

Rechercher

Jusqu'au 31 juillet **-20%** SUR VOTRE ABONNEMENT GAZ NATUREL*
*Les conditions sur notre site

Portail écoles hôtelières
Rechercher 1 école ou 1 formation



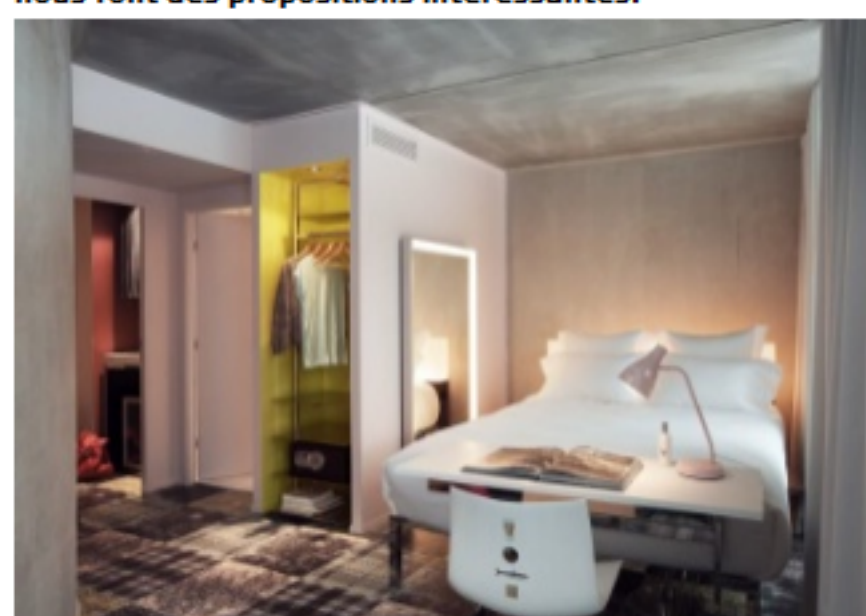
HÔTELLERIE

Mama Shelter, un vent de fraîcheur sur Marseille

Après une ouverture en fanfare à Paris en 2008 et une reconnaissance rapide par les guides et la critique, la marque a récidivé le 12 avril dernier dans la cité phocéenne, pour un même résultat attendu. Serge Trigano, cofondateur de l'enseigne avec Cyril Aouizerate, nous explique les raisons de cet engouement pour un concept toujours aussi inclassable.



Serge Trigano : 'Nous sommes très sollicités par les villes qui nous font des propositions intéressantes.'



Une chambre au Mama Shelter de Marseille.

BLOGS DES EXPERTS

Reprendre un hôtel : évitez les embûches

Stéphane Corre
" Reprise établissement : est-ce légal de demander au comptable un accès au livre de caisse du prédécesseur ? " tronchet

Tous les blogs des experts (45)

Michelin 2012
Cliquez ici pour découvrir les 69 nouveaux étoilés

KIFAIKOL.COM
Ambiance Restaurant
Mobilier & Arts de la Table
ambiance-restaurant.com
Rechercher un fournisseur

VIDÉO
Les avantages de solliciter un architecte

ÉCOLES-FORMATIONS HÔTELIÈRES
Trouver une école ou une formation
Orientation scolaire :
- infos diplômes
- descriptif des programmes
- débouchés métiers

L'HOTELLERIE-RESTAURATION.COM
Infos par pays, fiches pratiques, offres d'emploi internationales

L'Hôtellerie Restauration : Comment expliquez-vous l'engouement que vous suscitez avec Mama Shelter ?

Serge Trigano : Pour mes associés et moi-même[Serge Trigano possède 54 % des parts de la société avec ses deux fils, Michel Reybier 27 %, Cyril Aouizerate 11 %, et Philippe Starck 8 %, NDLR], le Mama Shelter, c'est l'histoire d'une tribu, notre tribu : Philippe Stark, Cytll Azaouirate, Alain Senderens, Michel Reybier, mes fils et moi-même. L'idée de départ était de casser les codes de l'hôtellerie en apportant un peu d'air frais à ce milieu hôtelier souvent rigide et de lui donner un esprit décalé. Cela a été magnifiquement traduit par Philippe Starck. Mais nous ne nous attendions pas à un tel succès. Au Mama Shelter de Paris, nous faisons 80 % de taux d'occupation, et nous réalisons entre 500 et 800 couverts par jour. Par ailleurs, le fait d'avoir très peu d'argent devant nous, lorsque nous avons créé le Mama, nous a obligé à être plus inventifs.

Y-a-t-il des inconditionnels du Mama ?

En effet, nous avons des fidèles parmi les fidèles. Ainsi, je connais des personnes qui en sont à leur centième séjour parmi nous.

Diriez-vous que le Mama est un modèle économique rentable ?

Il est d'autant plus rentable que nous avons aujourd'hui une douzaine d'années d'avance sur le business plan soumis aux banques. Le taux d'occupation à Paris est de 80 % pour un prix moyen de 130 €.

