

JUIN 2025

La Homespitality. Moi je crois
en la Homespitality.

Comment définir la nouvelle
génération d'hôtels autour de la

homespitality®
// POEM

EBOOK - 01



Bienvenue à vous qui êtes déjà dans le mouvement et à vous qui venez de découvrir cette approche.
Bienvenue à vous qui avez longtemps hésité avant de payer, à vous qui l'attendiez avec impatience.
Bienvenue à vous qui, au fond, n'étiez pas vraiment convaincus, mais qui avez finalement décidé de l'acheter.
Bienvenue à vous que j'entends râler d'ici, car c'est encore un foutu anglicisme.
Bienvenue à vous qui ne lirez jamais cette ligne, car en l'achetant, vous vous êtes dit : « Je le lirai un jour ».
Bienvenue à vous qui souhaitez changer de vie et reprendre la maison de famille.
Bienvenue à vous qui l'avez acheté et qui allez le partager gratuitement avec vos potes.

Bienvenue dans le monde de la Homespitality®.



Image générée par l'IA



Préface.

L'hôtellerie a toujours été un reflet de nos modes de vie, une fenêtre ouverte sur la façon dont nous choisissons d'habiter le monde en dehors de chez nous. Aujourd'hui, alors que la standardisation (en tout point) a cédé la place à des attentes d'ultra-personnalisation, notre secteur doit se réinventer.

Une des réponses proposées à ce besoin de singularité a été la promesse « comme à la maison ». Une forme de pseudo-conquête où l'on rassure les gens : « chez nous, c'est comme chez vous ». Une ambition aussi fragile qu'éphémère, avec une date limite de crédibilité plus courte que la carrière politique de Michel Barnier et Gabriel Attal réunis.

On ne cherche pas un slogan : on cherche une vision, un cadre. Est-ce que la Homespitality fera mieux ? Rien ne le garantit.

Car aucun courant ne tient seul. Il vit, il se transforme, il s'use parfois et c'est précisément ce qui prouve qu'il est vivant. Ce que l'on propose ici, ce n'est pas une certitude. C'est une tentative.

Les attentes ont changé. Comme moi, vous fuyez de plus en plus les clichés marketing. « Cosy », « chaleureux » et « comme à la maison » sont devenus des répulsifs.

C'est en partant de ces constats, que je souhaite partager ici les mécanismes, bonnes pratiques et fondamentaux d'une hôtellerie différente. Une hôtellerie moins obèse, plus intimiste, plus proche de ses hôtes. Une hôtellerie qui offre de la disponibilité à celles et ceux qui souhaitent remettre la rencontre au milieu de leurs séjours.

Une hôtellerie qui invite au voyage et célèbre la richesse des plus beaux territoires de France à travers ses artisans, ses souvenirs, son « boire » et son « manger ».

Ce mouvement je l'ai appelé la **Homespitality®**. Ce n'est pas une tendance éphémère, ni une franchise déclinable à l'infini, mais un pont entre le passé et le futur. Une vision pensée pour perdurer, basée sur le respect des fondamentaux hôteliers et l'adaptation aux besoins contemporains.



Cet index est une boussole pour naviguer dans l'univers de la Homespitality. Chaque terme est un point de repère qui construit étape par étape une hôtellerie plus singulière et plus réfléchie. Chacun des thèmes ici présentés correspond à une clé de compréhension des défis et des opportunités qui façonnent ce secteur en pleine mutation.

1.

Positionnement et recommandations

Les fondamentaux d'une autre hospitalité

2.

L'hébergement

Maximiser le potentiel économique de chaque chambre

3.

La restauration

Le facteur risque mais aussi le facteur X

4.

La distribution

Entre esthétisme et stratégie

5.

La direction artistique

Du graphisme à l'éditorial, jusqu'aux choix architecturaux

6.

Les relations presse et l'influence

Comment séduire une presse (un peu) blasée

7.

L'art d'activer les mètres carrés

Maximiser sa rentabilité et sa valeur perçue

8

L'humain

Recruter les meilleurs qui vivent autour de vous