

# BALLADINS ANNONCE UNE NOUVELLE PROGRESSION DE SES RÉSULTATS 2019 ET DES AMBITIONS TOUJOURS PLUS MARQUÉES POUR 2020

Depuis sa reprise en juin 2018, balladins affiche des résultats encourageants et en forte progression. L'année 2019 est sur cette même tendance, confirmant l'attractivité de l'enseigne autant pour les voyageurs d'affaires et de loisirs que pour les franchiseurs à la recherche de projets fiables. Développement qualitatif et tempéré, valorisation de la proximité et des valeurs hospitalières, travail d'accompagnement et de formation, ... Fabrice Beyer et David Morel ont impulsé une nouvelle dynamique qui fait ses preuves. Résultats !

## Une année 2019 encourageante, signe d'une stratégie cohérente et saine

A l'automne dernier, balladins annonçait déjà des premiers chiffres favorables, signes d'une **année 2019 particulièrement positive**. Après une année 2018 marquée par la reprise de l'enseigne, Fabrice Beyer et David Morel sont ainsi passés à la vitesse supérieure, sans pour autant se précipiter. L'année a ainsi permis à balladins d'élargir son offre via une **déclinaison en cinq nuances**, pour permettre une meilleure lisibilité du réseau. balladins a également **lancé son Académie de formations professionnelles**, pour accompagner au quotidien ses hôteliers et leur permettre de monter en compétences.

A périmètre constant, les résultats 2019 balladins sont :

## **+33 %** de chiffre d'affaires balladins.com :

Une progression reposant sur la stratégie tarifaire impulsée par Fabrice Beyer et David Morel ainsi que sur un accompagnement quotidien et sans faille des hôteliers. La vente directe est l'un des objectifs principaux des deux repreneurs, dans la continuité d'une stratégie globale de diversification des sources.

## **+118 %** de chiffre d'affaires Groupes Loisirs :

Pour assurer cette augmentation, l'enseigne a accentué sa présence sur les événements internationaux de grande ampleur. Un vrai travail a été opéré pour assurer une meilleure réactivité et une stratégie tarifaire garantissant aux différents partenaires une collaboration effective et pertinente, avec une expertise d'un marché aux spécificités multiples.

## **+50 %** de chiffre d'affaires Réservation Centrale (clientèle individuelle) :

Lors de la reprise en juin 2018, Fabrice Beyer et David Morel ont avant tout souhaité remettre au cœur de la stratégie le lien, la proximité et l'accompagnement des clients. Cette belle progression du CA en témoigne, les dirigeants ont réussi à réinstaurer le réflexe du contact direct, notamment téléphonique, dans la réservation.



Fabrice Beyer, Directeur marketing et commercial associé commente : « **Nous sommes ravis de ces bons résultats qui nous confortent à plus d'un titre ! Cette progression soutient notre axe stratégique, notre vision concrète de la commercialisation hôtelière et surtout l'efficacité de notre accompagnement en tant que franchiseur. Cela prouve une nouvelle fois que la taille d'un groupe ne conforte en rien la performance de chaque établissement. Le mot d'ordre que nous martelons chez balladins est que la pertinence et l'efficacité d'une enseigne ne se jugent pas par le nombre d'établissements qui la compose, mais par la performance et les résultats de chacun.** »



## **Tournée vers l'avenir, balladins ambitionne qualité et services pour 2020**

Dans une volonté d'avancer doucement mais sûrement, balladins compte pérenniser le travail amorcé ces dernières années pour continuer à développer sa notoriété globale. Un travail qui porte déjà ses fruits puisque l'enseigne se place en cinquième position sur l'ensemble des chaînes d'hôtellerie économique de France. Ainsi, en 2020, les deux principaux objectifs seront :

### **Perpétuer le travail d'écoute des hôteliers**, reposant sur 3 mots-clés :

- Ensemble : pour balladins, il n'y a pas de succès s'il n'est pas partagé avec les hôteliers, les collaborateurs et bien entendu les clients. C'est l'ADN-même de l'enseigne.
- Équilibre : en travaillant à la fois le déploiement des cinq nuances de l'enseigne mais également le maillage territorial.
- Qualité : les actions mises en place profitent à une montée naturelle en gamme et à la valorisation globale de l'enseigne.

### **Continuer à innover :**

A l'instar de son Académie lancée en septembre dernier pour permettre aux collaborateurs de suivre des e-formations, l'enseigne poursuit sa digitalisation via une intégration des nouvelles technologies, dans un quotidien de proximité et de partage chers à balladins. En 2020, les innovations seront notamment au service du client avec la mise en place d'une valeur ajoutée inédite sur son site dès le premier trimestre.

## **Des nouvelles arrivées dans le réseau balladins**

La stratégie et les actions mises en place par Fabrice Beyer et David Morel permettent à balladins d'accueillir deux nouveaux établissements au sein de son réseau : le premier sous franchise et le second en licence de marque. De nouvelles entrées qui ne font qu'annoncer d'autres à venir, tout au long de l'année.

### **initial by balladins Montpellier Aéroport**

Après des semaines de travaux de rénovation, le nouvel établissement ouvrira ses portes le 1er février 2020 sous la nuance « initial by balladins » : une hôtellerie économique conjuguant harmonieusement qualité, prix et confort.

### **authentic by balladins "Le Mas des Écureuils" - Aix en Provence**

Au cœur de la Pinède, l'hôtel authentic by balladins « Le Mas des Écureuils » accueille ses hôtes dans un cadre charmant, leur offrant tout le confort pour satisfaire leurs besoins d'authenticité et de gourmandise : literie confortable, petit-déjeuner buffet gourmand, restauration avec valorisation des produits locaux et de saison, etc.



## **A PROPOS DE BALLADINS**

balladins est une chaîne d'hôtellerie française, fondée en 1985. Elle compte à ce jour 34 établissements, allant de deux à trois étoiles, sous franchise et licence de marque, partout en France et en Belgique. L'enseigne a été rachetée en juin 2018 par deux de ses salariés, David Morel et Fabrice Beyer, qui opèrent un véritable travail de fond depuis plusieurs années déjà, afin de repositionner la marque dans le but d'accroître sa notoriété, de perfectionner l'expérience client, de redorer son image et d'améliorer son attractivité auprès des hôteliers candidats à la franchise ou à la licence de marque. En mai 2019, l'enseigne a déclenché la déclinaison de son enseigne en cinq nuances, pour répondre aux attentes de sa clientèle et simplifier la lecture de son offre : initial by balladins, authentic by balladins, urban by balladins, inspiration by balladins et myhome by balladins.

### **CONTACTS PRESSE AGENCE BELLE NOUVELLE !**

Mélanie Godefroy // [melanie.godefroy@bellenouvelle.fr](mailto:melanie.godefroy@bellenouvelle.fr) // 06 32 06 71 66

Laurène Le Norcy // [laurene.lenorcy@bellenouvelle.fr](mailto:laurene.lenorcy@bellenouvelle.fr) // 06 18 68 33 32