

S'affranchir des modes pour toucher d'autres clientèles...

Une manière originale d'appréhender son métier dans l'hôtellerie...
Et si vous proposiez à vos clients d'être, chez vous, déconnectés du monde !

On dit et on répète à foison qu'il faut, à l'heure actuelle, être 100 % connecté pour satisfaire une clientèle qui ne veut rien perdre, même en villégiature, de sa vie trépidante.

Et si vous capitalisiez sur d'autres envies de la clientèle, d'une certaine frange au moins ? Et si, pour vous différencier, vous jouiez la carte d'une certaine spécialisation en proposant un concept hôtelier... sans connexion ? C'est un risque, bien sûr, mais qui répond peut-être à une envie sinon à un besoin ! La différenciation « positive », ça vous dit...

Aller en connaissance de cause... à contre-courant !

Bon, la tendance n'est clairement pas aujourd'hui au « 0 % connecté », loin s'en faut. La mode pousserait même tout le monde dans le sens inverse, pointant le « 100 % connecté » comme étant la norme idéale pour répondre à la demande. Récemment encore, une des thématiques pointées par la Fédération Horeca lors de ses journées techniques de l'hôtellerie démontrait combien la révolution numérique comptait pour le secteur. À l'heure où la gratuité du wifi est devenue la règle, il semble évident que l'e-distribution, la révolution mobile, ainsi que l'ensemble des techniques actuelles offrent des solutions pour des hôteliers soucieux de rester dans le coup, que ce soit en termes de marché ou quant à l'ensemble des services à pro-

poser au client. Pour bon nombre d'hôteliers, le 100 % connecté est d'ailleurs devenu sinon la norme au moins un objectif. Et s'ils se trompaient à vouloir tous s'engouffrer dans la même brèche ? Et si d'autres options s'avéraient possibles ?

Ne pas suivre la tendance

Tels les moutons de Panurge de Rabelais, nous avons souvent l'envie de prendre pour argent comptant les théories qui attirent les foules. Et nous nous précipitons alors, à la queue leu leu, dans une voie qui est certes bonne, mais où l'on ne se distinguera pas de la concurrence. Ce n'est pourtant pas aller à contre-courant que de réfléchir parfois autrement. On a donc parfaitement compris qu'en jouant la carte « 100 % connexion », on s'assure de pouvoir répondre à la demande de la majorité des clients pour lesquels la priorité est de rester connectés tout au long de leur voyage. La relation aux objets est telle, aujourd'hui, que certains d'entre nous peinent à se séparer, ne serait-ce que pour quelques heures, de leur smartphone, tablette ou pc, angoissés qu'ils sont de manquer quelque chose ou d'être tout simplement injoignables. C'est un signe des temps... qui ne plaît cependant pas à tout le monde.

« 100 % déconnectés »

On relève d'ailleurs de plus en plus que des voix s'élèvent contre cette hyper-connexion qui nuit à nos relations, à notre épanouissement personnel, à notre vie. Certains font même désormais marche arrière, exprimant un réel besoin de lâcher prise. Et c'est peut-être là que se niche une piste pour une offre différenciée ! Et si, pour répondre à cette demande visiblement croissante dans l'univers du tourisme de loisirs, certains d'entre vous emboîtaient le pas de ces établissements novateurs à travers le monde qui commencent à proposer des offres « 100 % déconnectées » ? Jouant la carte de la contre-tendance, ces hôteliers « débranchent » ainsi complètement leur offre en proposant à leurs clients une sorte de désintoxication digitale et un retour salvateur à d'autres plaisirs, d'autres valeurs.

Unplugging...

