
O

LES TENDANCES DE "L'OBS"



À LA
RENCONTRE
DES GRANDES
FAMILLES
(3/3)

▲ SERGE TRIGANO, PDG DU GROUPE TRIGANO,
AVEC SES DEUX FILS (JÉRÉMIE (À GAUCHE), DG DES
HÔTELS MAMA SHELTER, ET BENJAMIN (À DROITE),
FONDATEUR DE LA GALERIE M+B, À LOS ANGELES.

Le club Trigano

Des années Club Med au succès des hôtels branchés Mama Shelter, retour sur la saga de la famille Trigano, créatrice du lifestyle cool

Par DORANE VIGNANDO

Comme à leur habitude, rendez-vous est pris au « Mama » historique de la rue de Bagnolet, dans le popu 20^e arrondissement de Paris. Comme toujours, Serge père et Jérémie fils accueillent chaleureusement, à la cool, en tutoyant. On commande une cocotte de coquillettes signée du chef Guy Savoy, et on laisse notre regard errer sur cet hôtel qui fêtera ses dix ans d'existence en septembre prochain. Rien n'a changé ou presque : les grandes tables de copains sont toujours là, le baby-foot géant aussi, les bouées colorées, les graffitis au plafond, le « Gilbert Forever » (pour Gilbert Trigano) écrit à la craie dans une déco punchy, signée d'un autre copain emblématique, Philippe Starck.

En une décennie, il s'en est passé des choses. Des trahisons. Des réussites. Mais l'épopée des Trigano vient de bien plus loin. Il y a eu Gilbert, le grand-père et fondateur du Club Med, puis Serge, 72 ans, qui a réglé ses pas sur ceux de son père, avant de fonder le groupe Mama Shelter avec ses deux fils, Benjamin, 47 ans, installé à Los Angeles, et Jérémie, 41 ans. « Jérémie, c'est l'ultra-bosseur, une machine de guerre ! Sa spécialité : les business plans et l'excédent brut d'exploitation, explique son frangin, Benjamin. Moi, je m'occupe du marketing et de l'image de marque. On s'engueule beaucoup mais on s'adore. Je suis le fouteur de merde, je la joue beaucoup plus décontracté, j'ai adopté la nonchalance californienne. » Chez les Trigano, on se vanne gentiment. L'émotionnel, l'affectif, le professionnel, tout se mélange. « Nous sommes des marchands de bonheur, c'est dans notre ADN », répètent-ils en chœur. Les frères débattent, papa

Serge arbitre. Sans oublier de vérifier tous les soirs le chiffre d'affaires de ses restaurants. Chez les Trigano, on a toujours su concilier capitalisme et utopie.

L'histoire de la famille remonte à 1935, quand le patriarche, Raymond Trigano, pied-noir venu d'Algérie, crée le premier atelier de toile de bâche dans le Paris d'avant-guerre. En 1945, début de l'époque bénie des Trente Glorieuses et de la société des loisirs, avec l'allongement des congés payés, il fonde une entreprise spécialisée dans la distribution d'articles de plein air. Neuf ans plus tard, tout le monde connaît le slogan : « *Le camping, c'est Trigano* ». Quelques années plus tôt, en 1950, l'un de ses fils, Gilbert, ancien résistant sympathisant communiste, est parti rejoindre une association à but non lucratif dans le tout premier « village vacances », à Majorque, aux Baléares. Il a été créé par Gérard Blitz, un personnage haut en couleur, ancien champion de water-polo et fils de diamantaire belge. C'est l'entreprise Trigano qui fournit alors les tentes dans la ville d'Alcúdia, sur l'île espagnole. Rapidement associés, Gérard et Gilbert veulent créer un nouveau concept, « *un laboratoire du bonheur et de la douceur de vivre* ». Le Club Méditerranée est né.

Si Blitz quitte rapidement l'aventure, Gilbert Trigano va, lui, en quelques années, métamorphoser l'idée de quelques paillotes sur la plage en un empire mondial. Il mène une vie trépidante, parcourt la planète afin d'implanter ses clubs au bord de la Méditerranée, mais aussi à Tahiti, aux Bahamas, en Thaïlande... Partout, il insuffle à ses équipes l'investissement émotionnel, qui passe par la promotion interne, le tutoiement, nomme ses clients « gentils membres » (GM) et sélectionne de « gentils organisateurs » (GO), de préférence jeunes, beaux et bronzés. Son fils, Serge, bercé toute son enfance

Par les récits de son paternel, ne tarde pas à le rejoindre. Il est d'abord GO, puis chef de village, puis directeur des opérations mondiales du Club Med. « On ne vivait que pour le Club », remarque-t-il. Il y rencontre même sa femme, Gisela, un mannequin allemand venu faire des séances photo à Agadir.

