



Sur le terrain | hôtel chaîne volontaire

Hôtel Golf Château de Chailly à Chailly-sur-Armançon (21) Un véritable rebond d'activité, pour un lieu magique

Au cœur de la Bourgogne, dans un paysage boisé et vallonné, l'Hôtel Golf Château de Chailly à Chailly-sur-Armançon (4 étoiles), appartenant à un passionné japonais, est membre des Collectionneurs (ex-Châteaux & Hôtels Collection). Un atout indéniable pour le développement de son activité, lié depuis l'ouverture en 1990, à son magnifique golf, aux séminaires et événements, à son restaurant gastronomique et à son bistrot. La création d'un centre de bien-être va également permettre de répondre à l'attente d'une clientèle française et internationale, en quête d'une expérience de séjour unique et authentique.

Idéalement implanté en Bourgogne, à 2h30 de Paris ou de Genève, à 2h de Lyon, entre la route des Grands Crus et le parc national du Morvan, le Château de Chailly, ancienne forteresse médiévale, devenu une demeure au XV^e siècle, est classé monument historique. Racheté en 1987 par un passionné japonais Mike Sata, amateur de vins de Bourgogne, et notamment de romanée-côti, il a fait l'objet d'importants travaux de rénovation pendant trois ans. Dans son environnement paisible, ce château est ainsi devenu un hôtel de luxe 4 étoiles, avec un restaurant, un bistrot, deux bars, des salons, une piscine extérieure chauffée, un court de tennis, un hammam, un jacuzzi, un hélicoptère et un parcours de golf 18 trous s'étendant sur 75 hectares, conçu par l'architecte de golf Thierry Sprecher et le champion de France professionnel 1989, Géry Watine. En janvier 2017, tout en

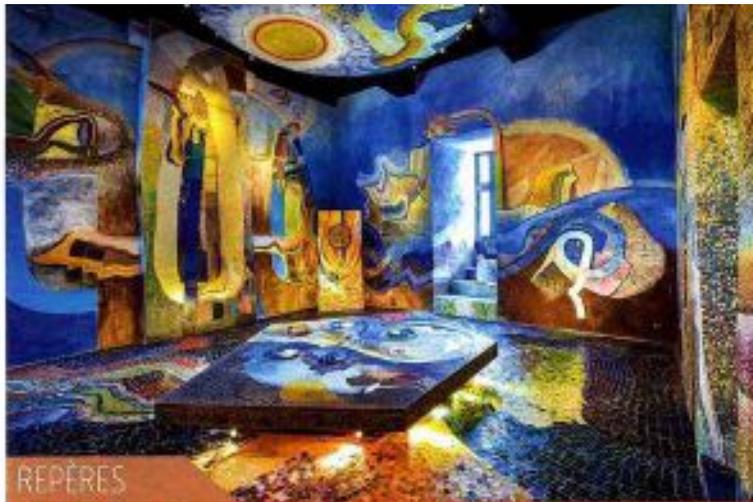
restant propriétaire des murs, Mike Sata décide de céder le fonds de commerce, en location gérance, à Tobias Yang et Marco Stockmeier, respectivement président et directeur général de la SAS Chailly Resort. « Il fallait redonner un nouvel élan à cet hôtel-restaurant et intensifier notre présence sur le web, via un site renouvelé, tout en reprenant l'équipe en place », soulignent-ils.

Le golf, sacré fer de lance

Les chambres ont presque toutes été renouvelées, il y a trois ans. Il ne reste plus que des travaux à effectuer dans deux chambres et une suite, courant 2018. « L'Hôtel Golf Château de Chailly capte 70 % de clientèle française et l'objectif consiste à attirer davantage de clients internationaux, notamment des Américains et des Asiatiques, d'où notre présence, par exemple, lors de l'International Golf Travel



Market à Cannes en décembre dernier, à l'International Travel de Berlin et à un Workshop à Tokyo, en mars 2018 », affirme Tobias Yang et Marco Stockmeier. Et de poursuivre : « À l'heure actuelle, 50 % des clients français et étrangers réservent au Château de Chailly pour pratiquer leur sport favori, le golf, et nous souhaiterions



