

Hôtellerie parisienne

# Hotelsaparis.fr, une nouvelle vie pour les ex-Degriftour

Pionniers de la vente en ligne à prix discountés via le Minitel, les ex-associés de Degriftour ont réalisé une belle opération en vendant leur entreprise à un géant de l'Internet, Lastminute.com. Depuis, Francis Reversé, Frédéric Battut et Philippe Merlihot ont investi un nouveau domaine l'hôtellerie. Avec leur expérience de la commercialisation en ligne et du monde du voyage, ils veulent transformer les quelques essais déjà marqués, surpris de la complexité des transactions pour élargir leur patrimoine et de la désinvolture de l'ancienne génération d'hôteliers.

Fortune faite en ayant bien vendu leur entreprise pionnière, les fondateurs de Degriftour, le visionnaire Francis Reversé, le commercial Frédéric Battut et l'ingénieur Philippe Merlihot ne pouvaient pas rester les bras croisés. "Nous nous sommes achetés notre futur métier en décidant d'investir ensemble dans l'hôtellerie", explique Frédéric Battut dans son minuscule bureau au sous-sol de l'hôtel Cervantès. Francis Reversé poursuit d'autres activités alors que Frédéric Battut et Philippe Merlihot sont quotidiennement les mains dans le moteur. Et ils y ont trouvé de drôles de choses. "Venant du monde des voyages et de la commercialisation, nous avons été étonnés, voire choqués du manque de respect que beaucoup d'hôteliers parisiens ont vis-à-vis de leurs clients. La capitale attire tellement de monde qu'on a le sentiment qu'ils ne voient pas l'intérêt de faire un effort", constate de prime abord Frédéric Battut. "Pour acheter nos deux premiers hôtels, nous en avons visité des dizaines, allant de surprise en surprise : des bâtiments vétustes, mal entretenus, des chambres sans âme, un service lamentable, une amabilité rare et une pratique des langues balbutiante. On ne s'étonne plus de la

réputation que peuvent nous faire les clients étrangers de retour chez eux. Et quand on entre dans la phase de négociation pour acheter l'hôtel, on croit rêver. Les prix sont irréalistes, varient du jour au lendemain en fonction du remplissage de la veille, et deux fois sur trois ce sont surtout des évaluations de ce que vaudrait leur affaire s'ils voulaient la vendre, mais sans vraiment y songer. On passe un temps fou à discuter pour rien", bouillonne Philippe Merlihot.

Leur entêtement leur a quand même permis de conclure trois opérations en 6 ans : l'hôtel Wilson à Asnières, revendu depuis pour se concentrer sur Paris intra muros avec le Magenta, sur le boulevard du même nom, et le Cervantès, près de la gare St-Lazare. En partant de leurs constats, les trois associés ont composé un cocktail qui génère de bons résultats : "un tiers de savoir-faire en commercialisation, un tiers de gestion de patrimoine et un tiers d'accueil client pour fidéliser. Il y a du grain à moudre", poursuit Frédéric Battut. Fort de l'expé-



rience passée, Francis, Frédéric et Philippe ont tout misé sur Internet. "Ce canal représente 90% de nos ventes, mais on jouant la diversification maximale.

**Internet représente 90% de nos ventes, mais en jouant la diversification et en travaillant avec tout le monde.**

Nous travaillons avec tout le monde, avec le plus large spectre, que ce soit Expedia, Booking, HRS ou les sites de ventes privées et pratiquement toutes les sociétés de coffrets cadeaux. Il est faux de dire que nous sommes pieds et poings liés face à ces géants. Ils ont autant besoin de chambres à vendre que nous de réservations. Le tout est de trouver le point d'équilibre en ouvrant les ventes aussi pendant les grands salons parisiens pour avoir des réservations en plein mois d'août. L'équation est simple : un hôtel de 50 chambres représente 18 000 nuitées potentielles. Il faut les remplir", décrypte Frédéric Battut.

