

L'hôtellerie explore de nouveaux territoires

Une nouvelle génération d'établissements quatre étoiles émerge aux abords du périphérique parisien

La terrasse avec vue panoramique est encore en chantier, mais Didier Quinot s'y voit déjà. « On voudrait que les gens viennent de tout Paris pour nos soirées », déclare le directeur de l'hôtel Zoku, qui doit ouvrir ses portes en avril.

Peu importe que nous soyons à quelques mètres du flux de voitures du périphérique, porte de Saint-Ouen, à Paris, dans un quartier pas vraiment séduisant. Installé aux étages supérieurs du Stream Building, un bâtiment de bureaux tout neuf conçu par l'architecte Philippe Chiambaretta, Zoku fait le pari de devenir une destination branchée, en capitalisant sur le nouvel arrêt de métro de la ligne 14, juste en bas.

Comme le Zoku d'Amsterdam, sa maison mère, ce nouvel hôtel reprend tous les codes des lieux hybrides à la mode : bar à cocktails, restaurant avec cuisine ouverte et tables communes, salon de coworking avec canapés et, sur le toit, un potager. Ça et là, de petits espaces permettent d'organiser des réunions, de jouer à la console Switch, de faire un baby-foot « inclusif » (avec des personnages féminins) ou un karaoké.

Les 109 chambres (de 160 à 200 euros la nuit) ciblent en particulier ces cadres qui viennent quelques jours par mois à Paris : elles comportent une cuisine et un espace pour travailler. Bref, un produit très marketé, jusqu'au tapis de yoga dans les chambres et aux anecdotes servies sur un plateau. En voici une : le houblon qui recouvre la façade végétalisée sert à fabriquer la bière servie au bar... et brassée dans l'immeuble.

À Paris, les abords du périphérique du nord et de l'est sont, depuis longtemps, le terrain de jeu de l'hôtellerie dite « économique », et notamment des chaînes

de type Ibis, B&B ou Campanile. Depuis peu, une nouvelle génération d'hôtels de luxe, comme le Zoku, se développe de part et d'autre de cette voie rapide, portée par le renouveau de ces quartiers limitrophes de Paris, par la disponibilité du foncier... Et surtout, par la bonne santé du secteur hôtelier.

« En ce moment, tous les types d'investisseurs s'intéressent à l'hôtellerie, qui a montré sa bonne résilience post-crise [liée au Covid-19] : en 2022, le chiffre d'affaires des hôteliers a augmenté de 9 % par rapport à 2019 », explique le consultant Olivier Petit, du cabinet In Extenso. Et ce, malgré une importante hausse des prix. Son cabinet anticipe une poursuite de cette tendance en 2023, avec le retour des Asiatiques et une forte présence des Américains, attirés par un taux de change favorable, et grâce à des événements comme la Coupe du monde de rugby.

Dans ce contexte, les investissements se multiplient. « Il y a de nombreux projets de reconversion de bureaux en hôtels », observe M. Petit. D'ici à 2025, 18 000 chambres devraient voir le jour en France, selon une étude de KPMG, qui identifie une tendance : la montée en gamme. Entre 2016 et 2022, le nombre de chambres 4 et 5 étoiles a augmenté de 4 % par an, plus vite que les autres catégories.

« Lifestyle »

Rien d'étonnant, dans ce cadre, à ce que les territoires de chasse des hôteliers s'étendent. Le groupe Okko ouvrira ainsi un 4 étoiles de 129 chambres dans le quartier Rosa-Parks, près de la porte de la Villette, en juillet. Un peu plus au nord, la tour Pleyel, à Saint-Denis (Seine-Saint-Denis), va se transformer en hôtel de luxe de 700 chambres, géré par le groupe allemand H-Hotels. L'ouverture est prévue en 2024, avant les Jeux olympiques.

