



LUXE & DÉVELOPPEMENT DURABLE

PRODUITS D'ACCUEIL

CRÉEZ
UNE GAMME DE
PRODUITS D'ACCUEIL
À VOTRE IMAGE



GEL DOUCHE • SHAMPOING • SAVON • LAIT CORPOREL
CERTIFIÉ ECOCERT - SANS PARABEN - SANS SILICONE



INNOVATION PRODUIT POUR HÔTELS & SPAS
WWW.EVOLUTION.COM



Thierry de BEAUREPAIRE
Directeur Evo2lution / Director

ZOOM SUR PRODUITS D'ACCUEIL

Comment séduire sa clientèle ?

par Isabelle CHARRIER

FR CONSIDÉRÉS PAR LA CLIENTÈLE COMME UN PETIT PLUS, LES PRODUITS D'ACCUEIL PERMETTENT À CHAQUE ÉTABLISSEMENT DE SE DIFFÉRENCIER ET D'OFFRIR UNE MARQUE D'ATTENTION TRÈS APPRÉCIÉE. LA PANOPLIE DES

PRODUITS MIS À LA DISPOSITION DES VISITEURS NE FAIT QUE S'ENRICHIR. Désormais, elle se décline dans des concepts de plus en plus beaux et valorisants. Pas de doute, les hôteliers d'aujourd'hui accordent une attention toute particulière à cette prestation.

RENCONTRE AVEC THIERRY DE BEAUREPAIRE, DIRECTEUR D'EVO2LUTION, QUI PROPOSE UNE OFFRE SUR-MESURE ET ORIGINALE, DANS LA CONCEPTION DES PRODUITS D'ACCUEIL.

Evo2lution est déjà reconnue par les professionnels pour ses applications innovantes des huiles essentielles et eaux florales bio dans des produits de bien-être, vous innovez encore avec la création sur-mesure de produits d'accueil, expliquez-nous cela ?

Thierry de BEAUREPAIRE : Il est remarquable de s'apercevoir qu'en France jusqu'à présent, les 5000 établissements hôteliers de 3, 4 et 5 étoiles n'ont pas bénéficié d'une approche réellement nouvelle pour l'élaboration de produits d'accueil. Evo2lution met en à la disposition des hôtels une solution simple, claire et qualitative qui s'articule autour de trois axes majeurs. Ainsi les hôteliers ont la possibilité de mettre à la disposition de leurs clients des produits certifiés écologiques et biologiques profondément qualitatifs qui respectent l'épiderme grâce aux cahiers des charges stricts imposés dans nos cycles de production. Un hôtel doit aujourd'hui pouvoir choisir le produit et la manière dont il est présenté à ses clients. Nous agissons donc comme un laboratoire, doublé d'une agence de communication et de marketing à l'écoute de notre client pour répondre à sa préoccupation spécifique et offrir des produits d'accueil personnalisés depuis la formulation du produit jusqu'à la carte disponible dans les coquets de présentation en passant par la recommandation d'un message cohérent. Avec la qualité du produit et l'étendue du service rendu, le groupe hôtelier réalise avec nous une économie substantielle tout en réunissant autour de ce projet une grande diversité de PME implantées dans nos régions qui sont fières de servir notre industrie touristique. Il est remarquable de souligner que nous sommes en mesure de proposer l'intégralité d'une offre de produits d'accueil 100% conçue et fabriquée en France, de qualité supérieure et à des prix parfaitement concurrentiels.

UN HÔTEL DOIT AUJOURD'HUI POUVOIR CHOISIR LE PRODUIT ET LA MANIÈRE DONT IL EST PRÉSENTÉ À SES CLIENTS

Quelles sont les tendances actuelles dans ce domaine ?

T.D.B. : Au-delà de leur fonction première, les produits d'accueil donnent la possibilité aux établissements de transmettre à la clientèle leurs valeurs. C'est pourquoi certains hôteliers saisissent cette opportunité pour communiquer pleinement à travers ces produits en faisant glisser ce poste dans le budget marketing de leur compte de résultat. Les produits certifiés biologiques deviennent incontournables pour certaines enseignes même si leur politique de communication n'est pas toujours franchement engagée sur ce thème. Nous réévaluons actuellement à la mise en place d'une offre de service additionnelle très distinctive qui rencontre un grand succès aux États-Unis et qui contribuera très largement au développement durable des grands groupes hôteliers français.

Parlons chiffres, ces dernières années, on note une vraie montée en qualité des produits d'accueil. Quel investissement représente la conception d'une ligne de produits d'accueil de qualité ?

T.D.B. : Evo2lution mobilise des capitaux importants pour la conception des produits d'accueil de ses clients. Les étapes de développement sont clairement identifiées avec le développement de la formulation, les études de sécurité, d'innocuité et d'efficacité, la certification selon la réglementation puis la production. Au-delà de ce travail, nous conduisons un développement marketing pour offrir une solution sur-mesure.

Pour conclure, reste à savoir quel type de produits offrir en dehors de l'incontournable composition de base qui comprend le savon, le gel douche et le shampooing. Quel type de composition proposée aujourd'hui pour satisfaire les clients d'hôtels ?

