

Entreprendre

**ELON MUSK
DE TWITTER
AU CERVEAU**

**CRÉER OU
REPRENDRE
UN FONDS DE
COMMERCE**

« Chacun a
la capacité de
réaliser ses rêves. »

MAX PICCININI

SECRETS DE RÉUSSITE

**LES CONSEILS DU MEILLEUR
COACH FRANÇAIS**

Dossiers : Made in France
RH • Distribution automatique
Formation • Femmes Pdg...

L 12936 - 359 - F : 6,50 € - RD



www.entreprendre.fr

**Lafont
presse**

Un palais enchanté en Pays basque

Ils font revivre le splendide **château de Brindos**, hôtellerie de prestige créée par le rugbyman Serge Blanco.

Philippe et Alexandra Monnin, les créateurs du groupe hôtelier bordelais *Millesime* développent les valeurs d'authenticité et de liberté, en associant l'aspect historique de chaque lieu d'exception qu'ils exploitent.



Le groupe hôtelier **Millésime** vient de fêter ses huit ans, ses créateurs, Alexandra et **Philippe Monnin** se sont lancés avec l'envie de créer une offre de demeures dans lesquels authenticité et partage sont de rigueur.

Quel fut le processus qui vous a conduit à cesser vos activités professionnelles pour vous orienter vers l'hôtellerie-restauration ?

Alexandra Monnin : Philippe est Bordelais, fils d'horloger, après une école de commerce à Poitiers et quelques années dans le groupe AXA, il a ouvert son premier cabinet en gestion de patrimoine, et exercé pendant une vingtaine d'années. Cela lui a permis de se familiariser à l'immobilier et affiné son amour des belles pierres. Il a réussi à tisser un gros relationnel avec des clients souvent devenus amis. Nous nous sommes rencontrés en 2007 dans le cadre de nos activités professionnelles. Quant à moi, je suis originaire de Montargis, j'ai fait mes études de droit entre Orléans et Poitiers et j'ai commencé ma carrière en tant qu'avocate d'affaires à Paris. Avec Philippe, nous avons immédiatement identifié notre passion commune pour le bien-vivre, les bonnes chères, les beaux endroits, les découvertes. Nous sommes très petits week-ends. C'est la crise de 2008 qui a changé la donne, particulièrement en matière de gestion de patrimoine. Cela nous a

poussés à une remise en question, car nous avions l'impression d'avoir fait le tour de nos professions respectives. Il n'y a pas eu de changement radical, mais une évolution, avec l'intention de se réinventer, de créer de petites bulles de bonheur pour nous et pour les autres. C'est ensuite que s'est présentée une opportunité à Arcachon.

Comment s'est passé le processus de création ?

A.M. : En 2013, 2014, nous avons mis en place ce premier projet d'Arcachon, qui a marqué notre entrée sur ce marché de l'hospitalité. Une maison d'hôtes dont le concept a fonctionné. Nous n'avons pas quitté nos professions à ce moment-là, la création de **Millésime** s'est donc faite petit à petit. Au départ, nous avons créé une holding pour rassembler des sociétés, chacune étant destinée à un projet. Pour concrétiser, nous avons emprunté auprès de banques et rassemblé des investisseurs les premières années. Une grosse trentaine d'investisseurs privés et petits *family offices*. Nous détenions à cette époque les murs et l'exploitation. Depuis le confinement, nous avons changé de modèle économique. Nous avons cédé nos premiers établissements qui ne pouvaient atteindre la taille critique et agrandi ceux qui pouvaient l'être. En moyenne, nos établissements disposent de 30 à 40 clés. Ce repositionnement récent nous a permis de nous désengager de l'immobilier, pour concentrer sur notre énergie sur notre vrai savoir-faire, soit la création d'un lieu, d'une ambiance, la mise en musique et l'exploitation au travers de la marque **Millésime**.

Quand vous êtes-vous consacrés totalement à **Millésime** ?

A.M. : Nous avons finalement cessé nos activités professionnelles respectives en 2017 même si les compétences acquises nous servent tous les jours. Après Arcachon, en 2015, nous avons acquis 2 établissements dans le Bordelais, les anciennes écuries du Château **Léognan** et une petite maison d'hôtes dans Bordeaux, *la Course*. Cela fonctionnait, et une idée a germé peu à peu, la volonté de créer un concept luxe non ostentatoire, des cocons basés sur les attentions et le partage d'expériences, permettant de se créer des souvenirs et d'avoir envie d'y revenir. Par exemple pour « *la Course* », nous avons visité les musées pour nous imprégner de l'histoire

de Bordeaux, le port, le commerce, pour que nos hôtes soient transportés dans un voyage historique. Nous avons notamment travaillé autour de l'authenticité. Nous sommes très soucieux de l'histoire des lieux que l'on reprend, de leur environnement, cela fait partie de notre ADN. Autre élément vital, la liberté. Nous n'avons pas les interdits habituels liés aux contraintes hôtelières. Nous voulons les donner, si notre client veut son petit déjeuner à midi, c'est possible. Enfin, la troisième valeur qui sous-tend notre offre est le partage, l'amour de nos lieux, l'implication de nos équipes qui baignent dans l'histoire de **Millésime**.

