



Hôtellerie-Restoration Château d'Augerville**** à Augerville-la-Rivière (45)

Renforcer l'attractivité du lieu

Situé dans le Loiret, à un peu plus d'une heure de Paris, le Château d'Augerville est un lieu d'exception qui plonge le visiteur dans un havre de paix et un écrin de verdure avec son parc et son golf de 100 hectares. Plusieurs bâtiments du domaine viennent d'être entièrement repensés. Carte maîtresse de ces nouveaux aménagements, le spa de 620 m². Objectif, gagner en attractivité et faire du château un lieu de destination à part entière et plus seulement une étape sur un parcours.

Si jusqu'à présent, les activités proposées par le Château d'Augerville tournaient essentiellement autour du golf et de la chocolaterie, l'établissement a ajouté quelques cordes à son arc. Spa ultra moderne avec une « approche sensorielle », nouveau restaurant, salles de séminaire, l'offre a été substantiellement enrichie pour augmenter la fréquentation du domaine. Les nouveaux aménagements ont été inaugurés en grandes pompes le vendredi 16 octobre dernier, en présence des acteurs Dany Boon, habitué des lieux, et Corinne Touzet. Lors de cette journée, Bernard Leguille, homme d'affaires et propriétaire du domaine a mis en avant le délai record pour mener ces travaux de vaste envergure. Débutées en mars 2015, les opérations se sont achevées en septembre 2015, en dépit de nombreux obstacles.

Sa fille, Lucie Leguille, directrice générale du domaine, a détaillé : « L'espace bien-être constitue le clou de notre projet. Il comprend au rez-de-chaussée de ce bâtiment classé aux Monuments historiques, un espace destiné à la détente avec un bassin sensoriel, une grotte dédiée à la musicothérapie, le hammam, le sauna. À l'étage, l'espace bien-être est constitué de six cabines raffinées, d'un espace de "ressourcement" et d'une tisanderie. »

Les nouveaux aménagements ont été créés dans les bâtiments de l'ancienne ferme du château – le lieu servait notamment d'abri aux équipements de golf. Pour mener à bien ces opérations, l'hôtel s'est entouré de spécialistes tels que la société Hydro Concept pour la conception du spa, l'agence



Archi Line. Le montant des travaux de « quelques millions d'euros », n'a pas été dévoilé. « Notre but est d'augmenter la fréquentation de l'ensemble du domaine, en cohérence avec Troon qui nous accompagne dans la montée en gamme de notre golf. La Ryder cup qui se déroulera en 2018 sera une étape importante. Pour cela, nous avons voulu disposer d'équipements irréprochables », a ajouté Lucie Leguille. Cette compétition opposant l'Europe et les États-Unis rassemblera de nombreux joueurs de golf. Créé en 1995 (avant même l'ouverture de l'hôtel en 2006), le golf est mis en avant en partenariat avec la société américaine Troon, spécialiste de la commercialisation de golf haut de gamme.

Atteindre 30 % de TO supplémentaire

Le spa qui a pour thème la « campagne chic » fait la part belle aux équipements novateurs tels que « l'ice cave », composé d'un mur de glace avec chromothérapie et d'une fontaine de glace pilée ou encore le « bain sensoriel », un espace de détente et de relaxation à des températures différentes. Autre équipement, le « Rain Mist Corridor » qui permet de choisir différentes ambiances telles qu'une brume parfumée, une pluie tropicale... agrémentées d'une lumière adaptée. L'espace se décline en trois parties, l'une axée sur le côté zen, une autre sur la découverte sensorielle

Un lieu empreint d'histoire

Belles pierres, poutres apparentes, imposante cheminée d'époque, meubles chics et confortables, style épuré... donnent le ton de cet établissement dont le château a été construit au XIII^e siècle. « Le domaine a été créé en 1452 par Jacques Cœur qui a racheté le château alors en ruine », a précisé Bernard Leguille. En 1825, le château a été racheté par l'avocat Pierre-Antoine Berryer qui a développé une importante activité artistique. Le domaine est alors associé à des noms illustres tels que Chateaubriand, Musset. Le lieu est devenu un hôtel 4 étoiles en 2006.





