



Les boutique-hôtels déferlent sur Paris

Design, uniques et chaleureux : les boutique-hôtels connaissent un engouement inédit dans la capitale. Le concept, qui répond à la recherche de nouveautés et au besoin de découverte des clients, s'installe dans le paysage hôtelier parisien. À tel point que les chaînes standardisées développent une offre personnalisée.

Par Céline Perronnet

Pas un mois ne se passe sans qu'un boutique-hôtel ouvre ses portes dans la capitale. Le concept, né aux États-Unis dans les années 80, fait florès à Paris. www.myboutiquehotel.com, le site dédié à ce type d'hébergement, référence pas moins de 160 adresses de moins de 100 chambres à Paris, soit près de 12 % de l'ensemble de l'offre hôtelière parisienne classée selon le registre d'Atout France. Ces petits établissements haut de gamme, personnalisés, branchés, situés en centre-ville et soucieux du détail et du service redessinent le paysage

hôtelier parisien et participent au renouvellement de l'offre, loin des chambres standardisées et impersonnelles dont se lassent de plus en plus de clients. Parés de tant de qualités, ils séduisent les « blasés » de l'hôtellerie traditionnelle aussi une nouvelle génération de voyageurs sensibles à des produits plus contemporains, plus atypiques, plus surprenants.

Une offre personnalisée et thématisée

Dans un contexte de développement de la société de consumma-

tion, de banalisation du voyage et de concurrence accrue, l'hôtellerie est en effet aujourd'hui contrainte d'anticiper et de s'adapter aux nouvelles attentes des clients afin de leur proposer des produits et services innovants et différenciant. Coach Omnium, le cabinet d'études spécialisé dans l'hôtellerie, a défini sept tendances observées actuellement dans le secteur. Parmi elles figurent la recherche d'inédit et le besoin de découvertes des clients. Vivre une nouvelle expérience passe désormais par le développement d'une offre plus personnalisée et thématisée



où la diversité des chambres, disposant chacune d'un univers propre, est mise en avant. Pour garantir confort et qualité, certains hôtels font même appel à des architectes et des designers célèbres. D'autres se tournent vers des grands noms de la mode. Dans ce domaine, les exemples récents sont très nombreux à Paris : L'hôtel Vice-Versa de Chantal Thomass, l'hôtel Original de Stella Cadente, le Félicien d'Olivier Lapidus, l'hôtel du Petit Moulin ou plus récemment l'Antoine de Christian Lacroix. D'autres établissements jouent sur la formule « comme à la maison » avec des éléments de décoration qui pourraient rappeler ceux de son domicile. C'est le cas de l'hôtel Les Matins de Paris, ouvert depuis le 15 août dernier dans le quartier de South Pigalle. Loin de revendiquer un concept branché, ce boutique-hôtel, imagi-

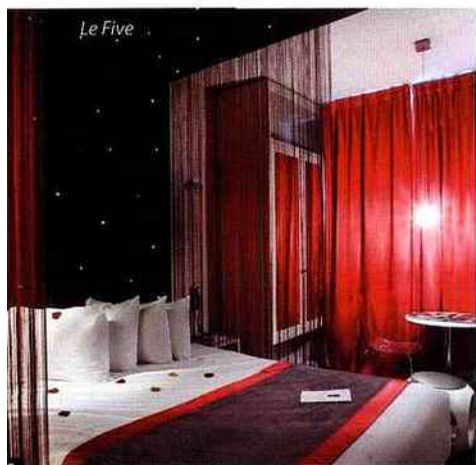
Ces petits établissements haut de gamme redessinent le paysage hôtelier parisien.

né comme une maison particulière, joue sur cette nouvelle tendance en offrant à ses clients la sensation d'être chez eux, dans leur pied-à-terre parisien. Ainsi, les 33 chambres se veulent autant de cocons confortables, décorés dans une palette

de couleurs douces que viennent réveiller quelques touches de couleur : moquette moelleuse, murs gris taupe ou encore rideaux aux motifs « pop » reprenant les couleurs des toiles de Kandinsky et Miro.

