



## DOSSIER

# Quand l'hôtellerie mise sur le Grand Paris

Concurrencés par Airbnb, les hôtels parisiens entreprennent leur mue et ciblent la clientèle jeune, jusqu'ici délaissée. Pour la satisfaire : des chambres à bas coût, de plus en plus éloignées du centre historique. Décryptage.

Julien Descalles



Faut-il y voir un effet Airbnb ? « On peut être critique au sujet de l'iniquité fiscale qu'elles instaurent, mais les plateformes de location ont assurément réveillé une hôtellerie parisienne qui s'était endormie sur ses lauriers. Face à cette concurrence nouvelle, il leur a fallu s'adapter aux attentes des clients », acquiesce Laurent Queige, délégué général du Welcome City Lab. En retard sur ses concurrents, Berlin, Londres et Amsterdam en tête, la capitale parisienne a donc entrepris la transformation de son schéma touristique depuis quelques années.

Premier objectif, fixé par la mairie de Paris : créer plus de 12.000 chambres d'ici à 2020 à l'échelle métropolitaine, 20.000 à l'horizon 2024 en cas d'obtention des Jeux olympiques. « Le diagnostic fait état, d'une part, d'une saturation des hébergements, d'autre part, d'un manque d'offre accessible », explique Marion Tillet, urbaniste à l'IAU-IdF. « Comment rentabiliser les établissements sur un territoire où le foncier coûte très cher ? », précise de son côté Jean-François Martins. D'où l'émergence, comme dans toutes les grandes métropoles, de vastes hôtels-boutiques et autres auberges de jeunesse géantes, constate l'adjoint parisien au tourisme : « Le sacrifice de quelques mètres carrés pour l'hébergement de chaque convive induit plus de lits, plus de chambres et donc

un modèle économique viable. L'autre vertu de ce type d'hôtellerie est de capter une clientèle plus jeune, souvent européenne, la "génération Easyjet" en quête d'hébergement bon marché. » Un enjeu primordial pour le tourisme dans la capitale car, comme le rappelle Laurent Queige, « même si elle n'est pas la plus dépensière, la jeunesse est non seulement encline à répéter ses visites dans l'avenir, mais c'est surtout la seule classe d'âge qui a un effet d'entraînement sur toutes les autres ».

Autre particularité de cette nouvelle génération d'hôtels, leur localisation, souvent hors des sentiers battus touristiques. Depuis l'apparition en 2008 du Mama Shelter, situé sur la petite ceinture dans le 20<sup>e</sup> arrondissement, de telles adresses ne cessent de se propager dans le nord-est de la capitale, à l'instar des Piaules à Ménilmontant (11<sup>e</sup>), du Generator sur la place du Colonel-Fabien (10<sup>e</sup>), du St Christopher's Inns près du canal de l'Ourcq (19<sup>e</sup>) ou de l'hôtel flottant OFF Paris Seine, amarré quai d'Austerlitz (13<sup>e</sup>), depuis l'an dernier. En 2018, la chaîne Meininger s'installera du côté de la porte de Vincennes (12<sup>e</sup>) s'adressant en priorité aux scolaires et aux étudiants, tandis que le premier Motel One de France ouvrira 255 chambres porte Dorée (12<sup>e</sup>), à deux pas du parc zoologique. Transgression ultime,

le MOB, ouvert courant mars, accueille quant à lui ses hôtes de l'autre côté du périphérique, à deux pas des Puces de Saint-Ouen (93). « Pourquoi Paris serait la seule capitale au monde à ériger un mur entre sa banlieue et son centre ? Il n'y a aucune fatalité urbaine, aucun territoire impropre au tourisme. Il suffit d'avoir assisté à la transformation du Bronx ou de Harlem à New York pour s'en convaincre », interpelle Cyril Auouzerate, cofondateur des lieux et déjà à l'œuvre dans la création du Mama Shelter.

Comme nombre de ces nouveaux établissements, ce pionnier de la petite couronne fait la part belle aux espaces en commun, proposant une multitude de services et d'activités diverses. Du rooftop et des potagers partagés à l'épicerie de produits bio locaux, de l'atelier bricolage à la librairie polyglotte, en passant par des séances de cinéma en plein air ou des concerts, jusqu'aux inévitables bars et restaurants... « Tous ces espaces sont ouverts autant à la clientèle qu'aux habitants des alentours. C'est une volonté forte aujourd'hui des voyageurs de partager le quotidien de la population locale », assure l'entrepreneur, qui proposera dès 2019 une adresse au cœur même des Puces, davantage dédiée aux entreprises, avec ses 140 chambres, son centre de conférence ou encore ses salles de réunion. « Car outre les produits générationnels, le paysage hôtelier change également avec l'arrivée d'établissements offrant de bons rapports qualité-prix à la clientèle d'affaires, tels que CitizenM à la Défense ou Pentahotel à Roissy. Preuve qu'il n'y a pas une réponse universelle à apporter dans un secteur où les publics sont aussi diversifiés », constate Vanguélis Panayotis, président de MKG Consulting. D'autres acteurs du secteur préfèrent jouer la carte du luxe. C'est le cas dans l'enceinte même du château de Versailles, où un palace doit s'installer dans les bâtiments du Grand Contrôle, du Petit Contrôle et du Pavillon des premières cent marches. À chaque visiteur sa manière d'habiter le Grand Paris. ♦