

UNE NOUVELLE AVENTURE HÔTELIÈRE INTERNATIONALE, MADE IN FRANCE

AVEC TEMPTINGPLACES COLLECTION, **YANNICK GAVELLE** ET **NICOLAS DUBOIS** OFFRENT AUX VOYAGEURS UN NOUVEAU VISAGE DE L'HÔTELLERIE DE LUXE : UNE EXPÉRIENCE IMMERSIVE, VIVANTE ET HUMAINE, OÙ CHAQUE DÉTAIL COMPTE ET OÙ L'ÉMOTION PRIME. AVEC POUR PREMIÈRE PIERRE À L'ÉDIFICE LE CHÂTEAU D'AUGERVILLE, À 1H30 DE PARIS ET L'OUVERTURE DE DENT BLANCHE RESORT EN SUISSE AVANT LA FIN DE L'ANNÉE, LA COLLECTION POSE LES FONDATIONS D'UN **RÉSEAU D'ADRESSES SINGULIÈRES.**



À gauche, Yannick Gavelle
À droite, Nicolas Dubois

LA FRENCH TOUCH, S'IL VOUS PLAÎT !

Derrière cette nouvelle aventure se tiennent deux hommes animés par la même passion : **Yannick Gavelle** et **Nicolas Dubois**. Ensemble, ils réinventent l'hôtellerie, alliant **l'excellence à la française à une singularité assumée.**

TemptingPlaces Collection n'est pas seulement une sélection d'hôtels, c'est une **promesse d'expérience** 5 étoiles où chaque séjour se distingue par un **accueil sur-mesure** et des attentions discrètes, pensées pour surprendre et séduire. La French Touch se révèle dans la qualité du service, la personnalisation des expériences transformant chaque instant en souvenir mémorable.

> Cette marque, avec ce symbole qui est le trait d'union, est un signe simple et puissant presque invisible et pourtant essentiel. Il relie les cultures, les savoir-faire, les talents, les émotions et même les générations. Notre marque naît de ce lien celui entre les femmes et les hommes qui partagent la même exigence, la même élégance, la même envie de créer tous ensemble. Avec TemptingPlaces Collection nous célébrons la pluralité, la diversité des talents. Le luxe que nous défendons est une sorte de lien, un trait d'union entre les personnes, entre les marques, entre les mondes. Chaque lieu que nous signons est une rencontre, une émotion partagée entre héritage et modernité.
>
> Yannick Gavelle
> Président de TemptingPlaces Collection



BOOST YOUR FRENCH LIFESTYLE : DES EXPÉRIENCES SUR-MESURE À CHAQUE INSTANT

Chaque adresse conserve et cultive son identité propre tout en partageant des valeurs communes telles que l'audace, le raffinement et le savoir-faire français et respecte un **socle de standards exigeants** pensés pour révéler le caractère singulier de chaque adresse.

Victor Delpierre, Champion du monde de cocktails et barista, signe **cinq créations**, du rafraîchissant Potager Sauvage au Negroni gastronomique, jusqu'à l'Espresso Martini engagé. À cela s'ajoute **une recette exclusive propre à chaque hôtel**.

Jérôme de Oliveira, Champion du monde de pâtisserie, imagine une carte de **quatre gourmandises emblématiques**, alliant technique et créativité. À la carte : un St Honoré - le Couronné, hommage à la tradition et à l'élégance française ; Paris-Cannes - l'Escapade, revisite ensoleillée du Paris-Brest ; une tarte au citron - Solaire, éclatante de fraîcheur ; et une religieuse chocolat, Coup de foudre, tout en intensité et en émotion. Pour chaque hôtel, une création locale qui raconte son identité et prolonge l'expérience sensorielle. Le dessert signature, quant à lui, évoluera au fil des saisons, inspiré par les fruits du moment.

