

## Compléments d'informations sur les chaînes hôtelières

### ■ Evolutions par groupe (chaînes intégrées) entre 2008 et 2009

<b>ACCOR</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
ALL SEASONS	12	18	1 061	1 487	37	43	4 183	4 609
ETAP HOTEL	271	278	20 911	21 180	366	378	30 075	31 550
FORMULE 1	281	273	20 778	20 484	373	374	29 434	30 148
IBIS	369	377	31 984	32 589	759	790	84 513	86 629
MERCURE HOTELS	260	263	23 957	23 797	746	704	91 752	87 850
NOVOTEL WORLDWIDE	123	123	16 053	16 207	385	384	68 469	69 272
PULLMAN	10	11	2 621	2 700	19	20	5 037	5 116
SOFITEL	20	19	2 516	2 529	171	161	37 190	36 237
SUITEHOTEL	15	17	1 797	1 897	21	21	2 734	2 734
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>1 361</b>	<b>1 379</b>	<b>121 678</b>	<b>122 870</b>	<b>2 877</b>	<b>2 875</b>	<b>353 387</b>	<b>354 145</b>

<b>GROUPE DU LOUVRE</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
CAMPANILE	324	325	18 976	19 431	380	385	23 775	24 630
KYRIAD ET KYRIAD PRESTIGE	217	215	12 894	12 631	219	218	13 070	12 940
PREMIÈRE CLASSE	208	220	14 876	15 719	211	223	15 139	15 982
CONCORDE HOTELS & RESORTS	16	14	3 507	3 128	33	31	8 229	7 850
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>765</b>	<b>774</b>	<b>50 253</b>	<b>50 909</b>	<b>843</b>	<b>857</b>	<b>60 213</b>	<b>61 402</b>

<b>CHOICE</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
CLARION	3	4	358	423	400	351	55 295	46 439
COMFORT HOTELS & INN	76	75	4 126	3 967	2 999	3 014	227 456	230 040
QUALITY HOTELS & INN	28	31	2 115	2 347	1 454	1 399	146 725	133 207
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>107</b>	<b>110</b>	<b>6 599</b>	<b>6 737</b>	<b>4 853</b>	<b>4 764</b>	<b>429 476</b>	<b>409 686</b>

<b>GOLDEN TULIP</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
GOLDEN TULIP - TULIP INN	8	8	497	497	247	247	29 484	29 484
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>497</b>	<b>497</b>	<b>247</b>	<b>247</b>	<b>29 484</b>	<b>29 484</b>

<b>HYATT</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
HYATT REGENCY HOTELS et PARK HYATT	3	3	651	651	155	182	63 211	76 876
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>651</b>	<b>651</b>	<b>155</b>	<b>182</b>	<b>63 211</b>	<b>76 876</b>

<b>INTERCONTINENTAL</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
CROWNE PLAZA	3	4	349	405	293	342	80 986	93 382
HOLIDAY INN EXPRESS (chgt logo)	14	12	1 145	1 130	1 770	1 930	152 503	173 794
HOLIDAY INN y compris Garden C.	45	46	5 380	5 460	1 383	1 353	255 859	249 691
INTERCONTINENTAL	2	2	808	808	147	159	49 904	54 736
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>64</b>	<b>64</b>	<b>7 682</b>	<b>7 803</b>	<b>3 593</b>	<b>3 784</b>	<b>539 252</b>	<b>571 603</b>

<b>JJ</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
AMARANTE	5	5	309	309	8	8	759	759
MEDIAN	8	6	672	536	8	6	672	536
HÔTELS STARS	20	20	1 034	1 034	20	20	1 034	1 034
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>33</b>	<b>31</b>	<b>2 015</b>	<b>1 879</b>	<b>36</b>	<b>34</b>	<b>2 465</b>	<b>2 329</b>

<b>MARRIOTT</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
COURTYARD BY MARRIOTT	3	2	692	392	751	770	172 772	177 140
MARRIOTT	3	5	1 135	1 730	521	523	109 915	110 970
RENAISSANCE HOTELS INT.	3	3	540	540	142	143	36 620	36 870
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>2 367</b>	<b>2 662</b>	<b>1 414</b>	<b>1 436</b>	<b>319 307</b>	<b>324 980</b>

<b>REZIDOR</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
PARK INN	7	7	814	814	73	80	13 288	14 660
RADISSON SAS HOTELS & RESORTS	10	12	2 061	2 875	158	172	35 364	39 183
REGENT	0	1	0	150	2	3	404	554
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>2 875</b>	<b>3 839</b>	<b>233</b>	<b>255</b>	<b>49 056</b>	<b>54 397</b>

<b>SOL MELIA HOTELES</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
MELIA HOTELS	2	4	147	247	105	101	24 356	23 046
TRYP HOTELS	4	3	262	188	95	90	13 682	13 018
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>409</b>	<b>435</b>	<b>200</b>	<b>191</b>	<b>38 038</b>	<b>36 064</b>

