

BALLADINS : DEUX SALARIÉS REPRENENT LES RÊNES DE L'ENSEIGNE

A l'issue de plusieurs mois de négociation, David Morel et Fabrice Beyer viennent de reprendre leur entreprise. C'est leur stratégie qui a su séduire les investisseurs, face à six candidats. Leurs objectifs sont de continuer à redresser l'enseigne d'hôtellerie économique, née en 1985, et de redonner envie au public de choisir l'hôtellerie 2 ou 3 étoiles, grâce à un concept revu et dynamisé.



Depuis le premier juin 2018, David Morel et Fabrice Beyer sont officiellement à la tête du réseau balladins. Tous deux anciens salariés, ils occupent désormais, respectivement, les postes de Président, Développement & Franchise et Directeur Commercial & Marketing, Associé. Les deux salariés-repreneurs poursuivront les efforts engagés, déjà depuis plusieurs années, pour faire prendre un virage stratégique à l'enseigne, qui a connu de grosses difficultés ces dix dernières années.

REMETTRE LE CLIENT AU CENTRE ET GARANTIR LA CONSTANCE DU SERVICE



« Le marché de l'hôtellerie, en France et à l'International, a connu de profondes mutations qui ont obligé les hôteliers à s'adapter. Multiplication des opérateurs de ventes, arrivée des hébergements collaboratifs, il faut, plus que jamais, être à l'écoute d'un client devenu volatile. Les voyageurs ne sont plus prêts à tous les sacrifices pour payer moins cher, et connaissent les subtilités et opportunités du marché du voyage, loisirs ou affaires. L'économie collaborative a bouleversé le marché de l'hébergement, faisant du prix un argument secondaire. Néanmoins, en se développant, cette offre est devenue disparate, c'est une opportunité pour l'hôtellerie économique qui est le seul acteur à pouvoir garantir la compétitivité d'un tarif et la qualité des expériences avec constance. » explique Fabrice Beyer.

C'est ce constat qui guide aujourd'hui la mission que se donnent les nouveaux capitaines de balladins. Ils veulent redonner envie d'aller à l'hôtel, à des publics qui s'étaient tournés vers l'hébergement collaboratif, en replaçant le service client au cœur de leurs actions.

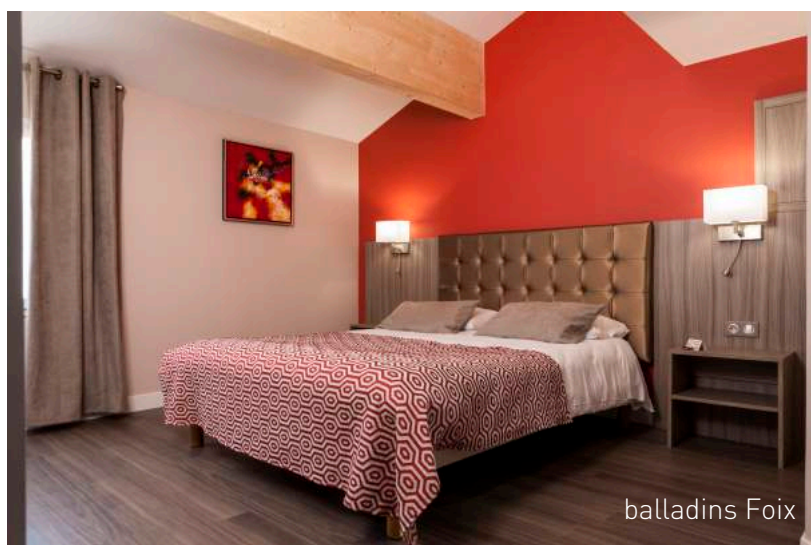
Pour Fabrice Beyer, il faut : « revaloriser un secteur en crise avec une offre différente qui ne s'attache pas juste à séduire par le prix mais qui compte aussi faire revenir les clients par le service, le confort, la proximité, la convivialité, la chaleur, la constance ». Des fondamentaux qui ont été quelque peu délaissés ces dernières années. « Nous voulons garantir le confort au meilleur prix, partout, car un tarif attractif ne peut plus être proposé au détriment d'une bonne nuit de sommeil et d'un petit-déjeuner gourmand » poursuit Fabrice Beyer.

ENGAGER HÔTELIERS ET COLLABORATEURS AUTOUR D'UN PROJET COMMUN

L'ambition des deux dirigeants est de refaire du réseau une marque forte, en engageant leurs collaborateurs et leurs hôteliers autour de leur projet. Développer oui, mais ensemble, et dans un souci constant de qualité.



balladins La Rochelle



balladins Foix

Pour y arriver, la stratégie est claire. Il faut, avant tout, consolider le réseau de franchisés existants autour des valeurs et du projet communs. Le réseau a été considérablement réduit ces dernières années, notamment par la vente de la quasi-totalité des hôtels filiales, les 49 hôteliers franchisés constituent le noyau dur de la reconquête.

PREMIER CHANTIER : LE DÉVELOPPEMENT D'UNE LICENCE DE MARQUE

L'objectif des nouveaux dirigeants est ensuite de décliner l'offre hôtelière « balladins » avec le lancement, dès la reprise, d'une licence de marque pour les hôtels de moins de 40 chambres sous le label « by balladins », une main tendue vers la petite hôtellerie indépendante, actuellement en difficulté face aux évolutions technologiques et aux comportements d'achats.

