



# Horizons 100% hôtelier





## - bienvenue -

Voici la nouvelle édition d'Horizons, la brochure de présentation de Accor. Avec elle, nous vous invitons à un court voyage dans l'univers de Accor et de ses marques. Une occasion de faire plus ample connaissance. Mais aussi, nous l'espérons, de vous faire partager, au fil des pages, la passion qui nous lie aux métiers de l'hôtellerie, notre goût d'entreprendre et la force de nos engagements.

Bonne lecture.





*Chaque jour, conquérir le cœur de nos clients.*

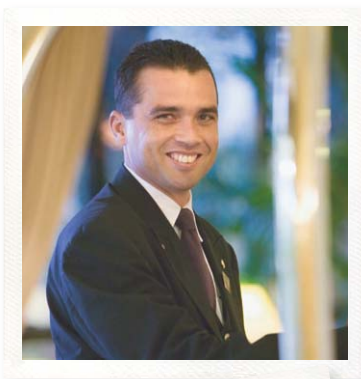
**- chapitre 1 -**

# Accor : toute la différence

Depuis près de 45 ans, Accor et ses 145 000 collaborateurs multiplient les initiatives pour offrir à travers le monde des solutions d'hébergement qui répondent à tous les besoins et à toutes les envies. Chaque jour, nous accueillons des milliers de clients de toutes les origines dans nos 4 229 hôtels avec des marques qui couvrent tous les marchés, du très économique au luxe. Les clés de notre succès ? Une passion du métier d'hôtelier, la maîtrise d'une palette d'expertises hôtelières et le partage de valeurs qui font notre richesse. Ces valeurs, nous leur donnons vie chaque jour pour conquérir le sourire de nos clients et de nos partenaires. C'est ce qui fait toute notre différence.

## — Être l'employeur le plus attractif de l'hôtellerie au monde

Premier employeur hôtelier au monde, Accor emploie et forme des milliers de femmes et d'hommes aux métiers de l'hôtellerie. Au service quotidien de nos clients, nos collaborateurs sont notre capital le plus précieux. C'est pourquoi, nous attachons la plus grande importance à leur diversité, à leur bien-être et à l'enrichissement permanent de leurs compétences. Objectif : faire de Accor l'employeur hôtelier le plus attractif, le plus apprécié et le plus performant. Ce triple défi, nous le relevons jour après jour.



### Être une entreprise où il fait bon vivre

Partout dans le monde, Accor est une « école de vie » unique pour s'initier aux métiers de l'hôtellerie. Nous le sommes en donnant à chacun les moyens de progresser et l'opportunité d'exercer des responsabilités quels que soient son niveau de formation et son origine. Forts de nos valeurs, nous veillons à ce que chacun s'épanouisse dans sa vie professionnelle. Car, du bien-être de nos collaborateurs dépend en grande partie leur fidélité à l'entreprise et la satisfaction de nos clients.

### Des compétences pour la vie

Rejoindre Accor, c'est aussi intégrer la première école hôtelière au monde. Avec notre réseau de 17 Académies Accor implantées sur les cinq continents, nous sommes la référence de l'hôtellerie en matière de formation professionnelle. C'est un honneur mais aussi une responsabilité. Chaque jour, nous mettons tout en œuvre pour que tous nos collaborateurs enrichissent leurs compétences et acquièrent de nouveaux savoir-faire. Résultats : ils sont plus performants, mieux armés pour évoluer professionnellement et plus attractifs sur le marché du travail. Pour cela, nous créons, par exemple, des filières métiers réputées, à l'image du « Revenue Management Pass » et du « Sales & Distribution Pass », véritables passeports de compétences. Nous encourageons également l'ouverture de nos collaborateurs, en favorisant leur mobilité professionnelle et géographique.



A photograph of two chefs in a kitchen. The chef on the left is a Black man wearing a white chef's hat and a white chef's jacket, smiling broadly. The chef on the right is a white man wearing a white chef's hat and a white chef's jacket, laughing with his eyes closed. They are standing behind a counter with various food items, including what looks like a skewer of meat and vegetables. The background shows kitchen equipment like a range hood and stainless steel surfaces.

**100** métiers différents

**17** Académies Accor dans le monde

**150** formations par an

### La diversité, la clé de notre performance

Chez Accor, la diversité est innée parce que nos clients et nos collaborateurs représentent le monde entier. L'encourager, c'est avant tout reconnaître et préférer la compétence au-delà des différences liées aux origines, au genre, à un handicap ou encore à l'âge. C'est pourquoi, nous considérons la diversité comme une chance et un facteur de performance. À condition d'en faire bien plus qu'un leitmotiv : une réalité. Pour l'ancrer à tous les niveaux, dans tous les pays et combattre les préjugés, Accor a lancé, en 2010, la Charte internationale de la diversité Groupe. Elle nous engage dans la lutte contre toutes formes de discrimination par la mise en place de diagnostics, de formations et d'actions de sensibilisation.

