

Présentation Louvre Hotels Group

Louvre Hotels
GROUP

**Do,
dare,
dream.**

« Rêvons dès aujourd'hui le monde de demain »

Construire l'hôtellerie d'aujourd'hui, imaginer les concepts de demain, et se projeter vers les nouvelles puissances. Telles sont les ambitions de Louvre Hotels Group, acteur majeur à l'échelle mondiale, toujours animé par son âme de challenger...

Do...

C'est tout d'abord cette culture du "faire", de l'action, du terrain, du concret, qui nous anime au quotidien. Cette capacité à agir vite et bien, dans ce sens aigu du service qui fait notre force et notre singularité.

Dare...

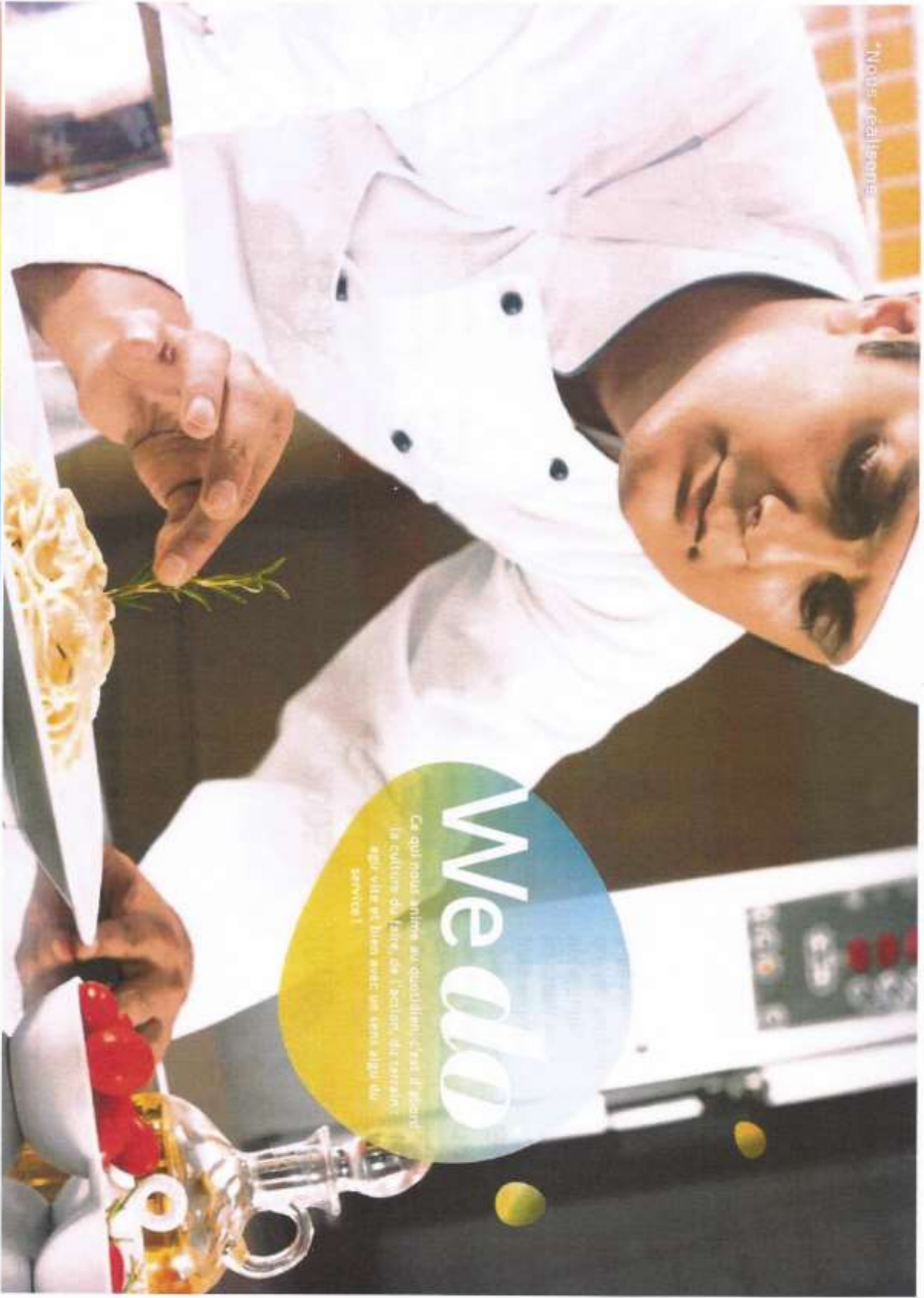
C'est ensuite une certaine forme d'audace, voire d'anticonformisme. Une façon différente d'envisager le métier d'hôtelier. Cette vision s'illustre par notre management, notre fonctionnement en structures courtes, la variété et la richesse de nos marques... Nous continuons d'oser et d'inventer, en gardant notre agilité et notre âme de challenger.