TemptingPlaces Collection collabore avec **Maison Sérieuse**, qui orchestre ainsi la bande-son de chaque séjour avec trois playlists sur-mesure diffusées sur les enceintes **Devialet** et accessibles sur les plateformes musicales pour prolonger l'expérience. Dans les espaces communs et les chambres, **Baobab Collection** déploie son parfum signature, un mélange de muscade, vétiver et ambre, qui enveloppe chaque moment d'une atmosphère chaleureuse et élégante. Côté bien-être, **Codage**, maison française de cosmétologie sur-mesure fondée par Amandine et Julien Azencott, incarne un luxe discret et responsable en parfaite résonance avec l'ADN de TemptingPlaces Collection. Leurs soins et produits vegan, disponibles en chambres ou dans les spas des hôtels, offrent une approche personnalisée du soin à la française. Chaque détail, chaque note, chaque fragrance contribue à faire vivre aux voyageurs une parenthèse.

> Faire rayonner la French Touch, non seulement en France mais également à l'international, est au coeur de notre projet. Cela passe par des collaborations avec des maisons françaises emblématiques mais aussi par des talents exceptionnels français, champion du monde comme Victor Delpierre ou Jérôme de Oliveira. Nous croyons que le luxe est un lien entre ceux qui créent et ceux qui vivent l'expérience TemptingPlaces Collection.
>
> Nicolas Dubois,
> Directeur Général de TemptingPlaces Collection

Au-delà de ces collaborations, TemptingPlaces Collection s'associe à plusieurs acteurs pour des créations exclusives afin d'affirmer son identité et son univers. Ainsi **John Haston** conçoit des uniformes alliant matières nobles et couleurs emblématiques, adaptés à chaque destination ; la maison de souliers **Caulaincourt** signe « ALLURE », un soulier mixte aux tonalités bleues profondes et imaginé à partir de l'iconique «Belgian loafer» maison ; et **Olivier Lapidus** imagine le fauteuil « Temptation », inspiré de la barre du logo de la marque et déployé dans les lobbies de chaque hôtel.

CHÂTEAU D'AUGERVILLE
GOLF & SPA RESORT

CHÂTEAU D'AUGERVILLE
TEMPTINGPLACES COLLECTION





Première étape de l'aventure TemptingPlaces Collection, le Château d'Augerville pose les fondations d'une hôtellerie de luxe résolument humaine et sensorielle. À seulement 1h30 de Paris, ce domaine de 100 hectares déploie 40 chambres et suites où chaque pierre semble raconter son histoire. Le château a su conserver l'authenticité de son passé, sublimée par une décoration soigneusement orchestrée par **l'architecte d'intérieur Lou Sentis**, respectueuse de l'âme du lieu.

Le **restaurant Jacques Coeur** célèbre la tradition culinaire française à travers des produits du terroir sublimés par le **chef exécutif Olivier Zoccola** et sa brigade. Chaque assiette allie authenticité et modernité, revisitant les classiques avec délicatesse et inventivité. Pour une expérience plus intimiste, le **bar du château** propose une carte de cocktails gastronomiques imaginée par Victor Delpierre, incluant cinq créations emblématiques et la signature « Green Spritz », hommage aux greens du golf et aux plantes aromatiques du domaine. Enfin, la **chocolaterie**, institution gourmande de la région, enchante les sens avec des créations du maître chocolatier **Hervé Boudot** : plaques de chocolat, fruits confits, orangettes et gingembrettes...

Le **spa du Château d'Augerville**, sur plus de 250 m², invite à la détente et à la reconnexion. Il combine soins sur-mesure, espaces sensoriels (hydromassage, nage à contre-courant, zones de relaxation ouvertes sur les jardins) et ateliers de Yoga, Qi Gong et Breathwork, pour offrir une parenthèse bien-être complète.

Le parcours de golf de 18 trous, conçu par Olivier Dongradi, est un autre atout majeur. Avec sa vue sur les étangs et le château, il séduit joueurs expérimentés et amateurs, complété par un practice de haut niveau, un chipping-green et un putting-green.