<b>STARWOOD</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
FOUR POINTS BY SHERATON	1	1	143	143	132	136	23 068	23 786
LE MERIDIEN	4	3	2 471	2 296	121	107	33 094	29 516
SHERATON HOTELS & RESORTS	1	1	252	252	404	408	136 567	137 920
THE LUXURY COLLECTION	1	1	168	168	67	72	12 018	12 916
(THE) WESTIN	2	1	630	440	159	167	62 030	65 360
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>3 664</b>	<b>3 299</b>	<b>883</b>	<b>890</b>	<b>266 777</b>	<b>269 498</b>

<b>WYNDHAM</b>	H France 2008	H France 2009	Ch France 2008	Ch France 2009	H Monde 2008	H Monde 2009	Ch Monde 2008	Ch Monde 2009
DAYS INN	2	1	192	80	1 878	1 900	155 192	156 880
RAMADA INTERNATIONAL	1	1	46	46	867	875	79 546	80 276
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>238</b>	<b>126</b>	<b>2 745</b>	<b>2 775</b>	<b>234 738</b>	<b>237 156</b>

**INFORMATIONS PAR CHAÎNES OU GROUPES PAR ORDRE ALPHABÉTIQUE**
**LES CHAÎNES INTÉGRÉES en 2008**
**ACCOR**

- **Novotel** lance une nouvelle gamme de produits d'accueil eco-certifiés. Ces produits proviennent tous de matières premières d'origines naturelles et sont conformes aux certifications **Ecolabel** et **Ecocert**.
- **Novotel** renforce son engagement en faveur du développement durable : c'est la norme **Green Globe**, qui est un programme international de certification environnementale pour le tourisme et le voyage responsable, qui doit certifier les unités Novotel du monde.
- Avec l'ouverture de son 800<sup>e</sup> hôtel qui a eu lieu en Chine, **Ibis** souhaite maintenir son objectif de 1.100 hôtels en 2010 dans le monde.
- Pour convaincre les futurs adhérents, **All Seasons** axe sa stratégie de recrutement sur 4 fondamentaux : Simplicité, Convivialité, Interactivité et Qualité. La chaîne cible également les familles avec des chambres familiales et des couchages dépliables.
- La chaîne **All Seasons** se dote de couettes et d'oreillers antistress : le tissu de ses couettes et oreillers contient du fil de carbone, un matériau de conduction dont les composants chimiques favorisent l'évacuation des charges électrostatiques en créant un pont entre le corps et l'environnement en séparant les ions positifs et négatifs...
- **All Seasons** table sur 35 hôtels d'ici fin 2008. À côté, elle motive les agents de voyages en leur proposant un road show, un éductour, un grand concours à la fin de l'année et leur propose 25 % de réduction pour des déplacements personnels ou professionnels sur réservation.
- Face à la crise, **Accor** a présenté sa nouvelle stratégie qui est marquée notamment par une révision à la baisse des investissements de développement et de rénovation, ainsi qu'un plan de réduction des coûts de 75 millions d'euros.
- Création d'une nouvelle carte de fidélité « A club ». Carte multi-marque (de **Ibis** à **Sofitel**). Elle permet de cumuler des points (de 1 à 2 par Euro dépensé). Au bout de 2.000 points un voucher de 40 € sera remis.
- Accor lance sa nouvelle collection d'hôtels haut de gamme « **MGallery** ». Il s'agit d'un label abrité par l'enseigne **Mercure**. Les hôtels seront à taille humaine. 8 établissements sont prévus pour fin 2008 et 40 d'ici 2010.
- La marque **City Appart Hôtel** qui est le fruit de la fusion entre **Accor** et **Pierre & Vacances** a pour ambition le développement de plus de 50 appart'hôtels d'ici 2012.

- **Ibis** compte poursuivre son engagement sur la qualité environnementale et veut s'y inscrire en adoptant la norme ISO 14001. 75 % des hôtels devraient être certifiés d'ici à fin 2010.
- **Colony Capital** et **Eurazeo** ont conclu un pacte d'une durée de 5 ans pour monter à hauteur de 30 % dans le capital d'Accor. Ils en détenaient 17,5 %.
- **Accor** se mobilise pour la reforestation de la planète. Ce projet est mené dans le cadre du programme des Nations Unies et doit permettre de financer la plantation de 3 millions d'arbres d'ici à fin 2012.
- **Suitehôtel** lance un concours en invitant les internautes à faire des photos d'eux en sortant du lit (après avoir organisé auparavant un concours avec des photos de personnes sautant sur un lit). Les photos sont postées sur mysuiteblog.com. A gagner : un Grand Week-end dans un Suitehôtel.

#### AKENA

- Après avoir vendu ses actifs en 2007 à **Dynamique Hôtels**, la société Promogest se relance sur le marché de l'hôtellerie et se concentre sur la marque **Akena City**. Son développement va désormais consister à intégrer de petits réseaux d'hôtels indépendants classés en 2 et 3 étoiles, tout en cherchant à construire des unités en propre, au rythme de 2 à 4 par an, déclare-t-on.