Des chaînes hôtelières dédiées

La dimension insolite, qui pousse à l'extrême la sensation d'expérience en jouant sur le concept, l'environnement ou encore le côté éphémère, s'invite également dans les boutique-hôtels. Paris va ainsi accueillir, dès le printemps prochain, le premier hôtel flottant français. Amarré à une distance de 10 mètres du quai Austerlitz et constitué d'une barge de 650 tonnes reposant sur des flotteurs, Off Paris Seine sera composé de 54 chambres et 4 suites, avec vue sur le quai ou sur la Seine. L'hôtel flottant sera financé en majorité par le groupe Novaxia et BPI France



mais aussi à 6 % par Elegancia Hotels, qui sera en charge de la partie gestion, exploitation et commercialisation hôtelière, et qui compte déjà 14 boutique-hôtels uniquement à Paris. L'histoire de ce groupe spécialisé dans la réalisation de projets hôteliers a commencé avec le Five en 2005 puis avec sa suite One by the Five, qui a ensuite servi à concevoir le Seven. Ont suivi le Hidden, le Crayon, le Legend, la Parizienne... puis le dernier en date, l'hôtel Exquis, qui a ouvert en septembre dernier les portes de ses 42 chambres décorées dans un style rétro.

Le groupe Tagerim donne, lui aussi, depuis 2009 dans le développement des boutiques-hôtels. « *Au cours de mes voyages professionnels, je ne trouvais pas d'hôtels qui allient les commodités indispensables au business à une ambiance que l'on pourrait trouver chez soi. Je me suis dit qu'il y avait quelque chose à faire dans l'hôtellerie* », explique Jérôme Quentin-Mauroy, fondateur et dirigeant de Tagerim. Cette initiative s'est traduite par l'acquisition d'un premier établissement dans le 9^e arrondissement, qui donnera son nom à la future marque 9Hotel. La démarche engagée s'appliquera ensuite aux suivantes : l'investissement porte à la fois sur les murs et le fonds de commerce alors que l'aménagement intérieur est confié

QUESTIONS À...

Olivier Petit, Associé In Extenso TCH

« C'EST UNE TENDANCE QUI S'ACCENTUE MAIS QUI N'EST PAS RÉCENTE »

Comment analysez-vous la montée en puissance des boutique-hôtels ?

C'est une tendance qui s'accroît mais qui n'est pas récente. L'hôtellerie accompagne le développement du monde du voyage. Des années 80 à 2000, nous avons assisté à l'essor de l'hôtellerie de chaîne car les clients avaient besoin de réassurance et de produits standardisés. Depuis les années 2000, les gens voyagent davantage et recherchent une qualité de service, une authenticité et une originalité. C'est à ce moment là que le boutique-hôtel a décollé.

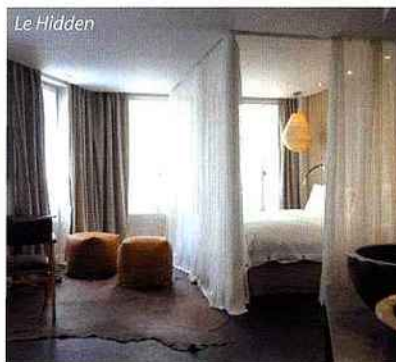
Quel rôle peuvent jouer les chaînes hôtelières standardisées dans cette évolution ?

Toutes les chaînes ont apporté une réponse car elles ont senti qu'il y avait une attente de la clientèle pour ce type de produit. Elles ont alors créé des hôtels lifestyle qui s'approprient un certain nombre de codes des boutique-hôtels tout en développant des produits de plus grande capacité pour des raisons de business model. Leur offre se situe à mi-chemin entre celle d'un boutique-hôtel et celle d'un hôtel de chaîne mais présente l'avantage de moins souffrir en temps de crise car elle est adossée à un grand groupe contrairement aux boutique-hôtels indépendants.

N'y a-t-il pas une surenchère de l'offre dans la capitale ?

Il faut en effet faire attention à la surenchère. Le boutique-hôtel n'est pas normé et n'a pas vraiment de définition précise, il y a donc à boire et à manger. S'installer dans un quartier atypique avec un produit fort ne suffit pas toujours. Par exemple, le Murano, situé Boulevard Voltaire, rencontre des difficultés car il est sur un site complexe et a été surpositionné. À l'inverse, le Mama Shelter tourne très bien car il a un prix moyen raisonnable, de l'ordre de 140 euros.

