



Maison Albar Hotel : nouvelle enseigne internationale de boutiques- hôtels de luxe à l'ADN sino-français (France)

L'opérateur hôtelier **Paris Inn** Group a scellé une alliance avec le chinois Plateno Hotels. But de l'opération : créer et développer la marque Maison Albar Hotel (5 étoiles) à travers le monde. A Paris, la chaîne compte déjà 3 adresses. D'autres se **profilent...Grégory Pourrin**, directeur général de **Paris Inn** Group. Qu'est-ce qui fait courir **Paris Inn**? Le marathon de New York, bien sûr. Passionné de course à pied, **Jean-Bernard Falco**, président du groupe hôtelier français, a emmené tout dernièrement 130 de ses collaborateurs outre-Atlantique et tous sont parvenus à franchir la ligne d'arrivée en plein cœur de Central Park. Mais, il y a aussi une autre raison, d'envergure internationale, qui pousse cette société (33 hôtels 4/5 étoiles dont 16 en pleine propriété) à vouloir aller encore plus loin voire se dépasser. Voilà deux ans, **Paris Inn** Group a scellé une alliance avec le Chinois Plateno Hotels (2.700 établissements, repris depuis par Jin Jang) afin de créer et développer une enseigne internationale de boutiques-hôtels de luxe : Maison Albar Hotel. Même si la joint-venture est encore en cours de finalisation, le projet, lui, s'est véritablement mis en marche et semble avancer à grands pas. Les deux partenaires se sont évidemment répartis les tâches. D'un côté, Plateno Hotels qui a pour principale mission d'implanter l'enseigne haut de gamme à travers l'Asie. De l'autre, l'opérateur français à qui, il incombe d'imaginer la marque et d'assurer son expansion dans la zone Europe, Moyen-Orient, Afrique et États-Unis. 100 hôtels d'ici les quinze prochaines années «Avec l'ouverture prochaine de futurs établissements à Paris, en Europe et en Asie, Maison Albar Hotel a pour ambition d'ouvrir 100 hôtels à travers le monde d'ici 2025-2030 dont 50 en Chine », déclare au Journal des Palaces, **Grégory Pourrin**, directeur général de **Paris Inn** Group. Pour l'heure, une trentaine de villes ont été identifiées sur le Vieux Continent. «Des destinations comme Londres, Lisbonne, Madrid, Barcelone, Rome ou bien encore Milan, Berlin et Amsterdam figurent parmi nos cibles», précise Lionel Jacquemin, CEO Maison Albar Hotel pour l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique. Parallèlement, la nouvelle enseigne a fait son entrée sur le marché français. Une première Maison Albar Hotel a ainsi vu le jour sur les Champs-Élysées (hôtel Mac-Mahon) doté de 35 chambres et 5 suites. Une seconde, porte-drapeau de l'enseigne, vient d'ouvrir ses portes rue du Pont-Neuf. «Nous avons transformé l'ancien siège de la maison de couture Céline, qui devient Maison Albar Hotel Paris Céline. Cette maison comprend 60 chambres, un restaurant «Odette by Rostang» et un spa Céline by Cinq Mondes », commente **Grégory Pourrin**. Un troisième maillon arborera les couleurs de la nouvelle marque d'ici à quelques semaines, en lieu et place du Best Western Premier Opéra Diamond. A moyen terme, une quatrième adresse devrait ouvrir dans la capitale, au cœur de l'ensemble immobilier situé rue Helder qui vient tout juste de rentrer dans le portefeuille de **Paris Inn**. «Maison Albar Hotel se déclinera aussi dans des villes de province (qui intéressent la clientèle chinoise) à travers l'Hexagone», souligne Lionel Jacquemin. Selon des informations publiées dans le Midi Libre, l'Imperator, hôtel mythique de la ville de Nîmes, créé en 1929 par la Compagnie des wagons-lits, serait sur le point de changer de main au profit de Maison Albar Hotel. Des hôtels entre 50 et 100 chambres. D'après les propos tenus par le directeur général de **Paris Inn** Group, le développement de la chaîne de boutiques-hôtels de luxe pourrait en fait aller beaucoup plus vite que prévu. Une foncière dédiée est en effet en cours de création. Ce véhicule d'investissement, dans lequel **Paris Inn** Group prendra une participation 10%, sera alimenté à hauteur de 500 millions d'euros en private equity et 500 millions d'euros de dettes. En attendant, l'équipe française, avec l'appui de ses partenaires chinois, peaufine le positionnement de Maison Albar Hotel. Développer une enseigne de luxe, constitue un projet plutôt ambitieux. D'autant que la définition du luxe demeure très subjective. «Nous n'avons pas trouvé sur le marché une enseigne hôtelière haut de gamme qui correspondait à nos attentes. C'est la raison pour laquelle, nous avons préféré la créer», commente le directeur général. «Nous pensons qu'il faut imaginer une offre en partant des attentes réelles de nos clients afin de leur faciliter le plus possible la vie», argue le CEO de la nouvelle chaîne. Concrètement, le luxe pour

Maison Albar Hotel rime avec des établissements dont la capacité se situe entre 50 et 100 chambres maximum. Il est vrai que le contact humain est plus aisé à cette taille-là! L'enseigne entend en outre allier élégance à la française et empreinte culturelle du lieu. Identifier les besoins des clients en amont «L'idée générale est de procurer à chacun de nos hôtes une expérience unique et un service personnalisé», note Lionel Jacquemin. Pour réussir ce pari, le groupe travaille notamment à la mise en place d'une solution qui permette d'identifier les besoins de la clientèle en amont du séjour. «Cette application accompagnera le client tout au long de son voyage afin de lui redonner du temps», avance **Grégory Pourrin**. À noter également que Maison Albar Hotel prendra en considération la spécificité de la clientèle chinoise en introduisant des éléments spécifiques comme : un réceptionniste chinois, un espace culinaire dédié, l'offre systématique de brosse à dents en chambre...Concernant le volet décoration de la marque Maison Albar Hotel, c'est **Céline Falco**, héritière de la famille Albar et vice-présidente de **Paris Inn** Group, qui en a la charge. Issue d'une famille de quatre générations, l'intéressée en connaît un rayon en la matière. Depuis son arrivée au sein du groupe, elle n'a d'ailleurs cessé de vouloir innover et faire bouger les codes de l'hôtellerie traditionnelle!<http://www.paris-inn-group.com/>Cette actualité a été lue 2 fois