REPÈRES

- **Hébergement :** 3 suites (90 m² à 120 m²), 3 junior suites (60 m²), 2 chambres familiales (60 m²), 29 chambres prestige (30 à 35 m²) dont 2 pour les personnes à mobilité réduite, 8 chambres supérieures (25 m²)
- **Tarifs proposés sur le site de l'hôtel** avec visite et dégustation offertes au Château de Pommaré, en haute saison (avril à fin octobre) : 199 € la chambre supérieure, 269 € la chambre prestige, 379 € la chambre familiale, 439 € la junior suite, 699 € la suite ; en basse saison (novembre à mars) : 159 € la chambre supérieure, 214 € la chambre prestige, 299 € la chambre familiale, 389 € la junior suite, 559 € la suite (Castel Suite)
- **Petit déjeuner/ buffet :** 23 €. Service de 7h à 10h
- **Prix moyen (HT) consacré par le client** en basse saison (chambre, petit déjeuner, repas) : 340 €
- **Durée moyenne du séjour :** 1,5 nuitée
- **Taux d'occupation :** 45 % en 2017. Objectif : 60 % dans les 2 à 3 ans à venir
- 70 % clientèle de loisirs et 30 % affaires (séminaires)
- **Effectif :** 34 employés en CDI + 30 saisonniers (salariés, apprentis) lors de la haute saison
- **Chiffre d'affaires 2017 :** 3,30 M€ (hébergement, restauration, golf). Prévisionnel 2018 : près de 4 M€

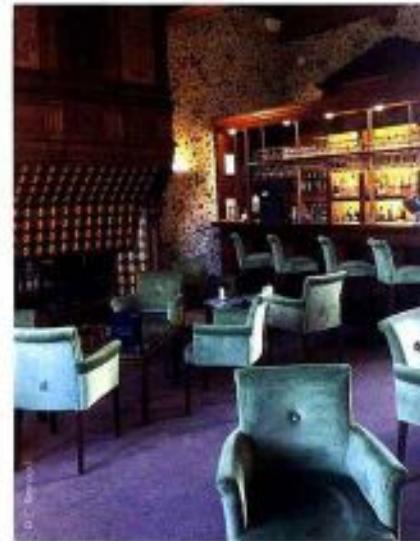


en drainer 70 %. Cette clientèle est très intéressante, dans la mesure où elle séjourne au moins trois nuits lors de la compétition Pro-Am, organisée pour la première fois en septembre 2017 et qui sera renouvelée tous les ans. » Le golf tient une place prépondérante, avec son Golf Pro Shop, son snack bar et enfin, son académie qui a vu le jour début

2018. Trois professeurs en CDI assurent des leçons de golf et stages, aussi bien pour les clients de l'hôtel que pour les joueurs extérieurs.

Les atouts des « collectionneurs »

Aujourd'hui, les Suisses sont les clients numéro 1 du Château de Chailly, suivis



des Allemands, Anglais, Belges ou encore des Américains. L'objectif fixé consiste à atteindre 50 % de clients français et 50 % de clients internationaux. Et comment la clientèle réserve-t-elle ? 25 % par le site attractif de l'hôtel bénéficiant de photos professionnelles (56 000 visiteurs en 2017), 30 %, via le site Les Collectionneurs, Booking et Expedia, 25 % en direct (téléphone, mail) et 20 % auprès des tour-opérateurs et agences de voyages. « En juillet 2017, nous avons intégré Châteaux & Hôtels Collection pour la notoriété de la marque développée par Alain Ducasse, la démarche garantie qualité chère aux clients, la présence croissante de belles adresses à l'international au sein du guide, et également pour d'autres raisons », insiste Tobias Yang qui cite le programme de fidélité « Les Collectionneurs » permettant aux clients de bénéficier de nombreux avantages (réductions, surclassements, prestations offertes...), et par ailleurs, la plateforme Job Hospitality pour le recrutement du personnel, la centrale d'achats et les formations proposées aux équipes hébergement-restauration.

Des séminaires au bistrot

L'un des autres axes de développement concerne les séminaires au sein des six salons du Château, pouvant accueillir chacun un maximum de 130 personnes. Une responsable commerciale s'emploie à démarcher les entreprises lors des salons spécialisés séminaires, ainsi que par mail et téléphone. « Les séminaires des entreprises, avant tout françaises, ont surtout lieu l'hiver. Pour l'instant, nous →



→ en accueillons 40 par an. Les journées d'études, par exemple accompagnées d'une initiation au golf et de dégustations de vins, sont très demandées », fait remarquer Marco Stockmeier. Les événements constituent également des temps forts : des rallyes de voitures anciennes aux mariages, en passant par les dîners musicaux et caritatifs.

Sur le plan culinaire, le Château de Chailly monte en puissance : la fréquentation a augmenté de 60 % au restaurant gastronomique L'Armançon (voir encadré) et au bistro Le Rubillon. Doté de 70 couverts et d'une terrasse de 70 places, ce bistro tire son nom de la rivière qui sillonne le parc et le parcours de golf.

