

UNE NOUVELLE ADRESSE INCONTOURNABLE

InterContinental Hotels ouvre le Crowne Plaza Champs-Élysées

Paris (VIII^e) L'enseigne haut de gamme du groupe IHG vient d'ouvrir un nouvel établissement de 60 chambres avenue Marceau. Cet établissement disposera de 7 junior suites et de 2 suites.

L'hôtel ouvert en septembre dernier avenue Marceau à Paris est le tout dernier de la gamme **Crowne Plaza**, qui en compte déjà 4 en France, à Toulouse, à Montauban (doté d'une restauration remarquable avec la cuisine d'**Hervé Sauton**, étoilé *Michelin* depuis 2008), et enfin, à Lille, ouvert en 2002. Crowne Plaza est la marque prestigieuse lancée par Holiday Inn en 1983. Son développement est l'un des plus rapides au monde. Avec un parc actuel de 331 établissements (180 pour l'Amérique, 87 pour la zone Europe Moyen Orient, et 64 pour la zone Asie Pacifique), la chaîne Crowne Plaza a quasiment doublé son parc en sept ans.

Une marque très business

Très orientée tourisme d'affaires, elle présente un côté plus jeune, plus moderne, plus décontractée que les autres marques de prestige du groupe. Pour répondre aux exigences d'une très grande partie de sa clientèle qui plébiscite une bonne qualité de sommeil (à 89 %), la marque a mis en place tout un programme pour offrir une très bonne qualité de sommeil : amélioration du lit et de ses équipements, services d'accueil favorisant l'endormissement (les 'sleep doctor') et création d'un espace dédié au sommeil, la 'quiet zone' où les enfants ne sont pas les bienvenus. Le programme 'sleep advantage' a déjà été mis en place dans les hôtels aux États-Unis. En France, tous les établisse-

ments Crowne Plaza, à compter de 2009, devront être équipés de ces services. En termes de marketing, Crowne Plaza veut aussi se positionner comme un véritable partenaire du tourisme d'affaires. Les hôtels seront tous équipés de 'place to meet' (des endroits où se rencontrer). Côté services, ils pourront mettre à disposition dès 2009 la boîte magique 'think tank' : grâce à elle, les séminaires vont s'animer, avec de nouveaux outils d'animation (cartes à jouer sur lesquelles de petites phrases de grands philosophes sont inscrites, balles en mousse servant à décontracter l'atmosphère...).

Un atout marketing : l'événementiel sportif

Enfin, la marque prestige d'InterContinental joue également la carte de l'événementiel sportif, en sponsorisant des sportifs de haut niveau. Sponsor des courses automobiles, les hôtels français ont choisi le coureur de rallye **Andy Priault** sur BMW. Vainqueur du Grand Prix de Pau, il roule désormais aux couleurs de Crowne Plaza.

En termes de développement, la chaîne prévoit d'autres ouvertures sur l'Île-de-France, notamment avec le projet sur l'île Seguin, mais aussi avec la rénovation du Holiday Inn République, transformé en Crowne Plaza. D'autres lancements sont attendus en France, à Lyon ou Marseille, et en Europe, dans des pays comme le Portugal, l'Espagne, ou le Bénélux, avec un axe fort en Russie. **Évelyne de Bast**



CROWNE PLAZA PARIS CHAMPS-ÉLYSÉES

64 AVENUE MARCEAU • 75008 PARIS

TÉL. 01 44 43 36 36

WWW.CROWNEPLAZAPARISCHAMPELYSEES.COM