

Viagens & Resorts

01-12-2015



ACCORHOTELS

JEAN-CHARLES DELGADO

COM 40 ANOS DE VIDA, O GRUPO ACCORHOTELS TEM CRESCIDO DE FORMA SUSTENTADA. PORTUGAL E ESPANHA SÃO MERCADOS QUE TÊM GANHO RELEVÂNCIA NO CÔMPUTO GERAL DOS RESULTADOS DO GRUPO, PELO QUE A SUA IMPORTÂNCIA TEM VINDO A ACENTUAR-SE. ISSO MESMO REVELOU EM ENTREVISTA À VIAGENS&RESORTS JEAN-CHARLES DELGADO, DIRECTOR-GERAL DA ACCORHOTELS PARA PORTUGAL E ESPANHA, AQUANDO DA SUA RECENTE VISITA AO NOSSO PAÍS NO ÂMBITO DO LANÇAMENTO DE MAIS UM PROJECTO DO GRUPO, DESTA FEITA RELACIONADO COM A SUSTENTABILIDADE.

POR SANDRA M. PINTO

O ano de 1967 marcou o início da vida da AccorHotels. Qual a filosofia que presidiu ao nascimento da marca?

A história do grupo começa com a abertura do Novotel em Lesquin (Lille). Quarenta anos, pouco tempo, mas o suficiente para passar de um para quase quatro mil hotéis, de um a mais de 180 mil colaboradores. Estar ao serviço dos clientes,

ir contra a corrente, pensar de forma inovadora, ser sustentável e eficiente, respeitar e apoiar a formação das equipas são algumas expressões que resumem a cultura e a filosofia de AccorHotels desde a sua origem.

Quantas unidades possuem hoje e em que localizações geográficas?

A AccorHotels é o primeiro operador hoteleiro mundial, com 3792 unidades hoteleiras em 94 países dos cinco continentes.

Em que fundamentos assenta a nova estratégia seguida pelo grupo AccorHotels?

Desde a sua criação, o grupo tem vindo a adaptar-se constantemente às mudanças e às exigências dos clientes, com uma oferta de serviços cada vez mais inovadora. A ambição é ser um actor mundial de referência, que propõe aos seus clientes, colaboradores e parceiros uma experiência única.

Em Junho de 2015, o grupo afirmou uma nova estratégia que se baseia em vários fundamentos: um novo nome, AccorHotels, e uma nova promessa "Feel Welcome", expressa através de uma nova identidade; duas expertises de operador/franchisador (HotelServices) e de proprietário/investidor (HotelInvest); um vasto portefólio de marcas de renome internacional; o poder do seu lugar no mercado e do seu programa de fidelização Le Club AccorHotels, que abrange todas as suas marcas, em todo o mundo; e o compromisso há cerca de 50 anos de um Grupo solidário com o seu programa de desenvolvimento sustentável PLANET 21.

01-12-2015

Qual o significado da vossa assinatura "Feel Welcome"?

A nova assinatura "Feel Welcome" exprime a mais universal, a mais simples e a mais calorosa visão da profissão de hoteleiro, tudo o que faz a sua riqueza e nobreza: a hospitalidade. Mais do que uma assinatura, trata-se da promessa de um grupo perpetuamente aberto a novas culturas, talentos e paixões, em todo o mundo.

O PROGRAMA PLANET FOR THE PLANET POSSIBILITA AO GRUPO REDUZIR A SUA PEGADA AMBIENTAL, TRAZENDO AINDA VÁRIOS BENEFÍCIOS AMBIENTAIS E SOCIAIS

O que diferencia o modelo de negócios da AccorHotels?

Temos um modelo de negócio para os seus hotéis que é único na hotelaria. Por um lado, e para assegurar um crescimento sustentável, a AccorHotels apoia-se, desde finais de 2013, na complementaridade dos seus dois know-how históricos: o de operador/franchisador e o de proprietário/investidor hoteleiro. Depois, somos o único grupo hoteleiro a ter um portefólio de marcas que vão desde o luxo ao económico.

