

LA RÉDAC A TESTÉ ↻ L'atelier du court-métrage | DANS LE SMARTPHONE DE ↻ Arnaud Peyroles | ÉVÈNEMENT ↻ Les universités d'été de l'événement battent le rappel | ENQUÊTE ↻ Les marques sportives cèdent aux sirènes de l'entertainment | REPÉRAGES ↻ L'Alsace prépare son avenir | ENVIE DE ↻ Jeux | MOTIVATION ↻ L'entreprise fait sa B.A.

# meetin

Actus & tendances des événements professionnels

juillet/août 2012 – n° 132



↻ CONVERSATION AVEC

**Marc Hertrich & Nicolas Adnet**

« Notre rôle est de créer le cadre pour des moments d'exception »

Une publication de  
**BEDOUK**



↳ Marc Hertrich et Nicolas Adnet en cinq dates

**1994 :** Marc Hertrich imagine le décor du Bal du printemps au musée de l'Ariana

**1997 :** Association des deux compères, le studio MH&NA voit le jour

**2004 :** Rencontre avec Henri Giscard d'Estaing, qui marque le début d'une longue collaboration entre le studio et le Club Med

**2011 :** Inauguration du Club Med de Valmorel conçu par le studio MH&NAH

**2012 :** Livraison du Sofitel Casablanca dernière réalisation en date pour le groupe Accor avec lequel le studio travaille beaucoup.

“ Notre rôle est de créer le cadre pour des moments d'exception ”

La destination travail n'implique pas l'austérité

Propos recueillis par Constance Dive et Laurence Rousseau

Inséparables complices, les architectes d'intérieur et décorateurs Marc Hertrich et Nicolas Adnet nous ouvrent les portes de leur studio de création dans le XI<sup>e</sup> arrondissement de Paris. Leur actualité est marquée par le lancement du nouveau concept du Club Med Gym Pure et l'ouverture du Sofitel de Casablanca à la rentrée. L'occasion d'un échange chaleureux et plein de passion avec ces deux figures montantes de l'architecture d'intérieur qui, loin de certains egos démesurés du métier, pratiquent la gentillesse avec nature.

**meetin** Vous semblez former un duo très complémentaire, comment votre collaboration a-t-elle commencée ?

**Marc Hertrich :** Nous avons tout d'abord été rapprochés par un ami commun qui trouvait surprenant que nous nous ne connaissions pas, mais nous venons d'univers très différents. J'ai un parcours classique, études d'ébénisterie puis l'école Boullée, Nicolas côtoyant pour sa part le milieu artistique mais côté finances chez la maison Larwin. De nature curieuse, il s'est très vite intéressé à mes projets et au travail élaboré avec mes collaborateurs. Puis le jour est venu où nous nous sommes dit, pourquoi nous ne travaillerons pas ensemble et l'aventure était lancée !

**meetin** Cette aventure date de quand ?

**Nicolas Adnet :** Cela doit faire 15 ans maintenant ! Pour moi cela a demandé de travailler ma sensibilité stylistique et de retourner sur les bancs de l'école. Ce métier, c'est apprendre à se remettre au boulot. Mais Marc et moi, nous avons une philosophie commune qui transpire de notre travail. À la base, nous aimons raconter une histoire.

**meetin** Quel est votre point d'ancrage pour justement raconter une histoire, dans un hôtel par exemple ?

**Marc Hertrich :** La majorité de nos projets tournent autour de ce qui touche au sommeil et à la table, donc l'hôtellerie, la restauration, et le bien-être avec les spas désormais. L'un des éléments déclencheurs est bien sûr la localisation du projet et l'histoire qui tourne autour de ce lieu, ensuite c'est la rencontre avec le client. Il nous faut apprendre les valeurs de la marque, apporter une cohérence pour générer des émotions aux clients de nos clients dans la décoration. Après cette histoire peut être orientée par rapport au projet.

**Nicolas Adnet :** Nous aimons développer le décalage et l'humour, mais c'est une histoire d'équilibre, de balance et de dosage. Nos points d'ancrage seront bien sûr l'esthétique, l'élégance, le luxe, le fonctionnel, la qualité des prestations, mais peut-être qu'à un moment on va se dire « tiens, parce que l'on est dans un endroit très sérieux, pourquoi ne pas faire une salle de réunion décalée et »





Marc Hertrich Nicolas Adnet

marrant. Inversement, dans des lieux de loisir, ça fait parfois du bien de créer une ambiance noire ou très dense.

