



DOSSIER DE PRESSE 2025

INTRODUCTION

En moins de 30 ans, Brit Hotel a su se faire une place de choix dans le paysage économique hôtelier en se hissant au 7^{ème} rang des chaînes hôtelières françaises.

L'adaptabilité de la marque et de ses équipes en interne, face aux mutations du marché font de nous une enseigne forte et appréciée de ses clients.

Chacun d'entre nous est fier de faire évoluer le réseau et d'accompagner nos adhérents.

Guy Gérault
Directeur Général du réseau Brit Hotel



180 HÔTELS 

7^{ème} CHAÎNE HÔTELIÈRE FRANÇAISE 

200 SALLES DE SÉMINAIRE 

90 HÔTELS RESTAURANTS 

90 HÔTELS BUREAUX 

Le Groupe

139 millions d'€

de chiffre d'affaires global en 2023

13 établissements

ont intégré le réseau en 2024

6,5 millions d'€

de chiffre d'affaires Corporate en 2024

7 millions d'€

de chiffre d'affaires Groupes en 2024

+5% par
rapport à
2023

+100
chambres
par rapport
à 2023

+29% par
rapport à
2023

+20% par
rapport à
2023

NOTRE HISTOIRE

1992

Début de l'aventure avec l'achat du 1^{er} hôtel du réseau par Jean Madoré.

1993

Achat d'un 2^{ème} hôtel : le nom Brit Hotel est créé.

2000

Ouverture aux hôteliers indépendants, le réseau est né !

2001

Création d'une structure pour l'accompagnement des hôtels : BHD.

2011

Et de 100 ! On inaugure le 100^{ème} établissement.

2013

Création du label « Producteur Locaux ».

2015

Mise en place d'une segmentation de la marque et refonte du logo historique.

2019

Nous voilà 8^{ème} chaîne hôtelière française avec plus de 6000 chambres !

2022

Sortie de Oli, le nouveau programme fidélité de Brit Hotel !

2024

Nous voilà 7^{ème} chaîne hôtelière française avec plus de 8000 chambres !

NOTRE MÉTIER

Brit Hotel est un réseau hôtelier de **proximité**, au **service des hôteliers et hôtelières adhérents**.

Nous **anticipons les besoins** de nos adhérents, Nous les **accompagnons/conseillons** de manière personnalisée, jusqu'à une **gestion complète** de leur établissement.

Nous les aidons à **commercialiser** leur établissement et **développer** leur chiffre d'affaires,

Nous mettons à disposition des **outils performants**.

Le but est de garantir :

- un service et une **plus-value** aux hôteliers
- un retour sur **investissement**
- un **rapport qualité/prix optimal** aux clients des hôtels.

Le tout dans le respect de l'identité et des valeurs de Brit Hotel Développement.



NOTRE POSITIONNEMENT

Brit Hotel est une chaîne hôtelière Française qui propose des solutions d'hébergement, de restauration et de séminaires sur le segment milieu de gamme. La marque se définit elle-même comme un hybride entre chaînes volontaires et chaînes intégrées.

SEGMENTATION

Brit Hotel Arverne Clermont Ferrand



BRIT HOTEL
ESSENTIEL

Pratiques et économiques, les Brit Hotel Essentiel conviennent aux budgets serrés tout en garantissant confort, hygiène et qualité d'accueil.

BRIT HOTEL
CONFORT

Profitez des chambres modernes et très confortables des hôtels de la gamme confort. A la fois chaleureux et authentiques, ils offrent un accueil personnalisé de qualité.



Brit Hotel Saint-Nazaire Centre Gare

BRIT HOTEL
PRIVILÈGE



Brit Hotel Le Lodge Strasbourg

Les Brit Hotel Privilège regroupent des hôtels 3 et 4 étoiles au design et au confort supérieurs. Vous y trouverez des chambres et des salles de bains spacieuses ainsi que des équipements de loisirs.

