

Hôtellerie dans le Sud-ouest : devenue Ah !, la chaîne Altica est en pleine mue

Les hôtels de cette chaîne implantée dans la région créent une niche de marché. Celle-ci allie prix de l'économique et haut de gamme

En rachetant, avec l'aide d'un fonds d'investissement (Apicap) et moyennant environ 20 millions d'euros, la chaîne de 10 hôtels de l'enseigne Altica, Pierre Courtois de Viçose entendait créer une offre nouvelle dans le paysage hôtelier français. Fort d'une expérience d'entrepreneur du secteur dans sa ville d'enfance, Toulouse, l'ancien responsable d'établissements 4 et 5 étoiles a eu l'opportunité d'y parvenir en Nouvelle-Aquitaine.

« Faire bouger l'économique »

Le 22 janvier 2016, ses actionnaires et lui prenaient le contrôle des 564 chambres de cette chaîne implantée uniquement dans la région (Bordeaux, Arcachon, Anglet, La Rochelle, Pau, Sarlat, Boulazac). « Une analyse du marché de l'hôtellerie en général et en particulier de l'économique m'a permis de me rendre compte que, face à l'émergence des plates-formes de location de meublés, le développement des chambres d'hôtes, des boutiques-hôtels, bref, des nouvelles habitudes de consommation des clients, seule l'hôtellerie économique n'avait pas, jusque-là, fait bouger son concept, son image », souligne le dirigeant.

"Seule l'hôtellerie économique n'avait pas, jusque-là, fait bouger son concept, son image" « J'estime que Ah ! doit occuper une niche de marché qui n'existe pas et dont les clients ont besoin : une hôtellerie avec les prix de l'économique, mais qui propose certains des codes d'une hôtellerie plus haut de gamme, voire, pourquoi pas, du luxe. C'est dans cet esprit que nous avons lancé un programme de rénovation de modernisation des hôtels qui s'accompagne d'un changement de nom, Altica étant devenue Ah !. »

Des petits détails

L'hôtel de Villenave-d'Ornon, près de Bordeaux, est la vitrine de ce nouveau concept. Outre la rénovation complète de la façade, la décoration et le mobilier plutôt haut de gamme des parties communes et des chambres, toutes climatisées et équipées d'une literie de standing ainsi que de nouvelles salles de bain, on note cette montée en gamme à des petits détails qui font la différence. À l'image de la mise à disposition, pour le petit-déjeuner, d'une sélection de thés de la marque Dammann Frères, que l'on a plutôt l'habitude de goûter dans les hôtels de luxe, par exemple, ou encore l'accès à

Canal+ et à BeIN Sports dans les chambres dotées d'écrans plats de 82 cm, le tout sans supplément pour des nuitées commercialisées dès 55 euros selon le lieu (à partir de 65 euros au Ah ! de Villenave-d'Ornon).

Emplois : 20 postes à pourvoir

Finis également les automates d'accueil la nuit. Les hôtels Ah ! accueillent désormais physiquement les clients 24 h/24. « Nous remettons les collaborateurs et la personnalisation au centre de l'expérience client », résume Pierre Cour-

tois de Viçose. Une politique qui s'accompagne d'une campagne de recrutements. Sans attendre la fin du programme de rénovation – qui doit être achevé en fin d'année 2019 –, Altica-Ah !

recherche 20 collaborateurs... avec difficulté.

"Les salariés qui ont du potentiel sont amenés à se retrouver assez rapidement avec des responsabilités" « Nous avons du mal à recruter dans nos métiers. C'est d'autant plus dommage que dans notre PME, qui compte 80 collaborateurs aujourd'hui, les opportunités de carrière sont réelles. Les salariés qui ont du potentiel sont amenés à se retrouver assez rapidement avec des responsabilités », assure le PDG. Ces difficultés de recrutements n'empêchent pas le nouveau groupe hôtelier de réfléchir à l'élargissement de son offre. Il se dit attentif à de futures acquisitions d'hôtels, mais toujours dans la région, « qui est extraordinairement porteuse pour notre proposition ».



<https://images.sudouest.fr/2017/10/30/59f70f2e66a4bdba293090ba/widescreen/1000x500/nous-remettons-les-collaborateurs-et-la-personnalisation-au-centre-de-l'experience-client-resume-pierre-courtois-de-vicose-le-pdg.jpg?v1>

"Nous remettons les collaborateurs et la personnalisation au centre de l'expérience client", résume Pierre Courtois de Viçose, le PDG. Claude Petit/"SO".

par Pascal Rabiller