



Communiqué de presse

SOURCE D'INSPIRATION POUR LES FEMMES, MGALLERY RÉVÈLE SON AMBASSADRICE MONDE : INES DE LA FRESSANGE

Paris, le 1^{er} décembre 2017 - **Pionnier dans l'attention portée aux besoins spécifiques des voyageuses, MGallery a le plaisir d'annoncer ce jour la nomination d'Ines de la Fressange en tant qu'Ambassadrice de la marque. A la fois mannequin, muse et femme active d'aujourd'hui, elle est reconnue dans le monde entier comme étant l'incarnation de l'élégance naturelle. Voyageuse aguerrie, Ines de la Fressange représente la globetrotteuse au féminin. A travers son offre *Inspired by Her*, MGallery répond aux besoins de sa clientèle féminine et anticipe ses envies en lui proposant des services exclusifs et des attentions délicates qui viennent ponctuer leur séjour.**

Ines de la Fressange : source d'inspiration pour la voyageuse moderne

MGallery regroupe une collection de boutique-hôtels au style très personnel. Chacun ayant sa propre histoire à raconter, les hôtels sont le point de départ pour découvrir le monde. Depuis 2013, MGallery développe un programme visant à répondre aux besoins de l'un des segments du marché qui connaît la plus forte croissance, mais trop souvent négligé : celui des voyageuses. Récemment déployée à l'international, l'offre *Inspired by Her* de MGallery répond aux besoins spécifiques des femmes, que ce soit pour des voyages loisirs ou d'affaires, en leur proposant une gamme de services et d'équipements qui s'inspirent littéralement de leurs envies.

Reconnue dans le monde entier pour son style inimitable et tout à fait personnel, ainsi que pour sa double carrière de mannequin et de femme active moderne, Ines de la Fressange est fière de s'associer à la marque MGallery. En raison de sa vie professionnelle, qui en a fait une globetrotteuse voyageant d'un hôtel à l'autre, Ines de la Fressange connaît parfaitement les besoins souvent insatisfaits de la voyageuse. « *Je suis ravie de travailler avec MGallery, une marque qui met parfaitement en valeur la personnalité unique et caractéristique de chacun des hôtels qui composent sa collection. Il est très positif qu'un acteur de l'hôtellerie reconnaisse enfin que les femmes ont des besoins spécifiques lorsqu'elles voyagent. L'offre Inspired by Her, conçue par et pour les femmes, est attendue de longue date et je suis fière d'y apporter mon soutien* », a déclaré Ines de la Fressange.

Et elle n'est pas seule à réclamer une telle initiative. Une récente enquête, réalisée avec IPSOS, a révélé que 86 % des femmes interrogées (et 80 % des hommes) étaient favorables à une offre hôtelière qui leur serait dédiée. Et lorsqu'on leur demande qui incarnerait à leurs yeux le compagnon de voyage idéal – conjoint, membre de leur famille ou amie exceptés – la personne la plus fréquemment citée était Michelle Obama, suivie d'Emma Watson et de Kate Middleton. En France, son pays natal, Ines de la Fressange s'est imposée naturellement comme l'un des trois compagnons de voyage favoris.

La voyageuse écoutée et entendue

Inspired by Her est né en 2013, à l'initiative des collaboratrices des hôtels MGallery, afin de répondre aux demandes des voyageuses. Depuis ce lancement, MGallery s'évertue à affiner cette offre innovante, désormais déployée dans le monde entier et dédiée aux besoins spécifiques des femmes. MGallery s'est ainsi associé au célèbre organisme de recherche, IPSOS, pour mieux comprendre les habitudes et les souhaits de ces femmes.