#### B & B Hotels

- En présentant leur carte famille nombreuse, les familles gagnent 5 % de réduction sur le prix affiché des chambres familiales dans tous les hôtels B & B de France.
- B & B Hotels s'est rapproché de Siebel-Oracle pour revoir son système de gestion de la relation client (CRM) sur des outils artisanaux à base de documents bureautiques Word, Excel et Outlook.

#### CHOICE HOTELS

- Les campagnes de communication grand public se sont succédées en 2008 avec, entre autre, une campagne dans 37 aéroports de France, une campagne dans le TGV magazine et dans le ADP magazine.
- 11 contrats de franchise ont été signés (toutes enseignes confondues) en France, annonce la chaîne.
- Choice Hotels a mis en place, sur son site international [www.choicehotels.com](http://www.choicehotels.com), une rubrique spécialement dédiée aux professionnels du voyage.
- Choice Hotels lance un jeu-concours pour accroître sa notoriété : sur son site Internet, le groupe a mis en ligne "Le quiz des hôtels Comfort, Quality et Clarion", avec 8 week-ends en Europe à gagner.
- **Choice Privileges** : le programme de fidélisation international de Choice Hotels, s'est installé en Europe. Il devrait se généraliser au niveau mondial et à l'ensemble des 5.500 hôtels du groupe d'ici 2010.

#### DYNAMIQUE HOTELS – HÔTELS BALLADINS

- Nouvelle centrale de réservation en partenariat avec ReservIT, nouveau site web et ouverture d'un nouvel hôtel filiale à Charleroi.
- Dynamique Hôtels vient de procéder à l'acquisition de son 100<sup>e</sup> hôtel avec le rachat du Balladins de Sarcelles (95). Le groupe compte désormais 204 établissements totalisant plus de 10.860 chambres.

**GOLDEN TULIP – TULIP INN – ROYAL TULIP**

- Un nouvel **hôtel Tulip Inn** a ouvert le 1<sup>er</sup> décembre près de l'**Ikea Concept Center** à Delft (Pays-Bas) ; l'intérieur est exclusivement équipé par **Ikea**. Golden Tulip Hospitality Group a lancé également pour la première fois son nouveau concept de restauration "**George & Co.**", au sein du nouvel hôtel à Delft. Ce concept propose une fusion de "cuisine internationale et saine". Basé sur la possibilité de commander toute la journée, le restaurant offre un éventail de plats pré-préparés, allant du petit-déjeuner et des déjeuners légers aux dîners et snacks.

- Golden Tulip Hospitality Group a signé le contrat de gestion de son second **Tulip Residences** dans le monde. La construction de ce resort à Saïdia, Maroc, est actuellement en cours et prévoit de se terminer en octobre 2009. Tulip Residences Saïdia comprend 234 villas spacieuses variant de 2 à 4 chambres pour héberger jusqu'à 1.000 clients.

**HILTON**

- Début 2009, Hilton ajoute à sa collection d'hôtels de prestige « **Waldorf Astoria** » le **Trianon Palace** de Versailles, qui devient ainsi le deuxième hôtel européen de la collection haut de gamme de Hilton. Le groupe en compte 7 dans le monde.

**HUSA HOTELES**

- Le Groupe de Husa a créé la marque **hotelandgo.com** pour correspondre aux attentes des nouvelles générations et de leurs formules de voyages. Cette chaîne d'hôtels a l'objectif à moyen terme de fédérer 20 établissements, tous situés dans les quartiers d'affaires, les entreprises et les secteurs de la logistique, à la périphérie des villes espagnoles et européennes.

**HYATT HOTELS & RESORTS**

- L'**hôtel Hyatt de Roissy** a créé **Saturne**, un nouvel espace privatif pour sa clientèle d'affaires. Quatre nouvelles salles de réunions de grand luxe pour les réunions VIP, directement accessibles depuis l'atrium et deux restaurants privés, le café Mirage et le salon Oxygène.

- Le groupe Hyatt, a implanté sa nouvelle marque d'hôtel : **Andaz** à Londres. Chez Andaz, tous les codes de l'hôtellerie traditionnelle ont été bousculés : le desk de réception n'existe plus, le lobby est devenu "lounge" ou "living-room", où l'on peut prendre un verre ou un snack. Les réservations sont prises par un "hôte d'accueil" muni d'un petit ordinateur portable. Très bientôt, la marque Andaz devrait ouvrir une nouvelle unité à Los Angeles sur Sunset Boulevard, une autre à New York dans Wall Street en juin 2009, et une dernière sur la 5<sup>e</sup> Avenue d'ici fin 2009.

- Le **Park Hyatt Paris Vendôme** va créer 10 nouvelles suites pour mars 2009. La capacité du palace passera alors à 55 suites, ce qui représentera 35 % de l'offre totale.

**INTERCONTINENTAL HOTELS**

- **IHG** introduit en Europe 2 nouvelles marques :

- **Staybridge Suites** : un concept proche de la résidence de tourisme, qui compte déjà 115 unités aux États-Unis. Le 1<sup>er</sup> Staybridge hors États-Unis a ouvert à Liverpool en juillet 2008.
- **Hotel Indigo** : enseigne de boutique hôtel et de design. Un 1<sup>er</sup> établissement de 68 chambres a ouvert en juillet 2008 à Paddington, à Londres.

