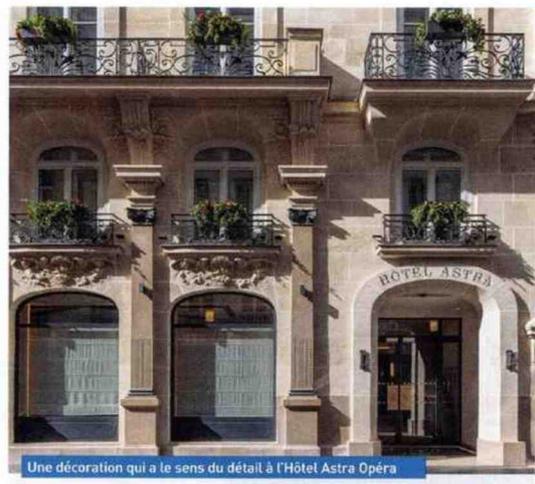


## GAGNER EN ATTRACTIVITÉ GRÂCE À UN HÔTEL THÉMATIQUE

Un hôtel à thème permet de plonger les visiteurs dans un univers immersif et de rendre ainsi le séjour davantage mémorable. De plus, ces établissements sont facilement relayés sur les réseaux sociaux, renforçant d'autant leur attractivité. Zoom sur quelques approches abouties. *Dossier réalisé par Nathalie Foulon* ■

**P**our se démarquer, de plus en plus d'hôtels optent pour une approche thématique. Une démarche qui ne se limite pas à la décoration mais qui inclut diverses animations pour mieux immerger les visiteurs et transformer véritablement l'expérience client. En effet, si le concept se doit d'être attrayant, en cohérence avec l'hôtel, il est aussi nécessaire de nourrir l'intérêt des clients pour les fidéliser au fil du temps. Les hôtels qui se sont engagés dans cette voie et qui ont procédé à une montée en gamme ont généralement enregistré une augmentation significative de leur chiffre d'affaires et une satisfaction accrue de leurs clients (page 27). Réussir une approche thématique ne s'improvise pas. Le thème se doit d'être en cohérence avec l'histoire de l'hôtel, son concept... (page 28). En optant pour une décoration trop personnalisée, l'établissement risque de se couper d'une large partie de ses prospects. Si ces approches concernent toutes les gammes d'hôtels, elles sont davantage présentes sur le segment des 4 étoiles. Les thématiques retenues sont très diverses, en lien avec la nature, les sciences, la littérature, le cinéma... (lire pages 30-31).





© Astotel - Astra Opéra

Une décoration pensée par Philippe Maidenberg

## 1 POURQUOI OUVRIR UN HÔTEL THÉMATIQUE ?

Différents hôtels et groupes ont enregistré une belle dynamique d'activité après avoir opté pour une approche thématique. Néanmoins, tous les établissements ne se prêtent pas à cette démarche. Parmi les intervenants qui déploient des hôtels à thème, **Astotel**. Ce groupe hôtelier familial qui compte 17 établissements 3 et 4 étoiles au cœur de la capitale a créé des décorations thématiques dès 2013 avec tout d'abord, Le 123 Sébastopol autour du cinéma. Une approche qui a fait ses preuves et qui a conduit le groupe à la généraliser. « Nous nous sommes rendu compte que les clients apprécient de connaître une histoire concrète attachée à l'hôtel lors de leur séjour. À partir de là, il a été décidé que les importantes rénovations donneraient lieu si possible à une décoration thématique », indique Thomas Cachan, directeur de l'Hôtel Astra Opéra, l'un des 4 étoiles du groupe, récemment rénové. Des décorations et des aménagements pensés par l'architecte et designer Philippe Maidenberg, fidèle partenaire du groupe. Au 123 Sébastopol, chaque étage est dédié à une personnalité (Jean-Paul Belmondo, Claude Lelouch, Danièle Thompson, le duo Jaoui/Bacri, Elsa Zylberstein et Ennio Morricone).

