



# Dossier de presse 2025

Groupe Logis Hôtels



singulièrs



---

# SOMMAIRE

P/3

## L'édito de Karim Soleilhavoup et Alain Bekaert :

**« Assumer d'être les changemakers de l'hospitalité »**

P/4

## Le Groupe Logis Hôtels, partenaire du succès des entrepreneurs de l'hospitality

Accélérateur de business

Stratégie gagnante pour le Groupe Logis Hôtels avec un CA record de +10%

3 priorités pour développer de nouveaux relais de croissance et accompagner tous les projets

Etik : le programme de fidélité gagnant-gagnant

---

P/9

## Rejoindre le Groupe Logis Hôtels pour donner du sens à son business

Dynamiser le volet social et la marque employeur

Académie du Groupe Logis Hôtels : monter en compétences et faciliter la transmission des établissements

Des engagements environnementaux forts pour aider à atteindre les objectifs gouvernementaux

---

P/11

## Un portefeuille de 6 marques fortes

---

**Service de presse Groupe Logis Hôtels**  
**Agence WELLCOM**

[groupelogishotels@wellcom.fr](mailto:groupelogishotels@wellcom.fr)

Annabel Fuder, Anne Mauvieux

& Sara Da Cunha

01 46 34 60 60



# L'ÉDITO

de Karim Soleilhavoup  
et Alain Bekaert

## Assumer d'être les changemakers de l'hospitalité

L'élan des Jeux Olympiques de Paris 2024 confirme une ambition que nous portons depuis des années : faire de la France une destination privilégiée et inspirante pour tous les voyageurs. Cette vision, déjà renforcée par la résilience de notre secteur pendant la crise sanitaire, se traduit aujourd'hui par le succès de notre modèle déstandardisé, reflet d'une hôtellerie authentique, locale et profondément humaine. Ce positionnement unique, fondé sur des expériences sur mesure et des établissements à taille humaine, a su séduire une clientèle en quête de sens et de proximité.

Forts de cette dynamique, nous poursuivrons nos investissements en 2025 pour garantir à nos adhérents des revenus durables et des marges améliorées, tout en capitalisant sur cette attractivité retrouvée. Cependant, pour maintenir cette position de leader et faire de la France une destination exemplaire, il est essentiel de relever les défis actuels : attirer et fidéliser les talents, accélérer notre transition écologique et nous adapter aux réalités économiques qui s'imposent. Nous sommes aujourd'hui parfaitement armés pour soutenir la croissance des établissements les plus dynamiques tout en limitant, voire en compensant, les baisses d'activité ponctuelles que peuvent rencontrer certains. Cette ambition, portée par la force de nos hôteliers-restaurateurs et l'engagement de nos équipes, nous permet de nous projeter avec confiance et de continuer à être un acteur incontournable du tourisme durable en Europe.

Le Groupe Logis Hôtels est un puissant contributeur économique et social des territoires. Avec un établissement tous les 12 km, toutes les zones touristiques sont concernées, des petites et moyennes villes sans concentration jusqu'à la capitale.



**Karim Soleilhavoup,**  
Directeur général

À ce titre, nos hôteliers créent de l'emploi, de l'activité locale et participent à leur attractivité. Préserver leur performance est notre priorité, qui définit depuis 75 ans l'âme et la raison d'être du Groupe Logis Hôtels. Assurer aux entrepreneurs la maîtrise de leur business, leur permettre de grandir et de changer d'échelle, les aider à progresser sur tous les volets de la RSE...

Le Groupe Logis Hôtels a un rôle moteur à jouer, de par notre présence sur le territoire et dans notre démarche d'accompagnement des restaurateurs-hôteliers. C'est pourquoi nous développons des solutions concrètes pour donner aux établissements les moyens de se transformer. Parce que les enjeux de décarbonation sont plus faciles à identifier qu'à résoudre, nous prôtons une démarche pédagogique et de sensibilisation. Pour y arriver, il est essentiel d'expliquer, convaincre et embarquer : avoir de l'impact commence souvent par du bon sens et des gestes simples !