T.D.B. : La variété des compétences au sein d'Evo2lution nous permet en effet d'offrir des produits inédits comme les huiles biologiques de massage présentés sur des plateaux originaux provenant de notre appartenance à l'industrie du bien-être ou bien, issue de notre expérience des circuits de distribution sélective, « l'huile soyeuse » pour le corps composée de fragrances qui nous rappellent notre enfance. Pour conclure, je dirai qu'à présent les hôteliers ne sont plus obligés de sélectionner des produits dans un « catalogue ». Mais au contraire ils ont le choix de mettre en avant leur propre marque et ainsi promouvoir leur « authenticité » grâce aux produits d'accueil qui contribuent à développer la notion « d'expérience » vécue et si recherchée par leurs clients. Nous sommes fiers d'être en mesure d'accompagner les hôteliers et de transformer leurs efforts de « branding » en un capital générateur de revenus additionnels à forte valeur ajoutée grâce à la revente en boutique de ces mêmes produits d'accueil qualitatifs.

FOCUS ON GUEST AMENITIES How to attract customers?

THOUGHT OF BY THE CLIENTELE AS LITTLE EXTRAS, GUEST AMENITIES GIVE EACH ESTABLISHMENT THE POSSIBILITY OF DISTINGUISHING ITSELF AND MAKING A GREATLY APPRECIATED GESTURE. THE ARRAY OF PRODUCTS AT THE GUEST'S DISPOSAL IS EVER INCREASING. THE DIFFERENT CONCEPTS ARE NOW MORE BEAUTIFUL AND EXALTING THAN EVER BEFORE. THERE IS NO DOUBT ABOUT IT, AT PRESENT HOTELIERS PAY EXTRA

ATTENTION TO THIS SERVICE. LET'S MEET THIERRY DE BEAUREPAIRE, MANAGER OF EVO2LUTION, A RESOURCEFUL COMPANY SPECIALIZED IN THE CREATION OF TAILOR-MADE GUEST AMENITIES.

Evo2lution is known in the business for the innovative use of organic essential oils and floral waters in wellbeing products. Now comes the creation of tailor-made guest amenities, can you tell us more about this new service and why you are offering it?

Thierry de BEAUREPAIRE: It is unbelievable but true, up to now, in France, the 5,000 3, 4 and 5-star hotel establishments have not benefitted from any genuine new approach in the development of their guest amenities. A simple, clear and qualitative solution composed of three main aspects is, at last, being offered to hotels by Evo2lution. Hoteliers therefore have the possibility of offering their guests high quality, certified ecologic and organic products that respect the epidermis thanks to the strict specifications that are compulsory for our production cycles. Nowadays, a hotel should be able to choose the product and the way it is presented to their guests. We therefore act as a laboratory, as well as a communication and marketing agency whose core policy is to listen to our clients in order to respond to their specific concerns and provide them with tailor-made guest amenities. We handle each stage from product formulation to the menu available in the presentation packages, not forgetting our recommendation to deliver a coherent message. With our quality products and the wide scope of our service, the hotelier group achieves substantial savings whilst the project brings together various small and medium-size businesses that are established in our regions and proud to be serving our tourism industry. Unbelievable but true, our entire guest amenities offer is 100% created and made in France, and comprises the highest quality at perfectly competitive prices.

What are the current trends in this field?

T.D.B.: Beyond their primary function, guest amenities provide establishments with the possibility of conveying their values to their clientele. This is why certain hoteliers have grasped this opportunity to launch a full-scale communication plan through these products and have passed this item in the

marketing budget of their income statement.

Certified organic products have become essential to some establishments, even if their communication policy is not always fully engaged on this theme. We are currently considering implementing an additional and very distinguishing service, which is very popular in the United States, and which will greatly contribute to sustainable development in the major French hotel groups.

The quality of guest amenities has globally really improved in the last few years. What kind of investment does the creation of a quality guest amenities' line represent?

T.D.B.: Evo2lution calls on significant capital in order to create the client's guest amenities. The development stages are clearly identified including the formulation, the safety, innocuousness and effectiveness tests, the certification process according to regulations and then the production phase. Beyond this work, we carry out the marketing development in order to produce a tailor-made solution.

To conclude, aside from the essential basics such as soap, shower gel and shampoo, what other type of amenities can you offer to hotels?

T.D.B.: Indeed, the various skills of Evo2lution enable us to provide totally new products. Belonging to the well-being industry we can offer organic massage oils, presented on original trays, or, inspired by our experience in the selective distribution circuit, the "silky body oil", containing fragrances that remind us of our childhood. To conclude, I would say that hoteliers no longer have to select their products from a "catalogue". On the contrary, they can choose to put forward their own

brand and consequently promote their "authenticity", conveyed by guest amenities that extend the notion of "experience" so sought after by their guests. We are proud to be able to assist hoteliers and transform their branding efforts into capital that generates additional, high added value income thanks to the sales of those same qualitative products in their retail boutique.

www.evo2lution.com

NOWADAYS, A HOTEL SHOULD CHOOSE
THE PRODUCTS AND HOW THEY ARE PRESENTED TO
TO THEIR GUESTS

