



RENCONTRE

DIDIER LE CALVEZ

FONDATEUR DE ONCE IN A LIFETIME

Propos recueillis par Michel Foraud

M&T – Après une carrière exceptionnelle à la tête de palaces dans plusieurs régions du monde, vous lancez avec votre épouse Olivia Once in a lifetime. De quoi s'agit-il ?

C'est un hybride entre une société de gestion et une chaîne volontaire, en concurrence directe avec Leading Hotels of the World, Six Senses et One&Only. Il y a depuis quelques années un mouvement en faveur d'hôtels plus petits qui séduisent une clientèle à la recherche d'adresses très privées. Il y a donc un réseau d'hôtels de luxe de moins de cent clés à définir qui attachent beaucoup d'importance à la taille des chambres – 30 m² à minima pour Once in a lifetime – à la gastronomie et à la qualité. Avec Olivia, nous avons introduit dans Once in a lifetime une charte de critères opérationnels très importants, nous voulons connaître tous les propriétaires et nous souhaitons valider les projets en amont. Il y a une analyse financière préalable qui est réalisée avant la signature d'un contrat d'une durée de trois ans. Nos équipes ne doivent jamais considérer un contrat comme un acquis, la relation avec le propriétaire se mérite.

M&T – La crise que traverse le monde de l'hôtellerie ne vous a pas dissuadé de finaliser ce projet ?

Toutes les grandes restructurations historiques se font en période de crise. Beaucoup de gens se posent alors des questions : est-ce que l'on est dans la bonne affiliation, est-ce qu'elle nous apporte quelque chose ? Face aux grosses structures qui ont des coûts de fonctionnement très élevés et qui signent beaucoup de nouveaux membres, nous disposons d'une structure très souple qui ne grandira qu'en fonction des besoins.

M&T – À qui s'adresse Once in a lifetime ?

À des porteurs de projets hôteliers d'exception que nous accompagnons dès le début de leur aventure, bien avant l'ouverture de l'hôtel, et qui peuvent éventuellement nous en confier la gestion. Je pense que la moyenne des établissements membres de Once in a lifetime sera entre 30 et 50 chambres, avec un maximum de 100 chambres.

M&T – Combien d'affiliés dans les années à venir ?

Cette année, il y aura entre 5 et 8 membres et l'année prochaine de 15 à 20 membres supplémentaires. Et nous nous fixons un maximum de 100 membres dans le monde d'ici à 8 ans, pas plus.

M&T – Le premier adhérent est la Villa Clarisse à l'Île de Ré que dirige votre épouse. Ou vont se trouver les suivants ?

En France, bien sûr, avec 3 adresses potentielles en cours de construction à Paris. En Europe, nous travaillons sur Porto et Mykonos, et puis nous



sommes en discussion avancée avec le Maroc et Mexico-City. Au-delà, ce sera l'Arizona, la Chine et le Japon.

M&T – En limitant à 100 le nombre maximum d'adhérents, ne risquez-vous pas de freiner la notoriété internationale de Once in a lifetime ?

Je ne pense pas. Lorsque je suis arrivé aux États-Unis en 1982 pour prendre la direction de The Pierre à New York, Four Seasons n'avait alors que 8 hôtels, c'était pourtant déjà un nom aux États-Unis. Idem pour Peninsula qui n'a pas beaucoup d'hôtels, une dizaine tout au plus, mais qui jouit d'une très forte notoriété internationale. Les très beaux projets que nous allons accompagner dans les prochaines années devraient nous aider à propulser Once in a lifetime parmi les grandes chaînes volontaires internationales.

chaînes volontaires internationales.

M&T – Outre le segment loisir, l'évènementiel a-t-il sa place dans les hôtels griffés Once in a lifetime ?

Oui, mais à la marge vu la taille de nos établissements. Nous sommes davantage sur des privatisations partielles ou totales pour des comités de direction ou des invitations de clients VIP, voire sur des séminaires ou des dîners rassemblant de petits groupes.

*« un maximum
de 100 membres
dans le monde
d'ici à 8 ans »*