



LE ROYAL MONCEAU RAFFLES PARIS INVENTE LE MÉTIER D'ART CONCIERGE

Le Royal Monceau Raffles Paris a mis l'art au cœur de son positionnement. D'abord, en organisant un happening, la Demolition Party, pour marquer le lancement des grands travaux de rénovation de l'hôtel, en 2008. Ensuite, en créant un Art District (galerie d'art, collection privée...) au cœur du palace. Enfin, en créant un poste d'art concierge, dont la mission est de conseiller les clients de l'hôtel sur tout ce qui touche à l'art à Paris (de la visite de galeries à la sélection d'une œuvre, en passant par les visites guidées de musées).



Le Royal Monceau Raffles Paris a rouvert ses portes, le 18 octobre 2010, après presque trois ans de travaux de rénovation. L'hôtel datant de la fin des années 1920 commençait à perdre de sa

superbe. L'hôtel a entièrement été refait sous l'égide du designer français Philippe Starck, qui s'est vu offrir carte blanche par l'entrepreneur Alexandre Allard, alors propriétaire de l'hôtel.

Lui-même collectionneur, Alexandre Allard a été à l'initiative du projet Art-District du Royal Monceau, qui met l'art au cœur de

JULIE EUGÈNE

Art concierge
 Le Royal Monceau
 Raffles Paris

< julie.eugene@raffles.com >



l'ADN de l'hôtel. Il a trouvé dans les fonds souverains du Qatar les moyens de mettre en œuvre ce projet ambitieux. En effet, il est maintenant bien connu du monde de l'art international que la famille royale du Qatar compte parmi ses membres de grands collectionneurs et soutiens de la création artistique. C'est donc avec le soutien de ses nouveaux propriétaires que le Royal Monceau engagea les travaux.

HISTOIRE PARTICULIÈRE. Philippe Starck, outre le design, a ainsi conçu le premier hôtel de luxe au monde entièrement consacré à l'art contemporain, à la fois chic et décalé, palace international et parisien. Le projet Art District s'inscrit dans la continuité de l'histoire particulière du Royal Monceau qui fut, dès son ouverture en 1928, très fréquenté par les artistes et personnalités de l'époque. Nous pouvons ainsi citer Mistinguett, Maurice Chevalier, Joséphine Baker ou encore Ernest Hemingway. La crise de 1929 impacta peu l'activité de l'hôtel. Durant la Seconde Guerre mondiale, cependant, le Royal Monceau fut réquisitionné par l'armée allemande. Dès la Libération, la petite histoire du Royal Monceau entra dans la grande Histoire, puisqu'il fut l'hôte des Forces alliées et du général Eisenhower puis, en 1948, le lieu des négociations entre Golda Meir et David Ben Gourion pour la signature de l'acte de création de l'État d'Israël.

La vie reprit ensuite son cours et le Royal Monceau redevint un lieu de rencontre pour les artistes. Après Joseph Kessel, Walt Disney... suivirent des artistes comme James Brown, Mickael Jackson, Robert De Niro ou Lou Reed. Impossible de ne pas citer Michel Polnareff, qui séjourna 800 jours au Royal Monceau, de 1989 à 1992, et y composa son album *Kâmâ Sutrâ*, dont l'un des titres, "Goodbye Marylou", fut inspiré par Marie-Louise, une des standardistes de l'hôtel. En 1990, Madonna y tourna, sous la direction du photographe français Jean-Baptiste Mondino, le clip vidéo très controversé du single *Justify my Love*. Enfin, nous citerons Ray Charles à qui une suite est consacrée : les clients y trouvent un piano et des photographies du chanteur

dans l'ancien Royal Monceau, prises par sa compagne de l'époque, Arlette Kotchounian. Ces photographies font d'ailleurs partie de la collection de l'hôtel.

COLLECTION PRIVÉE. En effet, afin de compléter le design de Philippe Starck, l'hôtel s'est doté d'une collection d'œuvres d'art sélectionnées par Hervé Mikaeloff, expert en art contemporain, commissaire d'exposition et conseiller artistique (notamment pour Bernard Arnault). Cette collection contient une sélection de photographies et des œuvres d'art créées spécialement pour les espaces publics de l'hôtel. Parmi les artistes invités, on peut citer Stéphane Calais, Nikolay Polissky, Simon Chaput, Lucien Hervé ou encore Guy Le Querrec. De plus, des lieux au sein de l'hôtel ont été consacrés à l'art et pensés comme des lieux de rencontre pour les artistes, les Parisiens et la clientèle de l'hôtel. Ainsi, Le Royal Monceau a une librairie, la Librairie des Arts, une salle de cinéma de 99 places et une galerie d'art, l'Art District.