- La marque **Crowne Plaza** vient d'ouvrir un nouvel établissement de 60 chambres avenue Marceau à Paris. Cet établissement disposera de 7 junior suites et de 2 suites.

- L'**hôtel Carlton Intercontinental de Cannes**, acheté récemment par la banque Morgan Stanley

et son fonds d'investissement, a décidé de reporter d'importants travaux de rénovation, remplacé par un « rapide nettoyage » et une fermeture de deux mois, au lieu des six précédemment convenus.

- **L'InterContinental Paris Le Grand Hôtel** « roule pour la planète » : c'est derrière ce slogan, qu'une partie des 650 employés de l'hôtel de luxe de la place de l'Opéra à Paris se sont rendus le 12 septembre 2008 au travail à vélo. Une initiative lancée par le comité du développement durable du palace, qui a la volonté de décrocher l'écolabel européen.

- **Holiday Inn et Holiday Inn Express** « changent de peau ». InterContinental Hotels Group a lancé son "*plan de renouvellement mondial*" dans près de 40 hôtels à travers le monde, avec au programme : *une nouvelle literie, une nouvelle douche, une signature olfactive, une identité sonore, etc.* Les 2 premiers établissements qui ouvriront en Europe se situent au Royaume-Uni : le Holiday Inn London Heathrow et le Holiday Inn Farnborough. Suivront les ouvertures en Allemagne, en Italie, en France, dans les Émirats Arabes Unis (Dubai), en Chine, en Thaïlande et en Australie.

### JJW HÔTELS

- Le fonds d'investissement **Starwood Capital** aurait reçu une offre de rachat du réseau **Concorde Hotels & Resorts** de la part du groupe **JJW**. Cette offre porte seulement sur une partie des 33 hôtels Concorde. En effet, Starwood Capital entend conserver le Crillon, ainsi que l'hôtel du Louvre à Paris. Trois ans après l'acquisition de la Société du Louvre, le fonds d'investissement prévoit aujourd'hui de se défaire de la plupart de ses établissements haut de gamme. Starwood Capital recentrerait ses activités sur l'hôtellerie économique (Kyriad, Campanile et Première Classe) tout en conservant une activité de luxe sous enseigne du Crillon.

- JJW Hôtels a annoncé un investissement de plus d'un milliard d'euros pour la réalisation de 2 tours à Levallois-Perret, en région parisienne. Elles comprendront, entre autres, un hôtel de luxe de 400 chambres (35.000 m<sup>2</sup>), incluant un restaurant gastronomique, une piscine et un spa, et un parking de 6 niveaux pouvant accueillir plus de 1.500 véhicules. Ouverture prévue pour fin 2012.

### LE MÉRIDIEN

- Culture, chic et expérience, les valeurs de Méridien en place pour 2009. Pour Méridien, si les valeurs fondamentales restent « chic, culture et découverte », c'est toute une stratégie marketing qui se décline autour d'un triptyque depuis l'accueil et l'arrivée, « *arrival experience* », le « *in-room* » (confort des chambres) et l'attention particulière accordée à la cuisine.

- **Le Méridien Nice** a achevé sa rénovation. L'hôtel entend ainsi prendre toute sa place dans l'hôtellerie de luxe de la Côte d'Azur. Huit mois de travaux et un investissement de 8,5 millions d'euros ont été nécessaires à la restructuration du Méridien Nice.

- **Le Méridien Hotels & Resorts** qui veut faire de la cuisine "un des points forts sa politique de différenciation", a signé un accord de partenariat mondial avec **L'Atelier des chefs** (12 ateliers) afin de proposer un programme de cours de cuisine flexible pour la clientèle individuelle et groupes, de loisirs ou d'affaires. Début des cours en 2009 au Méridien Dubai.

- Pour tous les hôtels Le Méridien dans le monde : un nouveau petit-déjeuner a été imaginé par le chef Jean-Georges Vongerichten, qui propose une réinterprétation des grands classiques du petit-déjeuner avec 6 plats de sa création et 8 boissons à base de fruits baptisées «Eye Openers» .

### GROUPE DU LOUVRE

- **Campanile** : Déploiement du nouveau concept « Nouvelle génération de Campanile » en France et en Europe. Mise en place d'une nouvelle literie, de nouvelles couettes, du nouveau linge de maison, de nouveaux produits d'accueil (Good Night et Good Day). Mise en place du nouveau logo et de la

nouvelle signature. Nouveaux marchés de développement de la chaîne : Maroc, Russie, Pays du Golf, Inde et Brésil (sous forme de franchises, mandats de gestion et filiales).

- **Concorde Hotels & Resorts** : Lancement du site Internet BtoB meetings.

- **Kyriad** : Refonte des "incontournables" de la marque Kyriad. Projets pour 2009 : mise en place des nouveaux standards 2010 sur tous les hôtels du réseau. Travail sur une nouvelle campagne de communication nationale.

