



CROWNE PLAZA

La classe affaires se porte bien

C'EST À CROIRE QUE LA CRISE N'AFPECTE EN RIEN L'ENSEIGNE CROWNE PLAZA ! ORIENTÉE VERS LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES, ELLE VIENT D'INAUGURER DEUX ADRESSES À PARIS

Cultiver la différence, c'est un art qui a motivé les équipes du Crowne Plaza Champs-Élysées durant toute la conception de cet hôtel haut de gamme situé à deux pas de la plus belle avenue du monde. Modernité, confort, espace, salles de conférence et objets uniques : l'établissement, qui vient d'être inauguré, conjugue tout cela à la fois. Une prouesse orchestrée par le designer Bruno Borrione, qui a su accorder des couleurs chaudes au blanc immaculé, des œuvres d'art à un lustre en verre de Murano ou à une table en cristal de Baccarat. Un véritable défi, qui était loin d'être gagné d'avance dans

cet hôtel particulier, autrefois propriété du comte de Breteuil, doté d'un patio verdoyant et d'une tourelle d'inspiration Renaissance.

« Avec ses soixante chambres et suites, le Crowne Plaza Champs-Élysées se positionne comme un hôtel 4 étoiles qui allie une atmosphère particulière et raffinée à un service d'exception », confie-t-on au sein du groupe Intercontinental Hotels, qui détient Crowne Plaza. Un écrin haut de gamme, donc, qui ne dénote pas avec les autres adresses de cette enseigne en plein essor. En effet, Crowne Plaza, qui se revendique comme « *the place to meet* » pour les voyageurs d'affaires – avec ses 331 hôtels et 90 775 chambres dans une cinquantaine de pays –, en est déjà à son cinquième hôtel en France ; Toulouse a ouvert en 1989, Lille, en 2002, Montauban, en 2006, et, à Paris, en marge du Crowne Plaza Champs-Élysées, un deuxième hôtel vient de voir le jour place de la République (voir encadré). Et la chaîne ne compte pas s'arrêter là : en France, 18 millions d'euros ont été investis pour la création, en 2010, d'un Crowne Plaza à deux pas du Palais des Congrès de Montpellier. On parle déjà d'un projet à Boulogne-Billancourt, sur l'île Seguin, d'ici à 2012. A l'étranger, Crowne Plaza



évoque également une centaine de développements en cours. Résultat : en 2008, si le groupe Intercontinental Hotels (InterContinental, Crowne Plaza et Holiday Inn) a annoncé un bénéfice net en chute de 21% au deuxième trimestre, passant de 128 millions à 101 millions de dollars, il a tout de même dégagé, sur cette même période, un chiffre d'affaires de 952 millions de dollars, en hausse de 14%.

Dans un tel contexte, le groupe conti-

nue donc d'investir et cible la clientèle classée « business », d'où l'essor pris par Crowne Plaza. En effet, l'enseigne est aujourd'hui la marque du groupe Intercontinental Hotels qui progresse le plus vite : si elle comptait 149 hôtels en 2001, elle en recense plus de 300 aujourd'hui. Les raisons du succès ? Le voyageur d'affaires est plus que choyé dans un Crowne Plaza. Il dispose de salles de conférence, du programme Go Discover pour des activités culturelles, de chambres Club avec salon, bar et petit déjeuner, du programme Priority Club Rewards pour cumuler des points et gagner des séjours gratuits ou autres miles aériens. Sans oublier le programme Sleep Advantage, qui garantit une literie ultraconfortable avec des draps 100% coton, des matelas surélevés, des conseils pour mieux dormir et un spray d'aromathérapie pour aider à trouver le sommeil. Le fin du fin ? Le réveil garanti. Autrement dit, la nuit est remboursée en cas de non-réveil au moment voulu ! Reste que le luxe a un prix. A titre d'exemple, il faut compter 450 euros pour une nuit au Crowne Plaza Champs-Elysées et 1 600 euros pour profiter de la suite avec terrasse. ●

Directrice des ressources humaines du Crowne Plaza Champs-Elysées, Colette Bansard-Bitton revient sur la philosophie du groupe et les atouts du nouvel hôtel parisien.

Comment définissez-vous les particularités du groupe Crowne Plaza, en général, et du nouvel hôtel des Champs-Elysées, en particulier ?

Crowne Plaza est l'une des enseignes du groupe Intercontinental. Elle se situe dans le haut de la gamme 4 étoiles et draine une clientèle internationale, majoritairement orientée vers les affaires. Quant au Crowne Plaza Champs-Elysées, c'est le premier établissement de cette enseigne à Paris. Et cet hôtel tient une place particulière dans l'enseigne, car il allie le luxe au raffinement et développe une atmosphère particulière ainsi qu'un service personnalisé, qui en font un établissement d'exception.

En cette période de crise, quelle est la politique du groupe ?

La politique du groupe est de s'adapter aux circonstances et, dans la mesure du possible, d'anticiper les évolutions à venir. Après une quarantaine d'années d'existence, le groupe a été confronté à plusieurs crises qu'il a heureusement pu surmonter en s'ajustant toujours aux exigences du moment. Actuellement, la conjoncture le conduit à concentrer ses efforts sur le développement hôtelier en France et, notamment, à Paris, première destination touristique mondiale.

Quelles sont, aujourd'hui, les attentes de la clientèle habituée aux hôtels haut de gamme ?

La clientèle habituée aux hôtels haut de gamme veut être surprise par l'originalité et la nouveauté. En outre, elle souhaite bénéficier d'une attention toute particulière et, si possible, personnalisée. Le Crowne Plaza Champs-Elysées répond à ces divers impératifs. Son design élaboré par Bruno Borriane, collaborateur de Philippe Stark, le distingue des établissements concurrents. Nous sommes, ici, à la pointe des technologies : toutes les chambres sont équipées de stations d'accueil iPod, d'un accès Internet gratuit et illimité (Wi-Fi, ADSL, télévision) et, en guise de clin d'œil pour l'environnement, des Solex électriques sont gracieusement mis à disposition de la clientèle.

328 CHAMBRES place de la République

Il a ouvert ses portes le 1^{er} avril. Et ce n'était pas un poisson... En effet, le Crowne Plaza Paris République vient de voir le jour dans un édifice historique, sur la place éponyme : hôtel 4 étoiles depuis 1979, cet établissement était griffé Holiday Inn depuis 1982. Désormais, ce Crowne Plaza flambant neuf, propriété du groupe Westbridge, compte 328 chambres entièrement rénovées, 18 salles de conférence et une cour intérieure classée monument historique. Côté cuisine, l'hôtel abrite le 10 Bar et le 10 Restaurant : le premier s'ouvre sur la place de la République et, aux fourneaux du second, David Desplanques – ancien élève de Joël Robuchon et d'Alain Ducasse – excelle.