Afin de faire le lien entre l'art et les clients de l'hôtel, l'idée est alors venue de créer une fonction qui n'existe nulle part ailleurs, celle d'art concierge. Et c'est par un concours de circonstances que j'ai intégré le projet Art District, et que j'ai fait partie de l'équipe de création du poste d'art concierge.

En 2008, alors que je travaillais en tant qu'assistante pour des galeries d'art, ces dernières ont été approchées par Hervé Mikaeloff et Philippe Starck dans leur recherche de jeunes artistes pour la collection du Royal Monceau. Ainsi qu'à l'occasion de la fameuse Demolition Party, réalisée le 26 juin 2008. Alexandre Allard eut en effet l'idée d'organiser une soirée sur le thème de la démolition pour marquer le lancement des grands travaux de rénovation de l'hôtel. Celle-ci se tint après la vente aux enchères de tout le mobilier du Royal Monceau par M^r Pierre Cornette de Saint Cyr, entre le 19 et le 22 juin 2008.

Un artiste commun à deux galeries (la galerie Patricia Dorfmann et le Studio 55), dans lesquelles je travaillais, Zevs (récemment



exposé au château de Vincennes), fut sélectionné afin de réaliser une performance lors de cette soirée qui allait marquer un tournant pour l'hôtel. C'est ainsi que je mis les pieds pour la première fois au Royal Monceau et que je me suis imprégnée de l'atmosphère artistique du lieu avec les œuvres et installations éphémères de Xavier Veilhan, d'Arne Quinze, de Wang Du ou encore de Kirill Chelushkin.

POSTE À INVENTER. Deux années plus tard, en 2010, j'ai été contactée afin de participer à la création du poste d'art concierge. Ce poste était alors à inventer. Il consiste à conseiller les clients de l'hôtel en leur créant un programme culturel sur mesure ou en leur proposant une sélection exclusive de l'actualité culturelle et artistique parisienne : expositions, vernissages, concerts, visites d'ateliers d'artistes, activités pour les enfants, etc. L'art concierge propose également des visites personnalisées de la collection privée de l'hôtel, riche aujourd'hui de plus de 350 œuvres.

Les enjeux lors de la création de ce poste sont multiples :

- faire accepter ce nouveau service dans le monde de l'hôtellerie ;
- anticiper les demandes de la clientèle et prévoir les différents cas de figure qui pourront se présenter ;
- faire connaître ce nouveau service dans le milieu de l'art parisien afin que les artistes, les galeristes, les musées... acceptent de collaborer en participant au développement du catalogue de ce service ;
- faire connaître le service auprès de la clientèle et susciter les demandes ;
- identifier les clients susceptibles de faire appel à ce service.

Le poste d'art concierge étant unique et inédit à l'époque, les clients ne pouvaient en faire spontanément la demande : il était nécessaire de les informer de l'existence de ce service et de leur permettre d'y faire appel tout aussi naturellement qu'à un concierge classique.

COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE. Aussi, un travail de communication interne et externe fut réalisé. En interne, par la mise en place de

réunions d'information et de formations pour les employés, notamment les agents de réservation et les réceptionnistes qui sont les premiers contacts avec la clientèle ; en externe, auprès des professionnels, par la diffusion de communiqués à la presse, de lettres d'information aux agences de voyages, par des rencontres avec les acteurs du monde de l'art, et auprès de la clientèle par la création d'outils nouveaux.

Le premier lien avec le client se fait via une newsletter artistique présente dans toutes les suites et chambres de l'hôtel. Conçue comme un agenda hebdomadaire ou un menu, *Art For Breakfast* regroupe les recommandations de l'art concierge sur les sorties culturelles à voir et à faire (exposition dans une galerie ou un musée, ballets, concerts de jazz...). Le contenu de cette newsletter se veut éclectique afin que chaque résident y trouve une recommandation susceptible de lui convenir. Cet outil est également le moyen d'inviter le client à demander des sorties sur mesure en fonction de ses goûts. Il existe également une version numérique envoyée par e-mail à toute personne le souhaitant, ce qui permet de lier l'hôtel aux Parisiens et aux amateurs d'art de tout horizon.

EXPERTISE. Avec l'ouverture et l'arrivée des clients, un écueil qui n'avait pas été anticipé s'est présenté : selon les connaissances en art des clients et leur pays d'origine, les terminologies employées pour nommer un mouvement artistique, une période ou un style ne sont pas les mêmes. En effet, la frontière est mince entre art moderne et art contemporain et, si les historiens de l'art ne sont pas unanimes sur la définition de ces mouvements, sur les artistes et dates qui font passer de l'un à l'autre, les clients quant à eux ont tendance à les confondre totalement. Il faut donc poser les bonnes questions et faire preuve de finesse afin de ne pas donner l'impression au client qu'il manque de connaissances.

