

# ST. BARTH

## — EN MODE POST-COVID —

Alors que la planète sort doucement de l'événement traumatisant de la pandémie Covid-19, nous avons voulu, après les Maldives dans notre précédent numéro, dont les hôtels et restaurants n'ont pas connu la crise, retrouver St. Barth, lieu de villégiature célèbre pour sa douceur de vivre, son ensoleillement et la qualité de la population qui la fréquente, garante d'une tranquillité de séjour que l'on ne trouve plus guère sur les continents.

Yves Denis et Véronique Bricout

### *IN POST-COVID MODE*

*As the planet slowly emerges from the traumatic event of the Covid-19 pandemic, we wanted, after the Maldives in our previous issue, whose hotels and restaurants have not been affected by the crisis, to return to St. Barth, a holiday resort famous for its gentle way of life, its sunshine and the quality of the people who frequent it, guaranteeing a tranquillity of stay that is no longer to be found on the continents.*



C'est un confetti dans l'océan, à 3800 km de la côte américaine (ce qui explique son attrait pour les touristes d'outre-Atlantique) mais un morceau de territoire français (ce qui explique que l'on y parle français, à la différence de Saint-Martin, l'île par laquelle on y vient, qui fait partie des Antilles néerlandaises et où la langue pratiquée est l'Anglais). C'est 25 km<sup>2</sup> de douceur et de soleil, célèbre pour ses villas de milliardaires fondues dans la végétation et pour sa capitale, Gustavia, aux allures de carte postale. Les célébrités l'aiment pour son ambiance bon enfant qui les autorise à y vivre normalement et déambuler dans les boutiques, bistros et restaurants, sans être importunés par les fans et les paparazzi. Une image d'Épinal. La concentration inhabituelle d'hôtels 5 étoiles témoigne de l'attrait qu'elle exerce aux quatre coins du globe.

Lorsque nous avons réalisé ce reportage, au mois de mars, les mesures de restriction de circulation étaient encore très fortes et un justificatif de nécessité professionnelle était impératif (en plus d'un test PCR négatif récent) pour débarquer à St-Martin puis à St Barth, et bien qu'ils fussent encore ouverts (à la notable différence des établissements hexagonaux, fermés d'autorité depuis le début de la pandémie) les restaurants étaient loin de connaître leur fréquentation habituelle. Notre séjour nous a cependant permis de vérifier comment les hôtels et restaurants les plus en vue vivaient l'épisode Covid, comment ils l'ont mis à profit pour améliorer leurs prestations et comment ils se préparaient à recevoir les clients dès que ceux-ci pourraient y revenir. A la notable exception du Cheval Blanc, où nous avons séjourné il y a deux ans, nous avons visité pour Dandy le brelan d'as de l'île, constitué de trois établissements 5 étoiles aux personnalités marquées et très différentes, *in fine* très complémentaires.

D'un côté l'Éden Rock, premier hôtel de luxe de St. Barth et véritable institution locale, créé par Rémy de Haenen, l'homme qui « a fait » St Barth ; un spot célèbre dans le monde entier qui a accueilli, accueille et accueillera toujours les plus grandes célébrités internationales et les businessmen les plus réputés. Un must de l'hôtellerie d'exception traditionnelle, LE grand classique de l'île.

D'un autre côté un autre joyau historique de St. Barth : le Carl Gustaf, célèbre pour sa situation unique, qui le voit dominer le port de Gustavia, l'image d'Épinal de St. Barth dans le monde entier. Racheté par le groupe Barrière en 2015, il a été totalement restauré selon les critères de qualité du Fouquet's et a réouvert quelques jours avant le début du confinement.

Et puis dans un tout autre style un autre hôtel tout aussi romanesque, comme sorti d'une carte postale ou d'un film de James

Ivory ou de Diane Kurys : le Manapany. Autre ambiance mais même impression de plénitude, même dépaysement : un autre St. Barth, moins convenu, plus nature, l'expression d'un style de vie tropical authentique.



*It's a confetti in the ocean, 3800 km from the American coast (which explains its attraction for American tourists) but a piece of French territory (which explains why French is spoken there, unlike St. Martin, the island from which you come, which is part of the Dutch Antilles and where the language used is English). It is 25 km<sup>2</sup> of softness and sunshine, famous for its billionaires' villas blended into the vegetation and for its postcard-like capital, Gustavia. Celebrities love it for its good-natured atmosphere, which allows them to live normally and stroll through the shops, bistros and restaurants without being bothered by fans and paparazzi. A picture in the sky. The unusual concentration of five-star hotels is a testament to its global appeal.*

*When we made this report in March, the traffic restrictions were still very strong and a proof of professional necessity was imperative (in addition to a recent negative PCR test) to disembark in St-Martin and then in St Barths, and although they were still open (unlike the French establishments, which have been closed by authority since the beginning of the pandemic), the restaurants were far from being at their usual level. However, our stay allowed us to verify how the most prominent hotels and restaurants were living the Covid episode, how they took advantage of it to improve their services and how they were preparing to receive customers as soon as they could return. With the notable exception of the Cheval Blanc, where we had stayed two years ago, we visited for Dandy the island's ace trio, made up of three 5-star establishments with marked and very different personalities, in the end very complementary.*

*On the one hand, the Eden Rock, St. Barth's first luxury hotel and a true local institution, created by Rémy de Haenen, the man who "made" St. Barth; a world-famous spot which has welcomed, welcomes and will always welcome the greatest international celebrities and the most renowned businessmen. A must for the traditional hotel industry, THE classic of the island.*

*On the other hand, another historical jewel of St. Barths: the Carl Gustaf, famous for its unique location, which sees it dominate the port of Gustavia, the epitome of St. Barths throughout the world. Bought by the Barrière Group in 2015, it has been totally restored to the high standards of Fouquet's and reopened a few days before the start of the lockdown.*

*And then, in a completely different style, another hotel just as romantic, as if taken from a postcard or a James Ivory or Diane Kurys film: the Manapany. Another atmosphere but the same impression of plenitude, the same change of scenery: another St. Barth, less conventional, more natural, the expression of an authentic tropical lifestyle.*



## NILS DUFAU : LES SECRETS D'UN SUCCÈS UNIQUE AU MONDE

Président de l'Office du Tourisme, Nils Dufau est un défenseur passionné de son île natale. Après avoir facilité l'organisation de ce reportage en pleine période Covid, il a répondu aux questions de Dandy.

### THE SECRETS OF A UNIQUE SUCCESS

*President of the Tourist Office, Nils Dufau is a passionate defender of his native island. After facilitating the organisation of this report in the middle of the Covid period, he answered Dandy's questions.*

**Dandy :** la rumeur veut que 2020 n'ait pas été aussi catastrophique pour St Barth que pour l'extrême majorité des destinations de vacances ?

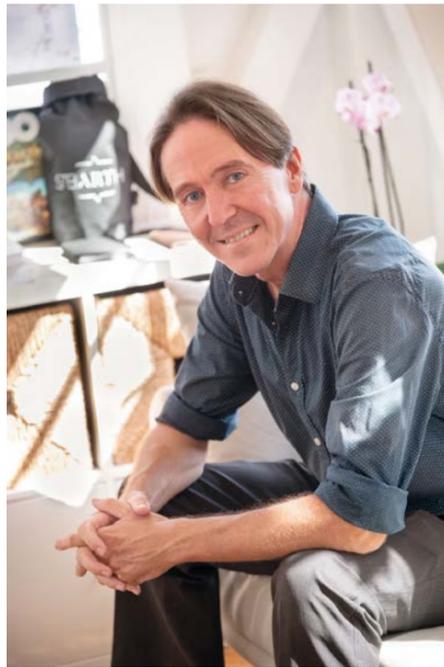
**Nils Dufau :** « Bien que nous ayons dû fermer notre île pendant deux mois (en avril et mai 2020, ndlr) pour respecter les règles sanitaires imposées par l'État, nous étions cependant ouverts à nouveau dès le mois de juin. L'activité touristique a été généreuse entre les fêtes de fin d'année et le mois de janvier 2021, et nous avons au bout du compte fait 6,5 millions d'euros de recette sur la taxe de séjour en 2020, à comparer aux 7 millions de notre meilleure année historique. Nous ne pouvons donc pas nous plaindre. La fin d'année nous a permis de compenser les périodes faibles qu'on a dû subir lors du confinement, et au final 2020 fut donc une excellente année.

**Et aujourd'hui ?**

Aujourd'hui l'île est totalement ouverte au niveau des activités : hôtels, villas, commerces, restaurants, etc. En revanche, notre frontière est fermée aux touristes depuis début février, une mesure sanitaire préventive imposée par l'État à l'ensemble des Outre-Mer. Tout allait pour le mieux jusqu'au décret gouvernemental du 2 février interdisant toute activité touristique. Les hôtels et villas ont décidé de rester ouverts malgré tout, afin d'être présents instantanément dès la levée des restrictions, même si cela coûte cher de rester ouvert sans aucun ou avec peu de clients.

**St Barth a bénéficié du report naturel des clients habitués de destinations qui étaient fermées, comme Maurice ou les Seychelles, mais vous vous félicitez aussi d'une importante clientèle de repeaters, le nouveau graal des hôteliers...**

Chez nous les repeaters changent d'hôtel, et passent parfois aux villas et vice-versa, ou changent de type de vacances, passant du couple à la famille ou aux amis ; mais ils restent effectivement fidèles à l'île, et représentent environ 50% de notre clientèle.



**Dandy:** Rumour has it that 2020 was not as catastrophic for St Barth as it was for the vast majority of holiday destinations?

**Nils Dufau:** "Although we had to close our island for two months (in April and May 2020, editor's note) to respect the sanitary rules imposed by the State, we were however open again from June. The tourist activity was generous between the end of the year celebrations and January 2021, and we ended up making 6.5 million euros in revenue from the tourist tax in 2020, compared to 7 million in our best year ever. So we can't complain. The end of the year allowed us to compensate for the weak periods that we had to endure during the lock-up and in the end 2020 was therefore an excellent year.

**And today?**

Today the island is completely open for business: hotels, villas, shops, restaurants, etc. On the other hand, our border has been closed to tourists since the beginning of February, a preventive health measure imposed by the State on all the overseas territories. Everything was going well until the government decree of 2 February banning all tourist activity. Hotels and villas decided to stay open in spite of everything, in order to be present immediately when the restrictions were lifted, even if it is expensive to stay open with no or few customers.

**St Barth has benefited from the natural carry-over of customers used to destinations that were closed, such as Mauritius or the Seychelles, but you also welcome a large number of repeat**

**customers, the new graal for hoteliers...**

With us, repeaters change hotels, and sometimes move on to villas and vice versa, or change the type of holiday, moving from couples to families or friends; but they do remain loyal to the island, and represent about 50% of our clientele.

**In spite of the prices that we know, which are the talk of the people magazines, do the villas represent a significant volume of guests compared to the hotels? Absolutely: a good three quarters of our rooms are in villas, compared to a**



**Malgré les tarifs que l'on sait, qui font couler l'encre des magazines people, les villas représentent-elles un volume d'accueil important par rapport aux hôtels ?**

Absolument : un bon trois quarts de nos chambres sont en villas, contre un quart en hôtellerie, avec respectivement environ 2300 et 500 chambres. L'ensemble de notre offre d'hébergement hôtels / villas était occupé à plein temps entre novembre et janvier ! Durant ces trois mois il n'y avait plus de voitures de location disponibles parmi la vingtaine d'entreprises de location de véhicules, et quelques professionnels ont dû prêter leur voiture personnelle pour dépanner des clients...

**D'un autre côté ces volumes restent confidentiels par rapport à ceux des destinations concurrentes, c'est d'ailleurs ce qui fait le succès de l'île.**

Il est important de préciser que nous ne pratiquons pas un tourisme de masse, c'est l'une des spécificités de l'île, et tout le monde s'y retrouve. Cette politique ne changera pas à St Barth, et par ailleurs le camping y est interdit ; c'est un parti-pris qui nous a permis de trouver un équilibre qui est apprécié par les résidents autant que par les touristes.

