

VOIR EN GRAND LES PETITS ESPACES

#04



Le bien-être s'invite dans les toilettes d'hôtels

 **GEBERIT**



Un programme de rencontres
et une collection d'ouvrages pour
voir en grand les petits espaces



VOIR EN GRAND LES PETITS ESPACES

■ GEBERIT

Actif à l'échelle mondiale, nous sommes leader sur le marché européen des produits sanitaires.

À ce titre, nous développons notre savoir-faire et nous innovons pour améliorer constamment le confort et l'hygiène des lieux d'aisance.

Nous explorons également de nouvelles dimensions de ces espaces jusque-là restreints à leur fonctionnalité et souvent négligés dans le projet d'aménagement.

Dans ce contexte, l'hôtel, lieu d'hospitalité par excellence, est pour nous un excellent tremplin d'initiation à de nouvelles pratiques d'hygiène et de bien-être, contribuant à une expérience client qualitative et mémorable.

Les toilettes sont, en effet, de véritables marqueurs de la qualité de l'hospitalité hôtelière qui, depuis une dizaine d'années, se renouvelle pour répondre aux nouvelles formes de tourisme et de travail.



Cette démarche s'inscrit dans notre objectif de voir en grand les petits espaces et faire évoluer ensemble leur conception via notre programme de rencontres et d'échanges, « GEBERIT & SEAT », dans notre showroom parisien, autour des 5 rendez-vous suivants :

- **WAIT & SEAT** : les toilettes, de l'espace aux usages dans le projet d'aménagement.
- **GREEN & SEAT** : l'aménagement durable des lieux d'intimité.
- **DESIGN & SEAT** : les toilettes se réinventent.
- **HOSPITALITY & SEAT** : le bien-être s'invite dans les toilettes d'hôtels.
- **RENOVATION & SEAT** : petits espaces à rénover, grands enjeux.

Ce programme s'accompagne d'une collection d'ouvrages pour synthétiser, à l'issue de ces rencontres, le partage de nos connaissances et expériences.





& HOSPITALITY & SEAT

LE BIEN-ÊTRE S'INVITE DANS LES TOILETTES D'HÔTELS

Explorons ensemble dans ce quatrième tome des pistes durables et économes d'hospitalité hôtelière.



SOMMAIRE

- | | |
|---|----------|
| ■ LES CLÉS D'UN SÉJOUR MÉMORABLE | P. 8/9 |
| ■ LES NOUVEAUX ESPACES D'HOSPITALITÉ | P. 10/11 |
| ■ L'EXPLORATION DU BIEN-ÊTRE
DANS LES TOILETTES D'HÔTELS | P. 12/13 |
| ■ NOS SOLUTIONS POUR PLUS DE BIEN-ÊTRE
DANS LES TOILETTES D'HÔTELS | P. 14/18 |
| ■ GEBERIT & VOUS | P. 19 |



LES CLÉS D'UN SÉJOUR MÉMORABLE

L'origine de l'hôtellerie remonte à l'Antiquité ! Des premiers relais postes aux hôtels luxueux, puis l'apparition d'hôtels de moyenne et petite taille, ce secteur représente en 2024, 16 850 établissements en France.

Dans un contexte où l'offre d'hébergement touristique est étoffée par de nouveaux acteurs comme Airbnb et où le télétravail s'installe, la plupart des hôtels doivent, pour rester attractifs, s'adapter aux nouveaux comportements des clients tout en s'inscrivant dans une démarche de développement durable.

Cette adaptation touche tous les espaces de l'hospitalité hôtelière, dont les toilettes et les salles de bains, qui, pour les clients, sont emblématiques de la qualité d'accueil perçue. Elle vise à satisfaire et à fidéliser les clients autour d'un accueil personnalisé, d'un séjour mémorable, au diapason de leurs valeurs et aspirations.

L'ÉMOTION ET LA PERSONNALISATION, MOTEURS D'UNE EXPÉRIENCE CLIENT RÉUSSIE

Dans leur ouvrage sur l'expérience client, Laurence Body, experte en innovation marketing et Christophe Tallec, designer, définissent les 3 niveaux qui la composent. Le plaisir et les émotions qui représentent le plus haut niveau de leur échelle y apparaissent comme les garants d'une expérience client réussie et mémorable.