Habitué à l'exercice, cet ancien dirigeant de Lastminute pilote chaque matin ses disponibilités et ses canaux, sans oublier de maîtriser ses propres ventes. "Pour ne pas dépendre entièrement de l'exté-

rieur, nous sommes devenus notre propre distributeur. Nous avons monté le site hoteltonight.com, qui fait de la vente de dernière minute, en l'ouvrant à d'autres hôtels parisiens".

Il n'a pas fallu beaucoup de temps à Philippe Merlihot pour reprendre ses habits d'ingénieur et concocter un site qui se décline déjà sur toutes les grandes métropoles françaises et capitales d'Europe. Cette technicité maîtrisée leur permet aussi de garder un contact étroit avec tous les clients passés dans les deux établissements. "Il n'est pas question de laisser filer le fonds de commerce. La fidélisation est le ressort des métiers de service et nous sommes attentifs à tout ce qui se passe sur les réseaux sociaux", poursuit Frédéric Battut.

Reste le travail sur les établissements eux-mêmes. Les rénovations ont été menées tambour battant dans les deux établissements, classés en 3\*, avec une touche contemporaine et un effort particulier sur les espaces communs et l'accueil. La structure d'hotelsaparis.fr est bien en place pour doubler la capacité à commercialiser. Les visites ont repris pour ajouter au moins deux maillons parisiens de 50 chambres à ce début de réseau. ■ B.C.

## HÔTELLERIE

### OUVERTURE DE L'HÔTEL BARRIÈRE DE LILLE

Après le Casino Théâtre, inauguré en mars 2010, l'ouverture de l'Hôtel Barrière de Lille vient compléter ce complexe de loisirs unique en France qui intègre dans un seul et même lieu 3 restaurants et 4 bars, un hôtel 5 étoiles, un casino dernière génération et un théâtre de 1200 places. L'hôtel propose 125 chambres et 17 suites et offrira tout le confort d'un établissement haut de gamme (écran LCD, satellite, films à la carte, wifi gratuit, room service 24/24) et quelques surprises pour les clients comme un ciel de pluie dans les salles de bain! A l'image des autres établissements du Groupe Lucien Barrière, un point d'honneur est accordé au service et à l'accueil Barrière.

### ROMANTIK HOTELS & RESTAURANTS SE SONT CONSTITUÉS EN S.A.

Les Romantik Hotels & Restaurants attendent de l'adoption de cette forme juridique des effets positifs sur son expansion européenne. L'année 2010 marque une étape importante dans le développement du groupement qui compte 205 hôtels dans 10 pays d'Europe. Par sa mutation en S.A. non cotée, Romantik Hotels & Restaurants, basé à Francfort, sous la présidence de Roland Zadra, estompe la méfiance que peut générer le statut GmbH, inconnu dans des pays à forte croissance tels que l'Italie, l'Espagne et la France.

### CHAUD DEVANT SE CONCENTRE SUR SON ACTIVITÉ ENTREPRISE

Chaud Devant cède son activité de livraison de plats de restaurants à Marseille, Lyon, Paris et Madrid pour concentrer tous ses moyens sur son activité de production et commercialisation de plateaux repas, buffets et cocktails aux entreprises. Créée il y a 16 ans, à Marseille, par Patrick et Dany Agnès, l'Chaud Devant a fait figure de précurseur sur le marché de la livraison à domicile. L'activité a été cédée à un autre acteur du marché, la société Resto In, déjà présente avec le même concept à Paris et Bruxelles. "Les deux métiers font appel à des organisations non compatibles et s'adressent à deux types de clientèle très différentes".



EXCLUSIVE HOTELS

Charme &amp; Caractère



## LA COURSE EN TÊTE AVEC EXCLUSIVE HOTELS !

Rejoignez la 1<sup>ère</sup> chaîne Française de Boutique Hôtels urbains

Près de 200 Hôtels en Europe bénéficient de la force de notre réseau :  
Commercialisation • Marketing • Communication • Centrale de Référencement...

### POURQUOI PAS VOUS ?

Contactez dès maintenant Emmanuelle Lartigue • Tél : 01 78 94 78 60 • elartigue@exclusive-hotels.com

www.exclusive-hotels.com



EXCLUSIVE HOTELS

LUXURY