Dream...

C'est enfin l'expression d'une volonté commune de se projeter dans l'avenir, qui nous donne, j'en suis convaincu, une longueur d'avance. Vous qui partagez une certaine idée de nos métiers, nous vous invitons à dessiner à nos côtés l'avenir d'une entreprise qui ne cesse de grandir.

Pierre-Frédéric Roulot
Président Louvre Hotel Group

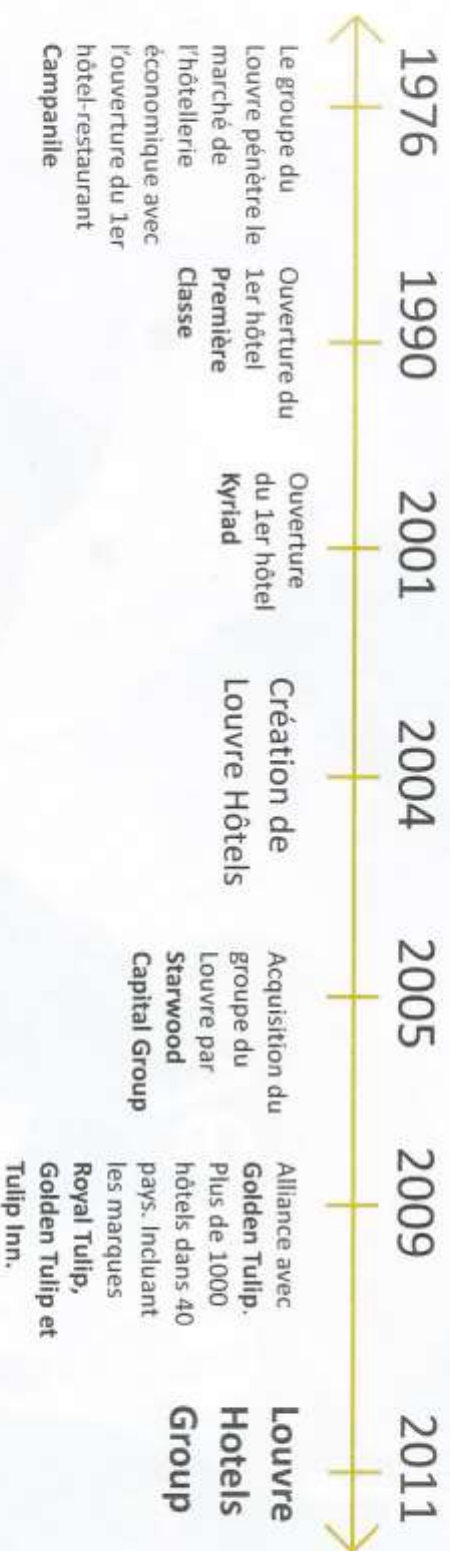




Notre réalisation

We do

Ce qui nous anime au quotidien, c'est d'accord
la culture du faire, de l'action, du service,
agir vite et bien avec un sens aigu du
service !



UN GROUPE DANS LE TOP 10 MONDIAL

En constante évolution, Louvre Hotels Group se démarque sur le marché par son parcours alliant **développement prospère et croissance durable**. Intégrez une stratégie fondée sur le dynamisme et l'ambition de tous nos collaborateurs.

PRÉSENT DANS PLUS DE 40 PAYS

Nous développons nos marques à l'étranger en nous appuyant sur des partenaires locaux qui détiennent une excellente connaissance des marchés hôtelier et immobilier locaux.

6 MARQUES DE 1 À 5 ÉTOILES

Notre groupe tire sa singularité et son caractère des différentes marques qui le composent. Chacune de ces marques cherche à bousculer les standards de sa catégorie. Et toutes partagent un point commun : la volonté d'innover et un état d'esprit challenger.

CHIFFRES CLÉS

Plus de 1 100 hôtels
90 000 chambres
55 000 clients/jour



STIMULER LA CRÉATIVITÉ

Nous aimons les **profils atypiques**. Dans notre stratégie de recrutement, nous privilégions les personnalités, la diversité, plutôt que les parcours tout tracés. Chacun est acteur du changement par sa culture, ses idées et ses initiatives.

ENCOURAGER L'ESPRIT CHALLENGER

Malgré notre envergure et nos 35 ans d'existence, nous conservons **une organisation réactive avec un circuit de décision court**. Tous nos collaborateurs bénéficient d'une grande liberté d'action et profitent de l'accompagnement d'un groupe qui cultive une relation de proximité avec la réalité du terrain.

FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

Louvre Hotels Group place **l'humain au cœur de son fonctionnement et de ses valeurs**, et privilégie la promotion interne plutôt que le recrutement à l'extérieur. La progression et l'épanouissement de nos collaborateurs sont des valeurs essentielles à nos yeux. Un exemple ? La création de U, l'université de Louvre Hotels Group.

19 000

COLLABORATEURS
DONT 60% DE FEMMES

80%

DE MANAGERS ISSUS
DE LA PROMOTION INTERNE



INSPIRÉ PAR LES SAVEURS LOCALES

Nous aimons la différence et profitons de notre dimension internationale pour cultiver l'échange des cultures et la rencontre. Tous nos hôtels implantés à l'étranger emploient presque exclusivement du personnel local. Aussi, le rapprochement avec de grands groupes hôteliers des pays émergents constitue une méthode innovante de déploiement sur ces nouveaux territoires.

UN ESPRIT ANTICONFORMISTE

A l'image du design à chaque fois différent des hôtels Kyriad, de la diversité des architectures Golden Tulip à travers le monde, ou encore de l'innovation que constitue notamment le concept Campanile "Nouvelle Génération", Louvre Hotels Group imagine constamment de nouveaux concepts et brise les codes des grandes chaînes standardisées.

LA DÉFINITION DE NOUVEAUX STANDARDS

Nous étions les premiers à lancer une application de réservation sur smartphone, et les premiers à fournir l'accès Wi-Fi gratuit dans toutes nos chambres sur nos marques économiques. En 2012, Louvre Hotels Group ose et innove encore pour proposer un service gratuit de check-in et check-out pour les clients Première Classe et Campanile.



HotelForYou

1ÈRE APPLICATION DE
RÉSERVATION D'HÔTELS
SUR SMARTPHONE

direct CHECK-IN



**Direct Check
In/out**

LE 1^{ER} SERVICE DE CHECK-IN ET
CHECK-OUT EN LIGNE DANS
L'HÔTELLERIE ÉCONOMIQUE

LA CARTE PASSFORYOU est une carte de réduction offrant des avantages concrets et immédiats.

A destination de nos clients les plus fréquents dans les hôtels Première Classe, Campanile, Kyriad et Kyriad Prestige:

Les Avantages de la Carte PassForYou :

10% de réduction sur le prix de la chambre, 7 jours sur 7*,

Une chambre toujours disponible pour toute réservation jusqu'à 72h avant le séjour*.

Des offres exclusives tout au long de l'année.

Avantage exclusif Carte Multi-Marques : 1 nuit en week-end offerte* après les 10 premières nuits passées aux tarifs éligibles. La Carte PassForYou Multi-Marques est valable dans les hôtels Première Classe, Campanile, Kyriad et Kyriad Prestige.

Elle est disponible en 2 versions :

Prix de lancement : 79€ TTC/AN au lieu de 89€

La Carte PassForYou Première--Classe

Valable dans les hôtels Première Classe

Prix de lancement : 35€ TTC/An au lieu de 39€



Faire partie du Top 3

DANS NOS ZONES D'IMPLANTATION
PRIORITAIRES.

Atteindre plus de 100 OUVERTURES PAR AN.

GARDER NOTRE ÂME
de challenger.



