



FRANCE

"UN DESIR DE VOYAGE QUI N'A JAMAIS ÉTÉ AUSSI FORT DEPUIS LA 2E GUERRE MONDIALE" (LOGIS HOTELS)

MARIE LYAN



UN AN DE CRISE. Elle se pose comme la première chaîne de restaurateurs-hôteliers indépendants en France, mais aussi en Europe, avec 2.300 établissements. Avec ses différentes marques (Logis hôtel, Citotel, Urban Style, l'Exception logis, etc), Logis Hôtels (ex-Logis de France) a su séduire de nouveaux segments de clientèle en pleine crise. Et compte même accélérer le développement de son maillage en AuRA, la région française qui aura le mieux résisté à l'échelle du réseau en 2020.

Fondé il y a près de 70 ans, juste après la guerre, avec la mission « *d'accompagner la modernisation de l'hôtellerie familiale et rurale en France* », il semble que 2020 ait signé un nouveau virage pour Logis Hôtels (ex-Logis de France). Alors qu'elle représente déjà près de 20% du parc hôtelier français, cette chaîne de 2.300 restaurateurs-hôteliers indépendants (dont 2.100 en France 344 en Auvergne Rhône-Alpes) a su tirer son épingle du jeu pendant la crise, alors que le tourisme et les déplacements étaient au plus bas.

En se posant comme « *le seul acteur associatif de ce marché* » avec ses différentes marques (Logis hôtel, Citotel, Urban Style, l'Exception logis, Auberge de Pays), Logis Hôtel propose des hébergements allant de la moyenne gamme, aux segment premium.

Et il a également choisi de prendre, durant cette crise, un positionnement qui pourrait être vu comme à « *contre-courant* ». Car lors du premier confinement, il a demandé à ses établissements adhérents de rester ouverts « *en vue de redémarrer plus rapidement, mais aussi de continuer à accueillir différents types de clientèles* », explique son directeur général, Karim Soleilhavoup.



Son réseau a en effet reçu des professionnels situés en première et seconde ligne (personnel de santé, transporteur routier, technicien réseau, etc) et a demandé à ses établissements plus ruraux de faire de la vente à emporter. *« Nous avons fait le pari que leurs voisins, qui ne pourraient plus aller au restaurant, souhaiteraient redécouvrir les plaisirs de la table chez eux ».*

Un pari qui a permis à Logis Hôtels d'attirer et de séduire de nouvelles clientèles, alors que ses concurrents étaient pour la plupart fermés.

« De nouveaux clients ont ainsi découvert l'accueil des propriétaires hôteliers indépendants, leurs établissements confortables, et sont revenus par la suite au sein de la clientèle loisirs en septembre et octobre. À tel point que nous avons fait, durant cette période, des chiffres d'affaires en croissance par rapport à 2019 ».

Et ce, y compris en milieu urbain, alors que les déplacements et le tourisme demeuraient en berne. *« Au global, nous avons clôturé l'année 2020 avec une baisse de - 33,7 % de notre chiffre d'affaires sur l'ensemble du réseau, alors que nous avons commencé l'année dernière avec une croissance de + 37 % »*, indique Karim Soleilhavoup. Pour autant, la chaîne d'hôteliers restaurateurs s'estime heureuse, sur un marché où ses principaux concurrents enregistrent plutôt des bases annuelles de l'ordre de - 50 à -60 %.

LA SUR-PERFORMANCE D'AURA EN PLEINE CRISE

« La région Auvergne Rhône-Alpes a été celle qui s'en est sortie le mieux durant cette période, car nous avons enregistré une baisse limitée de - 23 % à l'année, ce qui représente une belle performance au vu du contexte », détaille Karim Soleilhavoup.

Un phénomène qui s'explique selon lui par le dynamisme de cette région, qui peut compter à la fois sur une clientèle d'affaires liée à la présence d'un tissu d'entreprises dense, mais également sur une clientèle de tourisme diversifiée, qui est revenue entre les deux confinements.

