GINTO
TONIFIE LES HÔTELS 3 ÉTOILES

Ces quadras ont monté en moins de dix ans un groupe de huit établissements qui dépoussière le segment des maisons classiques de centre-ville à Paris et sur les territoires.

Julien Kiefer (à g.) et Brice de Puymorin, en haut de l'hôtel Pilgrim, à Paris, le 19 juin.

Par Loïc Grasset / Photo Éric Hadj

Le nom sonne comme le plus célèbre des cocktails créé par les officiers de la compagnie des Indes orientales pour combattre la malaria : du gin, de l'eau tonique (le mieux étant le London Essence) et un zeste de citron. Normal, c'est après une soirée bien arrosée… au gin tonic, en 2012, que Brice de Puymorin, assistant de Julien Kiefer, jeune manager du Westin Paris Vendôme, rue de Castiglione, convainc son patron de l'accompagner dans son projet de chaîne d'hôtels indépendants.

TOURISME

« Nous avons mis du temps à nous apprivoiser. Nous nous sommes ainsi vouvoyés pendant quatre ans, rigole Brice de Puymorin, avant de devenir super potes et même témoins de mariage. » En 2016, le duo devenu trio (Emmanuelle Pochat, une ex de Westin, les a rejoints et supervise la stratégie) se lance. « Nous avons d'abord, faute de capitaux, conseillé des propriétaires indépendants à Lourdes, Lisbonne, Marrakech ou Paris pour revamper et rentabiliser leurs hôtels. Et en 2018, l'expérience acquise, nous avons acheté notre premier hôtel à Bordeaux, le Gambetta », raconte Julien Kiefer. Une institution un peu endormie qui ne demandait qu'à être réveillée.

Les fondateurs viennent d'horizons très différents. Julien a démarré, très jeune, sa carrière dans l'hôtellerie, à l'Hyatt Regency Roissy Charles-de-Gaulle (2000-2002) puis a gravi les échelons jusqu'au grade de directeur du Westin Paris Vendôme. Fils d'un créateur d'entreprises à succès (son père, Olivier, « serial entrepreneur », a revendu sa société de téléconférence Arkadin au japonais NTT pour 350 millions d'euros), Brice a pris plus de temps dans les études avant d'apprendre au pas de course le job d'hôtelier. Pour se financer, un peu de « love money » (argent familial) et l'aide de la BPI et du Crédit agricole, qui craquent pour leur grand dessein de revisiter le « deuxième plus vieux métier du monde ».

La collection de maisons s'étoffe rapidement : l'hôtel Paradis à Paris en 2019, le Saint-Julien à Biarritz en 2021, le Grand Hôtel français de Bordeaux en 2022. Et désormais, l'Hôtel Saint-Louis Vieux-Port, plus vieil établissement de Marseille (rebaptisé Amista), un second hôtel à Paris (Pilgrim), les maisons Aria et Vendôme, à Nice. Ginto, c'est aujourd'hui un groupe de huit hôtels abordables, instagrammables et durables. Ce segment des hôtels 3 étoiles de centre-ville, qui représente 40 % des établissements et 75 % des maisons familiales, selon Atout France, avec des prix sous les 200 euros, reste le préféré des touristes et des VRP. Pour son rapport qualité-prix, « nous visons, avec un design soigné, des attentions comme le petit déjeuner maison, à être des 3-étoiles plus plus plus. Cela nous garantit un effet waouh et fidélise les clients », assurent les deux associés. Avec des codes inspirés du luxe, comme la fragrance, signature olfactive de la marque, qui va s'exhaler dans tous les hôtels. Ou des partenariats avec des marques de matelas (Theca), de draps ou de linge haut de gamme.

S'inspirant des codes du luxe, leurs hôtels sont instagrammables tout en restant abordables

Gros bosseurs, Brice de Puymorin et Julien Kiefer sont basés à Biarritz mais passent la semaine entre Paris, Bordeaux, Nice et Marseille. Les deux cofondateurs veulent continuer à grandir, en France et en Europe du Sud. « Tant que nous sommes jeunes et avons de l'énergie. Nous sommes là pour prendre le relais de maisons familiales avec une belle histoire mais en assurant un continuum », assure Brice de Puymorin. Un travail de longue haleine car, en moyenne, un dossier (contact, achat, rénovation d'un hôtel) prend deux à trois ans. Malgré ce rythme de jeunes hommes très pressés, le duo n'a jamais sacrifié sa passion du gin tonic. « C'est essentiel de pouvoir débrancher de temps en temps quand on travaille autant, conclut Julien Kiefer. Nous sommes des adeptes du "work hard, play hard". »