S'OUVRIRE AUX PAYS ÉMERGENTS

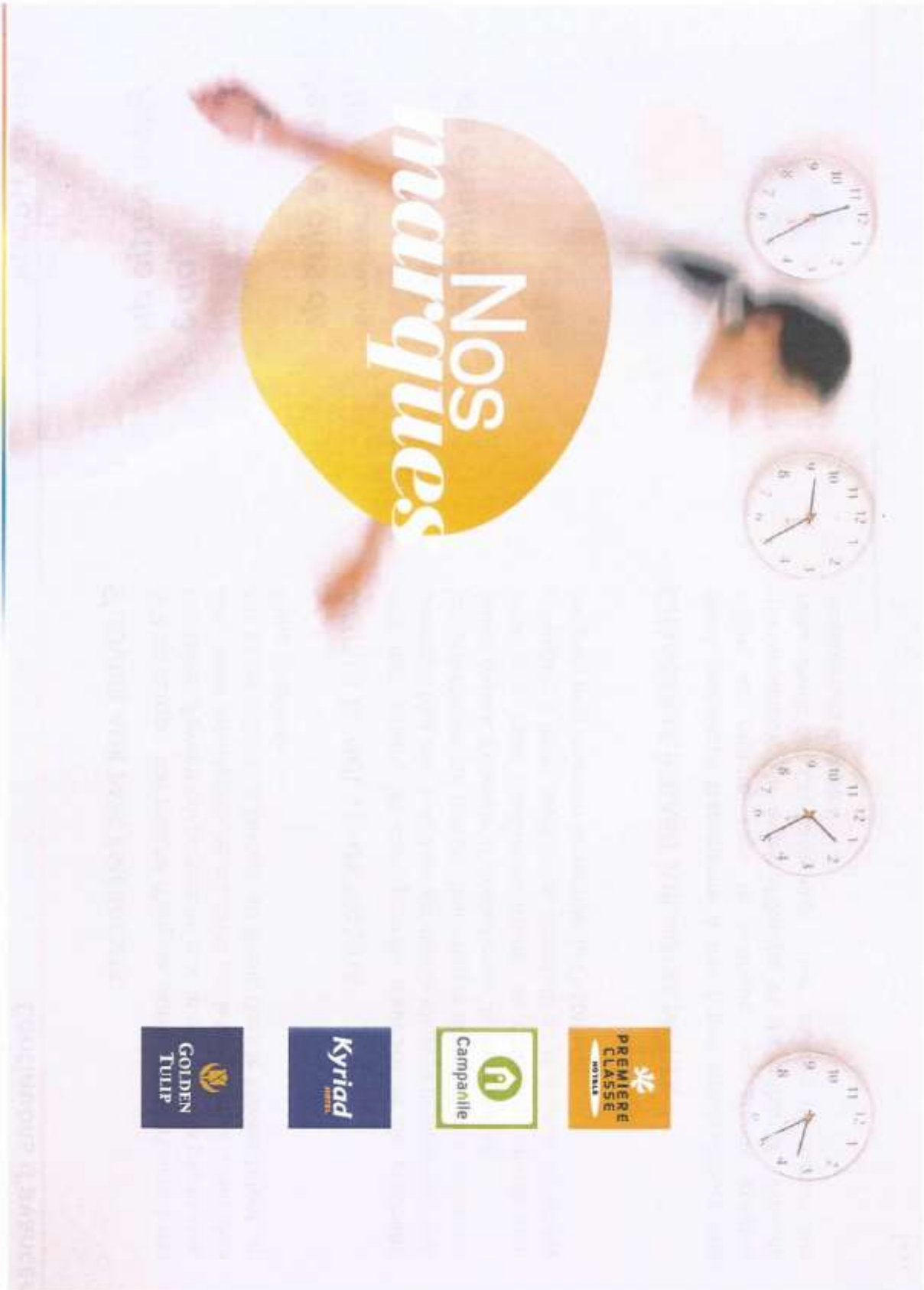
N°2 en Europe, son marché d'origine, notre groupe s'ouvre à des **territoires d'avenir** qui portent en eux de nombreuses promesses. Ainsi nous privilégions les marchés sur lesquels nous avons déjà des bases solides en Europe, au Brésil, dans le Moyen-Orient, en Chine et en Inde.

ATTIRER DE NOUVEAUX TALENTS

Plus que jamais, les concepts-clés **d'audace et de créativité** prennent tout leur sens dans un monde en plein bouleversement. Les entreprises qui tireront leur épingle du jeu seront celles qui feront preuve d'énergie, d'innovation et de compétence. Pour cela, nous souhaitons attirer de nouveaux talents qui, conjugués à notre expérience, feront de notre groupe un acteur toujours plus innovant du monde de l'hôtellerie.

CHANGER LE REGARD SUR NOTRE MÉTIER

Nous souhaitons transmettre à nos futurs collaborateurs une vision en rupture avec la politique des grands groupes internationaux. Un **esprit d'équipe et de solidarité**, véhiculé notamment par Cap'parrainage : une initiative de soutien aux demandeurs d'emploi.



Nos marques

Nos marques sont une référence pour nos clients. Elles sont le gage de notre qualité et de notre engagement. Elles sont le reflet de notre savoir-faire et de notre expertise. Elles sont le symbole de notre excellence et de notre ambition. Elles sont le moteur de notre croissance et de notre développement. Elles sont le cœur de notre identité et de notre culture. Elles sont le lien entre nous et nos clients, entre nous et nos partenaires, entre nous et notre société. Elles sont le reflet de notre valeurs et de notre éthique. Elles sont le gage de notre confiance et de notre respect. Elles sont le symbole de notre responsabilité et de notre engagement. Elles sont le moteur de notre innovation et de notre créativité. Elles sont le cœur de notre stratégie et de notre vision. Elles sont le lien entre nous et notre avenir, entre nous et nos rêves, entre nous et notre destin. Elles sont le reflet de notre espoir et de notre foi. Elles sont le gage de notre amour et de notre passion. Elles sont le symbole de notre fierté et de notre orgueil. Elles sont le moteur de notre réussite et de notre succès. Elles sont le cœur de notre identité et de notre culture. Elles sont le lien entre nous et nos clients, entre nous et nos partenaires, entre nous et notre société. Elles sont le reflet de notre valeurs et de notre éthique. Elles sont le gage de notre confiance et de notre respect. Elles sont le symbole de notre responsabilité et de notre engagement. Elles sont le moteur de notre innovation et de notre créativité. Elles sont le cœur de notre stratégie et de notre vision. Elles sont le lien entre nous et notre avenir, entre nous et nos rêves, entre nous et notre destin. Elles sont le reflet de notre espoir et de notre foi. Elles sont le gage de notre amour et de notre passion. Elles sont le symbole de notre fierté et de notre orgueil. Elles sont le moteur de notre réussite et de notre succès.

