



Le Style



Une immense terrasse, plusieurs bars... le Mercure de Val-Thorens, rebaptisé le Fahrenheit Seven, s'est offert un sérieux lifting.

Les hôtels font du hors piste.

POUR LES JEUNES GÉNÉRATIONS, PARTIR À LA NEIGE NE SIGNIFIE PLUS PASSER SES JOURNÉES À DÉVALER LES PENTES. UNE RÉALITÉ QUI POUSSE DE PLUS EN PLUS D'ÉTABLISSEMENTS À ADAPTER LEUR OFFRE, À COUPS DE CHAMBRES LUXUEUSES, DE SPAS OU DE CINÉMAS PRIVÉS.

PAR RAPHAËLLE ELKRIEF



Dans ces nouveaux hôtels, tout est pensé pour retenir le client au chaud : des chambres luxueuses aux Neiges (à gauche), à Courchevel ; un bar-terrasse au RockyPop Hotel (à droite), aux Houches ; ou un jacuzzi au Taj-I Mah (ci-dessous), aux Arcs.



C'EST CE QUE L'ON APPELLE PRENDRE UN COUP DE JEUNE. Après quarante-trois ans de

bons et loyaux services au pied des pistes de ski, le Mercure de Val-Thorens, en Savoie, s'est offert un petit « repoudrage ». En novembre, cet hôtel massif, identifiable à sa façade de béton, a gagné une quatrième étoile en changeant de design et de nom, pour devenir l'élégant Fahrenheit Seven. Les murs extérieurs ont été revêtus de bois. À l'intérieur, tout a été repensé : des chambres spacieuses (de 27 à 57 m²), une immense terrasse, mais aussi plusieurs bars, des soirées concerts, un petit déjeuner différent tous les matins, un spa, un hammam. La devise de la maison : « Réver, jouer, ne rien faire. » Étonnant programme, pour un séjour au ski. Il faut dire que les usages ont changé. En 1964, l'État lançait le plan Neige, un vaste programme de construction de stations de haute altitude censé répondre à la demande - à l'époque, et jusqu'à récemment, les vacanciers allaient à la montagne en hiver pour dévaler les pistes. Aujourd'hui, les professionnels du tourisme doivent faire face à « de nouvelles contraintes » et « de nouvelles exigences », explique

Nicolas Sibuet, héritier de l'empire du même nom, qui possède des hôtels dans de nombreuses stations. À savoir un enneigement plus erratique que jamais et un profil de clients différent. « La journée qui commence à 8 h 30 dans la ski room et se termine à 17 heures, épuisé dans la chambre, c'est terminé », assure Suzette Da Silva, directrice commerciale du Taj-I Mah, qui vient d'ouvrir ses portes à Arc 2000. Selon la Fédération française des industries sport et loisirs, seuls 13 % des Français pratiquent le ski. Sans compter que, selon les rapports des professionnels du secteur, l'activité séduirait de moins en moins les jeunes générations. « Une partie grandissante de notre clientèle ne vient pas pour skier, poursuit Suzette Da Silva. Il faut lui proposer une offre qui tient la route, que ce soit à table ou au spa. » En deux mots : « renforcer l'après-ski », résume Michel Giraudy, président de l'association France Montagnes, qui regroupe les principaux acteurs du tourisme d'altitude.

Cette stratégie se traduit par une refonte de l'offre hôtelière, qui abandonne les résidences « cages à poules » et les chalets en bois pour privilégier les « hôtels lifestyle » inspirés des établissements citadins à la mode.

MI-DÉCEMBRE, LE GROUPE BARRIÈRE A OUVERT À COURCHEVEL son premier hôtel de montagne, sobriement nommé Les Neiges. Outre une brasserie Fouquet's, une salle de cinéma privée et une rôtisserie argentine, on peut y passer la journée dans un spa de 1000 m² avec parcours aquatique, jacuzzi extérieur et gamme de soins ultracomplète. Bref, tout est fait pour retenir les clients à l'intérieur (d'autant que la nuitée est à partir de 1200 €). « L'hôtellerie urbaine est la première à avoir imaginé les hôtels comme des lieux de vie hybrides. Progressivement, la montagne s'accapare le concept », analyse Nicolas Sibuet. Une intuition partagée par Romain Trollet, bien connu de la vallée de Chamonix, où il vient d'ouvrir son RockyPop

Hotel. Dans ce bâtiment aux allures de vieux motel, les food trucks remplacent le resto à fondues et La Guinguette, un bar-terrasse couvert où trône un immense olivier, prend le pas sur la discothèque de la station. « C'est sûr que l'offre ne plaira pas forcément aux inconditionnels des vacances au ski traditionnelles. Mais nos clients viennent de Paris, Londres ou New York. Ce sont des urbains, pour qui le principal critère de qualité n'est plus la proximité des pistes, mais l'expérience qu'on leur propose. » Avec des tarifs plus qu'attractifs (chambres doubles à partir de 50 €), l'hôtel s'offre le luxe de ne pas avoir à baisser le rideau au printemps. Un bon calcul dans un marché où la saisonnalité est le nerf de la guerre.

CARNET D'ADRESSES

Fahrenheit Seven, place de la Lombarde, Val-Thorens (73).
www.fahrenheitseven.com

Taj-I Mah, Les Arcs (73).
www.hotel-tajimah.com

Les Neiges, 422, rue de Bellecôte, Courchevel (73).
www.hotelsbarriere.com/fr/courchevel/les-neiges

RockyPop Hotel, 1476, av. des Alpagnes, Les Houches (74).
www.rockypop-chamonix.com