



N° 694 - Décembre 2016 - 3 € N° ISSN : 1141-0078

Industrie Hôtelière

le magazine des hôtels
et hôtels-restaurants



Indep' infos
Le cahier pro indépendant,
fédérateur et positif

DOSSIER

**AMÉNAGEMENT
ET DÉCORATION**

Les dernières tendances

Rencontre avec
Julie Gauthron

Artiste-décoratrice
et fondatrice de l'agence
Exquise Esquisse

HÉBERGEMENT

**Comment
bien choisir
sa literie ?**

**ALIMENTATION
& BOISSON**

**Réussir son offre
de petit déjeuner**



Dossier AMÉNAGEMENT ET DÉCORATION

AMÉNAGEMENT ET DÉCORATION

Les dernières tendances

Exit la standardisation. Les clients apprécient des lieux singuliers pour leurs séjours. Les hôteliers sont de plus en plus attentifs à ces aspects que ce soit dans le cadre d'une création d'hôtel ou d'une rénovation. L'objectif est de se différencier des autres établissements avec une décoration qui marque les esprits mais aussi de proposer des aménagements en phase avec les nouveaux modes de consommation, à l'instar des hôtels « bleisure », ou encore des espaces communs qui gagnent du terrain pour faire de l'hôtel un véritable lieu de vie. Conseils d'experts et retours d'expériences pour réussir sa décoration et proposer un agencement optimal.

Dossier réalisé par Nathalie Foulon

Hôtel Okko, Rueil Malmaison

© Jérôme Galland



Quels sont les éléments clés pour réussir une opération de rénovation ? Comment valoriser son hôtel par la décoration ? Comment concilier modernité et tradition ?.. Les hôteliers doivent être attentifs à de nombreux points pour faire de leur établissement un lieu singulier. Avec le lobby qui tend à devenir le centre névralgique de l'hôtel, les nouveaux outils numériques qui révolutionnent l'accueil des clients... bien des aménagements sont à repenser.

> Quels sont les secrets d'une décoration réussie ?

Inutile de tout refaire à neuf. Une décoration réussie passe par un mélange d'éléments existants et de modernité où le sens du détail est primordial.

« Il est important de travailler tous les détails. Ils doivent tous être pertinents, en lien avec le concept de l'hôtel. Qualité de la moquette, interrupteurs, poignées de porte... On croit souvent que les clients retiennent d'un hôtel une impression générale, or il s'agit souvent de quelques détails. Pour les budgets serrés, je conseille de ne pas répartir l'investissement de façon uniforme sur la totalité des éléments à décorer mais de mettre l'accent sur deux à trois pièces emblématiques, détaille Julie Gauthron, artiste-décoratrice qui a réalisé la décoration d'une dizaine d'hôtels (lire également page 18). Avec la baisse de fréquentation des établissements, les budgets alloués à la décoration ont diminué. Les hôteliers réclament désormais une petite touche de nouveauté pour donner une nouvelle étincelle et faire en sorte que leur hôtel soit différent des autres. Il n'est pas toujours nécessaire de tout refaire à neuf pour afficher sa différence. D'autant plus que le mélange de

l'existant et d'éléments neufs amène parfois plus d'âme que si tout était neuf. »

Il est essentiel d'inscrire l'hôtel dans sa région, sa ville, son histoire, met en avant Mark Watkins, président de Coach Omnium dans son *Livret de la décoration et de la rénovation hôtelière*. Cela permet d'apporter du charme et de délivrer du plaisir aux voyageurs. Passé l'effet de curiosité, les hôtels au décor axé sur la mode ou au design contemporain, peuvent vite lasser les clients.

> Réussir son projet

Quels sont les ingrédients indispensables à la bonne réalisation du projet ? « L'adhésion et la confiance du propriétaire quant au projet sont essentielles. Reste ensuite à trouver le concept qui colle à l'établissement sur le long terme en travaillant conjointement. Associer les équipes dans une approche "team building" est également indispensable », ajoute Julie Gauthron. Il est essentiel de se poser les bonnes questions avant de démarrer son projet de rénovation, autour de l'objectif poursuivi, l'état des installations électriques, de plomberie, du petit appareillage tel que les robinets, en lien avec les nuisances sonores de la propriété et du voisinage, les contraintes administratives... Une rénovation hôtelière réussie doit permettre à l'établissement d'augmenter son taux d'occupation (lire les retours d'expériences pages 39 et 40).

