

STRATÉGIE | GRAND ANGLE

## Un hôtel sans concept peut-il survivre à la crise?

Alors que la crise sanitaire actuelle entraîne une diminution drastique du nombre de touristes internationaux de 20% à 30% et pourrait affecter plus de 50 millions d'emplois liés à la profession dans le monde, les établissements hôteliers doivent impérativement innover pour rester concurrentiels. Le concept hôtelier est-il une façade marketing ou un réel avantage pour la marche des affaires? Décryptage.



By **CRISTINA D'AGOSTINO**

14 août 2020





By CRISTINA D'AGOSTINO

14 août 2020



«**L**a crise du Covid donne aujourd'hui l'opportunité à un hôtel de repenser son rôle au-delà de l'hébergement et de concevoir un concept hôtelier plus ancré localement, créateur de contenu, pouvant même s'aventurer dans des domaines nouveaux comme les médias, le e-commerce ou l'éducation.» Yuri Sawerschel, fondateur du cabinet de conseil Creative Supply à Zurich et auteur du «Concept Hotel handbook» édité en collaboration avec l'Ecole Hôtelière de Lausanne est clair: offrir une nuit d'hôtel avec une jolie vue, une bonne literie et un petit-déjeuner ne suffit plus depuis longtemps. Même constat de la part de Florent Giradin, professeur en gestion des marques à l'Ecole Hôtelière de Lausanne: «L'hôtellerie est en retard sur les autres secteurs du luxe. Les hôteliers réalisent qu'ils ne peuvent plus continuer à travailler comme il le faisait il y a 40 ans, une utilisation des services pour se différencier ne suffit plus».

## Les nouveaux métiers liés à l'hôtellerie

Cette notion de concept hôtelier intègre désormais de nouveaux métiers. L'hôtelier se lance alors dans la fabrication et la vente d'objets, de vêtements, de meubles, s'allie même quelques fois avec des grandes chaînes du distribution, à l'exemple du Muji Hotel à Ginza. D'autres concepts, spécifiques au milieu artistique, peuvent intégrer une galerie d'art ou un studio d'enregistrement à l'image de l'hôtel French Theory à Paris. (réf. Hôtel Concept Handbook).



Pourtant, se lancer dans des métiers totalement différents de l'hôtellerie est-il un danger ou une plus-value? Pour Youri Sawerschel, cette addition

Girardin «tout est dans la manière de s'entourer. Il faut construire des partenariats solides. Je verrais plutôt une menace si l'inverse se produisait, par exemple si Ikea commence à se lancer dans l'hôtellerie. Ils pourraient très bien y penser et vendre les meubles qui se trouvent dans l'hôtel. Les hôtels ont donc tout intérêt à tisser des partenariats, et collaborer avec des marques qui sont dans le retail».



Le concept hôtelier de l'hôtel parisien French Theory se base sur l'univers musical. Ici, un studio d'enregistrement mis à disposition des clients (French Theory)

Dans le très haut de gamme aussi, le concept hôtelier a sa place. Pour Quentin Desurmont, président de Traveller Made: «La haute façon en hôtellerie n'existe pas encore. C'est pourquoi nous sommes en train de définir les spécificités de ce que nous appelons «la haute villégiature», comme il y a la haute couture. Le but est de

présenter un concept de collections de haute villégiature. Mais vendre une suite à 50'000 euros n'est pas de la haute villégiature, il faut de l'innovation. L'innovation est la clé de la survie. Et cela ne disparaîtra pas avec le Covid. Quelques exemples existent, à l'instar de Peninsula avec son concept d'artistes en résidence, c'est innovant, et c'est fait de manière structurée et intelligente».

### **Le concept hôtelier, source de profit?**

Le concept hôtelier, peut-il, in fine, apporter de la rentabilité à l'hôtel? Eric Fassbind, propriétaire du groupe hôtelier suisse By Fassbind tempère: «Bien sûr, les concepts hôteliers sont intéressants et mettent en lumière des idées novatrices en matière d'accueil. Mais il est clair qu'ils sont surtout développés par des opérateurs hôteliers pour séduire les investisseurs immobiliers, dont la préoccupation est avant tout la rentabilité. Une chaîne hôtelière, non propriétaire des murs, doit à la fois rendre des comptes aux investisseurs, en amont du process, et aux clients, en aval. Le concept hôtelier est un très beau «package» qui sert avant tout à attirer un investisseur, que ce soit dans la création ou la revente d'un hôtel. Mais le lifestyle n'est pas forcément une source de rentabilité en soi



Le concept hôtelier est un très beau «package» qui sert avant tout à attirer un investisseur, que ce soit dans la création ou la revente d'un hôtel

ERIC FASSBIND, PROPRIÉTAIRE DU GROUPE HÔTELIER SUISSE BY FASSBIND

---

Les hôteliers exploitants-propriétaires, eux, ne doivent rendre des comptes qu'à leurs clients, c'est-à-dire les satisfaire dans une approche très claire du business: leur offrir une excellente nuit, un service efficace, de l'espace et une accessibilité aisée. Bien sûr, je précise que cette réflexion est surtout valable pour les hôtels de moyenne gamme jusqu'à 4 étoiles. Lorsque je rénove ou achète un hôtel, je réfléchis évidemment au style et à la ligne que je vais lui conférer, mais je ne veux pas que cela soit trop segmentant pour le client. Ma rentabilité ne viendra pas d'un concept lifestyle, mais de la gestion de mes hôtels, identique dans leur politique agressive des prix».