



L'indipendenza di Logis: «Siamo l'alternativa a catene e Airbnb»



27 marzo 13:35 2018 da Adriana De Santis
Stampa questo articolo



«**R**imanete indipendenti, ma non restate soli! Perché a fianco dei vostri piccoli hotel ci siamo noi». È una esortazione appassionata quella di **Karim Soleilhavoup**, direttore generale della Fédération Nationale des **Logis de France**. Il manager è arrivato in Italia per annunciare gli obiettivi di espansione nel prossimo triennio della prima catena di hotel-ristoranti indipendenti d'Europa e la seconda catena indipendente a livello mondiale. Presente in otto Paesi d'Europa, **Logis** conta 2.200 stabilimenti (2.041 in Francia) per un totale di **42mila camere** e circa 2mila chef di fama (almeno 15 stellati Michelin).

In tempi di grandi catene e di un settore alberghiero insidiato dalla concorrenza dell'home sharing, c'è spazio per Logis?

«Il progetto tiene proprio conto di queste preoccupazioni e alle nuove sfide risponde con la nostra vocazione storica: difendere gli interessi degli albergatori e ristoratori indipendenti, fornendo loro gli strumenti per salvaguardare la propria autonomia e garantire la continuità della professione. Persone che interpretano e perpetuano le tradizioni e le specialità regionali, ciascuno con la propria identità, abilità, gusti e peculiarità. Che cos'è l'hotellerie in Europa se non "il piccolo è bello", un'esperienza non standardizzata che prevede rapporti diretti con il proprietario della struttura? Il ruolo della catena **Logis** è più importante che mai».

Quanto conta il turista straniero sul fatturato?

A parte la Francia con il suo 55%, la clientela estera contribuisce al fatturato della catena che ha chiuso il 2017 a 129.617.951 euro (in crescita del 4% rispetto all'anno precedente) con gli inglesi al 18% seguiti da tedeschi e belgi (6%), svizzeri e olandesi (3%) e gli italiani (1,5%)».

Cos'è il progetto Cap 2020?

«È uno slancio collettivo per espandere la cultura **Logis** a livello internazionale. Ci siamo prefissati 4 grandi opere da qui al 2020: rendere più redditizie le attività dei nostri soci, con servizi esclusivi come la centrale di prenotazione e d'acquisto, corsi di formazione. Poi, consolidare il programma di fidelizzazione con più generosità, accompagnare meglio i nostri soci nelle attività quotidiane tramite un consulente locale **Logis**. Vogliamo, infine, sviluppare il marchio imprenditoriale per attrarre talenti e accrescere le competenze dei dipendenti. Ultimo, ma non meno importante, vogliamo ampliare la catena con 400 strutture in Francia e 700 su scala europea, di cui un centinaio circa in Italia».

Iscriviti alla Newsletter

Registrati

WIND HOME
INFOSTRADA

FIBRA fino a 1000 Mb
100 GIGA OGNI MESE
per le tue SIM

SOLO ONLINE

22,90€

SCOPRI DI PIÙ

Entra su TravelID

Ultimi Contenuti

Webinar

Maddalena_Brunasti - 26/03/2018
TAVOLE A TAVOLA : evento e soggiorno a tema
Nel week-end di sabato e domenica 7-8 APRILE 2018 / Anno del Cibo Italiano si svolge la ma... [Continua >](#)

antonelladantonio - 25/03/2018
Travel Experience - Tour America dell'Est
Travel Experience - Tour America

Quando comincerà la campagna d'Italia?

«È già iniziata. Dagli hotel italiani stiamo ricevendo una richiesta d'interesse a settimana. Per aumentare i 18 hotel attualmente affiliati guarderemo alle località turistiche, privilegiando dapprima il Nord Italia, dove già ora i nostri clienti arrivano in auto, pensiamo a Toscana, Liguria, Veneto. Poi punteremo al Sud, raggiungibile in aereo. Abbiamo intenzione di sviluppare le presenze in città, non solo in provincia, anche per accogliere la clientela d'affari che è in aumento. L'anno scorso, per esempio, il programma di fidelizzazione O'Logisha registrato un milione di pernottamenti internazionali».

Quali sono le strategie di penetrazione nel mercato?