## — Vous accueillir partout dans le monde

1<sup>er</sup> opérateur hôtelier au monde et leader incontesté en Europe, Accor compte 4 229 hôtels et 507 306 chambres. Dans un monde qui change à grande vitesse, nous accélérons notre développement en nouant des partenariats de qualité. Nous le faisons en tenant compte de la fragilité de la Terre et des attentes des collectivités et communautés qui nous accueillent.

### AMÉRIQUE DU NORD

**22% du parc hôtelier**  
**1 107 hôtels – 112 644 chambres**

9 Sofitel, 8 Novotel,  
1 028 Motel 6, 62 Studio 6

### AMÉRIQUE LATINE ET CARAÏBES

**6% du parc hôtelier**  
**187 hôtels – 28 634 chambres**

9 Sofitel, 4 MGallery, 1 Pullman,  
19 Novotel, 70 Mercure, 72 ibis,  
11 Formule 1, 1 Coralia





## FRANCE

**25% du parc hôtelier**

**1424 hôtels – 129041 chambres**

12 Sofitel, 8 MGallery, 13 Pullman,  
121 Novotel, 19 Suite Novotel,  
233 Mercure, 378 ibis, 62 all seasons,  
298 Etap Hotel, 252 hotelF1, 26 Adagio,  
2 sans marque

## EUROPE (HORS FRANCE)

**25% du parc hôtelier**

**934 hôtels – 128707 chambres**

21 Sofitel, 11 MGallery, 12 Pullman,  
140 Novotel, 7 Suite Novotel, 234 Mercure,  
322 ibis, 14 all seasons, 123 Etap Hotel,  
28 Formule 1, 6 Adagio, 16 sans marque

## ASIE-PACIFIQUE

**17% du parc hôtelier**

**430 hôtels – 83643 chambres**

43 Sofitel, 8 MGallery, 18 Pullman,  
85 Novotel, 107 Mercure, 92 ibis,  
39 all seasons, 24 Formule 1,  
14 sans marque

## AFRIQUE ET MOYEN-ORIENT

**5% du parc hôtelier**

**147 hôtels – 24637 chambres**

22 Sofitel, 2 MGallery, 5 Pullman, 22 Novotel,  
2 Suite Novotel, 30 Mercure, 36 ibis,  
24 Formule 1, 3 Coralia, 1 sans marque



*Ibis São José dos Campos Colinas,  
50<sup>e</sup> hôtel de la marque au Brésil*

» Ils ont ouvert en 2010...



*Pullman Dubai Mall of Emirates,  
à deux pas d'un des plus grands  
centres commerciaux du pays.*



*Adofitel So Mauritius,  
une oasis design en plein cœur  
de l'île Maurice.*



Autriche\_Etap Hotel Wien Messe, Vienne



Allemagne\_all seasons Berlin Mitte



Allemagne\_Novotel Munchen Airport, Munich



Chine\_Mercure Pékin Downtown

214  
nouveaux hôtels  
en 2010

## ► Une stratégie de croissance rapide et maîtrisée

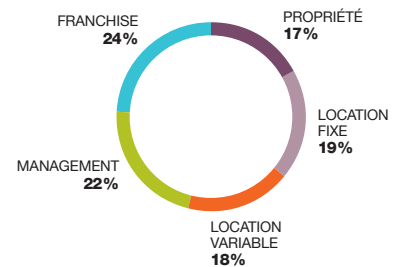
### Une dynamique de développement ambitieuse

Leader incontesté en Europe, Accor ambitionne d'être un des plus grands champions mondiaux de l'hôtellerie et la locomotive du secteur. D'ici à 2015, nous accélérons notre dynamique de croissance pour être l'un des trois leaders mondiaux de l'hôtellerie, conforter notre rang de 1<sup>er</sup> opérateur hôtelier mondial et renforcer notre position de n° 1 de la franchise en Europe. Nous le ferons en accentuant notre présence dans les places stratégiques au sein des pays matures et en prenant des positions de leader dans les pays émergents.

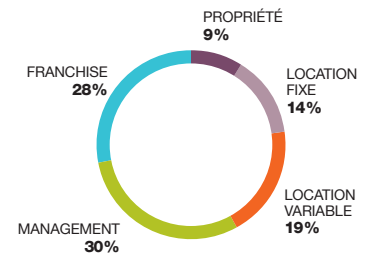
### Un modèle économique unique

Le modèle économique de Accor est une exception dans l'hôtellerie. Nommé « Asset Right », il se caractérise par un mode de détention mixte de nos hôtels – en filiale, en gestion et en franchise – qui s'adapte aux différents segments de marché et à la localisation de chaque hôtel. Ses atouts ? Il nous permet d'amortir les cycles économiques et de nous focaliser sur l'enrichissement de nos savoir-faire en ingénierie hôtelière dont bénéficient l'ensemble de nos partenaires. D'ici à 2015, notre priorité sera de nous développer à 80% en franchise et en contrat de management tout en confortant notre place de premier opérateur hôtelier au monde.