- 
- 
- 
- 

Louvre Hotels

GROUP



Nouvelle décoration, fonctionnalité et confort repensés, petit-déjeuner à volonté
...
les hôtels Première Classe réinventent l'hôtellerie économique.

Depuis son lancement en 1989, la marque Première Classe a renouvelé le secteur de l'hôtellerie super-économique en adoptant une véritable stratégie "low-cost" intégrant une salle de bain individuelle, la TV et le Wi-Fi gratuit dans chaque chambre.

6 pays
250 hôtels
17 819 chambres

Première Classe



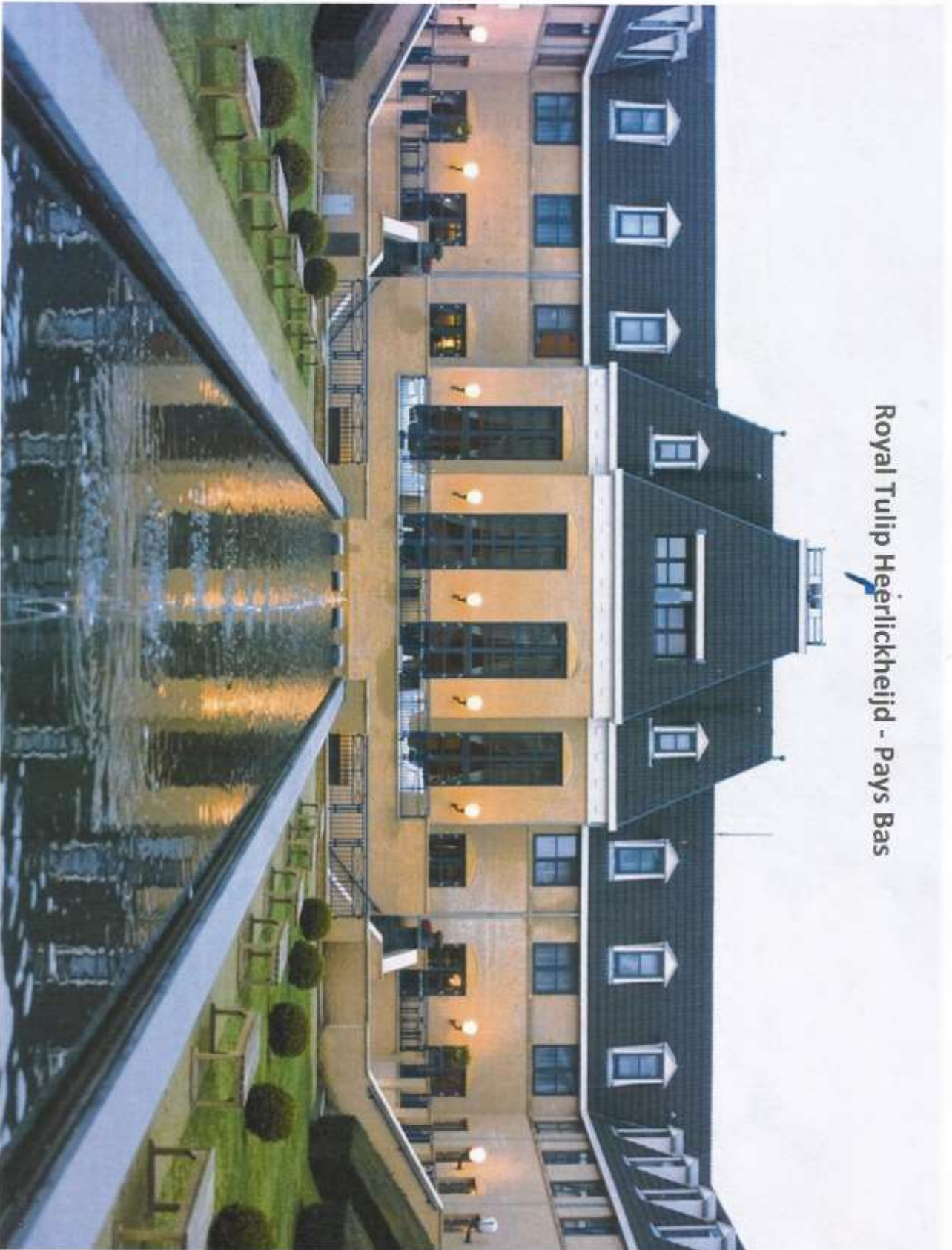
Golden Tulip Internacional Foz - Brasil





Tulip Ahmedabad - Inde

Royal Tulip Heerlickheid - Pays Bas



Focus sur la Franchise

Grâce à la Franchise, le propriétaire de l'hôtel garde la main sur la gestion de son hôtel tout en bénéficiant des services et apports Louvre Hotels Group suivants:

