

COMMUNIQUE DE PRESSE

SOFITEL RÉINVENTE L'ÉLÉGANCE À LA FRANÇAISE DANS L'HÔTELLERIE DE LUXE



SOFITEL LUXURY HOTELS RÉVÈLE SA STRATÉGIE POUR PROMOUVOIR LA MARQUE AU TOUT PREMIER RANG DU MARCHÉ DE L'HÔTELLERIE INTERNATIONALE DE LUXE

Sofitel Wanda Beijing, le 19 novembre 2007. Sofitel Luxury Hotels révèle son ambitieux plan stratégique pour positionner la marque au tout premier rang du marché de l'hôtellerie internationale de luxe. La marque a pour objectif de devenir une nouvelle référence mondiale de l'hôtellerie de luxe d'ici à 2010, et s'affirmer comme la première marque européenne d'hôtels de luxe internationale. Sofitel crée des hôtels et des resorts de luxe contemporains dans les plus hauts lieux d'affaires et de villégiature du monde, associant ses origines françaises au meilleur des traditions locales.

Sofitel Luxury Hotels enrichit son offre sur le segment de l'hôtellerie de luxe par la création de deux marques complémentaires : Sofitel Legend, une collection d'établissements de légende uniques, aux services exclusifs, destinés à des voyageurs en quête du luxe le plus raffiné, et So by Sofitel, une offre créative, tendance et stylée dédiée à une nouvelle génération de clients.

REDEFINITION DU PRODUIT ET REORGANISATION DU RESEAU

Sofitel a travaillé à la redéfinition de chaque élément de la marque notamment en mettant en place de nouvelles normes sur le service, sur la restauration, l'innovation et le design et sur la conception des spas. Cette démarche implique des investissements importants dans la formation du personnel et l'accroissement du niveau de service.

Yann Caillère, CEO Sofitel et Membre du Comité Exécutif de Accor, commente: « Nous réorganisons complètement le réseau Sofitel et engageons un vaste programme de rénovations pour repositionner chacun de nos hôtels. Nous avons par ailleurs lancé un ambitieux programme de développement pour renforcer notre présence en Amérique du Nord, en Europe, en Russie, en Afrique du Nord, au Moyen-Orient et en Asie. D'ici à 2010, nous aurons un réseau cohérent, composé de 139 hôtels d'affaires et de loisirs situés aux adresses les plus prestigieuses dans le monde, autour de trois offres distinctes et claires pour répondre aux besoins et aux attentes spécifiques de la clientèle de luxe. Nous avons un objectif global à moyen terme de 250 hôtels. »

Le Sofitel Wanda Beijing récemment ouvert, est le premier hôtel à incarner les nouvelles ambitions de la marque, avec un design contemporain, un restaurant Le Pré Lenôtre ainsi qu'un superbe spa et



une piscine. Le Sofitel El Gezira au Caire en Egypte et le Sofitel The Palace The Old Town à Dubaï, avec des emplacements d'exception comptent aussi parmi les dernières ouvertures.

Le rythme de ce programme de réorganisation s'intensifiera afin d'accélérer le repositionnement de la marque et de placer Sofitel sur la voie d'une croissance durable et rentabilité soutenue.



SOFITEL, UN POSITIONNEMENT UNIQUE DANS L'HOTELLERIE INTERNATIONALE

« La population aisée dans le monde continue de croître. En valeur, 55 % du marché hôtelier est situé dans le segment haut de gamme-luxe¹. Le luxe est de plus en plus lié à la notion d'expérience ; les consommateurs veulent vivre des sensations uniques, des moments inoubliables. Notre ambition est de leur procurer ces instants de plaisir en créant le subtil équilibre entre le sentiment d'être chez soi et celui d'être ailleurs.

Yann Caillière ajoute : « La France est renommée dans le monde pour sa position de leader dans le secteur du luxe et reconnue pour son art de recevoir. Cette expertise et ces traditions uniques font notre différence avec les autres acteurs internationaux. C'est ce qui nous permettra de positionner Sofitel au premier rang de l'hôtellerie de luxe. Nous souhaitons faire découvrir aux voyageurs cosmopolites et exigeants un niveau d'excellence encore plus élevé, à travers notre savoir-faire à la française. »

LES RELATIONS HUMAINES AU CŒUR DU LUXE SOFITEL

Les relations humaines sont au cœur de cette vision, c'est cet art de recevoir qui permet de tisser des liens intangibles et de créer des émotions entre Sofitel et ses clients. L'art de recevoir Sofitel se conjugue en sept dimensions : une atmosphère de bien-être et de sensorialité ; un service personnalisé ; une mise en scène à la française associée au meilleur des traditions locales ; les rituels de la gastronomie et de l'œnologie française ; des équipements technologiques réconciliant design et confort ; et des lieux où « Life is Magnifique ». Chaque hôtel Sofitel se caractérisera par une façade de style, un hall de réception magnifié, une décoration « à la française », des chambres et des espaces bien-être avec des spas uniques et des salles de réunions « source d'inspiration ».



