

www.lhotellerie-restauration.fr

Pays : France

Dynamisme : 17



Page 1/1

[Visualiser l'article](#)

Auberge de Pays, by Logis : une marque prometteuse au service de la ruralité

visuel indisponible

Fabrice Galland, président de la FIL, nous dévoile ce nouveau concept qui sera développé en partenariat avec les municipalités. Auberge de Pays est une marque qui appartient aux Logis et qui recouvre désormais un concept d'auberge-boutique dédié aux communes de moins de 2000 habitants. « Avec l'Umih, qui plaide pour la création d'une 6ème catégorie d'ERP permettant d'alléger les contraintes pour les petits établissements situés en zone rurale, nous voulons apporter des solutions adaptées à la ruralité » explique **Fabrice Galland**, président de la Fédération Internationale des Logis, qui était présent début avril à Rodez pour les Assises de la ruralité organisées par le syndicat de la rue d'Anjou. L'objectif est bien de stopper l'hémorragie qui sévit. En 2016, plus de 8 150 cafés-hôtels-restaurants ont baissé le rideau, principalement en zone rurale. « Un certain nombre de maires veulent sauver le dernier commerce, mais pour y arriver, il faut un modèle économique viable, avec des salaires pour les exploitants et une compréhension de la vie local, en répondants aux besoins des villages ». Un lieu de vie sur-mesure, qui va bénéficier du savoir-faire et de la plateforme des services propre au réseau. « Auberge de Pays s'implantera dans un commune après un tour de table. L'établissement ne viendra pas concurrencer, mais compléter l'offre ou permettre aux habitants de retrouver des services proximité qui leur font défaut » comme le dépôt de pain, la livraison de colis, un espace de réunion ou encore un service traiteur. « Tout sera dépendra des besoins, sachant que l'établissement devra proposer un minimum de 3 services de proximité, en prenant compte aussi la valorisation du terroir. »

Autour de 9 chambres

Une partie restauration sera obligatoire. L'établissement fera naturellement hôtel, autour de 9 chambres, avec le petit-déjeuner inclus dans le prix de vente et un confort à l'image du réseau. « L'établissement devra être tendance et s'inspirer de la vie locale. La ruralité est moderne. Les notions bio, produits naturels, seront omniprésentes. L'Aubergiste devra également connaître l'environnement touristique, les événements locaux... » Mais la force du concept réside dans le tour de table prévu en amont de toute installation. Pour Fabrice Galland, il est essentiel que toutes les parties puissent avancer ensemble et dans une même direction. « Pour que ces commerces fonctionnent, il est important que les municipalités jouent le jeu. Et que les exploitants puissent vivre de leur travail. Le modèle économique doit être viable, avec une vue au moins à moyen terme. Il faut pouvoir se projeter pour que cela fonctionne et prendre en compte l'environnement, son potentiel ». Et côté Logis, sa plateforme de services, Logis incluse, avec sa centrale d'achats, son site internet, son appli mobile, ses formations à distance ou encore l'accompagnement commercial propre au réseau et sa connaissance du terrain, sont des atouts de taille.