



# MAÎTRES D'HÔTELS

Après la révolution de la bistronomie,  
place à celle de l'hospitalité.  
Indépendants, audacieux et intuitifs,  
de nouveaux entrepreneurs font de l'hôtel  
le laboratoire créatif de demain.

TEXTE : REBECCA BENHAMOU

« Le jour où le producteur de Kanye West m'a appelé, j'ai compris que les codes de l'hôtellerie avaient radicalement changé », se souvient Adrien Gloaguen, à la tête de quatre établissements parisiens (le Paradis, le Panache, le Beurepaire et le Bienvenue). L'artiste voulait alors écrire son album dans le premier d'entre eux : « Je n'en revenais pas ! » s'écrie-t-il. Si la demande de Kanye West n'a finalement pas abouti (son piano à queue ne rentrerait pas dans la chambre), la chanteuse M.I.A., quant à elle, y a dormi dès son ouverture, en 2013. « Aujourd'hui, les gens veulent de l'humain et du confort, et non de l'hypertechnologie, ou du luxe froid et guindé. » A seulement 36 ans, le fils du fondateur des *Guides du Routard* inaugurera deux adresses d'ici au début de 2020, dont un palace Art déco situé en face de la Cigale (Paris, IX<sup>e</sup>), doté d'un toit-terrasse, d'un restaurant années 1930 et d'une boîte de nuit. Son credo ? Offrir une cure de jouvence à des pensions défraîchies, et miser sur le service et le design – il a déjà fait appel, entre autres, à Chloé Nègre, une ancienne de chez India Mahdavi, et à Dorothee Meilichzon. « J'aime les lieux intimistes, conçus comme des maisons d'ami », résume-t-il.

Prix plus abordables, fidélisation d'habitues, déco contemporaine... Depuis une dizaine d'années, l'hôtellerie urbaine renaît, portée par des trublions qui clament haut et fort leur indépendance. Leur point commun ? La volonté de s'ouvrir sur la ville, d'attirer les locaux dans leur antre. « L'hôtel n'est plus exclusivement

un endroit où l'on dort, mais un lieu où l'on vit et où l'on se nourrit d'émotions, explique Raphaël Navot, designer de l'Hôtel national des Arts et métiers (III<sup>e</sup>), dirigé par Samy Marciano, aussi propriétaire du Bachaumont (II<sup>e</sup>). Le luxe, c'est de s'offrir du temps, et une ambiance très imprégnée de langueur méditerranéenne. » Ce n'est donc pas un hasard si Samy Marciano met le cap vers le Sud : d'ici l'an prochain il devrait ouvrir un nouvel établissement à Cannes puis un autre à Tel-Aviv.

Pour l'équipe de l'Experimental Group, quatorze déjà propriétaire de restaurants et de bars à cocktail, les mœurs évoluent. Selon eux, 90 % de la clientèle de leurs refuges à Paris, Londres, Venise et Minorque depuis cet été, sont des locaux. « Aujourd'hui, les voyageurs veulent surtout prendre le pouls d'une ville et de ses habitants. » Fini les huis clos pour touristes, et vive l'immersion urbaine ! Un concept qui, apparemment, vient tout droit des Etats-Unis. « L'idée du boutique-hôtel a été inventée par les patrons du célèbre Studio 54, à New York, à la fin des années 1980, lorsqu'ils ont racheté et rénové le Morgans, et ouvert les parties communes, rappelle Audrey Kabla, directrice de l'agence Epykômène. Le point de départ d'une nouvelle vague d'hôteliers, dont André Balazs (The Mercer, à New York ; The Chiltern Firehouse, à Londres), Nick Jones (fondateur des Soho House) ou encore Sharan Pasricha (Hoxton). En France, Serge Trigano, ex-Club Med, et ses deux fils, Jérémie et Benjamin, ont été précurseurs :



© M. S. / G. / D. / P. - M. B. / C. / P. - S. P.

En haut, à g., l'Hôtel national des Arts et métiers, à Paris, rhabillé avec brio par Raphaël Navot, qui l'a transformé en un écrin design.  
A dr., la cour pavée de l'hôtel Torre Vella, à Minorque, inauguré cet été par les fondateurs des Domaines de Fontenille.  
En bas, à g., l'hôtel les Hortensias du lac, à Hossegor. A dr., Samy Marciano, propriétaire de l'Hôtel national des Arts et Métiers et du Bachaumont.



En haut : à g., le nouvel hôtel de l'Experimental Group à Venise, dans le quartier du Dorsoduro. A dr., l'hôtel MOB, à Lyon, fondé par Cyril Aouizerate.  
En bas : à g., le roof-top du Mama Shelter, leur première adresse à Paris, symbole de l'esprit cool et festif de cette chaîne hôtelière.  
A dr., le clan Trígano (Serge entre ses deux fils Benjamin, à g., et Jérémy, à dr.) à l'initiative du concept des Mama Shelter.

