Logis si espande in Italia: obiettivo 100 strutture associate entro il 2020

Logis, catena europea di ristoratori e albergatori indipendenti, ha annunciato un cambio nella propria strategia di espansione. La società oggi conta circa 2000 strutture in Francia e 200 nel resto d'Europa ma ora vuole espandersi nei principali mercati europei con l'obiettivo di affiliare strutture alberghiere indipendenti di max 50 camere.

L'Italia è uno dei principali mercati obiettivo di questa strategia. "Oggi abbiamo in Italia 18 strutture - ci spiega il direttore generale di Logis, **Karim Soleilhavoup** - e vogliamo arrivare ad avere tra 80 e 100 hotel in Italia entro due anni. Il nostro modello di business pensiamo possa essere utile per gli hotel e i ristoranti italiani. Loro hanno bisogno di azioni di comunicazione e di best practice e il nostro brand può fornire loro entrambe le cose".

La **proposta di affiliazione** di Logis prevede infatti che al raggiungimento della soglia di 120 strutture l'85% degli introiti derivanti dalle quote di affiliazione venga reinvestito in marketing locale.

"Pensiamo di espanderci inizialmente in Toscana, Liguria e Piemonte per poi proseguire verso città e destinazioni turistiche raggiungibili in auto. - prosegue Karim - Agli affiliati offriamo anche il nostro channel manager - anche se non è ancora integrato con tutti i pms - il nostro loyalty program molto apprezzato dai business traveler e che ha raggiunto il milione di pernottamenti lo scorso anno, nonché la possibilità di booking online e a giugno una nuova app dove sarà anche possibile prenotare".

I **criteri necessari** per l'ingresso nel network Logis sono rigorosi e legati a doppio filo alla soddisfazione dei clienti, all'accessibilità dei servizi e alla promozione del brand.

Logis seleziona infatti le proprie strutture ricettive sulla base delle recensioni espresse dai clienti sui principali metasearch che devono tassativamente avere un voto superiore o uguale a 8. Un altro aspetto fondamentale è l'offerta enogastronomica con almeno il 60% dei piatti cucinati in casa con prodotti freschi, senza tralasciare questi standard nemmeno per la colazione.

Altro punto fondamentale sono l'accessibilità e la fruizione dei servizi da parte dei clienti: infatti, agli hotel Logis è richiesta, oltre all'adesione al programma di loyalty card O'Logis, la dotazione di una buona connessione wifi gratuita per i propri ospiti e la possibilità di prenotare e consultare i soggiorni, con la specifica dei prezzi, durante tutto l'arco dell'anno, indipendentemente dalla stagionalità.

La visibilità del brand completa l’elenco dei principali criteri d’accesso, dato che la targa Logis dovrà essere esibita all’ingresso delle strutture, così come nelle zone dedicate all’accoglienza degli ospiti e nelle stanze.

"Il nostro messaggio agli albergatori - conclude **Soleilhavoup -** è quello di restare indipendenti e di crescere all’interno di un network che ha il potere di valorizzarne l’unicità. Non a caso, tra i punti di forza della nostra identità spiccano la proposta culinaria di altissimo livello, ma tipica e regionale, e la soddisfazione del cliente, vantaggi strettamente legati alla familiarità e al calore dell’accoglienza”.

L'85% degli affiliati Logis sono infatti hotel con ristoranti, una formula in cui la società crede molto per realizzare sinergie, tanto che in Francia spesso i ristoranti vengono scoperti prima degli hotel grazie alla guida Logis e alla promozione sul territorio.