

ACCOMPAGNARE IL CLIENTE

CONVEGNO ABI - DIMENSIONE CLIENTE 2016

Renzo Iorio

SOFITEL
LEGEND

SO
SOFITEL

SOFITEL

M
GALLERY

PULLMAN

NOVOTEL

Mercure

MAMA
SHELTER

adagio

ibis

ibis
STYLES

ibis
budget

hotelf1





ACCOR HOTELS

Feel Welcome

1° operatore
mondiale

6° operatore al mondo
per numero di camere

3.873
HOTEL

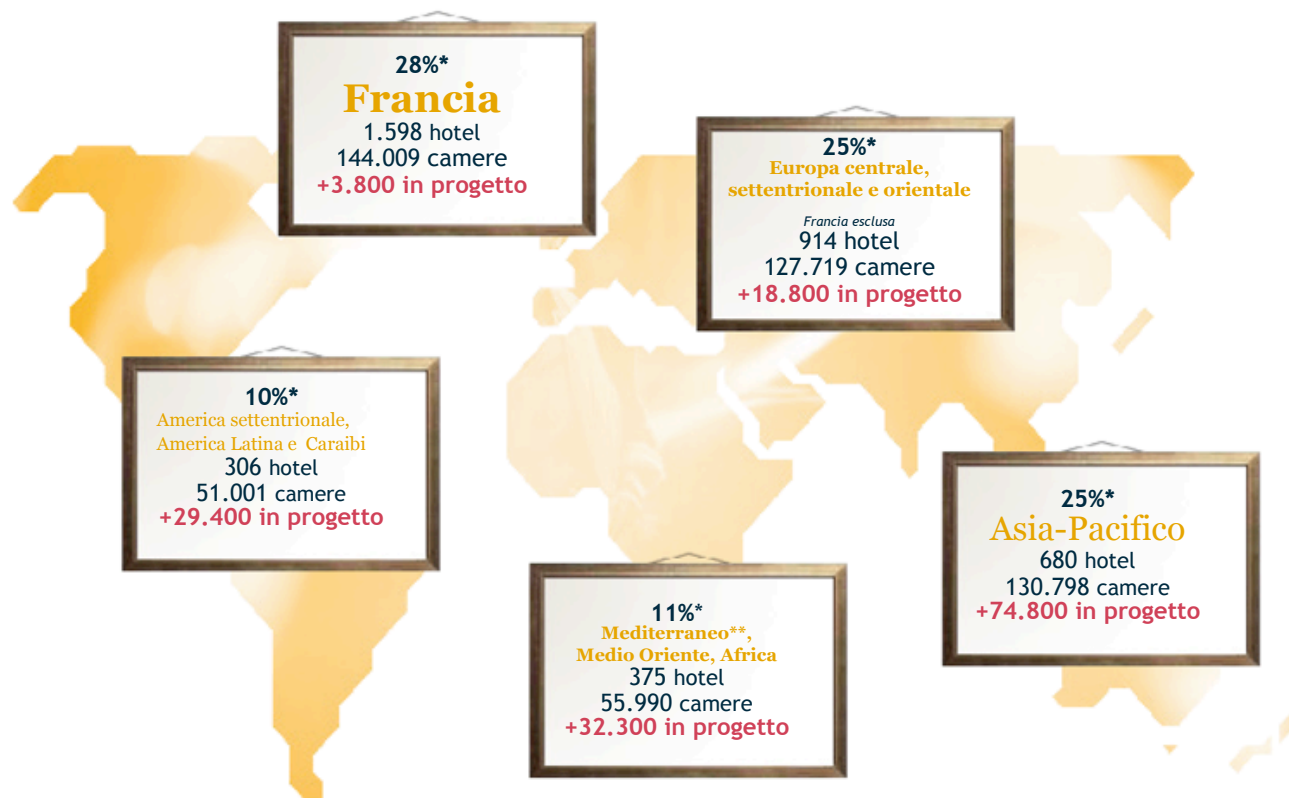
92
PAESI

GIRO D'AFFARI

5.454 milioni di €

EBITDA

923 milioni di €



*Percentuale in numero di camere del parco alberghiero al 31 dicembre 2015.

