

Et si la différenciation était aussi porteuse dans l'hôtellerie...

Vos chambres, au fait, elles sont personnalisables ?

On nous serine tous les jours que c'est dans la différence que se loge la niche, qu'il faut aller à contre-courant des modes et habitudes pour glaner de nouveaux marchés ou consolider ceux qui pourraient nous échapper. Est-ce vrai aussi dans l'hôtellerie qui, longtemps, a plutôt joué la carte de l'uniformisation rassurante pour une clientèle soucieuse de ne pas perdre ses repères ? Tentative de réponse... avec exemples à la clé.

A lors qu'a priori, la tendance serait plutôt de standardiser et d'homogénéiser toutes les chambres d'hôtel pour que le client ne soit pas perturbé s'il ne retrouve pas l'environnement à l'identique lors de sa prochaine visite, certains désormais vont clairement à contre-sens et envisagent d'être plus réactifs, si ce n'est plus dynamiques, en jouant la carte du « sur-mesure ». Pas bête au fond...

Expérience client

Bien au-delà du service, cette personnalisation se propagerait de nos jours à l'ensemble des espaces jusque dans les moindres recoins de la chambre. Certains y verraient ainsi, dit-on, un moyen judicieux d'anticiper les attentes prochaines du client. À tel point qu'on ne parlerait même plus de séjour hôtelier, mais d'expérience client. Vous saisissez la nuance ? Pour faire court, on pourrait dire que l'hôtelier repositionne de la sorte la relation en s'appuyant davantage sur les besoins de sa clientèle que sur le potentiel de son établissement, la chambre jouant un rôle primordial dans la quête du bien-être des visiteurs.

Evolutions ou révolutions

Ce qui débouche sur des révolutions, voire au minimum des évolutions. Dans leurs recherches, les designers et concepteurs produits pour l'industrie hôtelière regorgent du coup d'imagination et de créativité. Comme Maud Bury, architecte d'intérieur, qui a imaginé un concept de chambre 100% personnalisable qu'elle a baptisé « My Room Concept ». En fait, il s'agit d'une pièce créée et pensée dans un esprit de modularité. L'ensemble répond à trois des attentes principales identifiées auprès du client, à savoir la flexibilité (chambres passant de l'espace de nuit à la détente, la réception ou la restauration), la personnalisation (choix d'ambiance et d'aménagement laissés au client) et la possibilité d'utiliser les lieux pour y travailler.

La technologie à la rescousse

Grâce à une panoplie d'outils technologiques, le client se rend donc maître de sa dé-



coration et de son ambiance. Il pourra adapter l'éclairage de sa chambre en fonction de son activité, changer la tonalité chromatique de la pièce pour s'y sentir mieux, choisir les éléments décoratifs via une tablette tactile reliée à des écrans muraux où s'affichent divers types d'œuvres d'art. Et à côté de l'atmosphère de la chambre, le client pourra aussi aisément modifier la fonction de l'espace grâce à un « mur intelligent » donnant accès à toutes les commodités mobilières et informatiques (lit rabattable, rangements, niche lumineuse avec tablette tactile, rail de branchement pour appareils électriques et numériques, table roulante sur rail, équipement bureautique...).

L'imagination au programme

Cela ne vous aura pas échappé, tous les hôtels ne sont pas à l'heure actuelle en mesure d'offrir une solution aussi complète que ce que nous évoquons. Il n'empêche, certains établissements et fournisseurs hôteliers font également preuve d'imagination, sans tout révolutionner, pour offrir une plus grande autonomie au client lorsqu'il est dans sa chambre. L'objectif consiste là aussi à proposer du sur mesure plus classique pour une expérience hôtelière à part entière tout en laissant le champ libre aux voyageurs quant aux fonctionnalités et à l'aspect de leur chambre d'hôtel.

La technologie n'est pas toujours indispensable

Et si la tendance du modulable s'applique déjà aux mobiliers et aménagements, certains établissements vont plus loin encore dans leur démarche et s'attaquent à la déco-



ration des chambres... avec la volonté d'en faire un élément personnalisable du séjour hôtelier et de proposer des intérieurs adaptables. Au Royaume-Uni, par exemple, The Waterhead Hotel offre la possibilité aux hôtes de 'customiser' leur chambre en fonction de leurs propres goûts. Le concept repose sur un principe simple : à l'arrivée, l'hôtel propose au client de personnaliser sa chambre en y ajoutant divers objets décoratifs comme des photographies, des objets d'art, des bougies, des fleurs, des coussins et autres ornements muraux. Autre exemple, à Monaco cette fois, où le NI Hôtels propose à ses clients de lui faire parvenir des photos, textes ou autres visuels afin de les afficher sur la tête de lit et personnaliser un peu plus leur expérience hôtelière. En fait, rien de neuf sous le soleil puisqu'il y a très longtemps que les établissements de luxe abordent leur relation client sous cet angle, ce qui change aujourd'hui c'est la démocratisation du concept.

Le sommeil aussi peut être personnalisé

Un concept qui s'attaque aussi à la fonction principale d'un établissement hôtelier : le sommeil. La literie n'échappe donc pas à la personnalisation, plusieurs chaînes ayant carrément mis en place des « cartes » offrant un choix parmi une sélection d'oreillers, de matelas ou encore d'édredons. L'enseigne Conrad propose, par exemple, un «Pillow Menu», comprenant un choix de plus de 75 oreillers aux caractéristiques différentes, du genre anti-ronflement, relaxation totale, romance, biologique, anti-migraines ou spécial brushing ! Étonnant, non, d'autant qu'avant de s'endormir, le client peut toujours ouvrir son minibar perso dont le contenu peut également être personnalisé.

Une expérience toujours plus élaborée

Certes, la personnalisation des chambres d'hôtel n'en est encore qu'à ses débuts, mais le développement constant de nouvelles technologies et l'intérêt croissant de la clientèle pour des expériences nouvelles et personnelles pourraient accélérer le processus et imposer les solutions de service et le sur mesure généralisé pour une expérience hôtelière toujours plus élaborée, toujours plus personnelle. ■

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