



Hôtellerie. Les Logis à la conquête des villes

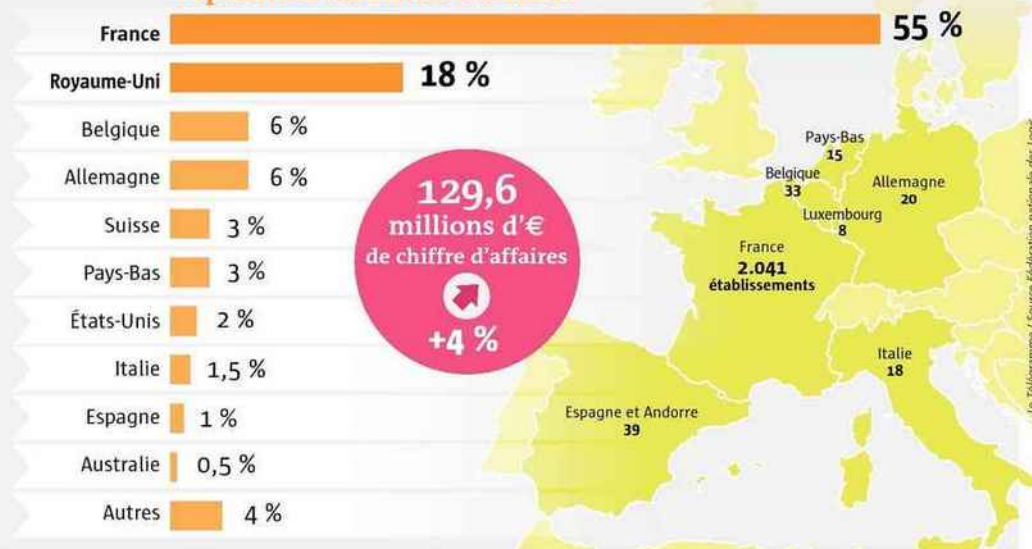
Propos recueillis par
Frédérique Le Gall

Créée en 1948 en Auvergne pour lutter contre la désertification rurale, la chaîne Logis, qui compte 123 hôtels en Bretagne, se lance à la conquête des villes. Entretien avec Karim Soleilhavoup, directeur général de la Fédération internationale des Logis.

Le réseau Logis



Répartition du chiffre d'affaires



> On ne dit plus « logis de France » mais « Logis » tout court. Pourquoi ?

Oui, en effet, notre réseau, qui va fêter ses 70 ans, a changé de nom en 2009 parce que, depuis plusieurs années, il se développe en Europe. En nombre d'établissements, nous sommes la première chaîne européenne d'hôteliers indépendants et la deuxième au monde puisque nous soutenons 2 250 partenaires adhérents dont 2 000 en France et 250 dans

l'Union. Nous totalisons 42 000 chambres. Nous sommes présents dans huit pays. En Bretagne, 13 % des hôtels sont des Logis avec un pic dans le Finistère où ce chiffre est de 16 % avec 43 hôtels.

> Qu'est-ce qui vous distingue des autres chaînes hôtelières ?

Nous ne sommes pas une franchise. Notre vocation est de défendre les intérêts des hôteliers-restaurateurs indépendants. Quand un hôtelier

rejoint notre réseau, il reste indépendant mais il n'est plus seul. Les Logis disposent en général de moins de 50 chambres et comptent en moyenne entre 20 et 35 chambres. Le maillage des Logis est très dense dans les territoires ruraux.

En revanche, la chaîne est peu présente dans les zones urbaines. Centrale de réservation, elle a pour mission de trouver des clients, développer la notoriété de la marque. Elle propose également aux adhérents un program-

me de fidélité qui permet de développer une clientèle hors saison. Elle crée du lien entre hôteliers et apporte de la formation. Logis, c'est enfin une centrale d'achats. Comme elle négocie pour 42 000 chambres, elle permet aux hôteliers indépendants de faire des économies de l'ordre de 15 à 30 % sur les tarifs des fournisseurs. Mais nos adhérents restent toujours libres du choix de leurs draps ou de la qualité de leurs serviettes éponges. On ne leur impose pas des fournisseurs.

**> Quels sont vos projets en Bretagne ?**

En Bretagne, comme sur tout le territoire, Logis veut se développer dans les zones urbaines. On a une belle clientèle d'affaires, de commerciaux, de représentants, de techniciens de maintenance qui cherchent des hôtels en centre-ville pour y passer deux à trois nuits par semaine en moyenne et basse saison. Mais ils n'en trouvent pas ou peu.

On aimerait avoir des établissements dans des villes comme Lorient, Vannes, Brest, Quimper, Saint-Brieuc, Saint-Malo, Fougères... On cherche aussi à développer une clientèle familiale. Dans chaque Logis, il y a au moins une chambre pour les familles avec au minimum quatre lits.

Par ailleurs, nous allons nous rapprocher des écoles hôtelières car la grosse difficulté pour nos hôtels c'est de recruter du personnel. Les besoins sont énormes et ils ne sont pas pourvus. On recherche des serveurs, des commis de cuisine, des équipes pour s'occuper des chambres, de la réception.

Actuellement, nos 123 hôtels bretons emploient 1 150 salariés. Les logis sont souvent les premiers employeurs du secteur hôtelier dans les zones rurales.

> Souffrez-vous de la concurrence d'Airbnb ?

Oui. Ce que j'appelle le Blablacar de l'hôtellerie crée une concurrence déloyale mais son impact reste difficile à mesurer. Les hôteliers ont des obligations auxquelles ne sont pas soumis les particuliers et qui coûtent très cher : mises aux normes, sécurité incendie, obligations d'accessibilité. Pour les particuliers, c'est un moyen de se faire un revenu complémentaire sans contrainte et sans impôt.