En ce sens nous avons étendu notre indicateur Act-Eco à l'activité restauration. Cet outil permettra aux restaurateurs-hôteliers d'obtenir une première évaluation de leurs pratiques et de bénéficier de solutions concrètes pour progresser. Une première étape clé avant, pour les profils les plus matures qui le souhaitent, un accompagnement vers l'obtention d'un label reconnu attestant de leur démarche durable. Dès sa phase de lancement, plus de 150 restaurateurs se sont déjà emparés de l'indicateur avec une note moyenne de 8/10.

Nous continuerons également de développer la segmentation de notre portefeuille, d'une part pour mieux répondre aux besoins spécifiques des établissements, d'autre part pour renforcer la lisibilité de notre offre auprès de nos clientèles. Outre la clarification de notre offre haut-de-gamme désormais bien installée, nous avons opéré la refonte de notre marque lifestyle Urban Style pour renforcer notre présence en cœur de ville et concevoir un produit clé en main pour séduire une cible de propriétaires-exploitants et d'investisseurs. Nous sommes également en train de travailler à la création d'une nouvelle offre qui viendra compléter notre expertise auprès d'une cible affaires.



**Alain Bekaert,**  
Président

# LE GROUPE LOGIS HÔTELS :

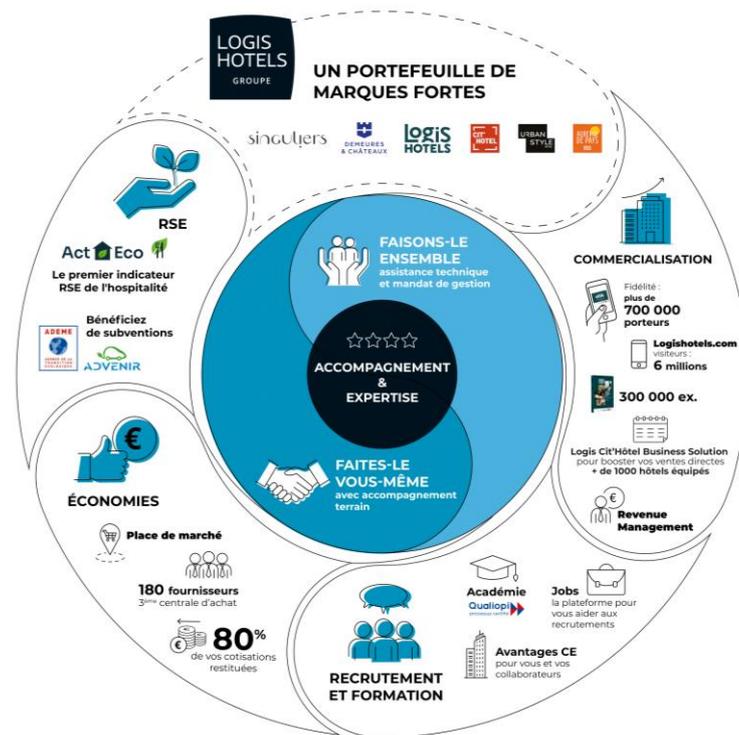
## PARTENAIRE DU SUCCÈS DES ENTREPRENEURS DE L'HOSPITALITY

### Accélérateur de business

Premier collectif d'hôteliers-restaurateurs en France et en Europe, le Groupe Logis Hôtels s'investit pour la performance des acteurs de l'hôtellerie-restauration depuis 75 ans. Avec 1850 établissements en Europe répartis dans un portefeuille de 6 marques, le groupe milite au quotidien pour concevoir des expériences qui ont du sens et qui préservent l'entrepreneuriat, l'emploi local et les circuits-courts pour un avenir engagé et durable.