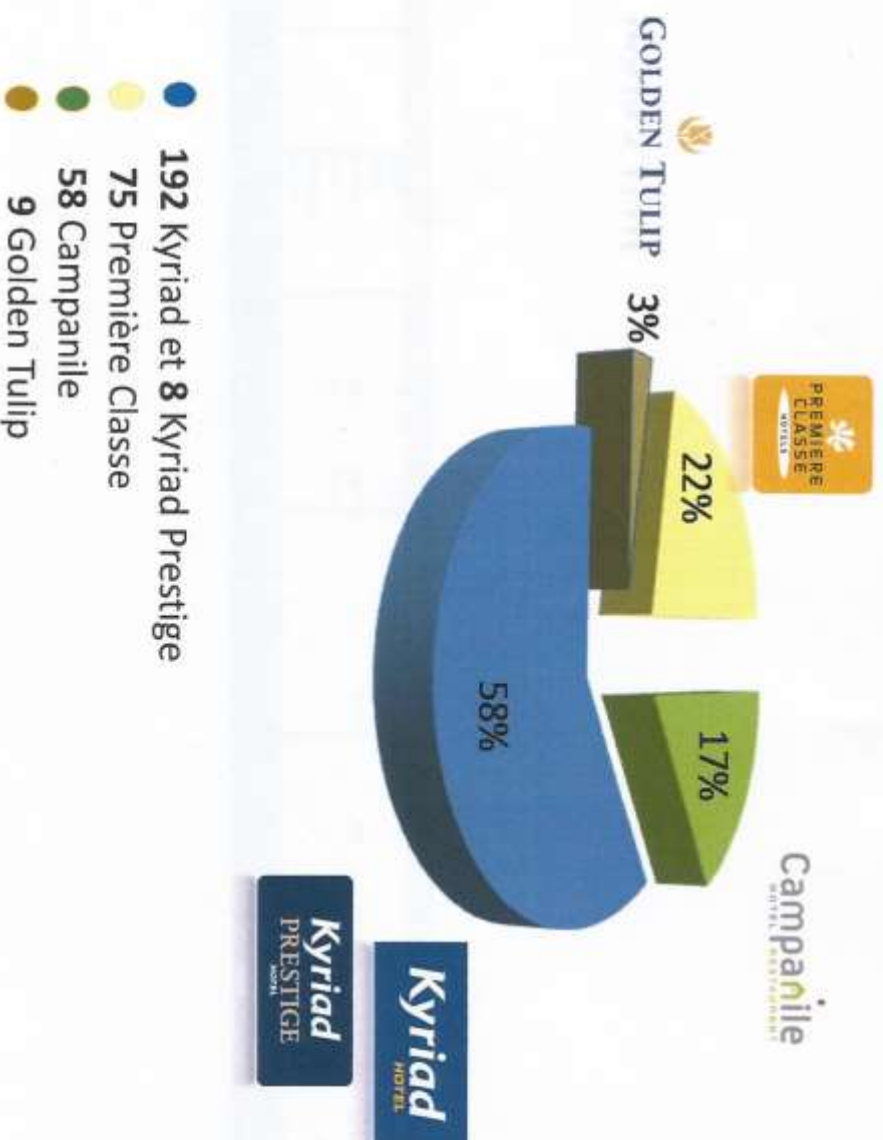
- 1** **Marque**
 - > L'hôtel bénéficie de l'utilisation de la marque et des supports de communication de Louvre Hotels Group: logos et panneaux de signalisation, brochures commerciales, manuels opérationnels, formations, ...
- 2** **Commercial & Marketing**
 - > L'hôtel bénéficie de l'impact des campagnes commerciales et marketing menées par Louvre Hotels Group dans le monde. Nos équipes commerciales nationales et internationales signent des contrats grands comptes affaires et loisirs, et participent aux événements et salons majeurs de notre industrie, représentant l'ensemble des hôtels du réseau.
- 3** **Systèmes d'Information**
 - > L'hôtel est intégré dans la centrale de réservation du groupe, ainsi que dans l'ensemble des canaux de distribution de ce dernier, incluant les sites internet des marques. L'hôtel dispose d'un "mini site" internet qui lui est dédié.
- 4** **Qualité**
 - > Les hôtels Louvre Hotels Group sont régulièrement audités afin d'assurer le respect et le maintien des standards de la marque, tant au niveau du produit que des services. Des visites mystères sont organisées.
- 5** **Operations**
 - > Un responsable régional Louvre Hotels Group est attiré à chaque hôtel dans le cadre d'une Franchise. Il a un rôle de support pour les questions d'ordre opérationnel et managérial. Le responsable régional visite l'hôtel régulièrement durant l'année.

