

Vivre CÔTÉ PARIS

N° 51 - JUIN - JUILLET 2017 - www.cotemaison.fr



ESCALES DÉCO
APPARTEMENT-CASBAH
MAISON-ATELIER
REPAIRE SOUS LES TOITS

S'ÉVADER EN VILLE
RENCONTRES ET ADRESSES

À FLEUR D'EAU
LE CANAL SAINT-MARTIN
LOLITA CHAMMAH EN SEINE
HÔTEL À QUAI OU ÎLE FLOTTANTE ?

NOUVEAUX VOYAGEURS

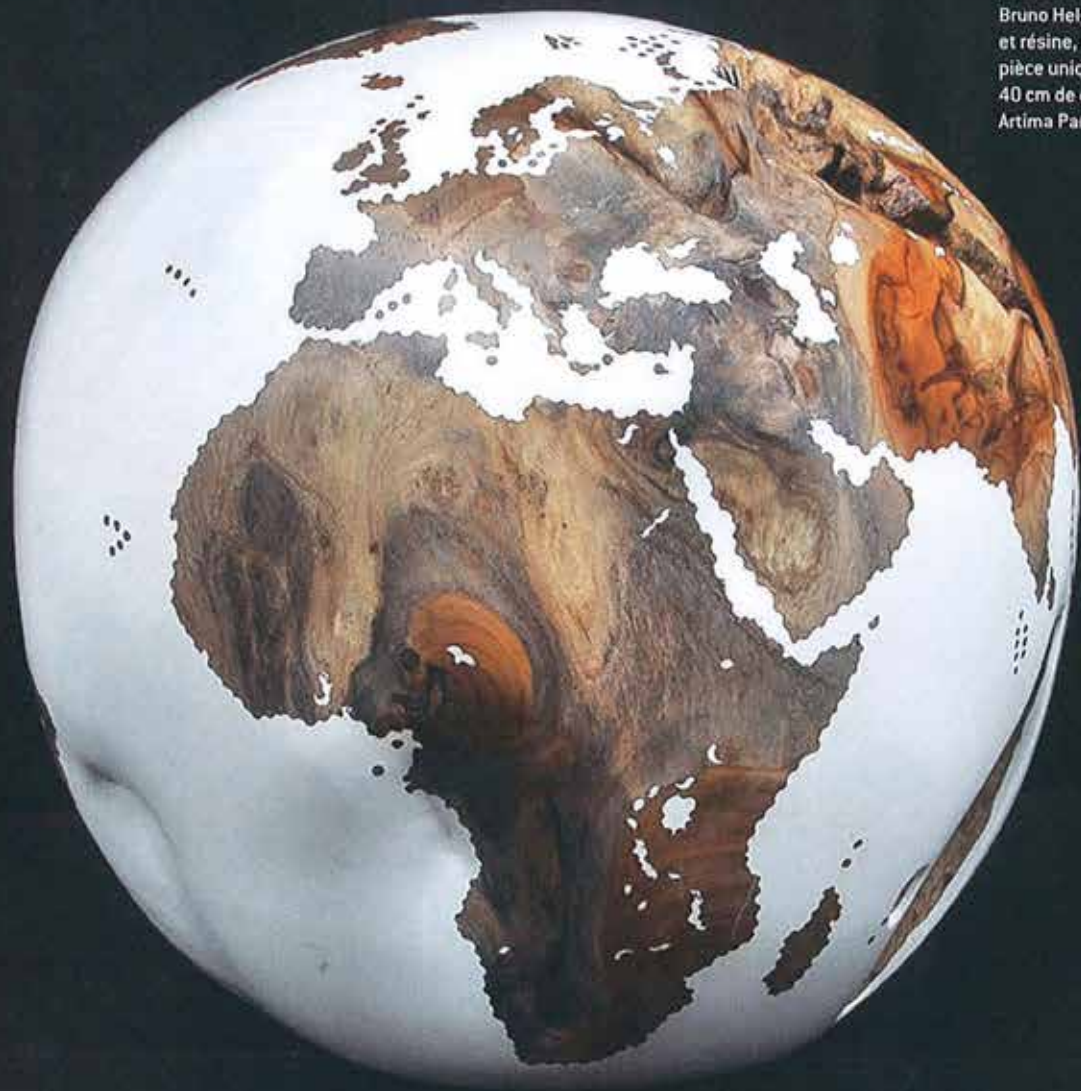
GRUPE **l'express**

M 03015 - 51 - F: 6,00 € - RD



FRANCE MÉTROPOLITAINE € 6 / DOM € 7,2 / BEL € 7 / CH FS 12 / A € 9 / DAN 6 pag 10,50 / D € 9 /
ESP € 7 / GR € 7 / IT € 7 / LUX € 7 / MA MAD 80 / NL € 9 / PORT cont € 7 / TOM CFP 1200 / USA \$ 10,9

SUPPLÉMENT
CÔTE PROJETS
LA MAISON
DU BIEN-ÊTRE



Ci-contre, *All you need is globe!*
 Globe-sculpture du designer
 Bruno Helgen, racine de teck
 et résine, sur base tournante,
 pièce unique et numérotée,
 40 cm de diamètre, galerie
 Artima Paris/Londres.

LES NOUVEAUX HORIZONS DU VOYAGE

Loin des diktats des destinations à la mode, à contre-courant de la standardisation des grandes chaînes, se libérant presque d'une overdose d'entre-soi, le voyage se réinvente. Sous l'impulsion de quelques pionniers qui agrandissent l'horizon, de nouvelles routes se dessinent. **PAR VIRGINIE BERTRAND.**

LE TOURISTE EST MORT, VIVE LE VOYAGEUR. Le monde de l'hôtellerie se réinvente à l'heure de Airbnb, initiateur du désir de vivre, le temps d'un séjour, dans la peau de l'habitant dont vous avez loué le nid. Les attentes dépassent le nombre d'étoiles, la signature stylistique, la cuisine gastronomique, et se concentrent dans l'expérience humaine: découvrir une culture, larguer les habitudes, se nourrir d'émotions. Le site Tablet Hotels créé en 2000, un des premiers spécialistes des boutique hôtels, explique: «*la plus grande révolution qui touche le monde hôtelier est conceptuelle. Aujourd'hui, les*

