

Jacques Letertre donne vie au concept d'hôtels littéraires en France. Son premier établissement fut le Swann, dans le huitième arrondissement de Paris.

Image: Icd



Hôtel à la recherche du temps perdu

En France, Jacques Letertre, bibliophile et hôtelier, a transformé trois hôtels commercialisés par Best Western en antre littéraire. Un amour sincère et rentable.

ALEXANDRE CALDARA

Tout commence par hasard, par la découverte à Clermont Ferrand, dans une ville à la peau calcinée de volcan, de l'hôtel littéraire Alexandre Vialatte. Dédier un quatre-étoiles de 62 chambres collaborant avec la marque Best Western Plus à un auteur qui se définissait lui-même comme notamment méconnu peut sembler un pari osé. Mais les doutes se dissipent vite. Après une nuit passée dans la chambre de Monsieur Panado: «Une sorte d'obèse léger, qui poussait trois sortes de cris dans les roseaux de marécage.» Un coup d'œil sur la terrasse panoramique; une lecture fiévreuse du «Dire étonnant des astrolo-

gues» après avoir frôlé une bouteille de rhum volante au Café de l'Hôtel de ville; enfin une journée débutée par un petit déjeuner servi de façon très agréable avant l'aube. On constate que l'expérience de l'hôtel littéraire fut un délice et donne la furieuse envie d'en savoir plus en compagnie de Jacques Letertre, bibliophile, collectionneur, propriétaire exploitant de douze établissements en France. Il se dit bien décidé à tous les transformer en hôtels littéraires. Les deux prochaines ouvertures se dérouleront à Paris autour des figures de Marcel Aymé et de Guillaume Apollinaire. Au téléphone, l'homme nous fait écouter la rumeur des vagues et se révèle intarissable: «J'ai ouvert le Swann

en 2013 dans le huitième arrondissement où Marcel Proust avait ses repères, nous avons le choix parmi les 150 personnages de La Recherche pour nommer nos 82 chambres. Le storytelling ne m'intéresse pas, je veux transmettre une connaissance profonde de l'œuvre, afin que mes clients baignent dans une atmosphère proustienne.»

L'hôtelier veut partager: «La volupté d'un livre qui peut se comprendre à travers des coquilles dans une édition originale ou l'odeur de son cuir.» Bibliothèques comprenant poches et manuscrits guident le visiteur, des citations ornent les têtes de lits. Le concept de l'hôtel littéraire semble aujourd'hui coulé de l'encrier. Tout tourne autour d'une petite équipe performante. Une conseillère artistique, un aquarelliste, une traductrice, un responsable de réseaux sociaux qui s'occupent de rédiger un livret pour chaque établissement et réfléchissent à la décoration autour de l'univers de l'auteur. Ils demandent aux employés de l'hôtel de bien connaître

leur livret, ne peuvent pas exiger de tous une maîtrise totale de l'œuvre. Jacques Letertre admet ne pas craindre la difficulté en s'attaquant d'emblée à Proust, auteur de La Recherche, un seul livre de 2700 pages. «Je l'ai lu pour la première fois à 14 ans et l'ai relu trois fois, ma fille se nomme Oriane, il fallait que ce soit un auteur que je ressens au fond de moi pour attirer la curiosité du 95% de notre clientèle qui n'a pas ouvert ses livres.» Il considère qu'un touriste russe ou japonais qui déambule parmi des bâtiments haussmanniens peut avoir envie d'entrer dans l'univers d'un écrivain: «Qui incarne la souveraine élégance de 1900 et qui décrit une Europe qui va disparaître avant la Première Guerre. Quand les touristes passent devant le Café Flore, on peine à leur dire que ces écrivains sont morts.» Et pour les 5% de lecteurs idolâtres de la Marcel Proust Gessellschaft aux blogueurs spécialisés indiens, il édite une carte de Paris répertoriant 65 lieux majeurs de l'œuvre. Malgré la complexité présumée de Proust, il

considère l'aventure comme «un vrai succès avec 40% de plus de chiffre d'affaires» et de nombreux articles de presse. Alors qu'en vingt ans d'exploitation sans thématique, aucun média ne consacrait une ligne à son établissement. «On retient le client avec un élément culturel, il peut se nourrir de l'idée d'apprendre beaucoup en peu de temps.» Même si chacun des projets s'accompagne

aussi d'investissements puisque l'hôtel est entièrement rénové avant la reconversion. «Cela représente des démarches relativement lourdes pour un groupe familial qui doit continuer à générer du cash flow pendant la transition de l'hôtel.»

«Avec mes hôtels, j'espère faire naître une émotion directe»

A Rouen, sur la place du martyr de Jeanne d'Arc, se tient le Gustave Flaubert inspiré par l'expérience proustienne. «On leur trouve de nombreux points communs. Ils sont les deux issus d'une famille de grands médecins qui les considère comme des ratés, ont été incapable de fonder une famille, ont souffert de la mort de leur grand-mère.» Pourtant la figure de Flaubert semble plus aisée pour le grand public: «Son style fait moins peur, s'appuie davantage sur le quotidien. Pour moi, on a jamais si bien écrit en langue française.» A Clermont-Ferrand, Blaise Pascal peut paraître incontournable, mais Jacques Letertre bute devant son austérité: «Pour donner de la vie à 65 chambres, j'ai préféré un auteur qui me fait rire, Alexandre Vialatte, ses traductions qui respectent l'humour juif pragmatique de Kafka peuvent toucher une clientèle internationale, nous avons pu travailler étroitement sur le projet avec la famille Vialatte.» Si Jacques Letertre admire l'écriture de Louis-Ferdinand Céline, il sait qu'aucun de ses hôtels ne portera son nom: «Il attire trop de détestations.»

Malgré son enthousiasme, Jacques Letertre ne se berce pas d'illusions: «Je sais que je ne vais pas faire exploser les ventes des livres de Proust. Mais avec mes hôtels, j'espère faire naître une émotion directe, comme quand on prête un livre à quelqu'un et que cela le bouleverse.»

Dans la chambre 109 dédiée à Vinteuil, ce discret notable de Combray, on peut lire: «A la fin, elle s'éloigna, indicatrice, diligente, parmi les ramifications de son parfum, laissant sur le visage de Swann le reflet de son sourire.» Ou quand Marcel Proust dans le texte se mue en hospitalité hôtelière.

Un concept littéraire envisageable à l'échelle d'hôtels franchisés

Le conseil d'administration de Best Western a siégé à l'Hôtel Swann: «La démarche lui plaît, elle fait parler de la marque, de la même façon qu'une grande exposition de peinture attire l'attention touristique sur une ville», raconte Jacques Letertre.

Pour l'hôtelier indépendant, travailler avec Best Western se révèle intéressant: «Pour sa centrale de réservation qui fonctionne bien et sa centrale

d'achat. La marque fournit aussi un gage de sécurité à la clientèle internationale.» Il rit en constatant qu'il dispose d'un catalogue d'écrivains au potentiel fantastique pour son concept (Balzac, Stendhal, Maupassant, Chateaubriand), hélas plus grand que sa capacité d'investir et ses douze hôtels. Mais pense qu'il pourrait aussi songer à proposer son concept et ses collections à des hôtels franchisés. aca