

Saint-Tropez est-il enfin (re)devenu cool ?

Une virée hors des sentiers battus dans le village que l'on présente souvent comme le plus bling-bling de France.



Je n'étais jamais allé à Saint-Tropez de ma vie. Je n'y avais jamais mis les pieds, et pourtant, je pensais déjà tout connaître de ce petit village. Les yachts, le clocher, les petites ruelles, les murs orange écrasés par les rayons de soleil, les étendues de sable de Pampelonne... Autant de stéréotypes nourris par une assiduité forcée à la série télé *Sous le soleil* durant mon enfance et les innombrables idées reçues véhiculées par les médias et les magazines people.

Or, Saint-Tropez n'est pas *que* le vulgaire cliché auquel on le résume souvent. Les strass, les paillettes et les grosses voitures sont une réalité qu'on ne peut pas lui retirer, bien sûr, mais cette opulence et ce "m'as-tu-vu" semblent perdre du terrain saison après saison. Comme si la quête du "simple" et du "normal" émergeait comme un nouveau luxe. Comme si, aussi, l'exil estival de la jeunesse dorée vers d'autres destinations plus alléchantes, à Ibiza ou Mykonos, avait forcé les professionnels de la restauration et de l'hôtellerie tropézienne à revoir leur copie.

"On a pu constater un changement de mentalité, les gens consomment différemment, s'habillent d'une autre façon. Les chemises ne sont plus de rigueur, on est entré dans une ère plus 'cool'. Les gens avaient un mauvais a priori sur la destination et aujourd'hui, les autres acteurs du village et nous, essayons de changer ça. On a abandonné le strass et les paillettes pour une ambiance authentique : un bon set-up DJ et une clientèle prête à se laisser aller sur le dancefloor, ça suffit, ironise Tobias, l'un des cofondateurs d'Indie Group, un petit empire mené par trois amis d'enfance à peine trentenaires, Vincent, Raphaël et lui-même, natifs de Saint-Tropez.

"Le nouveau cool c'est d'être 'low profile', dans des lieux chaleureux et des tables conviviales où les gens se sentent bien, poursuit-il. *Les gens aujourd'hui sont en recherche d'authenticité et c'est ce que nous essayons de leur offrir au travers de nos adresses : des restaurants festifs où, certes l'ambiance monte vite, mais où on dîne véritablement bien*". Le groupe compte aujourd'hui plusieurs adresses à Saint-Tropez et ses environs, du restaurant de plage Indie Beach à la cabane cachée dans les bambous de Ramatuelle La Sauvageonne. Et tous tentent de coller à ce nouvel état d'esprit.

Entre "bling-bling" et simplicité ?

Sur les hauteurs de Saint-Tropez, l'ancien hôtel de l'Ermitage, désormais entre les mains du groupe Tigr, tente de défendre cette même vision de la fête dans un cadre unique, à rebours des codes et clichés de Saint-Tropez. *"Le village de Saint-Tropez a changé au fil du temps : c'est désormais un village où se mélange le bling-bling, une clientèle superficielle, show-off et volatile à d'autres tribus, plus 'simples', élégantes ou décalées qui apprécient des expériences de vie moins artificielles ou surdosées"*, confie le fondateur Jérôme Foucaud.

"Chacun a sa conception du luxe. Pour certains, c'est l'excès, pour d'autres, c'est un mix plus subtil, équilibré, posé de moments à vivre. Pour certains, une quête de la nouveauté et des clichés marketing, pour d'autres, simplement la recherche de lieux d'exceptions, de moments simples, sans prétention, mais rares. Le luxe, c'est, à mon sens, plus la jouissance de quelque chose de rare, de raffiné, de discret... le jus d'un parfum, une huile essentielle, un paysage, un instant, plus qu'un gros flacon de champagne dans un décor de théâtre", poursuit-il, non sans poésie.



Le retour du cool

À cette quête de simplicité vient s'ajouter une quête du *cool*, davantage destinée à attirer un public averti, connaisseur et amateur, qu'une population de passage. En témoignent les résidences de Jean Imbert, épaulé par Diego Alary, l'installation de Homer, le leader du lobster roll à Paris, sur le port de Saint-Tropez, mais surtout le débarquement soudain de Mory Sacko, accompagné par Louis Vuitton, en résidence jusqu'à la fin de l'été. À ce petit jeu, on pourrait aussi évoquer le succès d'Arnaud Donckele à la Vague d'or, ou l'arrivée de la pâtisserie de Cyril Lignac dans les petites ruelles du centre-ville.

