

Communiqué de presse
11 septembre 2012

Accor dépasse les 100 000 chambres en Asie-Pacifique avec l'ouverture de l'ibis Hong Kong Central & Sheung Wan

Cet évènement confirme que cette région est l'un des principaux moteurs de croissance du Groupe

Accor, premier opérateur hôtelier international en Asie-Pacifique, a annoncé aujourd'hui qu'il avait désormais **un réseau plus de 100 000 chambres dans la région** avec l'ouverture de l'ibis Hong Kong Central and Sheung Wan. Le **Directeur général des opérations de Accor Asie-Pacifique, Michael Issenberg**, s'en est félicité lors de l'édition 2012 de la *Conférence Economy Hotels World Asia* à Singapour réaffirmant ainsi la stratégie de croissance du Groupe en Asie-Pacifique. M. Issenberg a également révélé les résultats de l'**Analyse Accor sur les hôtels économiques 2012**, qui vise à mieux comprendre les différences de comportement entre les voyageurs séjournant dans les hôtels économiques.

« La région Asie-Pacifique étant l'un des principaux marchés pour la croissance de Accor, je tiens à féliciter l'équipe régionale, ainsi que nos partenaires, d'avoir franchi la barre des 100 000 chambres dans cette zone », a indiqué Denis Hennequin, Président-directeur général de Accor. « L'Asie-Pacifique offre d'immenses opportunités de développement en raison de son dynamisme économique et de l'accroissement rapide de la classe moyenne que connaît la région. Ces deux facteurs contribuent à une hausse considérable du nombre de voyageurs. Nous nous sommes engagés à offrir à nos clients le choix le plus large possible d'hôtels de qualité dans la région. »

S'adressant aux participants de l'édition 2012 de la conférence Economy Hotels World Asia à Singapour, M. Issenberg a déclaré : *« À l'heure actuelle, Accor exploite 536 hôtels dans 16 pays d'Asie-Pacifique et est le leader du marché en Australie, en Nouvelle-Zélande, en Thaïlande, en Indonésie, en Corée du Sud et au Vietnam. Je suis très fier d'annoncer que le réseau Accor vient de dépasser les 100 000 chambres en Asie-Pacifique avec l'ouverture de l'ibis Hong Kong Central and Sheung Wan. Et il est satisfaisant que nous célébrions l'évènement avec cet hôtel, qui devient le 'flagship' de la marque ibis dans la région et qui montre notre détermination à offrir à nos clients des prestations hôtelières exceptionnelles sur le segment économique. »*

La demande croissante pour des hôtels économiques, conformes aux standards internationaux et respectant de bon rapports qualité/prix, a encouragé Accor à effectuer l'**Analyse Accor sur les hôtels économiques 2012**, dont les résultats ont été dévoilés par M. Issenberg lors de cette conférence. Cette étude faite auprès des voyageurs d'affaires et de loisirs, sur les huit principaux marchés d'Asie, visait à rassembler des informations sur les différences de comportement existant entre ces derniers vis-à-vis des hôtels économiques.

Selon l'étude, **six voyageurs sur dix préfèrent les marques internationales d'hôtels économiques aux marques nationales** et leur attribuent différentes « personnalités ». Les marques internationales sont considérées comme « élégantes, qualitatives, fiables, attractives et dynamiques » par rapport aux marques nationales qui sont souvent jugées « terre à terre, pratiques, humaines et attentionnées. »

« L'étude sur les Hôtels économiques en Asie va nous aider à mieux comprendre ce que nos clients attendent de nos marques d'hôtels économiques. Par exemple, nous avons compris que **les clients sont prêts à payer plus cher la nuitée pour pouvoir séjourner dans un hôtel d'une marque internationale plutôt que dans un hôtel d'une marque nationale**. La différence peut atteindre jusqu'à 90 % sur certains marchés, a expliqué M. Issenberg. Cependant, nous avons aussi constaté qu'ils attendent de nos marques un meilleur rapport qualité/prix en termes de professionnalisme, de confort et de services. Nous allons désormais analyser les résultats pour savoir comment mieux répondre aux attentes des voyageurs sur les différents marchés et les premières conclusions portent à croire que nous sommes sur la bonne voie avec la famille de marques ibis. »

