

# L'OFFICIEL <sup>PARIS</sup> *voyage*



N°55 - PRINTEMPS-ÉTÉ 2017

**DESIGN : LES HÔTELS VUS PAR LEURS CRÉATEURS**  
**MEXIQUE** : CHIAPAS, LE NOUVEAU RÊVE / **INDE** : MADHYA PRADESH, L'ÉTAT INTOUCHÉ  
**HORS PISTES** : 10 BOUTS DE MONDE À DÉCOUVRIR

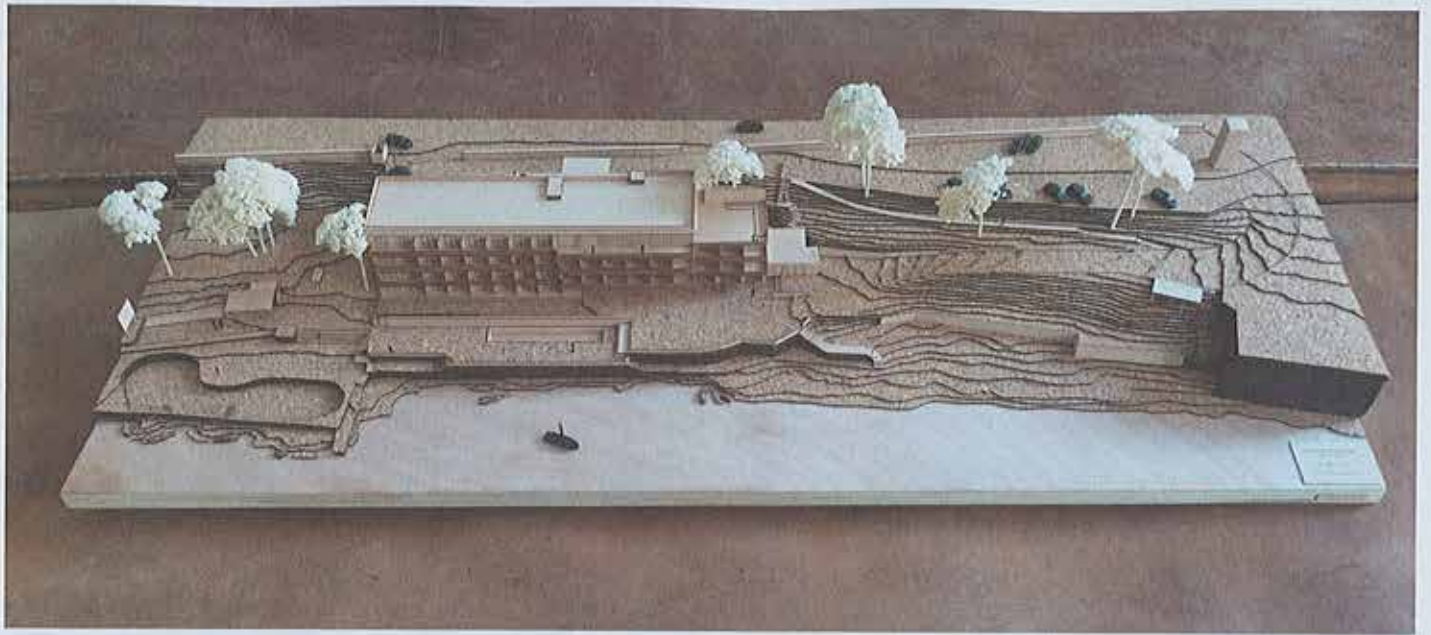
L 13042 - 55 - F. 7,00 € - AL

ISSN  
1776-028

# FESTEN HUGO SAUZAY ET CHARLOTTE DE TONNAC

C'EST À L'ÉCOLE DES ARTS DÉCORATIFS CAMONDO QUE CHARLOTTE DE TONNAC RENCONTRE HUGO SAUZAY. CES DEUX-LÀ NE VONT PLUS SE QUITTER... COUPLE À LA VIE COMME AU TRAVAIL, DÈS L'OBTENTION DU DIPLOME EN JUIN 2011, LE DUO DÉCIDE DE CRÉER SON AGENCE. ELLE S'APPELLERA FESTEN. DEPUIS, ILS AMÉNAGENT DES INTÉRIEURS DE PARTICULIERS, SIGNENT DES OBJETS DESIGN ET DU MOBILIER SUR MESURE ET ASSURENT AUSSI LA RÉALISATION DE BOUTIQUES, DE RESTAURANTS ET D'HÔTELS. APRÈS L'HÔTEL LE PIGALLE, HOT SPOT PARISIEN LANCÉ L'ÉTÉ DERNIER, ILS VIENNENT DE TERMINER LA RÉNOVATION DES ROCHES ROUGES SUR LA CÔTE D'AZUR.







