



## L'hôtellerie dans de nouveaux draps



L'hôtellerie dans de nouveaux draps ©Jeremie MAZENQ/ABACA/JO&JO HOSSEGOR

Bonne nouvelle des étoiles : concurrencée par la montée en force d'Airbnb, l'hôtellerie urbaine s'est réappropriée les fondamentaux du métier et n'a jamais été aussi dynamique dans la création de nouveaux concepts.

Une fois n'est pas coutume, c'est à Paris qu'il fallait être en cette fin d'été pour découvrir le dernier-né de l'hôtellerie la plus intéressante du moment. Avec l'ouverture du très attendu *The Hoxton*, enseigne anglo-saxonne déjà adulée de Shoreditch à Amsterdam par une clientèle bobo friande de déco, de gastronomie et de coworking, la capitale française vole pour une fois la vedette à Londres, reine incontestée de l'hôtellerie tendance ! Mais ceux qui s'attendaient à une ouverture fastueuse n'ont pu être que surpris. Au lieu d'une fête branchée avec invités triés sur le volet, pour l'inauguration de son quatrième établissement dans la petite rue du Sentier, *The Hoxton* avait d'abord pensé à inviter... ses voisins.

Au retour des vacances, un carton conviait tout le quartier à venir explorer son concept et ses plaisirs : un bar avec de larges canapés et de grandes tables pour s'affaler avec un ordi, un wi-fi plein pot et gratuit, un restaurant façon cantine décontractée, ainsi qu'une ribambelle d'expériences à vivre (marché de petits producteurs, ateliers beauté, cours de yoga sur le toit, séance de pétanque tapenade) dans une atmosphère « comme à la maison » assortie d'un service sans chichi. « *"The Hoxton" apporte du neuf, une façon de vivre à l'hôtel pas du tout parisienne*, explique Sharan Pasricha, patron de la jeune enseigne. *Notre critère de succès ? Que les habitants du quartier fassent de cette nouvelle adresse leur seconde maison.* » En bonne voie, le restaurant et la terrasse affichaient complet dès les premiers soirs. Un pavé dans la mare de l'hôtellerie « tradi » ? Pas seulement. C'est aussi une riposte à la montée en flèche des acteurs de l'économie de partage et de son leader Airbnb.



[Visualiser l'article](#)

Offrir

une

expérience



à Paris ©Alan Jensen

The Hoxton,



[Visualiser l'article](#)

*The Hoxton* n'est qu'un élément du puzzle. L'offre d'hébergements s'ubérise ? L'hôtellerie s'adapte en multipliant les propositions neuves. Cet été à New York, on ne parlait plus que de *Public*. Dans un bâtiment des architectes Herzog et de Meuron, la dernière merveille de Ian Schrager a fait jaser le tout Manhattan : ni concierge ni room service, mais cinq bars et un espace restauration, dont *Louis*, un mix entre épicerie, coffee shop et mini-marché... Le voyageur peut montrer directement dans sa chambre, grâce à un enregistrement automatisé sur borne digitale... L'idée ? Tailler dans les coûts fixes en contrepartie d'une offre alimentaire attractive. Pour lancer ce nouvel opus, l'inventeur du boutique-hôtel et du club mythique *Studio 54* s'est fendu d'un manifeste en rupture avec la philosophie de sa première vie : fini l'élitisme, *Public*, c'est l'hôtel de tout le monde, le luxe pour tous ! Comprendre : adieu au physionomiste à l'entrée et à la liste d'invités, l'hôtel design est la nouvelle auberge espagnole !

Malgré quelques dérapages de voisinage et un premier tarif au-dessus de 340 dollars le week-end, l'adresse, qui remet en lumière l'indiscutable talent de Ian Schrager à inventer les lieux les plus cools, trouve sa place dans la mosaïque d'offres. Au même moment à Londres, Nick Jones, le roi londonien des clubs *Soho House*, quintessence de l'élitisme, frappait fort en ouvrant, avec son partenaire Sydell Group, *The Ned* dans l'ex-siège de la Midland Bank. Dans le gigantesque hall de 3 000 m<sup>2</sup>, l'enseigne propose pas moins de neuf restaurants ! Un « food hall hotel » que complètent 252 chambres de luxe et une piscine à débordement avec vue sur les toits.