La famille de marques ibis couvre l'offre économique et très économique et réunit trois marques complémentaires – ibis, ibis Styles (anciennement all Seasons) et ibis *budget* (anciennement Formule 1) – chacune bénéficiant de sa propre personnalité. L'offre hôtelière **ibis** se caractérise par son service et le meilleur niveau de confort offert dans le segment économique, source de bien-être au meilleur prix. **Ibis Styles** garantit un confort et un design uniques à un prix tout compris. **Ibis budget** propose aux voyageurs l'essentiel du confort à petits prix. Aujourd'hui, Accor exploite 179 hôtels de la marque ibis en Asie-Pacifique, dont 113 établissements ibis, 42 ibis Styles et 24 ibis budget.

ibis Hong Kong Central & Sheung Wan

Avec ses 550 chambres, L'ibis Hong Kong Central & Sheung Wan concrétise la nouvelle orientation de la marque ibis consistant à satisfaire une clientèle de voyageurs indépendants, de plus en plus nombreux dans la région. Au cœur de l'un des quartiers de Hong Kong les plus appréciés pour le shopping et la vie nocturne, l'hôtel est situé à quelques pas de la gare Sheung Wan MTR et du terminal de ferries de Macao et permet de relier facilement l'aéroport international de Hong Kong via l'Airport Express et les bus de l'aéroport. Il est l'un des premiers établissements d'Asie à arborer la nouvelle identité de la marque ibis, en cours de déploiement dans le monde entier.

Cette nouvelle identité fraîche et vivante est appuyée par une équipe jeune et dynamique prête à assurer tous les services essentiels d'un hôtel moderne quel que soit l'heure. Les clients apprécieront le service du petit-déjeuner disponible pendant 8h à partir de 4h30 du matin, le bar ouvert 24h/24 et le wifi gratuit dans l'ensemble des locaux. Les clients de l'hôtel reçoivent la promesse d'être satisfaits dans les 15 minutes s'agissant de toute demande faite auprès de la réception.

Les voyageurs désireux d'explorer leur lieu de séjour découvriront des alentours chargés d'histoire. L'hôtel bénéficie d'un emplacement idéal, à Sheung Wan, où les entreprises les plus dynamiques côtoient les petites rues d'autrefois, où l'on découvre des étals de poisson séché à deux pas des cafés branchés. Parmi les sites historiques incontournables, citons Man Mo Temple, Possession Point (où la flotte britannique avait accosté), sans oublier les cafés et restaurants prisés d'Hollywood Road, toute proche. Les restaurants et la vie nocturne du quartier central de Soho se trouvent suffisamment près pour s'y rendre à pied.



Accor, premier opérateur hôtelier mondial, leader en Europe est présent dans 92 pays avec plus de 4 400 hôtels et 530 000 chambres. Fort d'un large portefeuille de marques, avec Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, all seasons/ibis Styles, Etap Hotel/Formule 1/ibis budget, hotelF1 et Motel 6, Accor propose une offre étendue, allant du luxe à l'économique. Avec plus de 180 000* collaborateurs sous enseignes Accor à travers le monde, le Groupe met au service de ses clients et partenaires son savoir-faire et son expertise acquis depuis près de 45 ans.

*Dont 145 000 dans les hôtels filiales et managés

Contacts presse

Charlotte Thouvard

Directeur Communication EMOA et
Relations Presse Monde
charlotte.thouvard@accor.com

Elodie Woillez

Relations presse
+33 1 45 38 87 08;
elodie.woillez@accor.com

Evan Lewis

Directeur Communication Asia-Pacific
+65 6408 8888; evan.lewis@accor.com