WORK-PLACE  
STUDIO MUMBAI

EDITION ARCHITECTURE

PETER ZUMTHOR · ATMOSPHERES

BIRKHÄUSER

HEKURA:

The Diving Girls' Island

FOSCO MARAINI

OF KAU

LENI RIEFENSTAHL

# “L'ENDROIT QUI NOUS A LE PLUS MARQUÉS N'EST PAS VRAIMENT UN HÔTEL, MAIS L'ANCIENNE RÉSIDENCE DE L'ARCHITECTE SRI-LANKAIS GEOFFREY BAWA, À DEUX HEURES DE COLOMBO.”

## QUAND UN CLIENT VOUS CONTACTE POUR VOUS COMMANDER LA RÉALISATION D'UN HÔTEL. QUELLE EST VOTRE PREMIÈRE ACTION ?

Nous allons sur les lieux. C'est important pour nous de nous imprégner de l'atmosphère, de parler avec les gens, de déjeuner, prendre un verre à côté, flâner, regarder... Surtout de comprendre l'identité générale d'un espace en évoluant dans un périmètre large. Pas seulement entre les murs du futur hôtel.

## AVEZ-VOUS UNE DÉMARCHE EN PLUSIEURS ÉTAPES ?

Oui, mais elle n'est pas systématique. On commence très souvent par une phase de recherches pendant laquelle on se cultive sur le lieu, sa géographie, son histoire. Chaque projet est l'occasion de faire des découvertes, de s'instruire sur une époque, un courant... Nous élaborons aussi un scénario du lieu avec le client. On essaie ensuite de tout mettre en images dans un moodboard parfois accompagné d'un texte, qui devient une sorte de fil conducteur du projet. Ce cahier s'étoffe au fur et à mesure, et nous nous replongeons assez souvent dedans pour ne pas perdre la genèse du projet. Vient ensuite la phase de dessin classique en plusieurs étapes, les 3D, etc.

## CROQUIS, PHOTOS, TEXTES... QUELS SONT VOS MOYENS D'EXPRESSION ?

Beaucoup d'images. Piochées dans des films,

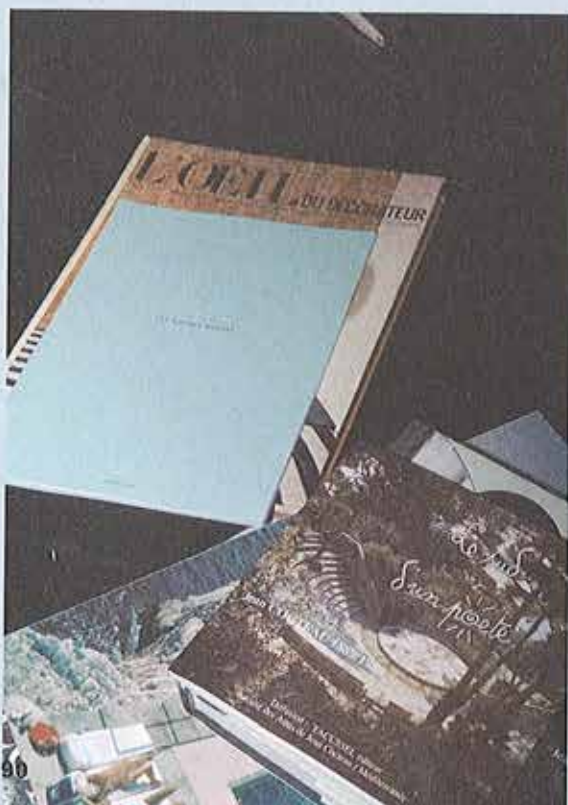
des livres, lors de voyages, de scènes de vie, de détails d'architecture. On en produit aussi. On travaille beaucoup en 3D pour les intérieurs. Ces images nous servent à visualiser de façon très précise ce qu'on veut faire, est-ce que cela fonctionnera dans l'espace et pas seulement sur le plan. On dessine aussi. Des aquarelles pour les meubles, des croquis sur place, des détails techniques sur les murs du chantier.

