

## CROISSANCE VERTE

# La douloureuse conversion d'un palace à l'environnement

Les hôtels en France commencent à se convertir au développement durable. Ayant essayé les plâtres dans la capitale, l'hôtel Regent's Garden a dû surmonter bien des obstacles pour se conformer aux critères de l'écolabel européen.

Niché au cœur du 17<sup>e</sup> arrondissement de Paris, l'hôtel Regent's Garden, une ancienne demeure privée datant de l'époque napoléonienne, vous enveloppe, sitôt le seuil franchi, de son atmosphère chaleureuse contrastant avec le froid polaire de ce début janvier. A première vue, rien n'indique que ce petit palace 4 étoiles, qui abrite une quarantaine de chambres et fait partie de la chaîne d'hôtels indépendants Best Western, est le premier établissement parisien à avoir obtenu l'écolabel européen, en 2006. Et ce fut une gageure, à en croire son PDG, Alain Condy, propriétaire des lieux depuis juillet 1996. « Entre la sensibilisation et la mise en place des procédures, il s'est passé un certain temps. Je dis souvent que j'ai été croyant pendant longtemps, mais pas pratiquant, comme pas mal de gens qui entendent parler du développement durable et sont persuadés qu'il faut faire quelque chose », confie-t-il.

S'il se dit ravi d'avoir franchi le cap, il reconnaît qu'il a bien failli jeter l'éponge. « Je suis un entrepreneur comme un autre et j'ai réagi



Outre le Regent's Garden, l'Hexagone compte aujourd'hui 29 établissements certifiés « écolabel ».

comme quelqu'un de pragmatique et de sensé face à l'ampleur de la tâche. » De fait, pour prétendre à l'écolabel européen, il faut satisfaire à une liste « interminable » de critères qui semblent, de prime abord, insurmontables. « Les principaux portent sur la consommation d'énergie, d'eau, de détergents, le tri des déchets et la gestion environnementale de l'hôtel », explique Patricia Proia, responsable du pôle environnement à l'Afnor, précisant qu'ils sont en cours de révision et risquent d'être plus sévères d'ici à 2010. Dans le désordre, un hôtel doit signer un contrat avec son fournisseur pour avoir au minimum 22 % d'électricité d'origine renouvelable, installer une chaudière avec un rendement minimum de 90 %, réduire le débit d'eau des robinets et des douches à 12 litres par minute, ne pas utiliser de produits d'accueil à

usage unique comme les savons ou les shampoings ou encore faire disparaître les ampoules à incandescence.

### Travail collégial

Pour un hôtel à l'ambiance intimiste, l'éclairage constitue un vrai casse-tête : « Au début, c'était abominable car certaines lampes à basse consommation rendaient l'ambiance blafarde. Il a fallu pousser les fournisseurs à apporter une meilleure qualité à un coût inférieur », souligne Alain Condy, qui vient seulement de trouver des ampoules assez esthétiques pour le magnifique lustre Murano de la réception. De même, il y a deux ans, seuls le café, le thé, les infusions et le sucre servis au buffet provenaient du commerce équitable, qui, depuis, a beaucoup nourri son offre alimentaire.

Pour prendre ce vaste chantier à bras-le-corps, « il faut être accompagné », insiste Alain Condy, qui a trouvé la main tendue de Charline Bergeron, chargée depuis trois ans du développement durable de Best Western France, regroupant quelque 270 établissements. « Le groupe n'a pas défini de politique internationale en la matière, chaque pays mène ses propres projets et nous essayons de les coordonner », souligne-t-elle. Si l'hôtel Regent's Garden a essuyé les plâtres pour la chaîne, sept autres établissements ont suivi pour l'instant. A noter que, en France, Les Orangeries à Lus-sac-les-Châteaux, près de Poitiers, est le tout premier hôtel à avoir décroché l'écolabel européen, quelques mois auparavant. Au total, l'Hexagone compte 29 établissements certifiés à ce jour, avec une cinquantaine de dossiers en cours.

Au-delà de la dimension environnementale, la mise en place de l'écolabel repose aussi sur le volet sociétal. « Il ne faut pas que cette démarche soit subie par vos collaborateurs, car elle nécessite un travail collégial », explique Alain Condy, qui a intégré cette composante dans les contrats de travail de sa vingtaine d'employés. Il en va de même vis-à-vis de la clientèle : « Si elle a l'impression que l'hôtelier veut faire des économies sur son dos, ça ne peut évidemment pas marcher. Au contraire, c'est un argument commercial quand on incite les clients à devenir une force de proposition pour de nouvelles améliorations », conclut Alain Condy, qui a déjà investi 2,5 millions d'euros dans cette entreprise environnementale.

CHANTAL HOUZELLE