



Bonjour,

L'été touche à sa fin, il est donc temps pour le Groupe Logis Hôtels de tirer le bilan de cette saison estivale. Le Groupe annonce une **7ème saison de croissance consécutive, avec un chiffre d'affaires en hausse de 16%** par rapport à l'année précédente sur la période du 1er juillet au 31 août.

Des touristes qui préservent leur budget vacances et qui continuent de se faire plaisir :

- La **hausse limitée du prix moyen de la nuit de +4%**, conjuguée aux bénéfices du programme ETIK permettant de gagner 5,5% de cashback pour chaque séjour, a permis d'attirer une clientèle soucieuse de préserver son pouvoir d'achat. Ainsi, **le programme de fidélité ETIK rencontre un franc succès avec une augmentation de son CA de 8%**.
- Un programme de fidélité qui a porté la croissance des ventes en direct de la centrale de réservation du Groupe de plus de 50%.
- **Une clientèle affaires au rendez-vous sur le mois de juillet, en croissance de +24%** par rapport à l'année dernière.

Un an après, le Groupe Logis Hôtels continue de bénéficier de l'effet JO avec une augmentation +7,3% de touristes européens :

- La clientèle Suisse tire son épingle du jeu cette année, observant une croissance de + 25%
- Grande Bretagne : +16%

- Allemagne : +15%
- Belgique : +11%
- Pays-Bas : +1%

Par ailleurs, la destination France continue de séduire la clientèle française qui est en hausse de 21% sur la période.

Sur l'été 2025, au sein du réseau Groupe Logis Hôtels, l'ensemble des régions sont en croissance.

- Les touristes ont préféré les régions au vert, privilégiant la montagne et la campagne et étant à la recherche d'expérience et de fraîcheur.
Ainsi, **l'Occitanie et l'Auvergne-Rhône-Alpes enregistrent chacune +20% de hausse de réservations sur la saison.**
- **Le littoral a lui aussi très bien performé**, la Bretagne a bénéficié de l'effet canicule (+18%) et la Normandie d'une météo clémente (+27%).
- La Nouvelle-Aquitaine quant à elle est en hausse de 17%.

Enfin, le Groupe Logis Hôtels a su répondre à l'ensemble des attentes de ses clients grâce à son portefeuille de marque diversifié :

- +50% de croissance pour les marques premium Demeures & Châteaux et Singuliers Hôtels
- +35% de croissance pour les marques urbaines (Urban Style et Cit'Hôtel)

« Le Groupe Logis Hôtels affiche une 7ème année de croissance consécutive sur la période estivale, démontrant de la robustesse et de de son modèle, au service de l'hôtellerie et restauration familiale et déstandardisée. De par l'unicité et la variété de nos hôtels, nous avons la capacité de répondre aux attentes des néo-voyageurs de loisirs et d'affaires. La mise en place d'une stratégie de distribution innovante et performante au service de la visibilité et de la rentabilité des établissements a permis au Groupe de gagner d'importantes parts de marché sur la distribution en ligne. Par

ailleurs, les OTA représentent à peine 50% des réservations digitales de la saison » **complète Karim Soleilhavoup, Directeur Général du Groupe Logis Hôtels.**