Ouverture de  
**plus de 35 000**  
chambres par an d'ici à 2015



Répartition des modes de gestion du parc hôtelier en 2010  
(en % du nombre de chambres)



Objectif de répartition des modes de gestion du parc hôtelier en 2015  
(en % du nombre de chambres)

## — Des expertises qui font toute la différence

Depuis près de 45 ans, Accor a développé une palette d'expertises hôtelières reconnue sur notre marché. Accor est, en effet, le seul groupe de son secteur à maîtriser toute la chaîne de valeur du métier d'hôtelier, depuis la construction et la gestion d'un bien immobilier jusqu'à la fidélisation des clients. Nos savoir-faire sont un gage de satisfaction pour nos clients et de performance pour nos hôtels et ceux de nos partenaires.

### » Marketing

#### Vitalité et attractivité de nos marques



Grâce à la richesse et à la qualité de son portefeuille de marques, Accor répond à tous les besoins de ses clients et de ses partenaires avec des enseignes présentes sur tous les segments de marché, du très économique au luxe. Parce qu'elles innovent en permanence, nos marques anticipent l'évolution des tendances de consommation et répondent aux nouveaux besoins. En revisitant leur design et en créant de nouvelles offres et de nouveaux services, elles donnent la possibilité à nos clients de vivre des expériences inédites. Pour conforter leur attractivité, nous concevons des campagnes et des dispositifs média et hors média qui les propulsent sur le devant de la scène, nous nouons des partenariats à forte valeur ajoutée et proposons à nos clients d'adhérer à notre puissant programme de fidélisation A|Club.

### » Distribution

#### Puissance, agilité et dynamisme de notre réseau



En 2010, TARS (the Travel Accor Reservation System), le système de réservation central de Accor, a généré 43% du revenu hôtelier du Groupe. Comment? En connectant les hôtels à tous les canaux de distribution, qu'ils soient sur le Web, par téléphone via nos six centres d'appels, ou grâce à notre réseau de partenaires et de distributeurs dans le monde. Fruits de nos investissements dans les nouvelles technologies, à l'image de l'application iPhone du site accorhotels.com, les ventes en ligne représentent déjà plus de 23% du total de nos revenus hôteliers en 2010. Cette capacité à conjuguer puissance et agilité en matière de distribution, nous la devons également à nos équipes de vente réparties dans 34 bureaux à l'international et qui pilotent plus de 500 comptes stratégiques.



**A|CLUB**  
PRIORITY DESK



**CLUB PRIORITY DESK**

Plus de **32** millions de nuitées  
générées par le système de  
réservation central en 2010

**183** millions d'internautes  
sur les sites Accor en 2010

### **A|Club : plus de 6 millions de membres !**

Gratuit, international et multimarque, le programme de fidélité de Accor, A|Club, a été lancé en septembre 2008. Depuis, il n'en finit pas de séduire de nouveaux membres et de s'enrichir de partenaires et d'avantages pour tous. Levier de fidélisation, il octroie bien plus que des points à ses membres. En multipliant les gestes d'attention depuis la réservation jusqu'à l'après-séjour, il offre une reconnaissance qui rend chaque client unique. A|Club, c'est aussi une formidable opportunité pour mieux connaître nos clients et tisser des liens plus étroits. Pour eux, nous concevons des services et des produits plus personnalisés, plus adaptés à leurs besoins, et toujours plus innovants.



Maroc\_ibis Moussafir, Marrakech



Allemagne\_Novotel Karlsruhe Kongress

## ► Formation

### Bienvenue au sein de la première école hôtelière au monde

En tant que 1<sup>er</sup> opérateur hôtelier mondial, Accor accompagne et forme des milliers de collaborateurs dans les 90 pays où il est présent. Nous le faisons à travers nos 17 Académies Accor qui font notre réputation dans le secteur. Dispensées au sein de ces dernières, en e-learning ou dans les hôtels, les formations participent à la création de vrais parcours métiers destinés à nous doter de spécialistes et de grands professionnels dans leur domaine. Pour nos collaborateurs, c'est une chance unique de grandir plus vite. Plus fidèles, ils sont également plus performants. Pour Accor, pour nos partenaires et pour tous les clients.



## ► Achats

### Une expertise stratégique au cœur de l'activité

Rénovation, construction, mobilier, produits alimentaires, nettoyage, linge et blanchisserie, audiovisuel, télécommunications... les 200 acheteurs experts identifient, évaluent et négocient les produits et services les plus innovants et compétitifs pour opérer un hôtel, dans le respect des standards de chaque marque et de la réglementation.

Le référencement de ces multiples produits et services, regroupés dans une centaine de familles d'achat, se fait selon des critères ciblés : qualité, sécurité, fiabilité, service après-vente, et développement durable.

