



Visite design Par Chloé Labiche

Hype populaire

Le temps où les lieux branchés se cantonnaient aux quartiers chics et autres triangles d'or est révolu. Les hôtels design investissent aussi les quartiers populaires, pour des raisons économiques... mais pas seulement. *Stuff* a déniché pour vous quelques bonnes adresses pour découvrir Paris, le vrai.

MAMA SHELTER

En plein cœur du XX^e arrondissement de Paris, un repaire branché ancré dans son quartier.

Il est des endroits qui se méritent. Le Mama Shelter, littéralement « l'abri de maman », en fait partie. Cet hôtel niché rue de Bagnolet dans le XX^e arrondissement de Paris, à l'est du cimetière du Père Lachaise, est loin de toute station de métro, cerné de rues en pente et affiche une façade des plus discrètes. Et pourtant, l'endroit connaît depuis son ouverture en septembre 2008 un vrai succès. Serge Trigano, Cyril Auizerate et Philippe Starck sont à l'origine de l'histoire. Le concept ? Démocratiser l'hôtellerie design, en proposant des chambres à partir de 75 €. Toutes équipées d'une kitchenette, d'Apple iMac 24 pouces câblés et d'un accès Wi-Fi gratuit et illimité. Sans oublier une décoration signée Starck partout dans l'hôtel. Et il faut avouer que le lieu a du chien.

En hommage à l'ancienne identité du lieu – un hangar criblé de graffitis –, les plafonds arborent des inscriptions et dessins à la craie et l'ambiance fleurit bon le matériau brut. Au rez-de-chaussée, le restaurant propose des plats imaginés par Alain Sederens et réalisés par le chef Yann Tanneau,



// Chez Mama, les pizzas commencent à 3 euros. Une politique tarifaire imbattable //

à déguster bien calé dans d'épais canapés ou sur les chaises dépareillées. Rien d'excessif du côté de l'addition mais malgré tout, l'engouement pour le Mama Shelter lui vaut une clientèle branchée à souhait. Pour éviter de se couper de sa vocation « populaire » et de sa clientèle de quartier, Mama Shelter vient de lancer sa pizzeria. Avec une politique tarifaire imbattable, puisque les pizzas coûtent entre 3 et 8 €. À déguster de midi jusqu'à une heure du matin, sur la grande table d'hôtes, à côté du baby-foot XXL. Et quand les beaux jours pointent le bout de leur nez l'Éden est résolument à l'est, et plus particulièrement au 7^e étage du Mama, sur sa terrasse où l'on peut s'adonner aux plaisirs du barbecue. Bonne nouvelle pour ceux qui n'habitent pas Paris : deux autres Mama vont voir le jour, l'un l'année prochaine à Marseille et l'autre un an plus tard à Lyon.

FICHE D'IDENTITÉ



Nom : Mama Shelter
Adresse : 109, rue de Bagnolet, 75 020 Paris
Tél. : 01 43 48 48 48
Prix : À partir de 75 € la chambre
Bonus : Bar, restaurant, pizzeria, terrasse

4 QUESTIONS À CYRIL AOUIZERATE COFONDATEUR DE MAMA SHELTER ET PHILOSOPHE SPÉCIALISTE DES QUESTIONS D'URBANISME

Comment est né Mama Shelter ?

En 2001, un ami m'a présenté à Serge Trigano lors d'un dîner. Je venais de projets urbains assez complexes, des friches industrielles et des projets à revitaliser. Serge, lui, des resorts via le Club Med. Le contact est bien passé, et nous avons décidé de réfléchir à de l'hôtellerie urbaine. J'avais déjà le site en tête depuis longtemps, un vieux garage plein de graffitis sur la rue de Bagnolet. Il y avait quelque chose de très typique avec le village Saint-Blaise et l'église de Charonne à côté.

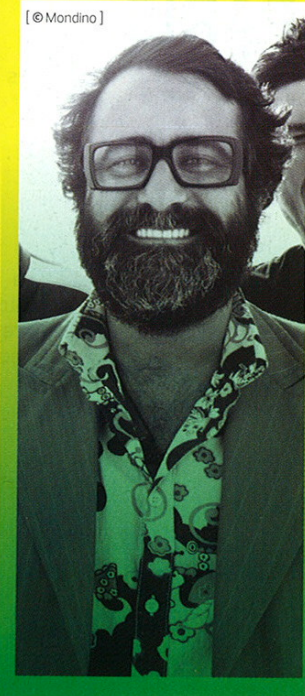
classicisme dans la manière dont les banquiers pensent l'hôtellerie qu'on était au rouge sur tous les sujets : le site, le quartier, notre choix de faire des grosses parties communes alors qu'aujourd'hui l'hôtellerie industrielle va plutôt dans le sens inverse. Pour donner un exemple, tous les experts prévoient 20 ou 30 repas par jour, nous en servons 300. C'est aussi le charme d'une aventure d'entreprise.

Quel était le concept de départ ?

C'était avant la crise. L'idée était de créer un lieu dans Paris un peu excentré pour arriver à un prix moyen plus bas que ceux des autres « design hôtels ». Nous voulions tourner autour de 100 € la chambre. Il y a un gros paradoxe à Paris entre le prix des chambres et ce qu'on a en retour. On est souvent déçus par la qualité et le service. Nous voulions aller à l'inverse. D'où le choix de Starck. Nous savions qu'il était capable de rentrer dans des logiques de prix bas en terme de construction et de décoration.

Après plus d'un an d'ouverture, comment se passe l'intégration dans le quartier ?

Cela a dynamisé le quartier. Dans le personnel, il y a environ 30 % de gens qui sont du XX^e. On a créé une centaine d'emplois. Après, on ne se pose pas en donneurs de leçons, on ne fait pas du social. Nous avons juste participé à faire mieux connaître cet arrondissement. Nous cherchons au maximum à mixer les gens, nous ne sommes pas dans un lieu design où on est jugé selon sa tenue vestimentaire. On vient d'ouvrir une pizzeria où on sert des pizzas à partir de 3 €. Nous ne voulons pas être esclaves d'un prix et d'un type de public. Notre réflexion est même économique : notre clientèle dans les années à venir doit être du coin. Certes, les gens viennent encore découvrir ce lieu. Mais une fois que l'on aura épuisé cette curiosité, notre vraie clientèle sera celle de XX^e arrondissement, soit environ 300 000 habitants ! C'est un métier de détail, il faut être attentif à ne pas se faire déposséder du projet et à rester dans une vraie logique de mixité.



[© Mondino]

On a appelé Starck qui avait déjà identifié le lieu et qui était partant. Puis cela a été le parcours du combattant, nous avons mis 7 ans à y arriver.

Quelles difficultés avez-vous rencontrées ?

Nous avions l'obligation de faire un projet public et privé. Et donc de réaliser le Mama Shelter, une médiathèque, car la ville voulait faire un équipement culturel sur ce site, et des logements à loyer modéré. Il a fallu mettre tout cela en musique et convaincre les investisseurs. Nous sommes dans un pays où il y a un tel

