

Ariane et Martin Berger
dans le sanctuaire grenoblois.



Entre le succès et l'abandon, il y a parfois une pulsation de cœur de plus... ou de moins. Un jour, Martin Berger a été comme « électrisé » et ainsi de l'abatement après l'échec américain, à la réaction salvatrice, il est parvenu à construire grâce à son alter ego et chef d'entreprise dans l'âme, son épouse Ariane, une aventure artistique et entrepreneuriale singulière, faisant du papier peint un produit de décors pour les grandes enseignes de luxe.

Vincent Riberolles

[ARTISANS DU BEAU]

LES ATELIERS BERGER FONT DU PAPIER PEINT UN OBJET DE DÉCORATION DE LUXE

Dans une maison de la banlieue de Phoenix, en Arizona, Ariane fait ses valises et se prépare à revenir en France, à Grenoble. L'ambiance est morose. Il fait chaud. Le rêve américain a un goût de poussière. Une petite douzaine de mois a passé et le projet de créer un atelier de décoration avec Martin, son époux, se dissout dans la brume américaine. « J'étais premier assistant peintre en décors à Paris, se souvient Martin Berger. Ne pouvant pas être associé à l'entreprise, j'avais plus d'ambition. » Nous sommes en 1997. Le couple installé à Paris se tourne vers les États-Unis où Martin se rend afin de préparer la création d'un atelier d'art

destiné au marché de la décoration intérieure. Mais pourquoi si loin ? « Nous avons eu une expérience là-bas. Ma mère a vécu 40 ans à Phoenix et pour Martin c'était sa vie de jeune étudiant à San Francisco, explique Ariane. Le projet était de partir une dizaine d'années. » Lui est originaire de Chambéry, elle de Grenoble. C'est ici entre Chartreuse et Vercors que le couple et leurs deux enfants débarqueront un jour des États-Unis avec plus grand-chose dans les poches, huit malles et un goût amer dans la bouche.

Deux années ont passé à Phoenix et alors que la sauce barbecue et le ketchup inondaient les ailes de poulets, la mayonnaise n'a pas pris. Martin Berger n'a pas réussi à fédérer →

→ autour de lui en dépit de plusieurs marchés de décoration obtenus. La faute à quoi ? À une certaine tension sociale, un climat exigeant, une ambiance générale et « une incompatibilité entre Martin et les artistes locaux avec lesquels il avait fondé l'atelier, se souvient Ariane Berger. Et nous sommes repartis. C'est là où nous avons manqué le coche. »

TRANSFORMÉ EN COURANTS ET EN LIGNES ABSTRAITES

Aux États-Unis sans doute, mais en France et plus précisément à Grenoble, le projet initial va pouvoir prendre corps, évoluer, s'affiner à un point tel que la société Rue de l'Atelier créée en 2003 autour de la marque Ateliers Berger, est depuis dix ans l'un des fournisseurs attirés du groupe LVMH pour toutes ses enseignes de luxe. Animée par la foi entrepreneuriale et le sens du commerce d'Ariane Berger, par la richesse artistique et le sens de la mise en scène de Martin Berger, la petite entreprise familiale a inventé un élément de décor sur du papier. Un papier transformé à l'origine par la main de Martin Berger. Transformé sous les traits d'une matière colorée, imprégnée de terres, de chaux, de pigments. Transformé par les brosses et les spatules appliquées en courants et en lignes abstraites qui font la singularité des créations de la marque. Ce qui allait trouver son public en France avait en fait signé l'échec à Phoenix. « Le marché que l'on voulait toucher n'était pas éduqué à notre approche artistique mono chromatique

« J'ai rencontré des chimistes pour savoir comment transformer telle matière pour obtenir telle ou telle viscosité et donner un aspect minéral sans que la matière casse. »

et abstraite. Les gens achetaient du figuratif. » Mais au cours du Paris Design Weekend 2012, auquel l'artiste Martin Berger participe pour la première fois, un contact avec le groupe LVMH va changer le cours des choses pour la société. « Il voulait se développer en Asie et j'ai dit à son représentant que j'avais peut-être quelque chose en termes de décoration sur papier. »

Martin va durant plus d'une année, entre les murs de son atelier créé en 1999, faire des tests, rencontrer des chimistes, apprivoiser des minéraux, créer ses outils avec cette question en filigrane : « Comment transposer une grande partie de ce que je faisais déjà sur les murs, des supports rigides donc, sur des supports souples capables de suivre LVMH à l'étranger ? » Ariane et Martin Berger vont ainsi tenter de convaincre les designers du groupe français du bien-fondé de leur proposition.

