

# SOLUTIONS TEXTILES CRÉÉS POUR ET AVEC LES HEBERGEURS

**Easytex – marque du groupe Subrenat créé en 1937 - accompagne les hébergeurs (hôteliers, loueurs meublés, gérants de camping, etc.) pour leur faciliter la gestion de la literie. Faisons le point sur une offre textile inédite en France et à l'export en compagnie d'Olivier Macarez, Hélène Crop et Célestine Pierrache, respectivement Président, Directrice Commerciale France et Responsable Marketing, Offre & RSE.**

**Informations Entreprise : Quelles sont aujourd'hui les problématiques pour lesquelles vos clients hébergeurs vous plébiscitent ?**

**Hélène Crop** : L'essentiel de notre offre se concentre autour de la literie, du matelas au linge de lit en passant par la protection du lit.

Historiquement, c'est souvent pour des questions d'hygiène que les hébergeurs s'adressent à nous. Ils ont investi un budget important dans l'équipement du lit (matelas, oreiller, couette...) et ils veulent protéger cet investissement : pour le confort des voyageurs qu'ils accueillent et pour éviter de devoir renouveler trop rapidement la literie. Sur ce critère, notre offre est connue et reconnue avec des clients qui nous ont accordé leur confiance depuis des années, que ce soit des indépendants ou des groupes d'envergure comme Accor, Louvre hotels ou encore Homair Vacances.

Ensuite, pour une problématique de fond dans les métiers hôteliers : la gestion des effectifs. Difficultés à recruter et problématiques de fidélisation des équipes de chambre, dont le métier est contraignant au quotidien. Il y a un réel enjeu d'en améliorer les conditions de travail et nous veillons à ce que nos produits y contribuent activement. Par exemple, nous avons créé une couette pour chambre twin qui permet de limiter les manipulations à l'installation et les allers-retours à la zone de stockage.

À cela, s'ajoute bien évidemment l'aspect budgétaire : d'autant plus avec le contexte inflationniste actuel. Nous voulons offrir le meilleur rapport qualité/prix : pour chacune de nos gammes, nous choisissons le produit le plus pertinent

pour chaque profil client. Ainsi, cette sélection répond à l'essentiel des besoins clients et nous permet de bénéficier de volumes pour optimiser le prix.

Enfin, sur l'aspect environnemental, nous sommes très challengés sur notre offre de produits et services et c'est une bonne chose ! Les attentes sont notamment sur la provenance, la composition des produits, leur durabilité ainsi que leur fin de vie.

**I.E : Comment l'histoire du groupe Subrenat explique t-elle la création d'Easytex ?**

**Olivier Macarez** : L'intrapreneuriat fait partie de notre ADN historique. Ce que j'entends par là : la compréhension du marché, du contexte client, de l'environnement interne et externe, la prise de risques, l'adaptation... sont des compétences clés et mises en pratique par nos équipes au quotidien ! La marque et l'offre Easytex sont nées de cette confrontation au marché.

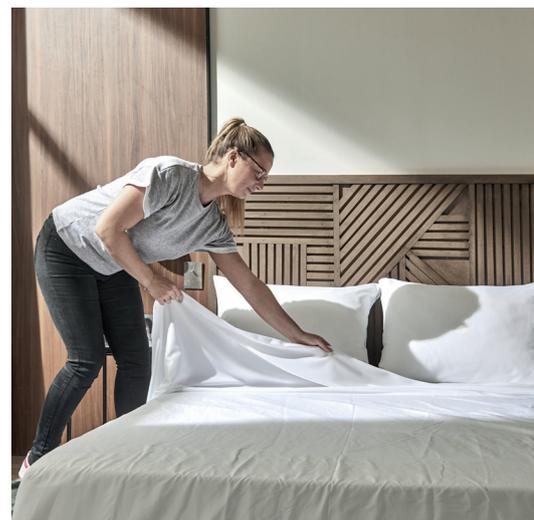
A savoir que Subrenat est une société familiale créée en 1937. Monsieur Wibaux, dont le petit-fils co-préside la structure à mes côtés, avait alors construit une offre autour du tissage des doublures de vestes. En observant l'évolution du marché, l'entreprise s'est constamment adaptée dans le secteur textile, à travers des partenariats en Europe et en Asie, large réseau qui encore aujourd'hui nous permet d'être agile et d'avoir un sourcing diversifié et maîtrisé !

**Hélène Crop** : Au début des années 2000, la marque Easytex est créée pour devenir nouveau relais de croissance. A cette époque, des campings nous remontaient avoir des difficultés à proposer une prestation hygiénique. Les blanchisseries n'étaient pas particulièrement inté-

## Chiffres clés en 2022

- CA Subrenat : 45,5 Mn €  
Dont CA Easytex : 19 Mn €, +60% vs. 2021
- Nombre de collaborateurs : 80
- Nombre de clients Easytex : 13.000

ressées par ce secteur d'activité trop saisonnier. Nous avons donc développé une offre de protection et de linge non-tissé, avec une durée de vie adaptée au séjour des clients (1-2 semaines). D'où notre notoriété quand il s'agit d'aborder les problématiques d'hygiène et simplicité dans la gestion du lit. Nous avons ensuite capitalisé sur ce savoir-faire pour développer d'autres marchés. Avec évidemment une offre adaptée à des usages et attentes clients différents. Par exemple pour l'hôtellerie avec des produits plus durables et confortables. Désormais, notre offre s'adresse à l'ensemble des hébergeurs touristiques avec une promesse : leur simplifier la gestion de la literie !



