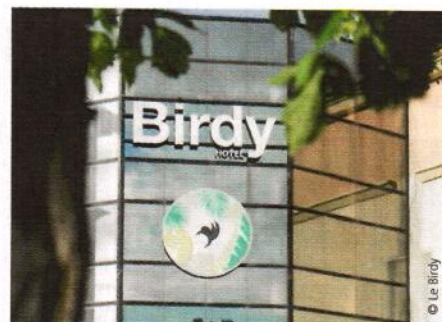


Le Birdy (HappyCulture Collection) à Aix-En-Provence



Une invitation au voyage au cœur de la Provence

HappyCulture vient d'ajouter un nouvel hôtel à sa collection, Le Birdy. Racheté par le groupe Honotel en mai 2015 (*lire encadré*), le quatre étoiles (ex-Hôtel Royal Mirabeau) s'est entièrement métamorphosé pour faire entrer les visiteurs dans le monde du voyage. Situé dans une zone d'activité, l'hôtel est notamment fréquenté par la clientèle corporate. Avec cette rénovation totale, il entend se développer davantage sur la clientèle loisirs et augmenter sa fréquentation le week-end. Visite guidée avec Pascal Doublet, directeur d'exploitation de l'établissement.

Le Birdy entend faire plonger ses visiteurs dans un monde imaginaire « entre les Irdes britanniques et le Cuba des années 60 ». Situé à proximité d'un golf, le quatre étoiles aixois de 95 chambres a été entièrement rénové durant cinq mois.

« Nous sommes en bordure d'un golf avec une vue imprenable sur la montagne Sainte-Victoire, détaille Pascal Doublet, le directeur d'exploitation qui a rejoint l'établissement début 2015. L'hôtel datait de 20 ans et il était nécessaire de remettre en valeur cet espace. Le groupe a ainsi

décidé de le rénover entièrement – au niveau des chambres, du lobby, du bar, du restaurant – pour révéler son potentiel. Nous avons changé des cloisons, modifié le positionnement du bar... La cuisine est désormais semi-ouverte et comporte une large vitre pour regarder à l'intérieur. »

42 hôtels en France

Happy Culture (groupe Honotel) compte 42 établissements dont notamment des boutiques-hôtels, qui mettent l'accent sur la convivialité et les services. « *Nous proposons autre chose que des clés de chambres et un lit ! Nous essayons d'apporter plus à nos clients. Dans cet esprit, nous proposons des "HappyTime", chaque hôtel a le sien, précise Pascal Doublet. Chaque hôtel HappyCulture possède un thème, une décoration singulière.* » Ces moments –apéritifs revisités, dégustations gourmandes... – ont pour but d'enrichir l'expérience des clients lors de leur séjour (accessibles sans supplément). Par exemple, le **Joséphine** à Paris qui arbore une décoration fleurie pour une version moderne et revisitée du cabaret, propose un ShowTime de 18h à 20h avec de l'absinthe accompagnée de

bouchées exotiques. Dans une bâtisse Belle Époque, **La Villa Bougainville** à Nice propose une « *odyssée gourmande* » chaque jour de 14h à 19h. L'hôtel **Sacha** à Paris dont la décoration est axée sur l'univers du théâtre, organise chaque jour de 18h30 à 20h son Entracte, un apéritif autour d'une coupe de champagne. La marque HappyCulture est particulièrement développée à Paris et dans le Sud (6 hôtels à Nice). Elle a été lancée en 2016 par Honotel, entreprise indépendante de management hôtelier présente sur le marché de l'hôtellerie depuis 50 ans. Dirigé par Antoine de Bouchony (président cofondateur) et Laurent Lapouille (DG co-ondateur), Honotel gère une quarantaine d'hôtels à Paris et en région (Lyon, Nice, Bordeaux, Strasbourg, Aix-en-Provence, Toulouse).

La décoration de l'hôtel Le Birdy – un nom choisi « *en référence à l'exotisme, la beauté et la sérénité de l'oiseau* » – a été pensée par Sébastien d'Evry, designer et Pierre Gobert-Cheramy, maître d'œuvre de la société Nouveaux Espaces. Le ton est donné dès le lobby où deux voilières accueillent les visiteurs dont l'une immense, abrite un canapé Vieilles malles de cuir, objets chinés chez les antiquaires, une large reproduction au mur de la jungle du Bengale et des palais des Maharadjas... invitent au voyage.

Ambiance exotique

À partir du lobby, les clients accèdent au bar via une grande porte vitrée qui s'ouvre à leur passage. Une végétation

luxuriante autour des tables et banquettes apporte une ambiance exotique. Sur un mur, des photos d'oiseaux, d'architecture,

Différents moments festifs pour faire vivre une expérience unique aux clients

de gens d'ailleurs, forment une sorte de carnet de voyage.

