



## La chambre, nouveau lieu de vie -



Si les suites ultra luxueuses seront toujours louées pour leurs fonctions premières, elle seront dorénavant aussi utilisées pour des événements tels que des réunions, séances de photos ou dîner d'entreprise. © [Clipso](#) - Hôtel Blue Lagoon / Basalt Architects

**Si la chambre a sans doute été un peu mise de côté ces dernières années, la crise du Covid et le besoin de sécurité semblent la remettre sur le devant de la scène. Complémentaire aux espaces communs, suivant d'ailleurs la même tendance d'ouverture, elle se diversifie et propose de nouveaux services pour devenir le nouveau lieu de vie de l'hôtellerie.**

À force de dire que l'avenir de l'hôtellerie est dans les apties communes, les chambres ont été de plus en plus délaissées. Je milite pour qu'elles reviennent un peu au centre du projet. » L'architecte Jean-Philippe Nuel, créateur de l'espace « chambre » lors de la dernière édition d'EquipHotel, en 2018, rappelle qu'en dépit de toutes diversifications d'activité, et même si demain nous voyageons moins, il y aura toujours des clients pour venir dormir à l'hôtel. « *Peut-être faudra-t-il créer des établissements avec moins de chambres, mais celles-ci devront être plus qualitatives, offrir diverses fonctionnalités, précise l'architecte. Elles doivent désormais être imaginées elles aussi comme des lieux de vie, complémentaires au lobby et aux activités proposées par l'hôtel, car le client n'a pas nécessairement envie de se rendre dans les lieux communs. Il peut avoir envie de retrouver l'aspect cocoon de sa chambre et de profiter du lieu. Si cette dernière offre plusieurs possibilités ou une vraie émotion, qui répondent aux besoins de l'utilisateur, alors elle n'est pas à négliger.* »

### UNE VRAIE RÉFLEXION ARCHITECTURALE

Une évidence pour l'architecte : il faut arrêter le mono produit, une chambre proposée à la fois pour une personne seule, un couple, une famille, le loisir ou le business, et ce juste en bougeant les cloisons ou en arrangeant le mobilier. « *En hôtellerie, la flexibilité est possible mais c'est un leurre. Même avec un nettoyage effectué entre deux clients, celui du soir n'a pas forcément envie de dormir dans une chambre où ont eu lieu*



[Visualiser l'article](#)

*des rendez-vous en journée. Et d'autant plus aujourd'hui avec la crise sanitaire. Il faut pouvoir proposer au sein d'un même établissement des chambres différentes. »*



Sur EquipHôtel 2018, Jean-Philippe Nuel signait la « chambre polymorphe ». Adressée aux familles et hommes d'affaires, elle offrait aux premiers des solutions de couchages multiples et aux seconds une configuration propice aux réunions informelles. © SMP

[Visualiser l'article](#)

Le client doit pouvoir choisir un produit exceptionnel car il veut se faire plaisir ou une chambre plus petite, simple et fonctionnelle, qu'il paiera moins cher puisqu'il sait qu'il ne viendra qu'y dormir. Ou bien réserver une suite avec une zone de travail, où il pourra réunir des collaborateurs dans un espace convivial et chaleureux, et une zone nuit, où il pourra se reposer et se détendre sans tout mélanger. Une suite qui peut devenir chambre familiale pour une autre clientèle, avec la partie « parents » et la partie « enfants ». Un produit souple, qui peut s'adapter, mais avec une vraie réflexion architecturale, pas seulement des aménagements gadgets. « *Aujourd'hui, si un voyageur veut profiter des parties communes d'un hôtel haut de gamme, il est obligé de prendre une chambre chère avec des espaces bien trop grands pour lui. De ce fait, il se rendra souvent dans un hôtel de moindre catégorie et sera obligé de ressortir pour profiter des espaces communs. C'est absurde.* »

### **LES ESPACES DOIVENT ÊTRE IDENTIFIABLES**

Au-delà de l'offre « multi chambre » de l'hôtel, il est entériné aujourd'hui que l'on vit dans un hôtel, et que cela plaît. Et la chambre n'échappe pas à la règle. Si les parties communes ont vécu une deuxième jeunesse depuis quelques années grâce à de nouvelles fonctionnalités et services, il en va désormais de même pour les chambres, et notamment dans le haut de gamme qui prend tout doucement la même tendance. Ainsi, les suites ultraluxueuses de 100 ou 200 m<sup>2</sup>, si elles sont toujours louées pour leurs fonctions premières à des clients qui y mettent le prix, sont dorénavant utilisées pour des événements, des réunions, des séances photos ou un dîner d'entreprise. L'aménagement évolue, avec par exemple des îlots de cuisine afin de pouvoir faire venir un chef pour l'occasion. « *Il s'agit des pièces les moins louées d'un hôtel vu les prix affichés. C'est*



