



VOYAGE & BIEN-ÊTRE

“L’hôtel doit se métamorphoser en club urbain”

La pandémie a profondément modifié les attentes des clients en matière d'expérience hôtelière. Plus ouverts sur leur environnement, les hôtels vont devenir des lieux de vie polyvalents. L'architecte français Jean-Philippe Nuel, réputé pour ses designs d'intérieur luxueux, partage ses idées sur l'avenir de l'hôtellerie.

By CÉCILIA PELLOUX

01 juin 2021

Dans le secteur de l'hôtellerie, l'architecte français Jean-Philippe Nuel est réputé pour ses designs d'intérieur. De l'emblématique hôtel Molitor à Paris, à la Clef Champs-Élysées en passant par le Croisette Beach à Cannes, la liste est longue. Avec des bureaux à New York et à Paris, Jean-Philippe Nuel dirige une équipe de 30 professionnels qui travaillent sur des projets de très grande envergure dans des secteurs variés. La Tour Alto à Paris, La Défense ou les bateaux de croisière de luxe Le Ponant sont sa signature.

Comment voyez-vous la situation du secteur de l'hôtellerie aujourd'hui?

C'est encore compliqué, car la plupart des hôtels sont encore fermés, cela signifie que nous nous demandons comment les hôtels peuvent évoluer. De même, sur les immeubles de bureaux. La pandémie a changé nos méthodes de travail. Aujourd'hui, nous sommes encore plus préoccupés qu'avant par l'impact environnemental de nos courts déplacements. Le tourisme ne diminuera pas, mais une plus grande prise en compte de la pollution carbone pourra dissuader à l'avenir les voyageurs de parcourir de longues distances en avion, à l'autre bout du monde, juste pour un week-end. La lutte contre le changement climatique devrait finalement conduire les gens à voyager moins et à privilégier le tourisme de proximité.

L'architecte Jean-Philippe Nuel (photo. Eric Cuvillier)

Comment voyez-vous l'avenir des hôtels?

Beaucoup de choses étaient déjà en place. L'objectif était déjà de créer des hôtels en lien avec les habitants et pas seulement avec les touristes et les voyageurs d'affaires. L'hôtel Molitor à Paris était un précurseur. Vous pouvez profiter de la piscine emblématique et du club de fitness via une adhésion ou une carte journalière. Avant la pandémie, des événements étaient organisés pour les Parisiens et les habitants de la région. Je pense que les hôtels vont devenir des lieux de vie polyvalents, à la fois traditionnels et nouveaux. Ils offriront des synergies entre tous leurs services.

L'hôtel Croisette Beach à Cannes, France (photo. Gilles Trillard)

Qu'en est-il des espaces de travail dans les hôtels?

Ce sera comme dans une maison ou une salle de réunion dans un bureau d'affaires. L'objectif est de créer des environnements propices à la rencontre, à la créativité, à l'isolement et/ou à la présentation. Par exemple, les espaces de travail peuvent être loués de manière ponctuelle. Certains d'entre eux, comme des tables connectées dans un couloir ouvert sur un jardin vert, pourraient même être mis à disposition gratuitement aux clients ou sous forme d'abonnement pour les personnes vivant dans le quartier de l'hôtel. Afin d'optimiser le retour sur investissement de ces espaces, les salles de réunion pourraient même devenir un club pour enfants le week-end, animé par des professionnels, dans le cadre d'une offre de «staycation» (NDLR concept qui signifie passer des vacances à la maison).

Les hôtels doivent-ils diversifier leurs services de divertissement, en créant davantage d'expériences?

Oui, la création de plus de loisirs et d'expériences était déjà en place. Là encore, la crise va renforcer le phénomène d'accueil des visiteurs de jour, de week-end et de proximité. Le bien-être et les sports sont bien sûr encore plus importants. Les hôtels offriront une liste presque infinie de possibilités pour se retrouver entre amis ou pour prendre l'air: une salle de projection privée, un cours de cuisine, une balade à vélo pour découvrir la ville d'une manière différente, une exposition d'art ou une conférence avec un auteur local. Et aussi des boutiques dans les hôtels pour que les clients puissent avoir tout ce dont ils ont besoin. C'est déjà le cas avec

Le Grand Hôtel Dieu Intercontinental à Lyon, France (photo. Nicolas Matheus)

une boulangerie à l'hôtel The Hotel de Barcelone ou au Grand Hyatt de Mexico.

