

« CHEAP AND CHIC »

La tendance qui rassure et étonne

A l'heure où le grand luxe se réinvente au profit d'une minuscule caste de privilégiés, une autre tendance est en train de s'installer. C'est celle qui consiste à proposer une nouvelle forme de luxe, mais à petits prix. Une façon de résister à la pression des grandes fortunes et aux diktats des modèles traditionnels.

Dernier exemple en date, le Mama Shelter, un hôtel trois étoiles dans l'Est de Paris signé par Philippe Starck et voulu par Serge Trigano.

Le couturier italien Moschino a été parmi les premiers à lancer cette nouvelle tendance. Son dernier défilé à Milan a proposé des modèles qui ont fait sensation... Dans l'univers de la mode, là où la créativité bat son plein, les tentatives de sortir de l'alternative haute-couture/ prêt à porter ont toujours proliféré. Etre réactif est un impératif dans le monde par excellence de l'éphémère.

L'hôtellerie à l'avant garde

Dans le territoire de l'hôtellerie où de grands couturiers ont pris l'habitude de signer la décoration intérieure de nouveaux établissements très haut de gamme, la tendance est en train de s'étendre. Rien à voir avec les Boutiques Hôtels et leur raffinement discret réservé à une caste de privilégiés. Les Boutiques Hôtels prônent le luxe, l'offrent mais offrent également des tarifs à la hauteur de leurs ambitions. Rien à voir non plus avec les versions contemporaines des palaces tel le nouveau Westin Paris – Starwood- inauguré ces derniers jours, dont la décoration intérieure combinée à un superbe emplacement, à deux pas du Louvre, ne laissent planer aucune ambiguïté sur la catégorie et les tarifs : quelque 500 euros la chambre !

Le Mama Shelter : un défi au luxe traditionnel

Non, le « cheap and chic » c'est plutôt le dernier venu des établissements parisiens : le Mama Shelter ou en français : l'abri de maman !

Situé en face de la Flèche d'or, un établissement de nuit où battent des musiques et un auditoire branchés, dans un arrondissement de Paris, plutôt réputé pour ses

conflits ethniques et son atmosphère peu rassurante, le nouveau venu a pris de gros risques. En particulier, ceux liés à une localisation atypique, dans un quartier que l'on peut au mieux qualifier de populaire alors qu'il est surtout excentré et mal desservi par les transports urbains. Mais qu'importe, c'est ce déficit en terme de localisation qui lui permet de jouer les pionniers d'un nouveau type de « western » ou plutôt « eastern » -le quartier se situe dans l'est de Paris-, qui se moque des codes traditionnels et se fait fort d'imposer les siens. Soit, un univers à part, confortable et convivial à souhaits qui, de plus, a le mérite d'afficher un design audacieux combinant arts de rue et matériaux de qualité.

Une équipe, une alchimie

Il faut dire que le Mama Shelter n'est pas issu des écuries habituelles. A sa tête, un nommé Serge Trigano chez qui la convivialité est un atavisme. Quand on est le fils de Gilbert et que l'on porte dans ses gènes l'histoire du Club Méditerranée, on essaie toujours inconsciemment ou non de recréer un cadre facilitant la rencontre. Autre protagoniste, Philippe Starck pour une décoration intérieure totalement ancrée dans l'esprit décalé d'une époque et celui d'un quartier de Paris où s'inventent les modes d'aujourd'hui et de demain. Quant à l'architecture extérieure, elle est signée par un autre champion de la modernité, Roland Castro qui tout au long de sa carrière a tenté de faire voler en éclats l'académisme ambiant pour proposer d'autres modèles. Et puis, moins connu mais locomotive du quatuor, un philosophe né, Cyrille Aouizérate –à qui l'on doit en partie Bercy Village- pour qui la métamorphose de la vie passe par la métamorphose de la ville et la quête d'une nouvelle osmose entre citoyens et courants de création contemporaine. Alliant dextérité financière avec imagination et audace, celui-ci a d'ailleurs co signé le Manifeste de l'Utopie avec Roland Castro. Tout un programme !

A partir de 79 euros

Et au final, un trois étoiles affichant déjà complet, car ses 172 chambres de petite superficie, se louent selon une grille tarifaire allant de 79 euros à plus de 200, où le luxe se concrétise par un confort High-tech alliant des écrans de Macintosh à des lits particulièrement confortables, une salle de bain harmonieuse et des accessoires empruntés au monde de la fête ou du carnaval. Histoire de moquer les codes du luxe traditionnel.