La mise en commun des expertises des acheteurs basés localement dans plus de 20 pays, des processus et des outils professionnels permettent de proposer des solutions globales et/ou locales au meilleur TCO (Total Cost of Ownership)<sup>(1)</sup>.

(1) Total Cost of Ownership = coût global incluant le prix d'acquisition, le coût de la maintenance, du rebut...



## ► Gestion et finance

### De l'expérience, de la technique et de la maîtrise

Expertises, échanges de bonnes pratiques, maîtrise d'outils et de process sophistiqués... Accor a développé, en tant que gestionnaire de près de 400 000 chambres, soit 80% des chambres que compte le Groupe, une solide compétence en gestion hôtelière. C'est vrai au niveau de notre excellence opérationnelle dans l'exploitation quotidienne des hôtels, de notre capacité à accroître notre chiffre d'affaires en généralisant la pratique du revenue management ou encore de notre compétence à analyser en temps réel l'activité de chaque hôtel.



## » Conception, construction, rénovation et maintenance

### Innover, anticiper, orchestrer

Depuis près de 45 ans, Accor conçoit, construit, équipe et entretient des milliers d'hôtels dans le monde. Nos professionnels – experts techniques, directeurs de la construction, équipementiers et designers – dessinent, construisent et aménagent les espaces privés et publics, orchestrent les travaux et équipent les hôtels en optimisant les dépenses d'exploitation dans le respect des réglementations toujours plus draconiennes. Nous le faisons en intégrant les dernières tendances en termes de matériaux, d'aménagement et de modularité d'espace, de confort, de technologies ou d'économies. Résultat : nos hôtels sont gérés de manière plus économe, ils sont plus fonctionnels, plus agréables à vivre pour nos clients et plus respectueux de l'environnement.



## » Développement

### Plus qu'un expert, un partenaire

D'ici à 2015, Accor entend intégrer le club des trois leaders de l'hôtellerie mondiale. Grâce à la richesse de son portefeuille de marques et à l'expertise de son équipe de développeurs, le Groupe est à l'affût de toutes les opportunités de développement dans le monde et, en particulier, dans les pays émergents où les potentiels de croissance sont immenses. Accor, premier opérateur d'hôtels dans le monde, gère ses propres hôtels et met ses services au profit de partenaires investisseurs au travers de contrats de franchise ou de gestion. La proximité de nos équipes conjuguée à leur connaissance des marchés locaux nous permet d'accompagner nos partenaires, où qu'ils soient, dans leur projet hôtelier et d'optimiser, avec eux, leur chiffre d'affaires et leur résultat d'exploitation.



# La Fondation Accor

En 2010, la Fondation Accor a fêté ses deux ans. Plus de 3000 collaborateurs se sont engagés et 75 projets ont été soutenus sur les 5 continents.

« Tisser des liens entre les cultures en accompagnant le développement des personnes et leur intégration dans la communauté », telle est l'ambition de la Fondation Accor, autour de ses 3 axes d'intervention :

- ◆ le savoir-faire local;
- ◆ la formation et l'insertion des jeunes en difficulté;
- ◆ l'humanitaire et l'urgence.



Maroc - ONG Solidarité Féminine - Formation de jeunes mères célibataires défavorisées aux savoir-faire traditionnels marocains : restauration « familiale » bien-être et beauté.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur :  
[fondation-accor.com](http://fondation-accor.com)

FONDATION  
**ACCOR**  
Tisser des liens

## — Grandir dans le respect des hommes et de la planète

Dans le respect de ses valeurs et de ses principes éthiques, Accor s'engage à exercer son métier en contribuant au bien-être des populations et en préservant les ressources de la planète. C'est toute la vocation du programme « Earth Guest ». Articulé autour de huit priorités sociétales et environnementales, il constitue le fil rouge de notre engagement et le cadre de toutes nos actions. Notre leadership en matière de développement durable agit comme un cercle vertueux qui bénéficie à tous : aux collaborateurs, aux clients, aux partenaires, aux communautés locales, à l'environnement... ainsi qu'à la bonne marche de nos activités. Le développement durable est, pour Accor, un facteur de performance et de compétitivité.

### Deux récompenses internationales en 2010

En mai 2010, le World Travel & Tourism Council (WTTC) a remis à Accor le « Tourism for Tomorrow Awards 2010 » dans la catégorie « Global Tourism Business ». Cette récompense prestigieuse couronne l'ensemble de nos actions en faveur d'un développement touristique durable. En novembre 2010, Accor a aussi été distingué par le magazine de référence internationale dans l'industrie du tourisme *Travel + Leisure*, pour sa politique de lutte contre le tourisme sexuel.

### Une reconnaissance des indices boursiers éthiques

Dans son secteur d'activité, Accor est le seul groupe présent dans les quatre indices boursiers éthiques internationaux de référence : Dow Jones Sustainability Indexes, ASPI Eurozone, FTSE4Good et Ethibel Sustainability Indexes.