Ace Hotel, à Chicago ©SPENCER LOWELL, INC

### Une approche locale

À croire qu'en 2017, faire dormir, et même faire rêver, n'est plus si évident. Une longue évolution qui remonte bien avant l'arrivée des nouvelles technologies. Cap sur Seattle, à la fin des années 90 : Alex Calderwood, inventeur des *Ace Hotels*, jette alors les bases de son mini-empire. Il croit en une plate-forme créative, épicerie de la scène musicale. Dans les chambres, platines et guitares évincent la table en formica. À la logique d'enseigne mondialisée, il oppose une vision ouverte et unique, sur les artistes, tendances et talents



[Visualiser l'article](#)

d'un quartier. L'hôtellerie contemporaine va naître de cette impulsion, l'hôtel devenir un lieu d'échange et de rencontres avant tout, loin des quartiers trop huppés. Les espaces communs perdent leur froideur, on voit pousser partout tables communes, coffee shops, barbiers, fleuristes... À Paris, le concept s'implante avec des valeurs de partage à la française : en 2008, *Mama Shelter* surprend tout le monde en ouvrant dans le Nord de Paris. L'hôtelier devient alors le nouveau restaurateur. Objectif : offrir plus qu'un lit et une douche, une expérience. On s'y retrouve entre copains et l'établissement devient le socle d'une communauté assurée d'y retrouver un art de vivre et une culture qui lui ressemble... La messe est dite ? Loin de là.

C'est oublier la puissance des OTA, les « Online Travel Agencies ». Avec la montée en puissance d'Expedia, Booking et Hotels, le métier s'est compliqué. Parmi les craintes légitimes de l'hôtelier, perdre le contact avec son client. AccorHotels en connaît quelque chose : sous l'impulsion de son PDG Sébastien Bazin, le leader européen a pris ses marques dans le mouvement de la disruption. Le géant hôtelier, déjà engagé dans le capital de *Mama Shelter* puis de l'allemand *25hours*, « expert de l'approche locale », sait que pour rester dans la course, il faut savoir apprivoiser le nouvel état d'esprit du moment, celui des millennials. « *C'est un voyageur qui a des attentes opposées : il veut évoluer dans un monde global, mais cherche avant tout des expériences locales ; il attend des services 100% digitaux, mais veut sur place faire des rencontres physiques ; il veut du confort, mais à un prix raisonnable ; enfin il est souvent autocentré, mais prône des valeurs de partage* », résume Cédric Gobilliard, directeur depuis février du nouveau pôle Lifestyle d'AccorHotels.

L'auberge de jeunesse se fait branchée





Chambres - Jo & Joe, mix entre hôtel et auberge de jeunesse à Hossegor ©ABACApres/Jeremie MAZENQ

À cet effet, le groupe a lancé en mai à Hossegor son tout premier *Jo & Joe*, un concept d'hôtel-auberge de jeunesse. En plus d'offrir, à 400 mètres de l'océan, 145 lits en dortoir ou chambres doubles, ainsi qu'un restaurant qui ancre l'adresse dans la vie locale, l'établissement met à disposition un espace de vie au design sexy, avec cuisine, machine à laver, réfrigérateur... Au cœur des Landes, une sorte de laboratoire à tendance, dont l'ambition est de s'étendre à 50 villes d'ici à 2020. À Paris, Bordeaux, Lille, Budapest, Édimbourg, Rio, Berlin... La mode de ces néo-auberges de jeunesse est la prochaine lame de fond. « *Il ne faut pas perdre de vue qu'aujourd'hui la majeure partie des touristes qui réservent sur Airbnb le font principalement pour ses prix tirés à la baisse. À Paris, vous ne trouverez pas une chambre d'hôtel de la taille d'un studio de 30 m<sup>2</sup> à moins de 250 euros* », détaille l'expert Jean-Philippe Duchêne, du cabinet de conseil Wise Dôme Conseil.

Si *Jo & Joe* vise Gentilly en septembre 2018 avec un prix d'appel à 25 euros, d'autres ont déjà fait leur nid dans la capitale. Vous ne connaissez pas encore *Generator* et ses 900 lits, place du Colonel Fabien, *St Christopher's Inn* à la Gare du Nord ou *Yooma Urban Lodge* à Beaugrenelle ? Avec leurs tarifs malins et leurs bars polyglottes, ces néo-auberges peu connues des Français ont pourtant séduit le monde. Européens, Australiens, Coréens, Japonais viennent y dormir, mais aussi y faire la fête. Même le voyage d'affaires a son nouveau lieu branché gare de Lyon : *CitizenM* et son impeccable confort à partir de 89 euros. Et ce n'est qu'un début : *Meininger*, *Zoku*, *Motel One* arrivent... Venues majoritairement d'Europe du Nord, ces petites enseignes se développent en mode start-up et font bouger les lignes en créant de nouveaux usages. Ainsi *The Student Hotel*, installé récemment à Puteaux, a bâti son succès à Amsterdam sur une formule hybride entre campus étudiant et hôtel. Les chambres inoccupées pendant les vacances sont proposées aux touristes, avec un double impact sur la vie de quartier.



