

**COMMUNIQUE
DE PRESSE**
12 janvier 2026

Groupe Logis Hôtels

Une performance 2025 solide pour engager ses priorités 2026 en restauration et voyage d'affaires

- Nouvelle performance record pour la 7^{ème} année consécutive : le Groupe boucle 2025 avec un CA de 309M€, soit en hausse de +16% vs 2024.
- Des investissements payants : 1er acteur de la restauration en France, le Groupe passe un cap stratégique dans sa montée en gamme suite à l'acquisition de Teritoria et maximise l'impact de sa stratégie de décarbonation.
- 2 leviers de croissance sur lesquels investir en 2026 : restructurer le business model des restaurants et étoffer l'offre voyage d'affaires.

Transformer le modèle économique de la restauration : la recette de la rentabilité

« Après cinq années marquées par de fortes turbulences, le secteur de la restauration doit se réinventer. Dorénavant la recette du succès n'est plus liée qu'au savoir-faire de l'assiette, mais sur la capacité à maîtriser les coûts, à s'adapter aux nouvelles attentes des clients, à intégrer la digitalisation et à s'inscrire dans une démarche durable. C'est pourquoi le Groupe Logis Hôtels met à disposition des restaurateurs un accompagnement sur-mesure afin d'optimiser leur performance et assurer la pérennité de leur établissement. », indique **Karim Soleilhavoup, Directeur général du Groupe Logis Hôtels.**

Ainsi, en 2026 le secteur de la restauration va devoir répondre à 4 enjeux pour faire face aux freins du secteur :

- **Maitrise de la rentabilité** qui passe par l'optimisation des achats, des stocks, des portions et de la gestion du personnel, tout en ajustant les prix de manière stratégique pour rester compétitif sans perdre de clients.

- **Répondre aux attentes des clients** implique de proposer des menus sains, locaux et flexibles, tout en offrant une expérience différenciante grâce à une ambiance soignée, un service attentif et une personnalisation de chaque visite.
- La **durabilité et la responsabilité** passent par la réduction du gaspillage alimentaire, un sourcing local et un impact social positif, en garantissant des conditions de travail justes, la formation et la fidélisation des équipes, ainsi que le soutien aux producteurs et partenaires locaux.
- **Assurer un positionnement stratégique et renforcer la résilience** passent par la différenciation face aux nouveaux formats tels que les dark kitchens ou le fast-casual, ainsi que par la flexibilité opérationnelle et la capacité à réagir rapidement aux évolutions du marché et aux nouvelles tendances.

Leader de la restauration avec plus de 1 700 restaurants sur l'ensemble du territoire et représentant 45% des restaurants d'hôtels* depuis l'intégration des établissements Teritoria en septembre 2025, le Groupe Logis Hôtels entend jouer un rôle moteur dans la décarbonation de la filière. Selon les résultats d'un bilan carbone réalisé en interne, 43 % de l'empreinte du Groupe provient de l'alimentation. Le Groupe a ainsi lancé l'an dernier l'indicateur Act-Eco Restaurant, déjà adopté par plus de la moitié de son réseau. Une mesure de progrès qui s'appuie sur six axes clés — dont l'approvisionnement responsable, la gestion des déchets et la maîtrise des consommations d'eau et d'énergie — afin d'accompagner les restaurateurs dans la mise en œuvre de pratiques plus durables, au service de leur performance économique.

Séduire la cible corporate pour récupérer des parts de marché en vente directe

Le Groupe poursuit son engagement en faveur de l'autonomie des entrepreneurs hôteliers-restaurateurs face à la domination des plateformes de réservation en ligne, tout en continuant de gagner des parts de marché.

- Moteur de croissance, le segment corporate qui affiche une progression de +23 % des packages « Soirée Étape » (dîner, nuitée et petit-déjeuner), illustrant la capacité du Groupe à dynamiser l'activité, y compris en basse et moyenne saison.
- Une stratégie de vente directe qui s'appuie par ailleurs sur le programme de fidélité ETIK, le plus généreux du marché avec 5,5 % de cashback, qui a généré 107 M€ de chiffre d'affaires, en hausse de +8 %, et fédère aujourd'hui plus de 700 000 membres (dont les clients corporate), témoignant d'un engagement client durable.

« Lorsqu'elles organisent des voyages d'affaires ou des événements MICE, les entreprises recherchent un équilibre exigeant entre responsabilité environnementale et rigueur économique. La prise en compte de l'empreinte écologique n'est plus un simple "plus", mais un critère déterminant, tout comme l'optimisation des budgets. Elles attendent des solutions offrant le meilleur rapport qualité-prix, sans compromis sur la qualité des prestations ni sur les engagements RSE, notamment à travers des choix responsables comme une cuisine locale et durable » ajoute **Karim Soleilhavoup**.

* Source Food Service Vision

Service de presse Groupe Logis Hôtels
Anne Mauvieux, Louna Benicourt et Annabel Fuder
groupelogishotels@wellcom.fr - 01 46 34 60 60

A propos du Groupe Logis Hôtels

Leader européen de l'hôtellerie & restauration familiales et déstandardisées, le Groupe Logis Hôtels accompagne les acteurs locaux et contribue au dynamisme des territoires depuis plus de 75 ans. Créateur d'expériences, il porte une hospitalité à visage humain et plus responsable, qui valorise les savoir-faire locaux, cultive la non-standardisation et renforce les identités propres de chacune de nos maisons. Le groupe accompagne ses adhérents au quotidien pour faire rimer sens et performance. Acteur engagé et proche du terrain, il œuvre pour une hôtellerie indépendante forte, pérenne et durable. Avec un portefeuille de 7 marques couvrant tous les segments de marché, du premium à l'économique (Singuliers Hôtels, Teritoria, Demeures & Châteaux, Logis Hôtels, Cit'Hotel, Urban Style et Auberge de Pays), le groupe rassemble plus de 2 000 établissements dans 9 pays.