



Le groupe hôtelier Mona Lisa change de nom et devient noémys

Le groupe hôtelier aixois Mona Lisa a changé de nom. Désormais baptisé noemys, il envisage de poursuivre une croissance soutenue afin de doubler son chiffre d'affaires d'ici à 2025.

Le groupe aixois Mona Lisa, qui a vu le jour en 2010 sous l'impulsion des deux actionnaires, Frédéric Morin et Pierre Gatignol, vient de révéler sa nouvelle identité. Désormais baptisé noemys, il ambitionne de se réinventer autour de trois valeurs clés : l'exigence, la bienveillance et l'agilité. "Cela va nous permettre de nous renouveler et de mieux nous positionner dans un marché très concurrentiel", explique Pierre Bréchar, président du groupe, qui ajoute "Nous voulons avant tout replacer l'humain au cœur de nos préoccupations. Nous sommes sur des métiers de service et d'accueil dans lesquels la prise en compte de l'humain est une véritable valeur ajoutée. Lorsqu'un client pénètre dans l'un de nos établissements, nous souhaitons qu'il profite d'un moment de détente, de quiétude et de bien-être". L'environnement est également au centre du nouveau positionnement de l'entreprise qui ambitionne de décrocher un label vert. "Le label n'est pas une fin en soi, mais il est nécessaire que nous mettions en place une organisation qui réduise nos impacts sur l'environnement". Un programme de formation sur cinq ans de l'ensemble du personnel (150 CDI) visant à mieux prendre en compte l'environnement dans les actions quotidiennes, a ainsi été mis en place. Un programme qui représente près de 800 000 euros d'investissement. Racheter les murs et moderniser des établissements "Notre ambition est désormais de doubler notre chiffre d'affaires et de passer à une quarantaine d'établissements d'ici 2025", annonce Pierre Bréchar. Actuellement, le groupe noemys propose deux marques. La marque noemys (ex-Mona Lisa) et la marque Garrigae, intégrée en 2013. La première regroupe des hôtels et des résidences de vacances de montagne et la seconde propose des établissements de plus haut standing, des domaines et hôtels de caractère afin d'y célébrer l'art de vivre et la quête du bien-être en harmonie avec la nature. "Depuis 2016, nous avons racheté les murs de certains de nos établissements, notamment sous la marque Garrigae. Nous pouvons ainsi y faire des aménagements plus librement, comme à l'Abbaye de Sainte-Croix, à Salon-de-Provence, où nous devrions lancer les travaux pour réaliser un Spa". Au total, depuis 2016, le groupe a investi près de 28 millions d'euros dans l'acquisition et la rénovation de ses sites. L'entreprise n'exclut pas non plus de se lancer dans la construction de nouveaux établissements. Actuellement, le groupe noemys compte 27 établissements, dont 7 hôtels, 14 résidences et six sites sous la marque Garrigae. "Nous sommes ainsi positionnés non seulement sur le segment Famille et tourisme, mais également sur le segment affaires et le séminaire. Cela nous permet d'obtenir des taux de remplissage de 65 à 75% pour nos hôtels (environ 2 000 lits) et de 75 à 80% pour nos résidences (près de 6 000 lits)". En plus des 150 CDI que compte l'entreprise, 80 saisonniers en hiver et près de 150 en été viennent compléter les effectifs de l'entreprise. La crise sanitaire a bien évidemment impacté l'activité de noemys, qui a enregistré un repli de 35% de son chiffre d'affaires en 2020 et qui devrait également subir le même ralentissement en 2021. "Fort heureusement, grâce aux aides de l'État, nos résultats se sont maintenus et notre rentabilité est stable depuis 2016, de l'ordre de 500 000 à 900 000 euros", conclut le dirigeant.

noemys — Photo : Didier Gazanhes. ■