Communiqué de presse

10 décembre 2007

Pullman, le nouveau réseau d'hôtels haut de gamme de Accor, ouvre 12 hôtels à travers le monde

12 hôtels en France, en Allemagne, en Belgique, en Thaïlande et en Chine

Pullman, le nouveau réseau d'établissements non standardisés haut de gamme de Accor, ouvre aujourd'hui **12 hôtels à travers le monde** : **en France, à Paris, Marseille et Toulouse** (Pullman Paris Rive Gauche, Pullman Paris Charles de Gaulle Airport, Pullman Paris La Défense, Pullman Versailles Château, Pullman Marseille Palm Beach, Pullman Marseille Provence, Pullman Toulouse Airport) ; **en Allemagne, à Cologne et à Dortmund** (Pullman Cologne, Pullman Dortmund) ; **en Belgique, à Bruxelles** (Pullman Brussels Airport) ; **en Thaïlande, à Bangkok** (Pullman Bangkok King Power) et **en Chine, à Dongguan** (Pullman Dongguan).

300 hôtels Pullman d'ici 2015 : un plan de développement international ambitieux

Dès 2008, le réseau Pullman regroupera 50 hôtels situés dans 23 pays d'Europe, d'Asie Pacifique, du Moyen-Orient et d'Amérique Latine. Ces établissements offriront alors une capacité de 13 000 chambres.

Le développement de Pullman se focalisera sur les destinations internationales d'affaires et de loisirs. 55 % du réseau Pullman sera présent dans les pays à forte croissance (Moyen-Orient et Afrique, Amérique du Sud, Asie, Europe de l'Est) et 45 % dans les pays matures d'Europe de l'Ouest, d'Amérique du Nord et du Pacifique.

A moyen et long terme, l'ambition de Accor est de développer un réseau mondial de 300 hôtels d'ici 2015 à raison de 25 nouveaux hôtels par an.

En associant une offre innovante et créative au prestige de la marque Pullman, Accor a l'ambition de s'imposer sur le marché international de l'hôtellerie haut de gamme.

Haut de gamme et voyageurs d'affaires : la synergie de deux secteurs à fort potentiel

La création du réseau Pullman répond à trois tendances lourdes du marché hôtelier:

- le poids important et toujours croissant de l'hôtellerie haut de gamme ;
- la montée en puissance des chaînes sur ce segment de marché, en raison de leur savoir-faire en termes de gestion, de commercialisation, d'achat ou encore de distribution ;
- la prédominance de la clientèle d'affaires sur ce marché.

Aujourd'hui le secteur haut de gamme correspond à plus de **40 % du marché hôtelier et représente 1 million de chambres pour 45 milliards d'euros de chiffre d'affaires** (hors Amérique du Nord). Il est le secteur hôtelier qui connaît la plus forte progression avec **une croissance annuelle de 5 %**.Par ailleurs, la clientèle d'affaires est une cible à haute valeur ajoutée pour l'hôtellerie. Si elle représente déjà **55 % du marché en nombre de nuitées, elle en génère 70 % des revenus**.

Convivialité – Sérénité – Connectivité : Pullman réinvente le voyage d'affaires

Situés au cœur de métropoles régionales et internationales et à proximité des grandes infrastructures aéroportuaires, les hôtels Pullman se distinguent par leur **approche novatrice de l'hôtellerie dédiée aux voyageurs et par une offre de services haut de gamme et créative**. L'ambition première de la nouvelle enseigne est de proposer **une offre réalisant l'équilibre entre convivialité, sérénité et connectivité** et destinée aux femmes et aux hommes qui voyagent pour des raisons professionnelles et dont les attentes ne sont pas totalement satisfaites par l'offre actuelle du marché.

