



Communiqué de
presse 13 janvier 2022

Exercice 2021 favorable pour le Groupe Logis Hôtels, promesse d'une dynamique encourageante pour l'hôtellerie-restauration indépendante en 2022

Le Groupe Logis Hôtels, leader de l'hôtellerie-restauration indépendante en Europe, enregistre un chiffre d'affaires de 132,1 millions d'euros pour l'année 2021 ; soit seulement -12% par rapport à 2019 - année de référence- et +32% par rapport à 2020. Un résultat qui valorise la force du collectif et l'attractivité d'une hôtellerie locale dé-standardisée. La clientèle, majoritairement française, n'a pas boudé son plaisir de voyager local, privilégiant un tourisme dit de "découverte", partout où le territoire regorge de savoir-faire. Un contexte favorable qui permet au Groupe Logis Hôtels d'anticiper le coup d'après, pour continuer de faire progresser l'hôtellerie-restauration indépendante, d'accompagner le développement business de ses adhérents en 2022, et d'absorber les écarts d'activité qui se sont creusés entre les bassins économiques.

Un rendez-vous 2021 à la hauteur des attentes mais qui cache des disparités d'activité

Le Groupe Logis Hôtels boucle un exercice à la hauteur des attentes, avec un chiffre d'affaires consolidé de 132,1 millions d'euros. Un bilan favorable, symbole de la résistance du groupe face à la crise, de sa capacité à accompagner les hôteliers dans cette période et de conquérir de nouvelles parts de marché.

En 2021, les Français représentent **71% de la clientèle du Groupe Logis Hôtels, soit une hausse de 13 points par rapport à 2019**. Déterminés à changer d'air, les clients ont privilégié des séjours plus longs, augmentant mécaniquement la valeur du panier moyen de +10% - bénéficiant à tout l'écosystème économique local, et alimentant les commerces locaux des lieux de villégiature. Parmi les destinations plébiscitées, l'Auvergne-Rhône Alpes, la Nouvelle Aquitaine et l'Occitanie ont particulièrement performé.

D'autres défis restent néanmoins à surmonter : derrière ces chiffres, la crise a creusé de forts écarts d'activités. L'accompagnement des établissements les plus dépendants d'une clientèle internationale, urbaine ou des voyages de groupe, et ceux qui ont dû se réorganiser pour assumer l'augmentation de leur fréquentation, devront faire l'objet d'une attention particulière pour permettre de rééquilibrer le marché.

La force du collectif a cependant permis au Groupe Logis Hôtels de renforcer son indépendance face aux OTA. Sur l'année 2021, les réservations en direct ont retrouvé leur niveau de 2019, soit +3% par rapport à l'an passé, quand les agences en ligne sont à -4%. **Un signal fort pour le groupement d'indépendants, récompensant ainsi l'important travail de refonte de son site internet et de son application mobile** - ce dernier canal générant désormais un tiers des réservations - et par l'effort de pédagogie auprès des clients, de plus en plus sensibles à l'équité du système de rétribution. Cela s'est également vérifié au pic de l'été, où la centrale de réservation du Groupe Logis Hôtels a enregistré +32% par rapport à juillet/août 2019. Une réservation en circuit court

 132,1 M d'€ de CA en 2021 <small>Soit -12% vs 2019 et +32% vs 2020</small>	 +3% Réservations en direct <small>Vs -4% via les OTA</small>
 152 € Panier moyen <small>Soit +10% vs 2019</small>	 16 jours Délai de réservation <small>Vs 25 jours en 2019</small>
ETIK +60 000 nouveaux porteurs de la carte de fidélité <small>Sur un total de 350 000 membres</small>	 +17% de clientèle affaires <small>Soit +17% vs 2019 et +44% vs 2020</small>

principalement portée par les membres du programme de fidélité Etik, avec une clientèle d'affaires particulièrement au rendez-vous, et qui a bien intégré cette nouvelle habitude dans sa routine de réservation. **Le programme Etik enregistre ainsi 60 000 nouveaux bénéficiaires en 2021**, pour un total de 350 000 clients porteurs de cette carte de fidélité.

