



ASSEMBLEE GENERALE MIXTE DU 29 AVRIL 2021

REPONSES AUX QUESTIONS ECRITES

Question N°1 - Vincent Breyse

L'assemblée générale de 2020 a entériné la proposition de ne pas verser de dividende sur l'exercice 2019. Or, vos comptes laissent apparaître un flux financier sortant de 2 millions d'euros de dividendes en 2020 (page 312 du DEU par exemple). Pourriez-vous expliquer à quoi cela correspond-il ?

Réponse :

Le dividende de 2 millions d'euros indiqué dans le tableau des flux financiers figurant à la page 312 du Document d'enregistrement universel 2020 correspond à la quote-part de dividende versée par la société El Gezira Hotels Tourism Cy (Egypte) à ses actionnaires minoritaires.

Détenue par Accor à 65,71% et intégrée globalement dans les comptes du Groupe au 31/12/2020, la société El Gezira Hotels Tourism Cy a décidé de verser un dividende de 8 millions de dollars en date du 29 juillet 2020, dont 5 millions de dollars ont été perçus par Accor au titre de sa participation, et 3 millions de dollars par ses actionnaires minoritaires (non contrôlés par le Groupe).

Convertis au cours de clôture de l'opération, ces 3 millions de dollars représentaient environ 2 millions d'euros.

Question N°2 - Nejdet Baysan, NB consulting group

La marque Swissotel a perdu beaucoup de grandes adresses comme celles de Genève, Londres, Bâle ou Zurich. De plus, il n'y a pas de projets importants en cours dans de grandes villes. Ajoutons que, suite à l'acquisition de FRHI par Accor, la marque Swissotel a été placée dans le segment « premium ». En tant que propriétaire d'un hôtel sous marque Swissotel en Turquie et partenaire depuis 2005, nous avons l'impression que la marque a perdu son rang, ce qui crée une forme de gêne et de déception de la part des propriétaires de grandes adresses. Quelle est la vision du management sur le statut actuel et l'objectif de long-terme de la marque Swissotel ?

Réponse :

À la fin de l'année 2020, le pipeline d'hôtels sous marque Swissotel était de 25 établissements, soit le double par rapport au nombre de projets prévus lors de l'acquisition de la marque. Swissotel reste une marque d'envergure mondiale pour Accor, avec une forte dynamique de développement notamment au Moyen-Orient et dans les marchés émergents (par exemple à Doha et Jaipur).



Question N°3 - Nejdet Baysan, NB consulting group

La communication avec les propriétaires et la gestion des marques sont des éléments clés dans l'hôtellerie. En tant que propriétaires d'un hôtel sous marque Swissotel depuis 16 ans, nous avons connu des déceptions quand les stratégies de croissance à court terme, qui viennent créer des contentieux légaux, sont préférées à des relations de partenariat de long terme. Comment le management s'assure-t-il de mener à bien une stratégie de croissance sans mettre en danger des relations partenariales de long terme avec les propriétaires actuels ?

Réponse :

Accor s'efforce toujours de conjuguer croissance de son réseau et relations de qualité avec les propriétaires sous enseignes Accor. Chaque année, plus de la moitié (60%) des nouveaux contrats sont signés avec des partenaires existants. Il arrive que, dans un marché dense, un nouvel hôtel rentre en concurrence avec un hôtel existant ; toutefois, les propriétaires sont protégés par certaines clauses du contrat qui les lie au Groupe Accor, qui peuvent notamment prévoir une exclusivité sur une marque sur une zone donnée.