Dans l'hôtellerie de luxe, atteindre ce niveau implique pour les hôteliers de faire le choix de la personnalisation des services ainsi que de l'engagement émotionnel de leurs clients dans ce qu'ils vont vivre au cours de leur séjour au sein de leur établissement.

La quête d'une expérience unique, favorisée par le partage instantané sur les réseaux sociaux de l'instant vécu, atteint donc toutes les dimensions de l'hospitalité hôtelière*.

La considération du caractère unique de chaque client, ainsi que le recours à l'innovation et à la créativité pour le surprendre et l'émouvoir, apparaissent désormais comme les leviers fondamentaux d'une expérience mémorable.

* Source Mémoire «L'expérience client dans l'hôtellerie de luxe» Léa Perrier – Étudiante Master Tourisme



LE BIEN-ÊTRE AU CŒUR DU SÉJOUR

La dernière enquête de McKinsey sur l'avenir du bien-être, réalisée en août 2023, auprès de 5 000 consommateurs, révèle que 97 % d'entre eux en Chine, 82 % aux États-Unis, 73 % en Europe considèrent le bien-être comme une priorité absolue ou importante dans leur vie.

L'hôtellerie incarnant les valeurs du mieux-être, cette priorité amène les hôteliers à faire évoluer leur offre d'activités et l'aménagement de tous les espaces, de la réception aux lieux d'intimité, autour du bien-être physique et mental qui se niche dans les moindres détails.

UNE GESTION DURABLE ATTESTÉE

Une enquête a été menée par le groupe Accor en 2022 auprès d'environ 7000 clients d'hôtels de 6 pays différents, dont la France, révèle que 94 % d'entre eux sont sensibles au concept du développement durable.

Cependant, conscients que l'écologie est nouvelle et coûteuse dans le monde de l'hôtellerie, 70 % d'entre eux acceptent l'idée que l'hôtel engagé soit un peu plus cher que ses concurrents.

En France, les clients sont encore plus demandeurs puisque 76 % des répondants français espèrent que des solutions durables soient mises en place rapidement dans les hôtels.

Souhaité par les touristes, l'engagement environnemental fait désormais partie des critères de sélection de l'offre touristique sous réserve qu'il soit certifié. La labellisation de la démarche environnementale encore émergente en Europe devient dans ce contexte un facteur d'attractivité et de visibilité.

Cependant, 66 % des clients de l'enquête ne s'attendent pas à une baisse de confort dans un hôtel qui propose des initiatives écologiques.



LES NOUVEAUX ESPACES D'HOSPITALITÉ

L'expérience de matali crasset
DESIGNEUREUSE



© Julien Jouanpès

QUEL EST VOTRE PERCEPTION DE L'HOSPITALITÉ HÔTELIÈRE ?

Si on réalise une analogie avec le domaine du vin, qui est l'expression, la traduction et la symbiose entre un sol, un cépage et un homme/une femme, je considère un projet d'hospitalité comme la traduction entre un contexte, un bâtiment et un-e commanditaire.

La majorité des projets que j'ai réalisés - HI hotel, Dar HI, HI matic, ferme Hibrade - est avant tout le fruit d'une collaboration débutée en 2001 avec des entrepreneurs audacieux Philippe Chapelet et Patrick Elouarghi qui n'ont pas eu peur du contemporain.

COMMENT LA METTEZ-VOUS EN ŒUVRE DANS VOS RÉALISATIONS D'HÔTELS ?

La Dar HI n'est pas un projet de plus. Hotel HI n'était pas fait pour être dupliqué : il a été conçu comme un laboratoire qui ne se copie pas. C'est là qu'est né ce nouveau projet, articulé autour des notions de bien-être et d'éco-retraite dans un lieu inattendu et magique.

Un peu à la manière des foundouks traditionnels, la Dar HI est une maison dans laquelle les haltes se prolongent, aux antipodes du tourisme de passage. J'ai conçu une architecture intravertie à l'extérieur et extravertie à l'intérieur, c'est-à-dire en explosant les codes.