"La gastronomie a, elle aussi, bien évolué à Saint-Tropez, explique Tobias. Il y a quinze ans, on trouvait la tomate-mozza dans tous les restaurants. Aujourd'hui, on essaye de voir un peu plus loin que ça et de proposer des plats plus pensés. Et ça marche bien ! La clientèle est réceptive à ce que nous proposons dans chacun de nos restaurants, avec une identité bien marquée à chaque fois. Si la food, le lieu, l'ambiance et l'identité du spot sont alignés, il n'y a pas de raison que le client s'attende à autre chose. Au-delà des exigences, ce qui reste le plus difficile est la concurrence, qui commence à être rude et il est impératif de se démarquer des autres."

L'aventure du bistrot

Comme un symbole, le trio d'Indie Group a récemment réussi à reprendre les rênes d'un établissement historique du petit village perché de Ramatuelle. Longtemps tenu par une légende du village, le café tombait petit à petit en décrépitude. *"On a grandi en passant tous les jours devant cet endroit qui était une institution auparavant. C'était un pari risqué car nous avons la réputation d'ouvrir des lieux plutôt modernes et festifs. Avec ce nouveau projet, on va pouvoir faire vivre le lieu à l'année. On va tout mettre en œuvre pour conserver la (bonne) réputation du Café de l'Ormeau"*, dit Tobias.

À Ramatuelle, ce n'est pas un secret, les habitants attendaient depuis longtemps cette réouverture. Le temps de notre visite dans l'établissement encore en travaux, juste avant l'ouverture, pas moins de cinq personnes ont pointé le bout de leur nez afin de connaître la date d'ouverture. *"On a jamais vu autant d'engouement pour une de nos ouvertures, ça a beaucoup fait parler et beaucoup de personnes sont venues nous voir directement sur le chantier. On espère être à la hauteur de ce lieu si mythique, reconnaît le trio. En plus de cela, on a remis la cuisine en route, qui était restée très longtemps inutilisée."*

Fuir l'effervescence tropézienne

La reprise du Café de l'Ormeau est-elle le symbole du changement de visage de Saint-Tropez ? L'avenir nous le dira. *"Ce qui est sûr, c'est que cela va amener les gens à découvrir le village de Ramatuelle, qui est simplement sublime et que les gens ne connaissent pas vraiment car le gros focus est sur Saint-Tropez, poursuit Tobias. Lorsque l'on veut s'éloigner de l'effervescence tropézienne, c'est une super alternative que de venir se détendre à Ramatuelle."*

Ainsi, Saint-Tropez restera toujours Saint-Tropez, avec ses grosses cylindrées, les montres au poignet et ses cascades de champagne... Mais peut-être un Saint-Tropez où tout le monde, ou presque, pourrait enfin avoir sa place, des locaux aux touristes estivaux, en passant par la jeunesse dorée ? *"Saint-Tropez est un village unique au monde, très cool, très agréable à vivre, à la fois 'open-mind' et chic... si l'on ne regarde pas que les clichés"*, finit Jérôme Foucaud.

"Il suffit de savoir choisir son chemin, sa destination, et l'heure à laquelle on y va, pour vivre des moments extraordinaires... Et ne pas se faire submerger par le côté superficiel d'une grande partie des estivants". Cette métamorphose n'est, à en croire les locaux sur place, qu'en train de débiter. *"Des gens qui boudaient un peu la destination commencent petit à petit à revenir. Les codes ont changé et c'est une très bonne chose, c'est ce que l'on a toujours souhaité en créant des adresses différenciantes."* Pourquoi ? *"Nous ne nous reconnaissons pas dans les adresses que nous fréquentions plus jeunes à Saint-Tropez"*.

Café de l'Ormeau

4 place de l'Ormeau (Ramatuelle)

Indie Beach

Route de Bonne Terrasse, (Ramatuelle)

La Sauvageonne

Route de Bonne Terrasse, (Ramatuelle)

Le Tigrr Saint-Tropez

14 avenue Paul Signac (Saint-Tropez)

