

[EQUIPHOTEL WEEK & AMEUBLEMENT FRANÇAIS #4] L'HÔTEL, UN LIEU À RÉ-ENCHANTER

Les webinaires organisés conjointement par le salon EquipHotel et l'Ameublement français durant l'EquipHotel Week en ligne de novembre dernier, sous le thème général « Recevoir à la française », ont révélé de nombreuses pistes d'évolution pour adapter l'hôtellerie aux nouvelles attentes des clients pour le monde d'après Covid-19. Mais les architectes d'intérieur et leurs partenaires fabricants français ont tout intérêt à se réinventer en restant fidèles à leurs fondamentaux - une richesse d'inspiration et une qualité de fabrication - qui apportent à leurs projets ce supplément d'âme faisant leur succès, notamment, à l'international...

De l'ensemble des webinaires organisés par l'Ameublement français, sous la houlette de son responsable de marché contract **Philippe Jarniat**, on peut retenir une idée générale : l'hôtellerie, qui s'interrogeait déjà sur la manière dont faire évoluer ses concepts, est à l'aube de mutations majeures. Situé parmi les plus impactés par la crise de Covid-19, ce secteur va devoir se réinventer pour tenir compte des nouvelles attentes et des nouvelles pratiques des usagers, qui ne se contenteront plus de « consommer des nuitées », mais voudront vivre l'hôtel différemment, pouvoir s'y réunir, s'y ressourcer, y travailler et se divertir, tout en se protégeant de contacts à profusion qui, aujourd'hui, ne sont plus souhaitables sur le plan sanitaire. Autrement dit il y aura, pour l'hôtellerie, un avant et un après crise du Covid-19. Mais ce n'est pas une raison pour se détourner des fondamentaux qui font le succès des architectes d'intérieurs français, et de leurs partenaires fabricants, en particulier à l'international. Leur association, stratégique, est à l'origine d'une architecture d'intérieur de culture française, basée sur la qualité de la formation et des savoir-faire, qui doit continuer à servir de base à ce renouvellement.

UNE ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR DE CULTURE FRANÇAISE

C'est ce que montre très bien l'exemple de l'architecte d'inté-

rieur CFAI (Conseil Français des Architectes d'Intérieur) **Donatien Carratier**, qui a pris la parole au cours du webinaire sur le thème de la « French Touch à l'international », proposé le lundi 16 novembre. Après une formation d'excellence, à l'Ecole Camondo, il choisit, une fois diplômé, de s'expatrier un an en Afrique, puis 25 ans en Asie, en étant le premier à ouvrir une agence d'architecture d'intérieur à Hô Chi Minh-Ville (Vietnam), avant d'enchaîner de nombreuses réalisations dans l'hôtellerie de prestige au Laos, en Thaïlande, en Indonésie, et bien sûr en Chine... avant de revenir travailler en France il y a cinq ans. « Grâce à une longue tradition des Arts décoratifs, nous avons la chance d'avoir en France des formations d'excellence à l'architecture d'intérieur, durant lesquelles on apprend la gestion des volumes, l'organisation des espaces, en même temps qu'une culture et une sensibilité à l'artisanat d'art, explique-t-il. C'est cette spécificité que les investisseurs, notamment hôteliers, recherchent à l'international. »

Une spécificité qui réunit des compétences techniques et décoratives, et permet d'avoir une vision globale, on dirait aujourd'hui « holistique » du projet. « Pour la rénovation d'un hôtel par exemple, nous recevons les avant-projets en même temps que l'architecte, avec qui nous échangeons et partageons nos compétences. Notre rôle est de prolonger le geste de l'architecte, de façon à offrir, aux futurs usagers des lieux, une expérience qui correspond



Hôtel So Sofitel de Luang Prabang (Laos).

au programme et au positionnement de la marque de l'hôtel », ajoute-t-il. L'architecte d'intérieur peut ainsi être partie prenante de problématiques très techniques, comme la suppression de poteaux porteurs pour dégager la perspective d'une salle de restaurant, en dialogue avec l'ingénieur béton et l'étude des coûts. Donatien Carratier raconte aussi comment il a dû orchestrer le déplacement d'une cuisine pour faire passer un hôtel d'une enseigne à une autre, et adopter de nouveaux codes, en gérant l'ensemble des fluides, le froid, le chaud, les courants forts et faibles... En parallèle, l'architecte d'intérieur donne aux projets qu'il signe cette « touche française », ce chic souvent insaisissable qui séduit les plus grands opérateurs du secteur, notamment les enseignes de luxe du groupe Accor, très implantées en Asie. Pour le So Sofitel de Hua Hun (Thaïlande), il

a ainsi marié harmonieusement les influences graphiques, le classicisme français et les motifs ethniques locaux. Parmi ses projets marquants, on peut aussi citer le Hyatt Regency de Phuket (Thaïlande), dans lequel il a implanté une salle de restaurant au style inspiré des « sailing clubs » (club nautique) anglais auquel il a ajouté cette touche graphique qui fait toute la différence.

