



Carte de fidélité, slogan, politique RSE... Logis se revendique «ETIK» Interview de Karim Soleilhavoup

Le groupe Logis hôtels Citotel continue son évolution. Avec en ligne de mire, créer une identité autour du local et du durable. La marque démarre une démarche RSE et invite les clients à y participer via une nouvelle carte de fidélité. Interview du directeur général Karim Soleilhavoup.

Rédigé par Juliette Pic le Jeudi 13 Février 2020



Au 1er janvier 2020, Logis Hôtels créé un programme de fidélité mettant le client au cœur de la réflexion de la marque et de son évolution - DR

Logis Hôtel Citotel se positionne et met en place une identité claire autour d'un enjeu : favoriser l'économie locale et les circuits courts.

Et elle s'en donne les moyens.

Avec la création en 2018 d'un slogan tout beau tout neuf : « *pour un monde plus local* ». En 2019, le référentiel de « classement » des hôtels et restaurants évolue, en se basant notamment sur les recommandations des voyageurs, et intègre les circuits courts et les éléments de développement durable.

Au 1er janvier 2020, Logis Hôtels créé un programme de fidélité mettant le client au cœur de la réflexion de la marque et de son évolution.

Appelée « *Carte Etik* » elle annonce la couleur. Au-delà de cumuler les euros et avantages en points, le porteur de la carte Etik participe activement à l'évolution économique et écologique locale, en favorisant les TPE/PME, l'emploi local, les circuits courts et les producteurs locaux.

Elle permettra aussi aux clients-acteurs de **devenir partie prenante auprès de Logis**, et donner son avis sur les évolutions et actions des quelques 4600 établissements du groupe.

Nous avons discuté avec Karim Soleilhavoup à propos ces évolutions vers un tourisme durable.



TourMaG.com - Vous lancez une démarche RSE, quels en sont les objectifs ?

Karim Soleihavoup : Nous avons lancé un comité RSE le 15 décembre 2019.

Elle démarre, c'est peut-être un peu tardif mais on implique la clientèle et on chausse nos bottes de 7 lieux.

Notre objectif est double : travailler sur notre impact environnemental bien sûr, mais aussi social, en incluant l'emploi, la formation, la qualité de vie, la santé, le plaisir de travailler...

Les établissements ont un « score RSE » transparent, qui inclut à 50% les efforts dans l'écologie et à 50% les efforts dans le social.

TourMaG.com - Sur quels indicateurs vous basez-vous ?

Karim Soleihavoup : On travaille à l'inverse de ce que font les labels : on ne se base pas sur une grille sur laquelle il faudrait cocher les bonnes réponses, mais on préfère valoriser l'existant.

Bon nombre des patrons d'établissement pensent que tel ou tel élément, c'est « juste du bon sens » et n'imaginent pas qu'ils sont déjà dans une démarche positive, comme certains qui donnent leurs déchets alimentaires aux poules par exemple.

Et à côté, d'autres sont déjà en autosuffisance : on veut montrer les efforts de tous, pour leur donner envie d'aller plus loin et suivre les exemples du voisin. Donner envie.

On est à l'opposé d'une démarche coercitive. Il n'y a donc pas une grille à cocher, on ne veut pas segmenter et dire « vous faites bien » ou pas.

TourMaG.com - Quel est le rôle de la carte ETIK dans cette démarche ?

Karim Soleihavoup : Notre souhait est de susciter un dialogue entre hôtelier et consommateur. La carte induit une totale transparence et valorise ce qui est fait et ce vers quoi on tend, quels sont les efforts qui ont été faits et ceux qu'il faut faire, en respectant le rythme de chacun.

Le score RSE est disponible et tout est lisible : le nombre d'emplois locaux créés, les fournisseurs locaux ou pas, on veut aller vers la plus grande transparence avec des engagements clairs, démontrables, pragmatiques et adaptés à chacun.

C'est un indicateur évolutif puisqu'il est mis à jour au rythme des changements opérés dans l'établissement. Nous sommes aussi dans une démarche de co-construction.

Les 25000 porteurs de la carte ETIK sont engagés avec nous dans une démarche locale. Ils donnent leur avis sur telle ou telle action, font remonter des informations, on échange et on retravaille nos propositions en fonction de ce qu'ils nous disent. On essaie de rester cohérents et pour cela, on s'appuie sur eux.



TourMaG.com - Et ceux qui ne veulent pas suivre ?

Karim Soleihavoup : On ne veut pas juger ni mettre les gens dans des cases. On veut mettre les gens en mouvement et leur donner envie, mais en aucun cas les forcer.

Chaque établissement est libre, il peut suivre ou pas notre démarche RSE, il peut regarder ce que font les autres, essayer d'avancer, ou pas mais quoi qu'il arrive, son score RSE sera visible et le client pourra en tenir compte s'il le souhaite.

Et s'il veut se lancer, nous sommes là pour montrer que cela n'est pas compliqué ni cher, et qu'il peut le faire à son rythme, c'est à lui de le déterminer.

TourMaG.com - Comment fonctionne ce comité RSE ?



Karim Soleihavoup : Sur le terrain, 23 conseillers Logis accompagnent les 2400 hôtels et 2200 restaurants et les aident notamment à se mettre en conformité avec les dernières normes et réglementations.

Nous mettons aussi à disposition une centrale d'achat avec des fournisseurs à prix négociés, sans coût supplémentaire ce qui permet d'amener les hôteliers à intégrer la démarche.

Le comité est composé de 12 hôteliers et restaurateurs de tout niveau avec un panel large de marque, type d'établissement, nombre de chambre (ça va de 6 à 144)... Pour être certains que nos propositions s'adaptent partout.

Il est animé par une équipe interne qui apporte ses recommandations, et piloté par notre responsable communication Nathalie Noinski.

On intègre la RSE au siège aussi, et la même équipe anime et pilote le projet.

Parce qu'on ne peut pas demander aux hôteliers et restaurateurs de s'impliquer sans être nous même exemplaires. On a mis en place des gourdes pour les salariés ou des stands à moindre impact lors de salon... Mais aussi des formation RSE, et on implique nos fournisseurs. On y va, doucement mais surement. C'est la stratégie des petits pas, on valorise le « au fur et à mesure ».

Tags : carte de fidélité etik, citotel, karim soleilhavoup, logis hotels, tourisme durable

Source :

<https://www.tourmag.com>