- se définissant comme des lieux ouverts, de vie et de partage, les hôtels Pullman misent sur la **convivialité** et la **proximité**. La mise en valeur des espaces communs (lobby chaleureux, tables d'hôtes favorisant les échanges…) traduit cette volonté de faire d'**un séjour dans un Pullman un moment mémorable**,
- les hôtels Pullman sont également **des espaces de quiétude et de sérénité** pour une clientèle habituée à être sollicitée et sous pression. Qu'ils recherchent le repos **dans le confort et l'intimité de leurs chambres** ou bien **un moment de détente et de relaxation**, chaque client sait que Pullman est le cadre idéal pour satisfaire toutes ses attentes,
- **la communication** et **la connectivité** sont facilitées et accélérées grâce à des équipements de pointe (notamment avec un **partenariat avec Microsoft**). Mieux qu'un bureau, les clients Pullman ont à leur disposition **un véritable espace de travail** conçu **avec ergonomie et simplicité**. Pullman donne la garantie à ses hôtes d'être connectés en permanence avec leurs collaborateurs mais aussi avec leurs familles et leurs amis.

Le prestige d'une marque au service d'une offre audacieuse

Marque historique bénéficiant d'un **fort pouvoir évocateur**, Pullman porte en elle toute la légitimité pour répondre aux attentes d'une clientèle à la recherche d'un environnement sachant allier confort, plaisir et modernité.

Pullman évoque le nom de Georges Mortimer Pullman qui, en 1864, conçut les premiers Wagons-Lits. Ces « hôtels sur rails », d'une technologie inégalée au XIXe siècle, permettaient d'atteindre des destinations lointaines avec facilité et confort, tout en créant de véritables liens de sociabilité entre passagers.

La marque Pullman évoque avant tout l'**association du voyage et du plaisir, du déplacement et du confort**, en pleine cohérence avec la nouvelle offre hôtelière.

A l'instar d'autres grandes marques qui ont su évoluer et se renouveler, Accor donne **un nouveau souffle au nom Pullman** en s'appuyant sur les valeurs fondatrices et historiques de la marque pour mieux répondre aux exigences de nos contemporains, à commencer par les voyageurs d'affaires.

Avec Pullman, Accor complète son portefeuille de marques

En relançant Pullman, **Accor entend consolider ses positions sur le marché de l'hôtellerie haut de gamme en ciblant plus particulièrement les voyageurs d'affaires**. Le réseau Pullman **renforce ainsi la cohérence du portefeuille de marques du Groupe et la lisibilité de son offre**. En effet, tandis que Sofitel monte en gamme pour se positionner sur le très haut de gamme et le luxe, Pullman propose une offre de services inédite répondant aux critères d'excellence de l'hôtellerie haut de gamme.

* * * * * * * *

***Pullman, l'enseigne d'hôtellerie haut de gamme non standardisée de Accor**, a été conçue pour répondre aux besoins des femmes et des hommes d'affaires.*
*Situés dans les principales métropoles régionales et internationales, les hôtels Pullman proposent **une gamme étendue de services sur mesure**, **un accès à des technologies innovantes**, l'offre « Co-meeting », une **nouvelle approche dans l'organisation des réunions, séminaires, incentives haut de gamme**. Chez Pullman, les voyageurs d'affaires ont le choix d'être **autonomes** ou de **se laisser guider par des équipes**, disponibles 24 heures sur 24.*
*Dès 2009, le réseau Pullman comptera **59 hôtels dans 23 pays d'Europe, d'Asie, du Moyen-Orient et d'Amérique Latine** et, d'ici 2015, plus de 300 établissements à travers le monde.*

***Accor**, leader européen et groupe mondial dans l'hôtellerie, leader mondial dans les services aux entreprises et aux collectivités publiques, est présent dans près de 100 pays avec 170 000 collaborateurs. Il met au service de ses clients le savoir-faire acquis depuis plus de 40 ans dans ses deux grands métiers :*
*- **l'Hôtellerie**, avec les marques **Sofitel**, **Pullman, Novotel**, **Mercure**, **Suitehotel**, **Ibis, All Seasons, Etap Hotel**, **Formule 1** et **Motel 6,** représentant plus de 4000 hôtels et près de 500 000 chambres dans 90 pays, ainsi que ses activités complémentaires, avec notamment **Lenôtre**;*
*- **les Services** : 23 millions de personnes bénéficient dans près de 40 pays des prestations de **Accor Services** (ressources humaines, services marketing, gestion des frais professionnels).*

Contact presse Marque Pullman

Jérôme Aubé
Tél. +33 (0)1 61 61 75 07
jerome.aube@accor.com