Dernier établissement du groupe qui a été rénové en adoptant une approche thématique, l'Hôtel Astra Opéra, 4 étoiles de 73 chambres et suites qui a rouvert ses portes fin 2023 après trois ans de travaux. La thématique est déclinée autour de quatre stars françaises, l'acteur Daniel Auteuil (aux 2<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> étages), la spationaute Claudie Haigneré, la Famille Bouglione et la danseuse étoile Marie-Agnès Gillot au dernier étage. « Pour chaque hôtel, j'aime raconter une histoire. Créer un ou plusieurs univers, c'est rendre la balade amusante. De la réception aux pieds du lit, on ne doit jamais s'ennuyer... c'est ce que l'on vient aussi chercher quand on séjourne à Paris », précise Philippe Maidenberg. Une décoration particulièrement immersive. Par exemple, les chambres Bouglione arborent un velours molletonné et galon or, rappelant les pistes de cirque et des balançoires apportent une touche ludique. Les chambres dédiées à la spationaute rappellent le dépouillement d'une capsule spatiale et un miroir singulier apporte une sensation de profondeur au-dessus du lit. Un 4 étoiles qui séduit aussi bien la clientèle business que loisirs (réparties à parts égales sur l'année) et qui affichait un TO de 90% en septembre dernier pour un prix moyen autour de 400 euros.

### UNE HAUSSE DE 40% DU CHIFFRE D'AFFAIRES

L'approche de la Société des **hôtels littéraires (SDHL)** autour des hôtels littéraires a fait ses preuves. Forte de son succès, la société [créée en 2013], qui compte six hôtels littéraires, prévoit un nouvel établissement début 2026 à Bordeaux, en hommage à la romancière George Sand. Passionné de littérature, Jacques Letertre qui est propriétaire d'une dizaine d'hôtels a entrepris d'en transformer cinq (regroupés dans la SDHL) pour les dédier à des

écrivains et poètes célèbres. Tous les établissements ne se prêtent pas à cette métamorphose. En effet, le concept ne fonctionne que si l'hôtel est situé en centre-ville et dans des communes d'une certaine taille. Le 6<sup>e</sup> établissement, le Stendhal à Nancy ouvert en septembre dernier, a été transformé suite à une acquisition. Le Swann dédié à Marcel Proust, premier établissement de la SDHL ouvert en 2013 dans le 8<sup>e</sup> arrondissement parisien, a vu son chiffre d'affaires nettement progresser suite à la mise en place de la thématique littéraire, la montée en gamme (tous les hôtels littéraires sont passés en 4 étoiles) et l'intégration à la chaîne Best Western. « Cette ouverture a été un succès immédiat. Nous avons enregistré 40% de chiffre d'affaires supplémentaire la première année », précise Jacques Letertre, président de la SDHL. La progression de la clientèle internationale, qui représente désormais un peu plus de 50% des clients à Paris, a également contribué à cette dynamique.

Les hôtels de la SDHL qui comptent chacun de 40 à 80 chambres bénéficient d'importantes retombées presse, radio et même TV, du fait de leur singularité. De plus, chaque établissement contribue à la notoriété des autres. Pour la société, une décoration thématique ne nécessite pas de surcoût significatif. « La partie thématique représente environ 5 à 6% du total de la rénovation. La thématique littéraire constitue néanmoins une barrière à l'entrée pour d'autres intervenants, tous ne possédant pas des collections de manuscrits d'écrivains... Il faut des années et des années pour les accumuler ! » La SDHL entend ouvrir un nouvel hôtel littéraire tous les deux ans, via des opérations d'acquisition. « Nous possédons encore de nombreuses pièces de collections et de livres d'autres écrivains que nous apprécions beaucoup ! »



Hôtel littéraire Stendhal à Nancy

## ENRICHIR L'EXPÉRIENCE CLIENT

La thématique d'un hôtel ne repose pas seulement sur la décoration. Une fois l'effet de surprise passé, il est nécessaire de fidéliser les visiteurs. Les activités organisées par l'hôtel, des offres packagées dans le thème... contribuent à nourrir l'expérience. Parmi les intervenants particulièrement actifs dans ce domaine, la **SDHL** qui organise quelque 200 événements par an dans l'ensemble de ses hôtels littéraires. Rencontre avec un romancier, soirée autour d'une revue littéraire, conférence, soirée théâtrale... différents événements sont proposés, ouverts à tous, adhérents d'associations, clients de l'hôtel... Autre intervenant qui propose de nombreuses animations pour mieux immerger ses visiteurs, le **PAL**. Le parc qui compte différents hébergements sur le thème de la savane a mis en place des visites nocturnes de la partie animalière, des initiations à la fauconnerie, des escape games pour les entreprises... [page 29]

