

L'hôtel fort en thème

« Une expérience à vivre ». Le mantra de l'hôtellerie à thème se décline dans une offre plurielle pour correspondre à tous les styles de vie. Une manière habile de fédérer la clientèle au sein de communautés qui partagent les mêmes codes et les mêmes attentes.



Musical, sportif, culturel, le voyage dans l'hôtellerie répond à toutes vos aspirations, même celles auxquelles vous n'auriez pas songé. Envie de dépaysement ? La Grenouillère à la Madeleine-sous-Montreuil propose des huttes dans la nature, l'hôtel Roc'h Ar Mor à Ouessant, pour se ressourcer dans le paysage sauvage de la pointe bretonne. Envie de luxe ? Le groupe Evok Hôtels met à disposition pour chaque style de vie, un style de luxe dans ses différents hôtels, « classique », « décontracté », « décalé », « exclusif ».

Une destination en soi

« Pourvoyeur de nouvelles expériences, l'hôtel à thème devient une destination en soi. Les chambres, l'assiette, l'acte de service, la décoration et le storytelling doivent répondre à une clientèle de plus en plus diversifiée, qui aspire aussi à une ultrapersonnalisation de l'accueil », observe Nicolas Grall, directeur Real Estate & Hotels du conseil KPMG France. Et il y en a pour tous les goûts.

Le groupe Accor a conçu avec le designer Ora-ïto le pop-up hôtel, baptisé « Flying Nest ». Cet hébergement nomade a atterri au pied des pistes à Avoriaz, après avoir été testé à Clairefontaine, fief de l'équipe de France de football, puis lors des 24 heures du Mans et à la biennale Agora à Bordeaux en 2017.

Le Magic Hall à Rennes, dont les chambres sont décorées aux insignes de tous les arts, met également à disposition de sa clientèle un studio de musique dans ses locaux, insonorisé et équipé pour des jam-sessions ; à Hossegor, l'ambiance est au surf dans le Jo & Joe de la chaîne Accor, développé en partenariat avec Roxy et Quiksilver.

Zéro carbone et déconnexion

« L'hôtel à thème permet de se retrouver autour d'un ensemble de codes, d'activités ou d'événements, de croiser les populations autour d'affinités communes, d'offrir des moments de partage et de convivialité », décrit Nicolas Grall. Selon le cabinet de conseil, ces concepts spécifiques s'appliquent surtout à l'hôtellerie haut de gamme dans la capitale.

Dans les régions, les hôtels à thème sont de véritables destinations touristiques. La décoration y revêt une grande importance, mais *« attention à ce qu'elle ne devienne pas une « cosmétisation » à outrance, qui pourrait être vite dépassée »,* prévient-il. Les tendances de la décoration ne fluctuant pas au même rythme que celles de l'hôtellerie, la recherche d'authenticité sera davantage un gage de pérennité.

Et demain ? *« Le secteur pourrait afficher des prises de position fortes sur les thèmes de l'écologie (zéro carbone) ou la déconnexion avec les technologies »,* présage Nicolas Grall. Certains hôteliers l'anticipent déjà. La Ferme des Vents, près de Cancale, invite sa clientèle à débrancher wi-fi, portable et télévision pour vivre au plus près de la nature et des éléments avec, en récompense, un plongeon dans des bains celtiques.

Cyrille Véran