Finalmente, a AccorHotels decidiu abrir a sua plataforma Accorhotels.com aos hoteleiros independentes, ampliando assim a escolha disponível para os seus clientes, adicionando mais hotéis e mais destinos. Os hotéis independentes distribuídos na plataforma de reserva AccorHotels.com, ao lado das unidades do grupo, serão seleccionados com base em critérios de hotel, levando em conta os comentários dos clientes. A AccorHotels.com é já a principal plataforma de reservas online em diversos mercados, como França, Brasil, Austrália e Alemanha e fornecerá assim, aos hoteleiros independentes, uma verdadeira e qualitativa alternativa de canal de distribuição, que responderá às suas necessidades específicas. Esta nova oferta assegura a transparência das regras de exibição, o acesso aos dados de cliente e taxas de comissão competitivas. Esta iniciativa irá complementar os serviços desenvolvidos pela Fastbooking, uma companhia adquirida pelo Grupo em Abril último, dentro de uma nova actividade de serviços digitais BtoB. A AccorHotels oferece agora uma ampla gama de soluções técnicas e digitais, para todos os seus parceiros, bem como mais apoio, garantindo-lhes uma melhor visibilidade e o aumento do seu volume de reservas feitas online.

Que marcas se juntam sob a umbrella da AccorHotels?

O Grupo AccorHotels tem um vasto portefólio de marcas (14 no total), que vão desde o luxo ao económico, passando pelo midscale: Sofitel, Pullman, MGallery, Grand Mercure, The Sebel, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Mama Shelter, Adagio, ibis, ibis Styles, ibisbudget e hotelFI. Algumas destas marcas – Grand Mercure, The Sebel e hotelFI – são marcas regionais, criadas para responder às expectativas e exigên-

cias de consumidores de determinadas zonas geográficas. A AccorHotels junta assim marcas líderes complementares, reconhecidas e apreciadas pela qualidade dos seus serviços, que propõem soluções de estadas adaptadas às necessidades de cada cliente e tipo de estada.

Ao abarcar todos os segmentos de mercado podemos dizer que a AccorHotels tem neste momento uma responsabilidade acrescida?

Poder-se-á dizer que a AccorHotels tem uma responsabilidade acrescida pelo facto de ser líder e uma referência na indústria hoteleira.

Em que consistem os dois pólos estratégicos em torno dos quais o grupo está organizado?

Por um lado, HotelServices (operador e franchisador) cuja missão é gerar operações nos hotéis e propor a melhor oferta de serviços aos seus parceiros proprietários das unidades (tais como marcas fortes e um sistema de distribuição poderoso). Os objectivos de HotelServices são a maximização das royalties, a aceleração em matéria de CRM, a fidelização e a presença digital, e a execução de uma estratégia por segmentos para reforçar as marcas do Grupo.

A HotelInvest (proprietário e investidor) é um pólo que compreende os hotéis dos quais a AccorHotels é proprietário ou que o Grupo gere através dos contratos de locação. A sua missão é racionalizar e gerir o portefólio de activos existentes através de cessões e de aquisições realizadas segundo três critérios: margem, geração de CASH e localização.

Têm no tema da sustentabilidade uma preocupação recorrente. Em que assenta a vossa política ambiental?

A nossa política ambiental apoia-se em sistemas de gestão transversais que abrangem a performance ambiental dos seus hotéis, dos seus produtos e serviços, e ainda a formação e a sensibilização dos seus colaboradores. A AccorHotels pretende garantir que o seu crescimento é conseguido com respeito pelo meio ambiente e pelas populações locais.

O compromisso da AccorHotels para o desenvolvimento sustentável remonta há alguns anos, com iniciativas como a criação de um Departamento de Ambiente há duas décadas, de uma Carta Ambiental do Hotel em 1998 e a adopção de diversas soluções que visam otimizar o consumo de água

Planet 21

O nome PLANET 21 refere-se à Agenda 21, o plano de acção adoptado por 173 Chefes de Estado na Cimeira da Terra de 1992 no Rio de Janeiro. O programa ecoa também a necessidade urgente de concentrar os esforços no século XXI para mudar a nossa produção e padrões de consumo com o objectivo de proteger o nosso planeta, a humanidade e os destinos de viagem.