Agnès Roquefort, Vice Président Global Marketing MGallery, déclare : « *Nous souhaitons apporter une touche féminine, qui viendra enrichir l'expérience de nos clientes grâce à de petits détails et autres attentions particulières. Après avoir été à leur écoute, et étant nous-mêmes des femmes, nous sommes extrêmement fières de proposer l'offre Inspired by Her dans les hôtels MGallery, car nous sommes convaincues qu'il rendra le séjour des femmes beaucoup plus agréable. Puisque personne n'incarne mieux qu'elle la voyageuse avertie, le choix d'Ines de la Fressange était pour nous évident afin de mettre davantage l'accent sur notre clientèle féminine.* »

Selon l'enquête IPSOS, 60 % des femmes interrogées déclarent être principalement accompagnées de leur conjoint lors de leurs séjours loisirs. 28 % des femmes sont plus susceptibles de voyager en famille durant leurs vacances, les Italiennes étant les plus nombreuses à emmener leur famille, à 35 %. Quant aux escapades entre filles, 16% des femmes interrogées - et 25 % des Australiennes en particulier - choisissent de voyager avec une amie. Les hommes quant à eux, sont 9% à apprécier voyager entre amis. Concernant les voyages d'affaires, près de 2 femmes sur 3 voyagent seules, ce qui ne pose pas de problème particulier à 80 % d'entre elles. De toutes les femmes interrogées, uniquement 18 % ont déclaré se sentir angoissées à certains moments lorsqu'elles voyagent seules, chiffre qui tombe à 13 % chez les Italiennes.

Ce que les femmes apprécient

Alors qu'hommes et femmes apprécient tout autant les petites attentions d'un hôtel, comme par exemple un personnel attentif qui se rappelle de leur nom, les femmes aiment particulièrement certains détails, tels que les cadeaux à la fin de leur séjour (88 %), l'aide pour porter leurs bagages (74 %), ou encore être accueillies par un message manuscrit (71 %).

Le point sur lequel quasiment toutes les femmes interrogées s'accordent est leur goût pour les articles de toilette de luxe que l'on trouve dans les salles de bains des hôtels haut de gamme. Jusqu'à 90 % d'entre elles les apprécient. Il semble en effet que la salle de bains soit leur domaine privilégié, 75 % d'entre elles y disposant dès leur arrivée leurs articles de toilette et produits de beauté. Seules 48 % prendront le même soin pour déplier leurs vêtements et les ranger dans la penderie lors de chaque séjour.

Prendre une photo de sa chambre d'hôtel est une habitude plutôt féminine. 73 % des femmes le font, contre 57 % des hommes. La raison la plus citée est : « pour les partager sur Facebook ou Instagram » (26 % des réponses), mais 47 % prennent encore ces photos en guise de souvenir d'un moment mémorable, sans pour autant les poster sur les réseaux sociaux.

Grâce à son offre *Inspired by Her*, MGallery accorde une attention particulière à sa clientèle féminine, segment en forte croissance, en lui proposant des services exclusifs et des égards tous particuliers. Cette attention portée au moindre détail fait toute la différence sur le segment de l'hôtellerie de luxe : articles de beauté, touches d'inspiration féminine au restaurant et au bar, et autres gestes de bienvenue de la part du personnel.

Avec MGallery by Sofitel, AccorHotels réunit des adresses au charme inégalé et à l'histoire passionnante. Cette collection de boutique hôtels, pour découvrir le monde et au-delà.

Uniques et fascinants, les 90 adresses MGallery by Sofitel sont des cocons pour les passionnés d'expériences hors des sentiers battus. Chaque adresse de la collection est remarquable par sa personnalité singulière et son empreinte locale, dans 24 pays sur les cinq continents.

Le groupe AccorHotels est un leader mondial dans le domaine du voyage et du lifestyle, ainsi qu'un pionnier du digital offrant des expériences uniques dans plus de 4 200 hôtels, resorts et résidences, mais aussi dans plus de 10 000 résidences privées d'exception dans le monde entier.

sofitel.com | accorhotels.com

CONTACTS PRESSE

Line Crieloue

Responsable Relations Media Marques Luxe, AccorHotels

line.crieloue@accor.com

Marine Sabat

Chargée de Communication Marques Luxe, AccorHotels

Marine.sabat@accor.com

Lorella Contardo

Le Public Système PR

lcontardo@lepublicsysteme.fr

+33 1 41 34 20 45

Les données sont extraites des résultats IPSOS dans le cadre d'une étude menée pour MGallery - France, Italie, Australie, UK / 3000 participants