à des décorateurs de renom afin de donner à chaque établissement un cachet unique. La chaîne compte



déjà huit adresses, dont cinq sont ouvertes et trois à Paris. Parmi elles, le 9Hotel République a été inauguré le 9 décembre au terme de 12 mois de travaux, avant l'ouverture prochaine du 9Hotel Marais composé de 29 chambres.

La riposte des groupes internationaux

L'hôtellerie de chaîne ne pouvait pas rester les bras ballants face à cette déferlante. Mais pour réagir, elles devaient déjà résoudre une équation difficile : déstandardiser le produit



LE PHILEAS REND HOMMAGE AU HÉROS DE JULES VERNE



Boiseries, malles de voyage, appliques reprenant l'esprit des lampes à mèche, boussoles imprimées sur les moquettes, l'hôtel Phileas, situé à deux pas de la gare Saint-Lazare, célèbre Phileas Fogg, le héros de Jules Verne, et son tour du monde en 80 jours. 18 mois de travaux ont été nécessaires pour transformer l'ancien établissement de niveau 2 étoiles en boutique-hôtel 4 étoiles original et cosy. Les décorateurs Marie-Agnès Louboutin et Patrice Henry ont eu le souci du détail. Le hall de l'hôtel évoque ainsi le train, première étape de l'arrivée à Paris du voyageur avec ses bagages. Dans chacune des 39 chambres, dont 12 communicantes, la tête de lit est représentée par une malle de voyage comme celles utilisées au XIX^e siècle lors des transatlantiques. L'ascenseur, lui, est imaginé comme une nacelle de montgolfière. Un business corner avec un ordinateur et une salle pour le petit-déjeuner sont également à la disposition des clients de l'hôtel. Le wi-fi gratuit est disponible dans l'ensemble de l'établissement.

hôtelier pour y intégrer les attentes d'expérience et de découverte exprimées par la clientèle tout en maintenant les principes et processus qui autorisent une certaine duplication sans banaliser à nouveau le produit. Les groupes hôteliers internationaux ont trouvé la parade en créant des enseignes « lifestyle » qui assurent une qualité de service élevée tout en développant une offre personnalisée. Marriott a nommé sa marque Edition, Hyatt a choisi Andaz, Starwood a préféré Aloft et InterContinental l'a baptisée Indigo. Cette dernière

a d'ailleurs ouvert l'an dernier l'Hotel Indigo Paris-Opera, son premier boutique-hôtel dans la capitale, doté de 57 chambres et suites en plein cœur de Paris. De son côté, AccorHotels, le leader européen de l'hôtellerie standardisée, avait commencé à sortir des clous dès 2008 avec la création de MGallery, une sélection d'adresses « *qui ne ressemblent à aucune autres et qui ne se ressemblent pas entre elles.* » En novembre dernier, l'enseigne, qui compte aujourd'hui 77 boutique-hôtels dans le monde, a ouvert l'Échiquier Opéra Paris, à

LE PROVIDENCE FAIT PATTE DE VELOURS



L'immeuble datant de 1854 se niche derrière les théâtres de la Renaissance et de la Porte Saint-Martin, au cœur du 10^{ème} arrondissement de Paris. Au rez-de-chaussée de l'hôtel Providence se trouvent, de part et d'autre du bar à cocktail, le salon avec sa cheminée et la salle à manger aux murs tapissés de velours. En cuisine, le chef marie le brut et le raffiné avec une carte simple imaginée autour du four à bois. Un ascenseur vitré dessert les 18 chambres (Mini, Classique, Supérieure, Deluxe, Suite) toutes différentes de ce nouveau boutique-hôtel où se côtoient un mélange d'objets chinés et de pièces faites sur mesure dans une ambiance feutrée. Dans chacune d'elle, un bar a été élaboré à partir des codes du traditionnel comptoir parisien et deux recettes de cocktail sont proposées aux apprentis barmen. Les clients ont également à leur disposition un iMac de 27 pouces. Au sixième étage, la suite mansardée de 40 m² a été conçue comme un appartement et offre une vue agréable sur les toits de Paris et le Sacré Cœur.