Concrètement, le Groupe Logis Hôtels déploie un ensemble d'outils et de services à la carte pour booster l'activité et l'attractivité des entrepreneurs. Ainsi 17 conseillers terrain et 4 personnes sont dédiés au support hôtelier, avec pour objectif d'identifier les leviers de performance des restaurateurs-hôteliers et de les accompagner dans leur gestion au quotidien. En parallèle, un département Revenu Management permet de répondre aux enjeux de commercialisation des hôteliers, de faire progresser leur chiffre d'affaires et d'augmenter leurs marges. Autre levier pour soutenir l'activité des hôteliers de l'ensemble du Groupe : une formule d'accompagnement de mandat de gestion qui s'adresse aux investisseurs pour garantir leur rentabilité, ou aux propriétaires multi-établissements désireux de valoriser leur patrimoine hôtelier. En 2024, le Groupe Logis Hôtels a lancé une solution clé en main pour booster les revenus de ses hôteliers-restaurateurs et leur visibilité en direct sur logishotels.com : ses coffrets cadeaux.

#### NOTRE EXPERTISE AU SERVICE DE VOTRE PROJET ENTREPRENEURIAL



# Stratégie gagnante pour le Groupe Logis Hôtels avec un CA record de +10%

Engagé dans une dynamique positive depuis 6 années consécutives, le Groupe continue sa conquête de parts de marché et enregistre un CA record de 265M€ en 2024, soit une hausse de +10% par rapport à 2023. Parmi ses leviers de croissance, on retrouve la conquête des clients affaires avec une croissance de +29% du CA et la croissance des ventes directes online des hôtels +16%.

Dans un contexte inflationniste, les clients affaires et loisirs se réorganisent pour « payer le juste prix ». Le Groupe s'est notamment démarqué en appliquant des hausses de tarifs bien en-deçà de la concurrence, et ce depuis plusieurs années.

## Cette maîtrise des prix se reflète par la hausse de 3 indicateurs clés :

- Séduction des entreprises de toutes tailles avec une croissance de +29% des packages « Soirée Etape », avec un prix moyen de 105€ comprenant dîner + nuitée + petit-déjeuner.
- Forte croissance du programme de fidélité ETIK de +15% sur un an. Son système de cashback à 5,5% - parmi le plus généreux du marché - regroupe désormais 600 000 membres. Autant de pouvoir d'achat retrouvé pour les clients, et directement réinjecté dans les hôtels, souvent pour des expériences plaisirs de type week-end, dîner gastronomique.
- Une fidélité qui renforce mécaniquement les parts de ventes directes, en progression de +16% et permet aux hôteliers de retrouver de l'indépendance face aux OTA - qui, eux, stagnent à +2%.



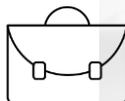
**265 M d'€**  
De CA en 2024  
Soit +10% vs 2022



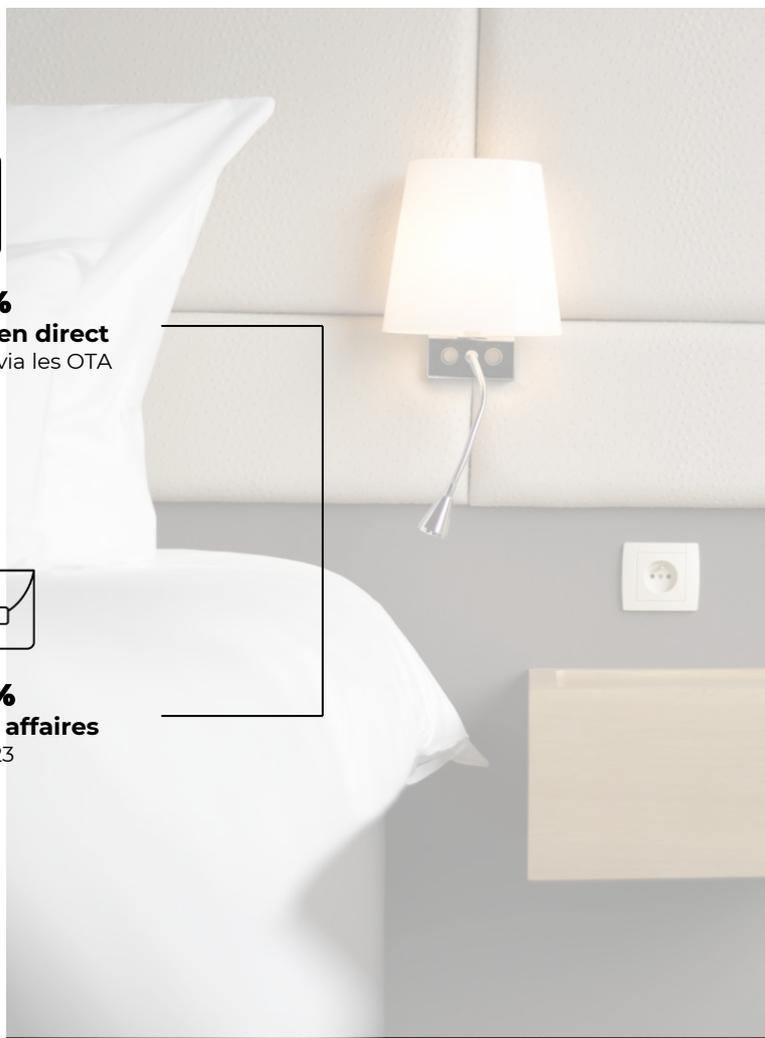
**+ 16%**  
Réservations en direct  
Vs +2% générés via les OTA