meilleurs hôtels sont des espaces sociaux, ouverts comme jamais sur le monde qui les entoure. Alors que la "vie sociale" de l'hôtel boutique s'était enorgueillie de son exclusivité, désormais les hôtels redoublent d'efforts pour s'insérer dans la communauté qui les entoure... un bon hôtel est une expérience et non une transaction». Autres facteurs de changement, le low cost, l'arrivée des Millenials (18-28 ans) et le déplacement en tribu. La dimension éthique chamboule aussi la donne. Le voyageur aiguisé désormais sa conscience écologique, à l'éclairage de nouveaux guides et de personnalités créatives. tablethotels.com



Ci-contre, dans son showroom, Alexandra Senes, créatrice de Kilometre.Paris, une marque-concept pour une autre façon de voyager. « Enfilez une chemise pour vous téléporter à Costa Careyes au Mexique ou dans le Kent en Angleterre. » Toutes les chemises sont vendues avec un passeport, guide du lieu.



Ci-contre, Bruno Helgen dans son atelier. Globe sculpture, en racine de teck « où se concentre toute l'histoire de l'arbre » et sable volcanique, sur base tournante.

L'ESPRIT DU VOYAGE. À cultiver toute l'année, à chaque instant! Quelques créateurs rendent le voyage permanent. Car ils montrent que c'est un état d'esprit, une insatiable curiosité, une attitude. Alexandra Senes, ex-rédactrice en chef de *Jalouse*, n'a pas seulement un regard d'avance sur la mode! Elle l'aiguise aux destinations de demain qu'elle dévoile sous sa marque « Kilometre.Paris », sacs aux coordonnées géodésiques ou chemises brodées de dessins façon carnet de voyage. Bruno Helgen, designer entre Bali et Paris, après avoir réalisé des intérieurs de

bateau, sculpte des racines de teck en globe terrestre. Il en conserve les aspérités, témoignages de la vie de l'arbre et symboles d'une planète un peu cabossée. Derrière l'œuvre, un message éthique et une invitation à prendre le large. « *S'émerveiller pour protéger* ». Antoine Ricardou du studio de création Be-pôles, compère de Valéry Grégo pour la direction artistique d'hôtels, édite les carnets « Portraits de Villes », l'expression d'une cité par un photographe. Trente et un livres à ce jour et la permanence du voyage! *kilometre.paris*, Bruno Helgen: *galerie-artima.com* et *helgendesign.com*



