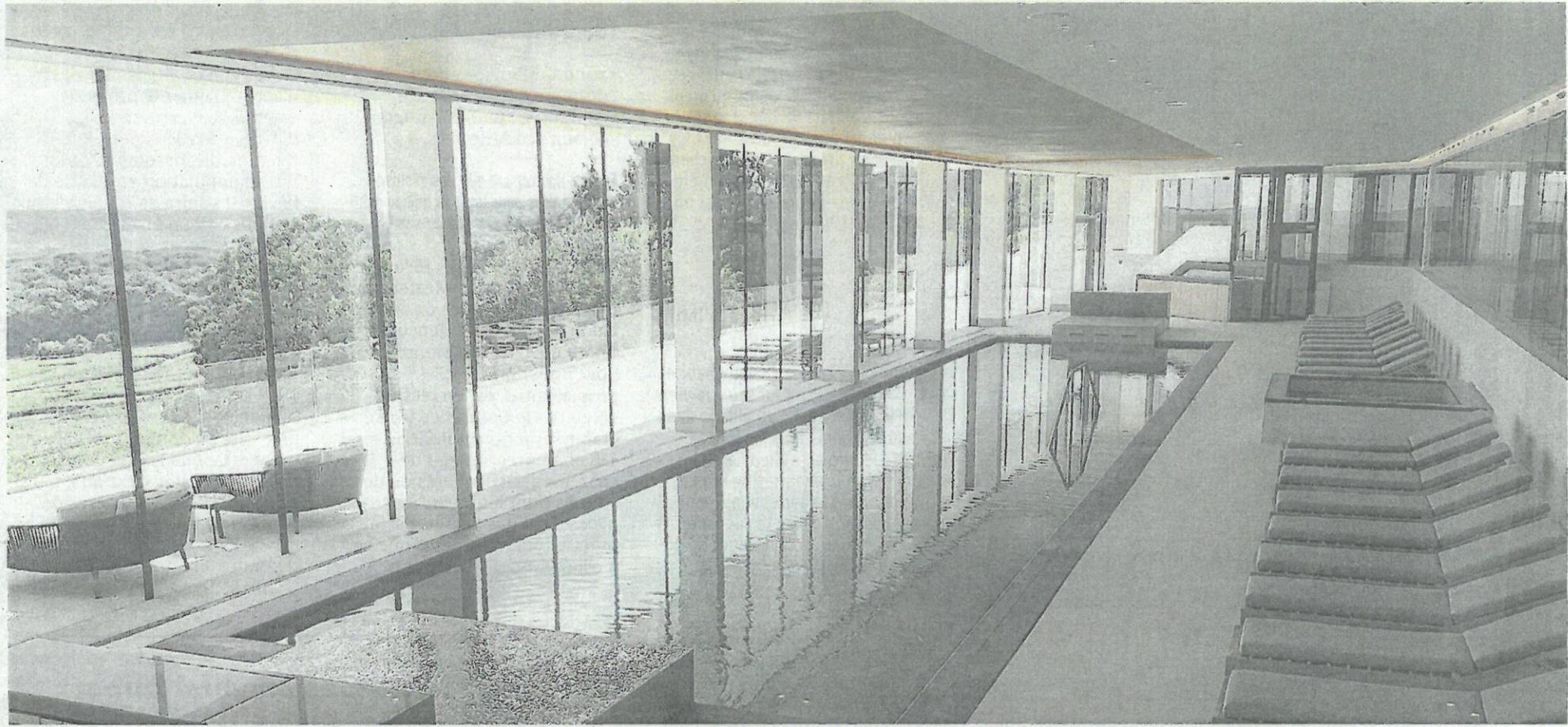


## HÔTELLERIE

# Royal Champagne, la belle vue du luxe

**CHAMPILLON** L'hôtel et spa de luxe ouvre ses portes le dimanche 15 juillet. En avant-première, l'équipe quasiment au complet a proposé une visite des lieux à quelques personnalités.



Le spa représente le point fort du Relais & Château puisqu'aucun autre établissement de ce standing ne dispose d'un tel équipement dans les trois départements. Claire HOHWEYER

## L'ESSENTIEL

- **Fin septembre 2015** : Début des travaux de l'hôtel cinq étoiles, sur les fondations du Royal Champagne. Les plans sont conçus par l'architecte rémois Giovanni Pace.
- **Octobre 2017** : Nicolas Béliard, ancien directeur du Peninsula, nommé à la tête du Royal.
- **Janvier 2018** : Le chef deux étoiles du Negresco, Jean-Denis Rieubland rejoint l'équipe.
- **Avril 2018** : Après le départ de Caudalio, fin 2017, un partenariat est signé avec Biologique recherche pour le spa.
- **15 juillet** : Ouverture.

À une semaine du premier jour de sa nouvelle vie, le Royal Champagne enregistre déjà des demandes de réservation pour des mariages, des lancements automobiles ou encore, dans dix jours, le séminaire d'une entreprise belge. De l'intérêt étranger mais aussi local. Pile ce que souhaite le cinq étoiles confortablement installé sur les hauteurs de Champillon. « Nous ouvrons nos portes à tout le monde », assure Jennifer Delord, directrice commerciale et marketing.

