

# Forbes

## Interview Avec Les Fondateurs Des Maisons Pariente *3 mai 2019*



**Katya Pellegrino**

Editrice et Fondatrice de *Luxe-magazine.com*, le magazine digital dédié au Luxe et à l'Art de Vivre depuis 2004, disponible en français, anglais et chinois.



**Dans les Maisons Pariente, je demande le fondateur : Patrick Pariente ! Le nom résonne t'il en vous ? Souvenez-vous : Naf Naf et l'emblème du petit cochon dans les années 80.**

**Cette marque, née en 1973 par deux frères, Patrick et Gérard Pariente, connaîtra un succès incroyable avec ses combinaisons en toile à peindre (3 millions de vente) et le « Grand méchant Look » !**

**Pour la petite histoire, le nom de Naf Naf fait référence au conte « les Trois petits cochons ». C'est ainsi que Gérard appelait son frère !**

**Rencontre avec Katya Pellegrino**

Dans les années 90, la marque change sa stratégie et aborde un prêt-à-porter plus sage et plus classique. Enfin en 2006, Vivarte rachète la marque. Les frères Pariente se tournent alors vers l'immobilier et en 2013 investissent avec Xavier Niel, (l'opérateur de Free). Ils construisent un hôtel à Courchevel baptisé « L'Apogée » qui sera géré par un groupe reconnu dans l'hôtellerie de luxe "Oetker Collection". C'est le début de l'aventure des Maisons Pariente en famille !

## Comment est né l'Apogée ?



Maisons Pariente Team © Andreas B. Krueger

## Votre envie fut de créer une collection d'hôtels ?



L'Apogée

Non au départ, ce fut un simple coup de cœur ! Mais avec le rachat de Lou Pinet, c'est devenu une évidence. 3 hôtels créent une synergie !

### **Comment vous différenciez-vous des autres collections ? Quel est le concept des Maisons Pariente ?**

Nos axes : c'est l'esprit de famille, la générosité et surprendre nos clients. Nos hôtels, comme nos Maisons privées, associent des espaces généreux, un design chic, une intimité préservée, un service attentif mais discret, pour que nos clients puissent se ressourcer comme chez eux, mais dans des environnements d'exception. Et surtout, nos propriétés répondent à l'envie que nous avons de recevoir autrement, comme à la maison, d'imaginer une histoire toujours unique sur des sites emblématiques. Notre concept se rapporte également à des valeurs personnelles... Nous sommes en effet une grande famille et coutumiers des maisons de vacances, des grandes tablées ! Nous avons toujours aimé partager. La famille est notre ADN. Et nous étendons volontiers cette "famille" à nos employés et à nos hôtes. D'où cette convivialité que nos clients ont plaisir à retrouver durant leurs différents séjours.

### **Comment la famille Pariente est-elle venue à l'hôtellerie ?**



Patrick Pariente © Andreas B. Krueger

J'ai d'abord fondé Naf Naf en 1973, répond Patrick Pariente. Vingt ans plus tard, l'entreprise est entrée en bourse sur le Second Marché et a racheté Chevignon. Cette grande aventure fashion s'est terminée en 2007, avec la vente du groupe Naf Naf au groupe Vivarte. Je me suis ensuite réorienté alors sur l'immobilier d'abord, puis ai créé avec mes deux filles, Leslie et Kimberley, Maisons Pariente, une marque dédiée à l'hôtellerie de luxe. Raison pour laquelle nous concevons nos hôtels comme nous concevons nos vêtements, en faisant du sur-mesure.

## Dans la famille Pariente, qui fait quoi ?



Kimberley Pariente, Patrick Pariente, Leslie Kouhana Pariente

**Leslie** prend en charge le développement des projets immobiliers et hôteliers depuis 15 ans, dans la structure familiale. Pour chacun d'eux, elle structure et manage les équipes, coordonne les intervenants et sélectionne les talents qui sauront raconter l'histoire que notre famille a imaginée autour d'un lieu "coup de coeur". **Kimberley** elle, se concentre sur l'identité des projets hôteliers, sur leur positionnement marketing, leur promotion et leur sourcing. Rien ne la passionne davantage que d'imaginer l'atmosphère d'un établissement, des arts de la table à la signature olfactive, en passant par le choix des amenities en chambre et d'attentions particulières... Comme la bouillotte à Méribel, la bouteille de vin à Crillon ou encore les cakes au nom des enfants. Elle aime travailler main dans la main avec les décorateurs. Quant à **Patrick**, il s'occupe du développement, toujours en quête de produits singuliers, à fort potentiel.

### Pourquoi avoir fait le choix du groupe Oetcker pour gérer l'Apogée ?

Nous avons retrouvé les mêmes valeurs familiales ainsi que le savoir-faire.

### Y a-t-il un projet en devenir dont vous pourriez nous parler ?

Oui ! Nous avons acquis dernièrement un petit hôtel à Paris, dans le Marais, ainsi que l'immeuble adjacent pour pouvoir créer un établissement de 64 chambres et ouvrir un grand restaurant. Un beau 5 étoiles en perspective...