## → ② RÉUSSIR SA DÉCORATION THÉMATIQUE

Dernier établissement littéraire de la SDHL, l'**Hôtel Stendhal** à Nancy (41 chambres) qui a ouvert en septembre dernier. « *Je suis propriétaire d'hôtels depuis 30 ans. Lorsqu'il a été question d'apporter une orientation particulière, la lecture, le livre se sont imposés d'emblée comme des approches que j'avais envie de faire partager, expose Jacques Letertre. Pour le premier hôtel, Le Swann, j'ai choisi de le dédier à mon écrivain préféré Marcel Proust. Une opération complexe du fait de l'étendue de son œuvre.* » La société prévoit d'atteindre un taux d'occupation entre 82% et 85% en vitesse de croisière pour l'établissement nancéien, soit supérieur à la moyenne du marché. Concernant le prochain hôtel à Bordeaux dédié à George Sand, il comptera une trentaine de chambres. « *Ce sera le premier hôtel littéraire dédié à une femme écrivain. Nous avons beaucoup de manuscrits dans nos collections sur elle.* » Par ailleurs, le Gustave Flaubert à Rouen se dotera d'un espace spa suite au rachat d'un bâtiment juxtant l'hôtel. La SDHL compte également l'**Hôtel Alexandre Vialatte** au cœur de Clermont-Ferrand, le **Marcel Aymé** à Paris dans le quartier de Montmartre, l'**Arthur Rimbaud** également à Paris. Comment réussir une décoration thématique ? « *Cela passe avant tout par la rigueur sur le plan universitaire et littéraire. À l'heure des réseaux sociaux, la moindre faute est impardonnable ! Dans chacun de nos hôtels littéraires, nous installons deux bibliothèques dont l'une est ouverte aux clients qui peuvent emprunter les ouvrages. Il faut au moins 500 à 600 livres, y compris dans les langues de nos clients. Il est également nécessaire de présenter des éléments de décoration qui rappellent l'auteur, des collections protégées dans une vitrine, des manuscrits... Dans chacun des hôtels, au moins 30 à 50 éléments font penser à l'auteur.* » Pour chaque établissement, l'univers de l'auteur est décliné dans tous ses espaces. Les collections privées (manuscrits originaux d'auteurs, reliures d'art...) de Jacques Letertre sont exposées dans les lobbys. Les chambres sont toutes personnalisées à partir d'une œuvre, d'un personnage, d'un lieu, proche de l'auteur.

Depuis sa création en 2013, la SDHL s'appuie sur une équipe dédiée dont une conseillère littéraire, un architecte, deux décoratrices et un aquarelliste, pour mener à bien ses projets. Les familles, associations d'amis de l'écrivain ainsi que des artistes qui apportent leur vision de l'auteur, sont également consultés pour chaque nouvel hôtel littéraire. En étant particulièrement actifs sur les réseaux sociaux, les aficionados contribuent à la notoriété des hôtels littéraires. La SDHL mène régulièrement des opérations telles que @sang.dencres sur Instagram, tout en étant régulièrement partenaire d'événements : « *Nous sommes à la tête d'une importante collection de manuscrits d'écrivains, de livres... que nous prêtons très volontiers. Nous sommes ainsi partenaires de nombreux musées, d'opérations de mécénat. Notre contrepartie est que notre nom apparaisse, c'est un élément de communication.* »

### SUSCITER L'ADHÉSION DES COLLABORATEURS

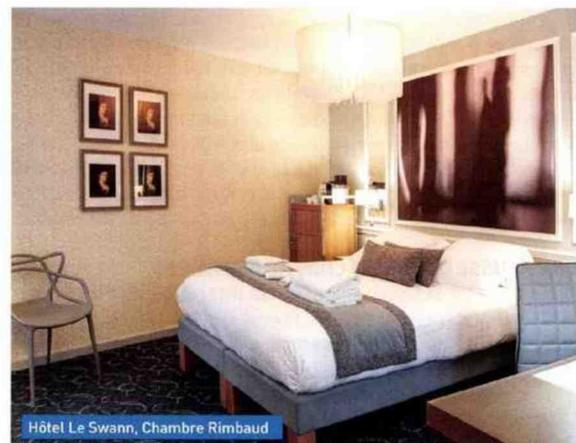
L'adhésion des collaborateurs à la thématique est également essentielle. « *Notamment depuis la crise sanitaire, il est important de fidéliser les équipes en leur apportant le sentiment qu'ils participent à autre chose que la vente de chambres. Les approches culturelle et littéraire permettent de mieux y parvenir,* complète Jacques Letertre, SDHL. *Même si je n'ai jamais demandé aux collaborateurs de lire les œuvres, l'idée est qu'ils soient fiers de participer à cette aventure, que le concept leur plaise.* »