Autre paramètre, bien anticiper les délais. « Sur les projets sur lesquels j'ai travaillé, la préparation nécessitait généralement quatre à six mois pour des travaux qui se déroulent sur moins d'un an. Les délais courts peuvent être problématiques. Ils nécessitent d'exercer une pression sur les prestataires avec un risque d'une moindre qualité. Cela se fait d'autant plus sentir que l'hôtel reste ouvert. »

> Les hôtels thématiques ont le vent en poupe

Les boutiques hôtels et les hôtels thématiques ont le vent en poupe dans les grandes villes. Objectif, délivrer une expérience unique aux visiteurs grâce à une architecture



Hôtel Déclic, Paris.

© Smaimodhnef

atypique, un design particulier ou autour d'une thématique qui associe sens du détail et ambiance intimiste. Des concepts originaux qui permettent également de se différencier des autres établissements.

Par exemple, le **Déclic Hôtel** qui a ouvert ses portes en février 2016 à Paris autour des techniques de la photographie, a particulièrement poussé son concept. Subtil jeu d'images, de lumières, domotique adaptée où les clichés se projettent instantanément dans la chambre... Une décoration pensée par « l'atmosphériste » Sandrine Alouf, qui a le sens du détail, moquettes façon pellicule, photos en panneaux lumineux au plafond...

Parmi les établissements récents qui ont développé des thématiques fortes, les **Bulles de Paris** (4 étoiles situé au cœur de la capitale) autour du champagne, le **Best Western Gustave Flaubert** à Rouen, un hôtel littéraire qui reprend l'univers de l'auteur, l'**hôtel Jobo** à Paris dont la décoration s'inspire de Joséphine Bonaparte. Autres hôtels thématiques, l'**hôtel Sacha** à Paris en hommage à Sacha Guitry ou encore la **Villa Otéro** à Nice qui arbore une décoration rétro chic et intimiste plongeant les visiteurs dans l'atmosphère de la Belle Époque niçoise.



> Être attentif à l'éclairage et à l'ambiance musicale

L'éclairage et l'ambiance musicale ne sont pas à négliger. « Pour l'éclairage, tous les hôteliers réclament de la lumière à économie d'énergie. Or il faut être attentif sur l'utilisation des LED qui donnent une sensation assez froide, y compris pour les lumières colorées. Reste à trouver le bon ajustement entre les différentes sources de lumières dans un même espace, sans tout passer en LED. » Un point important à améliorer dans les CHR, reste le son. « Beaucoup d'établissements sont très bruyants mais les vraies techniques pour absorber le son ne sont pas utilisées – plafond perforé, revêtement avec mousse... – car elles sont onéreuses et ne se voient pas. »

Certains établissements ont particulièrement soigné leur ambiance musicale et leurs équipements en lien avec la musique, à l'instar de l'hôtel Idol à Paris dont la thématique rend hommage à la black music des années 70. « Pour cet hôtel, je suis sortie des standards hôteliers pour privilégier des équipements haut de gamme – enceinte, platine vinyle, caisson de basses... – pour que les clients qui apprécient la musique perçoivent la différence », précise Julie Gauthron qui s'entoure de spécialistes pour ces domaines (musique, acoustique, éclairage).

> Choisir le bon mobilier

Meubler un espace n'est pas une tâche aisée. Il faut pouvoir rester neutre et fonctionnel, veiller à ne pas surcharger les pièces, sans pour autant rendre l'espace austère. Le mobilier doit aussi s'intégrer dans l'harmonie des couleurs de la pièce. Autre tendance, la modularité. « La modularité et la flexibilité dans le mobilier deviennent la règle : lits gigognes ou escamotables qui se mettent en place d'une seule main, bureau à géométrie variable, éclairage à variateur... Le décor théâtralisé fait son entrée, destiné à apporter un peu d'émotion et d'évasion », détaille Mark Watkins.

