

GRAND MERCURE

HOTELS AND RESORTS

Universally local

Chez Grand Mercure, les standards internationaux se mêlent à l'esprit local si particulier. Nous puisons notre inspiration dans l'esprit, le cœur et l'âme des lieux où nous sommes implantés, des lieux riches de coutumes, de traditions, de cultures et de sensations. Nous vous invitons à vivre plus intensément, à explorer l'inconnu, et, ainsi, voir le monde différemment.

grandmercure.com



GRAND MERCURE DUBAI AIRPORT HOTEL
ÉMIRATS ARABES UNIS
OUVERTURE SEPTEMBRE 2020

Sincère · Fier · Personnalisé localement
Réinterprétation premium moderne

TROUVEZ VOTRE CONTACT DÉVELOPPEMENT LOCAL SUR GROUP.ACCOR.COM/HOTELDEVELOPMENT

MARS 2021 - PHOTOS © PHOTO THÉQUE ACCOR

RAFFLES \ ORIENT EXPRESS \ FAENA \ BANYAN TREE \ DELANO \ SOFITEL LEGEND \ FAIRMONT \ SLS \ SO
SOFITEL \ THE HOUSE OF ORIGINALS \ RIXOS \ ONEFINESTAY \ MANTIS \ MALLERY \ 21C \ ART SERIES
MONDRIAN \ PULLMAN \ SWISSÔTEL \ ANGSANA \ 25HOURS \ HYDE \ MÖVENPICK \ GRAND MERCURE \ PEPPERS
THE SEBEL \ MANTRA \ NOVOTEL \ MERCURE \ ADAGIO \ MAMA SHELTER \ TRIBE \ BREAKFREE \ IBIS
IBIS STYLES \ GREET \ IBIS BUDGET \ JO&JOE \ HOTELF1

Présence mondiale de 84 hôtels RÉSEAU + PROJETS

RÉSEAU → 57 HÔTELS
13 071 CHAMBRES

PROJETS → 27 HÔTELS
6 822 CHAMBRES

12 PAYS	HÔTELS RÉSEAU	CHAMBRES RÉSEAU + PROJETS	
Amérique du Sud	7	9%	1 700
Inde, Moyen-Orient & Afrique	7	10%	1 340 +554
Chine continentale	17	37%	4 602 +2 825
Asie du Sud-Est	15	41%	4 784 +3 443
Pacifique	11	3%	645

Développement Nouvelles constructions & conversions

EMPLACEMENTS	DE 1 ^{ER} CHOIX	SECONDAIRES	AÉROPORTS BANLIEUES
CAPITALES, VILLES CLÉ & DESTINATIONS RESORT	●	●	●
PRINCIPALES DESTINATIONS DOMESTIQUES	●		
AUTRES VILLES & DESTINATIONS TOURISTIQUES CONVOITÉES	●		

Prochaines ouvertures

Hanoi, Vietnam - 179 chambres (2021)
Khao Lak Bangsak, Thaïlande - 198 chambres (2021)
Xi'an Xixian, Chine - 416 chambres (2022)
Pingxiang, Chine - 164 chambres (2022)

Top 3 des arguments de vente

UNE MARQUE ADAPTÉE AU MARCHÉ LOCAL

Un design et une ambiance qui parlent aux locaux et font écho à la sensibilité culturelle.

Une offre de services adaptée au marché local.

Pertinent pour les marchés nationaux et les visiteurs internationaux en quête d'expériences locales authentiques.

+ PUISSANCE INTERNATIONALE DE LA MARQUE + FLEXIBILITÉ ET CONCURRENCE ABORDABLE

Garantie de normes de service internationale premium uniforme, répondre aux besoins et reconforter les locaux comme les voyageurs internationaux.

Puissance internationale de la marque avec un écosystème de distribution, une notoriété et une perception du prestige associés.

Service moderne et perception adaptés aux voyageurs actuels qui recherchent des expériences simples mais innovantes et premium.

La marque permet une organisation flexible de l'espace et encourage le choix de fournisseurs locaux, ce qui permet de réduire les coûts de développement.

Idéal pour la conversion de bâtiments/hôtels existants.

Idéal pour le développement dans des villes de niveau 1-3.

Près de 57 hôtels dans le réseau et 27 en projets.

Passions

Goûter à la culture locale

La gastronomie locale sous toutes ses formes, revisitée avec modernité et panache : plats et bières Signature, street-food réinventée, gourmandises et en-cas traditionnels...

Une immersion sensorielle

Grand Mercure associe harmonieusement les attitudes, atmosphères et cadres de vie locaux et les réinterprète pour éveiller tous les sens.

Redonner vie aux traditions

Chaque hôtel sélectionne et redonne vie à des éléments essentiels de la culture locale : des festivités importantes, des habitudes quotidiennes et des traditions régionales à (re)découvrir.

Le bien-être, un mode de vie local

Chaque pays a sa propre conception du bien-être.

Dans ses hôtels, Grand Mercure s'approprie le meilleur de la tradition et des rituels locaux pour prendre soin de ses clients au-delà des portes de la salle de sport et du spa.

Programmation

CHAMBRES	● VILLE	● RESORTS
— Nombre moyen de chambres	● 150 et +	● 150 et +
— Taille moyenne ⁽¹⁾	● 28-36	● 30-40 + balcon
— Surface hors d'œuvre totale ⁽¹⁾	● 80-90	● 80-110
RESTAURANT & BAR	1 "all day dining" Restaurant de spécialités ⁽²⁾ 1 bar dans le lobby	
BIEN-ÊTRE	Spa ⁽²⁾ Centre fitness	Piscine
RÉUNIONS, ÉVÉNEMENTS & AUTRES	Salles de réunion Ballroom Centre d'affaires	Executive Club Kids Club ⁽²⁾

(1) Par chambre, en m². Pour les destinations AAA-centre ville et les conversions historiques, la taille et les surfaces peuvent être diminuées de 15 à 20 %. (2) Selon marché.

Profil clientèle

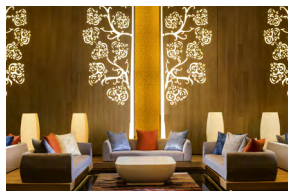
AFFAIRES	LOISIRS
57%	43%
NATIONALE	INTERNATIONALE
71%	29%

Fonctionnement



Top 5 flagships à visiter

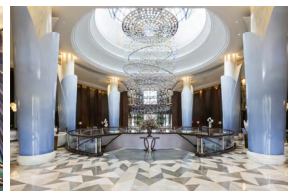
JAKARTA KEMAYORAN
INDONÉSIE



PHUKET PATONG
THAÏLANDE



ZHENGZHOU WEST
CHINE



MYSORE
INDE



SÃO PAULO VILA OLIMPIA
BRÉSIL

