDEMENT REJOINT PAR SA FILLE SOLENNE OJEA-DEVYS, S'EST IMPOSÉE COMME UNE RÉFÉRENCE DANS LE PAYSAGE DE L'HÔTELLERIE FRANÇAISE.



Première ouverture à Nantes en 2014, le groupe compte désormais 300 collaborateurs, 14 hôtels dans toute la France, a totalisé 58 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023 et est la première marque hôtelière entreprise à mission.

Retour sur une success story entrepreneuriale qui a révolutionné les codes de l'hôtellerie.

De la start-up artisanale...

Après 16 ans d'une carrière riche au sein du groupe Accor, Olivier Devys quitte le groupe. A 57 ans, on lui conseille la pré-retraite ou le consulting, c'est mal connaître ce bourreau de travail audacieux et idéaliste. Avec le soutien de Paul Dubrule, il décide de lancer non pas un hôtel, mais une nouvelle marque hôtelière.

Visionnaire, il sent que l'avenir de l'hôtellerie se fera au cœur des villes, à proximité des transports verts. Le terrain y étant coûteux, il imagine un concept où les chambres seraient compactes pour optimiser les m² disponibles, mais où le client bénéficierait de vastes parties communes service compris, à l'image des lounge d'aéroport. Des espaces chaleureux, design, on l'on se sentirait comme à la maison, bien loin des lobbys d'hôtel impersonnels de l'époque. Il a envie de dépoussiérer les codes du 4*, parfois trop statutaire.

Ingénieur de formation, il a la programmation et le business plan en tête, mais il a appris lors de la création de Suitehotel que la satisfaction client passe en grande partie par la qualité de service. Il en est convaincu, le meilleur concept hôtelier n'est rien sans une équipe qui sait accueillir. Dès le début de l'aventure, il aura à cœur d'instaurer une culture d'entreprise axée sur la satisfaction client.

En 2011 il recrute sa fille et la charge de la création de l'image de marque, de la direction artistique et du produit. A 25 ans, après une école de commerce, elle devient la première collaboratrice du groupe.

En janvier 2014, le premier établissement sous enseigne Okko Hotels ouvre à Nantes, rapidement suivi par deux autres opus à Grenoble et Lyon. Le succès est immédiat, les clients adhérents à ce concept nouvelle génération.

Le Club, vaste partie commune où les clients peuvent s'installer pour boire un verre, travailler, prendre le petit déjeuner, se détendre, plait particulièrement. La générosité du concept qui offre boissons et snacking à toute heure a un impact positif sur la perception du rapport qualité-prix.

Les voyageurs apprécient de pouvoir profiter d'un espace comme à la maison, tout en bénéficiant de la qualité de service d'un 4*. Dès le début, la qualité de l'accueil ressort comme un point fort de l'enseigne.



...à la PME engagée

Les années passent et les ouvertures se succèdent. Le groupe compte désormais 14 hôtels ouverts, un en construction, soit plus de 1 700 chambres pour 300 collaborateurs et 58 millions de CA en 2023. L'entreprise a pris une tout autre envergure en restant fidèle à ses fondamentaux. Le taux de satisfaction client se maintient à 85%. Au sein des équipes, les collaborateurs et les dirigeants sont attachés à « l'esprit Okko » : une atmosphère familiale, un statut de challenger dans l'industrie, une culture de l'innovation, une possibilité d'évoluer rapidement en interne.

Pourtant des changements majeurs interviennent. En 2022, à la sortie du Covid, Olivier Devys confie les rênes de l'entreprise à sa fille Solenne, qui prend la direction générale du groupe. Elle amorce un travail de structuration afin de faire d'Okko une PME à même d'absorber la croissance tout en préservant sa singularité.

Résolument engagée sur les sujets de RSE, elle veut donner à l'entreprise une longueur d'avance sur le sujet. En avril 2023, Okko Hotels devient la première marque hôtelière entreprise à mission. L'engagement du groupe vers une hôtellerie durable et responsable est désormais inscrit dans ses statuts et oriente chaque décision stratégique.

De nombreuses perspectives

Développer dans la continuité est devenu le fil conducteur des équipes Okko Hotels. En 2022, le groupe ajoute la corde restauration à son arc en créant Noccio, une marque de restaurants italiens. Au sein des établissements, l'activité séminaire se développe avec l'ajout de salles de réunion. En 2024, Okko profite de l'ouverture de l'hôtel de Paris – Rosa Parks pour lancer des chambres familiales.



Et OKKO demain ?

Le groupe souhaite doubler la taille de son parc d'ici 2030 en se développant dans les grandes villes françaises et européennes, mais aussi les villes françaises de taille moyenne, convaincu de la capacité de leur produit « lifestyle » à contribuer au renouvellement de l'offre hôtelière en région.