- **Première Classe** : Validation d'un nouveau positionnement « premier prix sans compromis » (le prix au cœur du discours). Campagne de communication en été 2008 (presse + sponsoring TV). Projets pour 2009 : Nouvelle campagne de communication notoriété/image. Mise à jour des supports de communication sur les hôtels. Remodeling du produit.

- **Louvre Hôtels** vient de s'engager en faveur de l'emploi des jeunes. Il a signé la Convention du plan « **Espoir Banlieues** » du gouvernement visant à faciliter l'insertion professionnelle des jeunes issus des quartiers prioritaires de la politique de la ville. Cette signature s'inscrit dans la politique menée par Louvre Hôtels pour favoriser l'embauche de ces jeunes puisqu'en 2008, 15 % des recrutements figuraient dans cette population.

- Le groupe Accor aurait regardé de près le dossier de la cession de chacun des hôtels de luxe appartenant à Starwood Capital, situés dans Paris et provenant de l'ancien groupe Taittinger (le Lutétia, l'Ambassador...). Mais, faute de trouver un partenaire pour reprendre la partie foncière, ne serait-ce que pour un seul hôtel, Accor aurait jeté l'éponge.

- Louvre Hôtels a démarré, à l'automne, le relooking des établissements **Campanile** : changement de logo, nouvelles chambres (désignées par Patrick Jouin), nouveaux équipements en chambre (linge, matériel, produits d'accueil), nouvelle réception avec coin lounge, présence d'une salle de séminaire aménagée avec isolation acoustique et équipements modernes et nouveau restaurant (buffets revisités par Pierre Gagnaire).

- **Kyriad** lance une vaste opération de refonte de son produit pour 2009. L'enseigne a annoncé une remise à niveau de tous les hôtels à partir de normes produits plus exigeantes, mais aussi un nouveau cahier des charges de décoration et d'architecture pour les rénovations et les nouvelles constructions. L'objectif est de mettre en place ces nouvelles normes dès 2009.

- 4 ans après son ouverture, **l'hôtel Concorde Montparnasse** obtient sa 4<sup>e</sup> étoile. Inauguré en 2004 sous la marque Bleu Marine, l'hôtel a rejoint le groupe Concorde Hotels & Resorts en 2005.

- Le groupe Concorde Hotels & Resorts a lancé **2 nouveaux concepts de petits-déjeuners** : « Break'First », qui offre un buffet chaud composé de produits salés et sucrés à partir de 20 € et « Break'Fast », composé d'une boisson chaude, d'un jus de fruit ainsi que d'une viennoiserie, est proposée à partir de 12 €.

- Louvre Hôtels poursuit son développement à l'étranger. Près de 350 chambres supplémentaires rejoignent le réseau Campanile en Pologne et au Royaume-Uni. Le premier Campanile « Nouvelle Génération », le 10<sup>e</sup> hôtel du groupe en Pologne, a ouvert ses portes le 15 janvier à Lodz en Pologne. Par ailleurs, Louvre Hotels a acquis deux établissements au Royaume-Uni à Bradford et Swindon.

## MARRIOTT

- **Marriott** ouvrira 7 hôtels en 2009 en Inde, ajoutant ainsi 1.561 chambres dans ce pays au cours de cette année.

- Le groupe envisage d'ouvrir près de 1.000 chambres en France, sous l'enseigne **Courtyard** (hôtels d'affaires moyen de gamme). Ainsi, après l'ouverture du Courtyard de Boulogne, Marriott entend bien poursuivre son développement en franchise.
- Le groupe américain **Marriott** a investi de fortes sommes pour amplifier sa présence sur Internet et génère désormais 80 % de son activité directement par le biais de son site. Le site **marriott.com** est devenu la principale source de contacts clientèles, avec plus de 10 millions de visiteurs par mois. En 2007, les ventes sur marriott.com ont généré 5,2 milliards de dollars. Les réseaux de distribution (GDS) représentent encore 19 % du total des ventes et ceci bien que le portfolio Marriott ne représente que 7 % du marché hôtelier mondial.
- D'ici à 2011, le groupe Marriott ouvrira 18 nouveaux hôtels en Chine, portant ainsi son parc total à 59 établissements dans le pays et 10 nouveaux hôtels verront le jour en Thaïlande avant 2010, portant ainsi le parc à 17 hôtels dans le pays.
- En mai 2008, les 9 hôtels des enseignes Marriott, Renaissance et Courtyard en France ont lancé une opération produit-partage au profit de SOS Villages d'Enfants, association reconnue d'utilité publique qui permet à des frères et sœurs séparés de leurs parents pour des raisons familiales graves de grandir ensemble. Du 1er au 31 mai, restaurants ou bars de chacun des hôtels proposent à leurs clients une «Offre spéciale **SOS Villages d'Enfants**» et sur le montant de chacune de ces Offres Spéciales vendues, 1€ sera reversé à cette cause.
- **Emaar MGF**, l'une des plus importantes sociétés immobilières en Inde, a conclu un accord avec Marriott International, Inc. Le projet concerne la construction de 3 hôtels haut de gamme luxe sous l'enseigne JW Marriott, à New Delhi, Hyderabad et Kolkata et d'un hôtel moyenne gamme sous l'enseigne Courtyard à Amritsar.
- Le groupe Marriott International a pris des engagements en faveur du développement durable. Ainsi, il prévoit la réduction d'un million de tonnes de ses émissions de gaz à effets de serre, d'ici à 2010 ; un programme de remplacement de 4.500 enseignes extérieures par des technologies à fibres optiques. Dès la première année, une économie de 40 % aurait été réalisée sur la consommation d'énergie de ces enseignes ; la réduction de 15 % de la consommation d'eau, sur les cinq dernières années et un programme de recyclage des déchets sur 96 % des hôtels.