### CRÉER DE L'ÉMOTION AUPRÈS DES CLIENTS

Dans l'Allier, **Le PAL** associe parc d'attractions, parc zoologique et hébergement. Il compte 31 lodges construits entre 2013 et 2015 et a ouvert un hôtel thématique en 2021 de 60 suites doubles (représentant 300 lits). Baptisé le Savana, cet hôtel qui s'étend sur cinq bâtiments a nécessité un investissement de 14 millions d'euros, majoritairement autofinancé par le parc. « *Nous investissons chaque année entre 20% et 30% du chiffre d'affaires du PAL dans de nouveaux aménagements qui ont pour*



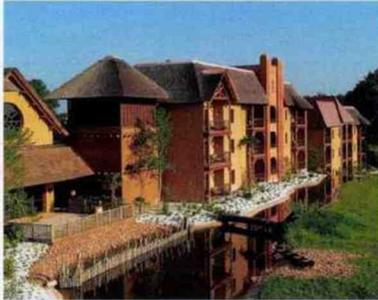
Une vraie dynamique pour Le Swann suite à sa montée en gamme et son passage en hôtel littéraire



Hôtel Le Swann, Chambre Rimbaud

Photos © SDHL

## CAPTER ÉGALEMENT LA CLIENTÈLE AFFAIRES ET SÉMINAIRES



Photos ©Christophe Le Potier - PAL Savana

Les hôtels thématiques sont également plébiscités par les entreprises notamment pour leur séminaire. Par exemple, le **Drawing House** à Paris compte sept salles de séminaires toutes équipées qui s'ouvrent sur un espace d'exposition et de restauration attenant (lire également page 30). Au PAL, l'activité auprès des entreprises a été déployée en complément de l'offre loisirs. L'établissement entend tirer son épingle du jeu du fait de son côté atypique, son architecture singulière, ses salles toutes équipées ainsi que son expérience immersive. « Nous avons décidé de ne pas réaliser de séminaires les jours où les hébergements sont ouverts au public. En effet, nous ne voulons pas mélanger les clientèles familiales

et séminaires pour conserver une expérience authentique, souligne Arnaud Bennet, président du PAL. Si certains parcs d'attractions permettent aux clients extérieurs d'accéder aux restaurants, nous nous interdisons de le faire. Nous préférons nous couper d'une part supplémentaire de chiffre d'affaires pour préserver la qualité de l'expérience. » Les séminaires, le plus souvent de 30 à 100 personnes, sont ainsi accessibles en semaine lorsque le parc est fermé au public. « Nous avons beaucoup développé cette offre séminaire en 2024. Du fait de nos offres originales et sur mesure, nous étions presque complets sur les périodes proposées. Après les moments de travail en salle de séminaire, les équipes peuvent

bénéficier de diverses expériences comme l'initiation à la fauconnerie, des escape games, la privatisation d'attractions, d'organisation de séminaires totalement sur mesure... Par exemple, nous pouvons organiser divers ateliers RSE pour une entreprise qui souhaite mobiliser ses collaborateurs sur ces aspects. Nous essayons de développer les séminaires résidentiels qui totalisent environ 70% de cette activité, 30% étant à la journée. Notre objectif est de remplir tous les "trous du calendrier" pour assurer une continuité de l'activité. » Une activité séminaire qui reste néanmoins très accessoire dans le chiffre d'affaires total du parc (32 millions d'euros au total pour 2024 avec 730 000 visiteurs sur l'année).

but d'allonger la durée de visite, de renforcer l'attractivité du parc et de capter une clientèle plus éloignée, détaille Arnaud Bennet, président du parc. Nous voulions que ces hébergements soient dans la continuité de l'expérience de la journée. Étant parc animalier, il nous a semblé naturel de reprendre cette thématique pour créer de l'émotion, du dépaysement. Elle constitue également un outil pédagogique en lien avec nos missions de parc zoologique autour de la conservation, l'éducation et la recherche. Nous avons retenu des matériaux qui reproduisent ceux des constructions dans les réserves africaines comme le torchis, des têtes de lit en teck massif recyclé retravaillées par des artisans, ou encore des objets singuliers qui viennent d'Afrique pour raconter une histoire... » 0,50 euro par nuitée sont d'ailleurs reversés [lodge ou chambre du Savana] à la Fondation Le PAL Nature qui contribue à la conservation de la biodiversité. Le parc est également labellisé Divertissement durable niveau « engagé » depuis 2021.