Il y a 10.000 habitants permanents à St Barth, qui restent donc toujours majoritaires face aux 6.000 visiteurs (capacité théorique maximum) que nous pouvons accueillir, alors que dans certaines parties du monde vous avez cinq fois plus de touristes que de locaux, ce qui peut créer des instabilités. La taille de l'île nous impose cette logique : avec 21 km<sup>2</sup> et 10.000 habitants, le tourisme de masse est tout simplement impossible. D'où un tourisme de petite quantité, qui crée une fidélité, avec 50% de gens qui reviennent quoi qu'il arrive parce qu'ils trouvent ici ce qu'ils cherchent.

*quarter in hotels, with around 2,300 and 500 rooms respectively. All of our hotel/villa accommodation was fully booked between November and January! During these three months there were no more rental cars available from the twenty or so car rental companies. Some professionals had to lend their personal cars to help out customers...*

**On the other hand, these volumes remain confidential compared to those of competing destinations, which is what makes the island so successful.**

*It is important to specify that we do not practice mass tourism, it is one of the specificities of the island, and everyone can enjoy it. This policy will not change in St Barths, and camping is forbidden; it's a choice that has allowed us to find a balance that is appreciated by both residents and tourists.*

*There are 10,000 permanent residents in St Barths, who are always in the majority compared to the 6,000 visitors (theoretical maximum capacity) that we can accommodate, whereas in some parts of the world you have five times as many tourists as locals, which can create instability. The size of the island imposes this logic on us: with 21 km<sup>2</sup> and 10,000 inhabitants, mass tourism is simply impossible. Hence the small quantity of tourism, which creates loyalty, with 50% of people coming back no matter what because they find what they are looking for here.*

**Not to mention the many celebrities from all over the world, who know that they will find peace and quiet here and no paparazzi, who would be spotted immediately...**

*Although it is open territory, it is a proportionally discreet place. A paparazzi who wants to enter will not necessarily be effective in his endeavour. People*



**Sans parler des nombreuses célébrités du monde entier, qui savent qu'elles trouveront ici le calme et pas de paparazzi, lesquels seraient immédiatement repérés...**

Bien que territoire ouvert, c'est un lieu proportionnellement discret. Un paparazzi qui veut entrer entre, mais il ne sera pas forcément efficace dans son entreprise. Les gens viennent à St Barth pour la tranquillité, pas pour se montrer comme ça peut être le cas à St. Tropez par exemple. C'est une des différences entre les deux, que l'on compare trop souvent parce que l'on sait que beaucoup de célébrités passent leurs vacances à l'un et à l'autre, mais la différence c'est que celui qui va à St Tropez y va en sachant qu'il va être vu, ici c'est le contraire.

**Est-il vrai que certains clients venus pour les fêtes de fin d'année sont restés parce que le reste du monde (et leur pays) se confinait ?**

Et certains sont toujours là (ndla : ces propos ont été recueillis au mois de mars 2021, avant le reconfinement français d'avril). On a effectivement eu une partie non négligeable des clients de décembre-janvier qui, lorsqu'ils ont vu comment la situation évoluait, se sont demandé « Est-ce que l'on rentre aux USA ou en Europe, alors que l'on est bien ici et que tout est ouvert ? » et qui sont restés. Par ailleurs, quelques rares touristes américains ayant souhaité rester au-delà de la limite des trois mois imposés par leurs visas, ont dû demander une autorisation à la Préfecture.

**Comment êtes-vous équipés pour faire face au Covid ?**

St Barth est la première île de la Caraïbe dotée au départ d'un hôpital équipé des systèmes d'analyse les plus sophistiqués, ce qui nous a permis

*come to St Barths for the peace and quiet, not to show off as they might in St Tropez for example. This is one of the differences between the two, which are often compared because we know that many celebrities spend their holidays in both, but the difference is that those who go to St Tropez go knowing that they will be seen, here it is the opposite.*

*Is it true that some clients who came for the end of the year celebrations stayed because the rest of the world (and their country) was confined?*

*And some of them are still here (editor's note: these words were collected in March 2021, before the French reconfinement in April). We did have a significant number of customers from December-January who, when they saw how the situation was evolving, asked themselves "Are we going back to the USA or Europe, when we are fine here and everything is open?"*

*In addition, a few rare American tourists who wanted to stay beyond the three-month limit imposed by their visas had to ask for authorisation from the Prefecture.*

**How are you equipped to deal with Covid?**

*St Barth is the first island in the Caribbean to have a hospital equipped with the most sophisticated analysis systems, which has enabled us to carry out many tests - we are the island that tests the most in the whole Caribbean - and at the moment we have the situation perfectly under control: our hospital is empty. The question arises as to why people tend to recover faster in St Barths than elsewhere! We had two cases under surveillance, which came out the same evening : is it the air, the sun, the salt air ? It is true that here we live "outside", when we go to a restaurant it is often on the terrace... All the scientists agree that the main*

de faire beaucoup de tests – nous sommes l'île qui teste le plus sur toute la Caraïbe – et à l'heure où je vous parle nous avons une situation parfaitement maîtrisée : notre hôpital est vide. La question se pose d'ailleurs de savoir pourquoi on a tendance à guérir plus vite à St Barth qu'ailleurs ! Nous avons eu deux cas sous surveillance, qui sont ressortis le soir-même : est-ce l'air, le soleil, l'air salin ?... Il est vrai qu'ici on vit « dehors », quand on va au restaurant c'est souvent en terrasse... Tous les scientifiques s'entendant à dire que le principal vecteur de contamination sont les zones fermées, et sachant qu'ici tout est très ouvert et aéré, c'est peut-être l'explication à cette meilleure résistance naturelle au Covid ? Cette caractéristique ajoutée aux efforts techniques que l'on a mis en place en collaboration avec l'ARS, comme la possibilité de réaliser prochainement du séquençage localement, ce qui est assez fabuleux pour un territoire de 10.000 habitants.

On aura sûrement une explication scientifique plus tard, en attendant l'indicateur c'est l'hôpital, toutes les restrictions mises en place dans le monde l'ont été pour éviter une saturation des hôpitaux, et ici il est vide !

**Comment voyez-vous 2021 ?**

Le Covid est là pour longtemps, peut-être éternellement, comme la grippe. Si c'est le cas il va falloir apprendre à vivre avec, s'adapter. Notre marché

“ Nous ne pratiquons pas un tourisme de masse, c'est l'une des spécificités de l'île, et tout le monde s'y retrouve. ”

*vector of contamination is the closed areas, and knowing that here everything is very open and ventilated, this is perhaps the explanation for this better natural resistance to Covid? This characteristic added to the technical efforts that we have put in place in collaboration with the ARS, such as the possibility of carrying out sequencing locally in the near future, which is quite fabulous for a territory of 10,000 inhabitants.*

*We will surely have a scientific explanation later, but in the meantime the indicator is the hospital, all the restrictions put in place in the world have been to avoid saturation of the hospitals, and here it is empty!*

“ We do not practice mass tourism, it is one of the specificities of the island, and everyone can enjoy it. ”

principal est constitué de l'Europe de l'Ouest et des Etats-Unis, et on a vu lors des confinements que les gens ont une grande confiance dans la gestion de l'épidémie ici, puisqu'ils sont venus s'y réfugier. Nous avons l'habitude des catastrophes : on a des cyclones assez régulièrement, pas forcément des mastodontes comme Irma mais des cyclones, nous sommes organisés pour, on sait ce qu'il faut mettre en place pour résister dans la durée, et cela nous a aidés dans cette crise du Covid.

**On a observé cette force après l'ouragan Irma : St Barth est une des rares îles qui se soit relevée avant tout accompagnement d'Etat, vous n'avez pas attendu que les assurances payent pour tout reconstruire, et en profiter pour améliorer vos infrastructures, notamment en enfouissant toutes vos lignes électriques et téléphoniques. Ce qui suppose une gestion saine, et un certain trésor de guerre...**

On vit entièrement du tourisme, et on a ainsi pu sauver la saison post-Irma en avançant les sommes : nous étions réouverts au tourisme dès novembre 2017, un mois après le cyclone le plus puissant de l'histoire caribéenne. Notre économie touristique est principalement basée sur l'initiative privée et l'entreprise, et la Collectivité offre une base saine et solide pour que ces acteurs professionnels puissent travailler avec efficacité et sérénité. La charge salariale de la Collectivité Territoriale représente 26% de son budget de fonctionnement, ce qui est très peu, alors que l'on sait que dès que ce chiffre atteint 50%, tout devient compliqué dans une économie... Nous avons œuvré pour ne pas être pas être endettés et ne pas avoir d'emprunts, une gestion de père de famille – cela nous aide à faire face aux surprises que nous réserve mère nature ! Ce n'est pas transposable pour une grande nation, mais ça l'est à la taille d'une petite île comme la nôtre. »

**How do you see 2021?**

*Covid is here for a long time, maybe forever, like the flu. If that's the case, we'll have to learn to live with it, to adapt. Our main market is Western Europe and the United States, and we saw during the confinements that people have great confidence in the management of the epidemic here, since they came to take refuge. We are used to disasters: we have cyclones quite regularly, not necessarily behemoths like Irma, but cyclones, we are organised for them, we know what we need to put in place to withstand them over the long term, and that helped us in this Covid crisis.*

*We observed this strength after Hurricane Irma : St Barth is one of the few islands that recovered before any state support, you didn't wait for the insurance companies to pay to rebuild everything, and take advantage of this to improve your infrastructures, notably by burying all your electricity and telephone lines. This implies sound management and a certain war chest...*

*We live entirely from tourism, and we were able to save the post-Irma season by bringing forward the money: we were reopened to tourism in November 2017, one month after the most powerful hurricane in Caribbean history. Our tourism economy is mainly based on private initiative and enterprise, and the Collectivité offers a sound and solid basis for these professional actors to work efficiently and serenely. The salary costs of the Collectivité Territoriale represent 26% of its operating budget, which is very little, whereas we know that as soon as this figure reaches 50%, everything becomes complicated in an economy... We have worked hard not to be in debt and not to have any loans, a family management - this helps us to face the surprises that Mother Nature has in store! It's not transposable for a big nation, but it is for the size of a small island like ours.”*

## DAVID MATTHEWS : CETTE DIFFÉRENCE QUI FONDE ST BARTH

David Matthews fut un client avant de devenir propriétaire de l'Eden Rock. Il nous raconte le ressenti du touriste, ce qui fait la différence entre St Barth et les autres lieux de villégiature des happy fews, et représente dans ce dossier Spécial St Barth le point de vue des visiteurs de culture anglo-saxonne.