### OCÉANIA HÔTELS

- Rachat de l'hôtel de l'Univers (4 étoiles) à Tours.
- Ouverture de l'hôtel Escale Océania à Rennes (2 étoiles).
- Ré-ouverture après 8 mois de travaux de l'hôtel Océania à Saint-Malo, classé 4 étoiles depuis sa ré-ouverture.
- Projet 2009 : poursuite du développement du réseau et de la rénovation du parc hôtelier.

### GROUPE REZIDOR

- Park Inn a ouvert son 100<sup>e</sup> hôtel (en 5 ans seulement).
- En 2008, le groupe Rezidor s'étend sur 55 pays en Europe, Middle East et Afrique. Il est le groupe hôtelier le plus important en Russie.
- Les hôtels et resorts Radisson SAS changent de nom et sont rebaptisés **Radisson Blu**. Ce petit changement de nom marque la fin naturelle du lien entre Radisson et le Groupe SAS, suite à l'introduction en bourse de Rezidor en Novembre 2006. Le rajout du mot « Blu » permet de ne pas

perturber la clientèle habituée au carré bleu de SAS. Le changement de SAS vers Blu se fera progressivement jusqu'en 2010 pour les 200 hôtels en exploitation ou en cours de développement.

- Après une année 2008 qui s'est terminée dans le doute et une année 2009 qui démarre avec beaucoup d'incertitudes, le groupe Rezidor prévoit la suppression de 1.200 postes.

- Rezidor a des projets de développement partout en France avec l'inauguration, en décembre 2008, du Radisson Airport Toulouse, la construction d'un hôtel de 343 chambres à La Défense, qui ouvrira en 2011, de deux boutiques hôtels de 40 et 50 chambres à Paris en 2009, et des opportunités d'hôtels existants dans le 16<sup>e</sup> arrondissement et dans le quartier de la Tour Eiffel. L'Hôtel Concorde boulevard Haussmann est également devenu un Radisson Ambassador.

- Le Regent Grand Hotel Bordeaux (155 chambres dont 22 suites), groupe Rezidor, a ouvert ses portes dans sa totalité en juillet 2008, après une ouverture partielle en octobre 2007.

### STARWOOD HOTELS

- Pour la 2<sup>e</sup> année consécutive, Starwood collecte des fonds pour le **Téléthon**. Au programme, deux activités ouvertes au grand public : les kilomètres à vélo et une matinée bien-être.

- Le groupe Starwood Hotels & Resorts Paris lance un menu 100 % local. L'initiative est inspirée du mouvement "**locavore**", créé il y a 3 ans aux Etats-Unis. Ce mouvement s'est donné un principe de vie : ne manger que des produits puisés dans un périmètre de 100 miles, l'équivalent de 160 km.

- Starwood Hotels et Resorts poursuit son développement. Il a annoncé la prochaine ouverture de 10 nouveaux établissements en Afrique et dans l'Océan Indien, ainsi que la rénovation de 5 établissements majeurs pour le groupe.

- « En 2008, Sheraton ouvre un hôtel tous les 12 jours ». Sheraton Hotels & Resorts annonce 54 ouvertures d'hôtels et 20 000 nouvelles chambres d'ici 2009.

- La Caisse autonome nationale de la Sécurité sociale des Mines (CANSSM) vient de céder les murs du **Prince de Galles** à MH Limited Partnership, actuel locataire et propriétaire du fonds de commerce de l'hôtel. Le 4 étoiles luxe (141 chambres, 27 suites) continuera à être exploité par Starwood Hotels & Resorts. Un programme de rénovation est prévu.

- **Sheraton** a entamé une opération de transformation de ses hôtels axée sur l'optimisation des moyens de communication. Un nouveau programme phare de la marque, le **Link@Sheraton**, espace physique et virtuel a été créé en partenariat avec **Microsoft**. Les anciens lobbys, qui portent désormais le nom de « parks » sont métamorphosés en véritables espaces de vie énergiques et interactifs. Les « parks » accueillent les « Link@Sheraton », espaces composés de tables rondes, d'un coin lounge, équipé d'ordinateurs connectés, d'imprimantes, de journaux, de télévisions.

- Sheraton Hotels & Resorts lance un nouveau site web dédié exclusivement à ses 62 complexes hôteliers haut de gamme du monde entier : **sheratonresorts.com**.