1. La terrasse et la piscine d'eau de mer de l'Hôtel les Roches Rouges à Saint-Raphaël. 2. Des vacances en immersion à l'Hôtel les Roches Rouges. Ici, « Découverte de l'Estérel » avec Joseph di Caro, guide de la forêt domaniale de l'Estérel. 3. Valéry Grégo, fondateur-visionnaire de la compagnie Les Hôtels d'en Haut, des hôtels uniques à l'ambiance maison de vacances. 4. Tee-shirt de l'Hôtel les Roches Rouges – l'identité visuelle est signée du studio de création Be-pôles. 5. Rinquiquin à la pêche, apéritif du cru, à la carte du bar de La Plage.

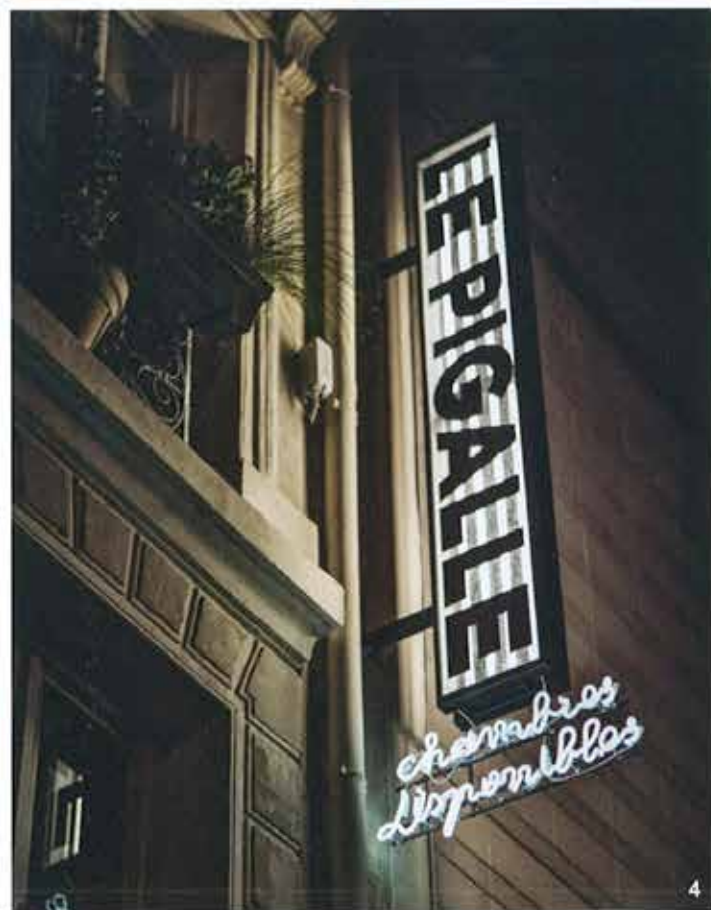


DES HÔTELS MAISONS DE VACANCES. Le premier parle de « *vérité contemporaine d'un pays, d'une ville* », le second de « *la vérité des choses* ». Jean-François Rial, responsable de Voyageurs du Monde, a vulgarisé il y a vingt ans le parcours individuel sur mesure. Il pratique « *l'ego-marketing, faire en fonction de ce que vous faites pour vous* » et partage sa façon de voyager, « *bors des sentiers battus, y compris quand on fait le Taj Mahal, avec lenteur. Cela va au-delà du fait que l'on donne des services à nos clients, l'objectif est de toucher une intimité profonde, d'intégrer la dimension contemporaine d'un pays* ». Il imagine, demain, des immeubles qui mélangeraient chambres d'hôtel et habitations, afin que le voyageur vive et ressente comme le résident. Valéry Grégo, créateur des hôtels Pigalle Paris et Les Roches Rouges près de Saint-

