Hôtel Restau Hebdo
5 RUE DE DANTZIG
75015 PARIS - 01 56 56 87 77

31 AOUT 10
Hebdomadaire Paris
OJD : 38290

Surface approx. (cm²) : 769
N° de page : 1

© DR

Mélanie Simon, marketing en action

Francilienne, elle a néanmoins fait une partie de ses études à Rennes. Alors l'idée de s'établir en Bretagne au retour d'une année sabbatique, après avoir goûté au rythme pressant des multinationales et des produits de grande consommation, n'était pas pour lui déplaire. Elle qui s'attendait à une vie paisible s'est prise au jeu de donner une identité marketing au groupe hôtelier breton Oceania qu'elle accompagne dans sa conquête nationale.

Eléments de recherche : Toutes citations : - OCEANIA HOTEL : groupe hôtelier - OCEANIA : hôtels, en France - ESCALE OCEANIA : hôtels, en France - FRANCOIS BRANELLEC : dirigeant d' Océania hotels - GURVAN BRANELLEC : dirigeant d' Océania ...

Hôtel Restau Hebdo
5 RUE DE DANTZIG
75015 PARIS - 01 56 56 87 77

31 AOUT 10
Hebdomadaire Paris
OJD : 38290

Surface approx. (cm²) : 769
N° de page : 1

Du thé à l'hospitalité

© DR

Mélanie Simon en quelques dates

1988 : Diplôme Eco-Fi Sciences-Po Rennes

2000 : DESS Etudes de marché et stratégie marketing – Sciences-Po Paris

2000 : Assistante chef de produit Lipton Ice Tea chez Unilever France

2002 : Chef de produit Lipton Tea chez Unilever France

2004 : Année sabbatique à voyager en Amérique latine et Asie

2005 : Responsable marketing et communication Oceania Hotels à Brest

Eléments de recherche : Toutes citations : - OCEANIA HOTEL : groupe hôtelier - OCEANIA : hôtels, en France - ESCALE OCEANIA : hôtels, en France - FRANCOIS BRANELLEC : dirigeant d' Océania hotels - GURVAN BRANELLEC : dirigeant d' Océania ...

Hôtel Restau Hebdo
5 RUE DE DANTZIG
75015 PARIS - 01 56 56 87 77

31 AOUT 10
Hebdomadaire Paris
OJD : 38290

Surface approx. (cm²) : 769
N° de page : 1

• Mélanie Simon est responsable marketing du Groupe Oceania Hotels depuis cinq ans, une découverte du monde hôtelier et d'une entreprise familiale après un début de carrière dans l'agroalimentaire et les entreprises multinationales.

• Partager un projet d'entreprise porté par un véritable enthousiasme familial lui a fait oublier Paris et sa vie trépidante ? Attirée par les coulisses de l'activité hôtelière, Mélanie découvre la complexité des métiers du service pour arriver à la satisfaction client.

• Elle s'applique à mettre en œuvre les techniques du marketing traditionnel et de la communication dans un univers marqué par la diversité et l'importance de la dimension humaine. Un gros projet mobilise toute son attention jusqu'en 2012.

Désireuse de faire du journalisme, Mélanie Simon tente les concours de Sciences Po et est acceptée à Rennes, une première expatriation provinciale pour cette francilienne de toujours, née et élevée dans l'Essonne. Elle intègre finalement la section économique et financière, qui la conduira à Paris pour passer un DESS en études de marché et stratégie marketing qui lui ouvre les portes des grandes entreprises multinationales. Un stage réussi chez Unilever lui permet de devenir Assistante Chef de produit pour Lipton Ice Tea, en phase de lancement. "*C'était amusant et passionnant de rivaliser avec des marques comme Coca Cola*". Devenue Chef de produit pour Lipton Tea, elle finit par se lasser de l'atmosphère parisienne. "*Avec mon mari breton, nous avons pris une décision un peu folle à l'époque, celle de toute arrêter pendant un an pour faire un tour du monde*". Les voilà partis à parcourir l'Amérique latine et l'Asie dans une certaine insouciance. "*A un moment donné, on s'est quand même posé la question du retour et nous sommes tombés d'accord sur le fait de ne pas revenir à Paris mais de s'installer plutôt en Bretagne, à Brest, d'où mon mari est originaire*". Reste que trouver un poste dans le marketing opérationnel à Brest n'est pas le plus facile.

