

# VOYAGES D'AFFAIRES

N°156 MARS-AVRIL-MAI 2018

www.voyages-d-affaires.com

## PAYS-BAS

VERS UN SIÈCLE D'OR  
HIGH-TECH

### AÉRIEN

AVIATION D'AFFAIRES : GAIN  
DE TEMPS, GAIN D'ARGENT

### HÔTELLERIE

LE CACHET DES PETITS  
HÔTELS URBAINS

### TECHNOLOGIE

- LA RÉVOLUTION  
BLOCKCHAIN
- CHAMBRES CONNECTÉES

### MANAGEMENT

- VOYAGES D'AFFAIRES  
AU FÉMININ
- LOCATION AUTOMOBILE  
COURTE DURÉE

### BUSINESS ÉVASION

- INDE DU SUD
- MAROC

M 02568 - 156 - F: 15,00 € - RD



## EN BREF

**HOTEL INDIGO**, la marque lifestyle du groupe IHG, pose pour la première fois ses valises à La Haye, aux Pays-Bas. Au cœur de la capitale administrative du pays, l'Hotel Indigo The Hague Palace Noordeinde s'est installé dans les murs de l'ancienne banque centrale néerlandaise. Le boutique hôtel de 63 chambres joue sur le contraste passé-présent avec des portraits de la famille royale version pop art et des motifs rappelant l'ancienne monnaie du pays, le florin.

## LA UNBOUND COLLECTION

du groupe Hyatt s'enrichit de nouveaux membres en Europe. Courant 2018, le Great Scotland Yard, fruit de la métamorphose de l'ancien siège londonien de la police britannique, rejoindra ce club d'établissements à fort caractère, accompagné du Nish Palas, boutique hôtel de 45 chambres à Istanbul.



Début 2019, l'Hôtel du Louvre à Paris, actuellement en pleine transformation, en fera de même tout comme le célèbre Martinez de Cannes et le Parisi Udvar Hotel de Budapest, hébergé dans un édifice balançant entre les styles Art Déco et néo-gothique.

**SO/SOFITEL** a annoncé plusieurs ouvertures majeures pour 2018, à commencer par la reprise, déjà effective, d'un des plus beaux hôtels design de Berlin, Das Stue. En avril, la déclinaison trendy de Sofitel s'installera à Saint-Pétersbourg, dans les murs de l'ancien W conçu par le designer italien Antonio Citterio. En fin d'année, c'est dans un immeuble signé par Jean Nouvel que SO/Sofitel fera ses premiers pas à Vienne. Entre temps, l'enseigne sera également apparue à Auckland.

**IHG** ajoute une nouvelle marque de luxe à son portefeuille en prenant 51 % des parts de Regent Hotels. Ce groupe compte actuellement six hôtels, entre autres à Singapour, Pékin, Taipei et Berlin. IHG compte à terme ouvrir une quarantaine d'établissements Regent.

## DÉVELOPPEMENT

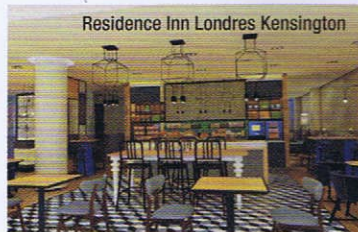
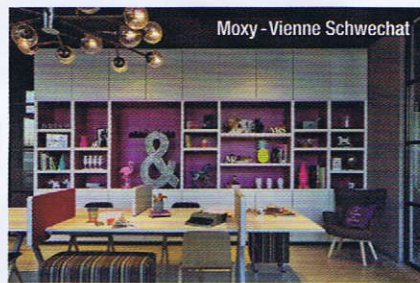
## Marriott : entre chic et lifestyle

Avec 35 nouveaux hôtels en Europe, l'année 2017 a été l'une des plus prolifiques pour le groupe Marriott. L'expansion de l'hôtelier américain, qui profite de l'absorption des marques de l'ex-groupe Starwood, ne devrait pas s'arrêter là avec 200 projets en cours dans la région. Quelques-uns devraient d'ailleurs aboutir en 2018, notamment un

AC Hotel by Marriott à Belfast, un nouvel établissement long séjour Residence Inn Kensington à Londres encore un luxueux et design Edition à Barcelone.

De son côté, la marque Autograph Collection enrichira son offre de neuf boutiques hôtels indépendants, entre autres à Rome, Athènes et Londres.

Pour sa part, l'enseigne lifestyle à prix doux Moxy Hotels part à la conquête des capitales européennes en s'implantant au cœur d'Amsterdam, Dublin, Lisbonne, Varsovie ou encore Tbilissi. Pour autant, Moxy n'en oublie pas son idylle originelle avec



les grands hubs européens. Après Vienne Schwechat, Francfort et Londres Heathrow en 2017, Édimbourg, Katowice, Milan Linate et Venise sont attendus

cette année, en plus d'un deuxième hôtel à l'aéroport de Francfort. Le hub de Paris CDG s'ajoutera à ceux-ci en 2019.

Si deux autres Moxy sont prévus à Lille et à Biot, près de Nice, l'actualité française du groupe Marriott sera surtout marquée par l'ouverture, en mai prochain, de l'Hôtel de Berri, à deux pas des Champs-Élysées. Un nouveau membre de la très chic Luxury Collection. —

## 3 QUESTIONS À

## LINDSEY UEBERROTH, PDG DE PREFERRED HOTELS &amp; RESORTS

**Preferred Hotels fête ses 50 ans cette année. Comment expliquez-vous cette longévité ?**

Nous nous concentrons sur la scène des hôtels indépendants de luxe, à la différence des



grandes chaînes. Nous sommes donc devenus experts dans l'identification de ce qu'est un hôtel vraiment exceptionnel, au service souvent familial et très personnalisé. Le voyageur a maintenant accès à une foule d'informations à travers les réseaux sociaux, les forums... De ce fait, il peut plus facilement trouver des hôtels, plus "intéressants" dirais-je, plus en prise directe avec la vie locale.

Si vous êtes souvent éloigné de chez vous, vous voulez être traité comme si vous étiez à la maison.

**Comment voyez-vous la concurrence des grands groupes hôteliers avec leurs marques "lights" ?**

En s'inscrivant dans ce mouvement, les grands groupes valident, d'une certaine manière, ce que nous faisons depuis 50 ans et qui est tout à fait dans la tendance des souhaits des voyageurs. D'ailleurs, je constate que les propriétaires et gestionnaires d'hôtels sont plus nombreux à vouloir rester indépendants que par le passé. Alors oui, la compétition est plus intense, mais nos collections ont connu une croissance de 10 % ces dernières années ; notamment en accueillant des établis-

sements faisant anciennement partie de grands groupes.

**Votre repositionnement porte-t-il ses fruits ?**

Cela a été un succès, les hôteliers sont contents, et tout est plus clair pour les voyageurs. La multiplication des enseignes est source de confusion pour le voyageur. Essayez donc de citer toutes les marques au sein du groupe Marriott... C'est impossible. Aujourd'hui, nous avons une "master brand", Preferred Hotels & Resorts, qui a un très long héritage et cinq collections qui correspondent à plusieurs approches du luxe : lifestyle, casual, classique, high tech ou longs séjours. Le voyageur peut ainsi trouver une réponse selon la façon d'envisager son déplacement.