

# MERCURE

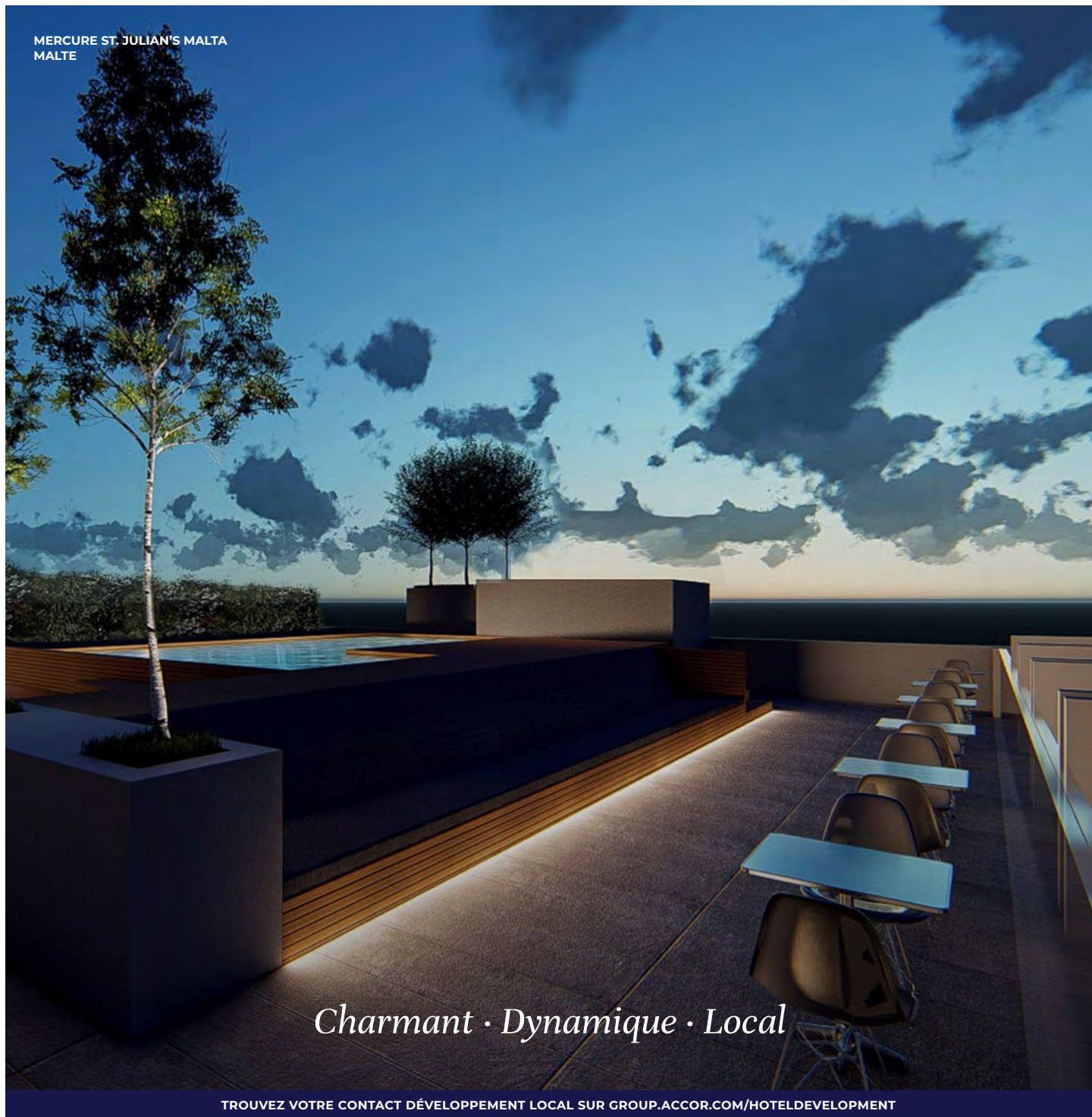
## HOTELS

### *Locally inspired hotels*

Chaque Mercure est une porte qui s'ouvre sur une nouvelle destination. Nos équipes connaissent leur ville sur le bout des doigts et chaque détail de la décoration de l'hôtel raconte une histoire à propos du lieu et de son patrimoine culturel. Alors que chaque hôtel Mercure est unique, ils partagent tous la même passion : offrir des services de grande qualité. Dès que nos clients franchissent les portes d'un hôtel, à Paris, Rio ou Bangkok, ils sont immergés dans leur destination. Mercure, Locally Inspired Hotels.

[mercure.com](https://mercure.com)

MERCURE ST. JULIAN'S MALTA  
MALTE



*Charmant · Dynamique · Local*

TROUVEZ VOTRE CONTACT DÉVELOPPEMENT LOCAL SUR [GROUP.ACCOR.COM/HOTELDEVELOPMENT](https://group.accor.com/hoteldevelopment)

RAFFLES \ ORIENT EXPRESS \ BANYAN TREE \ SOFITEL LEGEND \ FAIRMONT \ EMBLEMS \ SOFITEL \ RIXOS  
ONEFINESTAY \ MANTIS \ MGALLERY \ ART SERIES \ PULLMAN \ SWISSÖTEL \ ANGSANA \ MÖVENPICK  
GRAND MERCURE \ PEPPERS \ THE SEBEL \ MANTRA \ NOVOTEL \ MERCURE \ ADAGIO \ BREAKFREE \ IBIS  
IBIS STYLES \ GREET \ IBIS BUDGET \ HOTELFI

ENNISMORE 21C MUSEUM HOTEL \ 25HOURS \ DELANO \ GLENEAGLES \ HYDE \ JO&JOE \ MAMA SHELTER \ MONDRIAN \ MORGANS ORIGINALS  
SLS \ SO \ THE HOXTON \ TRIBE \ WORKING FROM

AOÛT 2022

MERCURE  
HOTELS