Une décoration thématique qui est reprise dans tous les espaces, y compris le restaurant, les salons... « Même ces

clients ne sont pas forcément capables d'identifier tous les éléments qui contribuent à la qualité de leur expérience, il est nécessaire d'avoir une cohérence de l'ensemble – de l'architecture, des matériaux, des éclairages, la végétation... – pour ne pas les faire sortir brutalement de cet univers. »

Quid des retours ? « Nous proposons une expérience authentique de grande qualité avec des matériaux naturels qui donnent l'impression de séjourner dans une réserve africaine. Cette immersion où la nature et ses animaux s'étendent à perte de vue nous amène des commentaires clients extrêmement positifs. Nous enregistrons environ 35 000 nuitées par an. Nous sommes complets tous les week-ends, les jours fériés, les vacances scolaires. » Si auparavant environ 5% de la clientèle était internationale, cette part atteint désormais environ 25%, principalement suisse depuis la mise en place de l'hôtel. Le parc qui est ouvert entre avril et fin septembre (seuls les lodges étant ouverts durant les vacances de la Toussaint) compte une capacité d'hébergement de 450 lits. →



### → 3 DE NOMBREUSES THÉMATIQUES EN FRANCE...

Parmi les nombreux hôtels à thème, les établissements qui s'inspirent de l'histoire des lieux, comme **Les Sources de Caudalie**, près de Bordeaux, qui allie le côté historique d'un château du XVIII<sup>e</sup> siècle et une ambiance vinicole ainsi qu'un spa axé sur la vinothérapie.

Les hébergements en lien avec la nature sont également en plein essor. Parmi eux, des hôtels urbains comme **La Fantaisie à Paris** (page 36), mais également excentrés tels que **Loire Valley Lodge** en Indre-et-Loire où chaque lodge est intégré dans un cadre forestier, ou encore le **Village Flottant de Pressac** en Nouvelle-Aquitaine qui propose 35 hébergements dont 22 cabanes flottantes sur un lac. Parmi les établissements thématiques, l'**ibis Styles** à Castelnaudary, un trois-étoiles de 69 chambres autour du rugby, l'**Auberge des VoyaJoueurs** [2 étoiles de 10 chambres et un appartement, à l'orée de la forêt de Brocéliande] en lien avec les jeux, le **Grand Magic Hotel (Fabulous Hotels Group)** près de Disneyland Paris, qui plonge les visiteurs dans un univers graphique et immersif via des écrans digitaux. À Paris, différents hôtels thématiques entendent offrir une expérience séjour mémorable tels que le **Déclic Hotel**, qui met en avant les techniques de photographie, le **Sacha** en référence à Sacha Guitry, sur le thème du théâtre, l'**Idol Hotel** qui est inspiré de la musique des années 60 à 80. Autres établissements urbains thématiques, **Secret de Paris** qui offre une immersion des endroits emblématiques de la capitale, **Les Bulles de Paris** qui rendent hommage aux champagnes. Les hôtels de parcs d'attractions ont particulièrement poussé l'approche thématique à l'instar de Disneyland Paris. Après plus de trois ans de travaux, le groupe a rouvert son établissement emblématique, le **Disneyland Hotel**, 5 étoiles de près de 500 chambres et suites, qui plonge les visiteurs dans l'univers Disney. Autres hôtels, **Station Cosmos** et **Ecolodgee (Futuroscope)**, ceux du Puy du Fou qui sont très immersifs ou encore le Parc Astérix qui compte trois établissements dont **Les Quais de Lutèce** [4 étoiles de 150 chambres] ouvert en 2021, un 4<sup>e</sup> étant en projet [prévu à partir de 2026].