> Quels espaces de coworking ?

« Il ne faut pas vouloir rendre l'accueil de l'hôtel semblable à celui d'un bureau car les clients affaires veulent quelque chose de différent, poursuit l'artiste-décoratrice qui a travaillé sur les espaces de coworking dans les hôtels dans le cadre du Studio 16 du salon EquipHotel. L'idée est alors de faire du coworking dans un espace qui ressemble à un lounge. La démonstration à EquipHotel portait sur les salles de séminaires qui sont créées par un système de rideaux au milieu du lobby. Il n'est plus nécessaire de sacrifier un espace pour les salles de séminaire. » Quid de l'insonorisation ? « J'utilise un fabricant de rideaux de scène allemand (Gerriets) dont les propriétés acoustiques sont encore plus performantes que les cloisons accordéon. » L'hôtel devient ainsi un nouveau lieu de travail grâce à une optimisation des espaces qui conjuguent flexibilité, confort et service, dans un même endroit pour constituer une réponse aux différentes attentes, réunions de petit-déjeuner, meeting apéritif, rencontres dînatoires... (lire également page 42).

> Les erreurs à éviter

Quid des erreurs de conception à éviter ? Il ne faut pas perdre de vue le côté pratique, pour une utilisation optimale des équipements mais aussi pour faciliter le travail d'entretien. L'idéal est de faire participer le personnel concerné aux équipements et aménagements envisagés. « Par exemple, une belle robinetterie avec des aspérités ou avec écrous pour un côté vintage, sera très difficile à nettoyer. La robinetterie encastrée, très facile d'entretien, nécessite de casser des éléments si une réparation est nécessaire... La durabilité est aussi à prendre en compte. Beaucoup d'hôteliers plébiscitent le vinyle pour les revêtements de chaise, de tête de lit... mais ces éléments ne sont pas adaptés aux établissements haut de gamme. »

> Miser sur une décoration singulière



Chambre de l'hôtel Idol, Paris.

© Céline Dumoux

Les clients apprécient d'être surpris et à ce titre, les hôtels à la décoration singulière. Sur ce créneau, les boutiques hôtels et les hôtels thématiques se sont largement développés dans les villes (lire page 37). L'alliance des textures, des couleurs... est dans l'ère du temps. « J'apprécie de mixer les couleurs, les motifs, que ce soit pour les rideaux, les têtes de lit... Pour les sols, la tendance est à utiliser d'autres revêtements que la moquette. Je préconise souvent le bois même si j'ai souvent utilisé les planchers vinyle comme les faux bois, très appréciés des hôteliers pour leur facilité d'entretien », souligne Julie Gauthron.



> Retours d'expériences

Design moderne et aménagements repensés pour Okko Hotels

Okko Hotels qui compte six établissements quatre étoiles (avec plusieurs ouvertures de prévues en 2017 et 2018), a opté pour un design moderne et des aménagements repensés par rapport aux standards hôteliers.

Ainsi, si la chambre reste assez standard (avec une surface le plus souvent autour de 18 m²) tout en étant confortable et moderne, les espaces communs sont particulièrement développés à l'instar du « club », un vaste espace à vivre, autour de 300 à 350 m² selon les établissements. Les clients peuvent venir s'y restaurer ou boire un verre à tout moment (ces prestations sont incluses dans le tarif de la chambre) mais aussi travailler dans un cadre convivial et design. Cet espace regroupe de larges tables invitant aux échanges, une bibliothèque, un espace business...

Les établissements du groupe sont flambant neufs ou totalement rénovés comme celui de Lyon qui est installé dans un bâtiment du XIX^e siècle. « *Il existe une véritable préoccupation esthétique au niveau de l'architecture. L'hôtel standardisé construit "par cubes" n'est plus accepté par les services urbanisme des agglomérations* », explique Solenne Devys, directrice Produit et Communication d'Okko Hotels. Quant à l'aménagement et au design, « *il sont absolument essentiels et répondent à l'envie de modernité. Au niveau du groupe, nous travaillons beaucoup sur le design pour qu'il reste intemporel grâce à des matériaux de grande qualité qui vont tenir dans le temps. Nous choisissons un design plus proche de la décoration d'intérieur que du milieu purement hôtelier car nous voulons que nos clients se sentent comme chez eux* ».