CLASSIQUE - MILIEU DE GAMME  
3/4 ÉTOILES INTERNATIONALES

N°1

PLUS GRANDE CHAÎNE  
HÔTELIÈRE MILIEU DE GAMME  
DANS LE MONDE

24€

PRIX PREMIUM DE LA MARQUE  
PAR RAPPORT  
AUX HÔTELS INDÉPENDANTS

40%

DE RÉSERVATIONS  
FAITES VIA MOBILE

## Présence mondiale de 1 115 hôtels RÉSEAU + PROJETS

RÉSEAU → 904 HÔTELS  
119 591 CHAMBRES

PROJETS → 211 HÔTELS  
35 324 CHAMBRES

59 PAYS	HÔTELS RÉSEAU	CHAMBRES RÉSEAU + PROJETS	
Amérique du Sud	60	6%	7 958 +590
Europe du Nord	279	28%	36 844 +6 121
Europe du Sud	310	20%	30 345 +1 272
Inde, Moyen-Orient & Afrique	29	5%	5 353 +2 098
Chine continentale	115	23%	20 291 +14 621
Asie du Sud-Est	62	13%	12 934 +7 989
Pacifique	49	5%	5 866 +2 633

## Développement

EMPLACEMENTS	DE 1 <sup>ER</sup> CHOIX	SECONDAIRES	AÉROPORTS BANLIEUES
CAPITALES, VILLES CLÉ & DESTINATIONS RESORT	●	●	●
PRINCIPALES DESTINATIONS DOMESTIQUES	●	●	
AUTRES VILLES & DESTINATIONS TOURISTIQUES CONVOITÉES	●		

CONVERSIONS DE PRÉFÉRENCE & NOUVELLES CONSTRUCTIONS

## Prochaines ouvertures

Melbourne Pakenham, Australie - 64 chambres (août 2022)  
Putrajaya, Malaisie - 150 chambres (Living, septembre 2022)  
Bleecker Belgrade, Serbie - 95 chambres (septembre 2022)  
Larnaca Soolar Beach, Chypre - 60 chambres (octobre 2022)  
Tokyu stay Osaka Shinsaibashi, Japon - 288 chambres (décembre 2022)  
Ain Benian, Algérie - 152 chambres (décembre 2022)

