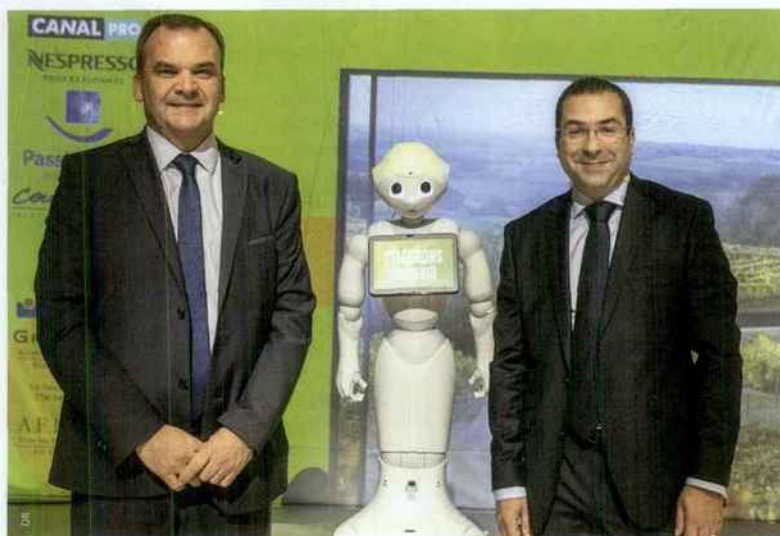




## Entretien

### Fabrice Galland président de la FIL (Fédération Internationale des Logis) et Karim Soleilhavoup directeur général



« Logis pour un monde plus local ». Les adhérents Logis œuvrent au quotidien en faveur de ce monde local, que ce soit par la création et le maintien de l'emploi ou la formation et la transmission des savoir-faire à travers l'ensemble des producteurs locaux et des artisans. Nous avons également lancé le concept Auberge de Pays qui correspond à une version revisitée de l'hébergement en espace rural, dans les villages de moins de 3 000 habitants. Nous répondons ainsi à une logique d'hébergement et de restauration mais surtout de services de proximité aux habitants. Un concept qui permet de recréer du lien social en espace rural et qui répond aux attentes de la clientèle française et internationale. Ainsi, les chambres disposent d'équipements

### Logis prend un nouveau cap pour ses 70 ans

Refonte de la segmentation, nouveau positionnement basé sur un engagement local, communication autour du cyclisme... de nombreuses orientations ont été annoncées lors du congrès de la FIL qui fêtait alors ses 70 ans (lire page 22). Focus sur ces développements avec Fabrice Galland, président de la FIL (Fédération Internationale des Logis) et Karim Soleilhavoup, DG.

#### OUTRE LE CONGRÈS, QUELS ONT ÉTÉ LES ÉLÉMENTS MARQUANTS DE L'ANNÉE 2018 POUR LOGIS ?

Fabrice Galland – Tout d'abord, notre rapprochement avec Citotel qui a été annoncé sur EquipHotel. Nous sommes complémentaires, Citotel est constitué d'hôteliers indépendants notamment implantés en ville, alors que Logis est plutôt positionné sur les territoires à la campagne. Nous partageons les mêmes valeurs d'indépendance des propriétaires. Par ailleurs, nous avons développé nos partenariats avec les fournisseurs, en passant d'une centrale de référencement à une centrale d'achat. Nous allons faire bénéficier aux adhérents de Citotel de l'expertise de notre centrale d'achat Logis afin d'avoir les meilleurs prix pour tous grâce aux partenariats signés auprès de nos fournisseurs.

Karim Soleilhavoup – Parmi les éléments marquants, le nouveau programme de fidélité lancé au 1<sup>er</sup> juin, qui est ouvert désormais à partir du premier euro dépensé dans les hôtels et restaurants Logis. Avec 200 000 porteurs, il a généré un chiffre d'affaires de 71,3 millions d'euros en 2018 (+3,9 % par rapport à 2017). Le chiffre d'affaires provenant de la centrale de réservations progresse quant à lui de près de 16 %, à 59,3 millions d'euros.