Modernisation des chambres des hôtels Balladins

L'enseigne **Balladins** du groupe Dynamique Hotels Management a lancé un vaste programme de rénovation de ses chambres de catégorie 2 étoiles qui se poursuivra en 2017. Objectif, moderniser les espaces de nuit selon des tendances de décoration plus actuelles : des lignes sans fioritures, des couleurs sobres ainsi qu'une literie plus confortable, du mobilier aux matières plus nobles pour une chambre accueillante et fonctionnelle. D'une surface moyenne de 15 m², chaque chambre comprend un équipement audiovisuel, wifi, bureau, penderie, miroir en pied, salle de bain séparée lumineuse avec douche et wc. « *Nous souhaitons apporter un souffle nouveau au design de nos chambres d'hôtels 2 étoiles pour*

renforcer notre proximité avec le client et être en ligne avec notre promesse : nos hôtes doivent se sentir partout comme chez eux et cela commence par le repos! » a indiqué Alain Brière, président des Hôtels Balladins qui avait participé l'émission *Patron Incognito* sur M6 fin novembre 2015 (*lire Industrie Hôtelière n° 686, janvier 2016, page 48*) et avait alors décidé du changement complet de la literie jugée trop basse. Ces nouveaux lits



Modernisation des chambres des hôtels Balladins

de qualité supérieure permettront d'apporter plus de confort dans les chambres et de faciliter le travail des femmes de chambres. D'une hauteur de 62 cm avec un matelas épais de 18 cm, ils présentent un agencement 2 en 1, avec tête de lit servant d'appui-tête dotée d'une correction acoustique et chevet pouvant être utilisé comme assise. La prochaine étape pour la chaîne concernera la modernisation du lobby, des couloirs et de la salle de petit déjeuner.

> Une transformation réussie

Une vaste opération de rénovation a totalement métamorphosé l'**hôtel La Fontaine à Caen**, amenant le deux étoiles de 10 chambres à renouveler complètement sa clientèle. Si la nuitée tournait auparavant autour de 30 à 40 euros, elle s'élève désormais à environ 60 euros.

« *Nous avons essayé de jouer sur les tendances du moment, les couleurs, le mobilier..., expliquent les nouveaux propriétaires, Zoé et Mathieu Charbonnier. Nous avons tout refait, les revêtements au sol, au mur, la plomberie, l'électricité, les salles de bains, le mobilier... Nous avons retenu un architecte qui avait déjà réalisé des rénovations dans l'hôtellerie et qui connaît des artisans qualifiés avec qui il a l'habitude de travailler. C'est un point clé de réussite.* »

Si initialement quatre mois de travaux étaient prévus, ce sont finalement sept mois qui ont été nécessaires pour transformer l'ancien établissement en un hôtel moderne et confortable. Literie haut de gamme, style épuré et moderne et un accueil chaleureux des propriétaires n'ont pas manqué de séduire les premiers clients. L'établissement a enregistré un taux d'occupation de l'ordre de 90 % lors de la saison estivale et figurait parmi les meilleurs hôtels sur Caen sur Tripadvisor avec une note de 5/5 fin novembre 2016.



Hôtel La Fontaine, Caen



> Une rénovation pour gagner en compétitivité

L'hôtel Atlantys, trois étoiles de 50 chambres, à Saint-Herblain près de Nantes a réalisé une rénovation complète – ravalement, chambres, réception – de 2012 à 2015 pour faire face à la concurrence croissante sur son secteur. Retour d'expériences.



L'hôtel Atlantys après rénovation.