## Top 3 des arguments de vente

### UNE MARQUE MONDIALE FIABLE ET RECONNUE

Le 2<sup>e</sup> acteur mondial (hors Amérique du Nord) avec 904 hôtels dans 59 pays.  
Le prix premium le plus élevé de son secteur.  
Une marque avec une excellente réputation dans son secteur, avec un taux de conversion notoriété / prise en compte de +40%.

### + UNE MARQUE QUI S'INSPIRE DE SON ENVIRONNEMENT

Une décoration largement inspirée par les valeurs, l'élégance et la culture locale.  
Les produits et spécialités locaux sont mis en valeur tout au long de l'expérience F&B du client.  
Le programme de la marque "Discover Local" ("découvrez la région") permet aux voyageurs passionnés par les traditions culinaires de la région qu'ils visitent, d'assouvir leur passion à l'intérieur même de l'hôtel.

### + DES ÉQUIPES AUTHENTIQUES ET PASSIONNÉES

Un véritable sens de l'accueil.  
Des équipes perçues comme "foncièrement agréables".  
Une équipe passionnée et hautement qualifiée.

## Passion

"Discover local". Chez Mercure, nous sommes fiers de nous inspirer des spécialités régionales. Nos hôtels se caractérisent par la singularité de leurs emplacements. Nous trouvons l'inspiration dans les trésors gastronomiques locaux et les plaisirs gustatifs. Nous valorisons les savoir-faire locaux autant que les incontournables culturels, en éveillant la curiosité qui sommeille en chacun de nous. Nous savons raviver le bonheur de découvrir des spécialités régionales authentiques et responsables.

## Programmes clé

**Lieux de vie.** Flexibles, les espaces de vie Mercure se transforment pour devenir, tout au long de la journée, des lieux où se restaurer, boire un verre, se rencontrer ou travailler.

**Mur de marque.** Inspirés des matériaux locaux, de l'histoire de l'hôtel ou de la destination selon l'inspiration du designer, le "mur de marque" est un élément identifiant majeur de l'hôtel.

**Chambres.** La décoration et l'ameublement reflètent l'inspiration locale de l'hôtel, en parfaite harmonie avec son design général.

**Restauration.** La restauration joue un rôle essentiel pour les voyageurs souhaitant découvrir une destination grâce à des expériences gustatives authentiques... du petit-déjeuner au dîner.

## Programmation

CHAMBRES	● VILLE	● RESORTS
— Nombre moyen de chambres	● 125 et +	● 150 et +
— Taille moyenne <sup>(1)</sup>	● 24-30	● 26-33 + balcon
— Surface hors d'œuvre totale <sup>(1)</sup>	● 52-75	● 56-82
RESTAURANT & BAR	Salle de petit déjeuner et/ou restaurant 1 bar	
BIEN-ÊTRE	Centre fitness <sup>(2)</sup> Piscine (nice to have) Spa <sup>(2)</sup>	
RÉUNIONS ÉVÉNEMENTS & AUTRES	Salle de réunion "Ready to work by Mercure" <sup>(2)</sup> Web corner	

(1) Par chambre, en m<sup>2</sup>. 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
61%	39%
66%	34%
NATIONALE	INTERNATIONALE

## Fonctionnement\*

65%	35%
FRANCHISE	GESTION

## Top 5 flagships à visiter

BOURNEMOUTH QUEENS  
HOTEL & SPA ROYAUME UNI



KYOTO STATION  
JAPON



SYDNEY ROUSE HILL  
AUSTRALIE



PARIS MONTPARNASSE  
PASTEUR FRANCE



MALDIVES KOODDOO RESORT  
MALDIVES