Cette ambiance singulière se retrouve au niveau des chambres. « *Avec un motif généreusement feuillu, le papier peint "Jungle de Petite Friture" est signé Tiphaine de Bodman. Il apporte une ambiance exotique et graphique. Pour autant, l'exotisme y est sans excès, distillé par touches. On retrouve, par exemple, le thème totémique des oiseaux* », précise la direction. Paon qui fait la roue sur un triptyque photo, coussins losés avec oiseau des tropiques, malle de voyage, parquet à la façon des ponts de bateau... donnent corps à cette thématique. Auparavant, la décoration était très classique, d'inspiration provençale. L'hôtel n'a pas fermé durant les travaux. La →



→ rénovation qui s'est achevée le 15 mai 2017, s'est opérée par partie, l'établissement disposant de plusieurs ailes.

Des moments « Happy Time »

Les hôtels HappyCulture entendent faire vivre une expérience unique à leurs clients. Pour y contribuer, différents moments festifs et conviviaux sont organisés. « Comme tous les établissements de l'enseigne, nous proposons des "HappyTimes". Nous en avons deux, l'un le "comptoir gourmand" propose des bonbons sélectionnés au niveau de la réception, l'autre prévoit une dégustation de rhums arrangés en lien avec notre bar d'inspiration Caraïbes. Lors du check-in, nous remettons une pièce au client pour qu'il bénéficie de cette offre et découvre

REPÈRES



- **Rénovation (sur 5 mois)** achevée en mai 2017
- **95 chambres** (bâtiment de quatre étages sur deux ailes) dont 3 PMR (personnes à mobilité réduite)
- **Surface des chambres**: 22 m² (hors chambres PMR)
- **Prix moyens**: entre 89 € à 129 €
- **Tarif**: petit déjeuner: 15 €
- **Restaurant**: 120 places en intérieur, terrasse de 60 à 80 places
- **Nombre de couverts en moyenne**: le soir: 50 à 60; le midi: entre 20 et 70 pour la clientèle affaires; 40 à 50 clientèle individuelle
- **Ticket moyen**: 25 € à 30 €
- **Menu**: à partir de 12 € avec plat du jour à 26 € (entrée, plat, dessert)
- **4 salles de réunion** dont 2 modulables
- **Équipements et prestations**: restaurant, room service, bar, piscine, salle de jeux, « HappyTime » (confiserie et citronnades maison à partir de 10h, dégustation de rhums arrangés à partir de 18h), 4 salles de réunion dont deux modulables, parking (gratuit)

Une cuisine imaginative et traditionnelle



En cuisine, le Maître Restaurateur Thierry Bernet et sa brigade élaborent une cuisine riche en saveurs issue de produits frais. Dans un cadre lumineux et raffiné, le restaurant de 120 places propose différents menus, de 12 € avec le plat du jour, à 26 € pour la

formule entrée-plat-dessert. Le ticket moyen à la carte s'élève autour de 25 à 30 €. « Nous privilégions une cuisine imaginative et traditionnelle à base de produits frais sélectionnés avec soin, si possible du terroir. Une cuisine fine et élaborée pour redécouvrir des saveurs autour des poissons, des viandes... Nous avons une carte assez réduite que nous changeons tous les trois mois », détaille Pascal Doublet. L'établissement réalise entre 20 et 70 couverts le midi avec la clientèle affaires, entre 40 et 50 couverts avec la clientèle individuelle et 50 à 60 le soir.

Le quatre étoiles aixois de 95 chambres a été entièrement rénové durant cinq mois



les différents espaces, le bar... », ajoute le directeur d'exploitation. L'hôtel a également largement développé ses équipements et ses prestations avec par exemple, la cuisine du Maître Restaurateur Thierry Bernet (*lire encadré*), la piscine extérieure, une salle de jeux avec billard américain, baby-foot, des flippers et quelque 3000 jeux d'arcade. Pour les clients business qui représentent l'essentiel de sa clientèle la semaine, l'établissement dispose de quatre salles de réunions à la lumière du jour dont deux modulables. L'hôtel qui était déjà positionné 4 étoiles n'a pas changé son cœur de cible.

Une large part de réservations en direct

Une large part des réservations de l'hôtel Birdy s'opère en direct, entre 40 et 50 %, notamment du fait de la clientèle affaires et des contrats corporate réguliers. Un moteur de réservation est mis en avant dès

la page d'accueil du site. « Nous proposons des tarifs et des formules plus attractives sur notre site qui fonctionnent très bien. » Particulièrement intuitif et fluide, le site internet Happy Culture génère environ 15 à 20 % des réservations de l'établissement, le reste passant via les OTAs.

Atteindre 30 % de clients loisirs

Pour faire connaître l'hôtel rénové, une inauguration a été organisée mi-juin dernier, sous forme de cocktail d'inauguration, associé à différentes animations, réunissant quelque 200 invités dont des clients réguliers. Situé dans une zone d'activité où de nombreuses entreprises sont implantées, l'hôtel reçoit une large part de clientèle affaires. Sa fréquentation est plus faible le week-end, par rapport à la semaine. « Nous prévoyons de passer rapidement à 30 % de clients loisirs, en sachant que nous ne sommes pas situés en centre-ville », souligne Pascal Doublet. Suite à cette métamorphose totale, l'hôtel entend augmenter son taux d'occupation, en moyenne de 5 % la première année, 10 à 12 % dans les deux à trois ans à venir. Parmi les prochaines rénovations de l'établissement, les façades, une opération qui s'opérera par tranches, en fin d'année, lors de la saison creuse.

Nathalie Foulon ■