L'Hôtellerie
5 RUE ANTOINE BOURDELLE
75737 PARIS CEDEX 15 - 01 45 48 64 64

09 FEV 12
Hebdomadaire Paris

Surface approx. (cm²) : 214
N° de page : 14

De l'importance des marques

En septembre dernier, le salon avait organisé une table ronde sur le thème des palaces. Il a récidivé en janvier avec une table ronde sur le thème 'faut-il penser local, global ou glocal ?' Une réflexion à laquelle participaient plusieurs hôteliers et designers.

Le salon Maison et Objet renforce ses liens avec l'hôtellerie

Avec l'arrivée de nouvelles marques dans le monde de l'hôtellerie, les lignes bougent dans le domaine du design et de la décoration. L'apparition de marques communiquant d'abord sur leur identité montre l'importance du marketing sur la vie d'une marque. Parmi les interlocuteurs présents au salon Maison et Objet - les concepteurs du Hi Hotel, **Matali Crasset** et **Patrick Elouarghi**, **Eva Ziegler** pour W Hotels, **Stephan André**, président d'Immoparts et gros franchiseur de Louvre Hotels, et **Tarik Oualalou**, du cabinet Kilospace, architecte spécialisé dans l'hôtellerie -, la marque W est celle qui offre la résonance la plus forte. *"W est une marque qui a permis de rompre avec les codes de l'hôtellerie en imposant les hôtels lifestyle"*, précise Eva Ziegler. Starwood décline l'identité de la marque selon les pays dans lesquels sont situés ses établissements.

Pour d'autres hôteliers, la marque s'efface derrière les valeurs déclinées dans le concept. C'est le cas des Hi (Hi Hotel, Hi Matic, Hi Beach et Dar Hi) créés par deux jeunes hôteliers français et la décoratrice Matali Crasset. La 'Hi Collection' a créé une communauté de personnes qui *"partagent les mêmes valeurs : la générosité, l'autonomie, la simplicité, l'échange, le bien-être et l'innovation"*, déclare Patrick Elouarghi. Ils échangent leurs bons plans sur les restaurants, les boutiques, les sites à visiter.

"C'EST LE LIEU QUI FAIT L'HÔTEL"

Du côté des chaînes intégrées, il est

L'Hôtellerie
5 RUE ANTOINE BOURDELLE
75737 PARIS CEDEX 15 - 01 45 48 64 64

09 FEV 12
Hebdomadaire Paris

Surface approx. (cm²) : 214
N° de page : 14

Eva Ziegler, Matali Crasset et Patrick Elouarghi, lors d'une table ronde passionnante

en revanche plus complexe de relever le défi du 'glocal'. Stephan André connaît bien cette difficulté. Seules les chaînes non standardisées peuvent s'adapter et personnaliser un décor mettant davantage de local dans le global. *"Nous venons d'ouvrir le Kyriad de Thionville, hôtel atypique réalisé en partenariat avec Ligne Roset. Chez Louvre Hotels, Kyriad, marque non standardisée, est celle qui permet de créer une ambiance et un style nettement plus personnalisés"*, ajoute-t-il. L'architecte Tarik Oualalou, de l'agence Kilospace, qui a créé des établissements dans plusieurs pays, assure qu'il est *"certes nécessaire de penser local mais il est urgent de ne pas trop en faire"*. Pour lui, le local est primordial : *"C'est le lieu qui fait l'hôtel. Dans tout projet, on cherche à faire ressortir la matière, la notion d'échelle et surtout de conserver au territoire cette identité"*.

ÉVELYNE DE BAST