

## Actualités



Photos DR / Jacques Pépion / Guillaume de Laubier

### HÔTELLERIE

# Les promesses (tenues) du label Palace

**Créé voilà quatre ans, le label Palace a donné un coup de jeune à l'hôtellerie de prestige en France.**

Pour Laurent Delporte, expert en hôtellerie de luxe, « le label Palace a modifié en profondeur le paysage hôtelier français. Pensé en 2010, il a été attribué pour la première fois en 2011 à huit établissements parmi lesquels vous trouverez des hôtels parisiens comme Le Meurice et le Plaza Athénée (ci-dessus, ndlr), ainsi que de province, comme L'Hôtel du Palais à Biarritz et les Airelles à Courchevel. Le titre de palace était autrefois réservé à une minorité d'hôtels, sans critère distinctif particulier. La renommée du lieu, son ancienneté, sa tradition et sa clientèle lui attribuaient ce qualificatif ». Aujourd'hui un établissement ayant plus de deux ans peut prétendre à ce titre autrefois réservé aux hôtels dont l'histoire avait bâti la réputation. Ce label a donc favorisé l'arrivée de nouveaux entrants sur le secteur, ce qui a permis au marché de s'élargir. « Il existe deux catégories de palace, ajoute Laurent Delporte. Selon ma grille d'analyse nous trouvons d'un côté les anciens, qui jouissent d'une réputation mythique, d'un savoir-faire transmis de génération en génération, favorisant ainsi l'excellence du service et le supplément d'âme. Et d'un autre côté les nouveaux établissements, qui bénéficient certes d'une décoration récente et des dernières technologies, mais qui n'ont pas encore d'Histoire. Plusieurs années sont en effet nécessaires pour qu'une nouvelle équipe de plus de 500 collaborateurs excelle dans le service et apprenne à travailler en commun entre ses différents départements ». Il est certes difficile de recruter plusieurs centaines de ces « artisans du luxe » en quelques mois ! Les former pour atteindre le niveau d'excellence requis demandera le plus souvent des années.

#### Éléments de différenciation

« La guerre des palaces souvent évoquée dans les médias est exagérée mais réelle, poursuit Laurent Delporte. Il faut maintenant que celle-ci se mue en émulation saine pour rendre ce secteur dynamique et encore plus innovant. Les établissements qui obtiennent le label Palace sont choisis parce qu'ils remplissent un certain nombre de critères bien définis. Il y a donc, a priori, une norme que tous respectent. Néanmoins, il ne faut pas qu'ils se ressemblent. Chaque établissement doit donc trouver un élément de différenciation et offrir une expérience unique à ses clients. Quel serait le plaisir d'y séjourner dans l'uniformité ? »

Laurent Delporte anime depuis 2011 le site Internet « Décrypter l'hôtellerie de luxe » ([www.laurentdelporte.com](http://www.laurentdelporte.com)). Il connaît tous les rouages des hôtels grâce à son expérience acquise sur le terrain. Ancien du groupe Accor, il a été responsable de marque au moment de la montée en gamme de Sofitel. Il a visité et audité plus de 350 hôtels 4 et 5 étoiles et palaces dans le monde. Diplômé d'HEC, il enseigne l'hôtellerie de luxe dans différentes écoles (HEC, Dauphine, Sup de Luxe...).

Propos recueillis par D.P.