

Les nouvelles incentives

Écrit par Martine Guilcher, rédaction de Newzy, le 14-12-2007



Vivre un week-end de milliardaire, dîner avec un artiste de renom, visiter des appartements hyper-privés... L'insolite, le confidentiel, l'inaccessible font partie du vocabulaire des incentives de luxe et ont supplanté l'ostentatoire et le gigantisme.

Offrir un séjour dans un hôtel classe

Côté hôtels, exit les palaces de 600 chambres, les clients préfèrent des établissements à taille humaine, comme le prouve le succès des Relais & Châteaux qui souvent disposent de moins de 50 chambres. Côté chaînes, le choix se porte sur les « Small Luxury Collection » ou « Small Leading Hotels of the World », bref, small is... grand standing ! Autre engouement : celui des établissements insolites ou trendy. Ainsi, en Allemagne, on descend du 17e étage d'un hôtel Accor en rappel. L'hôtel est devenu une destination en soi, dont le luxe se fonde sur l'épanouissement. « *Un établissement de standing se doit d'avoir son spa, le "well being" est une grosse tendance* », remarque Thierry Julien Dréano, secrétaire général de l'association Luxueuse Hôtellerie. Le luxe, c'est aussi l'espace, d'où l'émergence d'hôtels qui ne proposent que des suites ou des spa privatisés. « *On est en train de quitter le spa collectif pour l'individuel dans le très haut de gamme* », confirme Thierry Julien Dréano.

Mais on peut vivre, loger dans le luxe sans vouloir s'engoncer dans des tenues de soirée, se serrer le cou dans des cravates griffées. Pour faire ses courses dans les boutiques d'hôtel, dernier lieu tendance pour le shopping, on s'habille résolument décontracté. Chic, toujours, mais cool...

>> Carnet d'adresses

- **Hôtels & Préférence**

01 43 40 77 79. - www.hotelpreference.com

- **Luxueuse hôtellerie** - www.luxueusehotellerie.com

- **Relais & Châteaux**

0825 32 32 32. - www.relaischateaux.com

- **Small Hotels**

www.leadingsmallhotelsoftheworld.com

- **Grandes Étapes Françaises**

01 40 02 99 99. - www.grandesetapes.fr