



ADAGIO
EN PÉRIODE DE CRISE,
UNE SOCIÉTÉ FRANÇAISE LEADER,
AUX RÉSULTATS RASSURANTS ET AUX PROJETS AMBITIEUX

Paris, le 13 mai 2020 - Créée en 2007, par deux groupes leaders mondiaux du tourisme et du lifestyle, Aparthotel Adagio propose trois gammes d'établissements : Adagio Access l'offre bon plan en 3 étoiles, Aparthotel Adagio l'offre confort en 4 étoiles et Adagio Premium pour des séjours haut de gamme. Leader sur le marché européen des Appartements Hôteliers, la marque compte aujourd'hui 116 Aparthotels, rassemblant plus de 13 000 appartements, dans 13 pays. Leur promesse : les services d'un hôtel avec la liberté d'un appartement spacieux équipé d'une cuisine.



Constat exceptionnel, positif et encourageant dans le secteur du tourisme, malgré la crise.

Dès le début du confinement, à l'heure où tous les commerces non essentiels ont dû fermer, 28 sites Aparthotel Adagio sont restés ouverts, accueillant et ayant accueilli du personnel soignants (plus de 4 800 nuitées via la plateforme mise en ligne par le groupe Accor) mais aussi des clients.

En Ile de France mais aussi à Strasbourg, Toulouse, Nice, Bordeaux ou encore à Nantes, Adagio continue de recevoir ses hôtes en appliquant les gestes barrières et en mettant à disposition les équipements nécessaires pour la sécurité de tous. L'Europe n'est pas en reste : en Allemagne mais aussi à Rome, Amsterdam et Genève, les clients leur font confiance. Ils partagent cette période de confinement avec le personnel Adagio qui s'est adapté pour les accueillir et faciliter leur séjour.



GRÂCE À SON BUSINESS MODEL ET À SA BONNE SANTÉ ÉCONOMIQUE « PRÉ-COVID », ADAGIO PRÉVOIT D'ICI FIN JUIN DE ROUVRIRE 90 % DE SES SITES.

Le long stay, un business model résistant face à la crise sanitaire

Le business model d'Adagio, capitalisant sur le long stay, permet à la marque de faire face à la crise et d'en minimiser ses dommages collatéraux.

En effet, cette stratégie, via des tarifs dégressifs, maximise le taux d'occupation de l'aparthotel, notamment en basse saison, en offrant une plus grande homogénéité de l'activité. Ce business model est plus rentable que celui de l'hôtellerie classique où l'activité est uniquement concentrée sur quelques périodes clés.

Par ailleurs, Adagio, via une restauration limitée, un ménage hebdomadaire et une utilisation idéale de ses espaces, réduit ses charges et coûts de manières considérables lui permettant une rentabilité optimale.

Les voyants sont donc au vert pour Adagio, leader sur le marché européen de l'appart-hôtellerie, dont l'objectif est de doubler son nombre d'Aparthotels d'ici 2023.

ADAGIO EN CHIFFRES

725 000 séjours en 2019,
soit 2,7 millions de nuitées.

116 Aparthotels - objectif 220 en 2023

Présence dans 13 pays

13 000 appartements

Durée moyenne de séjour 4 jours,
contre 1,1 dans l'hôtellerie traditionnelle.

60% de clients Business et 40% de clients Loisirs

Q & A de Karim Malak, Directeur Général d'Aparthotel Adagio :

Quelles ont été les répercussions du COVID-19 sur le fonctionnement d'Adagio ?

- La sécurité des salariés, sujet prioritaire pour nous
- La mise en activité partielle de la quasi-totalité des collaborateurs
- La fermeture de 75% de nos sites
- L'arrêt et la repriorisation de certains projets long et moyen termes

Comment Adagio a géré le début du confinement ? Quelles mesures ont été mises en place ?

- Une cellule de crise en relation avec les autorités sanitaires
- La mise en œuvre de tous les gestes barrières sur les sites ouverts
- Le télétravail pour l'ensemble du siège social
- L'organisation de réunions virtuelles avec l'ensemble des salariés pour informer, garder le contact et la mobilisation de tous

Pourquoi Adagio dispose-t-il d'un bon business model dans le contexte actuel ?

- L'usage de l'appart-hôtellerie colle avec son temps, nos valeurs et nos éléments de différenciation font notre force : cuisine, espace, prix dégressifs sur la durée, sécurité et assistance par les équipes
- La durée moyenne de séjour, beaucoup plus longue que dans l'hôtellerie traditionnelle nous assure un taux d'occupation plus élevé sur l'ensemble de l'année
- Nous avons une clientèle mixte Business et Loisirs qui permet d'équilibrer les remplissages et d'être moins en risque sur un seul type de client
- Nous avons des coûts variables faibles qui nous permettent d'être profitables très vite et d'attirer des investisseurs solides à la recherche d'une rentabilité pérenne
- Nos 2 actionnaires qui nous permettent des synergies de moyen et une visibilité essentielle

Adagio atteindra-t-il son objectif de doubler son nombre d'Aparthotels en 2023 ?

Oui, de nombreuses ouvertures sont déjà en cours de signature. Nous sommes confiants pour l'avenir.





www.adagio-city.com

A PROPOS D'APARTHOTEL ADAGIO

Issue en 2007 de la joint-venture entre les groupes Accor et Pierre & Vacances Center Parcs, Aparthotel Adagio est leader sur le marché de l'appart'hôtellerie en Europe. La marque propose dans ses établissements des appartements modernes et entièrement équipés, ainsi que des services en plus tels que le petit-déjeuner, le wifi ou encore le ménage à la carte. Ces hébergements s'adressent aussi bien aux familles en city break qu'aux voyageurs d'affaires en long séjour qui bénéficient de tarifs dégressifs dès 4 nuits.

Aparthotel Adagio propose trois gammes de produits : les Aparthotels Adagio, des résidences contemporaines milieu de gamme ; les Aparthotels Adagio access, la gamme accessible, et les Aparthotels Adagio premium, les Aparthotels haut-de-gamme.

CONTACT PRESSE

Bureau de presse Pascale Venot

Caroline Coppinger

caroline@pascalevenot.fr

06 50 78 04 28

Elodie Cusse

elodie@pascalevenot.com

06 78 58 64 86