

L'après-Covid lui est radieux

L'essor irrésistible d'Experimental Group

L'épidémie de Covid-19 et les mesures drastiques prises en ordre dispersé par des gouvernements souvent dépassés ont été fatales à nombre de cafés, de restaurants et d'hôtels. Les conséquences désastreuses des fermetures, des masques et des codes QR n'ont pas encore cessé. Pourtant, un groupe créé il y a moins de vingt ans par un groupe de copains montpelliérains a non seulement survécu, mais continué à se développer, à l'échelle internationale. Rencontre avec Romée de Goriainoff, l'un des fondateurs de l'Experimental Group.

Pour les lecteurs du Journal de l'Immobilier, l'Experimental Group n'est pas un inconnu*. Créé en 2007 par trois amis d'enfance, Olivier Bon, Pierre-Charles Cros et Romée de Goriainoff, rejoints ensuite par Xavier Padovani, cette chaîne de bars, restaurants et hôtels sort clairement du lot. Sa vision: offrir la meilleure expérience d'hospitalité à une clientèle toujours plus exigeante. Après avoir réintroduit et développé la culture du cocktail à Paris, l'Experimental Group a ouvert trois autres bars à Londres, Venise et Verbier; «Stereo», un restaurant-club de musique live à Londres; trois bars à vin «Compagnie des Vins Surnaturels» à Paris, Londres et New York, ainsi que l'emblématique club de plage d'Ibiza, «Experimental Beach» et plus récemment «Bijou Plage» à Cannes. Aujourd'hui, le projet phare de l'Experimental Group est sa collection de dix hôtels à Londres, dans les Cotswolds (Royaume-Uni), à Biarritz, Paris,

Ibiza, Minorque et Venise. Chaque établissement offre quelque chose d'unique, qu'il s'agisse d'un bar, d'un restaurant ou d'un spa. Le groupe n'hésite pas non plus à fermer ou à céder un établissement si la réponse du public n'est pas ou plus là.

- Beaucoup d'hôteliers et de restaurateurs ont souffert ou succombé à cause de la pandémie. Comment avez-vous fait pour prospérer au contraire?

- Nous avons vu la situation comme un problème, mais aussi et surtout comme une opportunité. Après avoir bénéficié, comme la plupart des exploitants, des aides gouvernementales, nous avons imaginé des structures différentes et saisi l'occasion de lever des fonds importants auprès d'investisseurs, en visant l'après-Covid. Nous avons notamment scindé propriété immobilière et gestion hôtelière. Attentifs aux mesures sanitaires prises dans les diffé-



EXPERIMENTAL GROUP

Romée de Goriainoff.

rents pays, il nous a été possible de miser sur la Suisse. En ouvrant - avec certaines précautions - ses stations au moment où les Français décidaient l'inverse, elle nous a permis de nous retrouver à la fin de la pandémie en très bonne forme pour la renaissance de ce «lifestyle» qui est notre marque de fabrique, notre raison d'être et non un concept inventé par un publicitaire pour placer son produit. Chez nous, cela sonne vrai; nos hôtels sont des lieux de vie.

- Cela n'a pas dû être si facile...

- Nous avons eu de la chance, celle d'être là où il le fallait au moment où il le fallait. Nous maîtrisons aussi assez bien l'ingénierie financière nécessaire à grossir intelligemment, sans que les fonds empruntés deviennent

GROS PLAN

Les trois mots fétiches du groupe

Le premier est le style. Les fondateurs d'Experimental Group insistent sur le fait que le style n'est pas une tendance, un objet, une sorte de couleur à la mode. C'est un principe actif, une façon d'être au monde, une sensibilité et une attitude transcendant le temps. L'idée est de la partager avec les hôtes.

Le second est l'expertise, qui allie expérience, passion, engagement et travail. Elle aussi, la clientèle doit la ressentir et savoir que derrière le décor élégant et l'ambiance chaleureuse, il y a un travail d'exploration, un trésor de compétences et d'engagement.

Le troisième est la prise de risque assumée. Les fondateurs d'Experimental Group sont avant tout des entrepreneurs, qui savent miser sur leurs convictions, faire preuve de flexibilité, d'innovation, d'adaptation, d'écoute, pour apprendre toujours mieux leur métier, plutôt inédit: celui de faire vivre une expérience exceptionnelle à leurs hôtes.



EXPERIMENTAL GROUP

Hôtel Regina à Biarritz: l'une des pépites du groupe.

une charge, mais restent un outil. Dès le début, mes associés et moi avons «senti» le marché et la plupart du temps, nous avons visé juste. Près des trois quarts de nos clients

d'hôtel sont des hommes et des femmes d'affaires, qui ne veulent pas des dortoirs même luxueux, mais des extensions de leur foyer, de leur mode de vie.

- La clientèle suisse répond-elle de la même manière que les autres?

- C'est une super-clientsèle! On estime qu'à Verbier, un quart de nos hôtes sont valaisans et probablement que les Suisses, ainsi que les Anglo-Saxons «de haut de gamme» forment la moitié de la clientèle. J'ai cru remarquer qu'en Valais, on aimait bien boire et bien manger... Les Suisses, quand ils sont satisfaits, sont très fidèles.

- Quels sont vos projets à moyen terme?

- Un troisième bar à Londres, un cinq-étoiles à Paris et un autre à Rome, des perspectives au Portugal et aux Etats-Unis. ■

**PROPOS RECUEILLIS
PAR VINCENT NAVILLE**

* Voir Le Journal de l'Immobilier N° 17 du 26 janvier 2022, et N° 85 du 12 juillet 2023, disponibles sur www.jim.media

→ Rencontres La Foncière 2024

La Suisse: Esquisses d'avenir

06 juin — Zurich

11 juin — Lausanne