** La zona "Mediterraneo" comprende Spagna, Grecia, Israele, Italia, Malta, Portogallo e Turchia.

I nostri marchi

LUSSO e
UPSCALE



MIDSCALE



FASCIA
ECONOMICA



AccorHotels: primo gruppo alberghiero in Italia

- **72** alberghi
- Circa **2.000** collaboratori
- **131** M.E. di fatturato
- **8** nuove aperture nel 2015
- **7** nuove aperture previste nel 2016





Market trends

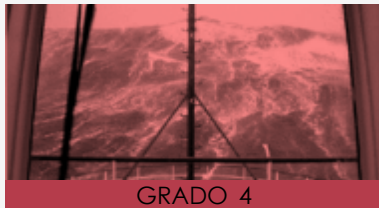
I cicli d'innovazione

fortemente ridotti  un futuro poco prevedibile

TEMPO NECESSARIO PER RAGGIUNGERE 50 MILIONI DI UTENTI ATTIVI



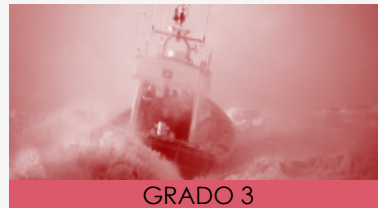
Rivoluzione digitale: dirompenza o opportunità



GRADO 4

RISCHIO DI COMPLETA SOSTITUZIONE DIGITALE

- Musica
- Media (stampa, riviste)
- Assicurazioni



GRADO 3

NECESSITÀ DI ADATTARSI AI MODELLI DEI NUOVI COMPETITOR DIGITALI

- Pubblicità
- Assicurazioni sulla vita
- Travel distribution
- Grande distribuzione
- Servizi bancari



GRADO 2

L'ESPERIENZA IBRIDA DEL CLIENTE: TRA REALE E DIGITALE

- Compagnie aeree
- Settore automobilistico
- Prodotti di consumo
- Educazione
- Salute
- **HOTELS & Ristoranti**
- Settore manifatturiero
- Telecomunicazioni
- Trasporto e Logistica



GRADO 1

IMPATTO DEL CAMBIAMENTO DIGITALE SU COSTI E PROCESSI

- Costruzioni
- Industria mineraria
- Petrolio e Gas
- Energia
- Settore farmaceutico

Verso un consumatore sempre connesso



I dispositivi mobili prendono il posto dei fissi

DAL 2014, IL NUMERO DI UTENTI CONNESSI TRAMITE MOBILE HA SORPASSATO IL NUMERO DI UTENTI CHE NAVIGANO ATTRAVERSO APPARECCHI FISSI

(SOURCE: MORGAN STANLEY RESEARCH)



Il digitale è la fonte primaria d'ispirazione nella scelta di Viaggio

IL 65% DI VIAGGIATORI LEISURE IL 69% DI VIAGGIATORI BUSINESS VENGONO ISPIRATI DA FONTI ONLINE

(SOURCE: GOOGLE TRAVEL STUDY, 2014)



I viaggiatori usano sempre più dispositivi mobili per navigare online

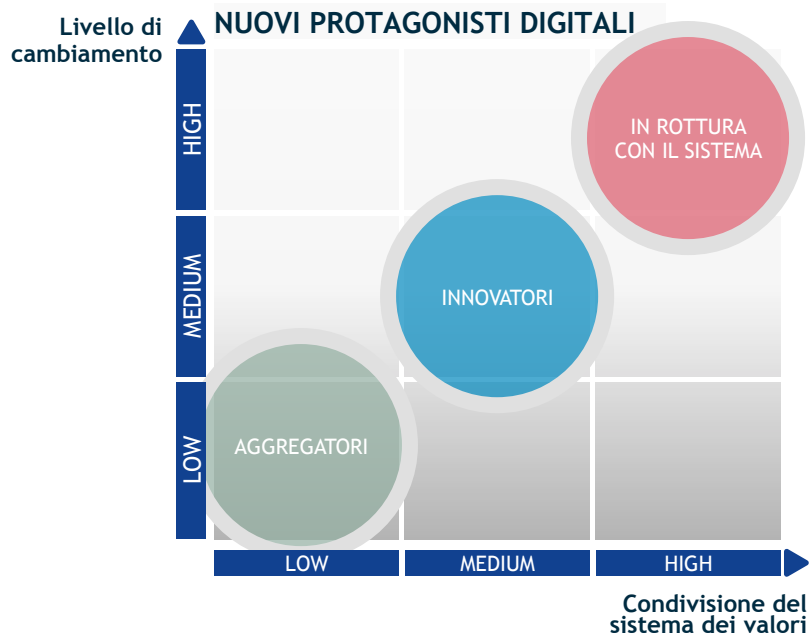
LE PRENOTAZIONI DI VIAGGIO TRAMITE MOBILE AUMENTERANNO DAL 15% DEL 2014 AL 35% NEL 2018

(SOURCE: EMARKETER)

Nuovi protagonisti stanno emergendo



I nuovi «attackers» digitali stanno cambiando le regole e rivoluzionando il tradizionale sistema dei valori