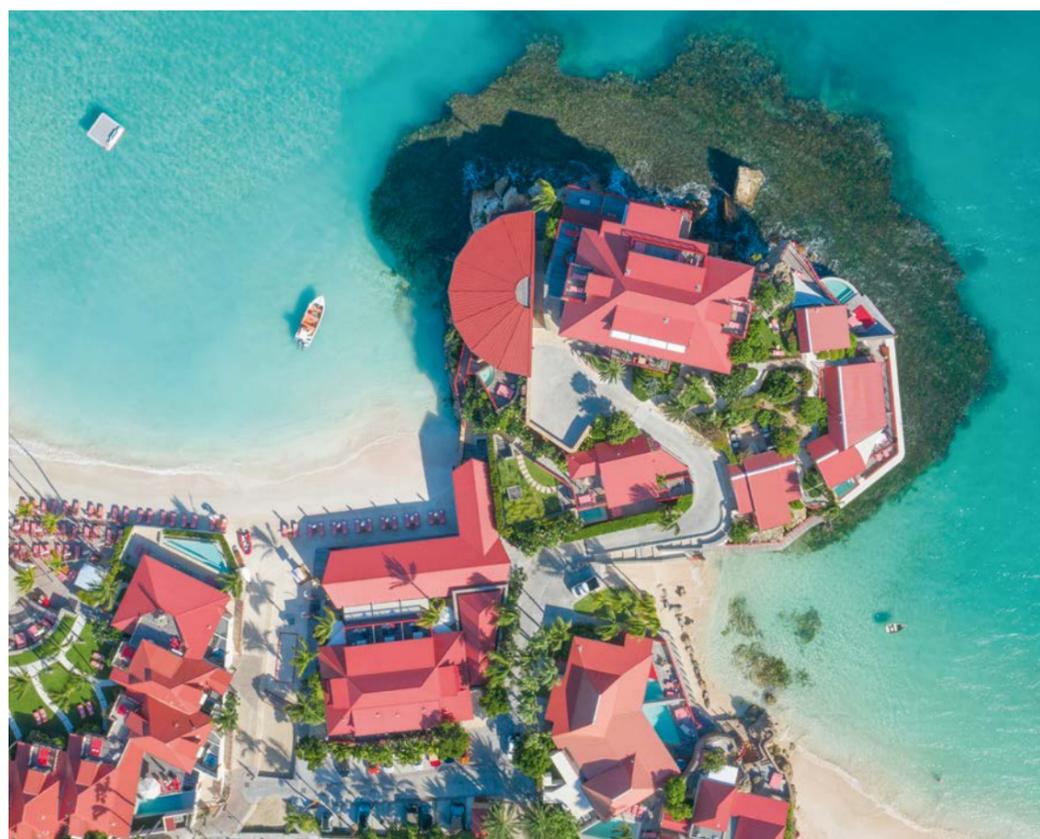
### THE DIFFERENCE THAT MAKES ST BARTHS

*David Matthews was a guest before he became the owner of the Eden Rock. He tells us how tourists feel, what makes the difference between St Barths and other resorts for the happy few, and represents in this Special St Barths dossier the point of view of visitors from Anglo-Saxon culture.*



Businessman à succès, David Matthews est l'exemple-même de l'entrepreneur à qui tout réussit. Autodidacte, il commence dans la vie en travaillant dans le garage de son père avant de devenir pilote de course professionnel, activité aventureuse dont il se retire en 1973 après de sérieuses blessures, pour se consacrer à son commerce de voitures d'occasion. Celui-ci fera sa fortune lorsqu'il le vendra une vingtaine d'années plus tard, et le pactole que lui apporte cette opération lui permet d'acheter un manoir dans l'Est de l'Angleterre, un domaine de 4000 hectares dans les Highlands écossais (qui lui vaut le titre de Laird – Lord en écossais – de Glen Affric) et l'Eden Rock à St. Barth. Le grand-public le découvre en 2017 lorsque Pippa Middleton épouse son fils James, qui après des études à Eton s'est lui aussi essayé avec succès au sport automobile (il fut Champion d'Angleterre de Formule Renault) avant d'embrasser une carrière de gestionnaire de fortune qui a fait de lui un millionnaire. Très en vue, le couple séjournait jusqu'ici régulièrement à l'Eden Rock, mais les nouvelles fonctions de James au Comité de direction de l'écurie Williams Formula1 (dont il a contribué à assurer la survie) risque d'espacer pour quelques temps ses visites à St Barth.

*Successful businessman David Matthews is the epitome of the successful entrepreneur. Self-taught, he began his life working in his father's garage before becoming a professional racing driver, an adventurous activity from which he retired in 1973 after serious injuries to devote himself to his second-hand car business. The business made his fortune when he sold it some 20 years later, and the money he made from this transaction enabled him to buy a manor house in the East of England, a 4,000-hectare estate in the Scottish Highlands (which earned him the title of Laird - Lord in Scottish - of Glen Affric) and the Eden Rock in St. Barths. The general public discovered him in 2017 when Pippa Middleton married her son James, who after studying at Eton also tried his hand at motor sport (he was English Formula Renault Champion) before embarking on a career as a wealth manager that made him a millionaire. The high-profile couple used to stay regularly at the Eden Rock, but James' new position on the board of Williams Formula 1 (whose survival he has helped to ensure) may mean that his visits to St. Barths will be spaced out for some time.*



**Dandy : Pourquoi avoir choisi Saint-Barth pour investir, et pourquoi l'Eden Rock? Fut-ce une opportunité ou un choix programmé ?**

« C'est un territoire d'outre-mer : comme en France, mais en très local. Quoi qu'il en soit, nous avons pris beaucoup de plaisir à contribuer à l'établissement de ce qui, nous l'espérons, est devenu une île française de classe mondiale. Saint-Barthélemy est désormais plus connue qu'elle ne l'a jamais été, ce qui est dû en grande partie au Président, qui a orchestré cette énorme évolution entre les « jours sépia » et aujourd'hui. Bruno Magras a réussi à créer une société où « les Saint-Barth » et les Français métropolitains vivent paisiblement ensemble, où il n'y a pas de chômage, et pas de difficulté religieuse ou raciale. Saint-Barth est très original à l'échelle planétaire : une cinquantaine de nationalités différentes viennent ici chaque année : c'est quelque chose, n'est-ce pas ? Ma famille et moi nous sommes toujours considérés comme chanceux de faire partie de tout cela.

**Vous et votre famille passez-vous beaucoup de temps ici ?**

Oui. Ma femme Jane et moi-même avons travaillé ici depuis 1995. Nous y avons travaillé, nous avons construit l'endroit et l'avons géré. Lorsqu'il a atteint une certaine taille et s'est trouvé entièrement occupé, nous avons étendu notre activité à la location de villas et c'est devenu un plus grand travail au quotidien. Et puis nous avons rencontré Oetker Collection dont nous admirons Le Bristol, l'Hôtel du Cap et l'Apogée, et nous avons senti une même volonté d'essayer de faire des entreprises très pures et de très haute qualité, et nous avons passé un accord pour qu'ils nous rejoignent ici. C'est toujours notre entreprise familiale et nos fils, leurs épouses et leurs enfants, viennent ici dès qu'ils le peuvent. Et nous adorons ça !

**Comment décririez-vous l'Eden Rock ?**

C'est un foyer loin de chez soi. Nous essayons de rendre chaque chambre, chaque suite, chaque maison, différente. Et de donner la parole à nos employés pour qu'ils donnent leur avis sur la façon dont nous faisons les choses. »

*Dandy: Why did you choose St Barth to invest, and why the Eden Rock? Was it an opportunity or a planned choice?*

*"It is an overseas territory: like in France, but very local. In any case, we had a lot of fun helping to build what we hope will become a world-class French island. St. Barths is now better known than it has ever been, which is largely due to the President, who has orchestrated this huge evolution from the 'sepia days' to today. Bruno Magras has succeeded in creating a society where "the St. Barths" and the metropolitan French live peacefully together, where there is no unemployment, and no religious or racial difficulties. Saint Barth is very original on a global scale: about fifty different nationalities come here every year: that's something, isn't it? My family and I have always considered ourselves lucky to be part of this.*

*Do you and your family spend much time here?*

*Yes. My wife Jane and I have worked here since 1995. We've worked here, built the place and run it. When it got to a certain size and became fully occupied, we expanded into villa rentals and it became a bigger job on a daily basis. And then we met Oetker Collection whose Le Bristol, Hotel du Cap and L'Apogée we admired, and we felt a similar desire to try and do very pure, very high quality businesses, and we made an agreement for them to join us here. It's still our family business and our sons, their wives and children, come here whenever they can. And we love it!*

*How would you describe Eden Rock?*

*It's a home away from home. We try to make every room, every suite, every house, different. And to give our staff a voice to give feedback on how we do things."*

## EDEN ROCK L'INSTITUTION / THE INSTITUTION



C'est depuis toujours l'établissement de référence de St. Barth, celui auprès duquel les autres hôtels de l'île doivent s'étalonner, tant en raison de son niveau que de son histoire. Car l'Eden Rock a été créé par Rémy de Haenen, l'homme qui « a fait » le St. Barth que nous connaissons. Lorsque cet aviateur aventurier découvre l'île en 1950, c'est un caillou désertique dans l'océan. Ayant posé son petit appareil sur un champ en friche au pied d'une petite montagne, il éprouve un coup de foudre immédiat pour le python rocheux qu'il découvre en face de lui et achète le terrain, totalement vierge. Il va y faire construire sa maison, qu'il transforme en hôtel trois ans plus tard : l'Eden Rock est né. 34 chambres, suites et villas sur la plage. L'établissement est immédiatement adopté par les stars hollywoodiennes qui, dans la foulée de Greta Garbo et Howard Hughes, deviennent des fidèles. Depuis lors les happy few ont adopté St Barth comme un petit paradis calme et ensoleillé où se ressourcer loin des tracas du monde, et la liste des habitués célèbres est longue comme un jour sans pain : côté stars Harrison Ford, Tom Hanks, Steven Spielberg, Beyoncé, Mariah Carey, côté ultra-riches Bill Gates, Warren Buffet, Roman Abramovitch (qui a fait récemment 80 millions d'euros de travaux dans sa villa, la plus grande de l'île), les Rockefeller et les Rothschild, sans oublier bien sûr notre Johnny national, qui y passait l'été et a souhaité y être enterré. On comprend l'engouement des premiers visiteurs : telle un

*It has always been the benchmark establishment in St. Barths, the one against which the other hotels on the island must measure themselves, both because of its standard and its history. For Eden Rock was created by Rémy de Haenen, the man who "made" the St. Barth we know. When this aviator-adventurer discovered the island in 1950, it was a deserted rock in the ocean. After landing his small aircraft on an uncultivated field at the foot of a small mountain, he immediately fell in love with the rocky python he discovered in front of him and bought the land, which was totally untouched. He built his house there, which he transformed into a hotel three years later: the Eden Rock was born. 34 rooms, suites and villas on the beach. The establishment was immediately adopted by Hollywood stars who, in the wake of Greta Garbo and Howard Hughes, became loyal guests. Since then, the happy few have adopted St Barths as a quiet, sunny little paradise where they can recharge their batteries far from the worries of the world, and the list of famous regulars is as long as a day without bread: Harrison Ford, Tom Hanks, Steven Spielberg, Beyoncé, Mariah Carey on the stars' side, Bill Gates, Warren Buffet, Roman Abramovitch (who has done 80 million euros of work on his villa, the largest on the island), the Rockefellers and the Rotschids, not forgetting of course our national Johnny, who used to spend his summers there and wished to be buried there. It is easy to understand the enthusiasm of the first visitors: like a lighthouse, the building, whose architecture follows the natural relief,*



phare la construction, dont l'architecture épouse les reliefs naturels, offre une spectaculaire vue à 360° sur l'île et l'océan. Depuis les années 2000, l'endroit est le lieu de villégiature préféré de nombreux stars planétaires et de grands capitaines d'industrie. Sans parler des starlettes et autres vedettes éphémères de la télé-réalité qui viennent faire trois pas sur la plage pour être « piégées » par un paparazzi opportunément convoqué pour assurer le buzz sur leurs réseaux sociaux : « Il (elle) était à l'Eden Rock ». Pathétique.