01-12-2015



A AccorHotels optou por investir na agro-florestação, por se tratar de um modo de produção agrícola local e responsável

e energia reduzindo o impacto ambiental das suas unidades. Actualmente, a AccorHotels é o único grande grupo hoteleiro ligado a três índices éticos de referência internacional: NYSE Euronex (Vigeo Agency), FTSE4Good (EIRIS Agency) e Ethibel Sustainability Indexes (Bureau Ethibel).

Quais as vertentes do programa Planet 21?

A AccorHotels pretende ser a referência e o impulsor do sector hoteleiro com o programa Planet 21, que se desdobra em 21 objectivos/compromissos que privilegiam o aprovisionamento local, a eficiente gestão da água, da energia e dos resíduos, a saúde, e ainda a diversidade e as compras responsáveis. O Planet 21 envolve colaboradores,

Plant for the Planet

Alguns programas de agro-florestação permitem "fechar um ciclo". Por exemplo, na Tailândia, o Plant for the Planet permitiu que os produtores de arroz desenvolvessem a agro-florestação para produzir um arroz biológico e de comércio justo. Os hotéis Mercure e ibis Styles de Chiang Mai compraram 300 quilos de arroz aos produtores da aldeia de Huoy Pha, beneficiários do programa Plant for the Planet.

clientes e parceiros do grupo, e assume-se ainda como uma vantagem competitiva que permite à AccorHotels responder às expectativas dos viajantes cada vez mais sensíveis às questões sociais e ambientais.

Para a sua progressão no domínio do desenvolvimento sustentável, os hotéis apoiam-se neste programa interno de sustentabilidade, do qual faz parte a Carta 21 (complementada pela certificação ambiental, ISO 14001, para algumas marcas e hotéis), baseada num princípio de níveis (Bronze, Prata, Ouro e Platina) que fornece aos hotéis uma lista de acções que lhes permite melhorar gradualmente a sua performance em matéria de desenvolvimento sustentável. Este dispositivo está implementado em todos os hotéis do Grupo, independentemente do tipo de propriedade. Lançado em Abril de 2012, o programa coloca a hospitalidade sustentável no centro da estratégia, do desenvolvimento e da inovação do Grupo.

Os resultados obtidos têm sido os esperados?

Com o programa de desenvolvimento sustentável Planet 21, a AccorHotels assumiu 21 compromissos, catalogados em sete pilares, cujos objectivos tinham como primeiro horizonte o ano de 2015. Desses 21 objetivos, 17 estão em franca progressão, registando o grupo resultados globalmente em alta, sendo a tendência no final do primeiro semestre 2015 francamente positiva.

Outra das vertentes da política ambiental do grupo reside na implementação do programa Plant for the Planet. Em que consiste?

O Plant for the Planet, que está inserido no compromisso da biodiversidade, pretende reduzir o impacto ambiental, regenerar ecossistemas fragilizados e apoiar a população local. O programa pretende motivar os clientes a reutilizar as suas toalhas de banho sempre que fiquem hospedados mais do que uma noite num hotel do grupo, um gesto que permite realizar economias de lavanderia, mas também consumir menos água, energia e detergentes.

Em contrapartida, a AccorHotels compromete-se em financiar a plantação de árvores (metade das economias financeiras são investidas em programas de plantações). Esta iniciativa da AccorHotels ultrapassa os programas habitualmente desenvolvidos por outros grupos hoteleiros.

01-12-2015



O grupo tem vindo a adaptar-se às mudanças e às exigências dos clientes, com uma oferta de serviços cada vez mais inovadora. A ambição é ser um actor mundial de referência, que propõe uma experiência única

ros, porque o seu funcionamento único exige uma compensação financeira por parte dos hotéis aderentes, com vista a apoiar projectos de agro-florestação.