Raphaël, concrétise presque la vision de ce dernier. Ses hôtels s'ancrent dans un quartier, un environnement, une histoire, dans le respect d'une architecture vernaculaire. Il aborde le lieu par sa culture et veut en révéler l'essence. Et c'est avec la complicité de sa bande, le duo d'architectes Festen et Antoine Ricardou du studio de création Be-pôles, qu'il va réactiver l'authenticité du lieu. Charlotte de Tonnac et Hugo Sauzay rappellent son brief: « *pas de concept, pas de profil de client, pas de geste architectural, simplement la sincérité, chaque hôtel est unique dans sa vérité, on soustrait pour retrouver la bâtisse originelle, on privilégie des matériaux simples des environs, les savoir-faire des artisans locaux* ». Antoine Ricardou insiste sur le parti pris fonctionnaliste: « *les hôtels sont pensés en termes d'usage, ne pas céder à des pirouettes de designers.* »

Valéry Grégo y ajoute la notion de convivialité: « *Comment vit-on ensemble? Mon plongeur n'est pas moins important que le voyageur américain ni plus que le directeur du club bouliste du coin. C'est l'authenticité du lieu qui fait que tout le monde s'y retrouve, la vérité des choses, des chambres à la cuisine* ». Aux Roches Rouges, pas de TV, la vue est à l'extérieur, pas de salle de sport, le jogging se fait dans l'Estérel, pas de tomates mozarella mais du poisson vendu par le pêcheur du village! Chaque hôtel est unique, chaque chambre différente, chaque expérience personnelle. Tous les ingrédients sont là pour devenir, le temps d'un voyage, un local. voyageursdumonde.fr, lepigalle.paris, hotellesrochesrouges.com, portraitsdevilles.fr

1 et 3. Antoine Ricardou, fondateur de l'agence Be-pôles et ses « Portraits de Villes ». 2. Charlotte de Tonnac et Hugo Sauzay, le duo d'architectes Festen. 4. La façade de l'hôtel Le Pigalle. 5. Les couvertures de *Vacance*, le magazine de Voyageurs du Monde.



JEAN-FRANÇOIS RIAL DE VOYAGEURS DU MONDE

Quels sont les nouveaux horizons du voyage, pour vous, expert et bourlingueur depuis plus de vingt ans? De sortir du tourisme classique culturel, de comprendre la contemporanéité d'un pays. Par exemple, en Ukraine, on ne se contente pas de voir les musées à Kiev, on ouvre des discussions avec des politiciens, des artistes, des entrepreneurs comme si nous étions un journaliste mais accompagné par un « fixeur », qui est le contraire d'un guide culturel. En fonction de votre angle, de vos passions, il organise des rencontres, traite d'un sujet économique, ou autre. Il vient en plus de nos concierges et des « like local », qui répondent à d'autres désirs.

Pourquoi un magazine gratuit *Vacance*, une webradio, une librairie, des pop-up de créateurs? Pour alimenter en contenu nos voyages, au-delà du choix des hôtels, des adresses, des musées. Avec ces différentes propositions, on ouvre aussi des portes... sur d'autres initiatives à travers les créateurs invités, le prochain: Château Rouge... Sur des voyages géopolitiques avec les émissions de radio, ils ont commencé avec *Le Monde*: Israël/Palestine, le Maroc, l'Iran... On a acheté l'ancienne maison de Gandhi à Johannesburg, là où il a bâti sa stratégie politique. Cette demeure avec 8 chambres simples et un musée est n° 1 sur TripAdvisor. À travers tout ce que nous faisons, nous partageons nos valeurs: universalisme, curiosité, responsabilité durable, transparence. Les grands voyageurs qui vous ont inspiré? Gandhi, Mandela, Martin Luther King. Plus proche, Jacques Maillot fondateur de Nouvelles Frontières, pour le voyage engagé. Et celui dont j'emprunterais les pas, Théodore Monod. Je suis arrivé au voyage par ma passion pour le désert.