### « Plant for the Planet » : déjà 1 million d'arbres financés et 1 000 hôtels engagés en 2010

En 2009, le Groupe a lancé « Plant for the Planet », une initiative innovante : les hôtels Accor encouragent les clients à réutiliser leurs serviettes de bain plus d'une nuit ; grâce aux économies de blanchisserie ainsi réalisées, ils financent 7 projets de reforestation dans le monde. Cette initiative est menée en partenariat avec le Programme des Nations unies pour l'environnement, dans le cadre de sa « Campagne pour un milliard d'arbres ».

Objectif : financer d'ici à fin 2012, la plantation de 3 millions d'arbres grâce aux 4 229 hôtels du Groupe.

## » Les 8 priorités du programme Earth Guest



### Chantier EGO : cultiver le bien-être des populations

#### 1. Contribuer au

##### développement local

- Des emplois locaux sont privilégiés (**1 % d'expatriés** chez Accor).
- **21 pays** servent des produits issus du commerce équitable dans les hôtels Accor.

#### 2. Protéger les enfants

- **10 000 collaborateurs** formés tous les ans à la lutte contre le tourisme sexuel impliquant les enfants.

#### 3. Lutter contre les épidémies

- **32 pays** engagés dans la lutte contre le VIH/sida auprès des collaborateurs.

#### 4. Favoriser

##### une alimentation équilibrée

- **35 pays** proposent une option équilibrée dans les menus enfants chez Novotel.



### Chantier ECO : préserver les ressources de la planète

- **90%** des hôtels mettent en œuvre les actions de la charte Environnement de l'hôtelier Accor (dont 100 % des hôtels filiales et 73 % des franchisés).

#### 5. Maîtriser

##### les consommations d'énergie

- – **5,5%** de consommation par chambre disponible dans les hôtels filiales entre 2006 et 2010.

#### 6. Économiser l'eau

- – **12%** de consommation d'eau par chambre louée dans les hôtels filiales entre 2006 et 2010.

#### 7. Produire moins de déchets

- **88%** des hôtels filiales traitent les piles et les tubes/ampoules fluocompacts.

#### 8. Protéger la biodiversité

- **1 100 hôtels** proposent des produits issus de l'agriculture biologique, dont près de **300 hôtels** franchisés.



EARTH  
GUEST

« La terre nous accueille,  
nous accueillons le monde »



*Les hôtels, des lieux de vie.*

**- chapitre 2 -**

# **La vie des marques**

Innovantes, dynamiques et sources d'émotions, nos marques forment un portefeuille complet, du très économique au luxe. Complémentaires, elles répondent à tous les besoins, à tous les budgets, à toutes les envies et satisfont toutes les exigences. Bien identifiées et clairement positionnées, elles poursuivent un objectif commun : créer un lien durable et émotionnel avec chacun de nos clients en leur permettant de vivre des expériences uniques.

# — Un portefeuille de marques unique au monde

Accor est le seul groupe hôtelier présent sur les cinq segments de marché, avec des marques attractives et complémentaires : Sofitel sur le segment du luxe ; Pullman et MGallery sur celui du haut de gamme ; Novotel, Suite Novotel et Mercure pour le milieu de gamme ; ibis et all seasons sur l'économique ; Etap Hotel, hotelF1, et Motel 6 sur le segment très économique. Et cela, en proposant des solutions d'hébergement avec des chaînes standardisées ou non standardisées et des offres d'hébergement longs séjours.

	Standardisées	Non standardisées	Longs séjours	Expertises associées
Luxe		SOFITEL LUXURY HOTELS		LE NÔTRE PARIS
Haut de gamme		pullman HOTELS AND RESORTS	MGallery	Grand Mercure Apartments
Milieu de gamme	NOVOTEL NOVOTEL	Mercure	adagio	Thalassa SÉJOURS SPA
Économique	ibis HOTEL	all seasons HOTEL		
Très économique	Etap HOTEL EN EUROPE	6 AU CANADA	studio 6 AUX ÉTATS-UNIS	
	HOTEL FORMULE 1 HORS EUROPE	hotelF1 EN FRANCE		



Pays-Bas\_Sofitel Legend  
The Grand Amsterdam



Chine\_Sofitel Sunrich Guangzhou



Australie\_Sofitel Sydney Wentworth

**121** hôtels,  
**29 987** chambres  
dans **38** pays.



*9H - Petit déjeuner avec vue imprenable  
sur les toits de Vienne, depuis  
le restaurant LE LOFT.*