A moyen terme, l'enseigne vise à intégrer le marché de l'hébergement des moyens et longs séjours avec le lancement d'une nouvelle marque « Studio by balladins ».

Le développement du réseau se fera donc via deux offres : Franchise et Licence de Marque, sur le territoire national, mais aussi sur de nouveaux marchés à l'international.

OBJECTIFS :

**Hôtels franchisés : 6 entrées par an
Licence de marque : 8 hôtels par an**

Pour y arriver, de nouveaux outils et de nouvelles stratégies pour optimiser les ventes directes sont actuellement implémentées.

DES DIRIGEANTS À LA MANŒUVRE DEPUIS PLUSIEURS ANNÉES

David Morel et Fabrice Beyer ont œuvré ces dernières années au redressement de l'enseigne pour rompre avec des années marquées par des difficultés financières, résultats de choix stratégiques peu payants. Ils ont travaillé à assainir la situation financière de l'enseigne pour, aujourd'hui, entreprendre cette nouvelle stratégie de conquête.



Originaire de La Réunion, **DAVID MOREL** baigne dans l'hôtellerie depuis l'âge de 17 ans. Après avoir fait ses armes à Londres et à Paris, il passe le concours de la prestigieuse École Hôtelière de Lausanne et en sort diplômé en 1993. A 25 ans, il rachète un restaurant, proche de l'Assemblée Nationale, à la barre du tribunal, et en fait une des adresses incontournables du 7ème arrondissement, en l'espace de 2 ans.

De retour dans l'hôtellerie, en tant que responsable d'établissements en Ile-de-France puis à Lyon, et au vu de ses excellents résultats tant en gestion qu'en relationnel, il se voit proposer la direction de la franchise chez balladins, en 2010. Il découvre alors une nouvelle facette du métier dans un contexte marqué par des relations franchiseur/franchisés extrêmement tendues. Au fil des ans, grâce à des prises de décision parfois radicales et à une faculté d'adaptation hors-norme, il a su instaurer un vrai dialogue avec les franchisés. Tenant compte de leur parole et de leurs idées, David Morel

a revalorisé leur place, considérant qu'ils représentaient un maillon indispensable à la réussite de l'enseigne. Il a également su s'entourer de collaborateurs compétents et investis, à qui il donne beaucoup d'autonomie. En 2012, il convainc son patron de lui confier également la direction du développement, persuadé qu'elle allait de pair avec la franchise. Pour David, assainir la vie du réseau et réinstaurer la confiance nécessitait quelqu'un du métier, et non de la finance. Quelqu'un capable de mesurer les attentes des franchisés, de comprendre leurs angoisses mais aussi de savoir les conseiller au niveau opérationnel. Ainsi, poussé et accompagné par ses franchisés et ses collaborateurs, il a mis toutes ses forces dans la bataille pour reprendre balladins, convaincu de son potentiel immense.



D'origine Alsacienne, **FABRICE BEYER** a étudié à l'École Hôtelière « Alexandre Dumas » de Strasbourg/Illkirch. Il se tourne ensuite vers le commerce international pour enrichir son cursus et lui donner une autre dimension. Après des expériences à Londres, il intègre en 2005 le groupe IHG, sous l'enseigne Holiday Inn, successivement dans les deux établissements 4* de Strasbourg, ville qui lui est chère. Tout début 2011, on lui confie le lancement d'un lieu événementiel de prestige en Allemagne, où il se constitue le carnet d'adresse optimal pour reprendre, en 2012, la Direction Commerciale et Marketing des hôtels balladins en Allemagne. En 2014, alors que la société d'exploitation de l'enseigne se doit de vendre les 10 établissements 3* & 4* en Allemagne, il se voit proposer la Direction Commerciale et Marketing des établissements en France et en Belgique. Sans hésitation, il relève ce nouveau challenge qui renforcera son attachement à l'enseigne.

Ces 4 dernières années, Fabrice Beyer a voulu insuffler un vent de dynamisme et de modernité à une enseigne en difficulté et en perte de vitesse. Un pari osé et des changements pour lesquels il a fallu rallier à sa cause Direction Générale, Franchisés et collaborateurs, Tout en conservant fondamentaux et ADN propres à l'enseigne. Dès son arrivée en France, il a tenu à recentrer le discours de l'enseigne sur ses fondamentaux, et à la repositionner sur le marché de l'hôtellerie, en tenant compte des évolutions constantes du secteur et d'une clientèle mixte et volatile. Ses expériences opérationnelles lui confèrent une vision concrète de la gestion d'un établissement, sur laquelle il s'appuie pour faire évoluer la marque, et prendre ses décisions. Convaincu que l'enseigne, et ses futures déclinaisons, ont leur place dans le paysage hôtelier, il était impossible pour lui de ne pas tenter de relever le défi de la reprise d'entreprise pour continuer son aventure, avec ceux qu'il a coutume d'appeler la #Teamballadins. Optimiste et bienveillant, Fabrice est convaincu que la réussite ne sera totale que si elle est atteinte communément avec ses équipes et ses hôteliers.

CONTACTS PRESSE AGENCE BELLE NOUVELLE !

Laurène Le Norcy : laurene.lenorcy@bellenouvelle.fr - 06.18.68.33.32

Laura Orblin Bedos : laura.orblinbedos@bellenouvelle.fr - 06.71.43.53.29