#### UN PREMIER CINÉMA-HÔTEL

Le premier cinéma-hôtel a ouvert ses portes à Paris, boulevard Diderot, en juin 2021. Cette expérience a été imaginée et mise en œuvre par Nathanaël et Elisha Karmitz, les deux frères à la tête du groupe mk2 et créateurs de la marque **Paradiso**. Dans le prolongement du cinéma mk2 Nation, l'hôtel comporte 35 chambres et 2 suites-cinéma, une salle de karaoké, une loge cinéma, un rooftop avec bar et cinéma en plein air ainsi que des

espaces d'événements et de coworking. En chambre, l'espace est décoré à l'essentiel afin de laisser le film l'envahir et le façonner de sa fantasmagorie, met en avant Alix Thomsen, décoratrice de l'hôtel, en ajoutant : « *Le café, espace sobre avec quelques jeux de points de vue, est un endroit où se réunir et partager, suite à l'expérience de cinéma intime que proposent ces chambres. Pour matérialiser cette expérience, j'ai utilisé une palette de matériaux tels que le béton, le feutre, le métal, la terre cuite, soutenue par une gamme de couleurs fidèle aux codes mk2.* » L'établissement propose diverses expériences cinématographiques, comme la fenêtre en chambre qui se transforme en écran de projection de 3 mètres de large (accès aux plates-formes de VOD via la tablette en chambre), deux suites-cinéma avec salles de projection privées pour découvrir les derniers films à l'affiche, ou encore le cinéma en plein air sur le rooftop aux beaux jours. Un accès exclusif au cinéma mk2 Nation (situé au rez-de-chaussée et comportant 6 salles) est également proposé aux clients.

#### UN ÉTABLISSEMENT AUTOUR DE L'ART CONTEMPORAIN

Entièrement dédié à l'art contemporain, le **Drawing House** à Paris, 4 étoiles de 143 chambres, transporte le visiteur dans l'univers artistique. Situé dans le quartier de la Gaité-Montparnasse, à quelques encablures de la gare et de la tour Montparnasse, l'établissement décline la thématique du dessin contemporain dans tous ses espaces. Cette approche autour de l'art avait déjà été développée avec succès au **Drawing Hôtel**, un quatre-étoiles de 48 chambres situé dans le premier arrondissement parisien, ouvert en 2017 par Carine Tissot, directrice de la Drawing Hotels Collection (qui regroupe les deux hôtels). Au **Drawing House** (ouvert mi-2022), le duo d'architectes d'intérieur Nido a aménagé et décoré les chambres du bâtiment dessiné par l'architecte Éric Haour. Sept artistes contemporains ont investi les 11 niveaux de l'établissement pour une décoration résolument singulière, avec des œuvres originales aussi bien au niveau des têtes de lit que des moquettes et des papiers peints... Des artistes qui ont chacun leur propre style avec, par exemple, Marion Charlet et ses compositions foisonnantes de verdure et de couleurs, Mathieu Dufois qui déploie une gamme chromatique de gris et de noirs, Alexandra et Florentine Lamarche-Ovize qui combinent dessins et céramiques. « *J'ai choisi de travailler avec des artistes qui avaient des techniques, autour du dessin, différentes les unes des autres pour obtenir des propositions variées permettant au visiteur de plonger dans des univers différents* », indique Carine Tissot, qui



Grand Magic Hôtel - Maison numero 20



Hôtel Paradiso à Paris



Drawing House - Chambre deluxe



Play Hotel

est également directrice de la Drawing Society. Cette société associe hôtellerie et art contemporain via plusieurs entités dont Drawing Now Art Fair (salon du dessin contemporain) et Drawing Lab (centre d'art privé). À la **Drawing House**, le ton est donné dès l'entrée avec une œuvre murale de 6 mètres de hauteur (studio Lamarche-Ovize) autour de Joséphine Baker qui se prolonge sur le tapis d'entrée et des lampes en forme de feuilles de bananier. Le quatre-étoiles abrite un espace d'exposition au sous-sol ainsi qu'un spa avec piscine, 7 salles de réunion, un bar caché ainsi

qu'une boutique de produits autour du dessin et du voyage.