## Sofitel

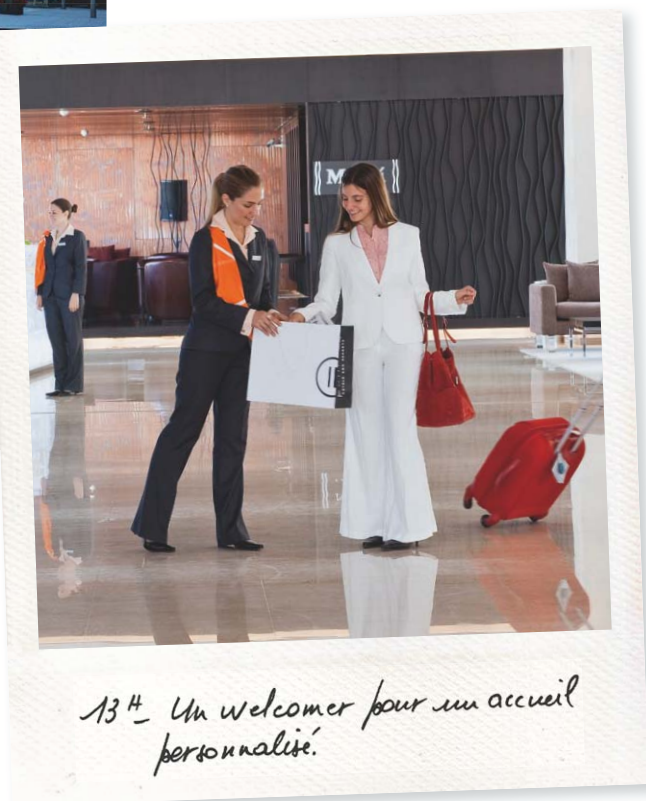
Sofitel crée des hôtels de luxe conjuguant l'élégance française, le savoir-faire et l'art de recevoir, avec le meilleur de la culture de chaque pays. Dans les plus grandes destinations et capitales mondiales, Sofitel offre à ses clients en quête de qualité, d'esthétique et d'excellence, une véritable expérience de l'art de vivre à la française.

[sofitel.com](http://sofitel.com)

S O F I T E L  
LUXURY HOTELS



**49** hôtels,  
**13924** chambres  
dans **16** pays.



## Pullman

Pullman propose une hôtellerie haut de gamme contemporaine destinée à répondre aux nouvelles attentes des voyageurs et des organisateurs d'événements. Chaque hôtel est un lieu de vie unique, confortable et chaleureux, dont le lobby, les restaurants et les bars favorisent la rencontre, l'échange et la convivialité. Large gamme de services, technologies innovantes et réunions sur mesure complètent cette offre et positionnent Pullman comme une référence internationale.

[pullman.com](http://pullman.com)





# MGallery

Lancée en 2008, MGallery est une collection d'hôtels haut de gamme remarquables par leur caractère et leur identité, leur design, leur histoire et leur localisation. Ils sont destinés aux voyageurs à la recherche de lieux dotés d'un « supplément d'âme ». En centre-ville comme dans des lieux touristiques prisés, leur personnalité unique est source d'expériences mémorables.

[mgallery.com](http://mgallery.com)

**33** hôtels,  
**3632** chambres  
dans **18** pays.



*15<sup>e</sup> Un havre de tranquillité  
au cœur de Saint-Domingue.*



Indonésie\_ The Phoenix Hotel, Yogyakarta



France\_ Le Grand Hôtel Cabourg



Thaïlande\_ Vie Hotel Bangkok

Gallery

France\_Novotel Marseille Vieux-Port



France\_Novotel Paris La Défense



*17<sup>H</sup> - je reste connectée avec le monde !*



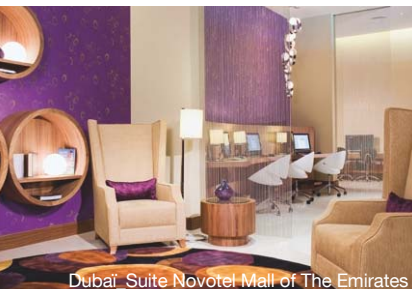
## Novotel

Sur les cinq continents, Novotel contribue au bien-être et à la détente des voyageurs d'affaires et de loisirs. Innovants et faciles à vivre, ses hôtels répondent aux attentes d'autonomie et d'efficacité des clients avec une offre homogène et de grande qualité. Ses chambres spacieuses et design, sa restauration équilibrée 24 heures sur 24 et ses solutions de service en font une référence pour travailler en réunion, avec Meeting@Novotel, ou séjourner en famille, avec Family&Novotel. Marque engagée en matière de développement durable, Novotel aura certifié son réseau avec le label EarthCheck d'ici à fin 2012.

[novotel.com](http://novotel.com)

**395** hôtels,  
**72 805** chambres  
dans **58** pays.





## Suite Novotel

Depuis 2010, Suite Novotel est un label de Novotel qui propose à sa clientèle, principalement moyen séjour, une nouvelle façon de vivre l'hôtel. Innovants et décalés, ses hôtels répondent avec originalité et pertinence aux nouveaux usages. Avec des Suites modulables, une articulation repensée entre espaces privés et publics et des services qui font la différence. À l'image de la Suite Box (Internet, appels locaux, vidéo à la demande – VOD –, offerts et illimités), des massages offerts le jeudi soir et du prêt d'une Smart pour les séjours de plus de quatre jours.

