

Actualités

Espace Abonnés 

Accueil > Actualités > Hôtellerie

## L'hôtel Edouard 7 privilégie sa proximité avec l'Opéra Garnier

mardi 2 février 2016 10:46



Ajouter à mes favoris  
Etre alerté



Ajouter un  
commentaire

← Retour



Ça m'intéresse !

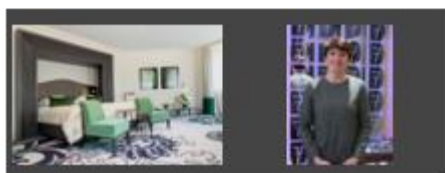
Partager : [LHR. Contacts](#)



Le seul hôtel de l'avenue de l'Opéra finalise sa rénovation. Après le restaurant et le bar, les nouvelles chambres donnent le ton d'une décoration plus sage et plus contemporaine.



Une suite émeraude.



Depuis 2009, date son rachat par le groupe Bessé, l'hôtel Edouard 7 (Paris, I<sup>le</sup>) s'est peu à peu métamorphosé. Sous l'impulsion d'**Anne Jousse**, la propriétaire, l'hôtel vient d'achever avec **Christophe Daudré** une rénovation commencée en 2010 avec **Marina Bessé**.

Dans un esprit moins théâtral et plus sobre, l'Edouard 7 s'inscrit dans l'histoire du quartier. Le bar est devenu plus cosy avec ses velours et ses teintes bleutées qui mettent en valeur les vitraux originaux. Le restaurant, tout en clarté et très contemporain, rappelle avec des photos la proximité de l'Opéra Garnier. Pour la rénovation des chambres, le décorateur a privilégié les couleurs de quatre pierres précieuses - saphir, émeraude, rubis et citrine -, en clin d'oeil aux nombreuses bijouteries du quartier. Dans chaque chambre, la couleur dominante se décline en plusieurs nuances sur les tissus comme sur les murs, alors que le marbre des salles de bains apporte une pointe de raffinement.

### ***"Un nom signifiant et symbolique"***

Le fil conducteur de cette rénovation a été *"de se recentrer sur l'Opéra, universellement connu et que l'on aperçoit depuis les balcons de l'hôtel qui donnent sur l'avenue"*, explique la nouvelle directrice générale, **Emmanuelle Smith**, à la tête d'une équipe de 55 personnes. Arrivée début janvier dans l'hôtel, la jeune directrice explique *"J'ai proposé de modifier le nom de l'hôtel pour le rendre plus accessible aux clients étrangers. En devenant Edouard 7 Paris Opéra, nous avons un nom signifiant et symbolique partagé par tous dans le monde."* Reprenant à son compte les enseignements des groupes hôteliers Marriott et Hilton où elle a fait ses premières armes, elle foisonne d'idées pour personnaliser ses prestations tant auprès de sa clientèle d'affaires que de sa clientèle loisirs. *"Mon idée est de développer au maximum la relation client, avec en priorité le traitement des commentaires : toute réponse devant être traitée au maximum dans les 48 heures."*



**Catherine Avignon**