ENTRE INSPIRATION ET FONCTION : DONNER UNE POÉSIE AU PROJET

Renouveler l'hôtellerie, cela peut être aussi insuffler aux projets une poésie en s'inspirant de l'esprit du lieu... et en s'appuyant le cas échéant sur les contraintes techniques des bâtiments. C'est ce qu'ont montré **Christine et Nicola Borella**, directeurs associés de l'agence d'architecture intérieure Borella Art Design, dans

le webinaire du 17 novembre sur le thème « Élégance française et influences internationales. » Très active à l'international, l'agence Borella Art Design est également une grande ambassadrice de l'art de vivre à la française à l'international, en particulier dans l'hôtellerie, pour laquelle elle met au-dessus de tout l'inspiration, associée à la fonctionnalité et la qualité de réalisation. Une approche qui s'incarne particulièrement bien dans l'hôtel Maritim Paradise Blue Albena en Bulgarie, un vaste complexe de 230 chambres situé en bord de mer. « Nous sommes partis de l'idée que les clients de l'hôtel viennent pour s'évader, pour s'échapper de leurs soucis quotidiens, explique Christine Borella. Afin de répondre à cette aspiration, nous avons imaginé, pour le restaurant gastronomique, des structures en bois en forme de nacelle de ballon, qui à la fois enveloppent et occultent trois grosses piles en béton au milieu de la salle, et sont une invitation à s'élever vers le ciel, figuré par des luminaires encastrés au plafond évoquant des étoiles filantes. » Dans le lobby, un cheminement de luminaires aux lignes différentes ou sous forme de cerceaux implantés au plafond prolongent cette idée de suspension, tandis que dans le restaurant buffet, c'est le thème de la mer qui est à l'honneur, avec une moquette évoquant les stries laissées sur le sable, et des luminaires suspendus en verre qui rappellent un banc de poisson.

Autre projet emblématique de l'agence Borella Art Design,



Hôtel So Sofitel de Hua Hin (Thaïlande) Studio Bedroom.



Restaurant de l'hôtel Hyatt Regency de Phuket (Thaïlande).



© Atelier Donatien Carratier

Club Med de Bintan Island (Indonésie).

l'hôtel de Suède à Paris reprend les codes esthétiques d'un intérieur d'intellectuel « Rive Gauche ». Mais à l'inspiration répond la fonctionnalité : dans ses chambres d'hôtel, un claustra en bois sépare un espace de réception, où l'on peut organiser une petite réunion de travail ponctuelle, et un espace plus privatif et intime autour du lit consacré à la nuit. Dans son approche de l'architecture d'intérieur, cette agence laisse aussi une place importante à l'artisanat d'art, un moyen de donner un supplément d'âme à un lieu. A titre d'exemple, l'hôtel du château Hochberg de Wingen-sur-Moder (Bas-Rhin) doit beaucoup de son cachet aux luminaires et incrustations de panneaux de cristal de la **maison Lalique** dans les cloisons.

ARCHITECTE D'INTÉRIEUR ET FABRICANT FRANÇAIS : UN TICKET GAGNANT

Borella Art Design a aussi une activité de création de mobilier, qu'elle dessine pour des projets précis et fait réaliser par des partenaires fabricants, en jouant chaque fois que c'est possible la carte de l'artisanat d'art français. « Ce type de création exclusive est un plus pour nos projets, notamment à l'étranger, car nous pouvons aller très loin dans la création sur mesure,

et l'exigence de fabrication jusque dans les moindres détails », déclare Nicola Borella. L'agence travaille par exemple avec l'agencier **James 1840**, capable de réaliser tous les travaux d'ébénisterie haut de gamme, de la marqueterie de bois précieux aux finitions et laques les plus recherchées. Autre partenariat très qualitatif, celui avec l'entreprise **Pouenat**, qui se définit comme un ensemblier du métal, capable de réaliser des pièces de ferronnerie d'art pour le bâtiment, mais aussi des éléments d'agencement – cloisons, portes... - et bien sûr du mobilier. « Borella a dessiné la console Octant, et nous a demandé de la réaliser pour un projet précis, explique **Jacques Rayet**, le directeur général de l'entreprise. Étant donné le succès rencontré par cette pièce, nous avons décidé de la décliner en bureau et table basse, en offrant un grand nombre de matériaux et de finitions, d'une qualité simple jusqu'à la sophistication de la dorure à la feuille d'or. Nous accompagnons ainsi l'architecte d'intérieur jusqu'à l'édition. »

