

Karim Soleilhavoup : "Une marque comme Logis doit être française et européenne"

mardi 30 janvier 2018 10:17

La Fédération Internationale des Logis affiche une volonté ferme de se déployer à l'international. Karim Soleilhavoup, le nouveau directeur général, nommé en juin dernier, revient sur les objectifs de la marque.

La Fédération internationale des Logis a augmenté de plus de 4 % son chiffre d'affaires 2017 par rapport à 2016 (130 millions d'€ de chiffre d'affaires pour 2017). Un chiffre en hausse qui s'explique notamment grâce à une centrale de réservation efficace (+ 17 % de réservation, la même progression que les OTA en basse et moyenne saison), une stratégie commerciale qui consiste à développer et à apporter du chiffre d'affaires en moyenne et basse saison, une incitation à la vente en direct et un accompagnement sur le terrain notamment afin de mettre en place les outils à la vente en direct avec l'hôtelier. La marque souhaite également axer sa communication sur le fait que si elle représente 2 200 hôtels en France et en Europe, elle comporte autant de restaurants. "Je veux créer le réflexe qu'à moins de 30 km, partout en France, il y a un restaurant Logis", insiste le nouveau directeur général, **Karim Soleilhavoup**. Retour sur le bilan 2017 et présentation des objectifs 2018.

L'Hôtellerie Restauration : Au moment de votre nomination - en juin dernier - vous avez exprimé une volonté forte d'ouvrir la marque Logis sur l'Europe. Qu'en est-il aujourd'hui ?

Karim Soleilhavoup : Nous avons déjà aujourd'hui une présence en Europe avec 200 établissements situés aux Pays Bas, en Allemagne, en Espagne, en Italie et au Luxembourg. À horizon 24 mois nous ciblons une centaine d'établissements dans chacun de ces pays-là. Une marque comme Logis doit être française et européenne, voire internationale. Notre ambition est claire : nous sommes une chaîne au service des indépendants, hôteliers et restaurateurs, en France et en Europe. Nous avons donc un plan de développement important sur l'Europe en 2018 soit hôtel par hôtel soit par des réseaux. Nous proposerons dès cette année un modèle de licence de marque pour l'international.

En 2017 des efforts ont été déployés sur l'accompagnement des professionnels avec le recrutement de conseillers logis. Quel bilan en tirez-vous ?

Nous tirons un bilan très positif de l'accompagnement que nous avons mis en place. Nos adhérents comprennent et voient le bénéfice au quotidien. Les conseillers logis les accompagnent essentiellement sur quatre plans : l'amélioration de la commercialisation de leur hôtel en direct, l'amélioration de la commercialisation via nos outils Logis (centrale de réservation, carte de fidélité, internet et bientôt avec l'application mobile) et dans l'optimisation de l'exploitation de l'établissement à travers leurs achats (comment mieux acheter) et la formation via la Logis Académie.

Des nouveautés pour 2018 ?

Nous sommes en train de développer un partenariat avec un réseau bancaire dans le but de faciliter l'accès aux prêts bancaires. Quand un professionnel vient voir sa banque pour un crédit pour rénover par exemple, les banques ne sont pas frileuses, elles veulent juste s'assurer que le professionnel prend les bonnes décisions. Dans le cadre de ce partenariat le conseiller Logis accompagnera l'hôtelier afin de structurer sa démarche et ses priorités. Afin de prévenir l'avenir il pourra également l'orienter vers des professionnels dans le cas de retraite, de transmission...

[#Logis](#)



Romy Carrere