3 QUESTIONS À

SOLENNE OJEA-DEVYS,
DIRECTRICE GENERALE D'OKKO HOTELS

ET OLIVIER DEVYS,
PRESIDENT-FONDATEUR



Quels ont été pour vous les moments les plus marquants de cette aventure ?

Solenne :

“ L’ouverture de notre premier hôtel à Nantes, en janvier 2014 avec des moyens très différents d’aujourd’hui mais une énergie incroyable reste pour moi un souvenir extraordinaire. On n’imaginait rien de la suite, mais en ouvrant le premier hôtel d’une nouvelle marque, on avait le sentiment de participer à une aventure hors du commun.

Le Covid aussi, reste pour moi un souvenir marquant. Nous avons été proches de perdre le fruit d’un travail acharné, nous naviguions à vue dans un stress immense. J’ai eu mon premier enfant à ce moment-là, ce qui m’a beaucoup aidé à prendre du recul. En observant mon père, j’ai pris conscience à cette période des responsabilités du dirigeant et des dilemmes terribles auxquels il peut être confronté.

Enfin, sur une note plus positive, l’obtention du statut d’entreprise à mission en avril 2023, est à mon sens un évènement fondamental. Il a permis de mettre en lumière les engagements qui ont toujours été ceux d’Okko Hotels. En tant que dirigeante, j’ai eu un sentiment d’alignement entre les valeurs qui m’animent et la stratégie de l’entreprise, j’avais besoin de ça pour écrire la suite de l’histoire d’Okko.”

Olivier

“ Je garde pour ma part un excellent souvenir de l’ouverture de notre hôtel de Lyon. Je me souviens que nous avons écopé d’un article assez désagréable où les hôteliers lyonnais se plaignaient du marché peu dynamique et s’alarmait de l’arrivée de ce nouvel entrant. Nous avons ouvert le 1er décembre 2014 pour la fête des Lumières, l’hôtel n’a jamais désempli depuis. Avec 78% de taux d’occupation dès la première année, un taux de satisfaction très élevé, nous avons pu prouver que nous avons vu juste.

A une autre échelle, la décision prise par Malakoff–Humanis de concentrer leurs efforts d’investissement dans le secteur hôtelier sur notre enseigne afin d’accompagner notre développement a été un tournant pour le groupe. Aujourd’hui, Malakoff–Humanis possède 5 de nos établissements et s’est révélé un partenaire de premier plan.”

Quels sont les principaux objectifs stratégiques que vous aviez fixés pour l’entreprise, et dans quelle mesure ont-ils été atteints ?

Olivier :

“ Nous n’avons pas eu d’autre stratégie ces 10 dernières années que d’installer dans le paysage hôtelier français une marque forte, qui deviendrait une référence sur son segment de marché. En cela, nous avons dépassé toutes nos espérances. Malgré le renouvellement de l’industrie et la quantité de nouveaux concepts émergents, Okko Hotels dispose aujourd’hui d’une notoriété qui dépasse ses 14 établissements. Elle est synonyme de qualité pour nos clients : notre taux de satisfaction est de 85% à l’échelle du groupe et de 91% sur le seul critère de l’accueil. Nous avons à mon sens réussi à conjuguer qualité du concept et excellence du service, or l’un n’est rien sans l’autre.”

Solenne :

“ En tant que professionnelle du marketing, je suis fière que nous ayons réussi avec des moyens modestes à faire d’Okko Hotels une marque singulière portée par une culture d’entreprise forte. Que nos collaborateurs passent quelques mois ou des années à nos côtés, c’est très satisfaisant de les entendre parfois dire que cette expérience a été marquante dans leur vie professionnelle. “

Comment avez-vous célébré cet anniversaire ?

Olivier :

“ Nous avons organisé une grande fête avec nos collaborateurs et nos partenaires. Certains nous accompagnent depuis nos débuts et fait preuve d’un soutien sans faille dans les moments difficiles. Okko ne serait pas là aujourd’hui sans les investisseurs, les banquiers, les archis d’intérieur, les conseils, les fournisseurs qui lui ont fait confiance et ont accompagné son succès.”

Solenne :

“ Nous avons également conviés une partie de nos anciens collaborateurs. C’était important pour nous et très émouvant de partager ce moment avec eux, ils ont tous été à leur façon de formidables ambassadeurs de la marque. Nos hôtels ont à leur tour organisé leur « fête des 10 ans », nous avons à cœur de marquer le coup en local, au sein des territoires qui nous ont accueilli. “

###

Pour en savoir plus : www.okkohotels.com
Informations et visuels HD sur demande