



Un bilan 2022 au plus haut, porté par un fort désir de voyage Nouveau CA record pour le Groupe Logis Hôtels

- **Avec un chiffre d'affaires de 213 millions d'euros pour l'année 2022, le Groupe Logis Hôtels enregistre l'une de ses plus fortes progressions, soit +61%** par rapport à 2021.
- Un résultat qui atteste de la bonne santé retrouvée du secteur – imperméable à la conjoncture – et sa place préservée dans le budget des Français.
- **Face à l'inflation, les clients s'organisent : retour de l'anticipation (21 jours) et** réflexe de la réservation directe. Le Groupe note à ce sujet une augmentation significative de 43% de son programme fidélité ETIK, qui compte désormais 500 000 utilisateurs, bénéficiaires **d'un** cashback de 5,5% sur chaque réservation.
- Enfin, une année marquée par le retour des clientèles européennes au niveau **d'avant**-crise, et un attachement durable des Français pour le tourisme intérieur et de grande région (+45% par rapport à 2021).

Retour à une activité économique favorable pour **le secteur de l'hospitalité**

Signe d'un retour « à la normale », le niveau de clientèle étrangère enregistrée en 2022 représente 38% des réservations (+10 points vs 2021), soit peu ou prou son niveau de 2019 ! Autre bonne surprise, le tourisme domestique continue de performer malgré la réouverture des frontières et la fin des confinements. Les Français ont durablement pris goût à la France, et représentent 62% du CA, soit une évolution réjouissante de 45% par rapport à 2021. Un ruissellement essentiel à tout l'écosystème économique local proche des établissements du Groupe, qui bénéficie également de cette attractivité touristique et contribue, à son échelle, à impacter positivement l'emploi et l'économie des territoires.

Outre la clientèle loisirs, le voyage d'affaires marque également une vraie reprise, en hausse de 45% par rapport à 2021, année impactée par des écarts d'activités importants entre les établissements selon leurs typologies de clientèles, désormais en train de se résorber.

Une géographie du tourisme qui profite à tous les marchés

Cet engouement pour la destination France permet à tous les marchés de progresser, boostés à la fois par l'essor des villes moyennes et un été indien qui a favorisé les escapades. Tous les littoraux tirent leur épingle du jeu, avec une hausse de 57% des réservations par rapport à l'an dernier.



Communiqué de presse – janvier 2023

Mais c'est la Manche qui a particulièrement attiré, affichant une progression spectaculaire de +89%. La montagne est au sommet également, atteignant un pic à +81% vs 2021, notamment dans les Alpes du Nord. Les destinations urbaines ont aussi fait le plein, attirant +57% de voyageurs loisirs. Par exemple Dijon, qui a inauguré sa Cité internationale de la gastronomie et du vin au printemps, a ainsi permis de faire rayonner sa périphérie rurale sur la route des vins, bénéficiant à l'ensemble de la Bourgogne.

Des enjeux **énergétiques, environnementaux et d'emploi qui perdureront en 2023**

En dépit d'une conjoncture désavantageuse, le Groupe Logis Hôtels est prêt : *« Notre capacité d'anticipation est le meilleur bouclier des hôteliers en période d'incertitude. C'est la base de notre plan stratégique « Sens et performance » : prévoir le coup d'après pour protéger nos entrepreneurs et les accompagner dans la transformation de leur business. Les parts de marché conquises pendant les années Covid le sont durablement, mais pour conserver nos marges il faut rester concentré sur les réalités du marché et ses enjeux. »*, prévient Karim Soleilhavoup, Directeur général du Groupe Logis Hôtels.

- Face à l'envolée sans précédent des prix de l'énergie, le réseau a sécurisé depuis plusieurs mois des contrats à prix fixe pour 2023, jusqu'à 50% en deçà des offres actuelles du marché.
- Depuis l'automne, l'indicateur Act Eco permet au Groupe de mieux accompagner ses adhérents dans la valorisation et le développement de leurs actions RSE et les aider à améliorer leur empreinte carbone.
- Les jeunes générations n'ont plus le même son rapport au travail : les établissements du Groupe Logis Hôtels œuvrent déjà, sur le terrain, pour adapter les postes à pourvoir et faire évoluer leurs critères de recrutements afin de dépoussiérer l'image des métiers de l'hospitalité et l'élargir à de nouvelles compétences.

En 2023, continuer de conquérir de nouvelles parts de marché

Fin 2022, le Groupe a opéré une restructuration de son offre, qui constitue un tournant important à la fois pour son image et son développement. La refonte de son portefeuille haut-de-gamme doit désormais se consolider, notamment ses nouvelles marques Singuliers Hôtels et Demeures & Châteaux, qui devraient prochainement s'étoffer d'une dizaine de nouveaux établissements. Parmi les autres leviers de développement, la valorisation du patrimoine hôtelier des entrepreneurs et investisseurs du Groupe, qui outre le lancement des prestations de gestion, s'enrichira encore d'un nouveau service d'accompagnement, toujours à la carte.

Alain Bekaert, Président du Groupe Logis Hôtels, précise : *« Notre plan stratégique s'accélère en 2023. Les projets annoncés à l'automne continueront de se développer, notamment sur nos nouvelles marques premium que nous devons aider à s'installer. Nous avons l'ambition de changer d'échelle et d'image. D'une part pour démontrer notre capacité à faire grandir les business que nous accompagnons. D'autre part pour prendre de la hauteur et apporter une vraie vision au marché grâce à notre remarquable maillage territorial. »*

Enfin, en 2023, la marque Logis Hôtels célébrera ses 75 ans.

Service de presse Groupe Logis Hôtels
Annabel Fuder & Anne Mauvieux
groupe.logishotels@wellcom.fr - 01 46 34 60 60

A propos du Groupe Logis Hôtels

Premier collectif d'hôteliers-restaurateurs avec plus de 2000 établissements uniques en Europe, le Groupe Logis Hôtels soutient les acteurs locaux et participe au dynamisme des territoires depuis plus de 70 ans. Créateur

Communiqué de presse – janvier 2023

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 (Singuliers Hôtels, Demeures & Châteaux, Logis Hôtels, Cit'Hotel, Urban Style et Auberge de Pays), le groupe représente 2200 établissements répartis dans 9 pays.