## LUXUEUX ET ACCESSIBLE

À commencer par la clientèle d'affaire à laquelle s'adresseront les

salons privés pour mener repas et conférences en toute tranquillité. « C'est l'outil qui manquait, juge Claude Giraud, du champagne Henri Giraud à Ay, cela faisait mal de voir dépérir le Royal Champagne et là on peut constater que l'établissement a retrouvé son prestige. Il faut maintenant que l'on découvre les façons de travailler ensemble. Nous avons aussi notre responsabilité dans cet enjeu. » Avec plusieurs centaines de références de vins et de champagnes en cave, le Royal Champagne compte valoriser les bulles locales en s'ouvrant aux professionnels à travers la possibilité de privatiser un salon de dégustation. « Il ne s'agit pas d'un bar ni d'un point de vente, détaille Vincent Parinaud, directeur des opérations du Royal Champagne, mais d'un endroit dédié à la découverte pour des groupes. » Les locaux, quant à eux, auront très vite envie de tester les deux restaurants. Le bistronomie bien nommé « Le Bellevue » accueille une soixantaine de couverts dans un espace chic où trône à la mur le logo historique du Royal Champagne, ancien relais de poste. Ouvert sept jours sur sept, il proposera un menu accessible à 39 euros (entrée, plat, dessert hors boisson). À l'image de ceux, par exemple, du Jardin au domaine les Crayères à Reims ou au Château de Sacy.

Aux plus aisés s'adresseront les menus à partir de 125 euros du gastronomique « Le Royal » et sa cinquantaine de couverts (fermé du dimanche soir au mardi soir). Le chef Jean-Denis Rieubland n'a pas hésité à laisser ses deux étoiles Michelin du Negresco pour « repartir d'une page blanche ». « C'est un beau challenge », s'enthousiasme le meilleur ouvrier de France 2007. Bonne nouvelle pour les petits budgets : ils peuvent s'offrir le luxe des lieux et de la vue imprenable sur les coteaux d'Hautvillers, de Champillon et la vallée d'Épernay,

en terrasse ou au bar pour déguster une coupe, un verre ou simplement un café. Tout comme aux Crayères ou à l'Assiette Champenoise.

La partie hébergement, à partir de 485 euros la nuit, reste à la hauteur d'un Relais & Château : trois suites panoramiques, une supplémentaire de près de 110 m<sup>2</sup> et 44 chambres identiques ont été aménagées. 44 m<sup>2</sup> de luxe raffiné dans les chambres aux tons naturels et aux rappels champenois selon le goût des investisseurs, les Américains Denise Dupree et Mark

Nunnally, également propriétaires de la marque de champagne Leclerc-Briant.

**«Le lieu va beaucoup apporter à la stratégie œnotouristique»**

Vincent Perrin,  
directeur du Comité Champagne

Pièce maîtresse du Royal Champagne : le spa de 1 500 m<sup>2</sup>. Un équipement unique en hôtellerie champenoise et un outil séduction pour faire rester plus longtemps les visiteurs. Car c'est bien là l'enjeu : augmenter le nombre de nuitées. En Champagne, les clients restent en moyenne 1,3 nuitée (1,4 dans le grand vignoble, lire par ailleurs). « Nous espérons qu'ils resteront une nuit ou deux de plus », assure Jennifer Delord. C'est aussi ce que souhaitent les professionnels champenois. Vincent Perrin, directeur du Comité Champagne, estime que le lieu « va apporter beaucoup à la stratégie œnotouristique ».

C'est ici, sur les hauteurs du vignoble que les rois de France s'arrêtaient avant de se rendre à Reims. C'est ici que le Royal Champagne retrouve son lustre et ouvre un nouveau chapitre de son histoire. ■ CLAIRE HOHWEYER @ClaireHOHWEYER

## LES HÔTELS TROIS ÉTOILES OU PLUS ONT LA COTE

Selon l'observatoire régional du tourisme, en 2017, la Champagne a accueilli 7,3 millions de visiteurs pour 14,8 millions de nuitées dont 4,7 millions de nuitées marchandes. Sur l'ensemble de ces nuitées marchandes, 56 % des visiteurs choisissent l'hôtellerie (+2,2 % par rapport à 2016). 35 % dans des établissements trois étoiles et 17 % dans des quatre ou cinq étoiles. Qui fréquentent les hôtels ? 69 % de Français et 31 % de clientèles internationales en Champagne. Les Anglais, avec 255 844 nuitées, sont les premiers clients des hôtels (+4,7 % par rapport à 2016), suivent les Belges avec 162 674 nuitées (-4,3 %) et les Allemands 92 946 nuitées (+3,4 %). Les États-Unis représentent le 5<sup>ème</sup> marché. Le tourisme d'affaire n'est pas en reste puisqu'il a représenté 57 % des nuitées hôtelières en 2017 en Champagne. Les établissements situés dans le vignoble représentent 53 % du choix des nuitées hôtelières. Pour qui ? 83 % de Français, essentiellement de proximité (Grand Est à 47 %, Ile-de-France à 19 % et reste de la France pour 34 %). Du côté des étrangers, là aussi, les Belges sont très représentés (69 %) ainsi que les Britanniques (60 %) et les Allemands (40 %). Durée moyenne de séjour ? 1,6 jour. À noter que, selon un sondage Opinionway mené en 2016 sur la perception de la Champagne en France et à l'international, le territoire de l'appellation est vu comme « une destination de luxe et patrimoniale », devant d'autres vignobles et en particulier pour les Japonais. L'Unesco a créé un effet positif sur les Chinois et les Britanniques.