Le lancement de l'appli mobile Logis début juillet 2018 a contribué au développement de l'activité. Plus de 25 000 téléchargements ont d'ores et déjà été enregistrés. Une appli qui a aussi permis de digitaliser le programme de fidélisation et d'en simplifier l'utilisation. Par ailleurs, forts de nos racines, nous avons repositionné la marque avec l'accroche

“  
Avec Auberge de pays, nous répondons à une logique d'hébergement et de restauration mais surtout de services de proximité aux habitants  
”

spécifiques tels que les machines à café à dosette, de cheminée d'ambiance. Ce n'est pas seulement une marque que nous apportons mais un accompagnement avec nos conseillers et des services tels que la centrale d'achat. L'idée est que cette approche plaise aux clients et que le modèle économique soit viable. Une ou plusieurs Auberges de Pays seront mises en place dans le courant du premier semestre 2019.

#### QUELS SONT LES PROFILS DES PORTEURS DE PROJET AUBERGE DE PAYS ?

Karim Soleilhavoup – Une quarantaine de projets étaient identifiés mi-décembre 2018. Nous observons notamment deux profils : soit des projets qui sont intégralement



## Repères

- ❑ 2 200 hôtels dont 200 à l'international (Italie, Belgique, Luxembourg, Allemagne, Espagne, Andorre, Portugal, Pays-Bas)
- ❑ Nombre de chambres : 42 000, soit 20 chambres par hôtel en moyenne
- ❑ 1 800 établissements avec restaurant
- ❑ 85 hôtels ont rejoint Logis en 2018 (45 en net)
- ❑ Nouvelle segmentation en 2020 favorisant la notion d'expérience : 4 segments pour l'hébergement : « Logis Initial », « Logis Cosy », « Logis Elegance », « Logis d'Exception » ; 5 pour la restauration : Table de Terroir, Table Gourmande, Table Savoureuse, Table Distinguée et Table d'Exception
- ❑ Chiffre d'affaires Logis 2018 : 140,70 M€, en hausse de 8,55 %
- ❑ 50 collaborateurs au siège à Paris, 23 sur le terrain
- ❑ 85 fournisseurs référencés pour la centrale d'achat
- ❑ Guide Logis édité à 350 000 exemplaires, 50 000 pour L'Exception Logis
- ❑ Coût d'adhésion : 637 euros. Exemple de cotisation annuelle pour un hôtel de 25 chambres : 4 015 euros HT (5 451 euros pour un Logis d'Exception)
- ❑ Taux de commission des réservations via la plateforme Logis : 8 % pour les nuitées et petit déjeuner

portés par des municipalités ou des communautés de communes, soit des partenariats public-privé, avec par exemple, la commune qui fournit un local à un gérant locataire. Nous avons également quelques porteurs privés, souvent des propriétaires de maison d'hôtes, de gîte,

qui veulent aller plus loin et s'ancrer dans la vie locale en apportant des services aux habitants.



## QU'EST-CE QUI VOUS A CONDUITS À METTRE EN PLACE LA NOUVELLE SEGMENTATION ?

Fabrice Galland – Si auparavant, nous parlions de classement, désormais, il est question de segmentation. Les référentiels ont été communiqués aux hôteliers en décembre dernier et nous prévoyons que ce nouveau dispositif soit opérationnel pour 2020.

Karim Soleilhavoup – 2019 sera la dernière année avec un classement en « cheminées » et « cocottes ». Cette approche qui revient à classer les établissements peut conduire à des effets pervers et en pénaliser certains. De plus, nous observons parfois une « course à l'armement » de certains établissements alors que leur positionnement n'est pas en phase avec le marché. Auparavant, la classification était établie à partir d'audits qui comportaient un côté sanction. Désormais, chaque adhérent réfléchit

## Le point de vue de Fabrice Galland et Karim Soleilhavoup sur le marché

**Le Conseil constitutionnel a censuré le 15 novembre, un article de la loi Elan visant à rétablir les pré-enseignes dans les communes de moins de 10 000 habitants. Quelle est votre réaction ?**

Fabrice Galland – L'Umih – dont je suis membre du directoire – a redemandé que les pré-enseignes reviennent le plus rapidement possible car l'article censuré ne correspond pas à l'esprit de la loi. Cela nous a conduits à indiquer aux hôteliers de ne surtout pas les retirer. Cette tolérance est vitale pour la survie d'un territoire. Pour ceux qui les ont enlevées, les dégâts sont là, occasionnant une nette baisse de chiffre d'affaires et licenciement de personnel. Avec l'appui du député Richard Ramos, nous poursuivons ce combat.

