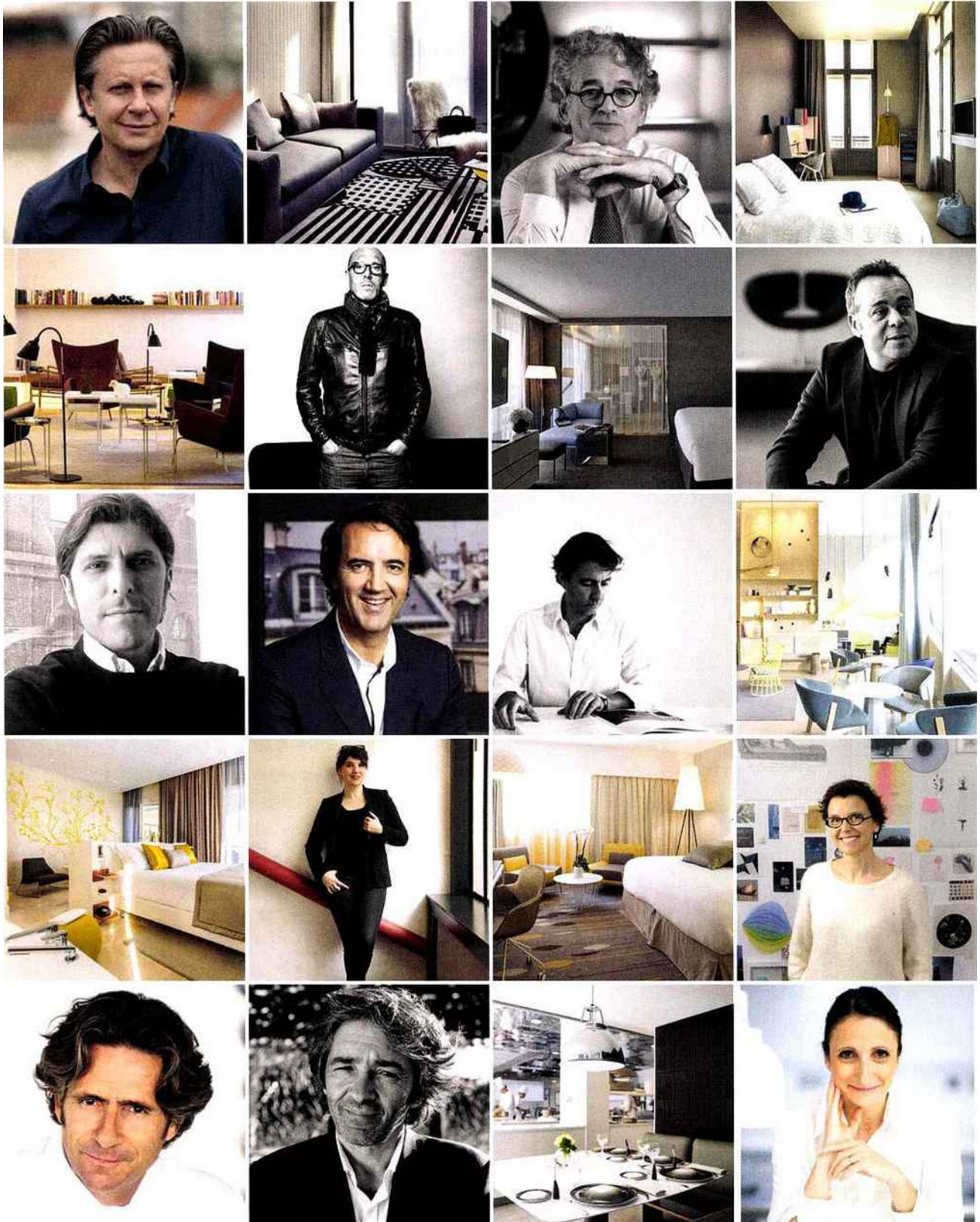




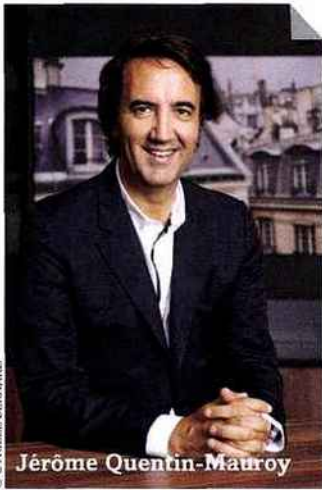
DESIGN ADDICT





CRÉATEURS DE LIEUX D'EXCEPTION

*Quand les designers et architectes d'intérieur conçoivent des hôtels
et des restaurants... ils relèvent des défis, magnifient et apportent
autant de sources d'inspiration et de réponses
pour l'aménagement de nos intérieurs.*



© CYRILLE BERNARD

Jérôme Quentin-Mauroy



Studio Castel Veciana Arquitectura

JÉRÔME QUENTIN-MAUROY STUDIO CASTEL VECIANA ARQUITECTURA DÉCRYPTAGE DES BOUTIQUES-HÔTELS

En décembre dernier, 9Hotel Collection ouvrait son troisième établissement parisien. Une expansion liée au succès toujours croissant des boutiques-hôtels. ■ Nathalie Degardin

À l'origine, le concept de boutique-hôtel est apparu aux États-Unis dans les années 1980.