**I.E : S'en sont suivies de nombreuses innovations, dédiées aux différentes typologies de professionnels. Pouvez-vous nous en dire plus ?**

**Célestine Pierrache :** Pour simplifier la vie de nos clients, il est primordial de connaître leurs contraintes quotidiennes. Ainsi, nous animons nos équipes commerciales afin qu'elles impliquent nos clients dans nos réflexions et innovations. L'objectif ? La co-construction !

Cela nous aide à identifier les problématiques clients, accélérer et réussir le lancement d'un nouveau produit sur un marché. Cela a été le cas pour l'une de nos nouvelles alèses : en 2019, plusieurs hôtels nous ont fait part d'avis clients négatifs sur notre alèse référente en hôtellerie : léger bruit de froissement, effet de chaleur. Cependant c'était loin d'être une remontée massive, la grande majorité de nos clients continuant de plébisciter ce produit. En recroisant les profils des clients qui nous avaient fait cette remontée, nous nous sommes aperçus qu'il s'agissait essentiellement d'hôtels avec un standing de 3 étoiles et plus. Nous avons travaillé une déclinaison de qualité supérieure. Résultat : les 12 clients testeurs ont validé le prototype. En 2022 ce produit a généré 121 K€ de CA.

En complément, nous organisons des testing groups afin de confronter nos idées auprès de nos clients hébergeurs, comprendre leurs problématiques, prendre en compte leurs retours, capter l'engouement autour d'un sujet.

Cette logique nous a également amené à mettre en place des « Vis ma Vie » dont le but est de comprendre le quotidien de nos clients et « s'approprier leur réalité terrain ». Par exemple, en visitant des agences immobilières dédiées au locatif, nous nous sommes rendus compte qu'il existait actuellement un gros sujet autour de la logistique, notamment concernant la gestion du linge, des check-in et des check-out. Cette forte orientation client est fondamentale dans notre approche.

**I.E : Qu'en est-il de la question environnementale ?**

**Célestine Pierrache :** Elle est stratégique pour l'avenir d'Easytex et incontournable pour nos clients hébergeurs. Elle est d'ailleurs au centre de notre nouveau programme RSE, WePlanet. Nous avons par exemple créé une gamme de couettes en 100% polyester recyclé (enveloppe et garnissage), capables de réduire par 5 les émissions de CO<sub>2</sub>. De plus cette couette



étant monomatériau, elle est facilement recyclable, d'autant plus grâce aux services proposés par l'organisme Ecomaison.

Depuis 10 ans, nous proposons dans plusieurs zones géographiques, un service de collecte des produits textiles usagés. Notre ambition : proposer ce service à l'ensemble de nos clients et recycler un maximum de nos produits. En 2022, nous avons d'ailleurs testé une nouvelle collecte dans l'Hérault.

Enfin, c'est notre responsabilité de mettre l'éco-conception au cœur de nos réflexions produit. Afin de réduire notre impact et d'identifier nos axes d'amélioration, nous avons réalisé des ACV (Analyse de Cycle de Vie) comparatives de nos « best sellers ». Ainsi, depuis 2019, nous avons considérablement réduit les emballages individuels. Résultat : -65% d'emballage plastique par carton pour notre alèse hôtellerie !

**I.E : Quels sont les projets de Subrenat ?**

**Olivier Macarez :** Notre objectif principal est de continuer à bien faire notre métier, au service de nos clients ! Dans cette logique, nous sommes très vigilants au développement de notre filière en France. J'ai d'ailleurs été nommé à la présidence du syndicat Textile Haut de France afin de préserver l'industrie textile régionale.

Sur le volet managérial, nous souhaitons encore plus encourager la prise d'initiatives et élargir le périmètre de responsabilité de chaque collaborateur. Par exemple, en automatisant certaines tâches répétitives permettant de se concen-

trer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée.

Enfin, sur le volet RSE, notre projet WePlanet cherche à réconcilier textile et écologie : économie circulaire, utilisation de matières recyclées, relocalisation, gestion de la fin de vie, etc. Dans le cadre de notre plan bas carbone, de grands travaux ont également été lancés en interne afin de réduire l'impact de notre siège social.

Notre structure a presque 100 ans, pour autant, elle reste pleinement consciente des enjeux de notre époque. Et aujourd'hui, nous agissons en conséquence.

## Ce qu'il en pense

« En tant que Directeur d'hôtel, j'ai eu l'occasion de participer à un « testing group » organisé par Easytex. J'ai beaucoup aimé l'approche qui a permis de confronter les pistes d'innovations de la marque à ma réalité terrain d'hôtelier.

Je travaille avec Easytex depuis 7 ans pour mes achats en équipement et protection de literie. C'est un véritable partenaire avec qui j'ai établi une relation directe et transparente. Au-delà du critère économique, j'apprécie la valeur ajoutée opérationnelle des produits : la simplicité d'utilisation et le gain de temps associé pour mon équipe.»

**Jean-Paul DOLISI, gérant de l'Hôtel Saint Maurice Lille**