**Quid de l'impact des dernières manifestations des « gilets jaunes » sur l'activité des hôteliers ?**

Fabrice Galland – L'impact économique est inquiétant pour l'avenir, en sachant que ces images d'émeutes ont circulé

partout à l'étranger. Chez Logis, 50 % de notre clientèle est internationale. Néanmoins, le mouvement a davantage touché les villes que les campagnes, avec de nombreuses annulations pour les fêtes de fin d'année.

**À quoi ressemblera la chaîne hôtelière de demain ?**

Karim Soleilhavoup – C'est celle qui permettra de laisser libre cours à l'esprit d'initiative et à la liberté d'entreprendre. Les modèles très structurés, coercitifs avec des durées d'engagements longues ne répondent plus à la demande des chefs d'entreprise et notamment des nouvelles générations. Nous devons convaincre l'hôtelier que nous lui apportons les bons services et conseils, sans quoi il est libre de partir à la fin de l'année.

Fabrice Galland – Rester seul constitue une grave erreur car si certains indépendants pensent qu'ils peuvent se reposer uniquement sur les OTAs, ils perdent de vue la valeur de leur fonds de commerce. Notre objectif est d'être plus forts ensemble alors que l'environnement est de plus en plus chahuté.



## UN CONGRÈS RICHE EN ÉVÉNEMENTS

Retour sur le congrès Logis qui s'est déroulé fin novembre 2018 à Bordeaux lors duquel ont été annoncées les nouvelles orientations.



Fédération Internationale des Logis a réuni pas moins de 600 participants et 60 fournisseurs lors de son dernier congrès qui s'est déroulé à Bordeaux. Deux journées de convivialité, riches en émotions, qui ont permis de rendre compte du chemin déjà parcouru et d'aborder les projets pour moderniser la chaîne volontaire tout en préservant son esprit au service des indépendants.

Une large place a été accordée aux fournisseurs avec notamment un village dédié qui a permis de mettre en avant les nouveautés produits dans les CHR. « Nous apportons des solutions d'aide à la rénovation d'un hôtel. Par exemple, se faire accompagner par un architecte designer n'est pas forcément aussi onéreux qu'on peut le penser et cela permet de mieux structurer son projet et le rendre plus adapté à la demande des consommateurs. Autre exemple, il est possible d'installer une douche connectée en moins de trois heures. Un délai appréciable quand on sait que pendant ces travaux la chambre ne peut pas être utilisée et occasionne alors forcément une perte d'exploitation. Nous voulons faire passer le message que les rénovations et l'intégration des nouvelles technologies sont essentielles ! Nous apportons des prix négociés mais aussi des éléments d'innovations », détaille Karim Soleihavoup. « Le but est de montrer que tout en étant indépendant, il est important de se regrouper pour acheter au meilleur prix », complète Fabrice Galland. Des réductions qui atteignent en moyenne 30 % et peuvent aller jusqu'à 50 % notamment pour la literie.

### Une nouvelle marque, l'Exception Logis

Un dîner de gala au Château Laffite à Yvrac a permis de clôturer la première journée en toute convivialité et de présenter le nouveau millésime des Tables Distinguées et Tables d'Exception et la marque haut de gamme L'Exception Logis. Cette nouvelle marque met en avant des lieux avec une histoire et une vraie singularité. Dans son guide 2019, la chaîne volontaire compte une seule Table d'Exception, l'Auberge du Vieux Puits de Gilles Goujon dans l'Aude (3 étoiles au guide Michelin), 70 tables « Distinguées » et une trentaine d'hôtels. La nouvelle marque concerne également les plus beaux spas de la chaîne. « Logis compte de très beaux spas et établissements qui ne sont pas toujours assez valorisés

et qui tirent notre marque sur le premium et la modernité. Cette marque L'Exception Logis, qui met à l'honneur les chefs et les propriétaires, permet d'y remédier. L'humain est au cœur de cette approche car ce sont eux, ces artisans d'exception, qui créent l'atmosphère d'un établissement et le côté atypique d'une table », ajoute Karim Soleihavoup. Le deuxième jour du congrès a été consacré aux nouvelles orientations de Logis avec la présentation des nouveaux concepts tels que Auberge de Pays, l'Exception Logis et la nouvelle segmentation qui sera opérationnelle à partir de 2020.

