



« En plus de l'augmentation du volume des voyages, nous observons également des changements dans les modes de consommation des voyageurs chinois. Nous répondons à ces changements d'intérêts et de demandes, avec des expériences plus riches, des offres plus numérisées et des options de voyage plus durables. »

ACCOR SE TROUVE DANS D'EXPANSION

UNE PHASE AMBITIEUSE



INTERVIEW

CHRISTOPHE LAURAS

Directeur des Opérations
Accor Grande Chine

Quelles sont les perspectives de développement du groupe Accor en Chine ?

La Chine est en passe de devenir le plus grand marché touristique mondial d'ici 2035, et Accor se trouve dans une phase ambitieuse d'expansion pour répondre à cette demande. En 2023, nous avons signé près de 150 nouveaux hôtels en Chine, et en mai, nous célébrerons un record de 700 hôtels ouverts à travers le pays. Aujourd'hui, nous proposons 16 marques en Chine, couvrant l'ensemble du spectre de la demande, du luxe haut de gamme jusqu'à l'économique. En 2023, nous avons célébré notre 50ème Pullman ainsi que notre 50ème Novotel en Chine, et nous avons ouvert un Raffles à Macau ainsi que notre dernier MGallery à Taïpei. Notre succès se manifeste également avec l'ouverture du Mondrian Hong Kong en décembre 2023, qui était destiné à être le premier hôtel « lifestyle » de la région.

Comment pensez-vous que cette année, 2024 - notamment marquée par les Jeux olympiques de Paris et l'Année franco-chinoise du tourisme culturel - renforcera les liens franco-chinois ?

En tant que principal groupe hôtelier

« La Chine est en passe de devenir le plus grand marché touristique mondial d'ici 2035, et Accor se trouve dans une phase ambitieuse d'expansion pour répondre à cette demande. »

français en Chine, les célébrations sino-françaises interviennent à un moment particulièrement pertinent pour Accor. Il est enthousiasmant de voir les célébrations à travers les villes, les marques et les entreprises. Accor a récemment participé au Dialogue « Notre Eau : Shanghai x Paris » dans le cadre des célébrations sino-françaises et des activités touristiques culturelles sino-françaises. Les prochains Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 présentent une autre opportunité d'échange sino-français significatif cette année. En tant que sponsor officiel, la présence d'Accor aux Jeux reflète la vision et l'engagement de l'entreprise envers l'hospitalité basée sur l'expérience. À Paris, les équipes hôtelières d'Accor accueilleront avec enthousiasme les clients chinois ainsi que les membres d'ALL - Accor Live Limitless, pour une expérience olympique inoubliable.

Quelles opportunités offre cette année riche au groupe Accor en Chine ?

En plus de l'augmentation du volume des voyages, nous observons également des changements dans les modes de consommation des voyageurs chinois. Nous répondons à ces changements

d'intérêts et de demandes, avec des expériences plus riches, des offres plus numérisées et des options de voyage plus durables. Nous continuons à nous développer dans notre division « lifestyle ». Deux de nos marques sont entrées sur le marché, avec l'ouverture du premier JO&JOE cette année et du premier Mondrian à Hong Kong en décembre 2023. En plus de notre croissance et de notre développement avec de nouvelles marques et de nouveaux hôtels pour le marché chinois, nous nous concentrons également sur la transition énergétique et l'ESG.

Cette période pourrait-elle également entraîner de nouveaux projets ou partenariats orientés vers la France pour le groupe ?

Il est intéressant de noter que 2024 marque également le 60e anniversaire de la marque Sofitel - notre ambassadrice du luxe et du style français dans le monde entier. Ainsi, nous avons Sofitel en première ligne pour créer différents programmes célébrant cette occasion spéciale entre la Chine et la France. Les destinations Sofitel organisent plusieurs célébrations sino-françaises à travers le

pays. Récemment, Sofitel a renforcé son partenariat avec Hainan Airlines avec des menus créatifs authentiquement français pour les passagers de classe affaires sur les vols internationaux ainsi que la mise en place de la literie MyBed. Sofitel célébrera également une année spéciale dans l'art et la culture grâce à son partenariat avec le Festival Croisements 2024.

Plus largement, et dans les années post-Covid, comment pouvons-nous stimuler le tourisme chinois en France et le tourisme français en Chine ?