### SAINTE TRINITÉ

L'Eden Rock c'est une Sainte trinité, constituée du bâtiment original de Rémy de Haenen, perché sur son rocher au-dessus des autres infrastructures de l'hôtel, d'un bâtiment circulaire offrant une vue incomparable à 360° et, troisième élément de cette troïka magique : d'un personnel trié sur le volet. Intangible, ce dernier est pourtant déterminant en ce qu'il assure à la clientèle un séjour « comme à la maison ». Une formule aujourd'hui galvaudée qui trouve ici sa première expression en l'absence de Réception, l'arrivée à l'hôtel se faisant au bar-salon où l'on se pose un instant le temps d'une boisson de bienvenue face au cadre de carte postale, avant d'être accompagné à sa villa, son appartement ou sa chambre. Pas de comptoir, pas de carte bleue ou de passeport demandés : on a l'impression d'arriver dans sa résidence secondaire sous les tropiques, où l'on est chaleureusement accueilli par un personnel dévoué à la famille depuis des années. Le fait qu'il y ait très peu

*offers a spectacular 360° view of the island and the ocean. Since the 2000s, the place has been a favourite holiday destination for many world stars and captains of industry. Not to mention the starlets and other ephemeral reality TV stars who come to take three steps on the beach only to be "trapped" by a paparazzi opportunely summoned to ensure the buzz on their social networks: "He (she) was at Eden Rock". Pathetic.*

### HOLY TRINITY

*Eden Rock is a Holy Trinity, consisting of the original Rémy de Haenen building, perched on its rock above the other hotel infrastructures, a circular building offering an incomparable 360° view and, the third element of this magical troika: a hand-picked staff. Intangible, the latter is nonetheless decisive in that it ensures that the clientele has a stay "just like at home". A formula that is nowadays overused and which finds its first expression here in the absence of a reception desk, the arrival at the hotel is done in the bar-lounge where you can rest for a moment with a welcome drink in front of the postcard setting, before being accompanied to your villa, your flat or your room. No counter, no credit card or passport required: you feel like you*

**Page de gauche :** l'architecture caractéristique de l'Eden Rock a été restaurée à l'identique après le passage d'Irma, en 2017. Au premier plan la suite Frégate, à l'arrière-plan le bâtiment original où vécut Rémy de Haenen. **En haut à droite :** la suite Frégate, avec sa piscine privée et ci-dessus la célèbre bâtiment circulaire, autrefois restaurant panoramique qui aujourd'hui trois suites spectaculaires.

*Left page: the characteristic architecture of the Eden Rock has been restored to its original state after the passage of Irma, in 2017. In the foreground the Frégate suite, in the background the original building where Rémy de Haenen lived. Above right: is the Frégate suite, with its private pool and above is the famous circular building, once a panoramic restaurant, which now houses three spectacular suites.*





**Page de gauche :** la suite Pippa réserve à ses heureux occupants une petite piscine privée à l'abri des regards... mais avec vue sur toute la baie de Saint-Jean. **En dessous :** la villa Rock Star, le restaurant, la suite Garbo et la vue depuis les petites villas standard, comme un cliché de film hollywoodien. **Ci-contre :** des amenities raffinées que les clients emmèneront comme de précieux souvenirs.

**Left page:** the Pippa suite has a small private swimming pool for its lucky occupants... but with a view over the whole of St John's Bay. **Below:** the Rock Star villa, the restaurant, the Garbo suite and the view from the small standard villas, like a Hollywood film shot. **Opposite:** are the refined amenities that guests will take home as precious souvenirs.



de turn-over de celui-ci participe de cette impression et permet à l'équipe de connaître les habitudes et les goûts des clients fidèles – les fameux repeaters qui sont aujourd'hui l'alpha et l'oméga des hôtels de luxe et constituent plus de la moitié de la clientèle de l'Eden Rock. Racheté par David Matthews en 1995, l'Eden Rock est administré par le groupe Oetker Collection (le Bristol à Paris, l'Hôtel du Cap à Antibes, l'Apogée à Courchevel...) depuis 2014, et a fait l'objet d'une rénovation intégrale de 2017 à 2019, après le passage de l'ouragan Irma. Début 2020 il dévoilait ses trois nouvelles suites, baptisées des prénoms de Jane Matthews et de ses deux belles-filles Pippa et Vogue, construites à la place de l'ancien restaurant panoramique.

Si l'hôtel propose des petites villas standard bien agréables dans le jardin (chacune d'elles proposant une chambre, un salon-bureau, une salle de bain et un petit salon extérieur privatif donnant sur la plage – compter entre 1000 et 4000 euros la nuit selon la saison), ce sont surtout les villas et suites personnalisées que l'on retiendra, parmi lesquelles nos préférées sont la Frégate, une suite pour deux distribuée sur trois niveaux – l'entrée avec le bureau et la salle de bain, la chambre avec sa terrasse et la piscine privée face à la baie – et la Howard Hugues, grande suite spectaculaire à l'atmosphère chaleureuse prévue pour deux couples ou un couple avec enfants, meublée de bois vernis, de bibliothèques bien remplies et offrant une vue à couper le souffle.

Sur la plage la villa Rock Star a été préservée, mais ne dispose plus aujourd'hui du studio d'enregistrement doté de la table de mixage sur laquelle John Lennon a enregistré *Imagine*, qui convoquait notre mémoire collective.

D'une suite ou villa à une autre on apprécie les salles de bain décorées de bois blond et de marbre blanc, les salles de douche de marbre rose, les toilettes avec douchette (on se demande encore comment certains établissements 5 étoiles se permettent de ne pas en proposer !) et les multiples attentions que l'on savoure sans réserve, comme le sac de plage et les tongs aux couleurs Eden Rock rouge et blanc offerts à l'arrivée, la pochette zippée aux initiales du client, les amenities de belle taille (et non des échantillons rachitiques) à la fragrance exclusive, la pochette de salle de bain incluant une éponge naturelle, un set de manucure et un miroir dans un étui PVC...

On l'aura compris : l'impression de luxe ultime et réfléchi est omniprésente et concourt au bien-être.

*are arriving at your second home in the tropics, where you are warmly welcomed by staff who have been devoted to the family for years. The fact that there is very little staff turnover contributes to this impression and allows the team to know the habits and tastes of loyal customers - the famous repeaters who are today the alpha and omega of luxury hotels and constitute more than half of the Eden Rock's clientele. Bought by David Matthews in 1995, the Eden Rock has been managed by the Oetker Collection group (the Bristol in Paris, the Hôtel du Cap in Antibes, the Apogée in Courchevel...) since 2014, and underwent a complete renovation from 2017 to 2019, after the passage of hurricane Irma. In early 2020 it unveiled its three new suites, named after Jane Matthews and her two stepdaughters Pippa and Vogue, built in place of the former panoramic restaurant.*

*While the hotel offers small, pleasant standard villas in the garden (each with a bedroom, a living room/office, a bathroom and a small private outdoor living room overlooking the beach - count between 1000 and 4000 euros per night depending on the season), it is above all the personalised villas and suites that we will remember, among which our favourites are the Frégate, a suite for two distributed on three levels - the entrance with the office and the bathroom, the bedroom with its terrace and the private swimming pool facing the bay - and the Howard Hugues, a large spectacular suite with a warm atmosphere designed for two couples or a couple with children, furnished with varnished wood, well-stocked bookcases and offering a breathtaking view.*

*On the beach, the Rock Star villa has been preserved, but no longer has the recording studio with the mixing desk on which John Lennon recorded "Imagine", which summoned our collective memory.*

*From one suite or villa to another, one appreciates the bathrooms decorated with blond wood and white marble, the pink marble shower rooms, the toilets with showerheads (one still wonders how some 5-star establishments allow themselves not to offer them!), and the numerous attentions that one savours without reserve, such as the beach bag and flip-flops in the red and white Eden Rock colours offered on arrival, the zipped pouch with the client's initials, the nice size amenities (and not stunted samples) with the exclusive fragrance, the bathroom bag including a natural sponge, a manicure set and a mirror in a PVC case...*

*As you can see, the impression of ultimate, thoughtful luxury is omnipresent and contributes to well-being.*



## FABRICE MOIZAN, DIRECTEUR GENERAL : CRÉER UNE RELATION INTIME AVEC LE CLIENT

### CREATING AN INTIMATE RELATIONSHIP WITH THE CUSTOMER

**Dandy** : Après Irma, le Covid : le moins que l'on puisse dire est que St Barth n'aura pas été épargné ces dernières années...

**Fabrice Moizan** : « L'île aura retrouvé toute sa splendeur post-Irma en octobre 2021 : à ce moment-là elle sera complètement rénovée, avec tous les hôtels totalement opérationnels, neufs et au top pour la grande réouverture – le fameux « Grand Opening ».

**Et l'on peut affirmer sans risque que ce Grand Opening est attendu des clients réguliers, tant l'hôtellerie a un visage bien particulier ici...**

Intimité et identité : c'est cette dimension qui crée la différenciation de l'hôtellerie à St Barth, où nous n'avons globalement pas de grands resorts internationaux comme Waldorf, Four Seasons ou Mandarin Oriental, mais uniquement des « hôtels-boutiques ». L'arrivée de Rosewood au Guanahani (1) va changer un peu la donne de ce point de vue, mais il reste à taille humaine – cela reste un esprit très boutique. Il en va de même de Cheval Blanc, dont la force était son exclusivité : qu'il s'agisse d'un cocon sur une zone très calme, l'une des plus belles grandes plages de l'île, et qu'il soit fréquenté par des gens qui ne veulent pas être vus. En l'agrandissant (par l'achat du Taiwana voisin, ndr) ils créent un grand resort (77 clés : le plus grand de l'île), et ce faisant il perd le charme de l'intimité, donc son identité. Il est de notre responsabilité de ne pas délivrer simplement de l'hôtellerie mais une expérience, par des attitudes, des comportements authentiques, et pour cela tout se rejoint, jusqu'au recrutement des équipes : on recrute des personnalités qui ont la capacité de s'autonomiser, pour digérer nos quatre mots-clés et les délivrer eux-mêmes dans leurs actions au quotidien avec leur sincérité et leur spontanéité.

**Notre input sur l'évolution de l'Eden Rock est remarquable et remarqué : en quelques années vous avez fait évoluer cette institution de façon significative, en lui donnant une dimension plus humaine, plus cocon, on a presque envie de dire « plus familiale ».**

**Pas mal pour un ancien du Fouquet's !**

Je dirigeais le Fouquet's depuis cinq ans mais j'y perdais la passion de ce que je faisais : je pilotais de la finance, des RH, je gérais les syndicats et je perdais le sens de ce qui m'a amené à ce métier ; la passion du service et de l'expérientiel. Je ne voulais plus faire du corporate, passer mon temps dans mon bureau à remplir des tableaux, mais sentir le produit, être avec les clients et les équipes tous les jours pour créer et impulser. Mon rôle est d'être le gentil animateur qui propose, et bouscule les choses pour surprendre. C'est ce que j'ai trouvé ici : Oetker c'est l'anti-corporate, et c'est pourquoi je pense y rester un certain temps. Il y a aujourd'hui un triptyque dans notre métier : la destination, les propriétaires et le management. Beaucoup d'endroits sont magnifiques, mais les propriétaires peuvent avoir des aspirations qui ne sont pas celles de la *management company*, qui peut avoir promis des objectifs inatteignables. Ou d'un autre côté on peut facilement se retrouver dans un très bel endroit mais où tout est conventionnel, où il n'y a pas d'âme parce qu'il y a des cases, parce que la marque intègre les barmen ou les garçons de plage comme cela : des puissances marketing phénoménales mais une dissolution de l'individu dans la marque. *In fine* ça marche, mais il manque la passion. On a la chance d'être sur une destination qui a le vent en poupe et dont la politique est stable, c'est pourquoi implémenter la marque Oetker ici, avec tout l'historique de ce qu'était Eden Rock, était passionnant.



**Dandy** : After Irma, the Covid : the least we can say is that St Barth has not been spared these last few years...

**Fabrice Moizan** : "The island will be back to its post-Irma glory in October 2021: by then it will be completely renovated, with all the hotels fully operational, new and in top shape for the grand re-opening - the famous "Grand Opening".

