

Industrie Hôtelière

le magazine des hôtels
et hôtels-restaurants

N° ISSN : 1141-0078

DOSSIER

Les concepts insolites et « au vert » ont le vent en poupe

ENTRETIEN

More Plisson

président de la chaîne
hôtelière Akeno Hotels

NOUVELLES TECHNOLOGIES

Réussir ses réunions
hybrides grâce aux
nouvelles technologies

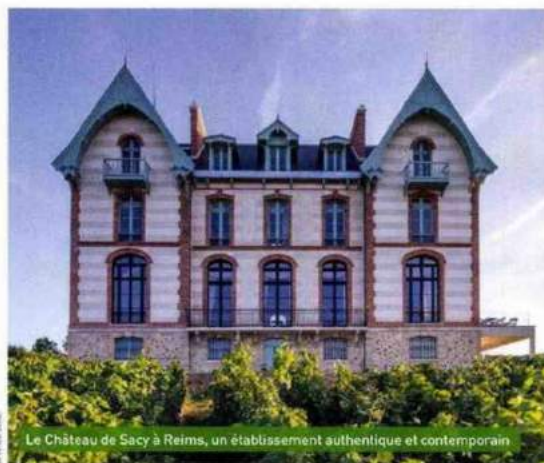
ALIMENTATION ET BOISSON

L'offre
snocking
en plein boom

3 DES CONCEPTS EN IMMERSION AVEC LA NATURE

De plus en plus d'hôtels ont entrepris de mettre l'accent sur le côté nature dans un environnement dépaystant, en proposant des hébergements à la fois « authentiques » et contemporains, des activités variées...

Le groupe **Millésime**, les **Domaines de Fontenille**, les **Demeures de Campagne de Grape Hospitality**... autant d'intervenants qui incarnent le renouveau de l'hôtellerie en conciliant une approche authentique avec un ancrage local fort et des prestations haut de gamme. « Les maisons sont construites pour que tous les hôtes se sentent comme chez eux avec toutes les prestations d'un cinq-étoiles, sans le côté un peu déférent que l'on peut trouver dans certains établissements, précise Philippe Monnin,



Le Château de Sacy à Reims, un établissement authentique et contemporain

codirigeant du groupe Millésime. Il existe un doux mélange dans l'accueil, la décoration qui suit l'histoire du lieu... Nous sommes très attentifs à la perception de nos clients sur leur séjour. Comme l'illustre notre slogan "Les pieds dans le terroir, la tête dans les étoiles", nous menons différentes démarches pour animer nos maisons. Cela passe par une somme de petits détails qui au final apportent une expérience différente aux clients. » Par exemple, au restaurant Le Marguerite du domaine de Raba près de Bordeaux, qui est axé sur la viande, le client peut choisir son couteau parmi une collection provenant de toutes les régions de France. « Au Château de Sacy à Reims, alors que les maisons de champagne rivalisent pour avoir la plus belle cave, les verres les plus étudiés pour déguster le champagne..., nous avons pris le parti de réaliser une dégustation historique. » Le client choisit ainsi sa coupe et se voit expliquer l'histoire de l'évolution de la flûte à telle période.

