



ACCOR HOTELS

Feel Welcome

Pressmeddelande

Stockholm, 22 november 2018

Ny undersökning: Det här är viktigast för lyxresenärer

Lyxresenärer vill ha exklusiva och genuina upplevelser när de reser. De anser även att hotellet är en viktig källa till det allra bästa som en destination har att erbjuda. Det visar undersökningen *Luxury Insights: Gateway to Home* där hotellkedjan Fairmont tagit reda vad världens lyxresenärer värdesätter på resan.

Undersökningen visar att hotellet har en fortsatt central position i närsamhället och för resenärernas sammantagna reseupplevelse. Hotellet ses som en viktig plats för både lokala och tillresta gäster som vill uppleva den unika "själen" av destinationen. 85 procent av de tillfrågade anser att de bästa hotellen har personal som är bekanta med området och kan dela med sig av genuina tips.

– Många resenärer ser resan som en möjlighet att växa som människa. De letar efter personliga upplevelser som är större än resan i sig. Därför kommer det inte som någon överraskning att våra hotell spelar en central roll i att koppla samman våra gäster med det lokala samhället - vare sig det gäller kultur eller naturupplevelser, säger Sharon Cohen, VP på Fairmont Hotels & Resorts.

Resenärerna menar även att de prioriterar ett hållbart resande högt och förväntar sig att även hotellen tar sitt ansvar. 84 procent av de tillfrågade anser att det är viktigt att hotellet kan erbjuda service och upplevelser som inte skadar miljön eller samhället.

– Den nya lyxen är det som känns äkta och svåråtkomligt. Detta går förstås hand i hand med att skydda världens mest unika platser och kulturer, något som blivit mycket viktigt inte minst för många av våra nordiska resenärer. Vi i Norden ligger långt fram när det gäller natur- och ekoturism och den utvecklingen går framåt i en rasande takt, säger Jan Birkelund, ansvarig för försäljning och distribution på AccorHotels i Norden.

Undersökningen bygger på data från en studie där 2 725 lyxresenärer från Frankrike, Förenade Arabemiraten, Kanada, Storbritannien, Tyskland, Kina och USA svarat på frågor om sina vanor och prioriteringar under resan. Undersökningen visar bland annat att:

- Exklusivitet är viktigare än varumärket. 65 procent av de tillfrågade menar att det är särskilt attraktivt med upplevelser som inte är tillgängliga för alla. Och för den nya generationen är denna fråga ännu viktigare. 90 procent av de yngre lyxresenärerna är villiga att betala extra för en exklusiv upplevelse.



- Hotellpersonalens lokala kännedom är viktig. 85 procent av lyxresenärerna anser att de bästa hotellen har personal som är bekanta med området och kan dela med sig av genuina tips.
- Hotellet har en fortsatt viktig roll att spela. En betydande majoritet (93%) ser hotellet som en central del av semesterupplevelsen. Över hälften av de tillfrågade (59%) menar att hotellutbudet påverkar deras val av destination.
- Grönt är skönt. 84 procent av lyxresenärerna anser att det är viktigt att hotellet kan erbjuda service och upplevelser som inte skadar miljön eller samhället. Idag är det många som oroas av överturism och inser värdet av att välja hotell och destinationer som bidrar till en hållbar utveckling.
- Lyxhotellet är inte bara en plats för tillresta besökare. 77 procent av de tillfrågade menar att dessa hotell är attraktiva mötesplatser för sociala och affärsmässiga sammanhang - även om de ligger i deras hemstad.
- Det är viktigt att hotellet har en nära koppling till samhället. Erfarna lyxresenärer förstår turismens positiva inverkan på en destination och ser gärna att hotellet gynnar sitt närsamhälle. 80 procent tycker att hållbara leverantörer och lokalt producerade produkter är viktigt.

Läs hela rapporten här: www.fairmont.com/promotions/luxuryreports

För mer information:

Ingemar Åkesson
PR-konsult för AccorHotels i Skandinavien
Telefon: +46-70-898 33 69
E-post: ingemar@comma.se

Jan Birkelund
VP Sales, Distribution & Loyalty Scandinavias & Finland
Telefon: +46-73-433 80 65
E-post: jan.birkelund@accor.com

Om AccorHotels:

[AccorHotels](#) är världsledare inom resa och livsstil samt en digital innovatör som erbjuder unika upplevelser vid mer än 4 600 hotell, resorts och bostäder i över 100 länder. Med en oöverträffad portfölj av internationellt kända [hotellvarumärken](#) – som täcker alltifrån lyxhotell, populära mellanklass- och boutiquehotell samt ekonomiklasshotell – har AccorHotels i mer än 50 år erbjudit en svårslagen service och expertis.

Utöver sin kärnverksamhet, har AccorHotels även framgångsrikt utökat sitt utbud av tjänster och blivit världsledande inom uthyrning av [privata lyxbostäder](#) med mer än 10 000 sagolika fastigheter runt om i världen. Hotellgruppen erbjuder även [conciergetjänster](#), [delade kontorsytor](#), [restaurangupplevelser](#), [evenemang](#) och [digitala lösningar](#). Tillsammans med sitt globala team med mer än 250 000 engagerade medarbetare har AccorHotels en målmedveten passion för att alla gäster ska känna sig välkomna. Bland annat har gästerna tillgång till ett av världens mest givande hotellojalitetsprogram – [Le Club AccorHotels](#).

AccorHotels spelar också en aktiv roll i sina lokalsamhällen och verkar för att främja hållbar utveckling och solidaritet genom [PLANET 21 Acting Here](#), ett omfattande program som samlar medarbetare, gäster och partners för att driva en hållbar tillväxt. Sedan 2008 har dessutom [AccorHotels Solidarity Endowment Fund](#) fungerat som en naturlig förlängning av hotellgruppens verksamheter och värderingar, för att bidra till att bekämpa social och ekonomisk utsatthet.



Accor SA är noterade på Euronext Paris (ISIN-kod: FR0000120404) och handlas i USA på OTC-marknaden (kod: ACRFY).

För nyheter om AccorHotels:

<http://www.facebook.com/accorhotelsgroup>

<http://www.twitter.com/accorhotelsnews>

<http://www.accorhotels.group>

Boka hotell: <http://www.accorhotels.com>