**+ 15%**  
Nouveaux porteurs  
de la carte fidélité  
Soit un total de 600 000 membres



**+29%**  
De clientèle affaires  
Vs 2023



## 3 priorités pour développer de nouveaux relais de croissance et accompagner tous les projets

### Stratégie de montée en gamme : levier de croissance et d'attractivité territoriale

Deux ans après le lancement de ses marques haut-de-gamme, le Groupe capitalise sur leur développement – à la fois pour étendre sa présence terrain, et pour continuer de dynamiser l'activité locale.

- **Le succès de Demeures & Châteaux**, qui tire parti de sa valeur ajoutée patrimoniale, dépasse les attentes, avec une accélération de +123% de son CA en un an. Un résultat directement lié à l'extension rapide de son parc de l'ordre de +32%, qui compte désormais 25 établissements. Un positionnement authentique qui plaît, à une cible principalement française mais aussi britannique et belge. En 2024, la marque s'étend avec 12 nouveaux établissements et ambitionne d'atteindre 30 établissements à fin 2025.
- **L'offre Singuliers Hôtels**, qui présente une collection de 5 établissements à fort caractère et atypiques, joue un rôle clé dans le positionnement du Groupe en couvrant l'ensemble des segments de marché, avec une progression de son chiffre d'affaires de +52% depuis le début de l'année par rapport à l'année précédente. En 2025, la collection s'est étoffée avec 2 nouveaux établissements, en Bretagne et dans le pays de Gers, et ambitionne d'atteindre 10 établissements à fin 2025.



### Le Groupe Logis Hôtels renforce sa position sur le segment du voyage d'affaires

Pour booster sa croissance, le Groupe Logis Hôtels mise également sur la clientèle « corporate ». Aujourd'hui, ce segment représente entre 35 et 40 % de l'ensemble de sa clientèle. Malgré un contexte incertain, en 2024, le réseau a enregistré une percée significative sur ce marché, affichant une croissance de +29%, avec une augmentation de ses tarifs de seulement 4%.

Le Groupe Logis Hôtels a conçu un produit dédié à cette clientèle affaires : un forfait « soirée-étapes », qui comprend la nuitée et le petit-déjeuner pour un coût moyen de 105€. Une formule disponible uniquement sur le site [logishotel.com](http://logishotel.com) ou en direct auprès des établissements.

Depuis sa création, l'offre corporate du Groupe a su rencontrer un franc succès auprès des voyageurs d'affaires, répondant parfaitement aux besoins des professionnels en quête de confort, de flexibilité et de services sur mesure. En 2025, cet engagement se renforce : le Groupe souhaite aller encore plus loin en consolidant ses solutions pour les entreprises, avec l'ambition de devenir une référence incontournable pour les séjours professionnels et les événements corporatifs.





