



F R E N C H H O T E L S T O R Y

Entrez dans un autre temps.

*French Hotel Story compose des lieux et des soirées habités par
un autre temps.*

P R É S E N T A T I O N D U C O N C E P T

2 0 2 6



LE CONSTAT

Un lieu ne se décore pas. Il s'habite.

L'hôtellerie premium s'est uniformisée. Les codes circulent, les références se copient, et deux maisons séparées par mille kilomètres finissent par proposer la même chose. Le voyageur, lui, ne cherche plus une chambre. Il cherche un endroit dont il pourra parler.

La décoration thématique ne suffit pas : elle se voit, elle se date, et elle ne change rien à l'expérience vécue. Ce qui marque un client, c'est la cohérence. Quand la lumière, la musique, la table, le parfum et les gestes du service racontent la même chose, le lieu cesse d'être un décor. Il devient un monde.

CE QUE NOUS FAISONS

Nous concevons des univers complets, et nous les faisons habiter - le temps d'une soirée, d'un séjour, ou de façon permanente.



LE CONCEPT

Des lieux et des soirées habités par un autre temps.

Décor, tenues, musique, parfums, cuisine et service composent un seul et même univers. Chacun choisit d'être simplement traversé par l'histoire, ou d'y jouer un rôle.

DEUX VARIABLES INDÉPENDANTES

La transformation du lieu

Du lieu inchangé, simplement scénographié le temps d'une soirée, jusqu'à l'univers d'époque habité en permanence.

L'engagement du client

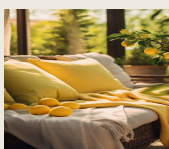
Du séjour contemplatif, où l'atmosphère agit seule, jusqu'au scénario joué avec des comédiens.

L'ÉVOCATION PLUTÔT QUE LA RECONSTITUTION

Nous ne cherchons pas l'exactitude d'un musée, mais l'effet d'immersion. Une époque stylisée, parfois croisée avec l'imaginaire de futur qu'elle portait, touche plus sûrement que la copie fidèle.

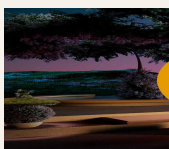
Une histoire qui se voit, s'écoute, se goûte et se touche.

Les cinq sens ne sont pas un argument. Ils sont la matière par laquelle un univers devient physique.



La vue

Architecture, lumière, scénographie, tenues, objets choisis.



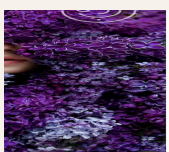
L'ouïe

Musique jouée, paysage sonore, silences, rythme des moments.



Le goût

Table composée avec le lieu, produits du territoire, accords justes.



L'odorat

Signature olfactive, fleurs, bois, cire, empreinte reconnaissable.



Le toucher

Matières, linge, papier, objets, soins du corps, confort réel.

Rien n'est ajouté pour l'effet. Chaque élément est choisi parce qu'il appartient au même monde que les autres.

L'histoire existe. Elle ne s'impose jamais.

Trois degrés d'implication, choisis librement, modifiables à tout moment. C'est la condition d'une expérience premium : personne n'est sommé de participer.

Contemplatif

Le lieu agit seul.

Le client profite de l'atmosphère, de la table et du service. Aucune participation n'est attendue de lui.

Semi-participatif

Quelques traces à suivre.

Des détails, des invitations discrètes, des rencontres. Le client entre dans le récit s'il le souhaite, et s'arrête où il veut.

Participatif

Un rôle à tenir.

Le client choisit d'entrer dans l'intrigue, croise des personnages, et devient l'un des ressorts de la soirée.



Une soirée, une étude, une transformation.

Trois échelles d'une même intention, selon l'ambition et le calendrier du lieu.



01 Production immersive

Une soirée ou un week-end scénarisé, joué par des comédiens, dans votre établissement. Nous prenons en charge la conception, la dramaturgie, les comédiens, la musique et les accessoires. Vous apportez la salle, la cuisine et le service.

02 Étude d'univers

L'analyse de votre bâtiment et de son territoire, l'identification de l'univers qui lui correspond, la conception scénographique amont et les scénarios d'exploitation possibles.

03 Direction d'univers

La direction artistique et conceptuelle d'une transformation complète, conduite avec votre architecte, votre designer et votre exploitant, sur neuf à quinze mois.

L'HORIZON DU PROJET

Une maison entièrement habitée par un univers d'époque, ouverte à l'année : c'est la destination de French Hotel Story. Ce projet se construit, il n'est pas encore en exploitation.

POUR UN ÉTABLISSEMENT

Ce que cela change pour votre maison.

Désirabilité

Une raison supplémentaire de vous choisir, et d'en parler ensuite.

Premiumisation

Un récit qui soutient votre positionnement et vos offres.

Mémoire

Un souvenir précis, racontable, qui nourrit la recommandation.

Fréquentation

Des soirées creuses transformées en rendez-vous attendus.

Revenus annexes

Tables dédiées, bar, privatisations, formats entreprise.

Vente directe

Un contenu qui vous appartient et qui donne envie de réserver chez vous.

UNE MÉTHODE, PAS UNE PROMESSE

Chaque production est structurée pour être mesurée : remplissage, panier moyen, retours clients, contenu généré, charge réelle pour vos équipes. Nous préférons des données vérifiées à des projections.

Le territoire fait partie de l'univers.

Artisans, producteurs, domaines, galeries et musiciens prolongent naturellement le récit, avec la même exigence de sélection que la table ou la musique.





Parlons du lieu que vous avez en tête.

Un hôtel, un domaine, un château, un restaurant de caractère.
Nous étudions volontiers ce qu'une soirée immersive ou un
univers d'époque pourrait y devenir.

hello@french-hotel-story.com

+33 (0)6 67 52 52 25

french-hotel-story.com

F R E N C H H O T E L S T O R Y

Document de présentation. Les éléments économiques, le modèle d'intervention et les
conditions de partenariat sont communiqués sur demande.