Web FRA

Industrie Hôtelière

Famille du média : **Médias professionnels**
Audience : **2451**
Sujet du média : **Tourisme-Gastronomie**

20 Novembre 2025
Journalistes : **N.F.**
Nombre de mots : **705**

www.industrie-hoteliere.com

Visualiser l'article

Hôtels & Préférence lance la marque franchisée TemptingPlaces Collection sur le segment 5 étoiles



Le Château d'Augerville est la première adresse à arborer la marque TemptingPlaces Collection © Château d'Augerville

Un quart de siècle après avoir fondé **Hôtels & Préférence, Yannick Gavelle et Nicolas Dubois** ouvrent un nouveau chapitre. Les deux entrepreneurs lancent **TemptingPlaces Collection, une marque franchisée** positionnée sur le luxe expérientiel et pensée comme un étendard contemporain de la « French Touch ».

Née au sein du Louvre Hotels Group, filiale de Jinjiang International, cette nouvelle enseigne vise à offrir aux hôteliers indépendants un modèle 5 étoiles clé en main. « *En 2017, après la vente au Groupe du Louvre de 80% de nos parts, nous avons poursuivi notre collaboration au sein de Louvre Hotels Group - Jinjiang International,* explique Yannick Gavelle, président de TemptingPlaces Collection. *L'idée est alors née de leur proposer une marque 5 étoiles franchisée. Pour nous, c'était un virage, passer de l'affiliation à la franchise, tout en apportant au groupe une marque différenciante sur le segment du luxe. Nous avons donc imaginé une marque clé en main, TemptingPlaces Collection, un concept 5 étoiles lifestyle fondé sur trente années d'expérience et sur les besoins exprimés par nos partenaires, hôteliers et investisseurs. »*

Chaque adresse conserve son identité tout en respectant un socle commun de standards : 40 à 200 clés, chambres spacieuses, restaurant gastronomique dirigé par un chef, bar, carte pensée par un champion du monde de pâtisserie et espace bien-être. Chaque établissement dispose d'une identité sensorielle propre via une play-list dédiée (Maison Sérieuse) et un parfum exclusif (Baobab Collection).

Des partenaires triés sur le volet

L'expérience TemptingPlaces Collection s'appuie sur un réseau de partenaires triés sur le volet. Parmi eux, Victor

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.

Delpierre, champion du monde de cocktails et barista, signe une carte commune à l'ensemble des hôtels, enrichie d'un cocktail local sur-mesure. Jérôme De Oliveira, champion du monde de pâtisserie, propose quatre gourmandises emblématiques complétées par une création régionale pensée pour chaque établissement. En parallèle, la maison française Codage apporte son expertise en cosmétologie sur-mesure.

TemptingPlaces Collection s'associe à des architectes et designers de renom comme Arnaud Behzadi, Olivier Lapidus, Lou Sentis ou encore Vincent Darré, pour concevoir des espaces confortables et raffinés.

La marque bénéficie des équipes transverses d'Hotels & Préférence. *«Nos franchisés s'appuient sur une équipe de près de 50 personnes dont huit experts en distribution, une équipe MICE reconnue et un service communication/marketing »,* ajoute Yannick Gavelle. L'enseigne utilise également sur le système de gestion des réservations **SynXis** , *« le CRS numéro un mondial avec plus de 800 réservations par seconde ».*

« Nous proposons un dispositif complet d'e-learning développé avec l'agence Cyr Paris, piloté par Hervé de Gouvion Saint-Cyr, qui a travaillé pour des maisons comme Air France, Hermès ou Le Bon Marché. Cet outil forme à l'attitude « haut de gamme » et s'adresse à tous les niveaux, du plongeur au manager, souligne Nicolas Dubois, DG de TemptingPlaces Collection. *Baptisé Tempting Talent, cet e-learning permet d'accompagner les équipes, d'homogénéiser les standards et répond au désengagement des jeunes envers l'hospitalité. »*

Fédérer 30 établissements d'ici 2028

Enfin, les hôteliers rejoignant la collection profiteront de la **centrale d'achats du groupe Jin j iang International** , propriétaire de Louvre Hotels. « *Cette plateforme est reliée à plus de 15 000 établissements dans le monde dont le réseau Radisson qui est également filiale de Jinjiang. Les franchisés bénéficient ainsi de tarifs ultra-négociés sur le panel complet des achats, de la literie, les éclairages, le mobilier, aux équipements de cuisine... C'est un vrai levier de compétitivité»,* complète le DG de TemptingPlaces Collection. Enfin, l'enseigne s'appuie aussi sur un vaste programme de fidélité GHA Discovery qui réunit plus de 800 hôtels et 32 millions de membres.

Première adresse à arborer la marque, le Château d'Augerville, près de Paris, qui associe gastronomie locale, spa, golf et programmation culturelle. En décembre 2025, l'ouverture du Dent Blanche Resort en Suisse sur le domaine skiable des 4 Vallées, marquera une nouvelle étape. D'autres destinations suivront : vallée de la Loire (Château d'Artigny), Côte d'Ivoire, Ghana, Burkina Faso, puis Oman, Zanzibar, Dubaï, Thaïlande ou encore la Chine. L'ambition est de fédérer 30 établissements d'ici 2028, en France et à l'étranger.

Tous droits de reproduction et de représentation réservés au titulaire de droits de propriété intellectuelle.
L'accès aux articles et le partage sont strictement limités aux utilisateurs autorisés.