

Hôtellerie de luxe : The Lux Collective redéfinit le leadership en instaurant une culture de la décision stratégique



Photos (de gauche à droite) : LUX Grand Baie, Maurice ; Overwater Villas à LUX* South Ari Atoll, Maldives ; LUX* Marijani, Zanzibar ; LUX* Belle Mare, Maurice*

Paris, mai 2026 – Le groupe international d'hôtellerie de luxe The Lux Collective continue d'affirmer son positionnement novateur en redéfinissant les compétences nécessaires au développement du leadership dans un environnement toujours plus complexe. Le groupe devient ainsi la première organisation au monde à déployer un programme d'apprentissage par simulation d'entreprise en conditions réelles. Grâce à l'intégration d'agents IA via **CELEMI Enterprise™**, cette formation, entièrement adaptée à l'hôtellerie de luxe, permet de renforcer la maîtrise des enjeux commerciaux.

Si l'excellence opérationnelle et la qualité de service demeurent des piliers fondamentaux de sa stratégie, The Lux Collective reconnaît qu'au rythme actuel de sa croissance, ces dimensions ne peuvent plus être dissociées d'une certaine rigueur commerciale. Hausse des coûts, évolution des tendances en matière de demande et attentes accrues d'une clientèle exigeante... ces paramètres signifient que chaque décision prise au sein d'un établissement a désormais un impact quantifiable sur l'image de marque et la rentabilité à long terme.

À l'échelle du groupe, les cadres dirigeants disposent d'une expertise approfondie en matière d'expérience client, d'opérations et de mise en application des standards de marque, mais n'ont pas tous la même maîtrise des enjeux financiers. En effet, certains responsables interprètent facilement les dynamiques de résultats et les leviers de tarification applicables en conséquence. D'autres, tout aussi compétents sur le plan opérationnel, se sentent moins à l'aise lorsqu'il s'agit d'allouer des capitaux, d'analyser la performance financière ou d'établir des priorités entre plusieurs enjeux commerciaux.

Les auto-évaluations portant sur les fondamentaux de gestion, menées auprès des dirigeants, ont révélé la nécessité d'un apprentissage immersif. Afin d'accélérer la croissance et renforcer la résilience opérationnelle dans un environnement fluctuant, la direction de The Lux Collective a conclu qu'une formation traditionnelle ne suffirait pas, et **qu'il faudrait opérer un changement profond dans la manière dont les leaders conçoivent leur rôle : l'objectif serait donc de faire passer d'une excellence cloisonnée par secteur, à une prise de décision centralisée au niveau des responsables opérationnels.**

« Au sein de The Lux Collective, avec notre rythme de croissance dynamique, l'expérience client et la rigueur commerciale ne peuvent plus fonctionner en silos. Une responsabilité commerciale renforcée, intégrée à un apprentissage avancé par l'IA, est désormais essentielle pour maintenir l'image de marque et la rentabilité à long terme », déclare **Olivier Chavy, Chief Executive Officer de The Lux Collective**.

Une première mondiale dans le développement du leadership en hôtellerie de luxe

En réponse à cet enjeu, **The Lux Collective est devenu la première organisation hôtelière à déployer des simulations d'entreprise en conditions réelles, adaptées au secteur du luxe, grâce à CELEMI Enterprise™**. La simulation reproduit fidèlement la réalité opérationnelle du groupe en intégrant les composantes clés de l'univers du luxe : hébergement, restauration, bien-être, MICE et expériences digitales, ainsi que des profils clients alignés avec les segments du portefeuille hôtelier. Des contraintes opérationnelles réalistes et des structures de gouvernance reflètent également les pouvoirs de décision entre les directeurs généraux des établissements et le siège.

Cette expérience d'apprentissage immersif constitue le socle d'un parcours de formation en leadership en plusieurs phases, animé en anglais et en français par People Power, à travers huit établissements du groupe. À partir de fin 2025, sur une période de plus de 20 semaines, 133 cadres dirigeants ont pu participer au programme à l'Île Maurice, aux Maldives, à Zanzibar, à La Réunion ainsi qu'au siège mauricien. Les participants ont dirigé des établissements de luxe virtuels au fil de plusieurs cycles de simulation, prenant des décisions commerciales, opérationnelles et d'investissement, tout en observant leurs effets immédiats sur la rentabilité, l'expérience client, l'image de marque et le positionnement stratégique.

Des agents IA ont été intégrés tout au long du programme afin d'enrichir l'expérience d'apprentissage. Avant chaque session, les participants étaient plongés dans l'univers d'établissements de luxe simulés, à travers l'écoute de cas pratiques mettant en scène des directeurs généraux interrogés sur les défis opérationnels et commerciaux auxquels leurs propriétés étaient confrontées. Cet ancrage facilite la compréhension des liens entre leadership hôtelier et performance financière.

À l'issue de chaque session de simulation, l'analyste sectoriel CELEMI Enterprise™ génère un rapport de marché offrant aux équipes une vue d'ensemble de l'environnement concurrentiel. Les leaders peuvent ainsi comparer leurs choix stratégiques à ceux des autres équipes et mesurer les implications de ces écarts sur leur positionnement, vis à vis du marché. La prise de décision devient alors un échange stratégique, dynamique et concret entre les participants.

« Conçu avec un haut niveau de réalisme, le programme de simulation a permis aux dirigeants de comprendre comment leurs décisions se traduisent via des conséquences immédiates, accélérant ainsi l'apprentissage et son application », souligne Smita Modak, **Head of Learning and Development and Talent Management**.