«Un consulente Logis sarà sul territorio ogni mese per visitare le strutture, che intendiamo acquisire una a una, concludendo anche partnership con piccole catene, di 20-30 hotel. Una volta creata la domanda locale, penseremo magari ad accordi con tour operator e a partecipazioni alle fiere di settore. Per la commercializzazione poi c'è il sito www.logishotels.com (6 milioni di visitatori, ndr) sia per la clientela turistica che per i viaggi d'affari, da giugno anche con app, con consigli personalizzati per programmare ancora più facilmente il viaggio e smaterializzare il programma fedeltà».

Altri obiettivi?

«Dobbiamo far conoscere meglio la nostra accoglienza calorosa e personalizzata, che promette un'immersione locale per i clienti e la completa libertà per il ristoratore-albergatore nella propria gestione dei servizi e del menu per non alterare il fascino né l'individualità del luogo e della regione. Quello che unisce tutti i nostri stabilimenti (in media di 20-30 camere) è il sistema di classificazione. Per gli hotel si utilizzano da 1 a 4 camini, Logis di Eccezione è dedicata alla categoria di alta gamma. Per i ristoranti, invece, si va da 1 a 4 marmitte o Table Distinguée per le specialità locali. Nel 2017, con il patrocinio di Gilles Goujon, chef tre stelle Michelin, abbiamo eletto 60 Table Distinguée e 19 ristoranti a 4 marmitte».

Quanto costerà aderire a Logis?

«Poco, anche meno che in Francia. In Italia oggi la quota annua d'adesione è di 865 euro per un albergo di dieci camere e 1995 euro per uno di trenta. Quando raggiungeremo gli 80-100 hotel le quote si abbasseranno rispettivamente a 745 e 1635 euro. Anche le commissioni della centrale di prenotazione sono le meno care sul mercato. Oltretutto, l'85% delle fee vengono reinvestite localmente».

Nel 2016 avete lanciato due nuovi marchi: Maison by Logis, per ville o case rurali in affitto, e Insolite by Logis per alloggi in bolle, roulotte, capanne...

«Vanno molto bene. Insolite è un'esperienza diversa proposta ai clienti Logis, nel segno del turismo sostenibile. Sono una ventina, tutti in Francia: una roulotte stile far west circondata dai vigneti nei Paesi della Loira, una capanna su palafitte in un piccolo villaggio rurale nei Paesi Baschi, con centro benessere e piscina riscaldata, lo chalet sull'albero nel cuore di un parco immenso con castello, in Franca Contea. Spesso la clientela è locale, viene nel weekend dai centri vicini. È una prova inconfutabile della nostra partecipazione alla vivacità delle zone rurali».

Articolo "taggato" come:

Karim Soleilhavoup Logis

Categorie

Ospitalità Zoom

L'Autore



Adriana De Santis

[Guarda altri articoli >](#)

Nella stessa categoria



Torna la tassa Airbnb: cedolare secca al 21%



Festa Vip per i 60 anni del Gruppo Falkensteiner

Travelers' Choice Hotel Awards:
Tripadvisor premia l'Italia 162 volte

dell'Est... [Continua >](#)

[antonelladantonio](#) - 23/03/2018
Honeymoons Experience - New York & Polinesia Discovery
Honeymoons Experience - New York & Polinesia Discovery... [Continua >](#)

[antonelladantonio](#) - 22/03/2018
Travel Experience - New York
Travel Experience - New York... [Continua >](#)

[antonelladantonio](#) - 21/03/2018
Honeymoons Experience - Polinesia Discovery
Honeymoons Experience - Polinesia Discovery... [Continua >](#)

I più letti della Settimana

- 1 Alitalia, operazione trade: «Ci rifiutiamo di perdere»
- 2 Valtur e il mistero del fondo di garanzia
- 3 Valtur, l'interesse di Patané per i villaggi di Sicilia e Sardegna
- 4 Il gioco d'anticipo del Mare Italia
- 5 Viaggi di nozze, cosa vogliono i clienti
- 6 Studio di settore per t.o. e adv: tutte le novità
- 7 Air Cairo volerà Malpensa-Borg El Arab dal 29 aprile
- 8 Fiavet, rispunta l'ipotesi della casa comune con Fto
- 9 Gardaland adesso guarda a India e Cina
- 10 Bmt 2018, consulta l'elenco espositori

Facebook

Twitter



L'Agenzia di Viaggi magazine
17 minuti fa

Decollano i voli Joon (Air France) per Parigi con tariffe light da 99 euro a/r.

Siamo spiacenti, ma il browser che stai utilizzando non è al momento supportato. Disqus supporta attivamente i