DNA/ESP - France Anand/ESP - Eugénie Morvan/ESP - Aurélien Berron/ESP - SDF



« D'UN CÔTÉ, ON NE SUPPORTE PAS L'IDÉE  
D'UN REPAIRE SANS WIFI, OBSERVE  
CYRIL AOUIZERATE. DE L'AUTRE,  
ON RÊVE D'UN AILLEURS DÉCONNECTÉ.  
IL FAUT PARVENIR À SATISFAIRE  
CETTE GÉNÉRATION DE L'ENTRE-DEUX. »

En 2008, ils lancent leur premier Mama Shelter (Paris, XX<sup>e</sup>) – un « kibboutz urbain » griffé Philippe Starck, ancré dans la communauté du quartier. Onze ans plus tard, ils dirigent onze établissements à travers le monde, dont leur dernier né, à Londres, inauguré en août... et huit autres à l'horizon 2020! « Le véritable enjeu est de trouver de l'humain – le staff, un peu magique, qui prend plaisir à servir différemment nos clients, car nous vendons du bonheur », assure Benjamin Trigano. Selon lui, la génération Y ne se contente plus d'un design branché, elle veut davantage de rencontres, de culture, d'expériences. Et l'expérience, c'est justement le créneau d'Airbnb, aujourd'hui implanté dans plus de 191 pays et qui gère plus de 6 millions de logements dans le monde. « L'arrivée d'Airbnb a jeté un pavé dans la mare de l'hôtellerie traditionnelle et franchisée qui était complètement déconnectée, à l'époque, des réalités sociologiques et des envies des voyageurs. Ce succès a donné des ailes à une nouvelle génération d'entrepreneurs, qui a réinventé les codes de l'hospitalité », analyse Laurence Faye, consultante chez Inspire Conseil.

Pour Cyril Aouizerate, ex-prof de philo et fondateur des hôtels MOB, à Brooklyn, Saint-Ouen et Lyon, l'hôtellerie est presque une idéologie. Dans ses établissements, il a imposé produits bio venus de coopératives agricoles, jardins ouverts au voisinage, pop-up stores de créateurs, espace de coworking... « L'hôtel est un accélérateur de particules, un Etat microscopique qui synthétise le monde », annonce-t-il. Avec des chambres sans télévision, une programmation culturelle bien ficelée (cinéma en plein air, grand bal populaire, concerts), et des livres partout. D'ici 2022, il ouvrira cinq autres MOB, en France et aux Etats-Unis. Le challenge? Répondre simultanément à deux tendances contradictoires. « D'un côté, on ne supporte pas l'idée d'un repaire sans Wifi, dit-il. De l'autre, on rêve d'un ailleurs déconnecté. Il faut parvenir à satisfaire cette génération de l'entre-deux. » Pour ce fils d'ouvrier typographe, né dans une cité près de Toulouse, l'hôtellerie est aussi un moyen de cartographier la ville autrement. « Je veux tordre le cou à l'idée que certains territoires, dont le "93", sont maudits », martèle-t-il.

Et puis il y a ceux, tels Guillaume Foucher et Frédéric Biousse, cofondateurs des Domaines de Fontenille, qui prônent le « retour à la terre ». Le premier était galeriste, le second a créé un fond d'investissement dans le prêt-à-porter. Au départ, ils se cherchaient une maison de campagne dans le Luberon. Pris de passion pour un vignoble du XVII<sup>e</sup> siècle, ils décident finalement... d'ouvrir un hôtel. « Nous sommes des collectionneurs dans l'âme, indiquent-ils. Avant, on voyageait pour découvrir des artistes, et, maintenant, on chine des endroits d'exception. On est tombé dans ce milieu par hasard. » Un pari réussi, puisqu'ils ont inauguré cet été des adresses à Hossegor (les Hortensias du lac) et Minorque, où ils ont restauré deux fincas à Santa Ponsa et Torre Vella (voir page 130), qui couvrent 20 hectares avec un chai de vinification, une distillerie d'huiles essentielles, une miellerie... Le tout « décoré de leurs photos de famille, de leurs touches personnelles ». « Chacun de nos établissements est incarné, ajoutent-ils. C'est comme si l'on vous recevait chez nous. »

Après la révolution « bistronomie », l'hôtellerie est donc le secteur en vogue du moment. « Tous veulent une part du gâteau car les marges de rentabilité sont très attractives », justifie Audrey Kabla. Mais la compétition est rude, car le voyageur n'a jamais été aussi libre, et modère ses déplacements à la virgule près. « Pour se démarquer, ces nouveaux repaires doivent jouer la carte de la singularité. L'écueil à éviter? Vouloir plaire à tout le monde », souligne Laurence Faye. Pas étonnant, donc, que la sémantique change. On ne parle plus de chaîne, mais de « collection ». Au mot « hôtel », on préfère celui de « lieu de vie ». Comme il existe une cuisine ou un cinéma d'auteur, on est dans l'hôtellerie d'auteur. Pour Audrey Kabla, l'hospitalité de demain va retourner à ses amours d'hier: la création. « Dali, Hemingway, Chanel... De la fin du XIX<sup>e</sup> au XX<sup>e</sup> siècle, les grands de ce monde vivaient et créaient à l'hôtel. C'est une tendance qui revient. » Et elle ne croit pas si bien dire : dès mai 2020, l'Experimental Group accueillera pendant une semaine quatre écrivains, de quatre nationalités différentes, dans quatre hôtels du groupe, dans le cadre d'une résidence littéraire... ▀