« Darla Dirladada... », paréos et « collier-porte-monnaie », le cliché est parfait. Jusqu'à ce que le Club devienne la caricature de lui-même, et inspire le film « les Bronzés » de Patrice Leconte. « Mon père, Gilbert, un génie absolu, n'avait pourtant aucun sens de l'humour. Lorsque l'équipe lui a demandé de tourner dans un de ses villages en Côte d'Ivoire, il a refusé... Il a d'ailleurs détesté le film. On connaît la suite, et son succès incroyable. Est-ce que cela a fait du bien ou du mal au Club ? Franchement, on n'en sait rien... »

Heureux dans leurs villages avec leurs cases aux toits de chaume, Gilbert et Serge le seront moins avec leurs actionnaires. Difficultés financières, valse des présidents, crises régionales (dont la guerre du Golfe),



▲ SERGE, FILS DE GILBERT, EN 1970, AU VILLAGE DE CORFOU.



▲ SIMONE, SERGE ET GILBERT, À MARRAKECH, EN 1984.

la gestion n'est pas une mer d'huile. Et puis survient le plus gros drame : en février 1992, l'accident de Cap Skirring, où un avion d'Air Sénégal affrété par le Club s'écrase, faisant 30 morts et 26 blessés. Les bénéficiaires fondent, les pertes les remplacent. Serge refuse de licencier des GO parmi ses 120 Clubs, et le trou se creuse (jusqu'à 200 millions d'euros). En 1997, il est viré.



▲ GILBERT TRIGANO, LE FONDATEUR DU CLUB MED, EN 1976.

Une vie s'arrête. Une colère jamais digérée par le clan. « Un représentant des Agnelli [actionnaires majoritaires du Club à l'époque, NDLR] m'a même dit : « On te détruira partout dans le monde où tu essaieras de construire quelque chose. » » Débute la traversée du désert. Gilbert meurt en 2001. Entre-temps, Jérémie et Benjamin, tous deux installés aux Etats-Unis, rentrent à Paris soutenir leur paternel dans la tourmente de ses nuits blanches. « Généreux en amitié, profondément sentimentaux, ils vous donnent cette impression de faire partie de la famille. Mais attention aux trahisons, ils ne pardonnent pas », avoue un ami de longue date. Le clan se serre les coudes. Serge se remémore : « J'ai mangé, dormi, rêvé Club Med pendant trente ans... Mais finalement, le quitter fut une chance, car sinon je n'aurais jamais bâti Mama Shelter. Au Club, je serais toujours resté le fils de Gilbert. »

Après des décennies d'activité en zone balnéaire, ils tentent de rebondir, au début des années 2000, en allant explorer le territoire des villes, inexploité selon eux. « A Paris, il y avait soit des palaces, soit des hôtels moyens de gamme complètement impersonnels, remarque Serge Trigano. On a imaginé ce que pourrait être un nouveau type d'hôtellerie, un idéal de

**“J'AI MANGÉ,
DORMI, RÊVÉ
CLUB MED
PENDANT TRENTE
ANS... MAIS
LE QUITTER FUT
UNE CHANCE.”**

SERGE TRIGANO

l'hospitalité qui soit davantage un lieu de vie, ouvert à la mixité sociale. Les gens viendraient y dîner, boire un verre, écouter des concerts et, accessoirement, dormir dans des chambres stylées mais abordables, à partir de 79 €. » Le trio Trigano n'est pas seul à l'origine du concept : la première équipe du Mama Shelter (« l'abri de maman ») est une drôle de team, éclectique, à fort tempérament. Il y a le promoteur-businessman-philosophe Cyril Aouizerate qui a déniché le terrain, un vieux parking tagué et laissé à l'abandon rue de Bagnolet, l'architecte Roland Castro, le designer et ami Philippe Starck, et le chef étoilé Alain Senderens (décédé en 2017). « Ce dernier croyait à notre histoire. Ça l'amusa beaucoup de passer de son menu habituel à 300 € par tête à 22 € », se rappelle Serge. Mais ouvrir un hôtel lifestyle de 170 chambres à prix démocratique, dans ce coin populaire de l'Est parisien, excentré, voire « no go zone », personne n'y croit. « On a vu au moins 100 banquiers et investisseurs durant près de quatre ans pour arriver à trouver un financement – 28 millions d'euros –, mais tout le monde nous a dit non. » Sauf un. Charles Millhaud, alors grand patron du groupe Caisse d'Épargne. On peut d'ailleurs toujours lire « Merci Charles » sur le plafond du restaurant de la rue de Bagnolet.