[suitenovotel.com](http://suitenovotel.com)



**28** hôtels,  
**3477** chambres  
dans **7** pays.

France\_Mercure Le Président Biarritz Centre



Slovaquie\_Mercure Bratislava Centrum



**674** hôtels,  
**83428** chambres  
dans **49** pays.

Vietnam\_Mercure Hanoi La Gare



## Mercure

Mercure propose une véritable alternative à l'hôtellerie de chaîne et aux hôtels indépendants pour toute clientèle affaires ou loisirs. C'est la seule marque d'hôtellerie milieu de gamme qui allie la puissance d'un réseau international de près de 700 hôtels aux standards de qualité garantis et l'expérience authentique d'hôtels tous différents, ancrés dans leur localité et tenus par des hôteliers passionnés.

[mercure.com](http://mercure.com)



*19<sup>h</sup> Les petits détails qui font tout.*



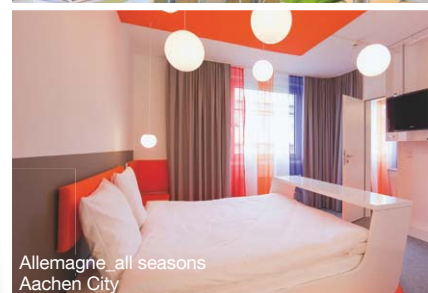
## all seasons

Marque économique et déclinée en franchise sur les marchés matures, all seasons, créée en 2007, s'adresse à toutes les clientèles : affaires, loisirs, individuelles et familles. Son concept « tout compris » inclut dans le prix de la chambre : la connexion Internet, le petit déjeuner buffet et de nombreuses petites attentions. Le réseau all seasons regroupe des hôtels de taille moyenne non standardisés, d'esprit contemporain, au design innovant et coloré, au cœur des centres-villes et des centres d'activités en Europe et en Asie-Pacifique.

[all-seasons-hotels.com](http://all-seasons-hotels.com)



France\_all seasons Lille Centre Gare Befroi



Allemagne\_all seasons  
Aachen City



Allemagne\_all seasons Alexanderplatz, Berlin



**115** hôtels,  
**10 267** chambres  
dans **10** pays.

*29<sup>th</sup> - Une chambre confortable et design*



**900 hôtels, 107 735  
chambres dans 48 pays.**

## ibis

Prendre soin de ses clients, partout dans le monde est le leitmotiv d'ibis, marque référence de l'hôtellerie économique mondiale. Pour ce faire, les 900 hôtels ibis accueillent leurs clients dans un esprit et une attitude propre à la marque : simplicité, accessibilité et convivialité. ibis, c'est également l'assurance d'un hébergement moderne et d'une large offre de services : chambre confortable, encas et boissons 24 heures sur 24, petit déjeuner de 4 heures du matin à midi, restauration variée, espace Web comer... au meilleur rapport qualité/prix/service. L'engagement ibis dans la qualité et l'environnement est prouvé par les certifications mondiales ISO 9001 et ISO 14001.

**[ibishotel.com](http://ibishotel.com)**



Singapour\_ibis Singapore on Bencoolen



France\_ibis Senlis



France\_ibis Rungis



France\_ibis Rungis



*dd.<sup>th</sup> Après un long voyage,  
un accueil qui réconforte.*



France\_Etap Hotel Paris  
Porte de Vincennes



France\_Etap Hotel Reims Thillois



France\_Etap Hotel, Pontivy



**480** hôtels,  
**42 892** chambres  
dans **15** pays.



## Etap Hotel Hotel Formule 1

Etap Hotel propose pour un prix très accessible une chambre confortable avec salle de bains et des services limités : petit déjeuner buffet, Wi-Fi, parking et distributeurs de snacking. La marque est classée comme la plus innovante de sa catégorie, notamment grâce à sa nouvelle chambre cocoon, design et zen. Leader européen de l'hôtellerie très économique, Etap Hotel est également un acteur majeur dans l'hémisphère sud, où elle prend le nom d'Hotel Formule 1.

[etaphotel.com](http://etaphotel.com) – [hotelformule1.com](http://hotelformule1.com)



Europe



Hors Europe

France\_hotelF1 Marne-la-Vallée Collégien



**252** hôtels en France, **18 827** chambres.



France\_hotelF1 Évry



## hotelF1

Révolutionnaire lors de sa création en 1984, Formule 1 a démocratisé le monde de l'hôtellerie en proposant des chambres confortables pour une, deux ou trois personnes à moins de 100 francs (environ 15 euros). En 2007, avec la rénovation complète des hôtels, Formule1 est devenue hotelF1 en France. Plus dynamique que jamais, elle propose désormais, dans un design séduisant, des chambres Duo et Trio et de nouveaux espaces de réception et de petit déjeuner.