Travailler avec la prescription, c'est aussi une option qui intéresse de plus en plus le fabricant haut de gamme **Duvivier Canapés**, une entreprise qui existe depuis 1840 déjà dans le sud de la Vienne, et qui a capitalisé sur ses

savoir-faire en sellerie et menuiserie depuis 5 générations. « Ce qui nous caractérise, c'est un registre que nous appelons un « chic décontracté à la française », explique son directeur général **Aymeric Duthoit**. En plus de nos produits sur catalogue, canapés et fauteuils, nous avons développé notre fabrication sur mesure, jusqu'à la pièce unique à partir d'un dessin de designer, notamment pour l'hôtellerie. » Grâce à leur qualité de fabrication, les canapés Duvivier sont aussi des produits durables, qui correspondent au cycle de renouvellement des établissements hôteliers.

En définitive, les architectes d'intérieur aiment travailler avec un certain profil de fabricant, capable de faire du sur-mesure, de la demande spéciale, mais aussi de les accompagner dans l'amélioration du dessin et de la faisabilité technique d'un produit.

Sur les marchés asiatiques mais aussi, désormais, en France, Donatien Carratier prescrit lui aussi autant que possible des produits de maisons françaises haut de gamme, comme c'est le cas des tissus **Pierre Frey** par exemple, une autre marque synonyme de créativité et de bon goût. « Le haut niveau de compétence des artisans d'art français répond à l'excellence de la formation de nos architectes d'intérieur, ajoute-t-il. Mais nos

marques gagneraient à avoir une présence plus importante à l'international, car elles n'ont pas suffisamment de représentation au plus près des marchés. Le coût des produits français, généralement plus élevé que ceux qui sont fabriqués localement, n'est pas un obstacle en principe, à condition de bien expliquer au client où se situe leur valeur ajoutée, en termes de créativité, de qualité de fabrication et donc de durabilité. »

CHANGER D'AIR OU CHANGER D'ÈRE ?

La préférence pour la qualité française, en ce qui concerne le mobilier, est donc un levier possible pour ré-enchanter les établissements hôteliers. Et il s'agit d'une carte à jouer dans le contexte de mutation actuelle de l'hôtellerie, pressentie et évoquée par tous les architectes d'intérieur. Pour Nicola Borella, le modèle de l'hôtel réduit à la seule fonction de l'hébergement, c'est-à-dire vide pendant tout le reste de la journée, devra évoluer pour offrir d'autres options, et mieux rentabiliser l'utilisation des espaces. Il en résultera une transformation de la chambre, qui sera plus spacieuse et servira aussi à travailler, recevoir, partager des moments avec ses invités. Donatien Carratier voit la crise du Covid-19 comme une opportunité d'aider l'hôtel à passer d'un lieu fermé et « concentrique » centré sur la nuitée ou le repas, à un lieu « ethnocentrique » ouvert sur la ville, une sorte d'« agora » avec un ensemble de services. Dans un programme décidément très dense, EquipHotel et l'Ameublement français ont aussi donné la parole à **Olivier Gourio**, un économiste de l'hôtellerie qui a montré toute la valeur ajoutée pouvant naître de la transformation de lieux patrimoniaux - comme des châteaux ou autres édifices anciens - en hôtels. Architecte d'intérieur et designer actif sur les marchés de l'hôtellerie de 3 et 4 étoiles, aussi bien sous enseigne qu'indépendante,

