



Communiqué de presse

LE 20 MAI 2021

Accor dévoile sa nouvelle campagne mondiale, « Unveil the World », célébrant le retour des voyages et des vacances



LE LANCEMENT DE CETTE CAMPAGNE INTERNATIONALE, METTANT EN SCÈNE LIL BUCK, DOMINIQUE MIRAMBEAU ET MAO XIAOXING, VISE À REVEILLER L'ENVIE DE VOYAGE

Accor, un leader mondial de l'hôtellerie, annonce le lancement de sa campagne « **Unveil the World** » (*dévoiler le monde*) – qui célèbre le retour du voyage, l'approche de l'été et le plaisir des séjours à l'hôtel. En parallèle à l'assouplissement des restrictions sur de nombreuses destinations du monde entier, et en réponse à l'importance de la demande touristique non satisfaite, cette campagne témoigne de la confiance de Accor dans la reprise du voyage, tout en renforçant la focalisation croissante du groupe sur le segment du tourisme.

« Nos hôtels et resorts sont prêts à accueillir à nouveau leurs clients, après avoir mis en œuvre le protocole d'hygiène et de propreté ALLSAFE, qui va au-delà des exigences locales et nationales. Cela permettra de rassurer les voyageurs, car nos établissements comptent parmi les lieux les plus sûrs où renouer avec les loisirs ou les activités professionnelles. Nous proposons en outre des offres tarifaires flexibles et l'annulation à la dernière minute sur All.com, afin que nos hôtes puissent organiser leurs vacances en toute sérénité. Les équipes Accor font tout le nécessaire pour réaliser vos rêves de



vacances cet été », déclare Patrick Mendes, Directeur Général Commercial Groupe, en charge des activités Ventes, Marketing, Distribution et Fidélisation, Accor.

Cette campagne « Unveil the World », inaugurée par la diffusion d'un **film publicitaire**, suscitera l'envie de voyage au sein du grand public et l'invitera à redécouvrir les destinations dont il rêve, ainsi que des expériences pleines de sens qui permettent de vivre plus intensément. Elle sera lancée par l'intermédiaire du programme **ALL - Accor Live Limitless**, le programme de fidélité lifestyle qui réunit l'ensemble des récompenses, des services et des expériences du portefeuille de marques du Groupe.

Steven Taylor, Directeur du marketing Accor, déclare : « *Au cours de l'année écoulée, nous avons tous pu constater sur les réseaux sociaux combien le voyage et la possibilité de faire ce que l'on aime ont manqué à tout le monde. Les gens du monde entier ont vécu des moments très difficiles : il est donc de notre devoir, en tant que créateurs de rêve, de contribuer à leur insuffler un regain d'énergie, de positivité, de magie et de réconfort. Le monde a besoin de voir des signes d'optimisme et nous espérons sincèrement que nos clients auront bientôt la chance de profiter de leurs vacances, certes retardées, mais bien méritées.* »

Des stars inspirantes

Le danseur et chorégraphe américain Lil Buck, tête d'affiche de cette nouvelle campagne Accor, y dévoile le hall d'entrée d'un hôtel prêt à accueillir à nouveau ses clients. Lil Buck commente : « *Nous exprimons de manière artistique le fait que chacun pourra bientôt lever le voile sur le monde et en profiter de nouveau pleinement. Cet été, vous pourrez croquer la vie à pleines dents, prendre l'avion, vous rendre dans une destination où vous avez toujours voulu aller, découvrir l'endroit de vos rêves... qui sait si nous ne serons pas encore coincés chez nous à l'avenir ?* ».

L'excentrique et fascinante Dominique Mirambeau, célèbre mannequin français des années 70, muse d'artistes tels que Salvador Dali, Moebius et Nicki de Saint-Phalle, participe également à cette campagne. Mme Mirambeau déclare : « *Dans notre cœur, nous avons tous un lieu où nous voyageons par l'esprit pour y trouver du réconfort. Parfois, cela fait du bien de s'y rendre et d'en profiter réellement ! C'est pour moi un grand plaisir, et un grand honneur, de transmettre ce message inspirant et cette énergie au monde entier.* »



Le désir de voyage

L'étude de Accor indique que 65 % des personnes interrogées à travers le monde envisagent d'organiser un voyage de loisirs dans les mois à venir. Les virées en voiture, les dîners en plein air, les expériences culturelles et les escapades citadines figurent en bonne place des priorités des envies d'évasion – des désirs que la campagne « Unveil the World » de Accor encouragera à concrétiser grâce à des offres spéciales, de nouveaux avantages de fidélité et encore plus de souplesse dans les réservations.