## En quoi travailler en famille facilite les choses ?



LouPinet-Vue-Générale

En se connaissant bien et en étant peu nombreux, nous trouvons aisément des consensus. Ce qui nous permet aussi de nous atteler à des dossiers compliqués, qui demandent du temps, contrairement à de gros groupes hôteliers et de nous appliquer dans la réalisation de nos projets : À Méribel, nous avons utilisé un drone pour filmer le terrain sous tous ses angles et ainsi pouvoir décider de l'exacte situation des chambres afin d'optimiser la vue dont pourront profiter nos clients.

**Frédéric Picard, vous avez rejoint Maisons Pariente en qualité de Directeur Général. Quel est pour vous le challenge à relever ?**



Frédéric Picard © Andreas B. Krueger

Réussir à surprendre nos clients ! En matière d'accueil par exemple. À leur arrivée, il n'y aura pas de présentation à l'enregistrement, ils n'auront plus à présenter ni leur passeport, ni leur carte de crédit. Ce travail de collecte des informations se fera désormais en amont. C'est du bon sens ! Nous devons absolument nous mettre à la place de nos clients si nous voulons enclencher les bonnes actions. Les directeurs d'établissements doivent nouer directement le contact avec eux, créer une relation de confiance et les accueillir personnellement.

Nous souhaitons aussi que nos directeurs d'établissements accueillent personnellement chaque client, qu'ils nouent avec eux une relation de confiance. Nous souhaitons aussi que nos directeurs d'établissements accueillent personnellement chaque client, qu'ils nouent avec eux une relation de confiance. De fait, nos clients pourront rappeler directement nos directeurs pour réserver leur prochain séjour. Vous savez, on peut posséder toute la technologie possible et inimaginable, mais sans l'anticipation, sans la générosité, sans l'attention au détail, ça ne sert à rien. J'ajouterai enfin que surprendre nos clients, c'est aussi réinventer nos adresses, comme par exemple ajouter une terrasse comme nous l'avons fait à L'Apogée, créer une salle de billard, un potager...

## **Puisque vous parlez de potager, qu'en est-il de la restauration ?**



Hôtel Lou Pinet

Crillon le Brave est une destination régionale, auquel cas nous avons fait le choix d'une cuisine de terroir de qualité. Nous avons recruté pour cela le chef Julien Marceau dans le but de décrocher une étoile. Pour ce qui est de L'Apogée, nous avons dorénavant en plus du restaurant français, un restaurant japonais "Koori" devenu aujourd'hui une table incontournable de Courchevel. Pour Le Coucou à Méribel et le Lou Pinet à Saint-Tropez, nous avons retenu le concept du "Beef bar", créé par Riccardo Giraudi. Installé à Monaco, ce dernier s'est spécialisé dans la viande d'exception. Mais bien entendu, nous avons pensé également à une offre végétarienne, ainsi qu'à un restaurant italien. Nul doute en tout cas que le Beef bar de Méribel, situé au pied des pistes, remporte un grand succès !



Beef bar © Adrien Daste

**Concernant la partie bien-être, dites-nous en plus Kimberley ?**



Hôtel Le Coucou

C'est encore ici, les destinations qui nous inspirent. Pour le spa de Saint-Tropez, nous avons pensé en l'occurrence à une large gamme de soins visage. Des soins réparateurs à base de plantes pour nourrir la peau après une journée de soleil ou encore pour la sublimer avant de sortir en soirée.

### **Avez-vous des projets à l'international ?**

Bien sûr, nous y songeons mais nous sommes un groupe jeune. Comme nous souhaitons conserver notre structure familiale, nous nous tournons vers des opportunités qui restent à dimension humaine.

### **Quelle est votre vision de l'hôtellerie de luxe dans 10 ans ?**

Aucune chambre je pense, ne sera identique.

### **Et la place de la robotique ?**

Nous n'imaginons pas la robotique supplanter la qualité de service, la relation humaine. Pas dans un 5 étoiles en tout cas. Nous préférons toujours que nos clients décrochent leur téléphone pour nous questionner ou nous commander quelque chose. Rien ne remplacera une voix chaleureuse, une personne qui connaît parfaitement vos goûts. Ça fait partie de la générosité de Maisons Pariente.

### **Pouvons-nous connaître le prix de la nuitée dans chacune de vos propriétés ?**



Crillon Le Brave Hotel ®Yann Deret

À Crillon le Brave, cela va de 350 à 1600 euros. Cela varie évidemment en fonction des catégories de chambres et de la saison. Au Lou Pinet, nous allons de 430 à 2600 euros pour la grande suite. Au Coucou de Méribel, de 610 à 9500 euros pour le chalet de 4 chambres.

Par **Katya PELLEGRINO**

[www.maisonspariente.com](http://www.maisonspariente.com)

Concernant Lou Pinet, les 3D ont été réalisés par l'architecte décorateur Charles Zana