- Sheraton Hotels & Resorts et **Flip Video Europe** s'associent pour proposer aux clients des hôtels Sheraton à Paris, Londres, Amsterdam, Stockholm et Edimbourg le Package Sheraton Flip Video : les clients reçoivent une caméra Flip Video Ultra gratuite de la taille d'une petite caméra digitale qui permet un enregistrement d'une heure. Le logiciel intégré, compatible pour PC et Mac, permet de télécharger ses vidéos souvenirs directement sur un ordinateur, via un port USB.

- Starwood Hotels & Resorts : près de 20 millions de dollars pour **l'Unicef**. Depuis 1995, les clients, en acceptant un supplément d'un dollar sur leur note, ont permis de récolter environ 20 millions de dollars pour l'organisation pour l'enfance. Le programme est maintenant en place dans 264 hôtels

Starwood à travers l'Europe, l'Afrique, le Moyen-Orient et l'Asie.

- Westin travaille sa notoriété en France. Dernière opération marketing en date, le sanctuaire Sudoku, du 26 mai au 1<sup>er</sup> juin 2008.

## INFORMATIONS PAR CHAÎNES OU GROUPES PAR ORDRE ALPHABÉTIQUE

### LES CHAÎNES VOLONTAIRES en 2008

#### ARCANTIS

- Après un dépôt de bilan faute d'acquéreur-investisseurs, Arcantis Hôtels est de retour grâce à la création de la société Hôtels de France en juillet 2008, filiale du groupe SGH, groupe spécialisé dans l'immobilier en général et les résidences hôtelières et l'hébergement social en particulier.

#### BEST WESTERN

- Développement de la chaîne au Maroc (notamment à Marrakech, Saïdia et Dakhla).
- Nouveau plan stratégique sur 10 ans avec deux objectifs clés : faire migrer la marque du segment inférieur vers le segment supérieur et devenir « *Leader sur Service Client* ».
- Best Western lance un nouveau concept : Best Western Premier baptisé « *more Soul* » : offrir un accès privilégié à l'Art de Vivre de chaque destination.
- Best Western veut un hôtel dans toutes les villes moyennes.

#### BRIT HOTEL

- Passage du seuil des 80 adhérents.
- Réflexion sur le développement durable : projet de labellisation « La Clef Verte ».
- Accompagnement de projets de constructions d'hôtels neufs (16 hôtels en 2008).

#### L'HÔTELLERIE FAMILIALE

- Accentuation de la réservation en ligne, sans aucune commission de retenue (ni sur les clients, ni sur les hôteliers).
- Projet 2009 : Nouveau site Internet (avec vente de coffrets cadeaux).
- La chaîne s'oriente vers la promotion du vin. Le guide contient désormais une rubrique intitulée « Grandes étapes des vignobles ».

#### CHÂTEAUX ET HÔTELS COLLECTION

- Nouveau système de réservation avec nouvelles fonctionnalités on-line.
- Développement du réseau en Italie et en Espagne.
- Développement d'un véritable interface pour les marchés BtoB et finalisation du projet CRM.

### CITÔTEL

- Citôtel : site Internet, réservations en ligne, développement à l'international et changement de statut. Le groupement vient de signer son 200<sup>e</sup> adhérent. Le réseau, constitué à 85 % d'hôtels de centre-ville (2 à 3 étoiles et 35 à 40 chambres en moyenne), compte étendre son développement à l'Europe (Belgique, Allemagne, Espagne).
- Changement de statut pour Citôtel : sur les conseils de Fédération du Commerce Associatif, Citotel devient une société coopérative, ce qui lui permettra de nommer un président salarié non hôtelier.

### ÉLYSÉES WEST HOTELS - HOTUSA

- Rachat de EWH par le groupe espagnol Hotusa Hoteles.
- Création de nouvelles marques : « Domus » (hôtels de charme) et « Style » (hôtels design et luxe).

### EXCLUSIVE HÔTELS

- Ouverture à l'international (Chine/Canada).
- Lancement d'un outil GDS plus puissant.

### HÔTELS ET PRÉFÉRENCE

- Acquisition du codes GDS (IW).
- Nouveau site Internet ([www.hotelspreference.com](http://www.hotelspreference.com)), avec un espace dédié à l'organisation de séminaires ([www.meetingpreference.com](http://www.meetingpreference.com)).
- Ouverture des bureaux UK et Pologne.
- Commercialisation du chèque-cadeau appelé le « Coffre Préférence Spa ». Durant les fêtes de fin d'année, Hôtels & Préférence a dépassé le million d'euros de chiffre d'affaires avec la seule vente de sa nouvelle formule de Coffret Préférence : Carte Cadeau Préférence et la Carte Invitation Préférence.
- Sortie du guide 2008-2009 d'Hôtels & Préférence. La chaîne annonce également 9 nouvelles unités golf et 10 spas pour répondre à l'accroissement de la demande de séjours thématiques.

