

www.lhotellerie-restauration.fr

Pays : France

Dynamisme : 9



Page 1/3

[Visualiser l'article](#)

Karim Solheilavoup : "La santé, la sécurité et le bien-être au travail sont des points fondamentaux pour Logis Hotels"

Le directeur général du réseau d'indépendants fait le point sur le nouveau programme de fidélité Etik, détaille les engagements en matière de responsabilité sociale et environnementale ainsi que le nouveau référentiel permettant aux hôteliers de gagner en modernité.



© Logis Hotels

Le Domaine de Chalvêches à Faugères, l'un des nouveaux établissements du groupe.

L'Hôtellerie Restauration : Les Logis affichent de très bons résultats pour l'année 2019...

Karim Solheilavoup : En effet, nous enregistrons un chiffre d'affaires à + 7 % en 2019, malgré une fin d'année compliquée. On note une croissance des réservations en direct deux fois plus rapide que celle des OTA. C'est la preuve qu'une chaîne volontaire peut développer ce segment pour ses adhérents. Nous en avons intégré 197 nouveaux l'année dernière. Là encore, c'est une preuve de l'attractivité de Logis auprès des indépendants. Enfin, nous avons 46 000 nouveaux porteurs de la carte Etik [la nouvelle carte de fidélité, NDLR].

Quel a été l'impact des grèves au sein de votre réseau ?

www.lhotellerie-restauration.fr
Pays : France
Dynamisme : 9



[Visualiser l'article](#)

Tous les hôtels urbains et périurbains ont subi la grève, notamment à Nantes, Angers, Lyon, Lille, Toulouse... Sur la semaine du 5 au 12 décembre, nous avons enregistré une hausse des annulations de séjour de 62 %, par rapport à 2018, qui était déjà une mauvaise année. Nous avons constaté un impact aussi bien en semaine que pour le week-end.

Il est très important de comprendre aussi qu'en fin d'année dernière, les trésoreries affaiblies en raison des blocages [causés par les manifestations de Gilets jaunes] ont amené les professionnels à solliciter des demandes d'aide. Aujourd'hui, ils sont contraints de rembourser les aides perçues alors qu'ils sont encore dans une période où ils ont besoin d'aide. Mais les banques ne suivent plus. Nous nous demandons, au sein des Logis, pourquoi les mesures d'aides existant à Paris ne sont pas appliquées aux régions.

Vous vous êtes engagés dans des démarches de responsabilité sociétale et environnementale. Vous pouvez nous en dire plus ?

En effet, depuis septembre dernier nous avons créé un nouveau comité RSE, composé d'une quinzaine d'hôteliers, familiers ou non avec cette notion. Le but, c'est d'amener de la cohérence et, toujours dans l'esprit d'un monde plus local, de prouver que nous avons un réel impact sur nos territoires : favoriser des emplois et des fournisseurs locaux, paiements de l'impôt local...

Nos engagements, en matière de RSE, se portent à parts égales sur l'environnement et sur le social : enjeux humains, profession, recrutement, fidélisation... La santé, la sécurité et le bien-être au travail sont des points fondamentaux. Il y a un vrai sujet de transformation du métier mais aussi un sujet managérial. Nous devons travailler avec les équipes.

Pour entrer réellement dans cette dynamique de RSE, nous sommes en train de développer un indicateur maison – qui sera disponible en septembre prochain -, basé à 50 % sur des points environnementaux et 50 % sur le social. Il évoluera au fur et à mesure, et sera adapté à chaque maison. Nous attendons des engagements non pas normés mais individuels, suivis d'un discours de preuve. Concrètement, ce référentiel listera toute une série d'actions et, si le professionnel estime qu'il n'a pas encore mis en place l'un des critères, nous lui apportons des solutions concrètes avec des idées, une bonne pratique, ou des exemples déjà mis en place chez d'autres adhérents. Les solutions sont apportées dans une logique d'économie, de progrès et d'accompagnement. Jusqu'au 1^{er} janvier 2022, les adhérents peuvent décider de publier ou non le score de l'indicateur qu'ils obtiennent sur notre site. Passé cette date, l'indicateur sera automatiquement publié.

Vous avez modifié votre programme de fidélité, rebaptisé Etik. Pouvez-vous nous expliquer les changements ?

Nous avons changé le nom de notre programme de fidélité pour une volonté de cohérence de marque. Nous nous engageons sur un monde plus local depuis 2018. Etik est la prolongation de cet engagement avec nos clients. Nous avons vocation à embarquer des gens qui vont donner du sens à leurs repas, leurs nuits...

www.lhotellerie-restauration.fr
Pays : France
Dynamisme : 9



[Visualiser l'article](#)

Adieu cocottes et cheminées ! Un nouveau référentiel est mis en place depuis le début de l'année. Pourquoi ?

L'idée était d'apporter de la modernité et un rajeunissement de la marque. C'était important pour nous de ne plus classer les établissements du moins bon au meilleur, mais de le faire à partir des expériences qu'ils offrent à leur client. Les établissements ne sont pas mieux ou moins bien, mais différents. La segmentation a été choisie par chaque propriétaire puis validée, ou non, par nos experts sur le terrain. Ces changements ont été très bien perçus par la majorité des adhérents. Notre seule crainte concerne nos clients attachés à l'ancien référentiel, donc nous les accompagnons dans le changement.

Vous venez d'intégrer une nouvelle marque, Châteaux & Demeures. Pourquoi ?

Nous avons racheté Châteaux & Demeures et souhaitons relancer cette marque qui compte actuellement onze établissements qui ont comme point commun d'être des lieux singuliers, avec beaucoup d'histoire, et de ne pas se revendiquer comme des hôtels. C'est une marque fondée par des passionnés, et elle crée une clé d'entrée par les vignobles et les vigneron indépendants. Châteaux & Demeures est vouée à structurer notre pôle premium et à fédérer de nouveaux membres.

Un mot sur Logis Hotels en 2020 ?

Nous allons bien évidemment poursuivre notre démarche RSE. Nous souhaitons développer la marque Châteaux & Demeures, notre pôle premium ainsi que le pôle urbain et périurbain. Le coworking sera un gros sujet également cette année. Nous souhaitons faire rentrer ces clients dans nos établissements et développer l'activité séminaires et réunions. Enfin, nous souhaitons nous développer toujours plus à l'international. Pour cela, nous devons nous rapprocher d'autres marques, notamment en Allemagne, en Suisse, en Espagne, aux Pays-Bas... et même en France. Nous venons de signer un contrat de distribution avec une petite chaîne d'hôtel en Italie : Swadeshi. Je suis convaincu qu'il y a d'autres chaînes avec lesquelles nous pourrions se rapprocher. Nous avons des parts de marché à prendre, il ne faut pas attendre.