



# INTRAMUROS

## PARIS

### AUTOMNE 2021

DÉCO : CANAPÉS SOUS INFLUENCE  
SAVOIR-FAIRE : LUMINAIRES MADE IN FRANCE  
DESIGN : BRAUN, 100 ANS DE GOOD DESIGN  
ICÔNE : LE MAH JONG RÉINVENTÉ  
MODE DE VIE : LE MARIAGE OFFICE/LIVING  
CONTRACT : VERS UN HÔTEL-BUREAU  
TRAVAIL : LE DESIGN AU SERVICE DU CONFORT ET DE LA SANTÉ  
CULTURE : CHARLOTTE PERRIAND PHOTOGRAPHE  
ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR : SOLUTIONS ACOUSTIQUES  
LE LAB : CAHIER SPÉCIAL LE FRENCH DESIGN 2059

### DESIGNERS :

KHALED EL MAYS  
ANNE FISCHER  
PATRICK JOUIN  
FINN JUHL  
FRONT DESIGN  
NOIR VIF  
JEAN-PHILIPPE NUEL

### PARCOURS INTRAMUROS :

FRANCE DESIGN WEEK  
MAISON&OBJET  
PARIS DESIGN WEEK  
INTRAMUROS CAFÉ  
ART PARIS





HOME SWEET OFFICE / RENCONTRE

# JEAN-PHILIPPE NUEL :

## « L'HÔTEL NE DEVRAIT PLUS RESSEMBLER À UN HÔTEL ! »

Olivier Namias



© Jean-François Jausaud

**La crise sanitaire a suscité beaucoup de réflexion sur le monde d'après la pandémie, avec une volonté de réforme de toutes les activités. Dans l'univers de l'hôtellerie, particulièrement touché par le Covid-19, quelles sont les idées émergentes ? Sont-elles vraiment nouvelles ?**

**Jean-Philippe Nuel :** Une grande partie des idées discutées dans le monde hôtelier post-pandémie étaient déjà dans l'air avant la crise sanitaire. Je pense à la volonté d'ouvrir l'hôtel sur la ville, d'attirer un public qui viendrait travailler en journée dans les espaces communs, partager les équipements... Toutes ces problématiques à l'ordre du jour depuis quelques années sont exacerbées et se placent au centre de la redéfinition de l'hôtel de demain. L'hôtel doit devenir un lieu de vie global très connecté à son quartier et à la ville, offrir le maximum d'équipements et les partager avec un public très large.

**Pourriez-vous dresser le portrait-robot de cet hôtel de demain ?**

**J.-P. N. :** J'affirme depuis longtemps que l'hôtel ne devrait plus ressembler à un hôtel ! Car si l'on veut faire venir un public plus large, il faut d'abord réfléchir à la liaison avec la rue et le quartier. Faut-il accentuer la polyvalence des espaces ? Doit-on, par