**Marc Hertrich :** Si on aborde un hôtel business, nous sommes convaincus qu'il faut y apporter une dose de poésie, d'humour car la notion de bien-être est tout aussi importante. La destination « travail » n'implique pas l'austérité. Comme nous avons également la chance de travailler à l'international, il est très important pour nous de sublimer les valeurs locales en nous plaçant sur l'émotion. Nous faisons un très grand travail de recherches documentaires avant de dessiner quoi que ce soit. Nous aimons détourner les traditions d'une destination. Mais il nous arrive de verser dans le cliché et le premier degré, comme un clin d'œil.

**meetin** Justement, vous avez créé une salle de réunion pastel pour les Jardins de la Villa dans le XVII<sup>e</sup> à Paris, expliquez-nous.

**Nicolas Adnet :** C'est une petite salle pour 10 personnes, nous étions sur une thématique sur les saisons et nous voulions rendre hommage à Matisse. Ce qui est étonnant c'est qu'il y a des hommes d'affaires et des chefs d'entreprise qui ont découvert cet endroit qui adorent venir s'échapper là. Il faut savoir casser les codes.

**meetin** Et les spas, le bien-être...

**Nicolas Adnet :** Ça, c'est un sujet qu'on adore. C'est devenu une composante incontournable d'un hôtel de luxe ou d'un resort et pour nous, c'est très amusant. C'est un peu la boîte dans la boîte qui doit être la quintessence du lieu.

**meetin** Vous semblez prendre beaucoup de plaisir à collaborer

**Les endroits gourmands du duo**

On l'aura compris, Marc et Nicolas sont de fins gourmets. Ce qui ne les empêche pas de fréquenter assidûment l'Auberge Pyrénées Cévennes, rue de La Folle-Méricourt, un bouchon lyonnais où ils ne vont pas pour le décor mais car la carte est à tomber par terre au niveau du goût et le service haut en couleur et hilarant. Dans un autre répertoire, L'Instant d'Or, avenue George V, leur a procuré de vrais coups de foudre culinaires, ou encore le Plaza Athénée, dont ils gardent notamment en mémoire un goûter un dimanche après-midi qui s'est terminé à 20h, entretenu par le talent culinaire de Jérôme de Oliveira.

avec le Club Med. Racontez-nous votre histoire avec la marque.

**Nicolas Adnet :** Il y a dans l'ADN du Club Med cette volonté de lâcher prise, de créer une magie durant un séjour dans un village pour faire rêver les clients et leur faire retrouver leur âme d'enfant. Donc parfois nous poussons le trait et détournons les Arts décoratifs. Mais cette démarche vaut également sur des projets plus sérieux, nous sommes par exemple sur un projet de Sofitel à Casablanca et pour nous il était une évidence qu'il fallait mettre en synergie l'art de vivre à la française et l'art de vivre marocain et nous nous sommes amusés autour de cela.

**Marc Hertrich :** Il est vrai que nous avons eu une grande chance de rencontrer Henri Giscard d'Estaing en 2004 lorsqu'il a amorcé la montée en gamme du Club Med. C'est alors que nous avons participé au projet de la Plantation d'Albion à l'île Maurice, le premier 5 tridents au monde. Le commentaire immédiat du top management du groupe a été « Ils sont fous mais on y va ! ». Nous étions ravis évidemment. Depuis, il y a eu Cancin, Iztapa, ou plus récemment Valmorel.

**meetin** Qu'est-ce qui définit la « patte » Hertrich et Adnet ?

**Nicolas Adnet :** On se doit de traduire dans notre décoration des moments d'exception. Notre rôle est d'en créer le cadre, après ce sont les gens qui en sont les acteurs.

**Marc Hertrich :** Dans notre façon de faire je crois qu'il y a aussi notre revendication à travailler sur l'architecture d'intérieur ET la décoration. Il faut rendre les espaces exploitables et confortables, après la décoration vient se superposer et compléter. L'un ne va pas sans l'autre. Faire de l'architecture d'intérieur sans décoration, pour nous ça ne marche pas.

“ Pour faire de l'événementiel, il faut une sacrée dose d'humour, d'envie de la part du client et c'est là que ça peut devenir génial. ”

**meetin** À quel stade des projets vous implique-t-on pour que fonctionnalité du lieu et art de recevoir puissent s'épanouir ?

**Nicolas Adnet :** Aujourd'hui nous avons la chance d'intervenir de plus en plus en amont, voire dans la construction d'un bâtiment. Pour une réhabilitation, nous sommes impliqués immédiatement.

**meetin** Préférez-vous travailler sur des créations qui vont sortir de terre ou sur des réhabilitations ?

**Marc Hertrich :** Ce que nous aimons, c'est le changement des lieux et des clients. Bien sûr on adore le Club Med, on adore Accor qui sont deux gros clients mais cela nous fait du bien de travailler de temps en temps pour d'autres marques et des structures indépendantes.