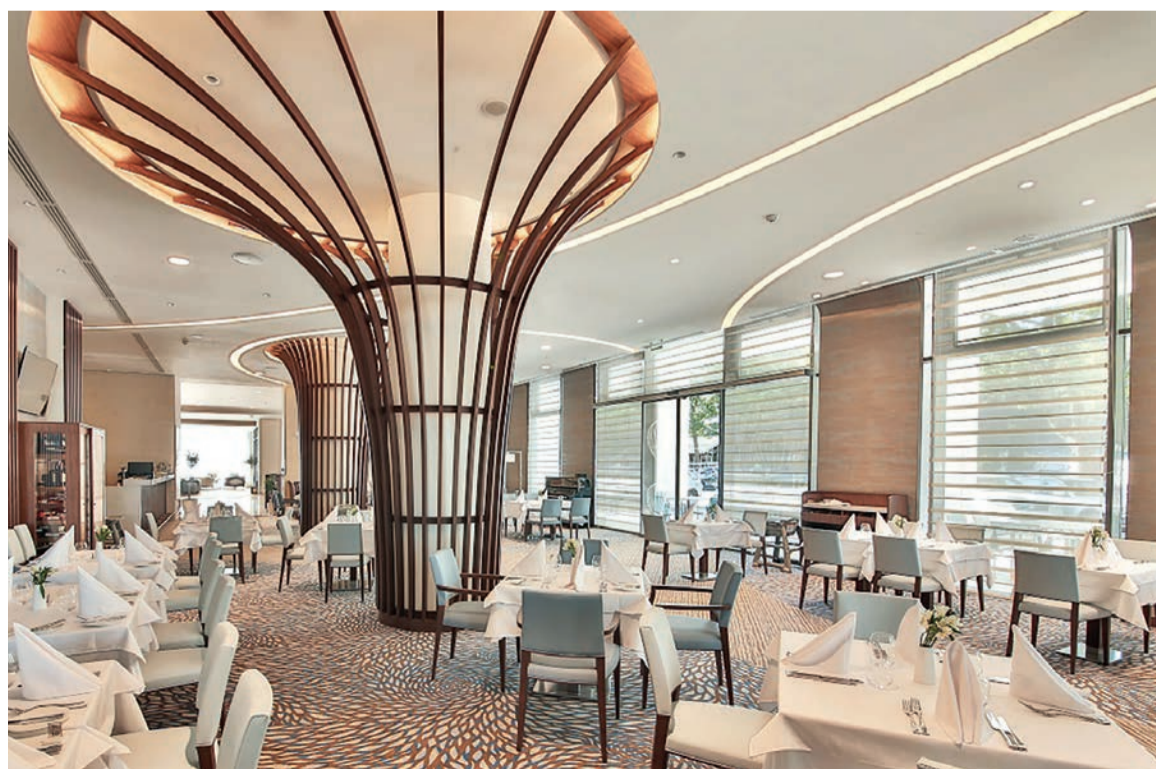
Didier Knoll est intervenu en fin de programme le vendredi 20 novembre, pour évoquer joliment à la fois un « changement d'air » et un « changement d'ère ». Selon lui, il faudra demain, pour reconquérir le client de l'hôtel, provoquer de nouvelles émotions, insuffler des idées nouvelles, et réinventer l'expérience. « L'hôtellerie devra être, plus que jamais, un espace sensoriel, qui doit faire oublier le quotidien, éveiller nos sens, nous surprendre, nourrir notre imaginaire pour permettre de se reposer et de se ressourcer, argumente-t-il. Il faudra accentuer la qualité de l'accueil et du service, les attentions qu'on porte au client, et provoquer en lui de l'étonnement. » Selon lui, les hôtels urbains devront rechercher plus d'interaction avec la ville, comme le montre l'exemple d'un hôtel situé à Barcelone, qui a intégré une boulangerie, ce qui a pour effet de générer de bonnes odeurs de pain, mais aussi d'attirer une autre clientèle extérieure à l'établissement pendant toute la journée... On peut aussi imaginer un espace épicerie ou artisanat où seraient vendus les produits et créations locales. Dans la catégorie 4 ou 5 étoiles, l'architecte d'intérieur propose de faire du spa un nouveau lieu d'attraction, en le sortant du sous-sol pour l'implanter - pourquoi pas - au dernier étage, ce qui lui donnera une visibilité pour les clients extérieurs, tout en offrant, à tous, une vue imprenable sur la ville... La végétalisation est une autre piste à suivre pour relier l'hôtel à son environnement. Comme l'a montré l'EquipHotel Week avec de nombreux exemples et propositions, la crise du Covid-19 risque donc de remettre en question de nombreux aspects de l'hôtellerie, appelée à évoluer vers d'autres modèles, pour lesquels l'inspiration de l'architecte d'intérieur et les savoir-faire de ses partenaires fabricants seront plus que jamais incontournables.

[F.S.]



© Borella Art Design

Restaurant buffet de l'hôtel Maritim Paradise Blue d'Albena (Bulgarie).



© Borella Art Design

Restaurant gastronomique de l'hôtel Maritim Paradise Blue d'Albena (Bulgarie).