## Urban Style : la marque lifestyle pensée pour les investisseurs

Parmi ses priorités pour l'année 2025, le Groupe Logis Hôtels souhaite conquérir une cible de propriétaires-exploitants et d'investisseurs. Pour répondre à cet objectif, le Groupe a redéployé de sa marque lifestyle Urban Style, un véritable produit clé en main. Créée en 2013, et totalement refondue fin 2024 cette marque rassemble 17 hôtels modernes, 3 et 4 étoiles, à la décoration contemporaine et affirmée, et principalement situés en ville et zones d'attractivité.

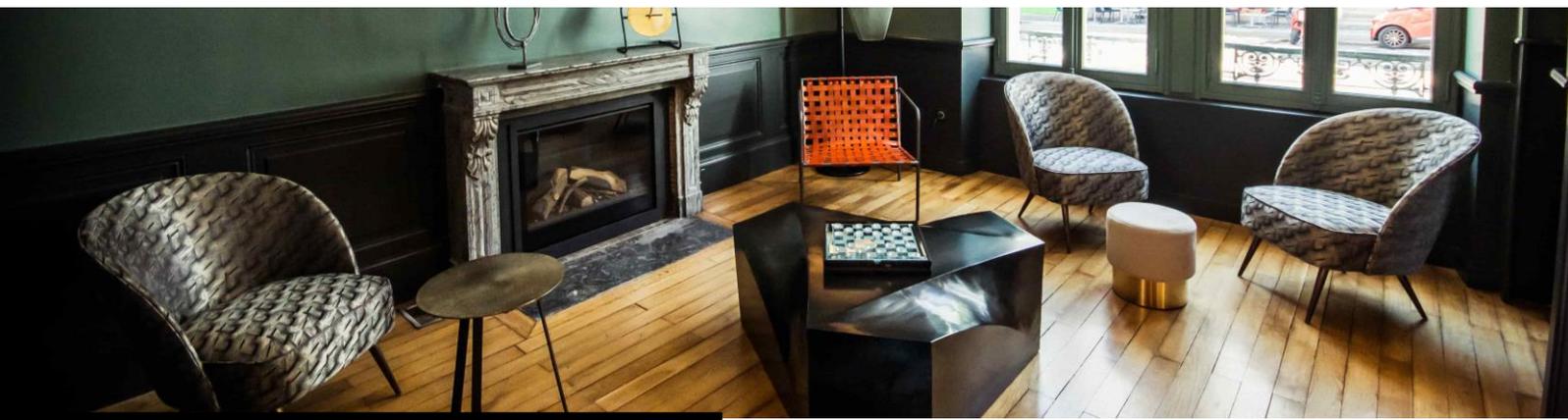
Il s'agit d'une marque dite « 3L » : Lifestyle, Locale et Locavore avec un véritable potentiel de développement et de rentabilité s'adressant à un large panel de clientèles via :

- L'optimisation de l'expérience client, avec une forte empreinte design
- La mise en place d'espaces multifonctionnels pour s'adapter à tous les usages tout au long de la journée (coworking, détente, bar...)
- Proposition d'une offre de restauration destinée aux moments de convivialité : apéro dînatoire, happy hours... avec la même exigence de cuisine circuit court et fait maison ;
- Création d'un maillage stratégique sur l'ensemble des pôles d'attractivité et cœur de ville pour correspondre aux attentes des clientèles affaires, loisirs et locale.

Le repositionnement de la marque Urban Style inclut par ailleurs deux déclinaisons, pour une meilleure lisibilité de l'offre :

- Urban Style Signature, dédiée à une clientèle haut-de-gamme ;
- Urban Style Appart pour reprendre des parts de marché aux locations meublées et proposer une offre calibrée pour les longs séjours.

Le Groupe Logis Hôtels ambitionne d'atteindre les 30 adresses sur sa marque Urban Style d'ici fin 2025 et conquérir de nouveaux pôles stratégiques tels que Lille, Lyon et Marseille, où il y a un véritable potentiel de développement et donc devenir un acteur incontournable sur le segment urbain. Ce nouveau concept clé en main permettra de séduire une cible de propriétaires-exploitants et d'investisseurs et leur assurer la meilleure performance opérationnelle et financière, tout en bénéficiant des nombreux outils de gestion et distribution proposés par le Groupe.