« Notre hôtel a été construit en 2005. En 2012, deux nouveaux hôtels se sont implantés à proximité. Nous avons de ce fait pris un "coup de vieux" même si nos chambres étaient correctes, détaille Rémi Perrier, propriétaire exploitant de l'établissement. Pour rester compétitifs dans un secteur où la concurrence est très forte – 200 chambres supplémentaires ont été créées début 2012 du fait des nouveaux établissements et des agrandissements –, nous avons dû mener une rénovation avec une première phase portant

sur le premier étage, une seconde sur le deuxième étage. Nous avons ainsi 32 chambres rénovées en faisant appel à des fournisseurs locaux comme la société Henry Agencement à Vitry qui a fabriqué les meubles sur mesure. Les chambres sont pratiquement identiques au niveau de la superficie et

« Pour rester compétitifs dans un secteur où la concurrence est très forte, nous avons dû mener une rénovation

des aménagements, il a donc été relativement facile de les dupliquer. Nous n'avons pas eu besoin de rénover les salles de bains qui étaient déjà très bien. » L'établissement n'a pas fait appel à un décorateur pour la rénovation des chambres. « Nous savons mieux qu'un décorateur ce qu'il nous faut. Par exemple, nous privilégions les chevets attachés au lit et non ceux indépendants. De même, il est inutile que le bureau soit trop grand. »

Un TO en hausse de 10 points

Au niveau des chambres et de la réception, les matériaux couleur bois et les stratifiés merisier ont été changés pour des papiers peints et des peintures aux couleurs plus actuelles, transformant l'hôtel en un établissement résolument design et moderne. « Une troisième phase a été consacrée

à la réception et aux couloirs en 2015, où nous avons fait appel à l'agence de décoration d'intérieur Carré Magic, qui nous a proposé différentes teintes pour les papiers peints, moquettes... et apporter un coup de jeune. Cela reste une rénovation "light" pour limiter les coûts. Dans cet esprit, nous n'avons pas rénové les chambres du troisième étage. D'autant plus qu'elles étaient peu utilisées et en bon état. » L'hôtel étant récent, il répondait déjà aux normes incendie et accessibilité. Au total, quelque 150 000 euros ont été engagés dans cette rénovation dont 100 000 euros pour les chambres, 35 000 euros pour le ravalement, 15 000 euros pour la réception.

Quels ont été les résultats en termes de fréquentation suite à cette rénovation ? L'établissement a déployé une commercialisation plus efficace sur cette période et a bénéficié d'une conjoncture plus favorable – l'offre étant croissante sur le secteur – il est donc difficile d'isoler un effet en particulier. Néanmoins, il apparaît que le taux d'occupation a progressé de 10 points en 2013 pour atteindre un peu plus de 50 %. Situé en périphérie, le trois étoiles qui reçoit une clientèle essentiellement affaires (environ 95 %), s'estime satisfait de ce taux. D'autant plus qu'il ne dispose pas de restaurant. « Nous avons enregistré un creux de notre chiffre d'affaires début 2012 lors de l'implantation des nouveaux hôtels. Nous avons depuis regagné ce chiffre d'affaires et même au-delà. »



Avant rénovation.



L'hôtel Atlantys après rénovation.



> Focus sur les nouvelles tendances

Le salon EquipHotel qui s'est déroulé en novembre dernier à Paris, a rassemblé de nombreux professionnels et experts qui ont mis en lumière les dernières tendances en hôtellerie. Revue de détails.

Le lobby, véritable lieu de vie

« L'ambition du lobby est de créer un vrai lieu de vie qui répond à des attentes multiples. L'idée est de faire en sorte que cet espace, intérieur à l'hôtel, s'exporte aussi sur la ville », a expliqué Jean-Philippe Nuel lors d'une conférence de présentation du salon. L'architecte d'intérieur a travaillé sur le lobby dans le cadre du Studio 16 d'EquipHotel. Le lobby tend ainsi à devenir un espace de fusion entre la ville et l'hôtel où le bar devient un élément central. L'agencement de l'espace devient polymorphe pour répondre aux usages multiples qui s'enchaînent tout au long de la journée.