**And it's safe to say that this Grand Opening is expected by regular guests, as the hotel business has a very special face here...**

*Intimacy and identity: it is this dimension that creates the differentiation of the hotel industry in St Barths, where we do not have large international resorts like Waldorf, Four Seasons or Mandarin Oriental, but only "boutique hotels". The arrival of Rosewood at the Guanahani (1) will change the situation a little from this point of view, but it remains on a human scale - it's still very boutique in spirit. The same goes for Cheval Blanc, whose strength was its exclusivity: that it was a cocoon on a very quiet area, one of the most beautiful large beaches on the island, and that it was frequented by people who didn't want to be seen. By enlarging it (by buying the neighbouring Taiwana, ed.) they are creating a big resort (77 keys: the biggest on the island), and in doing so it loses the charm of privacy, and therefore its identity. It is our responsibility not to simply deliver a hotel but an experience, through attitudes, authentic behaviour, and for this everything comes together, right down to the recruitment of teams: we recruit personalities who have the capacity to become autonomous, to digest our four key words and deliver them themselves in their daily actions with their sincerity and spontaneity.*

**Your input on the evolution of Eden Rock is remarkable and noticed: in a few years you have made this institution evolve significantly, giving it a more human dimension, more cocoon, one would almost say "more family". Not bad for a former Fouquet's owner!**

*I had been managing Fouquet's for five years but I was losing the passion for what I was doing: I was managing finance, HR, and the unions, and I was losing the sense of what brought me to this job: the passion for service and the experiential. I no longer wanted to do corporate work, to spend my time in my office filling in tables, but to feel the product, to be with the customers and the teams every day to create and drive. My role is to be the kind of facilitator who proposes and shakes things up to surprise. This is what I have found here: Oetker is the anti-corporate, and that's why I think I'll be here for a while. There is a triptych in our business today: the destination, the owners and the management. Many places are beautiful, but the owners may have aspirations that are not those of the management company, which may have promised unattainable goals. Or on the other hand you can easily find yourself in a very beautiful place but where everything is conventional, where there is no soul because there are boxes, because the brand integrates the bartenders or the beach boys like this: phenomenal marketing powers but a dissolution of the*

**L'Eden Rock a été l'un des plus touchés par Irma, notamment le restaurant qui était sur le rocher et qui a été emporté par les vagues, et l'hôtel a été totalement reconstruit. Comment l'avez-vous repensé : comment avez-vous imaginé le post-Irma, puisque l'on sait qu'il peut y avoir d'autres ouragans ?**

L'objectif a été de se demander comment revenir beaucoup plus rapidement si la même chose venait à se reproduire. La cuisine est désormais partiellement taillée dans la roche, avec des portes de sous-marin, étanches, que nous avons commandées en Pologne et qui ont été faites sur-mesure. Côté Nikki Beach, les six chambres au niveau de la mer ont elles aussi été pourvues de portes de sous-marin, et de fenêtres de paquebot qui résistent à la percussion de l'eau. Tout ceci est très design mais surtout très technique, et désormais dès que nous nous mettrons en mode anticyclonique, nous installerons sur la plage des pare-vagues de trois mètres de haut, en fibre de carbone, qui sont incurvés pour déflécter les vagues et les retourner pour qu'elles viennent anéantir les suivantes : pour diminuer la pression de la mer. Tout cela est prévu pour être mis en place en trois jours, et si ces espaces pare-chocs seront balayés par l'eau, la structure ne sera plus endommagée.

**L'une des particularités de l'établissement est de ne plus avoir de Réception...**

Pourquoi créer un objet – le bureau de réception – entre le client et nous ? On veut accueillir comme on accueille des amis ou de la famille chez soi : on vient les accueillir à l'aéroport, on s'installe au bar pour prendre un verre et ensuite on prend ses appartements. Et tout cela doit être fluide – on veut gommer l'aspect commercial : quand le client est arrivé on doit être dans l'expérientiel et ne plus penser à l'argent.

Ensuite, ce qui fait la différence c'est le service. Pendant longtemps le principal critère de qualité du service dans l'hôtellerie a été le nombre de salariés par client. Aujourd'hui elle doit être dans le ressenti, l'émotionnel que l'on est en capacité de créer. C'est ça qui fait que le client revient. »

Une formule qui marche, et qui fait la différence : se déplaçant en moyenne une fois par mois pour aller représenter l'Eden Rock aux Etats-Unis, en Europe ou ailleurs, Fabrice Moizan a l'habitude d'envoyer quelques WhatsApp quelques jours avant ses voyages pour proposer aux bons clients vivant dans la ville de prendre un verre avec eux. Le plus souvent ceux-ci l'invitent à dîner chez eux et lui présentent des amis, et le temps d'une soirée le temps est oublié : on parle vacances, soleil, et on partage. Et c'est cela aussi, la magie de l'Eden Rock.

(1) Selon les dernières informations, Rosewood ouvrirait en juillet en pré-opening sur deux mois, refermerait et ré-ouvrirait en octobre.

*individual in the brand. In the end it works, but the passion is missing. We're lucky to be in a destination that's on the up and up and has a stable policy, so implementing the Oetker brand here, with all the history of what Eden Rock was, was exciting.*

*Eden Rock was one of the hardest hit by Irma, especially the restaurant that was on the rock and was washed away, and the hotel was totally rebuilt. How did you rethink it: how did you imagine the post-Irma period, since we know that there may be other hurricanes? The objective was to ask ourselves how we could get back much more quickly if the same thing happened again. The kitchen is now partially carved out of the rock, with waterproof submarine doors that we ordered from Poland and which were made to measure. On the Nikki Beach side, the six sea-level bedrooms have also been fitted with submarine doors, and liner windows that resist water impact. All this is very design but above all very technical, and from now on, as soon as we go into anti-hurricane mode, we will install three-metre-high waveguards on the beach, made of carbon fibre, which are curved to deflect the waves and turn them around so that they destroy the following ones: to reduce the pressure of the sea. All of this is designed to be in place in three days, and if these bumper spaces are washed away, the structure will not be damaged.*

**One of the particularities of the establishment is that it no longer has a reception area... Why create an object - the reception desk - between the client and us? We want to welcome guests in the same way as we welcome friends or family at home: we meet them at the airport, we sit down at the bar to have a drink and then we take our flats. And all this must be fluid - we want to erase the commercial aspect: when the client has arrived we must be in the experiential and not think about money.**

*Secondly, what makes the difference is the service. For a long time, the main criterion of service quality in the hotel industry was the number of employees per customer. Today it must be in the feeling, the emotion that we are able to create. That's what keeps the customer coming back."*

*A formula that works, and that makes the difference: travelling on average once a month to represent Eden Rock in the United States, Europe or elsewhere, Fabrice Moizan has the habit of sending a few WhatsApp messages a few days before his trips to suggest to good customers living in the city to have a drink with them. Most of the time, they invite him to dinner at their place and introduce him to friends, and for an evening, time is forgotten: we talk about holidays, sun, and we share. And that is also the magic of the Eden Rock.*

(1) According to the latest information, Rosewood will open in July as a two-month pre-opening, will close and re-open in October.



## CARL GUSTAF : DOMINANT GUSTAVIA L'IMAGE DE ST BARTH DANS LE MONDE ENTIER

### CARL GUSTAF : DOMINATING GUSTAVIA THE IMAGE OF ST BARTHS IN THE WORLD

Perché sur la colline qui domine Gustavia, le Carl Gustaf offre une vue imprenable sur la ville aux toits rouges, le port et, au-delà, l'océan. L'image des films, des brochures publicitaires, des livres de géographie, celle par laquelle les magazines people du monde entier présentent St. Barth. Découverte depuis les terrasses de l'hôtel, la capitale a des allures de maquette, propre et colorée – une image d'Epinal. A laquelle même les clients des autres cinq étoiles de l'île ne résistent pas, puisque depuis sa rénovation l'établissement s'est doté d'une terrasse d'inspiration coloniale où ils viennent dîner ou simplement prendre un verre, le regard ébloui par cette vue enchanteuse.

Fermé en 2013 et racheté par le groupe Barrière deux ans plus tard, l'hôtel a connu ensuite un long chantier de rénovation en profondeur, puis affronté les assauts d'Irma. Initialement programmée pour décembre 2019, sa réouverture a été reportée à mars 2020, et a donc finalement coïncidé avec le début de l'épisode Covid : on a connu de meilleures circonstances pour lancer une adresse aussi prestigieuse. Car de l'établissement hors du commun qu'il était initialement, le groupe français (Fouquet's à Paris et Courchevel, Normandy à Deauville...) a fait un 5 étoiles hors normes, principalement caractérisé par sa vue imprenable, mais pas que. Seul hôtel parmi les établissements-stars de l'île à ne pas être installé sur une plage, il est aussi à proximité de la ville, et donc de tout : bars, restaurants, commerces, port, musée, monuments historiques, activités nautiques...

*Perched on the hill overlooking Gustavia, the Carl Gustaf offers an unobstructed view of the red-roofed town, the harbour and, beyond, the ocean. It is the image of films, advertising brochures, geography books, and the one that people magazines from all over the world use to present St. Barth. Discovered from the hotel terraces, the capital looks like a model, clean and colourful - an image of Epinal. Even the guests of the other five-star hotels on the island can't resist it, as since its renovation the hotel has a colonial-inspired terrace where they come to dine or simply have a drink, their eyes dazzled by the enchanting view.*

*Closed in 2013 and bought by the Barrière group two years later, the hotel then underwent a long in-depth renovation project, then faced the onslaught of Irma. Initially scheduled for December 2019, its reopening was postponed to March 2020, and thus finally coincided with the beginning of the Covid episode: there have been better circumstances for launching such a prestigious address. The French group (Fouquet's in Paris and Courchevel, Normandy in*





**Double page précédente :** vue imprenable sur le port de Gustavia depuis la terrasse du Carl Gustaf. La longue vue est parfaitement fonctionnelle.  
**En bas à droite :** la terrasse de l'une des villas à flanc de colline.  
**Page de gauche :** la vue depuis l'une de ces mêmes villas.  
**Ci-dessus :** le restaurant Shellona, Shell Beach et ci-contre un picnic romantique, pour jouer les Robinson sur la plage de Gouverneur.

*Previous double page:* breathtaking views of Gustavia harbour from the terrace of the Carl Gustaf. The long view is perfectly functional.  
*Below right:* the terrace of one of the villas on the hillside.  
*Left page:* the view from one of the villas and above, Shellona restaurant, Shell Beach and opposite: a romantic picnic, playing Robinson on Gouverneur beach.

Parmi les innovations déterminantes apportées par la rénovation, l'ouverture à l'étage principal d'un grand balcon couvrant tout l'étage est la plus spectaculaire, puisque celui-ci ajoute au caractère de l'hôtel et permet de s'installer et de profiter de la vue dans un style New Orleans qui fleurit bon les Etats du Sud américain.

Pour autant, choisir la vue imprenable du Carl Gustaf ne signifie pas se passer de plage, et a fortiori de restaurant les-pieds-dans-l'eau : l'établissement a passé un accord avec le Shellona, construit sur la plage du même nom, au pied de la colline. On le gagne à pied en une dizaine de minutes, ou en trois minutes en voiture, et on y déguste une large variété de poissons, crustacés et viandes dans une ambiance digne de St Tropez. Cerise sur le gâteau : l'école primaire de l'île jouxte le restaurant et on se prend à rêver un instant lorsque, quittant celui-ci après un bon repas, on découvre les parents venus chercher leurs chères têtes blondes en scooter ou en petit 4x4 découvert, vêtus de tenues légères et exprimant tous une camaraderie et une bonne humeur manifestes – signes extérieurs de qualité d'une vie caraïbe enviable.

On peut varier les plaisirs de la plage en optant pour le Picnic à la plage de Gouverneur proposé par l'hôtel, qui met à la disposition de ses clients une voiture électrique garnie pour l'occasion d'un panier d'osier comprenant un menu complet et des boissons, et d'un parasol indispensable pour affronter le soleil car la plage, qui compte parmi les plus belles de St Barth, ne propose qu'une petite zone ombragée, souvent très occupée par les locaux. Le prix à payer pour profiter de cette longue langue de sable blanc baignée par des eaux turquoise d'une limpidité réjouissante.