Louvre Hotels

GROUP

Réseaux franchise - monde

Statut	Country	Campagne		Première Classe		Kyriad & KIP		Golden Tulip Brands		Total	
		# hotels	# keys	# hotels	# keys	# hotels	# keys	# hotels	# keys	# hotels	# keys
Franchise	Africa							1	91	1	91
	Americas	15	1 977					36	6 579	36	6 579
	Asia					200	11 587	4	768	19	2 745
	France	58	3 411	76	5 101			8	598	42	20 697
	Mena							12	3 919	12	3 919
	Other Europe	2	186	1	40			81	8 026	84	8 252
Total Franchise		75	5 574	77	5 141	200	11 587	162	19 981	514	42 283



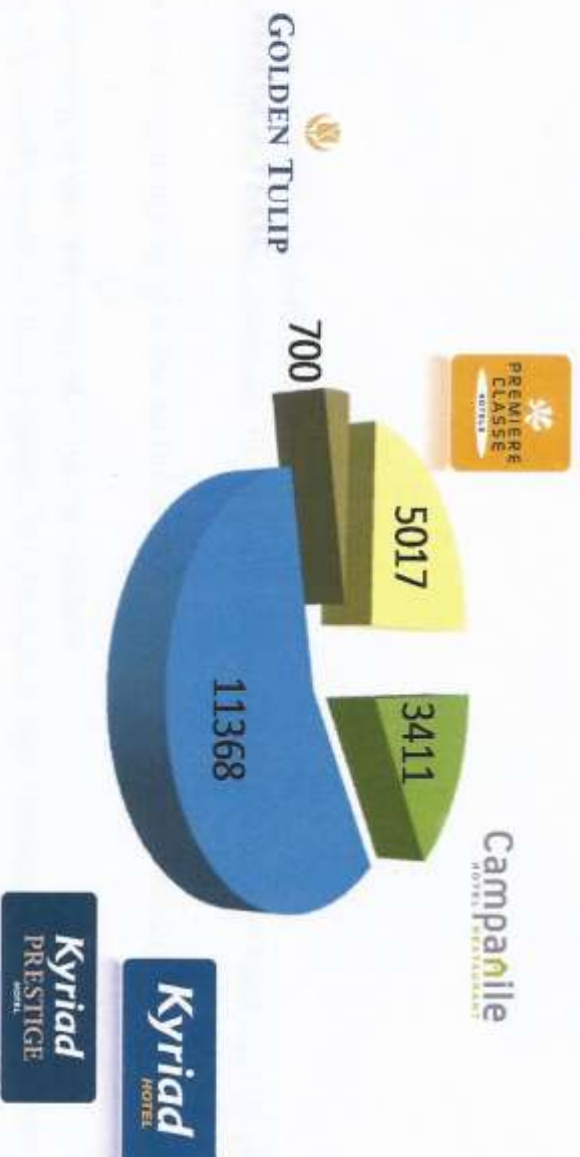
342 hôtels en France soit + de 20 000 chambres