Depuis 2017, il ouvre non seulement à midi, mais aussi le soir. La clientèle de l'hôtel bénéficie d'une alternative grâce à une cuisine traditionnelle et plus simple qu'au restaurant gastronomique. Le menu le plus vendu est à 35 € et parmi les plats appréciés, figurent l'œuf meurette, la caille au marc de Bourgogne, la côte de bœuf pour deux et les profiteroles au marron glacé. Le ticket moyen s'élève à 45 €.

Brunch, cocktails, cave de dégustation

Depuis avril 2017, le bistro Le Rubillon accueille tous les dimanches un brunch qui remporte du succès, en raison de son tarif attractif : pour 37 €, des plats froids et chauds, en version salée et sucrée, et à volonté, du crémant de Bourgogne, des boissons chaudes et froides. Le Lion's bar est aussi un espace prisé. Les clients aiment y consommer les cocktails du barman (une dizaine de choix), les vins proposés au restaurant gastronomique et les whiskies (une trentaine de choix dont un whisky japonais). Il y a également

le Sports bar avec accès direct au golf, la cave de dégustation où le sommelier propose des dégustations (4 verres de vin pour 45 €) et les cours de cuisine de 2h, lancés en 2017, pour 2 à 8 personnes (55 €).

Et bientôt, un centre de bien-être

Afin de répondre aux attentes de la clientèle, une autre initiative est menée à bien, il s'agit de l'ouverture en mars 2018 d'un centre de bien-être doté de deux cabines de soins (utilisant les produits d'accueil Vinésime-Gevrey Chambertin) et de nouvelles infrastructures : hammam, sauna et jacuzzi. « L'activité va démarrer avec une personne en CDI et l'objectif consiste à obtenir le label Spa, force d'attractivité majeure pour un établissement hôtelier », souligne Tobias Yang. Afin que l'Hôtel Golf Château de Chailly poursuive sur



la voie du développement et embraye sur les tendances hôtelières, des projets devraient se concrétiser au cours des prochaines années, tels que permettre au client d'ouvrir sa porte de chambre ou de payer son séjour avec son téléphone portable. « Quelques personnes nous l'ont déjà demandé ! » confie les patrons, soucieux de se mettre à la page.

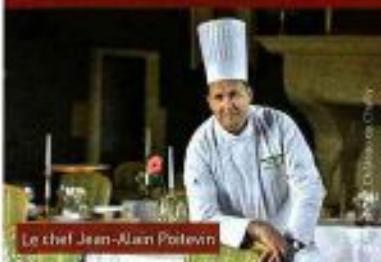
Christel Raynaud ■

Zoom sur le restaurant L'Armançon

Baptisé du nom d'une rivière française traversant les départements de la Côte-d'Or et de l'Yonne, le restaurant L'Armançon a été rénové en février 2017 pour un investissement de 80 000 €. Ce restaurant gastronomique, figurant dans le guide Michelin, offre une capacité de 70 couverts au sein de trois salles et il dispose d'une terrasse de 30 places. Depuis août 2016, il est placé sous la houlette du chef Jean-Alain Poitevin, qui avait déjà officié en son sein, il y a 20 ans, en tant que second de cuisine. « Nous misons sur une cuisine contemporaine et créative à partir de l'héritage bourguignon », précise-t-il. Se vend très bien le menu-carte à 65 €, à composer à partir des entrées, plats et desserts de la carte, et intégrant le chariot de fromages. Parmi les plats souvent commandés, figurent le Ris de veau au beurre demi-sel, compotée de poireaux et crème de morilles ; le Filet de bœuf charolais cuit au sautoir, surprise de pommes de terre,



sauce chocolat. La clientèle trouve également un menu du marché (3 plats) à 49 € et un menu surprise du chef (5 plats) à 90 €. Côté desserts, ils sont confectionnés par les pâtisseries Quentin Theodore et Steven Applencourt. Les classiques, à l'instar du soufflé et des crêpes façon Suzette, préparées en salle, remportent un vif succès. Quant à la carte des vins, élaborée par le sommelier Thierry Ledieu, elle comporte 140 références dont 70 % de vins de Bourgogne. Les tarifs des bouteilles vont de 50 € à 7300 € (pour un romanée-côti). Les forfaits pour 4 verres de vin à 33 € et 49 € répondent bien à la demande : la clientèle peut ainsi découvrir des Bourgogne villages, Bourgogne 1er cru et grand cru. « Le restaurant L'Armançon fonctionne de mieux en mieux. Il est aussi bien fréquenté par la clientèle de l'hôtel que la clientèle extérieure (50 % des clients) et le ticket moyen s'élève à 80 € », se réjouit Tobias Yang, président.



Le chef Jean-Alain Poitevin