Mais, surtout, alors que salons et restaurants sont le fait d'établissements de catégorie supérieure dans une ville où la pénurie de mètres carrés est chronique, le Mama Shelter offre des espaces de vie généreux, douillets, esthétiques

capables de retenir leurs clientèles. Sans pour autant lui donner la sensation d'être exclue de la vie parisienne. Au contraire, dans l' « Abri de maman », on est à Paris, au vingt et unième siècle. Mieux, on participe à la vie de la capitale en participant au brassage de sa population, de ses pratiques, de ses idées.

Enfin, côté service, aucune équivoque possible. Le personnel a été recruté et est dirigé par un ancien clé d'or du plazza Athénée. C'est dire à quel point ses 80 membres ont à cœur de proposer une certaine idée de l'exclusivité.

Voilà pour le « cheap » et pour le « chic ». Deux performances dans une capitale où les hôtels de chaîne 2 étoiles naviguent largement au dessus de 120 euros en période moyenne et peuvent s'envoler en période de salons, sans pour autant offrir la moindre valeur ajoutée, ni en termes de services, ni en termes de décoration !

Un concept bien dans son époque

Premier maillon d'une chaîne prête à s'établir à Marseille puis à New York, le succès annoncé du Mama Shelter tient aussi d'un constat très pratique.

Selon les analyste voyages du Forrester Research à San Francisco, le coût élevé de l'immobilier et la disponibilité limitée d'espace dans les villes poussent vers des quartiers moins conventionnels. De plus les gens sont disposés à renoncer à certains agréments et à l'espace, à condition de pouvoir rester dans le centre-ville pour un prix raisonnable. Mais, ce n'est pas tout. De toute évidence, la clientèle du tourisme urbain appartient plus que la moyenne à des milieux favorisés qui possèdent déjà chez eux tout le confort moderne ainsi qu'une décoration plus ou moins raffinée. Il n'est donc pas question de lui offrir un décor en rupture avec ses goûts.

Enfin, habituée à défricher de nouveaux quartiers et de nouvelles pratiques dans les villes dont elle est originaire, elle ne rechigne pas à jouer les exploratrices dans d'autres capitales. C'est pour elle à la fois un moyen de se différencier tout en découvrant des territoires insolites, encore en gestation

On est là non pas sur un marché de niche, mais un marché considérable et inexploité, celui de voyageurs de court séjour, notamment de jeunes touristes d'affaires, qui souhaitent des chambres chics et abordables sans avoir nécessairement à renoncer aux agréments d'un hôtel de luxe. Sauf que le luxe dans ce cas est entièrement réinventé.

Les Qbic : une variante du « cheap and chic »

À l'image des compagnies aériennes bon marché comme Southwest Airlines aux USA et EasyJet en Europe, les Qbic hôtels dont le premier a été ouvert à Amsterdam, permettent à leurs clients de passer une nuit en ville à des tarifs allant de 39 à 139 euros. Créé à l'intention d'une clientèle aux budgets serrés mais aspirant à une certaine gamme de confort, ce nouveau venu dans l'arène de l'hôtellerie urbaine, n'a pas non plus dérogé au nouveau diktat : celui du chic à prix abordables. Sauf que pour les Qbic, l'idée est de proposer un module préfabriqué en forme de cube, entièrement prêt à l'emploi que l'on peut installer en quelques heures, dans des espaces existants mais laissés vacants. Estimant qu'il existe des millions de mètres carrés vides dans les villes, les créateurs ont eu l'idée de les occuper grâce à ces kits, les Cubi, qui sur une toute petite surface, n'en proposent pas moins des lits suédois à la fermeture garantie, une télévision à écran plat, un accès internet à haut débit, une salle de bains comprenant une douche à jets et des éléments dessinés par... toujours le même Philippe Starck.

De plus, pour rompre la monotonie, chaque chambre est dotée d'un design différent, est décorée de photos d'attractions locales et possède une fenêtre avec vue. Mais, mieux, on peut en changer la couleur et le thème en touchant du doigt un écran LED. Du bleu, on peut passer au rose ou orange, selon son humeur.

Certes, le service n'est pas celui d'un quatre étoiles. Loin s'en faut. Les Qbic, contrairement au Mama Shelter, joue sur le libre service également ."

... Qbic prévoit d'ouvrir un deuxième point à Maastrich à la fin de l'année et un troisième à Anvers en 2008. La société espère ensuite s'étendre à Barcelone, Copenhague, Londres et Milan. Enfin, l'entreprise est en négociations pour éventuellement étendre Qbic aux villes américaines et développer un concept de franchise.