



## LTI LES TENDANCES INTERNATIONALES

'Café Hôtels Restaurants'

*Sarah Canonge, Journaliste*

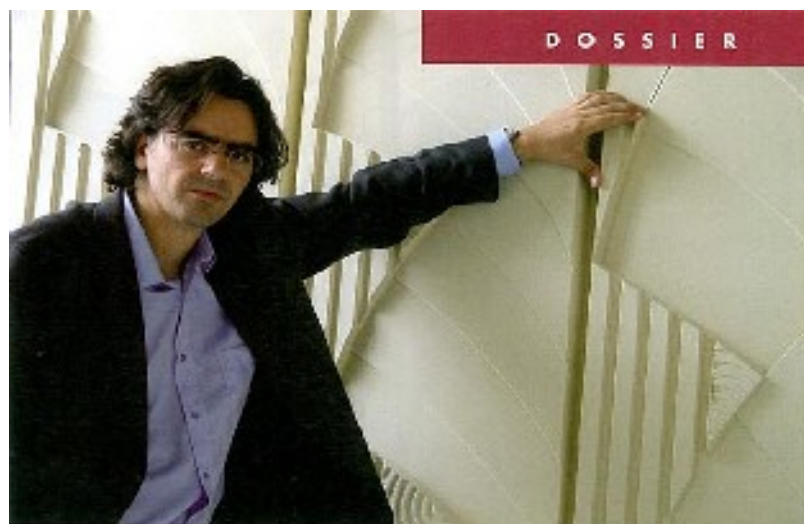
Dossier Hôtellerie -Recréer pour étonner-

« .. Recréer pour étonner, c'est là où l'agencement intérieur permet de découvrir des lieux. » rappelle **Alexandre Danan**, homme de défi et Architecte d'intérieur ,...

Après avoir réalisé le Spa **CARITA** à Paris, j'ai élaboré le Projet d'un Spa très haut de gamme, le **SPA MARRAKECH PLAZA**,...

Pour **Alexandre Danan**, prendre un verre dans un hôtel ,...





## RECRÉER POUR ÉTONNER

**N**ouveaux concepts et institutions à l'arrivée au goût du jour, voilà un exercice que les agenciers et les décorateurs pratiquent régulièrement.

« Rendre pour étonner, c'est à ce que l'agencement intérieur permet de retourner », rappelle Alexandre Danon, homme de goût et architecte d'intérieur, qui avait travaillé plus de cinq ans sur le projet du Hilton Arc de Triomphe, inauguré en 2004, son bébé. « Au Hilton Arc de Triomphe, rue de Courcelles, à Paris, j'ai voulu créer un vrai lobby et un vrai bar pour un fonctionnement très classique mais avec des matériaux détonnés, en jouant avec les perspectives et les points de fuite. Pour le Purple Bar et le Sofan, je n'ai pas cloisonné les espaces. On peut y dîner, patacazouner ou prendre un verre, ou simplement lire un journal. Les espaces sont gérés avec la jeu de différents hauteurs d'assise, une assise qui fonctionne toujours, le lieu a bien pris. Des habits se sont appropriés l'espace. C'est là où c'est une réussite. L'édifice fonctionne parfaitement. »

**Quelles sont les règles fondamentales pour qu'un lieu soit en osmose avec sa clientèle ?**

Il faut bien connaître le lieu, bien comprendre le client, ce qu'il veut et le potentiel de l'espace. On doit être en relation avec le concept, prendre le rêve de l'espace à la fonctionnalité. Il n'y a pas de règle précise, mais beaucoup de feeling, d'instinctif, là où concept et où contexte. Certaines adresses restent magiques, comme le Perching Hall, d'Andrés Putman. L'esprit du lieu est agréable, les proportions sont belles, les matériaux, beaux. La Fouquet's est intéressant avec ce glissement entre l'ancien et le contemporain. J'ai aimé la façade, les matériaux actuels et l'architecture ancienne, le

béton brut et les ferronneries.

**Quelle tendance se dessine dans l'univers de l'agencement ?**

On n'a rien inventé dans l'agencement contemporain. Il y a eu des pics dans les années 1930 et des innovations dans les années 1970, mais la majeure des règles est de revenir au classicisme. Il faut travailler les axes, les points de fuite et les proportions à échelle humaine. C'est ce que disait le grand gourou de l'architecture moderne, le Corbusier, et c'est ce que font de grands architectes comme Jean Nouvel, qui a signé l'Institut du monde arabe, ou Frank Gehry, qui a réalisé le musée Guggenheim, à Bilbao. Une bonne façon d'agencement, c'est la réalisation du magasin Louis Vuitton sur les Champs-Élysées, où le même vocabulaire est utilisé de façon très contemporaine tout en respectant l'image de marque du produit. Le produit doit pointer le parcours.

**Quelle évolution ressentez-vous ?**

L'avenir de l'agencement est la capacité à glisser d'une territorialité à l'autre, comme prendre un verre dans une boutique ou acheter une paire de souliers dans un bar. J'ai designé un grand seeshop au cœur de Miami Beach, où les femmes s'installent seules au bar. L'endroit, qui n'affiche aucune vulgarité, expose de grandes marques comme Chanel, Thommes, Dior ou Victoria Secret's.

Le bar est particulièrement rentable. L'architecture est classique et la déco, en laqué noir. Dans le même périmètre, j'ai fait une synagogue dans le 17<sup>e</sup>, avenue de Versailles, où j'ai repris, dans des bâtiments créés par Gustave Eiffel, des proportions antiques égyptiennes. Ce lieu, situé près du pont Mirabeau, possédait totalement inaperçu. Il est pourtant superbe. Il fallait repenser l'espace pour le transcender à nouveau et le faire re-

naître. La même démarche a permis de faire naître les résidences hôtelières Home Plaza, rue Amalot, près de la Bastille. Ces bâtiments, eux aussi construits par Gustave Eiffel sur des structures en métal, disposent d'une cour intérieure pavée, d'un hall et d'un restaurant très modernes et contemporains ; au plafond, nous avons conservé des lustres 1930.

**La quête de bien-être est-elle le centre de nombreux projets ?**

Après avoir réalisé le Spa Carita, à Paris, j'ai développé le projet d'un spa très haut de gamme, le Spa Marabech Plaza, en plein cœur du Guetz. J'ai créé un espace radicalement moderne avec quelques chis d'œil au style traditionnel marocain. Il fallait créer un parcours correspondant à l'humeur du moment, tonique et zen. Le traitement des matériaux, la lumière et les sons correspondent à toutes les phases du parcours proposé dans le spa. On met au point une salle « wave dream », où on est plongé en peignant sur des tableaux autour d'un bassin d'eau. Il y a une lumière qui se reflète au plafond et qui descend inégalement. Ce genre d'espace très haut de gamme se fait



aussi dans des maisons de retraite. Cette situation des sens offre, encore une fois, la possibilité de glisser d'un univers à l'autre. Il faut détourner les territorialités. C'est l'objectif suivant de la création d'espaces modernes moins sectorisés.

Pour Alexandre Danon, prendre un verre dans un hôtel, c'est très moderne. Et ce l'était déjà en 1930. Il résume la tendance en soulignant que les fonctions se juxtaposent comme des feuilles de calque. « Tout comme les nouveaux téléphones, qui sont à la fois écran, télévision, agenda, cahier, album photo, l'espace multivocation est né. C'est vraiment un fait de société qui répond aux modes de vie. L'exigence technologique est de plus en plus forte. Évidemment, on lui fait jouer la carte. »