

Chronique

Tendances: vers une hôtellerie communautaire et sociale

Mob Hotel et Mama Shelter proposent des modèles qui répondent à la quête de sens des Millennials. Mais la vraie hôtellerie sociale reste un tabou.

Depuis son origine, l'hôtellerie s'est établie en lien entre les voyageurs et la communauté locale. Depuis 20 ans surtout pour augmenter les taux d'occupation le week-end de l'hôtellerie d'affaires ou optimiser la rentabilité des espaces de restauration. L'approche a ensuite été érigée en promesses marketing en réponse aux offres standardisées des chaînes et à l'industrialisation du secteur. Les hôtels comme lieux de vie et de rencontre.

En 2013 déjà, Tablet Hotels organisait le concours Rethink Hotels sur Jovoto, plateforme digitale de «la Valley» qui ambitionne humblement de révolutionner toutes les industries via l'innovation collaborative. L'objectif était de créer un concept d'hôtel pour la ville de New York qui rassemblerait les clients de l'hôtel et les résidents de la ville de façon imprévisible et inattendue. Le projet retenu: The Allotment, placé au cœur de l'expérience client un restaurant où l'on pouvait cuisiner avec les chefs ou partir en virée chez les producteurs et dans les jardins maraîchers des environs.

Ce qui finalement n'a pas vu le jour à New York a pris forme à St-Ouen en proche banlieue parisienne. En 2017, le MOB Hotel, ouvrira ses portes à quelques pas du marché aux puces. On y trouve des produits bios venus de coopératives agricoles, des pop-up stores dédiés aux créateurs indépendants et les jardins sont partagés avec le voisinage. L'espace de co-working est baptisé Kolkhozita, en référence à l'esprit communautaire qui inspire les lieux. Les franchisés aussi sont invités à rejoindre un mouvement coopératif dans le partage d'un état d'esprit. A voir ce qu'il en est des dividendes...

La réflexion n'est pas récente. En 2008, Mama Shelter inversait la proposition promulgant un art de vivre visionnaire: design, food et cool attitude. Un concept capable de faire venir dans le



Le MOB Hotel Paris, un concept capable de faire venir dans le 20e arrondissement un public hétéroclite.

ldd

20e arrondissement de Paris un public hétéroclite. Du businessman aux étudiants fauchés, des bobos aux artistes reconnus; on n'allait plus à l'hôtel pour sa localisation mais pour sa communauté, sa «crowd», sa «scène». Depuis Los Angeles, Rio... Derrière MOB, les mêmes ou pas loin; l'esprit coopératif ayant ses limites dans le monde des affaires. Son fondateur n'est autre qu'un des pionniers de Mama Shelter et a levé 150 millions d'euros pour continuer son développement. Loin donc la vague aspiration philanthropique et Re-Los Angeles. On le sait, la quête de sens est une aspiration profonde des Millennials et l'offre hôtelière cherche aujourd'hui à y

répondre. L'hôtellerie du partage a néanmoins ses limites.



Anouck Weiss

Anouck Weiss, spécialiste en communication et en marketing hôtelier. Elle décode des phénomènes économiques et sociaux.

La véritable hôtellerie sociale reste un vrai tabou et un marché d'une toute autre nature. L'hébergement par les pouvoirs publics de personnes sans logement, immigrés pour la plupart, représentait en 2013 pour les hôteliers et les intermédiaires dans la seule île de France un marché de plus de 100 millions d'euros. A ce titre, notre industrie demeure un miroir riche d'enseignements sur ce qui se passe dans le monde.

Les chroniques du «cahier français» cèdent la plume à Jean Pierre Pastori, Anouck Weiss.

Les hôteliers se mobilisent pour un «oui» au 2m2c

Dimanche, Montreux se prononcera sur un crédit de 27 millions visant la rénovation complète du centre de congrès 2m2c. Les hôteliers et le secteur touristique sont sur le qui-vive.

Claude Jenny

«Un centre des congrès, c'est comme une gare ou un aéroport. C'est un outil au service d'une région. Si vous ne l'adaptez pas aux besoins, il ne remplit plus son rôle. Donc si nous ne rénovons pas le 2m2c, c'est toute l'économie régionale qui en pâtrira durablement.» Rémy Crégut, directeur général du «paquebot» montreusien, a le sens de la formule et du réalisme, lui qui a rédigé le «business plan» qui montre clairement qu'une rénovation aura forcément des rebondissements très positives.