LE CHOC D'ABORD... PUIS L'ENTHOUSIASME

Les mois passent de réunion en réunion, de proposition en proposition et rien. Ils se rendent une nouvelle fois à Paris, durant l'année 2013. Face à eux, cinq personnes et pas n'importe qui. Cinq acheteurs qui d'emblée expliquent que leur support de décoration est désormais référencé dans leur bible : le catalogue recensant tous les fournisseurs pour l'intégralité des marques du groupe dans le monde. Le choc d'abord ! « C'était comme dans la pub. Vous nous avez fait un exemplaire, maintenant nous en voulons 400. Il ne s'agissait pas de travailler sur une boutique mais des centaines. » Puis l'enthousiasme ! →



Les commandes sont réalisées à la main avec des produits et des outils développés par Martin Berger, avant d'être expédiées aux quatre coins de la planète luxe.



© Camille Lemmonier

Un décor « Anémone » réalisé sur porte coulissante à deux vantaux pour l'appartement d'un particulier.

principe d'assemblage et de collage de pièces de papiers enduits.

Les créations Ateliers Berger habillent ainsi depuis plus de vingt ans au cœur de lieux d'exception, des espaces muraux, du mobilier et des luminaires. La marque française génère plusieurs millions d'euros de chiffre d'affaires avec plus d'une quinzaine de collaborateurs et de collaboratrices. L'équipe a connu une progression accélérée ces dernières années marquée par une croissance record en 2023.

FAIRE DE LA MARQUE UN PATRIMOINE TRANSMISSIBLE

Comme l'explique Martin Berger, la montée en puissance de l'activité a été réalisée dans un contexte d'organisation et d'optimisation du modèle initial de la société. « Le développement de notre atelier passait par la mise en place de processus de fabrication plus élaborés, d'un suivi de chantiers plus précis avec une vision claire des coûts et du bénéfice final. » Le cœur de la société Rue des Ateliers bat sans fausse note alors qu'il a failli ne jamais le faire car au retour de Phoenix, Martin Berger accuse le choc. Quant à Ariane, les sentiments sont différents. « J'ai toujours été

→ Les créations estampillées Ateliers Berger sont présentes depuis des années aux quatre coins du monde dans les boutiques Louis Vuitton, Van Cleef & Arpels, Dior Parfum, Chanel, Chaumet, Hermès, Ruinart, ou plus récemment Tiffany. « Nous ne visons pas uniquement cette clientèle, rappelle Ariane Berger. En 2018, nous avons obtenu le marché de la décoration d'un hôtel à Bakou pour la première dame de l'Azerbaïdjan. » Un projet à 1 million d'euros mené en collaboration avec le décorateur Alberto Pinto et dans lequel Ariane et Martin Berger auront pu exprimer l'une de leurs techniques phares, la marqueterie de papier basée sur un

« Pour notre stratégie commerciale, j'ai imposé l'écriture de Martin autour du mouvement et de la matière. Nous avons été là au bon endroit et au bon moment. »

en mouvement, prête à monter n'importe quelle entreprise. Et d'ailleurs, dès notre retour, j'ai repris avec mon père une entreprise dans le secteur de la vidéo pédagogique. » C'est elle, avec une amie de Martin qui « électrisera » et remettra son époux sur les rails d'un projet américain avorté mais pas si incohérent que cela. « Ariane est plus entrepreneuse que moi et elle a un côté visionnaire. Très nettement, c'est la capitaine. » Elle a lancé récemment plusieurs chantiers afin de préparer un nouveau cycle de développement. « Je suis engagée dans la transition digitale », explique-t-elle, pour les fonctions supports, l'information interne, le commercial et un point majeur pour l'avenir : la protection des données. « Je pense

en particulier aux modèles de décors dont nous restons toujours les propriétaires. » Les créations de Martin Berger viennent d'être intégrées à l'actif de Rue de l'Atelier et après l'ouverture de la marque à d'autres collaborations artistiques, la société ambitionne de créer un catalogue en ligne en 3 D. « D'ici trois ans, nous pourrions avoir une plateforme marchande. »

Au-delà de la consolidation du modèle de l'entreprise, l'enjeu derrière un tel pipeline de chantiers est de préparer Rue de l'Atelier à sa transmission. « Nous avançons dans le temps, souligne le couple. Il faut que l'on constitue bien notre patrimoine pour que nous puissions partir sans que la marque disparaisse. » ■

Une marqueterie, l'une des spécialités de la marque, réalisée dans une boutique de luxe spécialisée dans la joaillerie.



© Alexandre Tabaste