Avec son mur d'enceinte, typique des constructions locales, la Dar HI suit le mouvement du terrain, épouse les formes du site et émerge du sol comme une citadelle de rêve. À l'intérieur, des pilotis qui semblent plantés dans le sable et la dune, structurent le lieu. Cette architecture en pilotis permet d'élaborer les différents scénarios de vie proposés à la Dar HI.



QUELLES NOUVELLES DIMENSIONS DE L'HOSPITALITÉ EXPLOREZ-VOUS ?

L'hospitalité c'est déjà comprendre, apprendre, appréhender un territoire.

Mes projets sont toujours « situés » au sens où ils ne sont pas duplicables ou à la condition d'en perdre le sens.

Pour le récent projet de la ferme HI Bride à Villelaure : l'enjeu était d'habiter le territoire et d'inventer un agrotourisme contemporain à partir d'une tour de garde et de bâtiments plus communs.

UN PATRIMOINE RÉANIMÉ

Par un travail patient et minutieux de près de trois années, selon un rythme prenant soin de la terre et de ses ressources, un lieu d'hospitalité s'est inventé une manière audacieuse et respectueuse de vivre à la campagne et d'y recevoir des visiteurs curieux.

C'est dans l'attention au vivant que se comprend cette hybridité comme croisement d'espèces originellement différentes. Elle fait dialoguer les typologies hôtelières avec celles de la ferme. Elle parie sur la fertilité de la coexistence d'expériences différentes, qu'elles soient contemplatives, productives, rêveuses ou actives.

CONTINUER À RÊVER AUJOURD'HUI POUR DEMAIN

Pour qui veut bien s'en imprégner, l'esprit de la ferme HI Bride est une combinaison entre le contemporain, la culture, l'écologie, le bien-être du corps et de l'esprit. Elle décline l'art d'habiter le territoire, c'est-à-dire apprendre, échanger, se libérer, se nourrir, s'inspirer.



LA FERME HI BRIDE, Villelaure – matali crasset 2023



Dar HI hôtel, Nefta, Tunisie – Architecture matali crasset 2013



EXPLORER LE BIEN-ÊTRE DANS LES TOILETTES D'HÔTELS

Dans les espaces intimes comme collectifs, les salles d'eau et les toilettes d'hôtels sont pour les clients les premiers marqueurs de la qualité d'accueil. Ces lieux contribuent donc à une expérience client qualitative et mémorable.

Sur la base de ce constat et de notre souhait d'accompagner les hôtels dans le renouvellement de leur attractivité, nous nous sommes associés avec **matali crasset**, pour réinterpréter l'espace des toilettes dans l'hôtellerie.

Pour inspirer une expérience client encore plus singulière grâce au WC lavant, nous avons eu envie d'explorer avec matali crasset des pistes inédites et durables de l'hospitalité hôtelière autour du bien-être et de l'eau dans les toilettes.



Cette collaboration s'est concrétisée par la création d'une capsule inspirationale dévoilée sur EquipHotel 2024.

12



Conçue par matali crasset, la capsule forme un cocon intime délimité par une ronde de lattes de bois verticales associant le confort du WC lavant AquaClean Alba au bien-être d'un bain de pieds. À l'intérieur, l'eau circule visiblement, retrouvant une liberté proche de son état naturel. Son écoulement sonore et paisible dans ce cocon de bois orné d'un citronnier compose un cadre apaisant et naturel qui éveille les sens et invite à la relaxation autour d'un bain de pieds.

Au cœur de l'espace, le WC lavant Geberit AquaClean Alba participe au bien-être offert en proposant une réponse tant aux besoins d'hygiène personnelle que d'expérience sensorielle : la sensation de fraîcheur procurée par ce WC lavant renforce un sentiment de détente. Alliant confort, hygiène et économie d'eau, il manifeste un nouveau standard pour l'hôtellerie moderne qui résonne avec les attentes des clients de l'hôtellerie haut de gamme.

La capsule ainsi créée par matali crasset est une invitation à repenser l'usage de l'eau autour d'une proposition durable et accessible de bien-être autour de l'eau réduisant l'empreinte environnementale par rapport aux baignoires, piscines ou spas.

Elle ouvre de nouvelles perspectives pour l'hôtellerie, où l'eau, ressource précieuse, redevient un élément central du bien-être et où les WC lavants deviennent le symbole d'une hospitalité moderne, responsable et innovante.