## Etik : le programme de fidélité aux 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2024

Parce que la réussite des hôteliers est aussi celle des clients engagés, le Groupe Logis Hôtels dispose d'un programme de fidélité ETIK parmi les plus généreux du marché.

Ce programme est un véritable succès, réunissant plus de 600 000 clients bénéficiaires et cumulant 100 millions d'euros de chiffres d'affaires en 2024, ce dernier est une réponse forte aux voyageurs soucieux de consommer plus responsable. Il s'agit d'un atout majeur du développement et du renforcement de la clientèle direct des hôtels du Groupe.

Avec cette carte, le client soutient des patrons et des entreprises locales, et avec eux toute la chaîne de valeur en circuit-court qui permet aux établissements de faire mieux chaque jour, tout en bénéficiant d'un cashback à hauteur de 5,5% sur tous ses séjours. Une offre gratuite et gagnant-gagnant, qui permet :

- Aux adhérents de renforcer leur indépendance face aux OTA en valorisant la réservation en direct et au sein du réseau ;
- Aux clients de cagnotter dès le premier euro sur l'ensemble de leurs voyages et de préserver leur pouvoir d'achat.



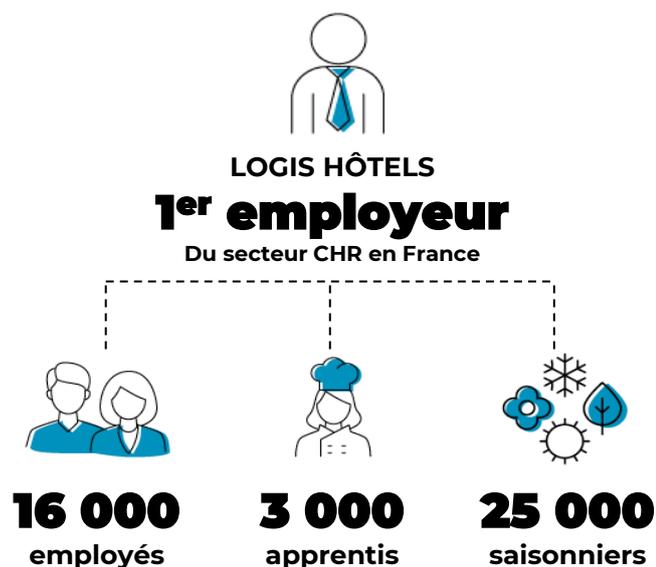
# REJOINDRE LE GROUPE LOGIS HÔTELS

## POUR DONNER DU SENS A SON BUSINESS

## Dynamiser le volet social et la marque employeur

L'hospitalité doit être au rendez-vous de la RSE pour préparer l'avenir. Premier employeur de la CHR, le Groupe Logis Hôtels joue un rôle essentiel pour permettre aux entreprises de s'emparer de ces enjeux, les analyser et les résoudre efficacement.

Le Groupe met à disposition un panel de solutions pour faciliter la mission RH des hôteliers-restaurateurs et renforcer leurs compétences managériales. Aide au recrutement, montée en compétences des talents grâce à des programmes de formations, mise à disposition d'avantages salariés via un CE mutualisé intégrant plus de 30 000 enseignes partenaires... Une plateforme de marque employeur efficace qui permet à tous les patrons d'établissement de se démarquer auprès des candidats - quelle que soit la taille ou la structure de leur entreprise.



### Accompagner le recrutement et le management des talents

- Jobs.logishotels.com** : la plateforme de recrutement dédiée qui regroupe des fiches de postes préédigées pour simplifier la rédaction des annonces et qui multi-diffuse les offres auprès des principaux portails de recrutement ;
- Social Express** : la plateforme unique d'accompagnement sur les problématiques RH, juridique et sociale, pour toutes les démarches complexes via des fiches pratiques, conseils et actualités légales. Les adhérents ont également la possibilité d'échanger directement avec des juristes spécialisés pour les accompagner sur leurs problématiques spécifiques.