A AccorHotels optou por investir na agro-florestação, pois trata-se de um modo de produção agrícola local e responsável. Hoje, a agricultura rima muitas vezes com desflorestação, monocultura intensiva e uso de pesticidas. Estes modos de exploração em grande escala produzem culturas vulneráveis face às chuvas fortes, à seca e à erosão dos solos. Se os riscos são naturais, a solução também se encontra na natureza. As árvores plantadas no seio das florestas ou nas periferias de parcelas agrícolas retêm a água e criam um ambiente propício à biodiversidade, ou seja, à agro-florestação.

De que forma têm visto o vosso esforço reconhecido internacionalmente?

Hoje, a AccorHotels é sem dúvida o grupo hoteleiro de referência em matéria de desenvolvimento sustentável, em relação aos players do sector, da imprensa e de muitos

clientes que escolhem os nossos hotéis pela sua performance ambiental e social. Penso que, além dos diversos prémios recebidos, este é o melhor reconhecimento.

Chegam agora com este projecto a Portugal. De que forma vai o mesmo ser implementado?

As poupanças em lavandaria efectuadas em Portugal vão agora ser canalizadas para um projecto em solo português, mais precisamente no Baixo Alentejo.

A AccorHotels identificou, em conjunto com o seu parceiro Pur Projet, um projecto da Associação de Defesa do Património de Mértola (ADPM) localizado em pleno Parque Natural do Vale do Guadiana. Este projecto visa proteger a biodiversidade e os recursos de água, regenerar os solos e combater a erosão que assola a região alentejana. Além disso, tem um papel importante na economia local, ao trazer recursos adicionais para pequenos agricultores da região, permitindo-lhes diversificar a sua produção e fonte de rendimentos.

Nesta primeira fase, a AccorHotels irá proceder à plantação de espécies autóctones na propriedade Monte do Vento da ADPM, apoiando oito agricultores locais. Até ao final do ano, está prevista a plantação de 3740 árvores (entre romãzeiras, amendoeiras, oliveiras, azinheiras, etc.) e 1900 plantas (como alecrim, rosmaninho, murta, entre outras) numa área de cerca de 18 hectares.

O projecto passa por plantar árvores e arbustos junto de albufeiras de água, para reter os recursos hídricos tão preciosos na região, a qual é considerada uma das mais quentes e secas da Europa, e por plantar nas cercanias de terrenos de modo a combater as monoculturas intensivas. Estas plantações permitem ainda aos agricultores locais diversificar as suas culturas, aliando por exemplo terrenos de cultivo e pastorícia com a plantação de árvores, o que lhes permite diversificar as suas fontes de rendimento.

Quantas unidades participam no programa?

Em Portugal 29 hotéis já participam no programa Plant for the Planet, o que corresponde a 90,6% do total do parque actual de unidades AccorHotels em Portugal.

Quem vão ser os vossos parceiros?

Os nossos parceiros são a Pur Projet, que selecciona, implementa e acompanha os nossos projectos a nível mundial, e a Associação de Defesa do Património de Mértola.

Relativamente ao futuro, têm prevista a abertura de novas unidades em Portugal?

A AccorHotels tem muito interesse em desenvolver-se em Portugal, principalmente através de franchising. Este ano inaugurámos o Mercure Lisboa Almada, e em 2014 abrimos o ibis budget Braga Centro e antes o ibis Lisboa Parque das Nações. Esperamos ter mais unidades, que divulgaremos em tempo oportuno. ●

A INICIATIVA TEM AINDA UM ENFOQUE ESPECIAL NO APOIO A JOVENS AGRICULTORES QUE PRETENDEM DESENVOLVER UMA AGRICULTURA BIOLÓGICA

01-12-2015



Entrevista

Jean-Charles Delgado

Director-geral da AccorHotels para Portugal e Espanha

Com 40 anos de vida o grupo AccorHotels tem vindo a crescer de uma forma sustentada. Portugal e Espanha são mercados que têm vindo a ganhar relevância no cômputo geral dos resultados do grupo pelo que a sua importância tem vindo a acentuar-se. ► Pág. 84