ESEMPI



La catena del valore sta cambiando

LE PRENOTAZIONI ALBERGHIERE TRAMITE OTA

sono raddoppiate in 5 anni

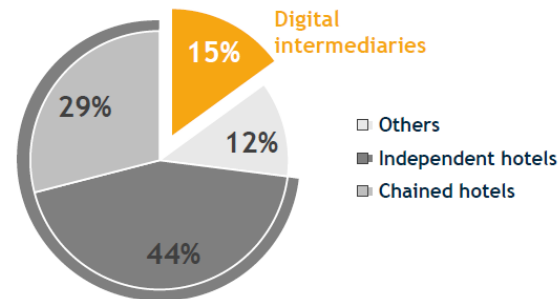
X2

DAL 12% NEL 2009
AL 24% NEL 2015

Source: Emarketer, Oct 2014

GLI INTERMEDIARI DIGITALI
RAPPRESENTANO IL 15% DEL FATTURATO
TOTALE DELL'INDUSTRIA DELL'OSPITALITÀ

Profitti generati dall'industria
dell'ospitalità (GOS) = € 70 miliardi



INTERMEDIARI DIGITALI: €10 MILIARDI (GOS) =
15% DEI PROFITTI DELL'INDUSTRIA DELL'OSPITALITÀ

**Sono essenziali investimenti per attuare la
trasformazione digitale**

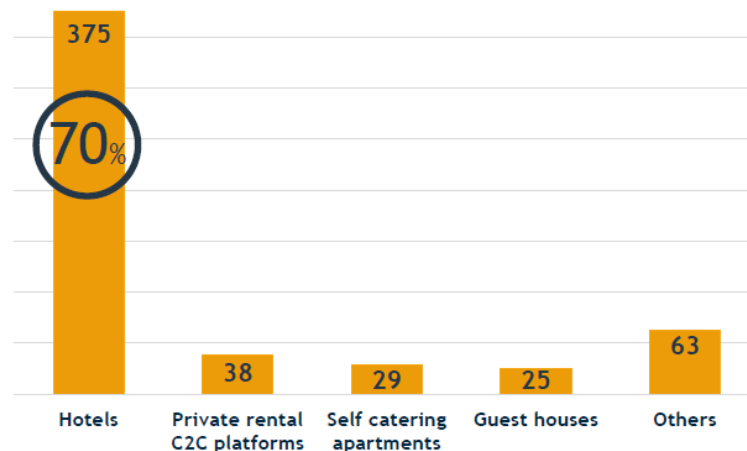
Sources: Company financial report, specialized press, analyst report,
Bain analysis and estimates