13



NOS SOLUTIONS POUR PLUS DE BIEN-ÊTRE DANS LES TOILETTES D'HÔTELS

150 ANS D'INNOVATION POUR FAIRE ÉVOLUER LES TOILETTES

Depuis 150 ans le groupe Geberit né en Suisse développe une expertise remarquable dans toutes les disciplines de la technique sanitaire en développant des systèmes apportant une valeur ajoutée unique en matière de technologie sanitaire et de céramique de salle de bains.

Véritable créateur de solutions sanitaires, Geberit compte 12 000 employés présents dans 50 pays et 29 sites de production. Plus de 200 personnes travaillent aujourd'hui dans le domaine de la technique et de l'innovation, et **plus de 100 brevets ont été déposés ces 5 dernières années.**

Dans le secteur de l'hôtellerie, Geberit se positionne comme un **partenaire privilégié des hôteliers** avec une offre de solutions sanitaires de haute technologie, fonctionnelles, esthétiques et durables ainsi que des services sur mesure.



Salle de bains de chambre individuelle d'hôtel – WC lavant AquaClean Sela avec le panneau sanitaire Geberit Monolith

SURPRENDRE ET SATISFAIRE SES CLIENTS

Selon un rapport du Luxury Institute, les clients d'hôtels haut de gamme considèrent les toilettes comme une extension du confort offert par la chambre et les autres services.

Ainsi, pour assurer la continuité du confort de leurs clients dans tous les espaces d'accueil et leur offrir une expérience aussi surprenante que satisfaisante, certains hôteliers font le choix des WC lavants Geberit AquaClean pour équiper les toilettes de leurs chambres.

Témoignage hôtelier

Un élément de l'expérience client apprécié. Car même si ce n'est pas un sujet qu'on aborde de but en blanc, nous avons des retours spontanés de certains clients qui apprécient le confort supplémentaire que ça peut apporter. (...) C'est généralement une découverte – une surprise plutôt principalement.

Axel Nérin, Directeur Général
Hostellerie de Levernois, Relais & Châteaux ****

RÉPONDRE AU STANDARD DU BIEN-ÊTRE

Une étude menée par Initial Washroom Hygiène, montre que pour 68 % des clients d'hôtels les toilettes devraient être un espace de confort et de détente.

Pour offrir des équipements de haute qualité qui améliorent le confort, Geberit développe et perfectionne depuis 1978 la gamme de WC lavants Geberit AquaClean, qui sont encore aujourd'hui entièrement fabriqués et montés dans l'usine principale, en Suisse.

Ils sont équipés de la technologie brevetée de douchette WhirlSpray et d'une télécommande intuitive. En fonction du modèle, ils intègrent d'autres technologies comme la douchette dame, l'aspiration des odeurs, le séchage tempéré ou encore la lunette chauffante.

Véritable condensé de l'innovation technique invisible et miniaturisée et du design Geberit, les WC lavants Geberit procurent une expérience surprenante de confort et d'hygiène, source de bien-être physique et mental.

Témoignage hôtelier

Une belle manière pour notre hôtel de se démarquer. Les WC lavants Geberit créent la surprise et apportent beaucoup de satisfaction à ma clientèle. Celle-ci se souvient de mon hôtel et y revient précisément pour ce confort.

Laurent Baer, propriétaire du Clos Fleuri
à Castelnaudary, Hôtel ***

Les **4 modèles** de la gamme, du plus accessible au plus luxueux, sont adaptés aux différents standings d'hôtels : **AquaClean Alba, AquaClean Tuma, AquaClean Sela et AquaClean Maïra**. Leur **design simple et épuré** convient à toutes les configurations spatiales et tous les univers de toilettes et salles de bains d'hôtels.

WC lavant AquaClean Alba : simple par nature



WC lavant AquaClean Alba, plaque de déclenchement Sigma30

WC lavant AquaClean Tuma : étonnante polyvalence



AquaClean Tuma Comfort

WC lavant AquaClean Sela : séduisante intelligence



WC lavant AquaClean Sela, plaque de déclenchement Sigma50

WC lavant AquaClean Maïra : superbement doué



WC lavant AquaClean Maïra

CONTRIBUER À LA GESTION DURABLE DE L'HÔTEL

ÉCONOMISER L'EAU

La gestion durable de l'eau devient de plus en plus prégnante et concrète dans certains secteurs comme celui de l'hôtellerie où la consommation d'eau potable par client atteint une moyenne de 300 litres selon l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie (UMIH).

