Accor aposta em marca de luxo light para crescer

Expansão econômica colocou o país na rota da rede Pullman, categoria superior, sem excessos, voltada para o segmento corporativo. Plano é abrir 15 hotéis até 2016

Regiane de Oliveira
roliveira@brasileconomico.com.br

A rede de hotéis francesa Accor entrou no Brasil em 1977 com uma aposta bastante distinta de suas concorrentes na época. Enquanto as gigantes da hotelaria mundial investiam na abertura de hotéis de luxo para o lazer, a rede trouxe o Novotel, sua marca 'midscale', antigo quatro estrelas, de olho no crescimento do mercado corporativo no país. Tempos depois, foram as bandeiras econômicas, também com foco em negócios lideradas pelo Ibis, que deram o tom da expansão. Uma estratégia bem sucedida. Hoje, dos 153 hotéis da rede no Brasil, 75 são de categoria econômica e supereconômica. Agora os tempos são outros e a Accor agora quer mais do que o mercado econômico pode oferecer.

Em linha com sua estratégia internacional, a companhia quer crescer no país com a bandeira 'upscale hi-tech' Pullman, lançada mundialmente em 2008, com o luxo sem excessos, cujo primeiro hotel foi aberto há um ano em São Paulo. "O Ibis é ainda a marca que tem maior velocidade de expansão em todo o mundo. Já as marcas 'midscale' estão sofrendo um pouco com falta de identidade e espírito e devem passar por reformulação. Mas com a explosão econômica do Brasil, vemos um grande potencial para os hotéis de categoria superior da Pullman", afirmou Gregoire Champetier, chief marketing officer do Grupo Accor, que fez uma passagem relâmpago no país para acompanhar o desenvolvimento da bandeira.

Champetier sabe que crescer com hotéis de alto padrão não é uma tendência natural da empresa na América do Sul. "É um novo mercado que vamos desenvolver", diz. Ele até brinca com o fato de no Brasil, o nome Pullman ser bastante associado a uma marca de pães, um tanto longe do luxo e modernidade esperado pela rede. "Teve um tempo que Apple era só maçã, hoje é uma famosa empresa de computadores", diz ele, confiante.

O plano da Accor é abrir 15 unidades na região até 2016. Por enquanto, são 60 hotéis da marca em todo o mundo e um em construção em Belo Horizonte. Trata-se do projeto Site Belvedere, da construtora Maio Paranasa, que vai investir R$ 150 milhões na abertura de um Pullman ao lado de um Ibis. ■

Alexandre Rezende

Champetier, da Accor: estratégia para liderar América Latina

HOTELARIA EM EXPANSÃO

As marcas que a Accor planeja desenvolver no Brasil

PULLMAN
"Upscale hotel" para negócios e lazer. Tem 60 unidades em todo o mundo, sendo uma em São Paulo. Há um hotel da marca em construção em Belo Horizonte

ADAGIO
Marca para apart-hotel com 88 unidades em operação em todo o mundo. Tem seis projetos assinados sendo desenvolvidos no país

MGALLERY
Hotel-butique voltado para a conversão de hotéis já existentes, focado em hospedagem de negócios. São 48 hotéis em operação. Há planos de abrir entre 10 e 12 no Brasil até 2016

Fonte: empresa

Acervo exclusivo de artigos para fins educacionais.

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 14 jun. 2012, Primeiro Caderno, p. 16.