« Il s'agit à la fois d'une région de passage, de séjour, mais également de tourisme d'affaires, en été comme en hiver, où l'on observe un tourisme protéiforme que l'on ne voit nulle part ailleurs », observe-t-il.

En se basant sur les bons chiffres réalisés lors de l'été dernier (+11% de croissance sur juillet et août), Karim Soleilhavoup estime qu'il y a de l'espoir pour la saison 2021.

« Il existe un désir de voyage qui n'a jamais été aussi fort depuis la seconde guerre mondiale ».

Parmi les tendances, il observe que la clientèle de l'été dernier s'est en effet massivement tournée vers des régions *« moins denses »*, comme l'Ardèche, le Cantal, ou encore l'Allier.

« D'ailleurs, le Cantal et l'un des territoires qui a le mieux performé au niveau national, car les clients sont venus chercher des établissements de plus petite taille, avec un accueil personnalisé du propriétaire, et une plus grande confiance sur les mesures sanitaires », souligne-t-il.

LA STRATÉGIE POUR 2021



En ce début d'année, ses établissements n'atteignent encore que 30 à 40 % du taux d'occupation habituel, principalement à travers une clientèle d'affaires, présente du lundi au jeudi.

Mais là encore, Karim Soleilhavoup se montre confiant : « *La plupart de nos établissements sont pour l'instant fermés le week-end, car nous avons encore peu de clientèle touristique, sauf sur la période des vacances scolaires ainsi que sur certains axes comme l'A6.* »

Mais il constate déjà une appétence pour les réservations de la saison estivale : « Nous avons déjà autant de réservations pour juillet et août 2021 que l'an dernier. Les gens ont bien compris que s'ils souhaitent partir, il faut réserver maintenant car la demande sera forte. »

Le réseau a activé le dispositif de chômage partiel, ainsi que le dispositif de PGE, mais également le fonds de solidarité pour ses adhérents. « *Les emplois ont été globalement préservés, mais nous avons quelques inquiétudes car le chômage partiel ne propose une rémunération qu'à hauteur de 84 % du salaire net. Si la crise venait à durer, il ne faudrait pas que les salariés désertent ce secteur, qui était déjà en tension en matière d'emploi* », glisse Karim Soleilhavoup.

Bien que les ventes actuelles de la restauration en click and collect ne représentent, qu'au mieux, qu'une trentaine de pourcents du chiffre d'affaires habituel de ses adhérents, il observe que cette activité leur permet de conserver une dynamique, mais surtout de capter de nouveaux segments de clientèle, et d'enclencher un virage vers un modèle de restauration qui pourrait devenir « hybride ».

PRÉPARER L'AVENIR DE LA FILIÈRE

« C'est une manière de se préparer car je suis convaincu qu'à l'avenir, ces deux activités de service à table et à emporter perdureront. La cuisine va se relever et évoluer elle aussi en intégrant des filières locales, bio et durable ».

En 2020, Logis Hôtels aura réussi à ouvrir près de 51 nouvelles adresses malgré la crise, dont 7 en région Auvergne Rhône-Alpes. Elle a également enregistré 45 changements de propriétaires.

Preuve, selon Karim Soleilhavoup, que l'industrie un bel avenir devant lui, car il précise que les adhérents qui ont vendu en 2020 ont obtenu une valorisation de leur établissement de l'ordre de +15 à 20 %.

« Cela signifie que les investisseurs savent que les belles années de la restauration sont encore devant nous. C'est le moment de réinvestir en prévision du rebond à venir, d'autant plus dans un secteur qui a démontré sa résilience durant la crise ».

Pour cela, le réseau a d'ailleurs signé un partenariat avec le [Crédit Agricole Centre Est](#), afin d'accompagner des projets de reprise et de création d'hôtellerie restauration indépendante en Auvergne Rhône-Alpes.

« *Nous avons déjà signé ce type de partenariats avec d'autres caisses du groupe, et nous avons la volonté de développer jusqu'à 10 à 12 nouveaux établissements par année, contre 7 actuellement, au sein de la région Aura* ».