Marc Hertrich Nicolas Adnet

**Nicolas Adnet :** Ce que l'on aime aussi dans notre métier c'est le challenge. Lorsque l'on nous confie la rénovation du Grand Hôtel de Cabourg, on se questionne sur comment aborder le sujet tout en respectant l'histoire de ce vénérable monsieur qui était à l'époque très contemporain et impertinent.

**Marc Hertrich :** Le Martinez à Cannes est un autre exemple, pas le même client du tout, une culture brand différente et à côté de ça on vient de livrer sur l'avenue George V un petit restaurant, un mouchoir de poche (L'Instant d'Or, NDLR) qui est un gastro délicat. C'est un autre langage mais notre patte reste la même, avec sa part de sensibilité. Il faut que le regard puisse continuer à se promener et à s'amuser.

**meetin** Qu'aimez-vous et à quoi êtes-vous vigilants quand vous voyagez ?

**Marc Hertrich :** Paradoxalement, lorsque l'on voyage le décor n'a pas forcément beaucoup d'importance. La première chose que l'on va demander c'est de bien manger ! (rires). On va également être très attaché à la qualité du service. Pour la chambre d'un hôtel, on va évidemment être sensible à la déco et à la vue mais également à des détails très pratiques comme la robinetterie ou aux interrupteurs. Dans notre travail, on checke tous les plans électriques et leur praticité. Plus on monte en gamme dans l'hôtellerie, plus il y a une tendance à faire des choses pratiques.

**Nicolas Adnet :** Aujourd'hui les clients ont besoin de connectique, cela doit être naturel et évident. Il faut trouver le bon dosage entre le fonctionnel et l'esthétique.

**meetin** Les destinations qui vous inspirent le plus ?

**Marc et Nicolas de concert :** Aucune en particulier, ce que l'on aime c'est découvrir. On a adoré Saint-Petersbourg, tout comme les Maldives ou le Vietnam dans un tout autre genre.

**Nicolas Adnet :** On se nourrit de la destination et de son histoire.

On découvre dans chaque pays des pistes à explorer pour notre travail, les coutumes, l'artisanat, les contes et légendes, etc. Il n'y a pas de destination ennuyeuse.

**meetin** Est-ce que cela vous arrive de travailler sur de l'éphémère et pour l'événementiel ?



Marc Hertrich Nicolas Adnet

**Marc Hertrich :** Beaucoup par le passé ! Nous avons eu une activité événementielle pour Syseca Thomson ou pour des banques privées à Genève. Aujourd'hui, si on nous fait une belle proposition, on l'accepte ! (rires). Faire une belle scénographie de spectacle ou de soirée, à partir du moment où il y a les moyens pour s'exprimer ou la possibilité pour nous d'être « barrés » ou de nous donner carte blanche, oui on ira. L'une des dernières grandes soirées assez folles que l'on ait organisée était à Genève. On avait fait tisser du tissu pour les toiles de tentes pour le cocktail à l'extérieur du musée de l'Ariana, on avait 12 000 roses, de la vaisselle Hermès et de la verrerie Baccarat. Saint-Laurent avait dessiné une robe pour la soirée... C'était extrêmement drôle et spectaculaire mais c'était à une autre époque...

**meetin** Comment votre métier peut-t-il être un vecteur de communication entre les gens ?

**Nicolas Adnet :** Nous ne pouvons pas créer du lien immédiatement, c'est de l'humain et cela ne dépend pas de nous. Notre rôle est de privilégier et créer les conditions d'une rencontre humaine.

**Marc Hertrich :** ...Et un langage qu'on adapte au lieu. Mais si notre architecture était trop droite, blanche, pure, il est certain que la réaction des clients ne serait pas la même. Il faut écrire un scénario car un lieu évolue en fonction de moment de la journée. Faire qu'une console de pause de réunion soit surprenante et devienne une œuvre d'art et une chose qui va interpeller, faire parler, mettre les gens dans des conditions favorables pour discuter, faire des affaires, etc.

**meetin** Qu'est-ce que le luxe selon vous ?

**Marc Hertrich :** Ça reste dans l'architecture un grand classique, à savoir l'espace, et tout de suite après la qualité de service et le confort. On peut avoir des établissements « Whoaou effect » mais pas confortables. Quand le design prime sur le confort, nous ne sommes plus dans notre métier.

**Nicolas Adnet :** Le luxe, c'est aussi le lâcher prise et l'occasion de pouvoir se détendre. Et c'est de pouvoir vivre des moments d'exception, dans tous les sens du terme.

Retrouvez le making-of de l'interview sur [www.meet-in.fr](http://www.meet-in.fr)