L'une des clés de votre rentabilité, c'est l'implantation, souvent dans des lieux improbables, ce qui réduit beaucoup le coût du foncier...

En effet, mais ce sont surtout des lieux qui ont une âme et qui racontent une histoire. À Paris, nous sommes dans un quartier très populaire mais aussi très proche de la bretelle d'autoroute mène à Roissy. À Marseille, dans le quartier de la Loubière, nous sommes à proximité du Vieux-Port et du cours Julien, et pourtant nous proposons des chambres à 69 €. Jamais nous n'aurions pu nous permettre d'être dans le XVIe arrondissement de Paris ou sur le Vieux-Port à Marseille.

Le statut du Mama s'apparente à celui d'une résidence mais vous avez un type d'exploitation qui ressemble à celui d'un hôtel...

Tout est venu de la frilosité des banques qui ne voulaient pas nous prêter pour un produit hôtelier classique. Nous avons dû repenser notre système de financement en faisant appel à des investisseurs multiples. La loi Scellier nous y autorisait. Nous avons donc trouvé auprès des caisses d'épargne le moyen d'aider nos propriétaires à investir dans une chambre-appartement pour une durée de 20 ans. À Marseille, le prix moyen d'un appartement oscille entre 140 000 et 150 000 €. En échange, nous leur consentons un loyer garanti et indexé.

Au quotidien, nous fonctionnons tout à fait comme un hôtel, avec la kitchenette en plus dans toutes les chambres pour répondre aux normes des résidences. Par ailleurs, nous avons eu quelques surprises. Ainsi, nous n'avions pas anticipé le succès de la restauration. Cela représente 50 % de notre chiffre d'affaires à Paris, avec un ticket moyen légèrement au-dessus de 35 €. Enfin nous créons des emplois durables et non délocalisables. À Marseille, nous avons recruté 70 personnes et, à terme, nous devrions être 100. À Paris, nous sommes 130 dont 20 personnes dans les bureaux.

Allez-vous poursuivre avec ce même montage dans toutes vos résidences ?

Comme c'est un dispositif typiquement français, nous ne procéderons pas de la même façon partout. Le Mama qui ouvrira en octobre à Istanbul sera géré en contrat de management, de même qu'à Los Angeles, où nous avons un autre projet avec notre partenaire Michel Reybier, fin 2013, début 2014.

Et en France où en êtes-vous au niveau du développement ?

Nous ouvrirons fin mars 2013 un Mama de 150 chambres à Lyon, et en avril-mai 2013 un autre à Bordeaux. Nous sommes très sollicités par les villes qui nous font des propositions intéressantes. Cela me rappelle les belles heures du Club Méditerranée, quand nous étions constamment sollicités par des villes ou des pays.

Le concept Mama est-il susceptible d'évoluer ?

Il restera globalement le même mais il se réinventera. Nous allons faire évoluer le concept en fonction des lieux d'implantation. Ainsi, en restauration, si nous servons toujours nos produits standards comme la cocotte de coquillettes [un best-seller de la carte signée Senderens, NDLR], en revanche, nous adaptons la carte en fonction des lieux. À Marseille, par exemple, nous avons prévu davantage de poissons. Par ailleurs, nous venons d'installer un concierge virtuel dans le hall du Mama Shelter de Paris. C'est une jeune société qui nous a proposé ce concept. Cela va permettre de guider nos clients vers nos 'bons plans'. C'est cela aussi le Mama, une évolution permanente dans les services, les nouveaux produits. Nous voulons toujours être à la pointe de l'innovation, tout en restant attentifs à la demande du client. C'est tout cela qui fait le succès de Mama Shelter.

Évelyne de Bast

Partager cet article :

S'abonner à la newsletter quotidienne

HÔTELLERIE Autres articles...

Nominations chez B&B Hôtels lundi 4 juin 2012 18:03
Lionel Jacquemin est nommé Directeur de la Stratégie du Groupe B&B HôtelsA 40 ans, Lionel Jacquemin relève le challenge d'une... Lire la suite

L'hôtellerie creusoise fragilisée par les mises aux normes lundi 4 juin 2012 09:46
D'après une enquête menée par le comité régional du tourisme du Limousin fin 2011, 27 % des hôteliers du département envisagent de mettre... Lire la suite

Avec le design au rendez vous Equip'Hotel 2012 arbitre des tendances dans l'hôtellerie et la restauration vendredi 1 juin 2012 18:05
Pour son deuxième rendez-vous, le salon Equip'Hotel joue à fond la carte déco-design en choisissant comme date les Designers's Day, un... Lire la suite

Hôtels et Preferences renforce son réseau d'hôtels d'exception essentiellement en France vendredi 1 juin 2012 17:30
Le réseau volontaire Hotels & Preference qui regroupe 150 établissements dans le monde dont plus de 75 % sont classés 4 et 5 étoiles... Lire la suite

Obtention de la clé verte pour l'hôtel des Acacias vendredi 1 juin 2012 16:53
L'hôtel des Acacias 3* de Neuville-en-Ferrain (59), membre des Logis Hotels, vient de se voir remettre la clé verte soit le premier... Lire la suite