*Deauville...)* has turned the original unusual establishment into a five-star hotel, mainly characterised by its breathtaking view, but not only. The only hotel among the island's star establishments not to be located on a beach, it is also close to the town, and therefore to everything: bars, restaurants, shops, port, museum, historical monuments, nautical activities...

*Among the key innovations brought about by the renovation, the opening of a large balcony on the main floor covering the entire floor is the most spectacular, as it adds to the character of the hotel and allows you to sit back and enjoy the view in a New Orleans style that smells of the American South. However, choosing the Carl Gustaf's breathtaking view does not mean doing without a beach, let alone a beachside restaurant: the hotel has made an agreement with the Shellona, built on the beach of the same name, at the foot of the hill. You can reach it on foot in about ten minutes, or in three minutes by car, and you can taste a wide variety of fish, shellfish and meat in an atmosphere worthy of St Tropez. The icing on the cake: the island's primary school is next door to the restaurant, and one can only dream for a moment when, leaving the restaurant after a good meal, one discovers the parents who have come to pick up their little ones on scooters or in small open 4x4s, dressed in light clothing and all expressing a clear camaraderie and good humour - the external signs of quality in an enviable Caribbean life.*

*One can vary the pleasures of the beach by opting for the Picnic at Gouverneur Beach offered by the hotel, which provides its guests with an electric car equipped for the occasion with a wicker basket including a full menu and drinks, and an umbrella essential to face the sun as the beach, which is among the most beautiful in St Barths, offers only a small*

**Ci-contre** : une décoration à la fois caraïbe et élégante dans les villas, où un set d'amenités raffiné attend les occupants.

*Opposite: the villas are decorated in an elegant Caribbean style, with a refined set of amenities awaiting the occupants.*



Les bungalows qui constituent le mode d'hébergement du Carl Gustaf sont construits en terrasses à flanc de colline, et offrent toutes la même vue sur le port – plus ou moins plongeante selon que l'on est installé en bas ou en haut, près du bâtiment principal. Il y a mieux encore : les trois suites créées sur le toit en lieu et place de l'ancienne suite royale, qui se partagent désormais les dimensions extraordinaires de celle-ci. Sans surprise c'est de là que la vue est la plus panoramique, et c'est là aussi que les prestations sont les plus luxueuses, l'une d'entre elles disposant d'une piscine et une autre d'un jacuzzi. On peut apprécier sans réserve une villa au Cheval Blanc ou à l'Eden Rock, force est de reconnaître que vivre à la tombée de la nuit l'expérience d'un jacuzzi associant des bulles de champagne à celles de la balnéo, en contemplant Gustavia s'illuminer pour enfileur sa tenue de soirée, constitue un moment inoubliable dans une vie. Les plus exigeants – et les nostalgiques de l'ancien hôtel – peuvent même réunir les trois suites en une entité unique baptisée Loft Royal.

Comparativement, les terrasses des « simples » bungalows font inévitablement pâle figure, d'autant que leurs « piscines » sont en fait de minuscules bassins et que le poids des parasols rend ceux-ci peu manœuvrables et le bronzage hasardeux. C'est dommage. Autre point regrettable : l'absence d'intimité sur ces terrasses, à la différence de ce qui se pratique aux Maldives, par exemple, où une installation en quinconce interdit de voir ce qui se passe sur la terrasse voisine. En revanche les volumes desdits bungalows, qui comportent une chambre (ou deux), un salon et une salle de bain de belle taille, sont satisfaisants, tandis que, évoquant Arcachon et le Pilat, le bois blanc cassé de la décoration d'inspiration Atlantique apporte une fraîcheur appréciable.

*shaded area, often very busy with the locals. This is the price to pay for enjoying this long strip of white sand bathed by crystal clear turquoise waters.*

*The bungalows that make up the Carl Gustaf's accommodation are built on terraces on the hillside, and all offer the same view of the harbour - more or less plunging, depending on whether you're sitting downstairs or upstairs, near the main building. Even better is one of the three rooftop suites created in place of the former Royal Suite, which now share the latter's extraordinary dimensions. Unsurprisingly, this is where the views are most panoramic, and where the amenities are most luxurious, one with a swimming pool and another with a Jacuzzi. One can appreciate without reserve a villa at the Cheval Blanc or the Eden Rock, but one has to admit that to live the experience of a Jacuzzi at nightfall, combining champagne bubbles with those of the balneo, while contemplating Gustavia illuminated to put on one's evening clothes, constitutes an unforgettable moment in one's life. The most demanding - and those nostalgic for the old hotel - can even combine the three suites into a single entity called Loft Royal.*

*In comparison, the terraces of the "simple" bungalows inevitably pale in comparison, especially since their "pools" are in fact tiny swimming pools and the weight of the parasols makes them difficult to manoeuvre and sunbathing hazardous. This is a pity. Another regrettable point is the lack of privacy on these terraces, unlike in the Maldives, for example, where a staggered installation means that you can't see what's happening on the neighbouring terrace.*

*On the other hand, the volume of the bungalows, which have one bedroom (or two), a living room and a good-sized bathroom, is satisfactory, while the off-white wood of the Atlantic-inspired decoration, reminiscent of Arcachon and the Pilat, brings a welcome freshness.*



#### EMMANUELLE CIPRIANI, GENERAL MANAGER : « UNE DESTINATION DANS LA DESTINATION »

Née dans l'hôtellerie, pour avoir fait ses classes à la SBM Monaco et à l'Hôtel du Castellet (Relais & Châteaux) puis travaillé dix ans à Saint Martin puis en Birmanie avant de se voir confier la réouverture du Carl Gustaf, la General Manager Emmanuelle Cipriani connaît aussi bien les grosses structures que les établissements de taille plus confidentielle. Elle s'émerveille de la façon dont l'agence parisienne Gilles et Boissier (Baccarat, Four Seasons, Mandarin Oriental...) a capté l'essence de l'établissement. « Il était très important de respecter une certaine déco pour conférer une certaine ambiance chic décontractée, et que le Carl Gustaf reste un hôtel ouvert à la clientèle locale, comme il l'a toujours été », précise-t-elle. Et de préciser : « Un endroit où l'on se sent aussi bien pour venir boire un verre au coucher du soleil que pour séjourner. On a voulu des chambres dans lesquelles on a misé sur les matériaux : bois, marbres italiens, cachemire des plaids, tapis de laine, produits organiques dans les mini-bars, et misé sur les détails, notamment avec une domotique très performante. »

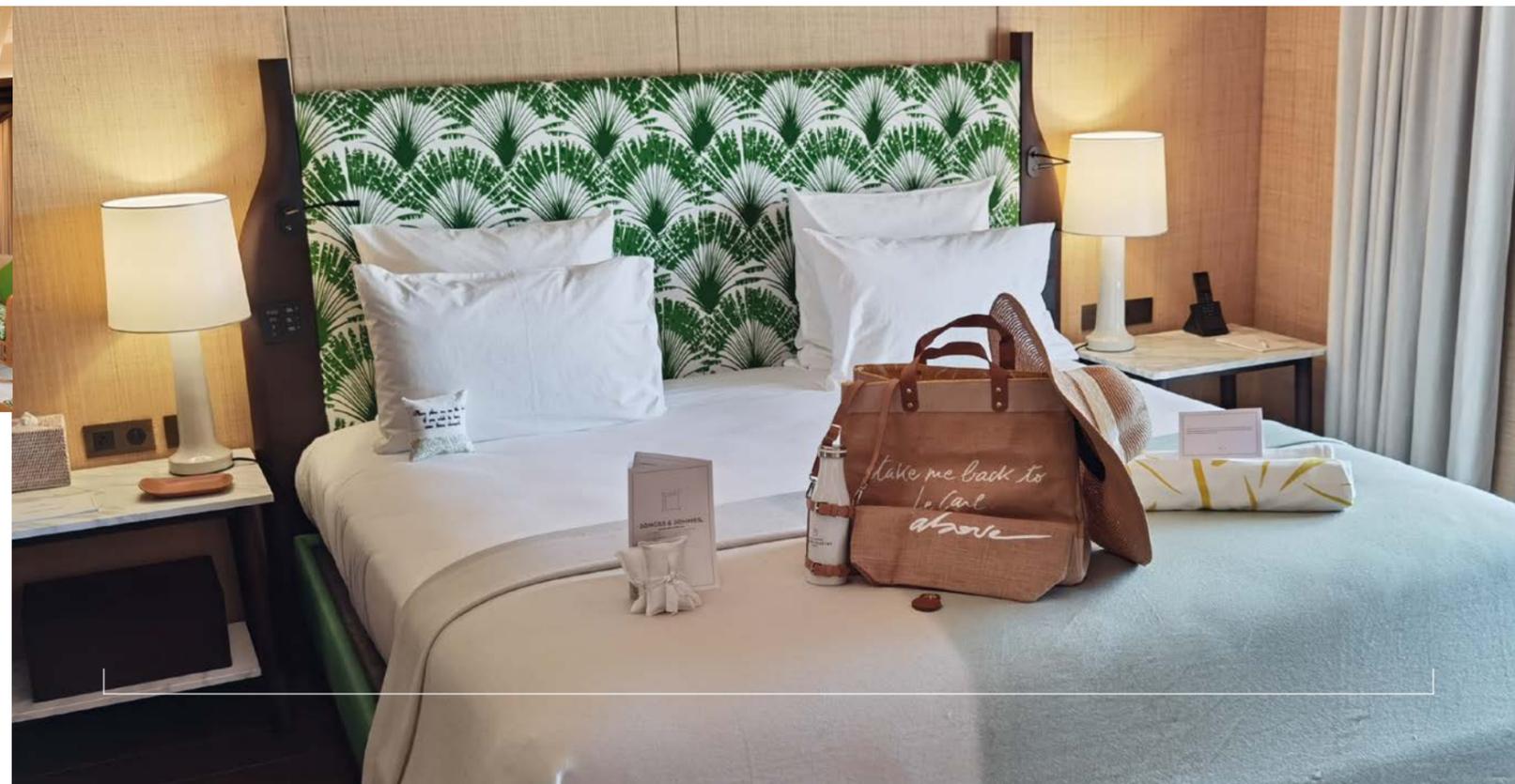
La caractéristique fondamentale du Carl Gustaf étant qu'il n'est pas en concurrence frontale avec les valeurs installées, il se démarque de façon naturelle : « Il est clair qu'il est plus spontané de faire la différence au Carl Gustaf, qui est le seul hôtel 5 étoiles de Gustavia et offre une vue exceptionnelle sur le port, alors que tous les autres sont des hôtels de plage : nous sommes en quelque sorte une destination dans la destination, avec un caractère vraiment particulier, précise encore Emmanuelle Cipriani. Mais il était très important aussi d'avoir un restaurant de plage parce que l'on reste dans les Caraïbes, et sans ce partenariat avec Shellona il nous aurait manqué une corde à notre arc ». Nous pouvons être rassurés : il ne lui en manque aucune, et le Carl Gustaf est définitivement un bijou dans un écrin étincelant.