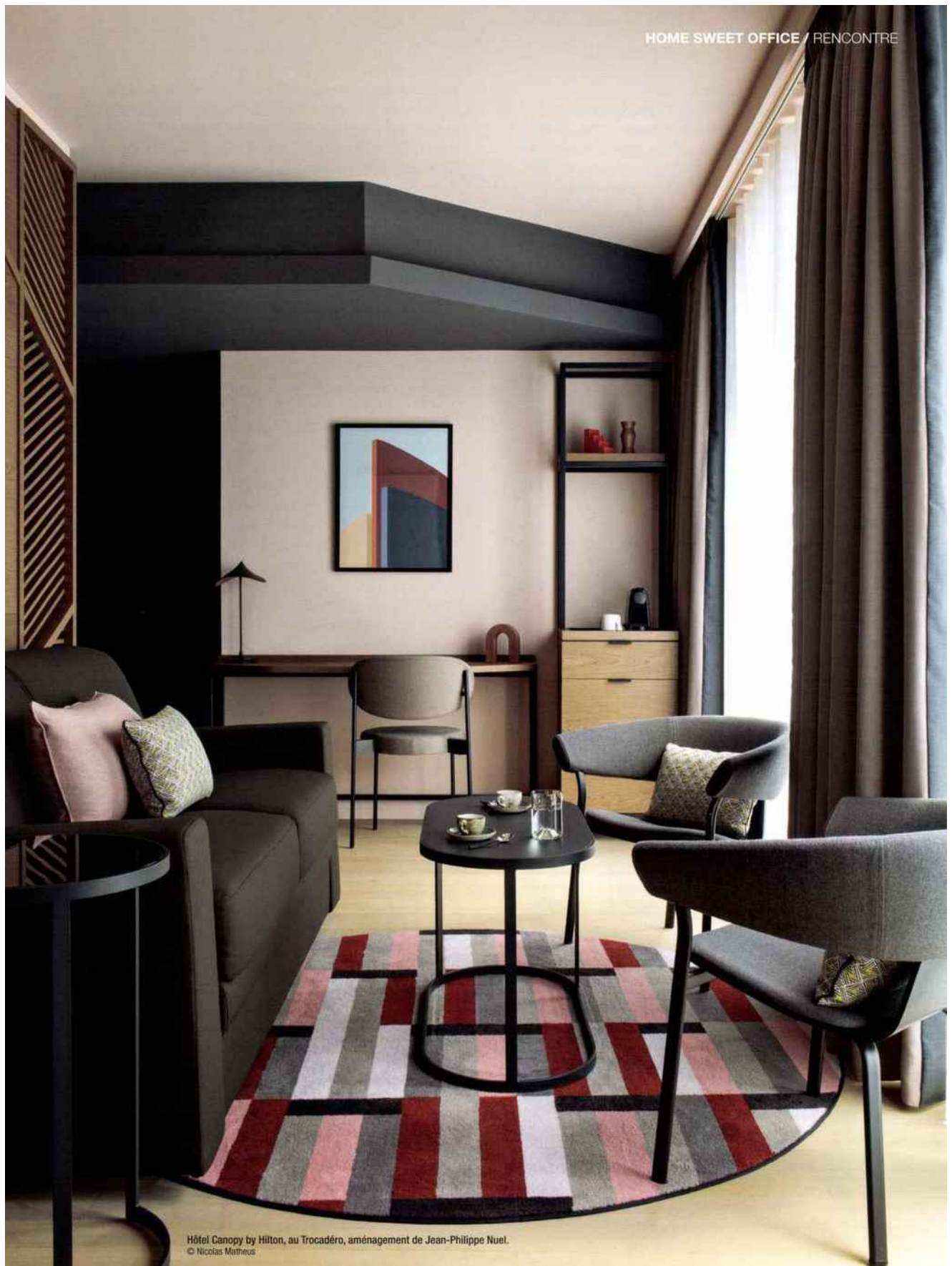
Faut-il encore présenter Jean-Philippe Nuel ? Depuis la création de son agence au début des années 2000, il a conçu l'aménagement de plus de cent hôtels, secteur qui ne représente qu'une partie de son activité incluant également l'agencement de bureaux et de projets privés. Il évoque pour nous les dynamiques de convergences bureau-hôtel dans un monde encore hypothétique de l'après-Covid.

exemple, faire des chambres hybrides pouvant se transformer facilement en espaces de travail puis en espaces d'habitation, et inversement ? Et si l'on veut consacrer une partie des chambres au travail, faut-il les installer au premier étage pour les rendre plus facilement accessibles ? Ce sont des évolutions de ce type qu'étudie actuellement le monde de l'hôtellerie.

**Quels sont les atouts de l'hôtel pour engager ces transformations, et les freins ?**

**J.-P. N. :** C'est d'abord la proximité qui crée l'opportunité. La diffusion du télétravail pourrait inciter les travailleurs lassés du travail à domicile à déplacer pour un temps leurs bureaux dans l'hôtel d'à côté. Travailler à l'hôtel se faisait déjà avant la pandémie, mais on voit que cette utilisation sera plus accompagnée, avec des prestations plus poussées de la part de l'hôtelier. Il faudra un certain temps à l'hôtellerie pour s'approprier ces changements, on le voit par exemple dans la restauration : les restaurants d'hôtel ont parfois du mal à se mettre au niveau des restaurants en ville. Il y aura aussi une certaine inertie sur l'aspect purement architectural des hôtels, le temps de comprendre les changements, les besoins et d'adapter les aménagements en conséquence.







## Donc, l'hôtel de demain serait...

**J.-P. N. :** On pourrait le voir comme une maison de quartier, un lieu de vie multiusage qui crée de la relation sociale et de l'échange. Le gros mot à la mode, c'est « espace collaboratif » : l'hôtel reste un hôtel, mais c'est aussi un bureau, un peu une maison, du fait de sa dimension familière. Il y a une réflexion partagée sur la convergence des usages. On l'observe déjà à l'agence, qui a la chance de concevoir des aménagements pour les deux secteurs. Les espaces de bureaux de demain ne sont plus exclusivement des lieux pour travailler, mais aussi pour partager des réflexions, permettre aux équipes d'échanger... Ce qui est finalement proche de ce que l'on trouve dans un hôtel.

