

HOTELS VON WELTKLASSE & FRANZÖSISCHER ELEGANZ

Die Sofitel Luxury Hotels streben danach, die erste französische und damit europäische Marke in der internationalen Luxushotellerie zu werden – ein Markt, den derzeit amerikanische und asiatische Gruppen dominieren. Dieses Ziel vor Augen, entwickelt Sofitel seine Luxusstandards unbeirrt und voller Leidenschaft weiter.

Mutig und selbstbewusst kündigte Sofitel Ende 2007 eine neue Interpretation der Marke an, die auf bestehenden Werten gründet, während die Standards für den neuen Marktauftritt verfeinert und neu definiert werden. Der Relaunch umfasste auch eine neue visuelle Identität. Das Logo symbolisiert in einer modernen geometrischen Form des "O" von Sofitel das Bindeglied zwischen Hotel und Gast.

Die neue "DNA" der Gruppe liegt in der Kreation außergewöhnlicher und individueller Luxushotels, die raffiniert die französischen Wurzeln der Marke wie Eleganz, Savoir vivre und Gastfreundschaft mit den schönsten Elementen der jeweiligen Landeskultur verbinden. Die harmonische Balance zwischen französischem Flair und den regionalen Besonderheiten steht bei jedem Sofitel Hotel im Vordergrund und zeigt sich im Innendesign, dem kulinarischen Angebot, aufmerksamen Service und einem persönlichen, auf die landestypischen Bräuche abgestimmten Willkommensgruß.

Die Sofitel Luxury Hotels sind angekommen. Begleitet wird Sofitel auf seinen ersten Schritten in die Luxushotellerie von der „Life is Magnifique“-Werbekampagne des US-amerikanischen Fotografen Tom Walker. Diese neue Kampagne lässt der Fantasie freien Lauf und verlockt dazu, Assoziationen wie Freude, Charme, Luxus, Genuss, Eleganz, Weiblichkeit, Komfort, Sanftheit und Raum selbst zu entwickeln – gepaart mit französischer Raffinesse.

Ein weiterer wichtiger Schritt und Hauptaugenmerk waren es, ein schlüssiges Hotelnetzwerk zu schaffen. Rund 50 Hotels wurden aus dem Sofitel Netzwerk ausgeschlossen, so dass das Portfolio 2009 noch 130 Sofitel Hotels zählt. Neben der Umstrukturierung des Netzwerks initiierte Sofitel ein umfangreiches Renovierungsprogramm (etwa 20 Häuser mit unterschiedlichem Umfang und Ausmaß), das jedes einzelne Sofitel Hotel auf einen einheitlich hohen Standard hebt. Sämtliche Renovierungen sind bis voraussichtlich 2012 abgeschlossen.

Die Marke ist bereits in den internationalen Metropolen wie London, New York, Peking, Paris, Kairo, Bangkok, Berlin, Buenos Aires, Brüssel, Chicago, Washington, Los Angeles, Shanghai (und bald in Dubai) sowie in einigen der beliebtesten Feriendestinationen wie Bora Bora (Französisch Polynesien), Fez und Marrakesch (Marokko), Rio de Janeiro, Hanoi (Vietnam), Cartagena (Kolumbien), Angkor (Kambodscha), Luxor und Aswan (Ägypten) vertreten und entwickelt sich immer weiter – derzeit am stärksten in Asien und dem Mittleren Osten.



Die Sofitel Luxury Hotels bieten ihren Gästen außergewöhnliche Hotels mit französischem Flair und individuellen, regionalen Besonderheiten:

- Eine exklusive Auswahl an Brot, Gebäck, Champagner und Weinen vermitteln französisches Lebensgefühl. Das kulinarische Angebot umfasst eine Selektion feinsten französischer Produkte neben lokalen Gerichten und Delikatessen.
- Grundlegende französische Elemente komplettieren das Ambiente des jeweiligen Hotels: ein schlichtes "Bonjour" beim Check-in, stilvolle Uniformen, das exklusive Sofitel MyBed™ Konzept (SoBed in den nordamerikanischen Häusern), auf die jeweilige Tageszeit abgestimmte Hintergrundmusik, edle Düfte, elegante Blumenarrangements sowie Kerzen in der Lobby und den Bars.
- Ein individueller, herzlicher Gästeservice – basierend auf freundlicher Gastlichkeit und persönlicher Anteilnahme.

Im Zuge ihrer Neupositionierung im Luxushotelmarkt konnten die Sofitel Luxury Hotels einige der größten Namen im Bereich Architektur & Design gewinnen: Jean-Paul Viguier für das Sofitel Chicago Water Tower; Jacques Grange für das Sofitel Paris Le Scribe; Pierre-Yves Rochon für das Sofitel London St James und Sofitel Cairo El Gezira; die amerikanische Firma von Yabu Pushelberg für Sofitel Los Angeles; Philippe Capron für Sofitel Luxembourg Grand Ducal und viele andere.

Ganz aktuell verpflichtete Sofitel die beiden Innendesigner Antoine Pinto und Patrick Norguet, der Crystal Lounge im neu renovierten Sofitel Brussels Le Louise und der Brasserie Silk im Sofitel Lyon Bellecour einen neuen Look zu verpassen.

Ferner entwickelte der französische Architekt Jean Nouvel das Design des ersten Sofitel in Wien, das 2010 eröffnet. Das französisch-marokkanische Team von Didier Gomez und Karim Chakor gestaltet das Sofitel Rabat Jardin Royal um und Sybille de Margerie wirkt an den Renovierungen des Sofitel Old Cataract in Aswan, des Sofitel Grand Amsterdam und des Sofitel Palais Jamaï in Marokko mit.

Bereits seit einigen Monaten erfolgreich im Gange, benötigt das anspruchsvolle Projekt der Neu-Interpretation der Marke einige Zeit – vor allem weil parallel intensive Mitarbeiterschulungen stattfinden. Schon über die Hälfte der Hotels entsprechen aber den neuen Standards der Marke und unterstreichen den Anspruch der Sofitel Luxury Hotels: Hotels von Weltklasse und französischer Eleganz.

VP Communications Sofitel weltweit:

Françoise PARGUEL
Francoise.parguel@sofitel.com

Pressekontakt Sofitel weltweit:

Rodolphe MOULIN-CHABROT
+ 33 (0) 1 45 38 19 15
rodolphe.moulin-chabrot@sofitel.com