NOS VALEURS



L'INDÉPENDANCE

Une marque au service de ses adhérents, et non l'inverse. Notre but est de mutualiser les coûts commerciaux et de centraliser les compétences et les connaissances de tout le monde. Chacun conserve son indépendance et son libre arbitre, tant dans la gestion quotidienne des exploitations que dans les choix stratégiques et opérationnels.

- BHD fait partie d'un groupe familial, nous ne sommes pas reliés à des investisseurs.
- Nos hôteliers restent décisionnaires sur leurs établissements.
- Nous n'imposons rien, nous préconisons et accompagnons nos hôteliers.



LA PROXIMITÉ

Dans un monde dématérialisé et souvent impersonnel, nous misons sur la qualité de nos relations avec nos adhérents. Notre slogan "Souriez c'est un Brit Hotel" est notre leitmotiv et nous le répercutons au quotidien sur nos échanges avec nos partenaires hôteliers, fournisseurs et institutionnels. Nous sommes à l'écoute du terrain et réactif.

- Nos équipes se déplacent sur le terrain régulièrement
- Nous tissons des liens forts et de confiance avec les hôteliers et leurs équipes
- Nous nous attachons à rester réactif et à répondre rapidement aux demandes des hôteliers et des clients finaux.



AGIR POUR LE BIEN DE NOS CLIENTS

L'ambition de Brit Hotel est clairement définie : offrir une couverture nationale à ses adhérents et devenir une marque "référence" en France.

Le développement national est une priorité affichée mais pas à n'importe quel prix, nous privilégions la qualité à la quantité et sommes particulièrement pointilleux sur la cohérence des hôtels que nous intégrons au réseau.

- Charte qualité d'accueil dans le BtoB
- Visite mystère des hôtels
- Connaissance des hôtels et de leurs atouts pour conseiller les clients finaux de la meilleure façon.



PRODUCTEURS LOCAUX

Depuis sa création en 1993, le réseau d'hôteliers indépendants Brit Hotel a toujours refusé de normer ses hôtels, pour privilégier des établissements respectant le caractère de chacun. Chaque hôtel du réseau peut ainsi préserver son identité et mettre en avant ses spécificités, son territoire, et donc ses potentiels partenaires locaux.



700+

Producteurs locaux
distribués dans les
180 établissements

2012

13 années
d'engagement et de
partage

Le label Producteurs Locaux de Brit Hotel c'est:

- Des producteurs situés dans un périmètre de moins de 150 kilomètres.
- Au moins 5 produits locaux ou « faits maison » dont une confiture au petit-déjeuner.
- Au moins 3 produits locaux pour l'offre restauration.



Notre démarche

C'est dans la droite lignée de cet engagement cher au réseau Brit Hotel que le label « Producteurs Locaux » a été créé en 2012. Les objectifs de ce label sont simples : diversifier l'offre de restauration sur tout le réseau hôtelier en s'appuyant sur les spécificités de chaque territoire, créer une relation de transparence avec la clientèle, le tout en proposant des produits simples et de qualité issus de circuits-courts. Pour garantir les origines et la qualité des produits, une charte a été mise en place visant à cadrer les modalités de partenariat entre les hôtels et les producteurs et artisans.



Un engagement contrôlé

Pour être distribué dans un établissement Brit Hotel, un produit doit être élaboré et conçu sur place, dans son environnement, et dans un périmètre maximum de 150 km autour de l'hôtel. Les producteurs se doivent d'être transparents sur les informations liées à leur activité, et fournir une copie des factures d'approvisionnement comme preuve de traçabilité. S'ils souhaitent valoriser les producteurs locaux de leur région, les hôteliers aussi ont des obligations. Ils doivent notamment proposer aux clients au minimum 5 produits pour le petit-déjeuner, ainsi que 3 produits et 3 boissons locales sur la carte du restaurant et du bar.



Contact presse

Brit Hotel - Relations Presse

Simon Le Goff

relationspresse@brithotel.fr

02 21 68 10 62