### De nombreux prix décernés

De nombreux prix et récompenses ont ponctué ces deux journées. Tout d'abord, le Prix du Meilleur Hôtelier Digital Logis en partenariat avec Fiducial Informatique, a marqué l'ouverture du village fournisseurs. Il a été attribué à trois établissements, Samuel Ducrocq - Eliotel à Peschadoires (63); Franck Andrzejewski - Eden Lac à Savine le Lac (05); Vincent Fages - Auberge des Montagnes Pailherols (15). Autre événement marquant du congrès, le vote par les adhérents de la start-up la plus innovante dans le cadre des « Start-up Days » organisés par Logis (lire *Industrie Hôtelière* novembre 2018, n° 711, page 43). C'est la société Badakan qui a décroché la première place avec sa solution de recrutement des extras. Une plateforme qui permet aux professionnels des CHR de sélectionner rapidement des profils adaptés. « C'est important d'accompagner les start-up. Le digital va profondément transformer la manière de travailler des hôteliers et va contribuer à soutenir leur activité. Les start-up permettent aussi d'insuffler une flexibilité en utilisant la data », indique Karim Soleihavoup. Autre prix, celui du « jeune repreneur » décerné à l'Auberge le Centre-Poitou dans la Vienne. « Les propriétaires d'hôtel adhérents à Logis le sont souvent depuis plusieurs générations. Cela nous a conduits à mettre en place le trophée du jeune repreneur », souligne Fabrice Galland. D'autres établissements ont été récompensés lors de ces journées, l'hôtel le Fontarabie en Vendée (prix catégorie Achats), l'Écu de France dans le Loiret (catégorie Fidélisation), l'Auberge du Lac Genin dans l'Ain (catégorie Satisfaction client) ainsi que l'Hôtel de la Baie dans le Pas-de-Calais (catégorie Formation).





à l'expérience qu'il veut faire vivre à ses clients, tout en étant accompagné par un conseiller Logis. Cette approche permet de vérifier la cohérence avec le marché et si besoin d'élaborer un plan d'action pour parvenir au positionnement souhaité.

### **VOUS AVEZ MIS EN PLACE EN 2016 UNE NOUVELLE APPROCHE AVEC LES CONSEILLERS LOGIS SUR LE TERRAIN, QUELS SONT LES RETOURS ?**

Fabrice Galland – Ces 23 conseillers constituent la courroie de transmission permanente avec Logis. Un accompagnement qui est apprécié des hôteliers, comme en témoigne leur taux de satisfaction qui atteint 98 %. Suite aux remontées terrain, nous avons mis en place différentes initiatives telles que le réseau de partenaires qui fait aussi office de comité d'entreprise, accessible à tous les propriétaires et salariés des hôtels.

Karim Soleilhavoup – Quelque 6 000 rendez-vous physiques ont été organisés du 1<sup>er</sup> janvier au 30 novembre par ces conseillers. Ils interviennent sur toute l'exploitation – commercialisation, distribution... –, ainsi que sur la partie technique avec le site Internet, le PMS, la politique tarifaire. Le conseiller propose des services adaptés aux besoins de chaque hôtelier comme la centrale d'achat, la Logis Académie pour la formation.

### **EN QUOI CONSISTE PRÉCISÉMENT LE PLAN DE COMMUNICATION QUI SERA DÉPLOYÉ EN 2019 ?**

Karim Soleilhavoup – Nous étions notamment présents à la TV. Nous avons choisi d'être plus tactiques et précis dans notre dispositif de communication. Nous avons ainsi annoncé un nouveau plan autour du cyclisme. Logis sera le fournisseur officiel du Tour de France en 2019 avec un dispositif caravane qui nous ressemble car il va au contact des gens, en lien avec la générosité,

le plaisir, la fête. Nous avons également mis en place un partenariat avec la Fédération française de cyclisme, le vélo étant une thématique très forte chez nous en lien avec notre politique RSE. Dans le cadre des courses en amateurs, les hôtels Logis apporteront des prestations adaptées aux sportifs pour le petit déjeuner, déjeuner...

### **QUELS SONT VOS AUTRES PROJETS ?**

Karim Soleilhavoup – Nous allons nous développer en Allemagne dans le cadre de notre rapprochement avec Citotel qui compte déjà plusieurs établissements dans le pays. Nous avons également des projets dans deux autres pays européens. Fabrice Galland – L'idée est de fédérer les hôteliers indépendants non pas avec les mêmes services car les attentes sont différentes, mais en apportant notre certification Logis et notre image de qualité.

*Propos recueillis par Nathalie Foulon* ■