Le lobby est amené à évoluer et ne sera plus un passage obligé pour les clients grâce aux nouveaux outils digitaux. La banque d'accueil est donc vouée à être fortement réduite voire à disparaître. Clé à partir de flashcode, check-in, check-out et paiements réalisés via Internet... vont révolutionner l'accueil dans les hôtels et recentrer le personnel vers des services à plus grande valeur ajoutée.

Repenser le bar des hôtels

« Si le bar a toujours été présent dans l'hôtellerie, il a été très mal exploité au cours de ces dernières années. Les palaces ont toujours eu un bar mais essentiellement pour répondre à une sorte d'obligation. Désormais, le bar sert à accueillir, à animer un lieu du matin au soir – petit déjeuner, café l'après-midi, dîner et cocktails le soir... –, a indiqué Olivier Bon, Experimental Group qui a travaillé sur le concept du bar Studio 16 du salon.



Le lit, élément essentiel de la chambre

Sphère de l'intimité, la chambre fait la part belle aux équipements interactifs et à l'ergonomie. Les tendances concernent notamment le lit qui tend à devenir de plus en plus grand pour apporter davantage de confort (lire également article page 44). La salle de bains s'ouvre davantage sur la chambre via une verrière, une porte coulissante... La polyvalence se développe aussi avec des cloisons qui permettent de s'adapter aux différentes activités, salon TV, espace de jeux, couchage d'appoint...

La chambre PMR (personne à mobilité réduite) tend également à évoluer et devient davantage universelle. Exit les équipements inesthétiques qui stigmatisent le handicap, la chambre PMR gagne en design et bénéficie d'équipements spécifiques pour mieux accueillir les personnes en situation de handicap et leur famille. Telle était la démonstration apportée par la « Senses room » présentée au salon EquipHotel, imaginée et conçue par Francis van de Walle, expert en hôtellerie de luxe, avec de nombreux partenaires. Signalétique et communication en braille, pictogrammes, moquette 3D pour guider la personne dans la chambre, mobilier avec des hauteurs ajustées pour tous, plafond acoustique pour écouter une musique optimale... transforment la chambre PMR en un véritable espace multi-sensoriel.

À quoi ressemblera la chambre du futur ?

La chambre du futur doit permettre aux clients de se ressourcer. Pour cela, elle doit répondre à cinq points clés dont le « bien dormir », indique Laurent Delporte, expert de l'hôtellerie de luxe qui a participé à la chambre Origine du salon EquipHotel, économe en énergies et « ressourçante ». Cela passe par un éclairage adapté (réduction de l'intensité le soir...), des éléments de literie naturels et écologiques. Autre point clé, le bien-être avec par exemple, des oreillers de relaxation, un pédiluve pour les pieds... La dimension consommation d'énergie sera davantage prise en compte avec par exemple, le suivi de cette consommation en chambre et pourquoi pas la suppression du mini-bar remplacé par un automate qui amène les boissons



en chambre. Le « bien respirer » devrait également être développé avec l'utilisation de matériaux naturels. Enfin, le « bien manger et boire » pourra prendre la forme d'une fontaine à eau purifiée dans la salle de bains pour réduire les déchets plastiques. Les dimensions RSE et développement durable seront de plus en plus présentes. « La chambre touche à de nombreux aspects du développement durable. Il y a aussi le côté RSE, pour faciliter le travail des collaborateurs dans la gestion de la chambre. Tout ce qui peut être fait pour réduire la pénibilité au travail liée au nettoyage de la chambre est important. Par exemple, en mettant des tablettes près du lit posées au mur au lieu d'une table de nuit posée sur le sol, cela facilite le travail de la femme de chambre », détaille Laurent Delporte.



Vers des hôtels « bleisure »

60 % des professionnels prolongent régulièrement leurs voyages d'affaires en séjours d'agrément. D'où une dimension « bleisure » (contraction des termes « business » et « loisir ») de plus en plus forte dans les hôtels, se traduisant par des aménagements spécifiques.

Focus sur ces nouvelles orientations avec l'architecte d'intérieur-designer, **Mélanie Lallemand Flucher** (1).

► Comment s'illustre en termes d'aménagements et de décoration, le développement de ces hôtels « bleisure » ?