Avez-vous une région de prédilection pour vos investissements ?

A.M. : Nous avons commencé par le Sud-Ouest pour des raisons personnelles. Mon mari est fou de vin, au départ la volonté était de s'établir dans des régions mettant en valeur le terroir, mais en définitive, pourquoi se fermer ? Là aussi, nous avons évolué, aujourd'hui, c'est vraiment l'opportunité qui nous anime, ainsi que la rencontre avec des endroits iconiques. Y compris à l'étranger. Nous fonctionnons toujours par coups de cœur. Il faut d'abord que l'endroit nous plaise, que son âme raisonne en nous, qu'il y ait des « *petits fantômes* ». Ensuite interviennent évidemment les considérations économiques. Par exemple, nous sommes sur un projet en cours de finalisation à Budapest, avec une ouverture prévue fin 2023. L'endroit est absolument sublime, c'est une connaissance qui partait s'installer en Hongrie qui nous l'a fait connaître. Au Portugal, nous avons déjà un établissement « *Cocorico* » au centre de Porto, et nous voyons pour coupler ce projet dans la vallée du Douro. Cela a été un peu freiné avec la pandémie, mais nous restons ouverts à toute opportunité.

Est-il simple de trouver des lieux ?

A.M. : Oui, c'est relativement simple, car nous sommes très sollicités de par nos réseaux d'autant qu'en réalité, beaucoup de domaines et bâtiments sont en vente, il y a l'effet transmission intergénérationnels qui joue, les successeurs n'ont pas toujours envie de réaliser les investissements nécessaires.

Quelle est la répartition des tâches entre vous deux ?





« Lorsque nous sommes allés voir le Château de Brindos, nous avons eu un coup de foudre pour cet endroit magique, il était impossible de passer à côté. Il est un peu dans les terres, très proche des accès gare et aéroport tout en étant protégé dans un écrin ».

A.M. : Il y a un tronc commun, le développement. Par ailleurs, je suis dans l'opérationnel en tant que directrice juridique, Philippe est dans le sourcing et le montage des projets. Nous avons une passion commune, une vision identique, les mêmes goûts, ensuite chacun vaque à ses propres occupations. Nous sommes très complémentaires.

Parlez-nous de votre dernière acquisition, le Château de Brindos, à Anglet, un ancien hôtel de luxe de Serge Blanco mis en liquidation judiciaire.

A.M. : Il était exploité par la holding de Serge Blanco depuis 2000, un 5 étoiles, *Relais & Châteaux*. Suite à des difficultés, le dossier est venu jusqu'à nous en 2021 via un ami. Lorsque nous sommes allés voir le lieu, nous avons eu un coup de foudre pour cet endroit magique, il

était impossible de passer à côté. Il est un peu dans les terres, très proche des accès gare et aéroport tout en étant protégé dans un écrin. C'est un domaine avec un bâtiment hispano-mauresque, un merveilleux parc, et incroyable, un lac de 10 hectares. Nous nous sommes rapidement positionnés,

et après onze mois de travaux, l'ouverture a eu lieu le 15 avril. Nous sommes restés sur un 5 étoiles *Relais & Châteaux*, un lieu chic décontracté, en multipliant les offres pour que le client se sente libre de vivre diverses expériences. Notre directrice artistique depuis les débuts, Marie Christine Mecoen, est basque, et elle s'est attachée à mettre en avant cette culture, mais tout en légèreté et remis au goût du jour et en travaillant avec des artisans locaux, en recyclant et réparant ce qui était sur place. Il y a 39 chambres, dont 10 lodges

flottants, un spa, trois espaces de restauration, au total, c'est un projet d'une quinzaine de 15 millions.

Avez-vous d'autres projets ?

A.M. : Nous avons une équipe permanente de 70-80 salariés et avons pour ambition un chiffre d'affaires de 12 millions d'ici un à deux ans. Nous avons déjà des ouvertures prévues en 2023. Le Domaine de Léognan, où nous avions commencé par acheter les anciennes écuries, qui sont aujourd'hui intégrées au reste du domaine, va devenir ensemble oenotouristique. L'autre projet est dans la baie de Cannes, à Théoule-sur-Mer, tout en bord de plage, il s'agit du Château de Théoule, un ancien centre de vacances EDF à Tabandon, avec la concession plage et un restaurant déjà ouvert. Ensuite, nous travaillons sur d'autres projets moins avancés, mais l'année 2023 sera riche en ouvertures, avec la Hongrie et peut-être la Bourgogne qui pourrait se débouquer. ■

Propos recueillis par Anne Florin

Millésime, l'autre luxe

- Anglet, Brindos Lac et Château
- Megève Grand Hôtel Soleil d'Or
- Talence, Domaine de Raba
- Reims, Château de Sacy
- Léognan, Le Manège
- Paris, Vins des Pyrénées
- Porto, Cocorico Luxury Guesthouse