**hotelF1.com**



*9H. De tous moments partagés*

**hotelF1**





**1 028** hôtels,  
**100 763** chambres dans **2** pays.

## Studio 6

Studio 6 se positionne comme le meilleur choix pour les séjours de longue durée sur le segment économique en Amérique du Nord. En 2010, Studio 6 a ouvert trois établissements et a connu une belle progression des longs séjours.

[staystudio6.com](http://staystudio6.com)

**62** hôtels, **6 883** chambres dans **2** pays.



## Motel 6

Première chaîne de motels économiques en Amérique du Nord, Motel 6 est reconnue pour sa capacité à proposer des chambres confortables, accueillantes et au prix le plus bas.

[motel6.com](http://motel6.com)



## Les marques associées à l'hôtellerie



*16<sup>e</sup> Prendre soin de nous, c'est important.*

## Thalassa sea & spa

En 2010, Accor Thalassa a laissé place à Thalassa sea & spa, la marque bien-être de Accor. Thalassa sea & spa est le leader mondial de la thalassothérapie avec des destinations de bord de mer en France, en Italie et au Maroc. La marque offre tous les bienfaits durables de la thalassothérapie et les plaisirs du spa dans des univers propices au rêve et à la détente. Ses professionnels : masseurs-kinésithérapeutes, diététiciennes, hydrothérapeutes, esthéticiennes, coachs sportifs... élaborent et proposent des séjours qui combinent soins, activités physiques, restauration équilibrée et hébergement de qualité pour prendre soin de son corps et préserver sa santé.

[thalassa.com](http://thalassa.com)



**3** pays,  
**25** hôtels,  
**2 627** chambres,  
**14** destinations de  
thalassothérapie.



*Un apartotel où je me sens  
comme chez moi.*



**32** Aparthotels,  
**4 060** appartements  
dans **6** pays.

## Adagio City Aparthotel

Adagio offre une gamme d'appartements – du studio au trois pièces – pour vivre en harmonie avec son mode de vie et préserver son équilibre au sein d'une ville que l'on ne connaît pas... Créée en partenariat avec le groupe Pierre & Vacances Center Parcs, Adagio City Aparthotel propose des hébergements confortables pour des séjours de quatre nuits à plusieurs mois au cœur des villes européennes. Ces appartements spacieux, tout équipés, sont assortis de services optionnels pour faciliter le quotidien et de tarifs dégressifs selon la durée du séjour.

[adagio-city.com](http://adagio-city.com)

## Lenôtre

Depuis plus de cinquante ans, Lenôtre est la référence et l'ambassadeur de la gastronomie française dans le monde. Organisation de réceptions, traiteur, création d'événements, formations, boutiques, restauration de luxe... Les chefs Lenôtre, parmi lesquels on compte neuf Meilleurs Ouvriers de France et un Meilleur Sommelier du Monde, sont les gardiens d'un patrimoine culinaire exceptionnel et les créateurs de nouvelles tendances. Lenôtre anime aussi des adresses de prestige telles que les restaurants Le Pré Catelan ou Le Pavillon Élysée Lenôtre, à Paris.

[lenotre.com](http://lenotre.com)

LENÔTRE  
PARIS

**15** boutiques,  
**29** points de vente  
à l'international  
dans **10** pays.



*17<sup>e</sup> - L'Institut Gourmand*

**- merci... -**

... d'avoir fait ce bout de voyage en notre compagnie. Pour le prolonger, n'hésitez pas à vous rendre sur nos sites Internet ou à rejoindre notre programme gratuit de fidélisation mondial, A|Club. Mais surtout nous serions heureux de vous recevoir dans l'un de nos hôtels où, partout dans le monde, les femmes et les hommes de Accor se font une joie de vous accueillir, avec le sourire.



**accor.com**  
**accorhotels.com**  
**facebook.com/accor**

Ce document est édité par la direction de la communication et des relations extérieures de Accor – Mai 2011.

Conception et réalisation : ✪ EURO RSCG C&O

Crédits : L. Adamson, G. Aitken, C. Andorfer, L. Aubert, J. Bartelsman, M. Bertrand, J. Biletta, L. Bunnag, J. Burlot, F. Charaffi, R. Cortin, E. Cuvillier, S. Detalle, L. Gombert, J.-Y. Guacia, B. Hale, H. Henri, M. Hosp, Z. Ji Qiang, I. Jost-Freie, V. Kiatamornvong, L. Kittisakdinan, M. Kompe, C.J. Laird, J. Lebar, K. Lilly, G. Lung, R. Marchand, B. Matliak, L. Monteiro, R. Optich, O. Peix, C. Poncelet, F. Rambert, P.E. Rastoin, V. Romero, L. Selvais, L. J. Seong, V. Thibert, B. Vanden, Veldman/Ryboz, P. Wang, B. Winkelmann, Stock photography, Getty Images, DR.

Cette brochure est imprimée sur papier Condat Silk certifié PEFC, issu d'exploitations forestières respectant des normes environnementales, sociales et économiques.