Photos (de gauche à droite) : La piscine de LUX* Le Morne, Maurice ; l'entrée de LUX* Grand Gaube, Maurice ; Vue aérienne de LUX* Saint Gilles, Réunion ; SALT of Palmar, Maurice

Un impact mesurable et un changement culturel

Les résultats étaient clairs et mesurables. Les évaluations avant et après le programme de formation ont montré une amélioration significative de la gestion commerciale, ainsi que des taux de participation et de satisfaction exceptionnels.

Au-delà de la montée en compétence, l'impact business a été significatif. Les responsables font désormais preuve d'un sens de la stratégie plus affûté en matière de tarification et d'allocation des ressources. Ils ciblent leurs segments avec davantage de précision et comprennent mieux l'alignement entre la stratégie corporate et l'exécution quotidienne. La simulation finale a également permis d'**identifier des profils à haut potentiel dotés d'un sens aigu des affaires**, venant ainsi consolider le vivier de futurs dirigeants du groupe.

Cette initiative **a par ailleurs contribué à une véritable transformation culturelle**. Les dirigeants allient de plus en plus la créativité à une rigueur commerciale, afin de concevoir des expériences clients à la fois émotionnellement marquantes et économiquement viables.

Nicolas Autrey, Chief of People & Culture de The Lux Collective, commente : « *Nous avons construit un état d'esprit commercial commun, au-delà des cultures et des fonctions. Ce regain de confiance s'est avéré source de transformation.* »

Une nouvelle base de leadership

Ce qui avait débuté comme une initiative de développement des compétences en leadership est devenu une **étape culturelle déterminante pour The Lux Collective**. L'excellence opérationnelle s'accompagne désormais d'une plus grande aisance commerciale et d'un sens renforcé de la responsabilité.

À travers cette initiative, The Lux Collective renforce sa position non seulement en tant qu'acteur de référence de l'hôtellerie de luxe, mais aussi comme pionnier façonnant l'avenir du leadership dans le secteur du luxe, où des expériences d'exception sont conçues pour durer, performer et croître.

À propos de The Lux Collective

[The Lux Collective](#) est un groupe d'hôtels de luxe d'origine mauricienne opérant à échelle mondiale, qui gère les marques [LUX*](#), [SALT](#), [TAMASSA](#), [SOCIO](#) et Café LUX*.

Au cœur de son objectif, TLC fait en sorte que chaque moment compte et se préoccupe de ce qui est important. Les personnes sont au cœur de la culture de TLC, qui reste fidèle à ses valeurs de passion, de responsabilité et d'innovation dans tout ce qu'elle entreprend. En offrant du confort grâce à des conceptions réfléchies et exquises, TLC crée des expériences qui font que chaque moment compte pour tous les hôtes. L'entreprise s'engage à agir de manière réfléchie et respectueuse des générations futures.

Grâce à son projet de développement durable Tread Lightly,

The Lux Collective promet un séjour respectueux de l'environnement dans l'ensemble de ses hôtels. Son partenariat avec Altruistiq, un groupe d'experts en CO2, se concentre sur l'empreinte environnementale et garantit que les sources d'émission sont suivies en utilisant la norme internationale la plus élevée basée sur la science. En développant sa présence mondiale, TLC gère actuellement 18 resorts et hôtels à l'île Maurice, aux Maldives, à l'île de la Réunion, en Chine, et en Tanzanie. 16 autres hôtels sont en cours de développement en Asie et au Moyen-Orient.

Membre affilié d'IBL, acteur économique majeur de l'Océan Indien et leader du "Top 100" des entreprises mauriciennes cotées en bourse, IBL est active dans les secteurs clés de l'économie mauricienne, avec un portefeuille mondial d'environ 300 filiales et entreprises associées.

À propos de LUX*

Parce que chaque moment compte, [LUX*](#) aide les personnes à célébrer la vie en tenant constamment la promesse d'un luxe différent : une hospitalité plus Légère. Plus Lumineuse. Dans un monde où il peut être difficile d'atteindre un sentiment de connexion plus profond, même en vacances, LUX* permet aux clients de s'évader de l'ordinaire. En imaginant des expériences exceptionnelles dans différents lieux - que ce soit sur la plage, en ville ou dans la nature, LUX* transforme le quotidien ordinaire en moments extraordinaires grâce à un service de qualité, des espaces contemporains et des expériences pensées pour la déconnexion et la détente, pour créer une vie extraordinaire.

À propos de CELEMI

Celemi est un fournisseur mondial de simulations d'entreprise et de solutions d'apprentissage expérientiel, aidant les organisations à améliorer leur performance, accompagner le changement et renforcer l'alignement. Grâce à un apprentissage engageant en équipe, Celemi développe l'acuité business, la pensée stratégique et les compétences pratiques immédiatement applicables au poste, renforçant ainsi le leadership et la

prise de décision à tous les niveaux. En simulant des environnements d'affaires réels, Celemi crée des expériences d'apprentissage pertinentes et à fort impact. Présent à l'international et disponible dans plus de 30 langues, Celemi déploie ses solutions en virtuel ou en présentiel, avec des programmes Train-the-Trainer et des parcours d'apprentissage sur mesure.



CONTACTS PRESSE

Agence GroupExpression :

Lola Taleb-Le Barillier | lola@groupeexpression.fr - + 33 6 51 08 52 90

Perrine Hauet | perrine@groupeexpression.fr - + 33 6 86 72 94 35