UN HÔTEL IMMERSIF ET DES PRESTATIONS EXCLUSIVES

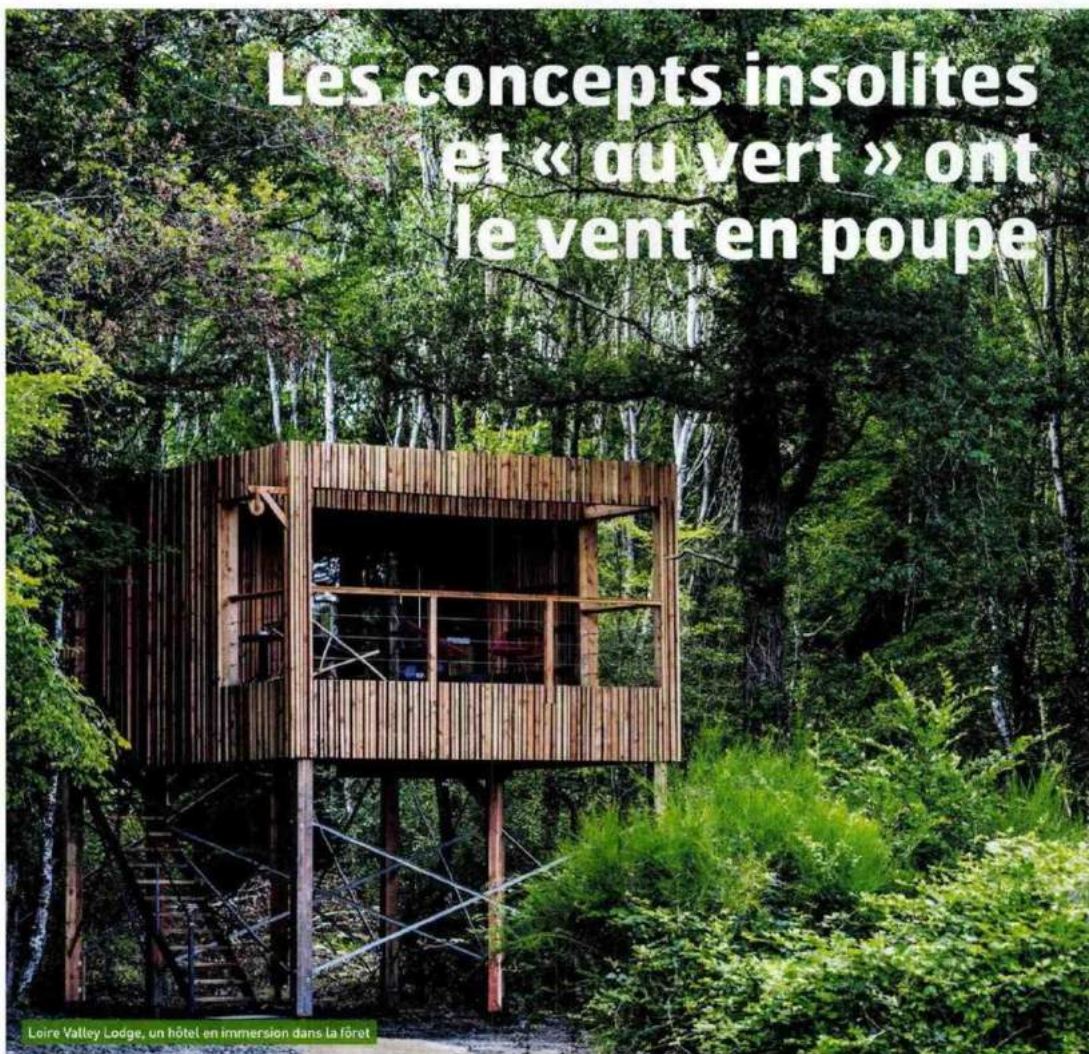
Dans l'Allier, le **PAL** qui reçoit plus de 600 000 visiteurs par an (hors période de crise sanitaire) pour ses 30 attractions et son parc animalier, a opté pour la singularité de ses hébergements pour faire vivre une expérience à part à ses visiteurs. Pour cela, 31 lodges ont été créés entre 2013 et 2015 dans le parc offrant

une approche immersive en pleine nature. « Le succès des lodges a été immédiat car dès la première année, nous étions à 80 % de TO et à 100 % la deuxième. Nous refusons deux fois la capacité d'accueil de l'hébergement, une part qui montait entre 2 et 3 fois en juillet et août », précise Arnaud Bennet, président du parc. Malgré cette forte demande en hébergements atypiques, le parc a décidé de ne pas construire de nouveaux lodges pour conserver son caractère exclusif et a privilégié la construction d'un hôtel immersif de 60 chambres, le **PAL Savana Réserve**, triplant ainsi sa capacité hébergement, avec 450 lits. Ouvert en juin dernier, l'établissement qui compte également une salle de séminaire, un restaurant (180 places assises et 150 places en terrasse) ainsi qu'un bar avec plusieurs terrasses sur pilotis, a nécessité un investissement de 16 millions d'euros. « Les lodges ont constitué la "porte d'entrée" du PAL et ont ainsi amené une nouvelle clientèle qui souhaitait vivre l'expérience des lodges. Cela nous a amené une clientèle hexagonale, provenant de plus de 90 départements, et étrangère, notamment suisse. L'objectif avec le Savana Réserve est de reproduire cette approche avec un concept extrêmement fort, une expérience immersive et très authentique », précise Arnaud Bennet qui prévoit d'atteindre quelque 30 000 nuitées pour l'hôtel sur une saison complète. Un hôtel qui se veut différent des autres. « Comme pour les lodges, nous ne voulons surtout pas être classés en étoiles. Nous sommes dans une expérience totalement immersive et tout rappel à un environnement quotidien dessert l'image du produit et l'expérience. » Tout a été conçu pour être authentique, y compris dans les imperfections dans la construction avec par exemple, des murs en torchis irréguliers, toits en tôle ondulée... Quelque 4 000 arbres de différentes espèces notamment du Sud ont été plantés autour de l'hôtel pour compléter cette savane. Ouvert habituellement d'avril à début octobre, le parc offre également une expérience intimiste en octobre et aux vacances de la Toussaint pour les clients des 31 lodges qui bénéficient d'un accès privatif du parc animalier et de prestations exclusives comme des rencontres avec les seigneurs, des visites de coulisses... L'hôtel pourrait également prendre cette orientation à partir de 2022.