La suite, on la connaît, c'est le carton plein. Les mauvaises langues parlent à l'époque de « coup de bol », mais il s'avère plutôt pérenne. En dix ans, des bébés Mama Shelter ont essaimé un peu partout : Lyon, Marseille, Bordeaux, Los Angeles, Rio, Belgrade, Toulouse à l'automne, et bientôt un nouveau à Paris, au Parc des Expositions de la Porte de Versailles, dans un bâtiment signé Jean-Michel Wilmotte, puis ce sera Londres, São Paulo, Lisbonne, Luxembourg, Dubaï, Santiago, Rome... Pas moins de 13 nouvelles ouvertures sont prévues d'ici à 2020. Leur chiffre d'affaires de plus de 50 millions d'euros, les Trigano comptent bien le doubler d'ici à deux ans. Ce déploiement tous azimuts n'est pas le fruit du hasard. Depuis 2014, le clan, qui possède 38% des parts, et l'homme d'affaires Michel Reybier (25%) se sont associés au géant Accor, qui s'est offert 37% du capital. Un rapprochement gagnant-gagnant pour Jérémie : « Cela nous a d'abord permis de nous désendetter car ça coûtait bonbon ! Eux profitent de notre savoir-faire et nous, nous bénéficions de leur programme de fidélité et de développement. Le danger serait qu'un énorme groupe comme celui-là se montre très intrusif, or ils nous foutent une paix royale ! » Même son de cloche pour Cédric Gobilliard, directeur du pôle Lifestyle chez Accor : « Mama Shelter, c'est d'abord une aventure humaine, une histoire d'hommes. Une marque qui a ses propres valeurs, ses propres codes. Nous voulons à tout prix garder son caractère atypique. »

L'accord a néanmoins rebattu les cartes. Depuis, Philippe Starck a quitté le navire, tout comme Cyril Aouizerate, parti fonder sa propre chaîne d'hôtels MOB. Mais les Trigano assument. D'autant que les précurseurs d'hier font aujourd'hui face à une concurrence féroce, leur concept étant copié de toutes parts. Cela les amuse



▲ LE ROOFTOP DU MAMA SHELTER DE LOS ANGELES.

plus que ça ne les inquiète. « Les hôteliers qui pensent avoir tout fait en prenant un designer et en installant un baby-foot se plantent. Ce qui nous différencie depuis le début, ce sont nos équipes et les clients eux-mêmes, des jeunes et des vieux, des bobos et des pros, des artistes et des familles. Sans oublier l'esprit Club, dans la formation, dans la gestion du personnel, dans les promotions en interne, je reste cet homme-là », tranche Serge. Benjamin et Jérémie l'ont bien compris, même s'ils modernisent. Le premier, passionné d'art contemporain – il possède deux galeries à Los Angeles –, consacre son énergie au développement de nouveaux Mama Shelter aux États-Unis. Le second capitalise sur la marque et vient de lancer « Mama Works », des espaces de coworking avec baristas proposant d'excellents cafés. Le nom semble déclinable à l'envi. Alors pourquoi pas un jour des Mama Cruise (croisière) ou Mama Beach ? Serge et Jérémie sourient. « Justement, on planche dessus, car il y a un créneau à prendre. Il faut moderniser le monde des resorts... » Gilbert aurait applaudi. Les Trigano n'ont pas dit leur dernier mot. ■

Dates clés

1950 : création du Club Méditerranée par Gilbert Trigano et Gérard Blitz.

1952 : premier village de cases à Corfou (Grèce)

1963 : Gilbert Trigano devient PDG du Club Med.

1993 : Serge Trigano succède à son père.

1997 : Serge et Gilbert Trigano sont évincés du Club Med.

2008 : création du premier Mama Shelter, rue de Bagnolet, à Paris.

2012-2017 : ouvertures de Mama Shelter à Marseille, Lyon, Bordeaux, Los Angeles, Rio, Belgrade.

2018-2020 : ouvertures prévues de Mama Shelter à Toulouse, Prague, Bangkok, Lisbonne, Dubaï...