#### EMMANUELLE CIPRIANI, GENERAL MANAGER: "A DESTINATION WITHIN A DESTINATION"

*Born in the hotel business, having worked at SBM Monaco and the Hôtel du Castellet (Relais & Châteaux), then for ten years in Saint Martin and Burma before being entrusted with the reopening of the Carl Gustaf, General Manager Emmanuelle Cipriani knows both the large structures and the more confidential establishments.*

*She marvels at the way in which the Parisian agency Gilles et Boissier (Baccarat, Four Seasons, Mandarin Oriental, etc.) has captured the essence of the establishment. "It was very important to respect a certain decor to give a certain casual chic atmosphere, and that the Carl Gustaf remain a hotel open to the local clientele, as it has always been," she says. "A place where you feel just as comfortable coming to have a drink at sunset as you do staying. We wanted rooms in which we focused on materials: wood, Italian marble, cashmere plaids, wool carpets, organic products in the mini-bars, and we focused on the details, particularly with high-performance home automation."*

*The fundamental characteristic of the Carl Gustaf is that it does not compete head-on with the established values, so it stands out in a natural way: "It is clear that it is more spontaneous to make a difference at the Carl Gustaf, which is the only 5-star hotel in Gustavia and offers an exceptional view of the port, whereas all the others are beach hotels: we are a sort of destination within the destination, with a really special character," Emmanuelle Cipriani adds. "But it was also very important to have a beach restaurant because we remain in the Caribbean, and without this partnership with Shellona we would have been missing a string to our bow". We can be reassured that he is not missing a string to his bow, and the Carl Gustaf is definitely a jewel in a glittering case.*





## LE MANAPANY OU LA CARAÏBE ROMANESQUE OR THE ROMANTIC CARIBBEAN

Niché dans une petite baie proche de l'aéroport, le Manapany convoque plus que les autres cinq étoiles de St Barth l'idée que nous nous faisons tous d'une île des Caraïbes, avec ses petits bâtiments de bois à l'architecture locale disséminés dans la végétation face à la mer et son espace de vie articulé autour des piscines et du restaurant. L'occasion de souligner qu'à St Barth, le visiteur se situe toujours par rapport à l'aéroport, installé au pied d'une colline au sommet de laquelle un sens giratoire distribue la circulation aux quatre points cardinaux : vers l'Eden Rock à l'Est, dans la baie de Saint-Jean ; vers le Carl Gustaf à l'ouest, à Gustavia ; et vers le Manapany au nord, suivant une route qui dessert également, plus loin, le Cheval Blanc installé sur la plage des Flamands, sur la côte nord de l'île. La direction sud emmène vers les plages de Gouverneur et des Salines, et il faut faire le tour de l'île par le sud pour tomber sur un autre cinq étoiles renommé : le Toiny, qui était toujours fermé lors de la réalisation de ce reportage.

L'Anse des Cayes, dans laquelle est niché le Manapany, accueille l'une des plus petites plages de St Barth, l'une des plus sauvages, des plus encaissées et des plus confidentielles aussi, puisque l'on n'y accède ni naturellement par la route ni spontanément par la mer car elle est renfoncée dans un

*Nestled in a small bay near the airport, Le Manapany evokes more than the other five-star hotels in St Barths the idea we all have of a Caribbean island, with its small wooden buildings with local architecture scattered in the vegetation facing the sea and its living space articulated around the swimming pools and the restaurant.*

*This is an opportunity to point out that in St Barths, the visitor is always situated in relation to the airport, installed at the foot of a hill at the top of which a roundabout distributes traffic to the four cardinal points: to the Eden Rock in the east, in the bay of Saint-Jean; to the Carl Gustaf in the west, in Gustavia; and to the Manapany in the north, following a road that also serves, further on, the Cheval Blanc, installed on the beach of the Flamands, on the north coast of the island. The southern direction leads to the beaches of Gouverneur and Les Salines, and you have to go around the island by the south to come across another famous five-star hotel: the Toiny, which was still closed at the time of this report.*

*The Anse des Cayes, in which the Manapany is nestled, is home to one of the smallest beaches on St Barths, one of the wildest, most secluded and most confidential too, since it is not accessible either naturally by road or spontaneously by sea, as it is recessed in a natural relief that diverts the attention of the*





**Double page précédente :** situé dans une anse naturelle balayée par les vents, le Manapany réserve à ses clients une atmosphère digne d'un film d'aventure.  
**Page de gauche :** l'intérieur de la Suite 210, qui bénéficie d'une vue panoramique sur la baie et l'océan, et le restaurant de plage.  
**Ci-dessus :** la terrasse de la 210, avec son jacuzzi, et Geoffroy de Geyer d'Orth, directeur général de l'établissement.

*Previous page:* situated in a natural windswept cove, the Manapany offers its guests an atmosphere worthy of an adventure film.  
*Left page:* the interior of Suite 210, which has a panoramic view of the bay and ocean, and the beach restaurant.  
*Above:* the terrace of Suite 210, with its jacuzzi, and Geoffroy de Geyer d'Orth, general manager of the establishment.



relief naturel qui détourne l'attention des bateaux et des jet-skis qui font le tour de l'île. Associée à la configuration des fonds, cette topographie est favorable à la formation de vagues qui en font un spot apprécié des surfeurs et agrémentent le charme de l'hôtel en convoquant les images des histoires de pirates que nous gardons tous en tête depuis notre enfance. Un

**On apprécie sans réserve cette oasis d'intimité merveilleusement dépaysante, qui incite avant tout à la contemplation de la nature.**

lieu éminemment romanesque, et ce n'est pas le moindre de ses charmes. Que l'on choisisse l'un des petits bungalows donnant directement sur la plage ou un emplacement surélevé à flanc de colline (notre préférence allant à la Suite Executive 210, l'un des plus haut placés et offrant par conséquent une vue englobant toute l'anse, disposant de surcroît d'un jacuzzi sur sa grande terrasse de bois sombre), on apprécie sans réserve cette oasis d'intimité merveilleusement dépaysante, qui incite avant tout à la contemplation de la nature. Un bon bouquin et nous voici totalement déconnectés de la folle agitation du monde, ressourçant nos cerveaux à la langueur caraïbe et reprenant des forces avant l'inévitable retour vers la vie métropolitaine,

boats and jet-skis that tour the island. Combined with the configuration of the seabed, this topography is favourable to the formation of waves which make it a spot appreciated by surfers and enhance the charm of the hotel by conjuring up images of pirate stories that we all keep in mind from our childhood. An eminently romantic place, and this is not the least of its charms.

**You will appreciate this wonderfully relaxing oasis of intimacy, which above all encourages you to contemplate nature.**

Whether you choose one of the small bungalows directly on the beach or one of the elevated bungalows on the hillside (our preference is for executive suite 210, one of the highest, which offers a view over the entire cove and has a jacuzzi on its large dark wooden terrace), you will appreciate this wonderfully relaxing oasis of intimacy, which above all encourages you to contemplate nature. A good book and here we are, totally disconnected from the madness of the world, refreshing our brains with Caribbean languor and regaining our strength before the inevitable return to life in the metropolis, a stay here being indisputably more efficient than a sleep or detox cure in a specialized establishment! Less than ten minutes from the airport and Gustavia, the break offered by the establishment



un séjour ici étant indiscutablement plus efficient qu'une cure de sommeil ou de détox dans un établissement spécialisé ! A moins de dix minutes de l'aéroport et de Gustavia, la rupture qu'offre l'établissement est un don du ciel – à moins que ce ne soit de sa géographie et de son architecture. Les citoyens du monde apprécieront aussi sa dimension écoresponsable et le respect de l'environnement qui a prévalu à sa construction : architecture en bois, panneaux solaires, verger et potager bio, et jusqu'aux chargeurs de voitures électriques équipant toutes les places de parking proches des villas.

Le restaurant, qui fait la part belle aux fruits et légumes du verger, accueille les clients à l'ombre des catalpas autour de la piscine principale mais aussi, à l'abri des coups de vent de l'Atlantique, dans la salle entièrement vitrée qui domine la plage. A moins de préférer être servi sur la plage, au plus près des vagues qui viennent mourir sur le sable fin.

De l'autre côté du restaurant, autour du spa une seconde piscine est exclusivement réservée aux adultes.

Réparties en plusieurs catégories (Ocean Deluxe, Ocean Prestige, Beach Junior Suite...), les villas proposent entre 25 et 75 m<sup>2</sup>, les plus élevées disposant de terrasses d'une cinquantaine de mètres carrés offrant une vue

*is a gift from heaven - if not from its geography and architecture.*

*Global citizens will also appreciate its eco-responsible dimension and the respect for the environment that prevailed during its construction: wooden architecture, solar panels, organic orchard and vegetable garden, and even the electric car chargers that equip all the parking spaces near the villas.*

*The restaurant, which features fruit and vegetables from the orchard, welcomes guests in the shade of the catalpas around the main swimming pool, but also, sheltered from the Atlantic gales, in the fully glazed room overlooking the beach. Unless you prefer to be served on the beach, as close as possible to the waves dying on the fine sand. On the other side of the restaurant, around the spa, a second pool is exclusively reserved for adults.*

*Divided into several categories (Ocean Deluxe, Ocean Prestige, Beach Junior Suite...), the villas offer between 25 and 75 square metres, the highest ones having terraces of about fifty square metres offering a 180° view of the canopy and the ocean, a panorama of which we never tire. One thinks of the island episode of "Thomas Crown" and indulges in the torpor of a tropical atmosphere savoured in an authentic environment, a happy time-space parenthesis snatched from the passage of time.*

*Geoffroy de Geyer d'Orth (1), General Manager of the establishment, sees it as "the successful symbiosis of architecture, materials, colours, a preserved site,*

à 180° sur la canopée et l'océan, un panorama dont on ne se lasse pas. On pense à l'épisode insulaire de *Thomas Crown* et on se laisse aller à la torpeur d'une atmosphère tropicale savourée dans un environnement authentique, heureuse parenthèse spatio-temporelle arrachée au temps qui passe.

General Manager de l'établissement, Geoffroy de Geyer d'Orth (1) y voit pour sa part « la symbiose réussie d'une architecture, de matériaux, de couleurs, d'un site préservé, d'une végétation luxuriante, des embruns qui vous fouettent, du sable blanc et des vols de cormorans dans le ciel... Tout l'opposé d'une hôtellerie clinquante » résume-t-il. C'est aussi pour cela que nous avons adoré le Manapany.

(1) Parce qu'il a trouvé au sein du groupe familial propriétaire du Manapany les mêmes valeurs et la même idée d'un luxe basé sur l'élégance, le savoir-vivre et une hôtellerie festive ; ce Breton amateur de multiculturalisme à la carrière de globe-trotter (il a travaillé aux Antilles, à St Domingue et à Bora-Bora pour le groupe Accor avant de prendre la direction de deux boutiques-hôtels du groupe Orient Express, au Cambodge et en Birmanie, puis de quitter l'Asie pour l'île Maurice puis la Martinique) a finalement mis un terme à une trentaine d'années d'hôtellerie de caractère aux quatre coins du globe pour prendre la direction du Manapany, qui synthétise sa vision du métier, laquelle rejoint précisément notre ligne éditoriale.

St Barth est – aussi – le paradis des tortues, et le Manapany leur a aménagé plusieurs points de passage leur permettant de circuler sans entrave dans l'enceinte de l'hôtel. Lever du jour sur l'établissement et moment de calme à la piscine principale, qui domine la plage.

St Barths is - also - a paradise for turtles, and the Manapany has set up several passageways for them to move around the hotel without hindrance. Sunrise at the hotel and a quiet moment at the main pool, which overlooks the beach.

*luxuriant vegetation, sea spray that whips you around, sand banks and flights of cormorants in the sky... The complete opposite of a glitzy hotel", he summarises. This is also why we loved the Manapany.*

(1) Because he found within the family group that owns the Manapany the same values and the same idea of luxury based on elegance, savoir-vivre and a festive hotel business; This Breton lover of multiculturalism with a globe-trotting career (he worked in the West Indies, St Domingue and Bora-Bora for the Accor group before taking over the management of two boutique-hotels of the Orient Express group, in Cambodia and Burma, and then leaving Asia for Mauritius and Martinique) finally put an end to thirty years or so hotels with character in the four corners of the globe to take over the management of the Manapany, which synthesises his vision of the profession, which is precisely in line with our editorial line.