Il faut croire qu'il y a une bonne étoile pour les aventuriers, après quelques rendez-vous infructueux, Mélanie répond à l'annonce de la Sofibra, société hôtelière de la famille Branellec, qui a vendu récemment son réseau B&B et veut donner une nouvelle impulsion à l'entreprise. *"J'avais un rendez-vous à 17 heures avec le directeur général de l'époque, et je suis sortie à 21 heures en ayant rencontré cour sur coup Gurvan Branellec et son père François. On n'a pas arrêté de parler de mes voyages et assez peu de marketing. J'étais un peu déstabilisée, mais je pense qu'ils voulaient tester ma personnalité et mes envies. Le courant est très bien passé et j'ai été engagée pour créer l'identité marketing du groupe et donner du contenu à la marque Oceania, qui devait*

> ***« J'avais un rendez-vous à 17 heures et je suis sortie à 21 heures. On n'a pas arrêté de parler de mes voyages »***

Eléments de recherche : Toutes citations : - OCEANIA HOTEL : groupe hôtelier - OCEANIA : hôtels, en France - ESCALE OCEANIA : hôtels, en France - FRANCOIS BRANELLEC : dirigeant d' Océania hotels - GURVAN BRANELLEC : dirigeant d' Océania ...

Hôtel Restau Hebdo
5 RUE DE DANTZIG
75015 PARIS - 01 56 56 87 77

31 AOUT 10
Hebdomadaire Paris
OJD : 38290

Surface approx. (cm²) : 769
N° de page : 1

remplacer Sofibra qui n'est pas très évocatrice".

Avec une connaissance limitée du secteur hôtelier, Mélanie prend le challenge à bras le corps. "*Comme tous les novices du secteur, j'ai passé pas mal de temps dans les coulisses de l'hôtellerie, à comprendre le fonctionnement. Il m'a fallu découvrir les métiers, apprendre les codes, traduire mes objectifs marketing, comme les parts de marché, dans le langage hôtelier du RevPAR index. En même temps, j'ai apporté mon expérience du marketing de la grande distribution, la rigueur des procédures pour installer et conforter une marque aux yeux du public*", résume Mélanie Simon. Elle vit surtout un profond changement de culture qui n'est pas pour lui déplaire : "*Je suis passé de la multinationale très structurée à un groupe assez atypique, même dans l'hôtellerie, un groupe familial, régional, avec une très forte implication personnelle des dirigeants. Je l'ai véritablement ressenti quand nous avons ouvert l'hôtel Oceania de Paris, la vitrine du groupe dans la capitale. Nous avons réuni le personnel de tous les hôtels pour une fête interne qui a resserré les liens et donner une unité à ce qui était encore une collection d'hôtels avec une grande part d'indépendance de gestion*".

« Il m'a fallu découvrir les métiers, apprendre les codes, traduire mes objectifs marketing dans le langage hotelier »

Mélanie s'est engouffrée dans la brèche pour mettre en place les procédures de migration des hôtels vers les trois marques Oceania, Escale Oceania et Oceania Style, les chartes graphiques, les stratégies de communication. Elle continue en parallèle de se familiariser avec les métiers. "*Pour le nouveau site internet, nous avons réalisé un film sur les coulisses, pour montrer tout ce qui précède l'arrivée d'un client et ce qui doit être mis en place pour qu'il soit accueilli le mieux possible. C'est proprement hallucinant. C'est à la fois la force et la difficulté du message à faire passer quand beaucoup du succès d'une marque hôtelière repose sur l'humain*". En charge du marketing, de la communication externe et interne, elle ne manque pas de pain sur la planche pour propulser Oceania dans le concert des chaînes hôtelières. Si le succès du groupe repose sur une grande fidélité de la clientèle régionale, le défi est bien de transposer cette réussite sur le plan national, de Brest à Aix-en-Provence, de Saint-Malo à Paris."*Nous sommes dans une phase stratégique de croissance maîtrisée où l'important pour la famille Branellec est de ne pas perdre en route l'esprit qui les anime depuis le début*", insiste la responsable marketing qui pourrait être tentée de vouloir accélérer les choses. Mais ce rythme de croisière, sur la durée, lui convient plutôt bien.

Bretonne d'adoption, Mélanie a-t-elle regretté son choix de la vie de "province" ? "*C'était un choix délibéré, et j'avais accepté une forme de renoncement à la carrière toute tracée dans les multinationales au profit d'une qualité de vie différente J'ai un enfant qui profite pleinement de la mer et aller au bureau en longeant la plage du Moulin Blanc est un plaisir quotidien... et puis finalement j'ai trouvé un boulot formidable avec un projet à bâtir qui m'a laissé peu de répit depuis cinq ans*". Il n'en reste pas moins que l'envie de voyager reste une motivation permanente et l'éventualité d'une carrière internationale dans l'hôtellerie n'est pas pour lui déplaire. "*Il sera temps d'y penser après 2012, nous travaillons actuellement sur un formidable projet qui mobilise toute notre énergie et il n'est pas question que je le laisse en cours de route*", conclut Mélanie, désormais acquise à l'industrie hôtelière.

Bruno Courtin

Eléments de recherche : Toutes citations : - OCEANIA HOTEL : groupe hôtelier - OCEANIA : hôtels, en France - ESCALE OCEANIA : hôtels, en France - FRANCOIS BRANELLEC : dirigeant d' Océania hotels - GURVAN BRANELLEC : dirigeant d' Océania ...