### HÔTELS-CHALETS DE TRADITION

- Signature d'un partenariat avec le groupe Symboles de France.
- Ouverture sur l'Europe avec l'entrée de 3 hôtels italiens.
- Refonte du site Internet, recherche de nouveaux adhérents, développement sur la Suisse et l'Italie, sur les Pyrénées, les Vosges et le Massif central.

### INTER-HOTEL

- 80 % des hôtels de la chaîne Inter-Hôtel affichent le label Qualité Tourisme.
- Le nouveau Guide 2009 regroupe 271 hôtels.

- Campagne publicitaire sur Paris (affichage métro, périphérique, gares) et Autoroute FM.
- Succès annoncé de la nouvelle carte de fidélité « Carte Accent » avec plus de 30.000 inscrits.
- Création de nouvelles interfaces de distribution dans les hôtels de la chaîne (Booking, Venere, Via Michelin, Hotel.de).
- Refonte du site Internet de la chaîne et mise en place d'un nouveau système de réservation.
- Inter-Hotel lance deux nouvelles marques Qualys et P'tit déj-Hotel avec pour objectif de proposer à toutes les catégories de clientèles une offre allant de 1 à 4\*.
- Inter-Hotel crée Hotels services, libre-service dédié aux indépendants (non-adhérents). Dès 2009, ceux-ci pourront accéder à certains services que la chaîne propose habituellement à ses adhérents, comme bénéficier de la centrale d'achat de la chaîne ou encore l'accès à des modules de formation. Ces services seront regroupés au sein d'une structure Hotels Services, qui agira comme prestataire. Ainsi, avec l'aide d'un partenaire extérieur, la chaîne va pouvoir proposer ses propres modules de formation à des hôtels indépendants.

### LOGIS (DE FRANCE)

- Nouvelle identité (visuelle et nom de la marque) : depuis début 2008.
- Fin 2008 : naissance du label « Logis d'Exception ».
- Les Logis ont décidé de fournir dans le guide deux classifications bien distinctes : les cheminées pour l'hôtellerie et les cocottes pour la restauration. À l'issue d'un audit, chaque établissement affichera 1, 2, 3 ou 4 cocottes.
- Les Logis lancent la création d'un goûter Logis « Le 4 heures des Logis », auquel ils ont donné un nom, un logo et un support.

### RELAIS & CHATEAUX

- Nouveau système de réservation.
- 1<sup>ère</sup> campagne de presse internationale et refonte du guide international.
- Coffrets cadeaux Relais & Châteaux : 18 millions € de CA en 2008.
- Relais & Châteaux s'implique dans la recherche scientifique avec l'Institut Paul Bocuse. Projet unique, animé par une équipe d'experts multidisciplinaires, qui permettra de répondre aux questions que se posent les Grands Chefs Relais & Châteaux : Quels sont les mécanismes de mémorisation, par un client, d'une expérience gastronomique ? Comment peut-on transcender cette expérience client ? Comment les mots peuvent-ils accompagner et renforcer la qualité de la perception sensorielle en haute gastronomie ?
- Relais & Châteaux a signé un partenariat d'un an avec l'ICM afin de soutenir la recherche contre les maladies qui affectent le cerveau et la moelle épinière.
- Relais & Châteaux lance un nouveau guide : nouveau format (qui augmente de 20 %), nouveau style (signée Young & Rubicam - couleurs pastel et slogan "Partout dans le monde, unique au monde") et nouvelle mise en page (une maquette différente pour chaque hôtel).

- Relais & Châteaux a inauguré sa 3<sup>e</sup> Maison des Relais & Châteaux, en plein coeur de New-York, entre Madison et la 5<sup>e</sup> Avenue. La chaîne a également inauguré son bureau suisse en janvier et s'apprête à ouvrir les filiales de Bruxelles et de Singapour.

- En accueillant 7 nouveaux membres dont 3 en Inde et 1 à Singapour, Relais & Châteaux renforce son développement en l'Asie (23 établissements au total).

#### RELAIS DU SILENCE

- Les Relais du Silence ont fêté leur 40<sup>e</sup> anniversaire.

- Projets 2009 dévoilés : un nouveau positionnement marketing pour la chaîne, le renforcement de la charte qualité et l'évolution de la centrale de réservations (avec REservIT). Dès la rentrée 2009, les hôtels devront se soumettre à un audit qualité, réalisé par un organisme extérieur, reposant sur une grille de 490 critères. Les audits seront inclus dans la cotisation.

#### SYMBOLES DE FRANCE

- Changement de programme de fidélité.

- Projets 2009 : lancement du 10<sup>e</sup> guide Symboles de France, renforcement et diversification des modes de distribution commerciale, développement de la marque.

- Symboles de France dispose désormais de 5 sites spécifiques : symbolesdefrance.fr (tourné vers le particulier français), symbolesdefrance.com (traductions en 9 langues), symbolesdeurope.com (présentation des partenaires européens, guide-blanc-du-voyage.com (informer sur les propositions culturelles attenantes) et seminaire-en-chateau.fr (pour la recherche de lieux de séminaires, de réceptions, mais aussi de mariages).