Louvre Hotels

GROUP

Répartition par marque des chambres des hôtels franchisés

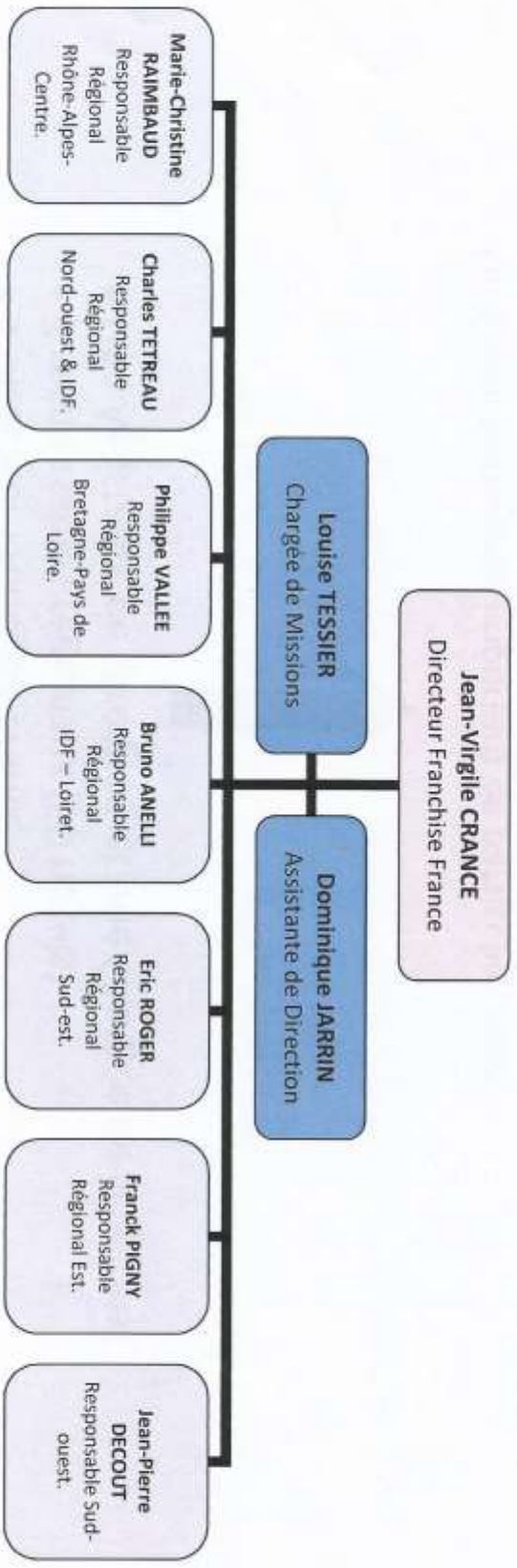
LHG en France



Soit 20 496 chambres

La Direction Franchise doit veiller à :

- L'homogénéité du parc hôtelier en franchise sans mandat de gestion, dans le respect du normatif et du qualitatif de chaque marque.
- La conformité et la mise en place des services dus aux franchisés, via le contrat de franchise.
- Améliorer en permanence la communication avec ses partenaires afin de faciliter la relation FRANCHISEUR/FRANCHISE.



- 1 Directeur Franchise France
- 7 responsables régionaux (50 hôtels)
- Une Assistante de Direction et une Chargée de Missions



Un travail transversal important en particulier avec:

Le juridique, le marketing, la distribution, le développement, la qualité & Ingénierie, Compta facturation

Avec en relais, des RR référents pour chaque marque

Les missions du Responsable Régional Franchise

❖ Périmètre Responsable Régional

- 3 rôles : ambassadeur, accompagnateur, facilitateur
- 2 métiers : restauration et hôtellerie
- 6 marques : Première Classe, Campanile, Kyriad (et Kyriad Prestige), Tulip Inn Golden Tulip et Royal Tulip.
- 1 à 5 étoiles

Conseil :

- Aide à l'analyse des résultats commerciaux et échange sur une éventuelle stratégie tarifaire et/ou développement d'activité (P.A.C, e-distribution...)
- Accompagnement des directeurs d'exploitation en favorisant leur intégration dès le passage sous enseigne, la nomination d'un nouvel exploitant (directeur ou investisseur)
- Visite et élaboration des rapports à l'attention des directeurs d'exploitation, gestionnaires et investisseurs
- Conseiller en organisation et en choix de formation annuelle
- Suivi et application des règles commerciales et marketing
- Echange et conseil sur les actions à mener suite aux visites mystère et audit hygiène, éventuellement avec l'équipe si l'hôtelier souhaite un appui extérieur

Cohésion :

- Interface principal des hôteliers avec le siège, représentant quasi unique de Louvre Hotels Group.
- Organisation de réunions régionales en région ou en national : développement appartenance au groupe et adhésion.
- Synergie locale : partie prenante de l'animation de place pour assurer la synergie inter hôtels.
- Facilite la formation en région, en regroupant une dizaine de personnes.

Contrôle et Cohérence :

- Garant du respect des normes liées à la marque, à l'exploitation et à la qualité : à l'appui des manuels et outils de communication et commercialisation remis aux hôteliers (exploitation, achats, marketing, commercial).
- Repère et suit activement les hôtels défaillants sur le produit, le respect des règles du jeu (normes et standards). Il peut être amené à demander la sortie du réseau d'un hôtel.
- Veille à l'application des plans d'actions marketing nationaux et/ou diverses promotions d'enseignes.
- Respect du contrat de franchise dans une relation gagnant/gagnante:
 - Suivi et responsabilisation du bon règlement des redevances pour LHG.
 - Promotion des apports de LHG et de ses marques : utilisation des tableaux de bords divers pour valoriser l'apport des enseignes.
 - Faire évoluer les produits en conformité avec les investisseurs et gestionnaires : rénovation de Campanille, repositionnement nouvelle identité chez PC, respect des Normes Kyriad 2010.