## VOUS AVEZ TENDANCE À SÉLECTIONNER DU MOBILIER DE MARQUE OU VOUS PRÉFÉREZ DESSINER VOUS-MÊME LES MEUBLES, LES OBJETS ?

Cela dépend du projet. On aime bien chiner du mobilier, convoquer et confronter les époques et les styles. Pour les hôtels, il est souvent compliqué de trouver cinquante suspensions en bon état dans le budget, donc on dessine. Pour les Roches Rouges, à Saint-Raphaël, on a dessiné beaucoup de mobilier sur mesure car on trouvait peu de choses qui correspondaient à nos attentes chez les éditeurs, qui racontaient la bonne histoire. Lorsqu'il s'agit des objets, on aime bien travailler avec des artisans ou des artistes, qui vont produire des céramiques par exemple, qui apportent un supplément d'âme au lieu.

## L'ATMOSPHÈRE D'UN HÔTEL EST SOUVENT CE QUE LE CLIENT VA RETENIR DE SON SÉJOUR. AVEC LA QUALITÉ DU SERVICE. DANS QUELLE MESURE AVEZ-VOUS CONSCIENCE QUE VOUS ÊTES CEUX QUI VONT FAIRE LA DIFFÉRENCE ?

On ne l'a pas. On essaie simplement d'être honnêtes dans notre démarche, de ne pas mentir au client en voulant absolument lui plaire, en faisant ce qu'il attend, en étant "à la mode". Pour nous, la réussite d'un projet tient dans le respect du lieu, dans le fait de tenter de réaliser quelque chose de cohérent et de proposer





au client une expérience. Nous avons travaillé précédemment sur un hôtel à Pigalle. Le lieu est en résonance avec son quartier avec sa musique, ses artistes. Transposé à Saint-Germain-des-Prés, il perdrait toute sa force et son sens. Nous pensons surtout que la réussite d'un hôtel est loin de tenir seulement sur une bonne décoration. L'équipe qui le gère et le fait vivre est essentielle.

VOUS ÊTES À LA TÊTE D'UN STUDIO DE CRÉATION. À PARTIR DE QUEL MOMENT VOS COLLABORATEURS SONT-ILS IMPLIQUÉS DANS VOTRE TRAVAIL ?

Assez rapidement, après nos premiers debriefs et discussions avec le client. Nous refaisons un point avec eux, nous nous reposons les questions essentielles, le dialogue commence. C'est important d'avoir plusieurs synergies, cela permet de se remettre en question. Ensuite, nos collaborateurs nous aident dans la réalisation des pièces graphiques (plans, 3D), le suivi de chantier et la gestion des commandes.

ÊTES-VOUS DES DÉCORATEURS QUI DÉLÈGUENT OU PRÉFÉREZ-VOUS CONSERVER LA MAÎTRISE TOTALE SUR LA CRÉATION ?

On ne bride pas nos collaborateurs en fonctionnant en *control freaks* mais nous connaissons nos projets par cœur. Rien ne sort de notre agence sans que l'un de nous deux ne l'ait validé. Nous prenons le parti de traiter peu de projets pour nous concentrer essentiellement sur ceux qui nous stimulent. Nous gardons un lien direct avec nos clients, avec les entreprises et les artisans.

QUEL GENRE D'HÔTEL AIMERIEZ-VOUS DÉCORER ?

Le prochain !

ET POUR FINIR : QUEL HÔTEL AURIEZ-VOUS AIMÉ DÉCORER ?

Question difficile ! L'endroit qui nous a le plus marqués n'est pas vraiment un hôtel, mais l'ancienne résidence de l'architecte sri-lankais Geoffrey Bawa, à deux heures de Colombo, où l'on peut passer quelques nuits sur demande. L'atmosphère de la maison, le rapport à son environnement et son jardin pensé et amélioré pendant cinquante ans rendent le lieu unique en son genre.

