



L'ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE L'HÔTELLERIE

NOUS AVONS RENCONTRÉ LE DÉCORATEUR ET ARCHITECTE D'INTÉRIEUR OSCAR LUCIEN QUI NOUS FAIT PART DE SON POINT DE VUE SUR L'HÔTELLERIE D'AUJOURD'HUI ET SES TENDANCES. SON AGENCE, MAISON NUMÉRO 20, SIGNE DES PROJETS AUDACIEUX ET LUXUEUX D'HÔTELS, RESTAURANTS ET APPARTEMENTS EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL.

Nda : pouvez-vous nous donner votre vision de l'hôtellerie d'aujourd'hui ?

Oscar Lucien : aujourd'hui, on s'éloigne de plus en plus de l'envie de boutique-hôtel trop "gadget". On revient, dans le style, à une architecture et une décoration plus classiques. Les matériaux changent aussi et s'adaptent aux tendances et aux codes sanitaires modernes qui visent à utiliser des matériaux de plus en plus sains, organiques et naturels. On évite donc les moquettes. Par ailleurs, l'aspect général est plus lissé, plus perfectionné. Dans les salles de bain par exemple, on ne voit plus les joints, les porte-savons se font plus discrets, tout semble moins encombrant, plus travaillé, formant un tout.

Nda : vers quelles tendances allons-nous ?

O.L. : on tend de moins en moins vers l'hôtel universel qui se contente d'être reproduit à l'identique de ville en ville. Les hôtels sont de plus en plus segmentés. Cela est notamment dû à Internet qui donne une visibilité globale des offres en répertoriant l'ensemble d'un parc hôtelier sur une même page web. Cela permet même de les hiérarchiser, les comparer et même les noter et les commenter, créant une communauté qui permet d'influer sur le choix des autres internautes.

Nda : quelle place tient le service dans l'hôtellerie ?

O.L. : c'est le service qui fait l'hôtellerie. L'hospitalité revient d'ailleurs au centre de l'hôtel notamment pour se démarquer des



sites comme Booking.com qui proposent des milliers d'hôtels, tous de la même manière, les uns à la suite des autres et où le parc hôtelier n'apparaît pour les internautes qu'à travers un prix et un clic en guise de réservation.

Nda : comment évoluent les modes de consommation ?

O.L. : le créneau de l'innovation prend une place de plus en plus importante dans le monde de l'hôtellerie au travers de la priorité apportée à faciliter les créneaux de connexion sur place : Wifi gratuit, station d'accueil pour iPod, salles de travail, espaces dédiés au co-working, coins business... De plus, l'évolution des modes de consommation des touristes et business class poussent les hôtels à innover pour s'adapter et répondre aux attentes actuelles, mais aussi pour se distinguer de



Photo: Les Ateliers

MAISON NUMÉRO 20

Oscar Lucien
30, rue de l'Université
75007 Paris
Tel. : 01 77 19 23 03
www.maisonnumero20.fr

la concurrence et anticiper, voire lancer les nouvelles tendances de consommation de l'hôtellerie. Les hôtels haut de gamme, par exemple, pour se distinguer des chaînes comme Ibis budget et s'adapter à la volonté croissante de personnalisation, tendent à utiliser des matériaux précieux et nobles. Ils cherchent surtout à élargir et à diversifier leurs services, quitte à étendre l'expérience client au-delà des murs. Ce besoin de décloisonnement est croissant. Résultat de l'utilisation d'Internet qui abolit les frontières et confond le matériel du virtuel et le produit du service.

Nda : quelle place tient l'innovation ?

O.L. : désormais les applications mobiles permettent, non seulement de comparer, noter, commenter et réserver son hôtel, mais aussi de contrôler l'ensemble de ses installations pour que l'offre soit calibrée en fonction des attentes. Il arrive alors de plus en plus souvent qu'on puisse régler la climatisation à distance, précommander son petit déjeuner et le faire livrer, commander un chauffeur et réserver un service de bagagerie. L'hôtel doit alors se plier aux codes qui

s'installent avec l'émergence des nouvelles technologies et non seulement innover en faisant le pari de révolutionner l'expérience hôtelière en s'adaptant aux besoins non pas de tous, mais de chacun ! Les objets connectés sont au centre de l'aspect multidimensionnel, interactif et personnalisable de l'hôtellerie du futur. Il faut élargir la gamme de services permettant de créer des chambres "à la carte". Le consommateur doit alors pouvoir choisir la taille et la couleur de sa chambre, son orientation, l'installation des lits (un lit double ou deux lits simples séparés) mais aussi le nombre d'heures qu'il souhaite rester. En Turquie par exemple, certains hôtels proposent des "pillow bar" qui, comme son nom l'indique, sont des bars à oreillers qui proposent une carte de coussins de toutes sortes présentant des variations de formes, de textures, de matières allant du polochon en coton à foreiller carré à rembourrage en plume d'oie.

Des applications technologiques font partie des innovations. Hub est une "application intelligente" qui se synchronise avec la chambre afin de contrôler les lumières et la

température pour créer un séjour parfait. Grâce à l'abolition des frontières due à Internet, l'application permet de coupler plusieurs modes d'application en une. Elle sert donc de "télécommande à distance" pour régler la luminosité et la température. Elle sert aussi de GPS pour trouver des restaurants, bars et monuments à proximité de l'hôtel. Elle sert bien sûr et avant tout à réserver un hôtel parmi une sélection, mais aussi à précommander son petit déjeuner du lendemain matin. www.hubhotels.co.uk

Autre constat : l'émergence de "l'hébergement collaboratif", avec des plateformes hybrides comme Airbnb, partagé entre le site web et le réseau social. Cela bouscule les codes de l'hôtellerie en offrant un service "d'hôtels-maisons" sur le principe du "vivre chez l'habitant" pour un voyage à l'aspect plus authentique même si ces nouvelles pratiques, de par leur récente naissance, sont détournées et s'éloignent parfois bien trop du principe d'hébergement hôtelier.

Merci à Oscar Lucien pour ce partage de réflexions sur l'hôtellerie.



Photo: Les Ateliers / Oscar Lucien



Photo: Les Ateliers



Photo: Les Ateliers