CULTIVER LE CÔTÉ EXPÉRIENTIEL

Parmi les autres intervenants qui associent hôtellerie et environnement au cœur de la nature, le **Country Lodge**, un petit village en Normandie qui a ouvert en 2017, **Le Barn**, un quatre-étoiles près de Rambouillet qui propose une kyrielle d'activités pour se ressourcer dont un centre équestre (lire *Industrie Hôtelière* n° 714, mars 2019). Autre intervenant sur ce créneau, **Loire Valley Lodges**, un hôtel atypique en Indre-et-Loire. Ouvert en juillet 2020, l'établissement compte 18 lodges au cœur d'une forêt privée de 300 hectares. Située à 4 mètres de hauteur au milieu des arbres, chaque cabane sur pilotis offre un point de vue unique sur la nature environnante grâce à de larges baies vitrées. Une approche immersive tout confort, axé autour du bien-être avec une forte dimension artistique, chaque lodge étant décoré par un artiste contemporain. Ces lodges (constructeur société Nid Perchè) reprennent les essences de bois issues de la forêt, en Douglas pour l'extérieur des hébergements et en chêne et châtaignier pour l'intérieur. Le lieu est propice à la déconnexion numérique, les cabanes ne disposant pas de TV ni de wifi, contrairement aux espaces communs. Le côté expérientiel

Les concepts insolites et « au vert » ont le vent en poupe



Loire Valley Lodge, un hôtel en immersion dans la forêt

© Emmanuel Tropea / Loire Valley Lodge

Hébergement insolite, approche authentique dans un environnement verdoyant, démarche éco-responsable... Engagée depuis plusieurs années, cette mutation de l'hôtellerie française s'est accélérée avec la crise sanitaire et la volonté des clients de se retrouver dans un cadre ressourçant et dépaysant. Retours d'expériences d'hôteliers qui se sont engagés dans de nouveaux concepts pour mieux répondre aux attentes de leurs clients.

Dossier réalisé par Nathalie Foulon et Emilie Niel ■

Lodge tout confort dans les arbres, hébergement sur l'eau, hôtel avant-gardiste avec une structure d'arbre... les hôteliers rivalisent d'ingéniosité pour surprendre leurs clients. Le but est de gagner en attractivité dans des lieux parfois excentrés et d'enrichir l'expérience client. Parmi les projets atypiques qui devraient voir le jour prochainement, l'hôtel **EssenCiel** du groupe **Legendre** en Bretagne, le **Château de Brindos** du groupe **Millésime**, près de Biarritz

où sont aménagés des lodges sur le lac (pages 37 et 38). De nombreux concepts éphémères sont également développés comme l'hôtel **Monte Cristo** à Paris qui a mis en place une décoration d'inspiration cubaine le temps d'un trimestre (pages 41 et 42) ou le groupe **Accor** qui teste différents formats (page 39). Autres tendances, le slow tourisme et les approches au vert pour capter notamment une clientèle citadine en mal de nature (pages 40 et 41).

Dossier Nouveaux concepts

Si le côté insolite de l'**EssenCiel** permettra d'attirer les clients, reste la question de la fidélisation. « *Chaque chambre dans sa conception est la même, mais la vue diffère de l'une à l'autre, complète Julien Legendre, Certaines s'ouvrent sur la campagne, d'autres sur les bâtis du domaine, comme le château, l'Orangerie, les jardins... et offrent des hauteurs différentes. L'accès au spa, à la piscine, l'offre de restauration variée avec le gastro, la brasserie ou une cuisine plus conviviale au Re-Père, des brunchs le dimanche... permettent de faire revenir les clients.* » Le domaine qui compte une trentaine de collaborateurs actuellement, devraient atteindre 65 [équivalent temps plein] avec une dizaine de saisonniers supplémentaires à la belle saison, pour les différents restaurants et l'hôtel.