L'inquiétude et l'engagement des hôteliers

Mais il faut que le «oui» l'emporte ce dimanche. Rémy Crégut se déclare confiant, mais tout en reconnaissant que «tout est possible». «Ah, soupire-t-il, si toutes les personnes actives dans les secteurs concernés pouvaient voter, le résultat serait acquis!» Le hic, c'est que la majorité des votants habitent hors du giron direct du 2m2c, dans les autres «villages» de Montreux.

«En cas de refus, j'aurai au moins le sentiment du devoir accompli.»

Stéphane Compagnon
Directeur de l'Eurotel, Montreux



Le 2m2c tel qu'il se présenterait au terme d'une rénovation complète, avec sa nouvelle enveloppe extérieure. A droite, le centre de congrès aujourd'hui.



images 2m2c

Du côté des hôteliers, l'inquiétude est également vive, même s'ils sont restés plutôt discrets durant la campagne. «Faux!», rétorque Estelle Mayer, présidente des hôteliers de la région. Nous avons financé en partie la campagne du comité de soutien «Réinventions» et nous avons été très actifs sur les réseaux sociaux.

Mais c'est vrai, concède-t-elle, que nous aurions pu être plus agressifs, notamment dans la presse».

En cas de «non», une capacité maximale limitée à 300 places

Stéphane Compagnon reste optimiste quant au résultat qu'il qualifie aussi de «vital» pour l'avvenir touristico-hôtelier de Montreux. Il se déclare convaincu qu'une rénovation totale offrirait des atouts solides au 2m2c pour attirer de nouvelles manifestations à Montreux. «Nous pouvons offrir 1000 chambres dans un rayon très petit. Mais encore faut

dans cette campagne. «Il faut retrouver ses manches, ne pas compter sur les autres», explique-t-il. «J'estime faire mon devoir et si le projet devait ne pas passer, j'aurai au moins le sentiment du devoir accompli», ajoute celui qui qualifie la campagne de «déléterie», eu égard aux arguments fallacieux relayés par certains opposants.

En cas de refus, j'aurai au moins le sentiment du devoir accompli.

Stéphane Compagnon reste optimiste quant au résultat qu'il qualifie aussi de «vital» pour l'avvenir touristico-hôtelier de Montreux. Il se déclare convaincu qu'une rénovation totale offrirait des atouts solides au 2m2c pour attirer de nouvelles manifestations à Montreux. «Nous pouvons offrir 1000 chambres dans un rayon très petit. Mais encore faut

il pouvoir disposer d'un centre des congrès répondant aux exigences d'aujourd'hui. Ce qui passe par une rénovation complète», martèle-t-il.

En cas de refus, le couperet pourrait tomber après l'édition 2020 du Montreux Jazz Festival: la capacité du complexe sera alors limitée à 300 personnes.

Autant dire que nombre de manifestations s'en iraient ailleurs. Mathieu Jaton, directeur du Montreux Jazz Festival, confiait la semaine dernière au quotidien «24 heures»: «Il faut accepter cette rénovation pour toutes les activités qu'abrite l'édifice, festivals et congrès.»

Le risque de refus vient d'une campagne qui a été chaude. Si tout le monde s'accorde à accepter le volet technique de l'opération, les opposants - soit deux partis politiques, les Verts et le mouvement

Montreux dispose de très bons atouts! Dire, comme le font les opposants, que le marché des congrès est en régression est faux! En 2017, le 2m2c a réalisé un chiffre d'affaires record pour une part importante grâce aux congrès et autres manifestations, hors grands festivals.»

Un crédit de 27 millions de francs qui fait débat

L'enjeu porte sur un crédit de 27 millions de francs, soit la part communale destinée à mettre l'édifice à niveau en matière de normes sécuritaires et antisismiques.

Sans un «oui» des citoyens montreusiens dimanche, le projet de rénovation s'écroule. Et obligera la recherche d'un plan «B» qui, en l'état, n'existe pas.

quent le fait que les autorités aient estimé qu'il fallait profiter de ces travaux obligatoires pour procéder à une rénovation complète du complexe, afin de le rendre plus fonctionnel et de viser de nouveaux clients. Et, par la même occasion, le rendre plus esthétique et lumineux.

Cout global de l'opération: 86,7 millions de francs. Outre la part communale, une nouvelle taxe de séjour spéciale - une City Taxe qui a déjà été acceptée - financerait une partie de 33 millions. Divers financements externes couvrirait la troisième partie (24 millions), notamment l'Etat de Vaud via l'aide au développement touristique et un prêt sans intérêt.

Sans un «oui» des citoyens montreusiens dimanche, le projet de rénovation s'écroule. Et obligera la recherche d'un plan «B» qui, en l'état, n'existe pas.