Enfin, le pavillon de la culture, ancien premier bowling de France, se transforme en galerie d'art évolutive. Elle accueille des artistes inspirés, parmi lesquels Hubert Privé, figure de l'art golfique, le photographe Antoine Davault et les peintres Valérie Laskier (LASK) et ARemy, offrant aux visiteurs une expérience artistique unique et changeante au fil des saisons.

5 NOUVEAUX CHAPITRES DÉJÀ ÉCRITS

Avec l'ambition de réunir **30 établissements d'ici 2028**, TemptingPlaces Collection trace un chemin audacieux : celui d'une hôtellerie d'exception qui fait rayonner des lieux singuliers et authentiques.

La prochaine étape se jouera à Sion, en Suisse, dès décembre 2025, avec l'ouverture du **Dent Blanche Resort**. Situé au milieu des montagnes, cet hôtel offre un accès direct aux pistes du domaine des 4 vallées et allie confort moderne et charme montagnard dans ses 69 appartements. Les hôtes y découvriront un spa complet avec piscine, jacuzzi, sauna et hammam, ainsi que des restaurants raffinés, un bar after-ski et un bar à vins et cigares : tout le nécessaire pour prolonger le plaisir après une journée sur les pistes.

En 2027, c'est dans la **vallée de la Loire** que la collection s'installera avec le **Château d'Artigny**, un lieu hors du temps où l'élégance architecturale et les jardins à la française dialoguent avec l'histoire du célèbre parfumeur François Coty. Chaque visiteur pourra s'imprégner de cette atmosphère intemporelle et unique.

Enfin, l'Afrique accueillera trois nouvelles adresses à la fin de 2026 : **Blissinity Hotels & Resorts à Assinie en Côte d'Ivoire, Sirah Hotels & Resorts à Accra au Ghana et Sirah Hotels & Resorts Ouagadougou au Burkina Faso.**

De la vallée de la Loire aux sommets alpins suisses, des rivages d'Afrique de l'Ouest aux métropoles africaines émergentes, chaque hôtel incarne la promesse de TemptingPlaces Collection : un luxe vivant, raffiné et profondément humain, où chaque détail compte et chaque rencontre devient un souvenir mémorable. Qu'ils soient nichés dans les montagnes, perdus entre dunes et palmiers ou cachés au détour d'un village, ces lieux ont tous un point commun : ils ont une âme. Et c'est cette dimension émotionnelle, cette rencontre, que la collection souhaite offrir à ses hôtes.

À PROPOS DE TEMPTINGPLACES COLLECTION

TemptingPlaces Collection incarne la French Touch conjuguant élégance, liberté, discrétion et savoir-faire. Animés par la même exigence et la même passion, Yannick Gavelle et Nicolas Dubois, fondateurs du groupe Hôtels & Préférence, ont souhaité créer une nouvelle marque 5 étoiles lifestyle en proposant une sélection d'adresses singulières en France et à l'international. Chaque établissement exprime une vision contemporaine du luxe, plus humain, plus ouvert, plus inspiré et nourrie par le goût du détail et de la culture française de l'hospitalité. TemptingPlaces Collection s'entoure de talents et de maisons partenaires pour faire vivre cette identité : chefs, architectes, artisans, champions du monde en mixologie et en pâtisserie, créateurs de bien-être... tous participent à enrichir l'expérience. Avec l'ambition de rassembler une trentaine d'adresses d'ici 2028, la marque affirme son parti pris : celui d'un luxe vivant, pensé pour être ressenti, partagé et jamais figé.

CONTACTS PRESSE

14 SEPTEMBRE

MÉLANIE RODRIGUES : melanierodrigues@14septembre.fr I 06 49 75 55 16

GEORGIA AZZOLIN : georgiaazzolin@14septembre.fr I 06 11 35 26 88

ESTELLE AGNEL : estelleagnel@14septembre.fr I 06 12 29 58 30