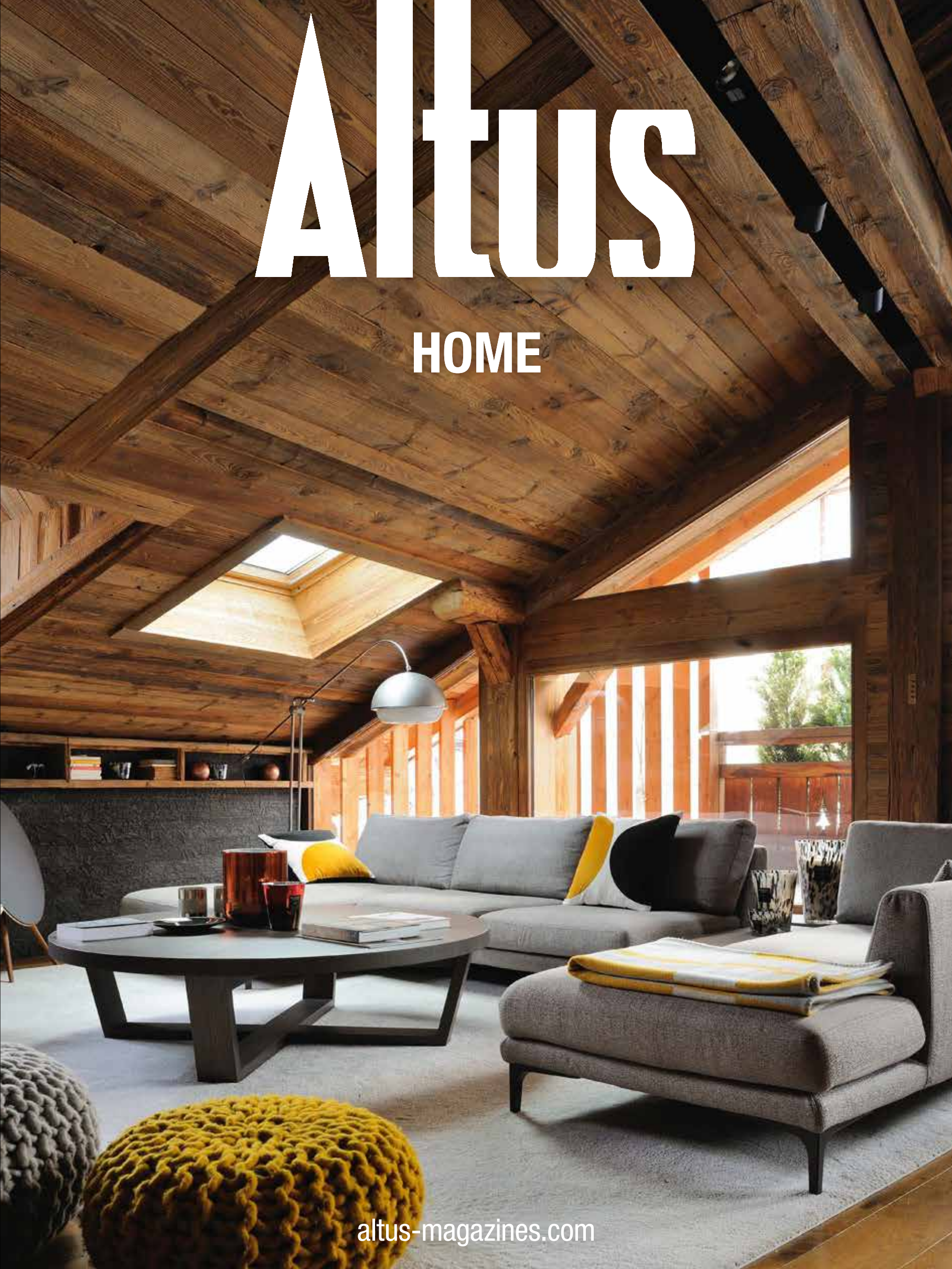


ALTUS

HOME





Alpine Collection | histoire d'un acteur incontournable de la montagne

La montagne confirme plus que jamais son attractivité, constituant un secteur économique essentiel. Implanté dans les deux Savoie, le groupe Alpine Collection accompagne son évolution depuis 25 ans, contribuant à son rayonnement. Pour en comprendre les rouages et décrypter les tendances qu'il devine pour les années à venir, nous avons rencontré Patrick Remme, le fondateur et président du groupe Alpine Collection.