On observe que les voyageurs ont encore fait évoluer leur calendrier de réservation, prenant des décisions plus tardives. En 2021, les séjours se sont ainsi confirmés en moyenne à 16 jours du départ, contre 25 jours en 2019. Un nouveau rythme adopté pour se calquer aux fluctuations des contraintes sanitaires, mais qui n'a pas impacté leur motivation à voyager.

“Nous avons su être réactifs et tirer le meilleur de l'efficacité de notre modèle unique, alliant le collectif d'un groupe et l'unicité des expériences de séjours dans nos hôtels ; cela fait sens pour les clients et fait performer nos adhérents. Grâce à notre souplesse, réactivité et créativité nous sommes restés debout. Les montagnes russes du stop and go nous ont appris à danser sous la pluie mais ce dynamisme masque aussi une disparité entre nos établissements, inégalement affectés par la crise. Nous continuerons de faire bloc pour redonner perspectives et motivation aux entrepreneurs du Groupe, après des mois difficiles psychologiquement et moralement.” analyse **Karim Soleilhavoup, Directeur général du Groupe Logis Hôtels.**

Des enjeux forts pour anticiper de nouvelles perspectives de développement pour ses adhérents

La pandémie a fait l'effet d'un révélateur. Depuis deux ans, le Groupe identifie de nouveaux vecteurs de croissance qui permettront à ses adhérents de faire bouger les lignes du secteur et de préparer l'avenir. A court terme, il faudra agir vite pour aider les établissements à se réorganiser et à étoffer leurs effectifs. Le Groupe prévoit ainsi de renforcer les outils de formations, de recrutement et de fidélisation des collaborateurs, à destination des hôteliers-restaurateurs.

Plusieurs autres chantiers ont déjà été engagés en 2021, et se poursuivront en 2022. A moyen terme, il s'agira d'enrichir l'offre avec de nouveaux services, plus en phase avec l'évolution des besoins des clients, qui permettront d'assurer de nouveaux revenus aux hôteliers et de fidéliser une nouvelle typologie de clientèle. Parmi eux, le Groupe poursuivra le déploiement de son offre de coworking pour le structurer davantage et créer un service dans des zones où il est souvent inexistant. Dans le même temps, il s'agira de renforcer son engagement pour le développement durable et la transition écologique du parc hôtelier français, notamment dans le cadre du partenariat avec le Fonds Tourisme Durable de l'Ademe.

“Nous portons de forts engagements RSE et prévoyons d'accélérer encore. Le volet social est notamment essentiel pour accompagner l'emploi en local, nous avons par exemple beaucoup travaillé depuis deux ans pour étoffer notre catalogue de formations qualifiantes. Sur l'axe environnemental, nous poursuivons le déploiement de bornes électriques et sommes, à ce jour, le seul groupe hôtelier partenaire de l'Ademe. Nous comptons continuer de progresser sur tous ces volets RSE, pour devenir l'un des acteurs les plus aboutis du secteur sur ces sujets prioritaires.”, conclut **Fabrice Galland, Président du Groupe Logis Hôtels.**

Enfin, le Groupe Logis Hôtels poursuit sa stratégie de développement international, principalement en Europe du sud où un partenariat de distribution avec le Groupe Costa Brava vient d'être signé.

À propos du Groupe Logis Hôtels

Premier groupe d'hôteliers-restaurateurs indépendants en Europe, le Groupe Logis Hôtels soutient les acteurs locaux et participe au dynamisme des territoires depuis plus de 70 ans. Créateur d'expériences et doté d'un fort ancrage territorial, le groupe est engagé pour défendre une hôtellerie plus responsable et dé-standardisée qui valorise les savoir-faire locaux, déploie de nouveaux services et s'investit dans la formation et le développement des compétences, pour répondre à toutes les envies et tous les besoins. Avec un portefeuille de **6 marques** (*L'Exception Logis, Châteaux & Demeures, Logis Hôtels, Cit'Hotel, Urban Style et Auberge de Pays*), le groupe représente **2200 établissements** répartis dans **9 pays**.