Suite des "Roches Rouges", à Saint-Raphaël, cinq étoiles à l'architecture moderniste des années 50 ©Benoit Linero

L'authenticité pour maître mot

[Visualiser l'article](#)

« L'hôtel a toujours eu ce rôle de centre culturel, économique et social. On redécouvre aujourd'hui ce bon sens qui est au cœur de la notion du vivre ensemble. L'hôtelier doit jouer la fonction d'intégrateur », défend Valéry Grégo, fondateur des *Hôtels d'En Haut*. Ce Français basé à Londres, qui détient quelques pépites comme *Les Roches rouges* à Saint-Raphaël, s'apprête à ouvrir, dans l'ancien couvent de la Visitation à Nice, un cinq étoiles sur le thème de l'hospitalité millénaire. Reflet des aspirations de l'époque, l'hôtellerie ne pouvait échapper au nouveau Graal : la quête de sens et de vérité. « C'est la force de ces nouveaux hôteliers : incarner leurs valeurs », analyse Cédric Gobilliard, qui ajoute : « Sur 700 hôtels lifestyle recensés dans le monde, 140 seulement sont authentiques, les autres sont plus basés sur des concepts marketing. » « J'ai lu personnellement les 250 romans et livres qui sont disposés dans les chambres des "Roches rouges" », assure Valéry Grégo, qui place l'authenticité et l'identité culturelle, artistique et humaine des lieux investis dans l'ADN de ses hôtels. Pour Jérémie Trigano du *Mama Shelter*, « c'est la bienveillance et le sourire de nos équipes qui attirent les gens chez nous ».

Autre exemple, à la lisière du bois du Boulogne, le *Molitor* incarne la passion du sport : dans ses deux piscines et club de gym, on peut croiser footballeurs ou athlètes de renom à l'entraînement, comme le champion du monde de natation Camille Lacourt. Le tout nouveau *Bienvenue*, dernier opus d'Adrien Gloaguen dans le XV<sup>e</sup> arrondissement de Paris, développe la marque de fabrique de son créateur : la découverte d'un Paris stylé à bon prix. Enfin, l'hôtelier avant-gardiste *Mob* a intégré dans son bâtiment de la porte de Saint-Ouen l'antenne française de l'école de mode Casa Geração, créée à l'origine pour aider les jeunes des favelas de Rio. Le voyageur peut dormir sur ses deux oreilles : à l'heure de l'intelligence artificielle et de la remise en cause des standards, la nouvelle étoile hôtelière, c'est l'hôte lui-même.

L'hôtel de demain : de l'iPad au « Botlr »

Dans cette course à l'innovation, le grand gagnant, c'est le dormeur. Moins de mignonnettes dans le minibar, mais un tapis de yoga disponible à la réception. Le meuble de bureau tend aussi à disparaître, mais un iPad attend de plus en plus souvent le voyageur à côté du lit. Les placards se font rares, tandis que le lit s'allonge d'année en année. L'innovation hôtelière s'invite aussi dans nos téléphones et ordinateurs. Dernière en date : sur le site kayak.com, le voyageur connecté a désormais le choix de réserver sa nuit d'hôtel par commande vocale, sans clic ni clavier. L'usage du smartphone comme clé de chambre se généralise : le groupe Marriott, par exemple, a introduit cette fonction sur son « app » tandis qu'il teste un « chatbot » via Facebook Messenger pour l'envoi de propositions de services et d'activités ciblées à chaque client. Le numéro 1 mondial ne s'arrête pas en si bon chemin : dans les établissements de la chaîne ALoft, le premier « Botlr » est en test, un « Butler Robot » répondant à toute envie de room service et qu'il suffira de récompenser d'un pourboire en forme de tweet élogieux.



## Quoi de neuf à Paris ?

La capitale est un vaste chantier : tandis que près de 50 hôtels ont été créés depuis 2010, plus de 50 nouveaux projets sont actuellement en travaux, représentant au global plus de 8 000 nouvelles chambres, selon la récente étude de Wise Dôme Conseil sur le nouveau visage de l'hôtellerie parisienne en 2020. La modernisation du parc se poursuit donc à vive allure, au point qu'à échéance, le visage de cette hôtellerie sera tout à fait différent, la principale nouveauté étant l'arrivée de « *gros porteurs* » qui manquaient « *cruellement* ». Parmi les créations : *France Hostel* et *Sofitel* dans l'ancienne préfecture de Paris sur le boulevard Morland, un autre *CitizenM* sur le site Pershing de « Réinventer Paris », *Elegancia* dans l'ancienne poste du Louvre, *Okko* à la gare de l'Est, *Meininger* à la porte de Vincennes... Le segment du luxe qui intégrera prochainement le nouveau *Cheval Blanc* à la Samaritaine a, lui, rattrapé son retard en termes d'offres de chambres par rapport à Londres ou New York. En parallèle, le parc existant continue sa rénovation avec, parmi les réouvertures très attendues, celle du *Lutetia*.