Hôtel Le Général, Paris. (photo. G. Trillard)

Qu'en est-il du design des chambres?

Les chambres seront plus personnalisées et probablement plus grandes avec un espace plus fonctionnel. Comme par exemple avec une petite cuisine ou un bureau plus discret. Les chambres seront plus confortables et plus flexibles que jamais au niveau du mobilier et de la décoration. L'objectif est d'attirer plus de familles et de reconquérir une clientèle qui est aujourd'hui séduite par les plateformes de location communautaires comme Airbnb.

Pensez-vous que la clientèle sera plus diversifiée?

Nous devons créer des produits pour tout le monde. La clientèle locale a besoin de profiter de loisirs et d'activités sportives comme la natation, le cinéma, les commerces, la restauration, les espaces de travail. Une offre large de produits qui se consomment ponctuellement ou avec un abonnement. Rien n'empêchera les clients de choisir un hôtel pour des «staycations». Les voyageurs iront se loger dans un cadre différent, comme une maison ou un appartement, et ils trouveront au sein de l'hôtel l'accès à tous les divertissements, aux réunions professionnelles et aux services de vente. Comme nous le savons, cela constitue un avantage majeur par rapport à la location d'un appartement chez un particulier.

Comment pensez-vous que les hôtels vont générer des revenus?

Je pense que les hôtels feront des bénéfices en se diversifiant davantage. Les hôtels ne seront plus seulement un endroit où dormir, manger, faire de l'exercice ou assister à une conférence. C'est une destination personnelle, un club au cœur d'une ville et un miroir de son environnement.

L'Intercontinental de Lyon en est un bon exemple. Il est devenu une véritable destination pour les habitants, ils viennent profiter du bar et des conférences sont organisées par les entreprises de la région. L'industrie hôtelière à venir ne rompt pas avec le passé, la pandémie a juste accéléré sa transformation.

Qu'en est-il de vos derniers et nouveaux projets?

Nous avons terminé deux hôtels juste avant la pandémie et ils devraient ouvrir prochainement. Le Canopy Paris

Trocadero est une nouvelle marque d'hôtel de standing du groupe Hilton. Leur objectif était déjà d'ouvrir l'hôtel sur son environnement local. Même chose à St-Jean-de-Luz, l'hôtel Helianthal offrira une immense expérience de bien-

être et de thalassothérapie liée à la situation géographique. Actuellement, nous travaillons sur un nouvel hôtel à l'Isle-sur-la-Sorgue qui sera complètement intégré dans la vie locale, sociale, économique et culturelle de la région.

Une chambre avec coin cuisine de l'hôtel la Clef Champs-Élysées Paris (photo. G. Trillard)

L'hôtel Hilton Canopy, à Paris (DR)

PARTAGER L'ARTICLE





CONTINUEZ VOTRE LECTURE

VOYAGE & BIEN-ÊTRE

«Workation», le concept qui donne du souffle à l'hôtellerie

Faire rimer télétravail et détente, c'est la mission du «workation». Ce nouveau concept séduit les palaces du monde entier qui y voient une manière de diversifier leur offre en ciblant les nomades digitaux à fort pouvoir d'achat.

By **FABIO BONAVIDA**

VOYAGE & BIEN-ÊTRE

Arabie Saoudite: des pétrodollars au tourisme de luxe

Station balnéaire de luxe, hôtel dessiné par l'architecte star Jean Nouvel, bijoux antiques, l'Arabie Saoudite met le paquet pour séduire

S'INSCRIRE

Newsletter Hebdomadaire

Soyez prévenus des dernières publications et analyses.

S'INSCRIRE

les touristes fortunés. Avec une ambition,
préparer son économie à la fin de l'or noir.

By **FABIO BONAVIDA**



[À PROPOS](#) [NEWSLETTER](#)

contact@luxurytribune.com

Conçu par [Antistatique](#)