Le poste d'art concierge demande une véritable expertise dans le domaine de l'art contemporain : des connaissances en histoire de l'art,



mais également un réseau développé de contacts afin de pouvoir répondre le plus rapidement possible aux demandes les plus diverses, tout en étant garant de la qualité du service proposé. Aussi, il est nécessaire de se maintenir en permanence informé de l'actualité culturelle et de l'évolution du marché de l'art.

J'ai pour ma part fait des études universitaires en arts plastiques (histoire et esthétique de l'art contemporain, spécialité photographie et nouveaux médias). Ce parcours universitaire, mon expérience dans plusieurs galeries d'art parisiennes et un bref passage dans la section luxe de l'agence de publicité Euro RSCG m'ont permis de développer une connaissance de l'art, du réseau des galeries et musées, ainsi qu'une vision sur l'univers du luxe me rendant à même de proposer des expériences hors du commun à notre clientèle. Ainsi, en tant qu'art concierge, outre faire des recommandations sur mesure, il m'arrive de :

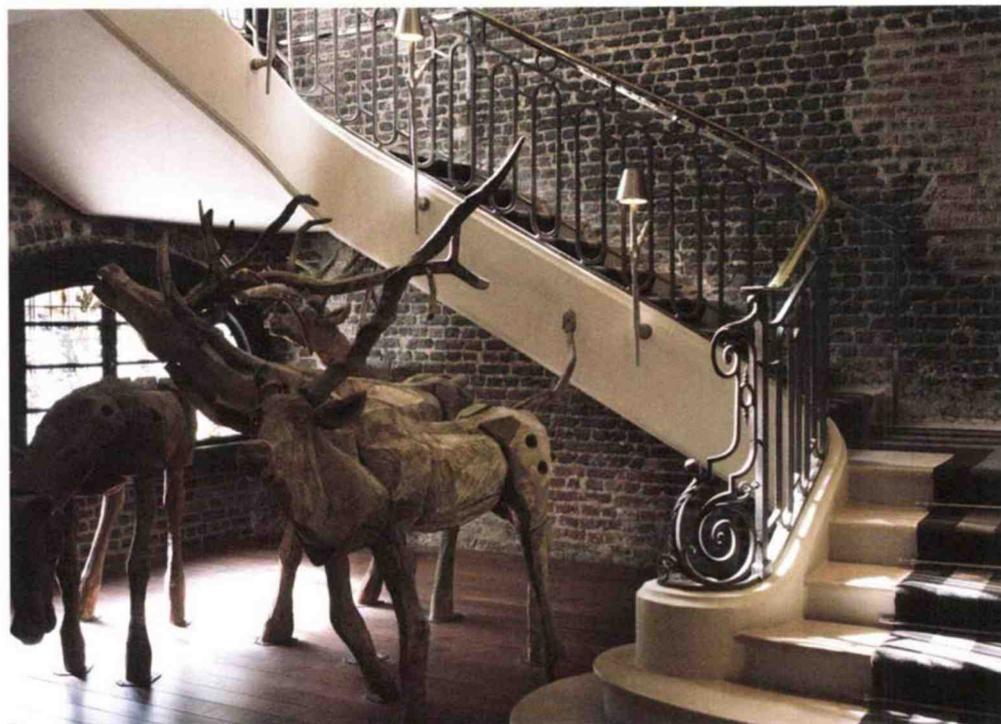
- aider à l'acquisition d'œuvres d'art ;
- jouer le rôle de médiateur artistique dans la collection de l'hôtel et les expositions de

l'Art District ;

- guider les clients dans des expositions hors de l'hôtel ;
- organiser des visites privées (d'un musée - Le Louvre, Le Grand Palais ou le musée Picasso -, des appartements de Coco Chanel ou d'un atelier d'artiste).



Le Royal Monceau s'est positionné en tant que précurseur dans le domaine de l'art. Sept ans après son invention, la fonction d'art concierge est désormais reprise par d'autres : des conciergeries privées, des institutions muséales (le Palais de Tokyo), des hôtels (le Drawing hotel, récemment ouvert) ou de nouvelles entreprises (Barter) proposent ce service. Le groupe Raffles dont dépend l'hôtel a également commencé à développer le concept dans d'autres hôtels du groupe. Mais Le Royal Monceau reste le seul palace au monde à proposer une conciergerie d'art véritablement spécialisée en art contemporain, avec services diversifiés et de véritables lieux consacrés à l'art au sein même de l'hôtel. ■



Le Royal Monceau
Raffles Paris
Cerfs,
sculpture de
Nicolas Polinsky