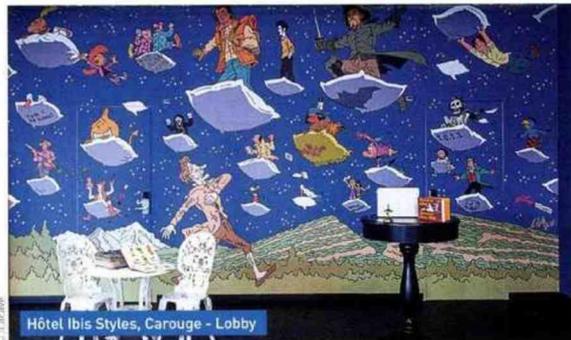
**LA MUSIQUE À L'HONNEUR**  
 Conçu par le groupe Madeho, le **Pley Hotel** met à l'honneur la musique et l'histoire radiophonique du 8<sup>e</sup> arrondissement de Paris. La décoration du 4 étoiles de 100 chambres a été pensée par l'agence Roque Interieurs. Les œuvres de l'artiste contemporain Julien Nédélec, les photographies d'archives de la radio Europe 1, les vieux postes de radio chinés dans toute la France et les affiches publicitaires d'époque viennent donner corps à la thématique. L'établissement comporte un rooftop et au sous-sol, un salon intimiste et feutré décoré comme un studio de musique et équipé de divers instruments, d'une bibliothèque de vinyles et d'une station d'enregistrement de podcasts.

#### 4 ... ET À L'ÉTRANGER

Les hôtels thématiques sont également en vogue hors de nos frontières. Parmi ceux qui ont adopté une décoration particulièrement immersive, le **V8 Hôtel** près de Stuttgart en Allemagne qui ne manquera pas de séduire les aficionados de l'automobile, l'**Hotel Quinta Real Zacatecas** au Mexique qui est installé dans une ancienne arène de corrida. Autre établissement singulier, **The Manta Resort** à Zanzibar qui offre 16 chambres dont l'une sous l'eau, avec une vue à 360° sur la vie marine de l'océan Indien. Du côté des établissements de grande capacité, **L'Excalibur Hotel and Casino** à Las Vegas propose plus de 4 000 chambres réparties sur deux tours de 28 étages, offrant une vue sur un décor médiéval spectaculaire, ou encore **L'Ambassador City Jomtien** en Thaïlande. Cette station balnéaire compte plus de 4200 chambres dans une thématique de resort tropical.

##### UN HÔTEL DÉDIÉ À LA BANDE DESSINÉE

À Carouge, près de Genève, **ibis Styles**, trois-étoiles de 119 chambres, propose des chambres décorées sur le thème du rêve par des dessinateurs de BD locaux. Les six dessinateurs genevois – Buche, Tom Tirabosco, Exem, Albertine, Zep et Frederik Peeters – ont eu carte blanche pour cette décoration insolite du lobby, des étages et des chambres. Des fresques monumentales ont été dessinées dans le lobby tandis que les chambres arborent



Hôtel Ibis Styles, Carouge - Lobby

une décoration sur le thème du rêve. Pour chaque étage, deux créations originales ont été répliquées sur les murs de chacune des chambres, offrant ainsi six styles différents. Un hommage tout particulier a été rendu au Genevois Rodolphe Toppler, reconnu comme le premier théoricien et auteur de bandes dessinées.



Library Hotel à New York

##### AUTOUR DE LA LITTÉRATURE

À New York, le **Library Hotel** by Library Hotel Collection propose 60 chambres sur 10 étages, chacun étant thématisé selon une catégorie (sciences, littérature, arts...). Installé dans un bâtiment historique, le boutique-hôtel offre une expérience immersive. Chaque chambre est décorée avec 50 à 150 livres et des œuvres d'art correspondant à son thème. Les clients peuvent emprunter une large sélection de livres et divers événements sont régulièrement organisés. Sur le rooftop, le bar **Boemarks Lounge** sert des cocktails inspirés par la littérature.

##### UN ANCIEN BOEING TRANSFORMÉ EN HÔTEL EN SUÈDE

À proximité de l'aéroport de Stockholm-Arlanda, le **Jumbo Stay** propose de séjourner dans un authentique Boeing 747 Jumbojet de 1976 [précédemment exploité par la compagnie Transjet qui a fait faillite en 2002]. L'avion-hôtel dispose de 33 chambres comprenant plusieurs catégories dont une suite située dans le cockpit, des dortoirs (jusqu'à 4 personnes) et des chambres thématiques comme la « Engine Room » dans les réacteurs de l'avion. L'établissement propose également une salle de réunion jusqu'à 8 personnes ou une privatisation de l'avion entier jusqu'à 30 personnes.