

Economia & Finanza con Bloomberg

HOME

MACROECONOMIA

IMPRESA ITALIA

Storie, fatti, numeri di un Paese che sfida la crisi. Ecco chi sono i protagonisti del made in Italy che investono e crescono in un mercato sempre più competitivo



HOME | MERCATI | FOOD | DESIGN | TURISMO | MANIFATTURA | **DIRITTI E CONSUMI** | TECNOLOGIA | ARCHIVIO

AFFARI&FINANZA

CERCA

# Alberghi, Logis punta sull'Italia: "Obiettivo 100 strutture entro il 2020"

DIRITTI E CONSUMI

INSERVA

CALCOLATORI

GLOSSARIO

LISTINO

IMPRESA ITALIA

Il rapporto sui consumi è un'iniziativa di Affari & Finanza in collaborazione con Intesa Sanpaolo



INTESA SANPAOLO

*Il gruppo francese mira al Belpaese, nel segmento delle piccole strutture sotto le 50 stanze con ristoranti tipici*

PORTAFOGLIO

26 Marzo 2018

Karim Soleilhavoup, Direttore Generale di Logis Hotel, spiega la strategia del gruppo per l'Italia e mette a fuoco il nuovo modello economico che sta alla base del progetto di espansione. Al momento, in Italia le strutture Logis sono 18, situate soprattutto in Toscana e Valle d'Aosta. "Il nostro obiettivo è però raggiungere la soglia di 100 strutture associate entro il 2020, nel segmento degli hotel tra le 10

AFFARI&FINANZA

A cura di Luigi Gia e Paola Jadeluca

**Hanno collaborato**  
Stefania Aoi, Raffaele Ricciardi, Maurizio Bogni, Adriano Bonafede, Patrizia Capua, Stefano Carli, Domenico Castellaneta, Vito de Ceglia, Luigi Dell'Olio, Silvano Di Meo, Sibilla Di Palma, Giuseppe Ferrazza, Marco Frojo, Andrea Frollà, Walter Galbiati, Mariano Mangia, Enrico Miele, Eugenio Occorsio, Gloria Riva

**Segreteria Affari&Finanza**  
Stefano Fiori telefono 0649822539  
e-mail stefano.fiori@repubblica.it  
segreteria\_affari\_finanza@repubblica.it

Tweets by RepubblicaAF



e le 50 stanze", spiega il manager.

#### **Su cosa investirete per questa espansione?**

Logis ha scelto di sviluppare una strategia apposita, un modello economico internazionale, basato sulla licenza di marchio, e dispone di personale dedicato allo sviluppo del mercato italiano. Inoltre, siamo pronti a investire nella crescita delle strutture che scelgono di associarsi a Logis, investendo l'85% delle quote

associative in marketing locale, nei Paesi in cui verranno raggiunte le 120 strutture associate.

#### **Come funziona il processo di affiliazione al vostro gruppo: quali i costi e gli standard richiesti?**

Per ottenere il nostro marchio, è necessario essere in possesso di 5 requisiti fondamentali:

1. Qualità certificata da un giudizio superiore o uguale a 8 su Booking, Zoover, etc... e il 60 % delle pietanze "fatte in casa";
2. I servizi dovranno comprendere almeno: una buona connessione wifi gratuita e colazione a base di prodotti freschi e locali;
3. Possibilità di prenotare in tutto l'arco dell'anno, con prezzi specificati;
4. Adesione al programma di fidelizzazione O'Logis (comunicazione, distribuzione card, etc);
5. Promozione del brand Logis (targa all'ingresso, visibilità nell'area ricevimento e nelle camere...). Ci sono poi altri due servizi opzionali: sistema di prenotazioni incluso nella quota associativa tramite extranet o interfaccia, se compatibile; accesso alla centrale d'acquisto, a seconda degli accordi. Il procedimento d'adesione verrà semplificato, e si potrà svolgere direttamente su internet. Il nostro modello è conveniente, perché gli albergatori mantengono tutta la loro indipendenza, ma possono comunque avere l'appoggio di una rete internazionale: indipendenti, non soli! Basti pensare alle quote associative, che sono davvero economiche. Ad oggi, un hotel di meno di 10 stanze, paga infatti 865 euro all'anno, un hotel di 30 stanze 1995 euro all'anno. Se verranno raggiunti gli obiettivi del 2020, un hotel di meno di 10 stanze pagherebbe 715 euro all'anno, mentre un hotel di 30 stanze pagherebbe 1545 Euro all'anno.