## Parlons d'usagers : les jeunes générations sont mises en avant pour leur tempérament « disruptif » et leur propension à « casser les codes ». Comment cela se traduit-il dans les faits ?

**J.-P. N. :** On peut le voir dans les salles de réunions, qui n'ont plus besoin d'être dans un espace fermé. Elles peuvent se résumer à une table au sein d'un espace ouvert, pouvant toujours interagir avec les personnes alentour.

## De nouveaux termes sont récemment apparus dans l'hôtellerie, à l'instar de *staycation*. Que désignent-ils et quel est leur impact sur l'aménagement ?

**J.-P. N. :** La *staycation* envisage l'hôtel comme un lieu de détente, avec l'ambition de conquérir de nouveaux clients, de nouveaux usages. Elle s'adresse aux personnes désireuses de changer de décor sans changer de ville. Une famille fatiguée de son appartement emménagera alors pour un ou deux jours à l'hôtel, les salles de réunions seront transformées en mini-club pour les enfants, un des parents ira au spa, l'autre continuera à travailler, il peut y avoir une salle de projection où se réunira toute la famille... Nous avons vu ainsi émerger cette pratique à l'hôtel Molitor, que l'agence a aménagé. Des familles venaient pour le week-end sachant qu'elles profiteraient de la piscine, du bar, etc.

## D'autres concepts similaires sont-ils en train d'émerger ?

**J.-P. N. :** Nous pourrions aussi évoquer la *workation*, mêlant travail et vacances. La chambre est conçue comme un lieu de vie à part entière, auquel est annexé un bureau disponible pour un rendez-vous privé non programmé. C'est particulièrement pertinent dans les hôtels de montagne et les resorts, et ces endroits où tout le monde se retrouve dans un même lieu. Lorsque, par hasard, vous rencontrez des relations de travail ou des relations commerciales, vous pouvez proposer un rendez-vous dans un cadre plus décontracté et moins formel.

## Vous affirmez que l'hôtel ne doit plus ressembler à un hôtel. Même si l'on entend l'ironie de votre propos, reste la question de savoir jusqu'où le transformer. L'hôtel possède une dimension onirique, enchantée, que n'a pas le bureau. À le dépouiller de cette aura, ne risque-t-on pas d'en faire un lieu banal et finalement sans aucun attrait, auquel on pourrait substituer de nouvelles formes d'hébergement, comme les Airbnb, par exemple ?

**J.-P. N. :** Être à part doit bien sûr rester l'ambition de l'hôtel. Il doit demeurer un lieu atypique, et offrir une parenthèse, un dépaysement... Nous l'avons constaté lorsque nous avons travaillé sur l'aménagement de l'Hôtel-Dieu à Lyon : l'hôtel est intéressant s'il porte les valeurs de la ville et du quartier dans lequel il s'implante. Nous terminons un projet d'hôtel à Bayonne où le rez-de-chaussée a été réalisé avec des artistes locaux. Et surtout, nous avons conçu l'hôtel comme une version contemporaine de la *peña* basque, un concept local que m'a fait découvrir le propriétaire. Traditionnellement, les *peñas* peuvent être assimilées à des clubs rassemblant des personnes autour d'une même passion – la corrida, le rugby ou autre. Notre *peña* contemporaine est moins exclusive : elle peut être privatisée, mais fonctionne comme une porte ouverte sur la culture basque.

## Le décor et l'aménagement ont donc encore un rôle à jouer ?

**J.-P. N. :** Le décor doit renforcer les liens autour d'une dimension émotionnelle. Le souci de la convergence, c'est qu'elle uniformise les espaces, qui finissent tous par se ressembler. C'est une tendance de fond : à partir du moment où toutes les fonctions sont hybrides et nomades, que l'on efface les frontières entre le bureau et la vie, les univers convergent. Mais il ne faut pas qu'ils s'uniformisent. L'art et la culture doivent être mobilisés pour créer des éléments différenciants et sensibles, donnant à chaque lieu son identité. /



Hôtel Canopy by Hilton, au Trocadéro, aménagement de Jean-Philippe Nuel.  
© Nicolas Matheus