Les WC lavants Geberit AquaClean permettent d'économiser 850 litres d'eau potable par an, par rapport à un WC « classique » avec recours au papier toilette.

Ils intègrent des innovations Geberit économes en eau telles que la technologie de rinçage TurboFlush ou la cuvette sans bride Rimfree® et la douchette WhirlSpray qui améliorent le confort et le bien-être aux toilettes tout en diminuant l'usage du papier toilette.

CONTRIBUER À UN ÉCO-SYSTÈME VERTUEUX

Associés aux bâti-supports Geberit Duofix, et aux plaques de déclenchement à double touche Sigma, les WC lavants Geberit AquaClean forment un éco-système vertueux pour les hôteliers par :

- le choix de produits performants et durables en matériaux de haute qualité qui contribuent à une faible consommation d'eau et d'énergie et sont recyclables en fin de vie.
- leur compatibilité avec l'ensemble des produits de la gamme Geberit : il est possible d'installer un WC lavant Geberit AquaClean sur l'ensemble des bâti-supports Geberit d'ancienne ou de nouvelle génération, ainsi que sur les panneaux sanitaires WC Monolith et Monolith Plus.
- la disponibilité des pièces détachées garantie 50 ans après l'arrêt de production des réservoirs encastrés et plaques de déclenchement.

SIMPLIFIER L'ENTRETIEN

La gamme de WC lavants Geberit AquaClean bénéficie d'une technologie sanitaire intégrée de haute qualité qui procure plus de bien-être tout en simplifiant l'entretien en diminuant l'usage de produits chimiques.

GEBERIT & LES HÔTELIERS

UN SERVICE SUR MESURE

Afin de garantir une intervention rapide et ne pas immobiliser les chambres trop longtemps, Geberit a développé une offre de services sur mesure pour accompagner les hôteliers sur toute la durée de leur investissement : de l'installation à la formation de leurs équipes pour le suivi technique, à la garantie de pièces et main-d'œuvre.

Nous avons ainsi plus de 40 stations techniques réparties sur tout le territoire prêtes à intervenir rapidement en cas de SAV afin d'éviter l'immobilisation des chambres.

Témoignage hôtelier

Pour la rénovation de notre hôtel, nous nous sommes renseignés, on voulait surtout un SAV fiable, car il y a des choses qui peuvent vite tomber en panne. Avec Geberit on peut avoir les pièces détachées très rapidement. Sa technologie d'innovation et sa facilité d'entretien sont importantes, on a vu que c'était la seule technique facile à adapter sur nos canalisations existantes et nos branchements électriques. C'est un plus pour nous.

Isabelle Gambier, Responsable Partenariats et Relations Publiques
du Best Western Plus**** Le Fairway Hotel & Spa Golf d'Arras à Anzin-Saint-Aubin.



WC AquaClean Maira
et plaque de
déclenchement
Sigma50

GEBERIT & VOUS



ESPACE CONSEIL

Un lieu d'expérience unique pour découvrir notre univers dans un climat tout à fait détendu.

À l'écart de l'espace principal se trouve un salon dédié aux essais des WC lavants Geberit AquaClean. Ce salon très confortable offre ainsi la possibilité de faire en toute intimité l'expérience du WC lavant.

» Visite virtuelle du show-room



Geberit s.a.r.l.
ESPACE CONSEIL
44, rue Berger - 75001 Paris
Tél : 01 45 08 83 57
Mail : showroom.paris@geberit.com

Votre responsable prescription :
Fabien Delille,
Architectes Intérieurs et Décorateurs, Ile-de-France :
06 80 71 75 49
fabien.delille@geberit.com



VOIR EN GRAND LES PETITS ESPACES

ESPACE CONSEIL GEBERIT
44, rue Berger - 75001 Paris

Tél : 01 45 08 83 57
Mail : showroom.paris@geberit.com