[Visualiser l'article](#)

*logique que ces zones privées commencent à muter vers des offres diversifiées, estime l'architecte d'intérieur et designer Laurent Maugoust, qui devait signer l'espace Suite sur la prochaine édition d'EquipHotel 2020, annulée pour raison sanitaire. C'était l'idée de mon projet sur le salon. Montrer toutes les fonctionnalités d'une suite. On peut y passer des moments de détente conviviaux, organiser des séances de travail dans un cadre confortable, organiser une soirée privée. Créer des espaces hybrides, modulables, mais qui gardent une entité propre. Garder l'idée d'une suite dans lequel on vivait, à l'image des vieux films américains. Les espaces doivent être identifiables. » Avec le monde d'aujourd'hui, et peut-être plus encore cette année, les clients ont besoin de repères, de choses qu'ils connaissent, de références au passé. Des aménagements qui ne soient pas complètement nouveaux. C'est le même principe que pour la banque d'accueil. Si on entre dans un hôtel où tout est dématérialisé, c'est très perturbant. De même, une chambre, en étant moderne et novatrice, doit nous rassurer. « Et cela, c'est en partie le rôle des matières et des revêtements, d'apporter une ambiance authentique à une pièce très contemporaine. »*

#### **QUELS MATÉRIAUX À L'ÈRE DU COVID ?**

Dans le secteur hôtelier plus que jamais, l'entretien et le nettoyage sont primordiaux. D'autant plus qu'il s'agit d'établissements qui par définition brassent un grand nombre de personnes, entre la clientèle et le personnel. Et les mois qui viennent de s'écouler vont encore accentuer les choses. « *Quelle que soit l'issue de la crise du Covid, le besoin de sécurité sanitaire va perdurer, explique l'architecte Jean-Philippe Nuel. Si cet été les voyageurs ont privilégié les hôtels, c'est parce qu'ils avaient l'assurance d'un nettoyage, voire d'une désinfection quotidienne. Un sentiment de sécurité qui passe par un travail global sur les matériaux. Des murs, têtes de lit ou accoudoirs, que l'on touche fréquemment, jusqu'aux sols, pourtant moins concernés par cette problématique. On va se tourner vers des matériaux non seulement faciles à nettoyer mais aussi vers des produits bactéricides. »*

Un axe de travail tout tracé pour les fabricants qui doivent désormais proposer des produits à la fois hygiéniques et qualitatifs pour ce genre d'aménagements. « *Dans l'hôtellerie, on ne peut pas prendre le risque d'apporter à l'ambiance un effet "hôpital", rappelle Laurent Maugoust, architecte d'intérieur et designer. Il existe déjà des produits pour le milieu de gamme, à la fois faciles à nettoyer et esthétiques. Nous travaillons avec des similis de plus en plus beaux et performants, même au niveau de la texture. Le problème se pose plus pour l'ultra-luxe. À l'image des sols en parquets massifs ou en marbre, toutes les surfaces textiles doivent être 100 % authentiques, comme du pur laine par exemple. Sur ce marché, il y a encore des progrès à faire. Les industriels ont rapidement trouvé des solutions quand la problématique de la résistance au feu s'est posée, nous comptons sur eux. »*

Des difficultés auxquelles s'ajoute la problématique environnementale. Dans l'ultra-luxe, les pistes écoresponsables bannissent d'entrée le plastique, pourtant très performant d'un point de vue entretien et nettoyage. Il va falloir allier trois critères majeurs : hygiène, environnement et authenticité. « *Les choses peuvent aller très vite. On voit déjà apparaître de nouvelles matières, comme le cuire végétal. Les industriels n'ont pas d'autres choix que de s'adapter pour rester dans la course et les spécialistes du vinyle vont devoir trouver des solutions pour s'approcher de l'ultra-luxe », précise Laurent Maugoust. Des pistes de travail qui heureusement n'ont pas démarré avec l'arrivée de la pandémie. « La tendance était déjà à la recherche de nouveaux matériaux, rappelle Jean-Philippe Nuel. Des produits assurant à la fois performance technique, respect de l'environnement, esthétisme et authenticité. Là encore, la crise n'a fait qu'accélérer les choses. »*