Tout d'abord, il est important de noter que les gens continuent de voyager. Shanghai, par exemple, se positionne comme la première destination pour les touristes internationaux revenant en Chine. La ville a prévu une série d'événements et d'attractions pour 2024 pour attirer les visiteurs. Pour faciliter les voyages, il est crucial d'avoir un système de paiement efficace en place. Nous sommes heureux de voir que la Chine travaille activement à améliorer la facilité des paiements pour les visiteurs étrangers entrant dans le pays.

Propos recueillis par P. TI



Accor

雅高正处于雄心勃勃的扩张阶段



采访

乐睿思

雅高酒店集团大中华区首席运营官

雅高集团在中国的发展前景如何？

到2035年，中国将成为全球最大的旅游市场。为满足这一发展需求，雅高正处于雄心勃勃的扩张阶段。截至2023年，我们已经在中国签约了近150家新酒店。今年5月，我们将庆祝全国开业酒店达700家这一里程碑式成就。如今，我们在中国拥有16个品牌，涵盖了从高端豪华到经济型酒店的所有需求。2023年，我们迎来了中国的第50家铂尔曼酒店和第50家诺富特酒店。我们还在澳门开设了莱佛士酒店，并在台北开设了最新的美憬阁酒店。我们的成功还体现在于2023年12月开业的香港梦卓恩酒店，该酒店旨在成为该地区首家强调生活方式（lifestyle）的酒店。

« 到2035年，中国将成为全球最大的旅游市场。为满足这一需求，雅高正处于雄心勃勃的扩张阶段。»



Accor

« 除了旅游人数的增长，我们还洞察到了中国游客消费模式的变化。我们正在以更丰富的体验、更数字化的产品和更可持续的旅行选择来应对这些不断变化的兴趣和需求。»

您认为2024年——尤其恰逢巴黎奥运会和中法文化旅游年——将如何加强法中之间的联系？

作为中国领先的法国酒店集团，中法之间的庆祝活动对雅高来说恰逢其时。在不同城市、不同品牌和不同公司之间开展庆祝活动令人振奋。雅高最近参加了“上海x巴黎《奔流》”对话活动，这是中法庆祝活动和中法文化旅游年活动的一部分。即将到来的2024年巴黎奥运会和残奥会为中法交流提供了另一个重要契机。作为官方赞助商，雅高在本届奥运会上的亮相体现了集团的愿景和对体验式酒店服务的承诺。在巴黎，雅高的酒店团队将热情迎接中国宾客以及“雅高心悦界”成员的到来，共同体验难忘的奥运之旅。

这样精彩纷呈的一年将为雅高集团在中国提供哪些机遇？

除了旅游人数的增长，我们还洞察到了中国游客消费模式的变化。我们正在以更丰富的体验、更数字化的产品和更可持续的旅行选择来应对这些不断变化的兴趣和需求。不断提升和充实我们的“生活方式”部门。目前我们已有两个品牌进驻中国市场：第一家JO&JOE酒店将于今年开业，第一家梦卓恩酒店已于2023年12月在香港开业。除了在中国市场引入新品牌和新酒店，我们还密切关注能源转型和环境、社会与公司治理。

这是否也会为集团带来面向法国的新项目或新的合作伙伴？

值得一提的是，2024年也是我们遍布世界各地的法式奢华和时尚大使——索菲特品牌创立的60周年。因此，我们将索菲特推向最前沿，为庆祝中法两国间的这一高光时刻策划一系列活动。索菲特酒店在全国各地举办了一系列中法庆祝活动。最近，索菲特加强了与海南航空的合作，为其国际航班的商务舱乘客提供地道的法式创意菜单，并推出了MyBed床上用品。此外，索菲特还将通过与“2024中法文化之春”的合作，庆祝这一艺术与文化的特别之年。

从更宏观的角度来看，在后新冠时代，如何促进中法之间的双向旅游？

首先必须指出的是人们的旅行从未间断。例如，上海已将自己定位为国际游客重返中国的第一旅行目的地。为了吸引游客，上海在2024年规划了一系列活动和景点。为了让旅行更加便捷，建立起高效的支付系统至关重要。我们很高兴地看到中国正在积极改善外国游客入境支付的便利性。

采访人：P. TI