Comment Alpine Collection est-il devenu un acteur incontournable de la montagne ?

Architecte, j'étais dans la promotion immobilière aux Pays-Bas. Passionné de ski, je me rendais souvent dans les stations françaises. J'ai décidé en 1997 de faire un essai à Courchevel-LaTania en construisant un programme immobilier de six gros chalets. Ce fut une réussite. Fort de ce résultat, j'ai arrêté mes activités aux Pays-Bas pour me consacrer à 100 % aux stations françaises. Avec la marque Alpine Lodges, nous avons engagé des opérations de plus en plus importantes. Au fil des années, la

partie promotion a été complétée par d'autres activités. En 2009, nous avons créé Alpine Interiors, offrant un service de décoration d'intérieur aux clients de nos résidences. En 2012, Alpine Residences est né pour répondre à la demande de nos clients propriétaires en matière de gestion locative et hôtelière. Puis, en 2017, une nouvelle étape a été franchie avec Alpine Restaurants. Enfin, nous avons démarré en 2019 l'hôtellerie de luxe 5 étoiles à Courchevel. En 25 ans ont été réalisés 32 programmes, soit 815 chalets, appartements et commerces, auxquels s'ajoutent six restaurants et un hôtel.

C'est quoi la montagne pour vous ?

Pour moi la montagne est accueillante. C'est un lieu que j'adore depuis très longtemps, d'abord en hiver. J'ai ensuite découvert la montagne l'été qui est tout aussi belle. J'essaie de lui rendre par mon activité tout le plaisir qu'elle me procure.

Que retenir-vous de ces 25 ans ?

Nous sommes fiers du chemin parcouru. D'une petite opération au départ, nous sommes arrivés à une structure importante avec le développement de nos marques. Ces 25 ans ont été une grande aventure humaine. J'ai démarré seul et aujourd'hui nous comptons >>>



241 collaborateurs annuels et saisonniers. Nous voulons aussi être proches de nos clients et tenons à un positionnement local fort. Nous sommes présents dans toutes les stations marquées par nos opérations et travaillons avec des collaborateurs et des fournisseurs locaux.

Quelle a été l'évolution de la demande ?

En immobilier, la taille des chalets et des appartements est devenue de plus en plus importante avec une recherche de qualité accrue. L'hôtellerie a aussi changé. Nous ne sommes plus sur des petites chambres mais sur des grandes suites. Il faut reconnaître que la montagne est attirante. C'est une terre de partage se développant, au-

delà de l'hiver, en été. Depuis la période Covid, les gens recherchent d'ailleurs davantage l'évasion, le calme, le retour à la nature et aux grands espaces, ce qu'offre la montagne en toutes saisons.

Quelles sont les tendances actuelles ?

Les vacanciers et propriétaires veulent des logements avec tous les services dédiés sur place : spa avec piscine, restaurant, ski room.

Comment Alpine Collection a su s'adapter pour aller de l'avant ?

En se demandant sans cesse comment nous pouvons nous améliorer et ce que veut le client. Il est important de l'écouter et de ne pas rester sur le



même schéma. Il ne faut pas hésiter à se remettre en question, car la demande évolue tout le temps.

Le développement de différents services s'imposait-il ?

Oui. Il permet d'apporter une offre complète à nos clients. Nous avons commencé, depuis 10 ans à le faire. Il y a 5 ans nous avons livré une résidence avec un restaurant qui permet aux clients de venir manger ou d'avoir un room-service dans leur appartement, comme un hôtel. Ce service plaît. Nous allons le développer dans des programmes mixtes entre hôtellerie et appartement.

Quel est aujourd'hui le point fort de vos marques ?

Chacune se complète et travaille avec les autres pour offrir le meilleur produit. Nous avons vraiment voulu faire une proposition totale, un guichet unique pour nos clients. Nos marques sont devenues une référence et une reconnaissance de savoir-faire, de qualité.

Comment voyez-vous l'avenir ?

Très bien. Présents dans cinq stations, nous aimerions nous implanter sur de nouveaux secteurs tels que Megève et Chamonix. Nous travaillons actuellement sur 12 nouveaux programmes correspondant à 330 chalets et appartements, 4 hôtels ainsi que 6 restaurants. ■

ALPINE COLLECTION

21 C rue Andromède

74650 Chavanod

alpine-collection.fr