Mélanie Lallemand Flucher - L'évolution du rapport entre travail et loisir nous mène à repenser totalement les espaces d'accueil en hôtellerie. La transition de l'un à l'autre doit être de plus en plus fluide car les façons de travailler sont devenues multiples et transversales avec des réunions, par exemple, qui peuvent prendre un caractère de détente. On favorise les échanges professionnels dans un cadre en apparence de loisirs, mais on reste très exigeants sur le matériel à disposition. Les moments de travail doivent être efficaces. Et parallèlement, la clientèle business n'a pas forcément envie de croiser la clientèle loisirs. L'une a besoin de calme et de concentration, l'autre apprécie que ses sens soient sollicités pour vivre différentes expériences de bien-être.



Par conséquent, le mobilier doit pouvoir répondre au besoin du client à un instant T et donc pourquoi pas se transformer. Les espaces dédiés à chaque clientèle doivent pouvoir être clairement identifiés. On travaille ainsi sur du mobilier connecté pour pouvoir y brancher sa tablette ou son smartphone, sur des matériaux offrant une bonne acoustique pour préserver l'intimité dans les espaces ouverts, tout en offrant différentes hauteurs d'assises et de tables.

► Quelles sont les dernières tendances pour ces hôtels « bleisure » ?

La variété des matériaux offrant une bonne acoustique est de plus en plus recherchée que ce soit pour des rideaux de séparation, des revêtements muraux, des surfaces de meubles. On recherche aussi à recréer de l'intimité comme un second « home sweet home » avec des matières naturelles comme le lin, le bois, les simili cuirs ainsi que des matières et des couleurs douces pour les espaces propices au calme, et des couleurs vives, plus toniques pour les espaces où la mobilité est de mise, côté bar par exemple.

[1] L'agence Mélanie Lallemand Architectures a reçu le prix « Création & innovation » au Luxury Bleisure Hotel Competition de la revue d'architecture l'Arca International au deuxième trimestre 2016 pour son projet Organic'Épure Hôtel****, en partenariat avec l'hôtel Royal Monceau Raffles Paris et Le Mondial du Bâtiment. Parmi les réalisations de l'agence, l'Appart'Hôtel, la Maison Bois, Épure & Bien-Être, qui associent sens du détail, ergonomie et optimisation des espaces

> Design collaboratif avec ibis Styles

La marque ibis Styles a imaginé avec l'appui d'Havas Media Native et en collaboration avec l'agence de communication MRM // McCann, une plate-forme digitale invitant les internautes à imaginer et concevoir les chambres d'hôtel à leur goût. Les équipes d'Havas Media Native ont fait appel à l'architecte d'intérieur Sophie Ferjani, aux commandes de D&CO sur M6, pour incarner la plate-forme « Ibis Styles by me » et la faire connaître auprès du grand public. Lancé sur Internet mi-octobre, ce jeu concours était axé sur trois thématiques proposées aux internautes : *Ombres & Lumières* (hôtel ibis Styles Paris 15 Le-courbe), *Chapeau* (hôtel ibis Styles Nice Vieux Port) et *Respire* (pour l'hôtel ibis Styles Calais Centre). La plate-forme proposait à l'internaute-décorateur d'associer ambiance, couleurs, motifs et illustrations, pour créer sa propre chambre unique. Le 10 novembre, un jury composé des designers des chambres d'hôtels ibis Styles et présidé par Sophie Ferjani, a voté pour récompenser trois gagnants (1 dans chaque thématique). A la clé de ce jeu-concours, relayé par une vaste campagne de communication (web, mobile et dans les grandes gares), le mobilier de la chambre imaginée. Début décembre, les trois projets gagnants seront installés dans les hôtels sélectionnés puis révélés par Sophie Ferjani sur la plate-forme et les médias sociaux. « Cette opération s'inscrit en tous points dans la stratégie de la marque ibis Styles. Elle nourrit le positionnement design multiple de la marque et s'adresse directement à la cible d'ibis Styles : une population jeune et urbaine avec une appétence pour le design », souligne Mélanie Carron, directrice Marketing des marques ibis.