

# INVESTISSEMENTS, RÉNOVATIONS, TOURISME À IMPACT POSITIF: VACANCES BLEUES MISE SUR L'AVENIR



Club\*\*\* Les Jardins de l'Atlantique près des Sables d'Olonne

En 2022, Vacances Bleues confirme son retour à la rentabilité et annonce un chiffre d'affaires de 83 millions d'euros ainsi qu'un taux d'occupation de près de 70% sur les 25 établissements de la marque. Le groupe affiche également un résultat net consolidé de 2 millions d'euros, une belle réussite dans le secteur du tourisme associatif. L'activité « Voyages à l'étranger » a, quant à elle, redémarré plus rapidement que prévu, dépassant les prévisions de 20%. 2023 et 2024 permettront donc à l'entreprise de pérenniser ces niveaux de rentabilité, tout en poursuivant son programme de rénovation. Vacances Bleues poursuit sereinement son ambition de toujours : promouvoir un tourisme à impact positif.

## « DES LIEUX ET DES LIENS », RENFORCEMENT DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Ces résultats 2022 renforcent les ambitions du groupe autour de son positionnement de marque : Des lieux & des liens. Fruits d'un travail de restructuration des modèles de l'entreprise, ils permettent également de valider et renforcer les orientations stratégiques définies fin 2019 :

### 1. Des lieux ...

Satisfait de ces résultats post-crise, Vacances Bleues avance sur les orientations stratégiques définies fin 2019, avec en priorité la poursuite et **l'accélération des rénovations des établissements**. En effet, depuis sa création, Vacances Bleues mise avant tout sur des lieux d'exception pour offrir à sa clientèle une expérience inoubliable. Pour aller plus avant dans cette voie, **Vacances Bleues investit 30 millions d'euros sur 5 ans pour mener à bien ses programmes de rénovation**. Les travaux de rénovation sont axés - certains sont déjà en cours - sur plus d'une douzaine de destinations emblématiques du groupe. Sont concernés pour cette année 2023 : la Villa Modigliani à Paris, le Royal à Nice, les Jardins de l'Atlantique en Vendée et Belle Plagne à La Plagne. Par ailleurs, les budgets dédiés à l'entretien du patrimoine et à la maintenance ont été revus à la hausse pour la totalité des 25 adresses du groupe.



Hôtel\*\*\* Le Royal à Nice, Côte d'Azur

## 2...& des liens

Si Vacances Bleues a été labellisée « Marque préférée des Français » en 2022, ce n'est pas le seul prix qui lui a été décerné. Classé au palmarès Capital des entreprises engagées pour la diversité dans le secteur du tourisme, le groupe s'est vu récompensé pour son programme d'attractivité et de fidélisation des équipes - depuis toujours placées au cœur du positionnement de la marque. **Un programme ambitieux de fidélisation des équipes se met en place :**

- De nouveaux modes d'organisation du travail
- Un plan de logement et fidélisation des saisonniers
- Une révision de la rémunération et le partage de la valeur

**Côté clients, Vacances Bleues poursuit son virage digital ambitieux** via un site internet entièrement rénové et un nouveau CRM.

## VACANCES BLEUES, LEADER DU TOURISME DE DEMAIN

Les résultats de cette dernière année ne font qu'encourager Vacances Bleues dans **sa mission de promotion du tourisme à impact positif**. N'ayant jamais perdu cette ambition depuis sa création, que ce soit dans l'hexagone ou à l'étranger avec ses Voyages Responsables, le groupe hôtelier garde le même credo : démocratiser des lieux d'exception afin d'y créer du lien social et d'ancrer durablement ses activités et ses lieux dans les territoires. Fidèle à ses valeurs et à son modèle de gouvernance indépendant, avec une association à la tête de l'entreprise, ces résultats seront intégralement réinvestis dans l'entreprise.

**Bien ancré dans l'économie sociale et solidaire, le groupe vise à présent un objectif de neutralité de ses impacts environnementaux.** Afin de renforcer ses actions en faveur de l'environnement le groupe est engagé depuis le début de l'année 2023 dans la **Convention des Entreprises pour le Climat Provence Corse**, un mouvement regroupant près de 70 entreprises afin de les placer au cœur de la redirection écologique.

Revigoré par ce résultat net consolidé de 2 millions d'euros, le groupe prévoit, en 2023 et en 2024, de s'ouvrir d'avantage à d'éventuelles opportunités de développement.

### A propos

Vacances Bleues, qui célébrait ses 50 ans en 2021, est élue pour la deuxième année consécutive marque préférée des Français dans la catégorie Villages & Clubs de Vacances d'après le palmarès 2022 du magazine Capital.

Le groupe hôtelier propose 25 destinations en France, de l'hôtel au club en passant par la résidence. Sur place, les lieux invitent à la découverte des beaux terroirs français : une restauration faisant la part belle aux saveurs locales, des excursions, des rencontres de producteurs, de la randonnée, du cyclotourisme...

La marque est attachée à ses valeurs de partage, d'ouverture aux autres et de créativité et se définit ainsi comme « des lieux & des liens » : des lieux de caractère au confort remarquable allant de 3 à 4 étoiles, équipés pour certains de spas, des vues mer, des rénovations régulières... ; et des liens qui marquent les séjours à travers les rencontres et les échanges. Vacances Bleues, c'est également la proposition de plus de 120 voyages responsables dans le monde : croisières, escapades, circuits touristiques et solidaires.