Alternatives aux offres standardisées, ces petits établissements portaient la signature de propriétaires créatifs, qui personnalisait la décoration, laissant à la vente des objets dans les chambres, avec un service attentionné, proche de l'esprit d'une maison d'hôte. Aujourd'hui, les chaînes se positionnent aussi sur ce concept citadin. Jérôme Quentin-Mauroy, président de Tagerim, qui a lancé 9Hotel Collection, et le studio Castel Veciana Arquitectura reviennent sur la récente ouverture d'un établissement à Paris.

Jérôme Quentin-Mauroy, président de Tagerim
Comment définiriez-vous la marque 9Hotel Collection ?

9Hotel Collection propose une collection de boutiques-hôtels lifestyle, ayant leur propre personnalité, à la fois chic et trendy. Ces hôtels 3 et 4 étoiles sont situés au cœur des capitales européennes : à Paris, avec trois établissements (et un à venir dans le Marais), deux à Bruxelles, à Lisbonne, et bientôt à Madrid. Ces établissements font l'objet d'une rénovation complète, en collaboration avec des architectes bien définis avant leur mise en service.

Pour le 9Hotel République, quel était le cahier des charges défini ?

Le studio Castel Veciana Arquitectura a eu pour mission de réhabiliter l'édifice datant de 1846 (un ancien hôtel), ainsi que de conceptualiser les espaces de vie et les quarante-huit chambres. Une des ambitions de ce projet était de conserver intacte la façade haussmannienne, tout en la modernisant avec un langage plus contemporain. Le blanc est l'élément qui unifie la composition intérieure. Le bois et la décoration y ajoutent de la chaleur : les tapis de laine vierge venus de Nouvelle-Zélande, les plaids disposés sur les fauteuils et les canapés, les livres et les objets trouvés.

Comment le design répond-il à votre positionnement ?

Le design est au cœur du concept. Les 9Hotel privilégient les belles matières, un design élégant, contemporain mais aussi intemporel, laissant à chacun le pouvoir de s'approprier de manière personnelle les espaces. Se différencier et offrir un lieu de vie « comme chez soi » n'est possible qu'en ayant un design abouti et réfléchi.

Quelles évolutions percevez-vous depuis dix ans ?

Depuis les années 2000, nous voyons la multiplication des boutiques-hôtels design et, dans le même temps, une concentration dans l'hôtellerie de chaîne. Chaque



9Hôtel République - Lobby

concept doit être abouti, afin de satisfaire une clientèle qui voyage beaucoup et peut tout comparer. De plus, nous observons qu'avec le développement des plate-formes de location d'appartements le besoin d'être comme chez soi est très important. On a vu juste avec notre concept d'espaces communs et de coworking avec libre accès pour le thé et le café : le client se sert lui-même, s'assoit dans le salon, dispose de magazines, s'approprie la bibliothèque. La digitalisation des services est à la carte, le client peut s'en servir ou choisir tout simplement d'organiser son séjour avec notre hôte.

Comment comprendre l'expérience client ?

Nous pouvons parler d'expérience client dès lors que le côté technique du séjour (literie, petit-déjeuner, salle de bains...) est impeccable et donc dépassé, alors nous pouvons nous consacrer à l'expérience du client. Nous avons

beaucoup travaillé en amont le service hôtelier. Ainsi, nos équipes peuvent offrir du temps à nos clients. Nous n'avons pas recruté des profils purement hôteliers, mais des personnalités d'hôtes, comme lorsque nous recevons des amis chez soi.

Studio Castel Veciana

Arquitectura

Comment garde-t-on un design spécifique à un lieu et une identité de collection ?

Nous avons travaillé sur chacun des projets de la 9Hotel Collection. Pour nous, il est important d'estimer la valeur des éléments préexistants dans les espaces qui contiendront et supporteront le concept de l'hôtel. Souvent, il s'agit d'édifices qui possèdent déjà une histoire et une identité propre intéressante. Notre travail consiste à explorer l'édifice et à adapter nos idées à ces espaces. Ce sont des édifices urbains. La priorité lors de la fabrication du concept est de

donner des espaces confortables et relaxants à l'usager. Pour le 9Hotel Montparnasse, par exemple, la présence d'une cour-jardin intérieure fantastique a généré une idée de textures et de couleurs que nous avons « transportées » à l'intérieur de tout l'hôtel. Au 9Hotel Central de Bruxelles, nous avons découvert des murs de brique existants sublimes, qui demandaient clairement de découvrir certaines couches dans le bâtiment. La couleur rouge de ces briques a, de nouveau, donné lieu à des interactions de couleurs et de textures dans l'hôtel. Tout le projet est un dialogue entre l'existant, l'ancien, et le neuf, le blanc. À chaque fois, nous essayons d'appliquer un concept qui aide à identifier la marque et de développer une architecture en accord avec son identité.

Quels en sont les éléments clés ?

Une nouvelle distribution des espaces, visuellement claire et lisible, qui génère diverses perspectives,

et où la présence de la lumière détermine l'architecture et son confort. Notre agence se charge de l'architecture et du design intérieur. Impossible de dissocier ces deux concepts dans notre travail. L'architecture et le design d'intérieur forment un tout, le matérialisme de l'espace. Tout le projet de mobilier se développe au sein de l'agence. Nous avons aussi un département de design graphique qui développe l'identité corporative de l'hôtel.

Comment concevez-vous la notion d'expérience client ?

L'expérience du client est liée au fait qu'il soit à son aise dans les différents espaces de l'hôtel, le lobby, le bar ou la chambre. Par contre, les sensations que nous pouvons lui transmettre à travers l'architecture, les textures et la lumière, c'est autre chose. C'est le pouvoir de l'architecture, le pouvoir des formes. Les expériences que perçoit le client à travers l'espace que nous lui présentons.