Une fois de plus, cette tendance radicale et combative est née aux Etats-Unis, des établissements n'hésitant pas là-bas à proposer une véritable « detox digitale », soit des séjours durant lesquels les clients sont invités à désigner leurs téléphones, ordinateurs, tablettes et autres

outils numériques en des lieux sous clés pour se défaire de leur dépendance aux nouvelles technologies. Eh oui ! Une journée dédiée à cette tendance a même été créée dans la foulée baptisée le National Day of Unplugging (ou Journée Nationale de la Déconnexion). Et tant qu'à faire, un site Internet regroupe maintenant les différentes offres adaptées à travers le pays, dont les hôtels Fairmont Miramar de Los Angeles, Kimpton Monaco de Chicago ou encore Renaissance de Pittsburgh... des établissements à la fois renommés et de taille.

Consigner les objets connectés !

Ce concept a depuis traversé l'Atlantique pour trouver ses premières applications sur le vieux continent. Première escale, en 2012, à Dublin, où le Westin s'est essayé à cette approche radicale. Là-bas, dès son arrivée, le client est invité à consigner téléphone, tablette, ordi et autres appareils électroniques dans un coffre-fort mis à disposition à la réception pour s'ouvrir à des activités saines et simples, comme un massage énergisant, du sport (mise à disposition de tenues complètes), ou encore promenade à l'aide d'un guide des parcs et jardins... Plus récemment,

c'est le Westin Paris Vendôme qui a lui aussi craqué pour la formule. Et, depuis, l'offre s'étoffe. On propose désormais couramment aux clients de retrouver un sommeil réparateur dans une chambre ne disposant plus de... télévision, mais dotée d'une mini-chaîne proposant de la musique zen, des livres, des journaux et magazines, des jeux de société.

Cage de Faraday

D'autres hôtels, comme le Château La Gravière, près de Bordeaux, sont moins catégoriques dans l'approche et suggèrent plutôt une sorte de « pause numérique » ou une « déconnexion temporaire », le tout couplé avec une mise à disposition d'un carnet de séjour, de cartes postales, de papiers et enveloppes, de crayons et stylos, de vélos... En Allemagne, la Villa Stéphanie, de Baden-Baden, a quant à elle fait le pari de laisser le choix de la déconnexion aux clients, sans qu'ils aient à se séparer de leurs appareils. L'établissement de luxe a ainsi installé des interrupteurs dans ses douze chambres et trois suites permettant d'activer une sorte de cage de Faraday intégrée dans les murs. Elle permettrait, dit-on, de bloquer 96 % des signaux envi-

ronnants, et ainsi d'empêcher l'utilisation de téléphones et autres appareils connectés. Étonnant, non ?

Un marché... neuf

Sans aller jusque-là, mais peut-être en réfléchissant quand même à cette conscientisation quant aux envies d'une certaine clientèle, nous pensons qu'il y a sans doute des pistes intéressantes à explorer pour se différencier et revenir à plus de quiétude, de repos et de bien-être dans vos établissements. La convivialité n'a jamais été aussi peu présente dans nos vies depuis que nous sommes aussi connectés, les clients de vos hôtels conversant à qui mieux mieux avec des tas de gens aux quatre coins du monde et n'adressant pas toujours un simple signe à votre personnel ou à leur voisin de table ou de chambre. Tout est bien sûr une question de choix et de positionnement, voire d'investissements. Mais il y a peut-être là un marché latent... tout neuf et à contre-courant.

Plus d'infos : Comptoir hôtelier du Luxembourg belge
061 29 30 55

Votre spécialiste boissons

DAUNE HABARU

HORECA

DRINK-MARKET

CAVE VOÛTÉE CLIMATISÉE

« LE PARADIS DU VIN »

Ets DAUNE-HABARU s.a.

En Belgique: Zoning du Magenot - Rue de Hertanchamp, 3
B-6740 SAINTE-MARIE/s/SEMOIS
Tél.: 063/45.00.45 - Fax: 063/45.65.00
E-mail: daune.habaru@skynet.be - www.daune-habaru.com

En France: rue Noble, 6 - F-55600 MONTMEDY
Tél./Fax: (0033) 329.80.09.94 - E-mail: daune.habaru@orange.fr