#### **Quali vantaggi offrite a chi entra nella vostra rete?**

La licenza di marchio Logis offre diversi vantaggi ad un albergatore indipendente, tra cui: l'appoggio di un channel manager gratuitamente; il nome di una catena molto conosciuta, forte di 70 anni di esperienza nel settore alberghiero e della ristorazione; visibilità a livello europeo, con una guida a tiratura 400 000 copie e il sito internet [logishotels.com](http://logishotels.com), che attira quasi 4 milioni di utenti unici all'anno; clientela internazionale: 55% di clienti francesi e 45% di clienti internazionali, provenienti da UK, Belgio, grazie al programma di fidelizzazione O'Logis; un modello virtuoso: più numerosi sono gli hotel che si associano, più diminuisce la quota associativa, e più cresce la cifra reinvestita in marketing locale (fino all'85% a partire da 120 hotel associati); una filosofia che mette al centro del brand l'albergatore perché il fattore umano è la ricchezza più importante; supporto a livello di comunicazione e PR, che sottolinea l'ingresso delle nuove strutture. Tra gli obiettivi che ci proponiamo, c'è chiaramente la volontà di difendere la categoria degli albergatori e dei ristoratori indipendenti, mentre, d'altro canto, puntiamo anche alla loro crescita economica.

#### **Ci spieghi meglio le caratteristiche degli hotel ai quali puntate.**

Logis punta a coinvolgere hotel di 50 stanze, massimo, perché l'indipendenza e l'unicità di queste strutture è un plus, per noi. In queste strutture, il proprietario accoglie i propri clienti, e il servizio è personalizzato e familiare. Riguardo il target consumatori, invece, ci rivolgiamo a una clientela che si sposta in auto alla scoperta dell'Italia, ma anche ad una clientela business, che viaggia per lavoro.

### **Ci sono aree geografiche d'Italia alle quali guardate con maggiore interesse?**

In questa prima fase, le regioni in cui miriamo a crescere maggiormente sono Toscana, Liguria, Piemonte e Veneto.

### **Che prospettive vede per il mercato turistico italiano?**

Vediamo in Italia un mercato di piccoli hotel con ristorante di charme, che saranno al centro della concorrenza del mondo degli affitti. Per questo, Logis vuole offrire a queste realtà la visibilità e la possibilità di usufruire dei servizi che un network come Logis può garantire.

### **Su quali elementi farete leva per vendere il "viaggio in Italia" ai clienti esteri?**

Certamente Logis si propone di aumentare gradualmente i soggiorni presso le strutture associate, attraverso una diversificazione costante dell'offerta. Questo è possibile, tra l'altro, proprio grazie all'unicità e alla varietà delle strutture che entrano a far parte del network, che sono molto spesso legate a doppio filo con i tesori del territorio, e che ne esaltano quindi autenticità e caratteristiche regionali, anche dal punto di vista enogastronomico e dei prodotti tipici, che sono uno dei requisiti fondamentali per Logis. L'80% dei nostri clienti proviene da Francia, Belgio e UK, e la qualità dei servizi di ristorazione e hotellerie tipici può essere certamente un fattore vincente.

### **Siete preoccupati per l'incertezza politica italiana?**

No, siamo concentrati sullo sviluppo del segmento dei piccoli e medi hotel.

### **Fate affidamento al giudizio espresso sulle piattaforme del web per valutare la qualità delle strutture che chiedono l'affiliazione. Non temete possano essere giudizi fasulli?**

Certamente alcuni commenti possono essere ingiusti o anche falsi, ma se una struttura è realmente apprezzata, ci saranno soprattutto commenti positivi. Se esistono critiche ingiuste e/o eccessive, nella media in ogni caso si appiattiscono. Ad oggi, poi, i consumatori ormai hanno un filtro, e sono in grado di razionalizzare e contestualizzare ciò che leggono su internet.

### **Airbnb e compagnia: sono una risorsa o una minaccia per l'industria alberghiera tradizionale?**

Probabilmente Airbnb è un'opportunità, perché è un changemaker, che ha interpretato un nuovo trend e può ispirare gli albergatori, spingendoli a cogliere le nuove tendenze del mercato. Inoltre, sta spingendo alcuni player come Expedia e Booking ad abbassare le commissioni per gli albergatori. Una minaccia potrebbe invece essere legata al fatto che sono strumenti che danno visibilità a soluzioni non professionali. Per questo, Logis punta a dare spazio e promuovere i piccoli albergatori professionali, con il loro stile unico e inconfondibile.

---

Logis Alberghi hotel Turismo

© Riproduzione riservata

26 Marzo 2018