## LES BONNES ADRESSES

Et puis il y a les restaurants. De la petite gargotte de plage façon vie locale sous les tropiques à l'étape gastronomique aussi réputée aux États-Unis qu'en Europe, en passant par les inévitables pièges à touristes. On les choisira pour leur cadre, leur atmosphère, et bien entendu leur carte. Nous avons pour notre part essayé pour vous les cinq de la *short list* de Nils Dufau : un choix de l'intérieur, celui d'un îlien familier du meilleur du tourisme international capable de séparer le bon grain de l'ivraie et de ne pas se laisser griser par les sirènes de la notoriété ou du prestige.

## THE GOOD ADDRESSES

*And then there are the restaurants. From the small beachside gargotte in the style of local life in the tropics to the gastronomic stopover as famous in the United States as in Europe, not forgetting the inevitable tourist traps. You can choose them for their setting, their atmosphere, or of course their menu.*

*For our part, we have tried out the five on Nils Dufau's short list for you: a choice from within, that of an islander familiar with the best of international tourism, capable of separating the wheat from the chaff and not allowing himself to be seduced by the sirens of notoriety or prestige.*



### LE BONITO

L'adresse en vue sur les hauteurs de Gustavia. Sa salle en terrasse est réputée pour la vue qu'elle offre sur le port, certes moins élevée et par conséquent moins spectaculaire que celle du Carl Gustaf, qui la domine de quelques dizaines de mètres, mais la plus marquante de ce point de vue de tous les restaurants de l'île. Et aussi une cuisine gastronomique moderne, expliquée et servie par une brigade nombreuse aussi habituée à servir les célébrités que les anonymes.

Et derrière le bar un jeune mixologue surdoué (plusieurs titres internationaux à son palmarès (lire « 1000 cocktails »), qui permet d'ouvrir la soirée avec un cocktail inoubliable qui lance l'ambiance.

### THE BONITO

*The Bonito stands in full view on the heights of Gustavia. Its terrace room is renowned for its view of the port, which is admittedly less elevated and therefore less spectacular than that of the Carl Gustaf, which dominates it by a few dozen metres, but the most striking from this point of view of all the island's restaurants. And also a modern gastronomic cuisine, explained and served by a large brigade as used to serving celebrities as well as the anonymous.*

*And behind the bar a young, gifted mixologist (read "1000 cocktails"), who opens the evening with an unforgettable cocktail that sets the mood.*



### LE SHELLONA, RESTAURANT DE PLAGE DU CARL GUSTAF

Le restaurant de plage typique de l'île, et celui du Carl Gustaf. Comme tous les restaurants de plage il propose des transats et une restauration de bon niveau, faisant la part belle aux poissons et aux crustacés sans renoncer aux pavés de viande tendre des hamburgers dont la clientèle américaine est friande.

### THE SHELLONA, BEACH RESTAURANT ON THE CARL GUSTAF

*The typical beach restaurant of the island, and the one on the Carl Gustaf. Like all beach restaurants, it offers sun loungers and good food, with a focus on fish and shellfish, but without giving up the tender hamburgers that American customers are so fond of.*

### LE TAMARIN

Le resto préféré de notre Johnny national, dans un jardin exotique. Plus variée que celles de beaucoup d'autres restaurants de St Barth, sa carte est aussi d'une finesse appréciable qui la fait tirer vers la véritable gastronomie, tarifs en moins.

### THE TAMARIN

*Our national Johnny's favourite restaurant, in an exotic garden. More varied than many other restaurants in St Barths, its menu is also of an appreciable finesse which makes it tend towards true gastronomy, without the tariffs.*



### L'ESPRIT DE SALINE

L'ex-Chef de l'Eden Rock a ouvert il y a une dizaine d'années ce restaurant aussi apprécié « des Saint-Barth » (comprenez : les habitants de l'île) que des touristes. Une situation qui lui a permis de passer mieux que d'autres l'épisode Covid, étant notamment complet tous les soirs – la réservation s'impose. Une excellente cuisine française caractérisée par la maîtrise des cuissons et des sauces, et une atmosphère typique, à quelques centaines de mètres du Tamarin.

### THE SPIRIT OF SALINE

*The former chef of the Eden Rock opened this restaurant about ten years ago, which is as much appreciated by "the St Barths" (meaning the islanders) as by the tourists. A situation that has enabled him to get through the Covid episode better than others, being fully booked every evening - reservations are required. An excellent French cuisine characterised by the mastery of cooking and sauces, and a typical atmosphere, a few hundred metres from the Tamarin.*



### L'EDDYS

Une adresse d'initiés, à une centaine de mètres du port de Gustavia. L'Eddy's n'a pas pignon sur rue et on peut passer devant dix fois sans le remarquer. Et ce serait dommage car c'est l'une des préférées « des Saint-Barth », pour son ambiance, sa carte et... ses tarifs. Le propriétaire nous explique en effet que St Barth vit toute l'année alors

que le touriste de passage ne viendra dîner ici qu'une fois ou deux lors de son séjour. Aussi pas de piège à divas ici mais une atmosphère authentique, une immense salle sous une sorte de grande tonnelle, une cuisine fusion France-Créole-Asie proposée à des prix étonnants pour un endroit aussi coté. Et le souvenir d'une dorade sauce passion inoubliable ! Accessoirement, l'Eddys accueille chaque année le dîner et la fête de la St Barths Bucket Regatta, qui réunit au mois de mars nombre des plus beaux et plus grands (trente mètres minimum) yachts à voile du monde.

### EDDYS

*An insiders' address, a hundred metres from the port of Gustavia. Eddy's does not have a street address and you can walk past it ten times without noticing it. And that would be a pity because it is one of the favourites of St Barths, for its atmosphere, its menu and... its prices. The owner explains to us that St Barths is alive all year round, whereas the tourist will only dine here once or twice during his stay. So there is no diva trap here, but an authentic atmosphere, a huge room under a kind of big arbor, a French-Creole-Asian fusion cuisine offered at surprising prices for such a popular place. And the memory of an unforgettable sea bream with passion sauce! Incidentally, the Eddys hosts the annual St Barths Bucket Regatta dinner and party, which brings together many of the world's largest and most beautiful sailing yachts (at least thirty metres) every March.*



### LE TOUR DE L'ÎLE EN JET SKI

Skijet, la plus dynamique des sociétés de location de jet skis (mais aussi de scooters sous-marins et du spectaculaire hydro-jet aérien, qui permet d'effectuer des figures dignes des superhéros Marvel) de St Barth, propose un tour de l'île en 1h30, qui permet de découvrir les plages de St Barth connues de tous, mais aussi

celles plus petites accessibles uniquement par la mer. Un must du genre, effectué sur des scooters Yamaha dernière génération, à inscrire sur votre to-do-list à St Barth (175 euros).

### JET SKIING AROUND THE ISLAND

*Skijet, the most dynamic jet ski rental company in St Barths, offers a 1.5 hour tour of the island, which allows you to discover the beaches of St Barths, known to all, as well as the smaller ones accessible only by sea. A must of the genre, carried out on the latest generation of Yamaha scooters, to put on your St Barths to-do-list (175 euros).*



### MAIS AUSSI, TOUJOURS À GUSTAVIA...

L'Isola, seul véritable restaurant italien de l'île, près du port ; le Fish Corner, purement local, qui cuisine le poisson comme les meilleurs tables gastronomiques ; et le Black Ginger, qui sert une cuisine fusion Français-Thaï plus stylisée que celle du Bonito.

### BUT ALSO, STILL IN GUSTAVIA...

*The Isola, the only real Italian restaurant on the island, near the port; the Fish Corner, purely local, which cooks fish like the best gourmet restaurants; and the Black Ginger, which serves a French-Thai fusion cuisine that is more stylish than the Bonito.*



### 1000 COCKTAILS EN TROIS ANS

Depuis trois ans qu'il officie au Bonito, le mixologue Jimmy Cassar estime qu'il a créé une centaine de cocktails. L'idée lui en vient aussi bien au restaurant que chez lui ou à l'extérieur : « J'ai eu la chance d'avoir eu une petite formation à la cuisine moléculaire avec Thierry Marx, et j'ai été adopté par les MOF, qui m'ont pris sous leur aile et fait connaître des grands chefs comme Bocuse et Viannay. Puis j'ai fait une petite formation

avec des barmen et j'ai adoré ça » nous explique-t-il. Meilleur apprenti de France 2014, il finit quatre ans plus tard 3<sup>ème</sup> au concours Bartender Society avant d'être couronné Champion de France et de remporter la finale européenne du Baccardi Legacy, titre qui lui permettra de représenter la France en finale mondiale au Mexique. « Pour l'anecdote, nous confie-t-il, j'ai gagné en 2018 avec L'Aristocrate, le même cocktail qui m'avait valu d'être recalé lorsque j'ai tenté le challenge pour la première fois, en 2007 (on pense à Romain Gary...). Je l'avais mis au point avec Paul Bocuse, qui m'avait conseillé d'y ajouter de la truffe ». Eh oui Jimmy : les voies des jurys sont décidément impénétrables... Originaire de Tahiti, travailler dans une île l'a immédiatement intéressé lorsqu'un chasseur de têtes l'a contacté pour lui proposer le Bonito, où il a découvert une clientèle américaine possédant « une grosse culture des cocktails comparée à nous les Français ». Père de famille depuis trois mois, Jimmy est désormais un vrai St Barth et n'envisage plus de quitter les petites Antilles.

### 1000 COCKTAILS IN THREE YEARS

*In the three years that he has been working at Bonito, mixologist Jimmy Cassar estimates that he has created a hundred cocktails. He gets the idea for them in the restaurant as well as at home or outside: "I was lucky enough to have had a little training in molecular cuisine with Thierry Marx, and I was adopted by the MOFs, who took me under their wing and introduced me to great chefs like Bocuse and Viannay. Then I did a little training with barmen and I loved it", he explains. Best apprentice in France in 2014, he finished third in the Bartender Society competition four years later before being crowned French Champion and winning the European final of the Baccardi Legacy, a title that will allow him to represent France in the world final in Mexico. "For the anecdote, he confides to us, I won in 2018 with L'Aristocrate, the same cocktail that had caused me to fail when I tried the challenge for the first time, in 2007 (we think of Romain Gary...). I had developed it with Paul Bocuse, who had advised me to add truffles to it". Yes, Jimmy: the ways of juries are definitely impenetrable... Originally from Tahiti, he was immediately interested in working on an island when a headhunter contacted him to offer him the Bonito, where he discovered an American clientele with "a big cocktail culture compared to us French". A father for three months, Jimmy is now a true St Barth and no longer plans to leave the Lesser Antilles.*

### MADAME TORTUE VEILLE TOUJOURS SUR LES MOLOKOÏS

De son vrai nom France Arnaudo, Madame Tortue veille sur les tortues terrestres de St Barth depuis des années. Les recueillant chez elle, elle soigne les petits bobos et nourrit les animaux des restes que lui fournissent chaque jour les supermarchés de l'île.

Originaires du nord de l'Amérique du sud (où leur espèce est aujourd'hui en voie d'extinction), ces tortues de terre pullulent sur toute l'île, où traditionnellement les automobilistes s'arrêtent pour les laisser traverser les routes, les aidant au besoin si le bouchon ainsi provoqué perturbe trop la circulation. Omnivores, ces tortues charbonnières se reproduisent allégrement dans cet environnement qui les protège, et on estime aujourd'hui leur population à plusieurs milliers.

### MRS TURTLE ALWAYS WATCHES OVER THE MOLOKOÏS

*Her real name is France Arnaudo and she has been looking after the turtles of St Barths for years. She takes them into her home, treats any small injuries and feeds the animals with the leftovers that the island's supermarkets provide her with every day.*

*Originally from the north of South America (where their species is now on the verge of extinction), these tortoises swarm all over the island, where motorists traditionally stop to let them cross the roads, helping them if necessary if the traffic jam thus caused is too disruptive. Omnivorous, these turtles reproduce happily in this protected environment, and their population is now estimated at several thousand.*