



## CitizenM, le Zara de l'hôtellerie à l'offensive

**MARKETING** Comment l'enseigne change les codes de l'hébergement des voyageurs d'affaires

À deux pas de la mairie de Copenhague, le long du large Andersens Boulevard emprunté par bus, voitures et vélos, chacun dans son couloir, l'hôtel CitizenM joue la discrétion. Inauguré en décembre, il est le quatorzième de la chaîne néerlandaise, qui vient de fêter ses 10 ans. Dans le hall d'entrée, vide et sombre, un jeune employé invite les arrivants à monter au dernier étage pour effectuer leur check-in. Changement d'atmosphère. On entre dans un vaste espace convivial composé d'un bar, d'un restaurant et de coins salon. Un balcon tournant offre une vue imprenable sur la ville. La décoration est colorée et tendance, le personnel jeune et international, la musique entraînant. Devant les ascenseurs, une série de pupitres disposés en arc de cercle, sur lesquels sont fixés de grands écrans tactiles : le client finalise lui-même son entrée dans les lieux.

Direction les chambres. Les 283 que compte l'établissement sont identiques. Petites, elles offrent un concentré de technologies pilotées avec un iPad mini. Avec lui, on choisit son ambiance lumineuse, son programme de télévision (une chaîne ou Netflix), sa musique, la température, etc. Il donne les informations pratiques sur la ville, météo en tête. Dans la mini-salle de bains, la douche à l'italienne est made in Germany. L'utilisation de l'espace est optimisée dans les moindres détails : le coffre-fort est placé dans un tiroir sous le lit de deux mètres sur deux, lui-même encastré entre la fenêtre et un mur, le minibar est astucieusement glissé sous le lavabo... Un maximum de confort dans un minimum d'espace.

Le concept du CitizenM est né de la vision d'un entrepreneur indien installé aux Pays-Bas. Rattan Chadha y avait créé l'entreprise de prêt-à-porter Mexx. Son fils Robin Chadha, directeur du marketing de CitizenM, raconte la suite : « Mon père en avait assez de voir ses équipes voyager partout dans le monde sans jamais trouver un hôtel de bonne qualité offrant, pour un prix raisonnable, un grand lit confortable, une bonne douche, une technologie de pointe et des espaces communs conviviaux », explique-t-il. Epaulé par le groupe hôtelier indien Oberoi, il décide de changer de métier et de renverser la table sur un marché dominé jusque-là par les grandes chaînes mondiales des groupes Hilton, Marriott ou Accor. « L'idée, c'était de faire à la fois comme Zara, pour le marketing et le prix, et comme Tesla pour la technologie », poursuit Robin Chadha. Le consommateur est assuré de trouver une décoration, une ambiance et une chambre identiques dans chaque hôtel. Et un tarif toujours raisonnable, autour de 150 euros la nuit.

### Vingt-trois nouveaux hôtels en développement

Le succès de l'enseigne repose sur trois piliers. D'abord, le choix des emplacements, toujours des lieux névralgiques pour la clientèle d'affaires : à Paris, les trois établissements déjà ouverts sont situés à la Défense, à la gare de Lyon et à Roissy. Les trois prochains seront situés dans le quartier de l'Opéra, sur les Champs-Élysées et au bord du boulevard périphérique de Paris. Ensuite, l'acquisition des murs, inhabituelle dans ce secteur d'activité : cela coûte cher (80 millions d'euros sur la plus belle avenue du monde) mais CitizenM peut ainsi lancer ses aménagements en toute liberté. Enfin, la standardisation des chambres : elles sont constituées de modules complets fabriqués dans des usines en Asie ou en Europe de l'Est.

Vingt-trois nouveaux hôtels sont en développement dans le monde. Celui de Shanghai vient d'ouvrir, ceux de Zurich, Boston et Seattle suivront en 2019. « Nous voulons en avoir 100 en 2025 », annonce Robin Chadha. Le marché de la nouvelle hôtellerie branchée d'affaires est aussi porteur que disputé. Plusieurs enseignes (Mama Shelter, 25hours, Okko, Hoxton...) s'y investissent activement. Mais CitizenM fait la course en tête. ●

**80**  
MILLIONS D'EUROS  
C'est le somme déboursée  
par l'hôtelier pour acquérir  
un immeuble sur les  
Champs-Élysées

RÉMY DESSARTS