DES CONSTRUCTIONS INNOVANTES

Créé en 2014, le groupe hôtelier **Millésime** qui compte 8 établissements (hôtels et restaurants), entend redonner vie à des belles bâtisses endormies et les transformer en hôtel de charme. Parmi ses dernières acquisitions, le **Château de Brindos** à Anglet qui constitue une exception puisque le lieu était déjà un hôtel cinq étoiles de 29 chambres, classé **Relais & Châteaux**. Après quelques travaux de rénovation au niveau du bâtiment historique, le groupe entend valoriser le lac de 11 hectares du domaine, en créant des lodges ainsi qu'un spa sur l'eau. « *C'est l'un des plus grands lacs privés en France*, indique **Philippe Monnin**, codirigeant du groupe hôtelier **Millésime** avec son épouse **Alexandra Patek**. *C'est très bien d'avoir la vue sur un lac pour déjeuner, prendre un verre..., mais la nuit il ne s'y passait rien. Nous avons voulu le faire revivre. Pour cela, nous sommes en train de l'aménager pour qu'il devienne une composante totale de l'hôtel, où nous proposerons de la restauration, d'y dormir ainsi que diverses activités comme du paddle, du pédalo...* » Pour cela, un ponton de 700 m² a été créé pour abriter les espaces de restauration et une partie du spa. 10 barges réparties sur le lac constitueront 10 suites supplémentaires.



© Millésime / Société Carré de Vie



© Millésime / Société Carré de Vie



© Millésime / Société Carré de Vie

Une construction atypique qui a nécessité de s'appuyer sur un savoir-faire particulier (tous les éléments flottants ont la classification de bateau). Le groupe hôtelier s'est ainsi adjoint les services de l'agence Carré de Vie à Millau. Des constructions qui doivent s'adapter aux contraintes techniques pour que les barges restent fixes quel que soit le nombre de personnes (chaque lodge flottant pèse près de 19 tonnes) et qui nécessitent ainsi un coût plus élevé, environ le double par rapport à celles sur terre. Cet hôtel de 29 chambres et ses 10 lodges flottants (dont 6 chambres doubles et 4 suites) ouvrira le 15 avril prochain. La nuitée sur ces hébergements singuliers oscille entre 200 et 700 euros en pleine saison avec un prix moyen autour de 300-350 euros.

UNE ÉVOLUTION DE LA STRATÉGIE POUR MILLÉSIME

Si le groupe **Millésime** (**Domaine de Raba à Talence, Château de Sacy à Reims, Grand Hôtel du Soleil d'Or à Megève, Cocorico à Porto...**) visait initialement les petites bâtisses, il a depuis fait évoluer sa stratégie, en s'orientant vers des hôtels de plus grande capacité, pour lesquels il est plus facile d'amortir les coûts fixes. Pour cela, il envisage de céder certaines de ses acquisitions ou de réaliser des extensions (notamment pour le **Château de Sacy, le domaine de Raba**). « *En créant le groupe en 2014, nous voulions trouver des lieux qui ne soient pas forcément des hôtels et des restaurants mais qui possèdent une âme, une histoire, pour les rénover dans les règles de l'art et d'y créer une activité réceptive. En 5 ans, nous avons ouvert une dizaine de maisons d'une surface entre 400 et 1 000 m², comptant chacune une dizaine de chambres. En 2018, nous avons réalisé un bilan et nous avons décidé de nous réorienter vers des maisons plus grandes, entre 2 500 à 3 500 m² pour disposer de 30 à 40 chambres et de la place pour nos concepts de restauration, bar et bien-être... et d'en faire de vrais lieux de vie*, souligne **Philippe Monnin**. *En termes d'investissements, nous sommes passés de 4 à 6 millions d'euros par établissement à un montant entre 15 et 30 millions.* » Autres évolutions, si le groupe était propriétaire murs et fonds de ses établissements, il a modifié son modèle pour proposer des projets clés en main aux investisseurs, sous marque **Millésime**. Outre le **Château de Brindos**, deux autres ouvertures sont prévues en 2023, le **Château de Léognan** près de Bordeaux qui comptera 40 chambres et qui sera tourné vers l'œnotourisme (le groupe dispose déjà sur le site d'un restaurant, le **Manège**) et le **Château de Théoule** dans la baie de Cannes, un établissement haut de gamme de 40 suites avec vue sur mer. Le groupe qui compte quelque 250 collaborateurs pour ses 8 maisons et 25 au niveau du siège où sont centralisées les fonctions marketing commercial, communication... enregistre un chiffre d'affaires annuel autour de 12 M€. « *Nos trois grosses ouvertures vont nous permettre de doubler de taille ainsi que notre chiffre d'affaires à fin 2023* », conclut **Philippe Monnin** qui prévoit de soutenir un rythme entre deux et trois ouvertures par an.