Quale risposta in un mercato frammentato

IL SETTORE ALBERGHIERO
RAPPRESENTA IL 70% DEI RICAVI TOTALI
DEL SETTORE TURISTICO

**Ricavi totali delle prenotazioni
nel 2014: € 530 miliardi**



GLI HOTEL INDIPENDENTI DOMINANO IL
SEGMENTO ALBERGHIERO

**Gli hotel indipendenti
rappresentano in numero di
camere**

33% 62% 73% 78%

USA

ASIA
PACIFIC

EUROPE
AFRICA and
MIDDLE EAST

LATIN
AMERICA

Source: Euromonitor; Cowen; PhocusWright; Bain Analysis





Ribadire e capitalizzare sul proprio core business

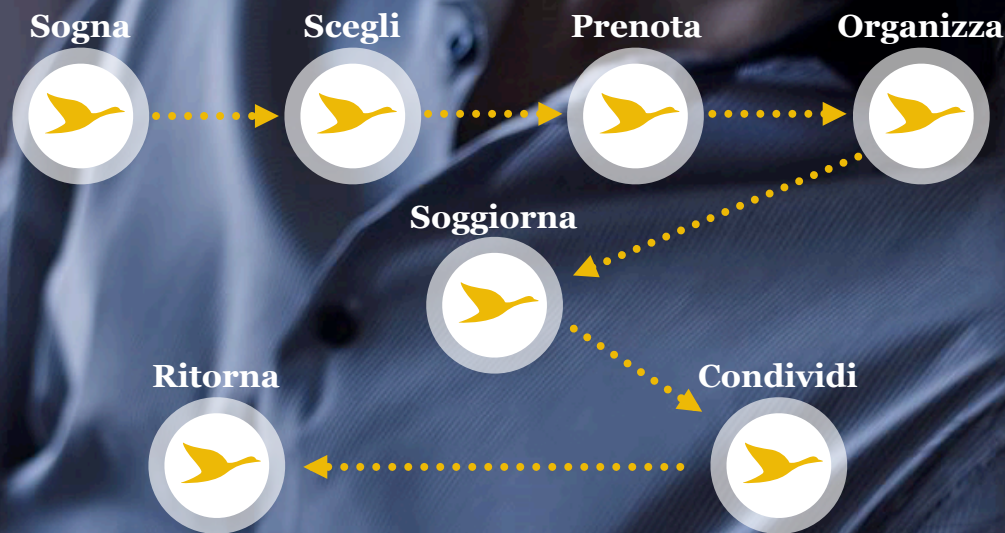
ma

ponendosi nella prospettiva cliente



La nostra eccellenza nell'ospitalità
durante tutto il percorso cliente

Diventare il punto di riferimento digitale nel mondo del viaggiatore



Ragionare per inclusione

AGGREGARE INNOVAZIONE PER ACCELERARE LA CRESCITA



wipolo

Acquisizione di Wipolo

(Ottobre 2014)



Quota in Mama Shelter

(Ottobre 2014)



FASTBOOKING
THINK > DIRECT

Acquisizione di FastBooking

(Aprile 2015)



Acquisizione di FRHI

(dicembre 2015)



Quota in Oasis

(Febbraio 2016)



SQUARE
break.

Quota in Square Break

(Febbraio 2016)



Riconoscere e ricompensare i propri clienti



24 milioni
di aderenti al programma
fedeltà Le Club AccorHotels

32%

Del fatturato Gruppo

AccorHotels.com

DA PORTALE DI DISTRIBUZIONE PROPRIO A MARKETPLACE

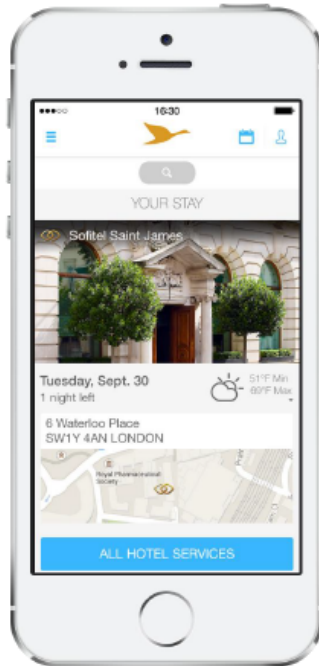


- PIÙ OFFERTA E SERVIZI AI PROPRI CLIENTI (DA 4.000 A 10.000 ALBERGHI NEL MONDO)
- UN NUOVO MERCATO NEL B2B
- UN CANALE DI DISTRIBUZIONE ALTERNATIVO
- LA POTENZA DI UN LEADER DELL'OSPITALITÀ
- COMMISSIONI COMPETITIVE SULLE TARIFFE
- REGOLE TRASPARENTI
- ACCESSO AI DATI DEL CLIENTE

**Un Marketplace per hotel selezionati dagli albergatori,
tenendo in considerazione il giudizio dei clienti**



La app di AccorHotels diventa la **BIG APP**



Un'unica app che raccoglie tutti i marchi di AccorHotels e gli hotel indipendenti del Marketplace di AccorHotels.com

Una app che sia utilizzabile durante tutto il percorso del cliente, dall'organizzazione, al soggiorno, alla fidelizzazione

Una app facile da usare con aggiornamenti ogni tre settimane

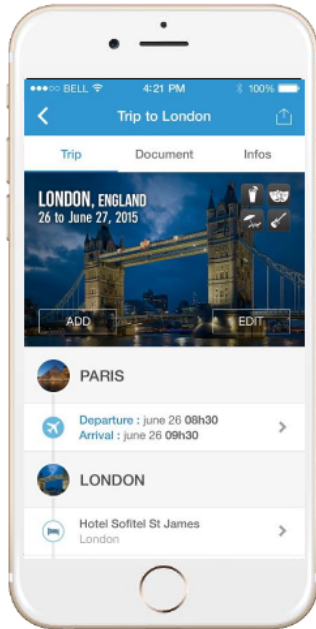
L'obiettivo: diventare una delle 3 app di viaggio più scaricate



Big App AccorHotels

2015

Innovazioni a portata di clic



Gli utenti ricercano sempre più informazioni via mobile. Non solo per prenotare ma anche per informarsi su destinazioni, musei, luoghi di interesse >>> Ricerca di informazioni a 360°

- City Guide
- Digital Services
- Wipolo
- Check-in e check out online
- Notifiche
- Beacons

Next



Supportare la realizzazione di contenuti e servizi fruibili via Big App per soddisfare nel miglior modo possibile il processo di «Sogna, organizza, soggiorna»



Rimanere costantemente significativi per i propri clienti

- Per difendere/riconquistare quote di valore aggiunto
- Per non diventare produttore di « commodities »
- Per sostenere l'attrattività di impresa





Feel Welcome