Les hôtes recherchent également des options tarifaires flexibles, une simplicité de réservation en ligne et des protocoles de santé et de sécurité renforcés, que les adresses Accor garantissent en se conformant au label d'hygiène et de propreté **ALLSAFE** du Groupe.

« Accor met tout en œuvre pour être à la pointe dans ces domaines qui, selon nos clients et les membres de notre programme de fidélité, sont des priorités absolues pour leur permettre de repartir à la découverte du monde », ajoute Stephen Taylor. « Nous sommes impatients d'accueillir à nouveau nos hôtes et de leur permettre de renouer, en toute sécurité, avec le plaisir des séjours à l'hôtel et les expériences dont ils ont rêvé ces derniers mois. »

ÉQUIPES DE TOURNAGE ET DE CRÉATION, CASTING ET CRÉDITS :

- Concept et Direction créative : « Studio 66 », studio interne Accor
- Réalisateur : Manu Cossu
- Production : Iconoclast
- Photographe : Antoine Harinthe
- Styliste : Aurora Sansone
- Coiffure : Gabriele Trezzi
- Maquillage : Cosetta Giorgetti
- Acteurs : Lil Buck, Dominique Mirambeau, Mao Xiaoxing
- Décors : Emma Rauch

#Unveiltheworld #ALLTravel #Accor

###

À PROPOS DE ACCOR

Accor est un leader mondial de l'hôtellerie, présent dans 110 pays, avec plus de 5 100 hôtels et 10 000 restaurants et bars. Le groupe déploie un écosystème hôtelier intégré parmi les plus diversifiés du secteur, associant notamment des enseignes de luxe et haut



de gamme, des offres milieu de gamme et économiques, des concepts lifestyle exclusifs, des lieux de spectacle et de divertissement, des clubs, des restaurants et des bars, des résidences privées, des hébergements partagés, des services de conciergerie et des espaces de co-working. Accor dispose ainsi d'un portefeuille de marques incomparables, animées par quelque 260 000 collaborateurs à travers le monde. Plus de 68 millions de membres bénéficient du programme de fidélité complet du groupe, [ALL - Accor Live Limitless](#) - le compagnon lifestyle du quotidien, qui donne accès à un large éventail de bénéfices, de services et d'expériences. Au travers de ses initiatives Planet 21 – Acting Here, Accor Solidarity, RiiSE et ALL Heartist Fund initiatives, le Groupe s'attache à agir concrètement en matière d'éthique et d'intégrité professionnelle, de tourisme responsable, de développement durable, d'engagement solidaire, de diversité et d'inclusion. Fondée en 1967, Accor SA, dont le siège social est situé en France, est une société cotée sur Euronext Paris (code ISIN : FR0000120404) et sur le marché OTC aux États-Unis (code : ACCYY). Pour plus d'informations, rendez-vous sur group.accor.com ou suivez-nous sur [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#) et [Instagram](#).

Relations médias

Charlotte Thouvard
SVP Communication Groupe
T. : +33 1 45 38 19 14
charlotte.thouvard@accor.com

Line Crieloue
Directrice exécutive corporate
T. : +33 1 45 38 18 11
line.crieloue@accor.com

RAFFLES \ ORIENT EXPRESS \ FAENA \ BANYAN TREE \ DELANO
SOFITEL LEGEND \ FAIRMONT \ SLS \ SO \ SOFITEL \ THE HOUSE OF ORIGINALS
RIXOS \ ONEFINESTAY \ MANTIS \ MGALLERY \ 21C \ ART SERIES
MONDRIAN \ PULLMAN \ SWISSÔTEL \ ANGSANA \ 25HOURS \ HYDE
MÖVENPICK \ GRAND MERCURE \ PEPPERS \ THE SEBEL \ MANTRA
NOVOTEL \ MERCURE \ ADAGIO \ MAMA SHELTER \ TRIBE \ BREAKFREE
IBIS \ IBIS STYLES \ GREET \ IBIS BUDGET \ JO&JOE \ HOTELF1