



## Avec son nouvel hôtel N'vY, Manotel vise la jeune génération

Le groupe genevois lève le voile sur le concept hôtelier qui sera implémenté à la rue de Richemont, où l'Epsom disparaîtra à l'issue de quatre mois et demi de travaux.

Patrick Claudet

Le délai est court, le défi ambitieux. En novembre prochain, Manotel inaugurera dans le quartier genevois des Pâquis l'hôtel N'vY (pour «envy»), soit l'enseigne appelée à succéder à l'Epsom à l'issue de quatre mois et demi de travaux qui nécessiteront la fermeture totale de l'établissement. Cette transformation correspond à la volonté du groupe de repositionner cet hôtel de la catégorie 4 étoiles supérieur, premier de la chaîne à avoir été rénové en 2000 dans le cadre d'un plan d'investissement de 97 millions étalé sur 10 ans. En vertu du nouveau concept choisi par la direction, et mis en place par l'architecte d'intérieur Patrick Ribes, déjà chargé de la transformation des hôtels Jade et Kipling, l'hôtel N'vY visera avant tout la génération Y, constituée des individus nés entre 1980 et 2000, et qui évoluent depuis leur enfance dans un environnement marqué par l'essor des ordinateurs personnels et d'Internet. Le coût des travaux de transformation se montera à 14,6 millions de francs.

A l'origine du projet: l'envie de parachever la mue du groupe, premier opérateur genevois avec 610 chambres, dont l'identité des cinq autres hôtels (Royal, Auteuil, Edelweiss, Kipling, Jade) s'articule autour d'un concept fort et à chaque fois différent. «A l'Epsom, nous aurions pu nous contenter d'investir 6 à 7 millions de francs pour la réfection des infrastructures, mais nous tenions à apporter un supplément d'âme à cet hôtel de 153 chambres», lance Paul E. Muller, président-directeur général du groupe Manotel. La réflexion s'est rapide-

ment orientée vers la clientèle de la jeune génération, «soumise à de nombreuses contraintes, souvent stressée, toujours connectée et surtout rapidement blasée si elle n'est pas constamment stimulée». D'où la piste du «boho-chic», concept mêlant l'univers non conformiste de la vie de bohème de certains artistes et écrivains et le raffinement d'un décor caractérisé par l'espace, le rythme, la fluidité et la décontraction. Un choix qui s'explique aussi par le fait que la génération Y sera à l'avenir un important relais de croissance – elle représentera 40% des actifs en 2015.

Une fois les grandes lignes tracées, Manotel a lancé un concours d'architecture d'intérieur et confié le mandat à Patrick Ribes, qui s'est alors attelé à la «traduction» du concept. Son fil rouge: les côtes Est et Ouest des Etats-Unis, présentes par le biais de clin d'œil aux lofts new-yorkais, de teintes chaudes, de persiennes et de lustres scintillants, entre autres. Organisées autour d'un axe transversal doté d'un sol en mosaïque noir et blanc, les parties communes se présenteront sous la forme d'une juxtaposition d'ambiances, avec de nombreuses ponctuations artistiques (tableaux, graffitis, photos, etc.). Au centre, un salon avec cheminée côtoiera un espace lounge traditionnel, où se produira en soirée un DJ maison, ainsi qu'un grand bar, un salon dévolu aux petits déjeuners et un espace confidentiel avec tables lumineuses et plafond étoilé. Dans les couloirs, l'ambiance sera tamisée et la tonalité variera à chaque étage. Quant aux chambres, elles s'organiseront dans un espace sans cloison avec la salle de bain près de la baie vitrée.

**Une offre de restauration qui**

Date: 05.07.2012

# HÔTELLERIE<sup>et</sup> GASTRONOMIE HEBDO

La revue des professionnels depuis 1886

Hôtellerie et Gastronomie Hebdo  
1006 Lausanne  
021/ 616 27 12  
www.hotelierie-et-gastronomie.ch

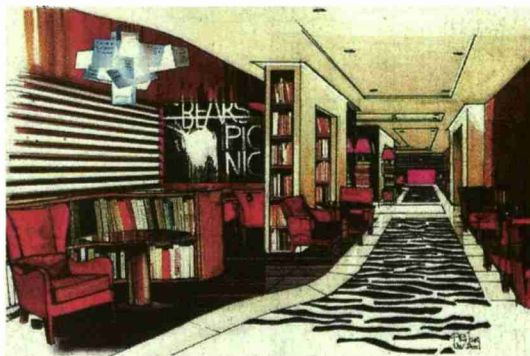
Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse spécialisée  
Tirage: 3'632  
Parution: 39x/année



N° de thème: 571.212  
N° d'abonnement: 1083336  
Page: 6  
Surface: 31'135 mm<sup>2</sup>

## reste encore à définir

De son côté, l'offre de restauration connaîtra elle aussi un profond remaniement. «Disposant d'un accès direct sur la rue, le café symbolisera notre nouvelle philosophie. Service rapide, mets simples à consommer sur place ou à l'emporter, journaux, tablettes numériques: tout sera fait pour séduire la clientèle», ajoute Paul E. Muller, qui annonce une cuisine fusion au lounge, et un concept encore à définir dans le restaurant principal à la décoration très hollywoodienne.



C'est l'architecte d'intérieur  
Patrick Ribes qui s'est chargé  
de la transcription du concept  
de «boho-chic».