Reste à attirer les voyageurs dans ces quartiers en transformation. C'est un vrai défi pour le Too Hôtel, installé à l'intérieur des tours Duo, ces mastodontes de verre et d'acier construits par Jean Nouvel le long du périphérique. Comment remplir 139 chambres dans cette zone du 13^e arrondissement encore en chantier, cernée par les voies ferrées et vide le soir ? La vue, évidemment.

Le spectacle animé que constitue le fourmillement du périphérique est le principal atout de cet hôtel décoré par Philippe Starck. « Paris, ce n'est pas seulement Haussmann. Ce sont aussi des usines, des tours, des routes. Vu d'ici, on mesure l'étendue du Grand Paris. On pourrait se croire à Shanghai, à New York. C'est une autre ville qu'on donne à voir », devise Laurent Taïeb, le fondateur de cet établissement, qui a ouvert fin 2022. Le Too Hôtel espère surtout se faire connaître des Parisiens grâce à son restaurant et à son bar en altitude.

Attirer la clientèle locale, c'est d'ailleurs l'une des particularités de ces hôtels 4 étoiles de dernière

« Tous les types d'investisseurs s'intéressent à ce secteur qui a montré sa bonne résilience post-Covid-19 »

OLIVIER PETIT

consultant au cabinet
In Extenso

génération, qui proposent presque tous des restaurants et bars qui ne ciblent pas seulement les clients hébergés. Pour ces hôtels, mélanger les touristes, les voyageurs d'affaires et les habitants est devenu le nouveau Graal. La formule permet de gagner en animation, de se faire connaître, de diversifier les sources de revenus et de créer une forme d'authenticité locale, loin des hôtels standardisés perçus comme « hors sol ».

Ce modèle, appelé « hôtellerie lifestyle », a été impulsé dans les années 2010 par Serge Trigano,

ancien directeur du Club Med, avec ses hôtels Mama Shelter. Le premier s'est installé rue de Bagnolet (20^e arrondissement), dans un quartier alors considéré comme peu propice à ce genre d'activités, et a tout misé sur son restaurant et ses animations.

Déconstruire les « préjugés »

Dans les hôtels Mama Shelter, 60 % du chiffre d'affaires est issu de la restauration. Depuis, Serge Trigano a revendu son groupe à Accor, qui le développe à vive allure. « Le lifestyle est le seul segment qui connaît une croissance à deux chiffres dans le monde de l'hôtellerie : + 30 % en 2022. Avoir un restaurant sexy permet de remplir les chambres, même si les marges sur la restauration sont deux fois moindres », analyse Pierre Mattei, président du fonds d'investissement Keys.

Ce concept s'adapte très bien aux hôtels implantés dans des quartiers périphériques en pleine gentrification. Cyril Aouizérate l'a bien compris. Cet ancien cofondateur de Mama Shelter a lancé, en 2017, un premier hôtel à

Saint-Ouen (Seine-Saint-Denis), le MOB. Une institution qui cible une clientèle jeune, qui draine du monde grâce à sa cantine italienne et à son espace de coworking. En 2022, il a continué sur sa lancée avec un autre hôtel plus grand (100 chambres), plus luxueux), baptisé MOB House, à quelques mètres du premier.

Des chambres à 190 euros la nuit, dans cette ville qui pâtit d'une mauvaise image, et où le taux de pauvreté atteint 25 % ? « Si on peut participer à la déconstruction de certains préjugés sur le "93", c'est tant mieux », dit ce Toulousain, fils d'ouvrier typographe, proche du parti Europe Ecologie-Les Verts. Lui se dit aujourd'hui en « divorce » avec Paris. Il estime qu'un territoire comme Saint-Ouen, en pleine gentrification, ouvre des horizons plus intéressants, lui donnant la possibilité de s'assurer une rentabilité « sans sacrifier le social. Je reçois des tas de messages d'investisseurs qui me proposent des projets un peu partout en France », explique-t-il. Plusieurs sont déjà sur le feu. ■

JESSICA GOURDON