EN CHIFFRES

- **40 chambres** dont 12 dans le château et 14 chambres dans chacune des deux dépendances
- **4 catégories** de chambre (tradition, luxe, junior suite et la suite)
- **Tarifs** : de 159 euros (chambre « tradition ») à 398 euros pour la suite
- **Surface des chambres** : 25 à 90 m² pour la suite
- **Nombre de salariés du domaine** : près de 50
- **Activités** : hôtellerie, restaurant, golf, spa, chocolaterie (ateliers dédiés notamment pour les entreprises), initiation à l'apiculture... Le golf représente 25 % du chiffre d'affaires total
- **Répartition de l'activité hébergement à fin septembre 2015** : séminaire 40 %, tour operator 15 %, mariages 4 %, individuel 41 % (dont corporate)
- **7 salles séminaires/banquet** dont 2 de 150 m² modulables
- **Durée de séjour** : 1,4 jour
- **2 restaurants** : 72 couverts à l'Atelier Beauvallet (prix moyen 30 euros, hors boisson) ; restaurant Jacques Cœur au château (menus de 37 à 64 euros) : jusqu'à 70 couverts, petit salon : jusqu'à 35 personnes
- **Fermeture** : 3 semaines en fin d'année, 2 semaines lors des vacances de février

proposant trois parcours à thème (minceur, détente, « après-golf ») et enfin sur les soins. Concernant l'évolution du chiffre d'affaires, le domaine a enregistré une tendance baissière jusqu'à 2013. L'activité est stable depuis 2014. Grâce aux nouveaux équipements, l'établissement prévoit désormais de renouer avec un chiffre d'affaires en croissance.

« Nous estimons à 30 % supplémentaires l'apport de taux d'occupation en moyenne grâce à l'ouverture du spa », précise Sébastien Urvoy-Berthelot, directeur des opérations de l'établissement.

Faire monter en gamme le restaurant du château

Autres nouveaux aménagements, deux salles de séminaires (de 16 personnes assises chacune) qui s'ajoutent aux cinq espaces existants, le restaurant L'Atelier Beauvallet dont la cuisine traditionnelle est inspirée du terroir et de la ferme. Le restaurant propose diverses grillades, poissons et viandes en sauce ainsi qu'une restauration rapide à partir de buffets (entrée, fromage, desserts). « La formule brasserie le midi va être déportée au nouveau restaurant qui sera plus dans un esprit club house tandis que nous prévoyons de faire monter



Restaurant Jacques Cœur au château



en gamme l'établissement du château. Notre premier objectif est d'aller chercher le titre de Maître Restaurateur », détaille Sébastien Urvoy-Berthelot.

Localisé dans le Loiret, l'établissement peine à attirer la clientèle affaires qui vient essentiellement de Paris, même si le domaine longe l'Île-de-France et si une entrée est située en Seine-et-Marne (77). Néanmoins, l'intégration au réseau Châteaux & Hôtel Collection et le classement en Île-de-France chez un organisateur de séminaires, permettent à l'hôtel d'être plus attractif sur ce créneau.

Changement de cap

L'établissement a modifié sa stratégie il y a trois ans. « Jusqu'en 2012, l'établissement n'était adhérent d'aucune chaîne et vivait un peu par lui-même, reconnaît Sébastien Urvoy-Berthelot qui a rejoint le domaine cette année-là. Tout était centralisé au niveau du château, les golfeurs, les clients de l'hôtel, les clients séminaires, il y avait un mélange des genres qui ne permettait pas d'accueillir au mieux. » Autres difficultés rencontrées, faire rester les clients – la durée moyenne de séjour est de 1,4 jour – être attractif auprès des non-golfeurs et de la clientèle parisienne.

Il y a deux ans et demi, l'hôtel a rejoint la chaîne Châteaux & Hôtels Collection. « Cela nous apporte une visibilité et une notoriété



d'avoir rejoint la chaîne représentée par Alain Ducasse. En termes de communication, de référencement sur Internet, l'apport est très important et notamment pour les séminaires. » L'activité étant cyclique, l'établissement a entrepris de fermer une période de l'année (lire encadré).

D'autres aménagements sont d'ores et déjà prévus dont le déplacement de la chocolaterie artisanale à proximité du nouveau restaurant. L'offre de la boutique va également être étoffée. « Nous allons ajouter des produits locaux tels que les produits Safran du Gâtinais, la confiture de Coquelicot de Nemours, les prâlines de Mazet. » Une salle de fitness qui n'a pas pu voir le jour dans cette phase de travaux, est également prévue. Un équipement particulièrement apprécié des clients américains et qui s'inscrit dans le positionnement de l'établissement et de son partenaire Troon.

Nathalie Foulon ■