Sofitel Palais Jamaï Fez Morocco

SOFITEL LEGEND : LE RAFFINEMENT EXTREME

Sofitel Legend sera constitué d'établissements prestigieux. Ces hôtels exclusifs, patrimoines uniques, sont les joyaux du réseau Sofitel. Les clients y bénéficieront d'un service de luxe dans la plus pure tradition des grands palaces, tel un majordome personnel, des restaurants de Haute Gastronomie dirigés par les meilleurs chefs, pâtisseries et sommeliers au monde. Les Sofitel Legend se caractérisent par la richesse de leur architecture, leur décoration d'intérieur, empreinte d'histoire locale et l'atmosphère unique de leurs restaurants, bars, spas et suites. Approximativement sept hôtels Sofitel deviendront des hôtels Sofitel Legend dans les deux années à venir : le Grand à Amsterdam, Pays-Bas ; le Palais Jamaï à Fes, Maroc ; le Winter Palace à Luxor, Egypte ; le Old Cataract à Aswan, Egypte ; le Santa Clara à Carthagène, Colombie ; le Hua Hin resort en Thaïlande et le Metropole à Hanoï, Vietnam, qui sera le premier hôtel à ouvrir ses portes sous l'enseigne Sofitel Legend mi-2008.

¹ Source: Advancy Consulting Group



SO BY SOFITEL : LE MARIAGE DU STYLE ET DE L'ÂME

So by Sofitel est une réinterprétation des hôtels boutique. La marque cherche à réconcilier design et plaisir à l'attention d'une clientèle très tendance. Chaque établissement sera de dimension mesurée (de 80 à 200 chambres), caractérisé par la « signature » de designers et d'artistes renommés. Le bar sera un élément clé du concept attaché à être un lieu de vie et d'atmosphère. Le premier So by Sofitel ouvrira ses portes en 2009 à Paris, remplaçant ainsi le Sofitel Arc de Triomphe, et sera suivi par So Berlin, l'actuel Sofitel Am Gendarmenmarkt. Chaque hôtel écrit le chapitre de cette nouvelle histoire - So Paris, So London, So Shanghai – avec un objectif total de 15 à 20 hôtels.

CREATION D'UNE ENTITE AUTONOME AU SEIN DU GROUPE ACCOR, UNE NOUVELLE EQUIPE DE MANAGEMENT ET RECRUTEMENT D'UN NOUVEAU DIRECTEUR GENERAL MONDE

Sofitel devient une entité autonome au sein du groupe Accor afin d'initier le changement et de garantir le succès du plan stratégique. Robert Gaymer-Jones, hôtelier chevronné a rejoint Sofitel en tant que Directeur Général pour diriger une équipe de management nouvellement formée.

« Afin de créer une véritable culture du luxe au sein du groupe Accor, j'ai souhaité que Sofitel devienne une entité autonome, qui puisse continuer de s'appuyer sur les ressources du Groupe pour assurer le développement de la marque. C'est dans cet esprit que je suis heureux d'accueillir Robert Gaymer-Jones » a commenté Gilles Pélisson, Administrateur et Directeur Général du Groupe Accor.

LE MARKETING ET LA COMMUNICATION POUR SOUTENIR LE REPOSITIONNEMENT DE LA MARQUE

Le marketing et la communication viendront soutenir fortement le repositionnement de la marque. La marque a déjà redéfini son identité visuelle, illustrant clairement sa vision selon laquelle les relations humaines sont au cœur du luxe. Sofitel a créé un symbole – le lien – qui connecte les univers, les pays et les hommes. Le logo incarne le nouveau Sofitel par sa typographie contemporaine, pure et simple. Une campagne publicitaire sera lancée durant le second trimestre 2008 autour de la nouvelle signature de la marque « Life is Magnifique ».

Le lancement de cette nouvelle identité visuelle a commencé par les établissements récemment ouverts et sera finalisée d'ici à 2008.





SOFITEL RÉINVENTE L'ÉLÉGANCE À LA FRANÇAISE DANS L'HÔTELLERIE DE LUXE

Sofitel crée des hôtels et des resorts de luxe uniques dans les destinations mondiales les plus prisées associant ses origines françaises au meilleur des cultures locales. Sofitel crée ainsi un lien privilégié entre ses professionnels du service, et sa clientèle cosmopolite en quête d'esthétique, de qualité et d'excellence. Sofitel réinvente l'élégance à la française, à travers des rituels associés à la gastronomie et au vin en passant par la literie, la décoration et les spas. Des hôtels, lieux de bien-être, de vie et de partage ; faisant de chaque séjour une expérience unique et inoubliable.

Le portefeuille de marques de Sofitel se segmente pour apporter des offres claires et adaptées aux attentes des différents clients de l'hôtellerie de luxe d'aujourd'hui.

Sofitel Legend : une collection d'établissements prestigieux. Ces hôtels exclusifs, patrimoines uniques, sont les joyaux du réseau Sofitel.

Sofitel : des hôtels et des resorts de luxe contemporains dans les plus hauts lieux d'affaires et de villégiature du monde, associant ses origines françaises au meilleur des traditions locales.

So by Sofitel : une réinterprétation des hôtels boutique pour réconcilier design et plaisir à l'attention d'une clientèle très tendance.

Découvrez le nouveau site Internet www.sofitel.com avec des nouvelles solutions de réservation.

CONTACTS PRESSE SOFITEL: AGENCE KETCHUM

CÉLINE PRENEZ - TEL +33 1 5332 5530 –
CELINE.PRENEZ@KETCHUM.FR

JESSICA. HENON - TEL + 33 1 5332 5339 –
JESSICA.HENON@KETCHUM.FR

INFORMATIONS ET RÉSERVATIONS : **WWW.SOFITEL.COM**