# Académie du Groupe Logis Hôtels : monter en compétences et faciliter la transmission des établissements



Ouverte à tous les propriétaires d'établissements et à leurs salariés, la plateforme certifiée Qualiopi propose une vingtaine de formations en ligne qui permettent de répondre efficacement et simplement aux nouvelles exigences du nouveau classement hôtelier. Adaptés à tous les profils, ces formations portent sur des thèmes en lien avec les grands enjeux du secteur : le management à l'ère du digital, la gestion du revenu management ou comment vendre au bon prix, la compréhension des enjeux et des impacts de la RGPD... En 2024, 50% des formations dispensées ont concerné la RSE.

Un tremplin pour faciliter les transmissions entrepreneuriales, pour aborder sereinement de nouvelles responsabilités et faire progresser les talents ou encore développer de nouveaux services.

## Le Groupe Logis Hôtels accélère la décarbonation du secteur de l'hôtellerie-restauration

Dans le cadre de sa stratégie RSE, le Groupe, certifié Lucie 26000, renforce ses engagements et lance une version étendue de son indicateur Act-Eco au volet restauration. Déjà adopté par 9 établissements sur 10 depuis son lancement sur le volet hospitalité il y a 2 ans, ce référentiel a pour objectif de les accompagner dans la mesure, l'évolution et la mise en œuvre de pratiques plus durables – tout en stimulant leur rentabilité. Avec cette version enrichie, l'outil leur permettra d'obtenir une première évaluation de leurs pratiques et de bénéficier de solutions concrètes pour progresser. Une première étape clé avant d'aller plus loin pour les profils les plus avancés, et qui souhaite un soutien dans l'obtention d'un label reconnu attestant de leur démarche durable.



De manière concrète, Act-Eco Restaurant se présente sous la forme d'un programme de progrès structuré autour d'un questionnaire couvrant six piliers essentiels : l'approvisionnement responsable, l'élaboration d'une offre culinaire durable, la gestion des déchets, l'économie d'eau et d'énergie, ainsi que le social et la communication responsable. Ce dispositif permet aux établissements d'évaluer et d'améliorer leurs pratiques de manière continue. Le résultat est traduit sous la forme d'un score sur 10, reflétant leur niveau de progression. Ce score, visible par tous les clients sur le site de réservation logishotels.com, apporte transparence et valorisation des engagements pris.

Quelques mois après le lancement, plus de 600 restaurateurs se sont déjà emparés du questionnaire avec une note moyenne de 8/10.

# UN PORTEFEUILLE DE 6 MARQUES FORTES

					
<p>Des lieux raffinés et privilégiés</p>	<p>Lieux exclusifs en bord de mer, montagne ou campagne</p>	<p>En France, partout sur le territoire</p>	<p>En ville et zone péri-urbaine</p>	<p>En centre-ville</p>	<p>Dans les villages et territoires ruraux</p>
<p>7 hôtels - 20 chambres en moyenne</p>	<p>26 hôtels - 15 chambres en moyenne</p>	<p>1700 hôtels - 20 chambres en moyenne</p>	<p>100 hôtels - 35 chambres en moyenne</p>	<p>20 hôtels - 25 chambres en moyenne</p>	<p>1 auberge - 3 à 9 chambres en moyenne</p>
<p>4 à 5 étoiles</p>	<p>3 étoiles</p>	<p>2 à 3 étoiles</p>	<p>2 à 3 étoiles</p>	<p>3 à 4 étoiles</p>	<p>Confort moderne</p>
<p>Marque nationale Uniquement en France</p>	<p>Marque nationale Uniquement en France</p>	<p>Présence dans 8 pays France, Belgique, Grand-Duché du Luxembourg, Pays-Bas, Italie, Allemagne, Espagne, Andorre</p>	<p>Marque nationale Uniquement en France</p>	<p>Marque nationale Uniquement en France</p>	<p>Marque nationale Uniquement en France</p>



## Service de presse Groupe Logis Hôtels

---

### Agence WELLCOM

Annabel Fuder, Anne Mauvieux & Sara Da Cunha

[groupelogishotels@wellcom.fr](mailto:groupelogishotels@wellcom.fr)

01 46 34 60 60

singuliers



Logis  
HOTELS