deux pas des Grands Boulevards. Son univers Belle Époque, sa décoration et ses 88 chambres veulent traduire l'atmosphère feutrée et intimiste des appartements parisiens. Pour aller encore plus loin, AccorHotels s'est offert 35% du capital de





LE 9HOTEL RÉPUBLIQUE JOUE SUR LA RENCONTRE



Après les quartiers de l'Opéra et de Montparnasse, 9Hotel Collection a choisi République pour ouvrir son troisième établissement parisien. Au terme de 12 mois de travaux, le boutique-hôtel 4 étoiles de 48 chambres à la décoration sobre et intemporelle (4 Single, 16 Classique, 13 Supérieur, 9 Club et 6 Exécutive) a été inauguré le 9 décembre dernier. Imaginé comme un lieu de rencontre, de partage et d'expérience, le 9Hotel République dispose d'un lobby convivial et entièrement ouvert avec une bibliothèque, un bar en libre-service, une table de co-working et un espace fitness. L'architecture intérieure et le design sont l'œuvre du Studio Castel Veciana. À l'occasion de son ouverture, le boutique-hôtel met en place plusieurs offres spéciales, dont l'une pendant les soldes : pour tout séjour jusqu'au 21 février 2016, les chambres sont à partir de 93 euros la nuit. Avec cette nouvelle adresse, le groupe Tagerim poursuit son développement au rythme de deux à quatre nouveaux hôtels par an.

L'EXQUIS PLONGE DANS UN UNIVERS SURREALISTE



L'ancien Hi Matic a laissé la place à l'Exquis, un nouveau boutique-hôtel 3 étoiles décoré sur le thème du surréalisme en plein cœur du 11^{ème} arrondissement. Ambiances colorées, meubles chinés aux puces de Saint-Ouen, œuvres d'art collectives, la designer Julie Gauthron s'est entourée de huit artistes pour réaliser une œuvre d'art unique dans chacune des 42 chambres réparties en quatre catégories (intimiste, intemporelle, insolite et inédit) sur les cinq étages de l'établissement. Les clients évoluent dans un univers fantaisiste, créatif et décalé où se mêlent des lapins rouges, des nénuphars ou encore un champ de fleurs au clair de lune. Dans une dominante de rouge et de cuivre, les parties communes disposent d'un coin salon, d'une bibliothèque avec les classiques du surréalisme et d'une salle de petit-déjeuner, dont les photos au mur mettent en valeur les artistes en pleine création. Cette nouvelle adresse originale appartient au groupe Elegancia Hotels à qui l'on doit déjà notamment le Seven, le Crayon, l'Idol ou encore la Parizienne.

Mama Shelter offre aux clients une alternative aux palaces aux prix inabordables et aux hôtels de chaîne sans saveur.

*Serge Trigano,
Fondateur de Mama Shelter*

Mama Shelter en octobre 2014. Celle que l'on appelait il y a encore peu de temps « la petite chaîne qui monte » a tapé dans l'œil du géant, qui devrait, à terme, la racheter. « *Mama Shelter offre aux clients une alternative aux palaces aux prix inabordables et aux hôtels de chaîne sans saveur. On*

a besoin de choses simples quand on voyage : une bonne literie, un équipement hi-tech et de la convivialité », estime le fondateur du concept Serge Trigano. Et il ne s'est pas trompé. Dans chaque ville où l'enseigne est présente (Paris, Marseille, Lyon, Bordeaux, Istanbul, Los Angeles), « les

taux d'occupation sont au-dessus de la performance moyenne ». Et selon lui, AccorHotels aurait compris qu'il lui manquait une marque un peu sexy, au style design, fun mais abordable. Le rapprochement avec le groupe prévoit notamment la transformation de certains hôtels Accor en Mama Shelter. « Un minimum » de vingt nouvelles ouvertures sont annoncées dans les cinq prochaines années. Les deux prochaines se feront à Lille et Toulouse en 2017... Avant Paris, Porte de Versailles. ■