

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MARDI 6 FEVRIER 2024



## Une croissance record pour le Groupe Brit Hotel en 2023

La convention annuelle des adhérents Brit Hotel s'est déroulée à Nantes le 25 Janvier dernier. Cet évènement a été marqué par une forte affluence avec plus de 60% des hôtels représentés. L'occasion de faire le bilan de l'année écoulée et présenter les projets à venir.

Si l'été 2023 a été plus mitigé que 2022 en termes de fréquentation, l'activité générale a été très soutenue tout au long de l'année, générant des performances exceptionnelles. Les 176 hôtels qui composaient le réseau ont déclaré un **chiffre d'affaires global compilé de 132 millions d'euros, en progression de 17%** par rapport à 2022.

## Un développement en marche forcée

Malgré une année complexe, marquée par de nombreuses cessions d'établissements au sein de son réseau, la marque Brit Hotel a étoffé son parc en 2023. Avec l'arrivée de 3 nouveaux établissements au 1er Janvier 2024, le réseau originaire de Bretagne compte désormais 179 établissements pour 8300 chambres. Une **hausse de 7 établissements et 400 chambres par rapport à N-1.**

## Des records de ventes sur tous les segments

**Le marché Corporate** enregistre une **progression de 22%** au global. Les contrats négociés par la marque ont généré 5,1 millions d'euros dans les hôtels dont 1,1 million d'euros en ligne en direct via l'accès entreprises Brit Hotel ou via des agences spécialisées.

En plus des contrats négociés, les entreprises ayant de plus en plus recours à des tiers pour centraliser leurs déplacements, les OTA spécialisés sur le corporate affichent une croissance impressionnante : + 68% par rapport à N-1.

**Le marché Groupes** fut le plus durement touché par les effets du COVID. Brit Hotel avait pris le parti de continuer à travailler le marché groupes et conservé toutes ses équipes dédiées malgré des résultats timides jusqu'à mi-2022.

Un plan qui s'avère payant : 5 millions d'euros de CA confirmé, séjourné dans les hôtels en 2023. Une **progression de 55% par rapport à N-1**. La centrale groupes n'a jamais été autant sollicitée. 9535 dossiers groupes ont été traités en 2023 et 1420 dossiers confirmés. Le portefeuille 2024 est déjà très en avance et augure d'excellents résultats pour 2024.



« La marque est reconnue pour son expertise dans le domaine du groupe, nous manquons d'hôtels dans certaines régions car nous générons beaucoup de leads et forcément beaucoup de refus ».

**Margot Dervilly, Directrice Commerciale du réseau Brit Hotel**

Sur **le marché BtoC**, le site internet de la marque a généré une réservation toutes les 6 minutes en 2023, pour un chiffre d'affaires de 11,2 millions d'euros confirmés dans les hôtels. Une **progression de 22% par rapport à 2022**.

La grande nouveauté vient du **recul des OTA Grand public**. L'exemple le plus notable : Booking.com perd 6% de CA par rapport à 2022, tout comme HRS. Expedia affiche quant à lui une progression de 11%. La stratégie mise en place depuis plusieurs années, visant à réduire la dépendance de ses hôtels adhérents aux OTA semble porter ses fruits.

Une stratégie notamment poussée par une refonte du programme fidélité en 2022.

« Oli », le programme fidélité Brit Hotel compte actuellement plus de 160 000 porteurs. Il a généré 124 000 nuitées 2023.

## Un retour sur investissement à la hausse

Chaque année la marque détermine la valeur moyenne du retour sur investissement pour ses adhérents. **En 2023, pour chaque euro de cotisation perçu, Brit Hotel a généré 10,60 € de Chiffre d'Affaires**. Un ratio en hausse constante, témoin de la pertinence des outils de commercialisation.

Des chiffres factuels qui viennent confirmer, année après année l'intérêt d'adhérer à une chaîne volontaire.



« Les résultats sont probants en matière d'apport. Il nous reste un énorme travail à accomplir sur la notoriété de la marque, nous y travaillons chaque année en investissant massivement en télévision et publicité digitale »

**Guy Gérard, Directeur Général du réseau Brit Hotel**

Outre ces performances commerciales, la convention a été l'occasion de faire le point sur les accords mis en place par la centrale de référencement fournisseurs. Une cinquantaine de fournisseurs étaient d'ailleurs présents lors du carrefour dédié à ces rencontres.

## Des projets structurants

La convention a été l'occasion de faire un point sur les projets en cours.

Comme toute entreprise, la **RSE** est un sujet brûlant, Brit Hotel a créé un **pôle dédié à cette démarche** en 2022. 2023 aura été l'année de la mise en place. Une commission interne a coconçu avec les adhérents une charte interne mais surtout un cahier concret avec 14 fiches actions à mettre en place. Peu de communication externe a été faite sur ce sujet, la marque préférant communiquer sur des actions générales et concrètes.

La démarche « Producteurs locaux » visant à favoriser l'utilisation de produits locaux sur les buffets petit-déjeuner et sur les cartes des restaurants sera le premier volet à bénéficier d'une mise en avant. La convention a permis de présenter le nouveau logo dédié à cet engagement né il y a 11 ans. Brit Hotel souhaite renforcer cette démarche totalement dans l'ère du temps.

Face à la forte augmentation du nombre de leads sur le marché groupes et l'augmentation du nombre d'hôtels adhérents, Brit Hotel a entrepris une **refonte complète de son extranet**. Présenté durant la convention avec une date de sortie au 5 Février 2024, cet outil créé il y a 10 ans a subi un lifting complet de son design et de ses fonctionnalités.

Cette refonte marque également la **création d'un nouveau service dédié au marché séminaires**. Si jusqu'à les leads séminaires étaient traités en direct par les hôtels, ce nouveau service va fonctionner comme pour le groupe avec un traitement centralisé par le siège. L'objectif étant d'homogénéiser le suivi des demandes et maximiser les chances de confirmation. Ce nouveau marché sera traité comme le groupe et le corporate avec **0% de commission sur les ventes pour les adhérents**.

Enfin, Brit Hotel a présenté le gros projet qui va mobiliser une grande partie des équipes durant l'année 2024 : la **refonte du site internet de la marque**. Un chantier volontairement repoussé d'un an pour mieux coller aux attentes des internautes et des moteurs de recherche, notamment en matière d'intelligence artificielle.

Cet évènement interne aura été l'occasion de dresser un bilan avec des voyants globalement tous au vert mais aussi de sensibiliser les adhérents à la marque aux défis de demain dans un marché en mutation permanente.

## À propos de Brit Hotel

Créé en 1993 par la société Bretonne Couédic Madoré Holding, le réseau Brit Hotel est une chaîne volontaire de plus de 170 établissements 2, 3 et 4 étoiles implantée sur tout le territoire national. Sa structure en réseau d'hôteliers indépendants fait sa force et son originalité : chaque établissement est différent, et conserve ses spécificités territoriales. Bien intégrés dans leur ville et leur région, le maître mot des hôtels Brit Hotel est la qualité de l'accueil. C'est pourquoi le slogan qui unit les hôteliers de la marque est «Souriez, c'est un Brit Hotel».

## Contact presse

E-mail : [relationspresse@brithotel.fr](mailto:relationspresse@brithotel.fr)

Tel : 02 90 02 96 01