

BARCELÓ MODERA SU EXPANSIÓN Y SE CENTRA EN HOTELES DE LUJO.

Las cadenas hoteleras están acomodando su crecimiento a la situación económica. Barceló ha llevado a cabo un ambicioso plan de expansión en los años inmediatamente anteriores al estallido de la crisis, con aperturas incluso de más de 20 hoteles en un mismo ejercicio, y en 2009 la expansión ha sido más moderada, con cinco nuevas incorporaciones. "A pesar de la crisis, que ha supuesto la ralentización y cancelación de numerosos proyectos, Barceló Hotels&Resorts ha conseguido en 2009 incorporar cinco hoteles, que han contribuido a enriquecer su portafolio", explica la compañía hotelera.

Barceló ha cerrado 2009 con 181 hoteles operativos que suman 45.939 camas en 17 países, "lo que ha hecho posible que mantenga su posicionamiento como tercera cadena de España", por detrás de NH y Sol Meliá. La moderación en el ritmo de aperturas se produce una vez que la compañía ha logrado prácticamente duplicar su tamaño en los últimos cinco años. De cara al futuro, la compañía será "mucho más selectiva" con los proyectos.

La cadena asegura que las aperturas de 2009 han enriquecido su cartera. El Barceló Cairo Pyramids ha permitido al grupo situarse en "un destino tan estratégico como El Cairo", mientras que el desembarco en Saidiá (Marruecos) posibilita implantarse en un destino internacional de nueva creación". Barceló se ha reforzado también en Centroamérica, con aperturas en 2009 en Guatemala y Nicaragua, y ha abierto también el Barceló Los Cabos Palace Deluxe en México.

Barceló ha cancelado en 2009 varios proyectos que tenía en cartera, como el nuevo Palacio de Congresos de Palma de Mallorca, un hotel en la terminal 2 del aeropuerto de Madrid-Barajas, otro establecimiento en Sevilla y un cuarto en la República Checa.

La cadena hotelera asegura que se ha volcado en 2009 en la ejecución de una de las principales medidas contenidas en su Plan Estratégico 2005-2010 que es elevar a cuatro y cinco estrellas, la categoría de todos sus hoteles. Barceló ha logrado ya, un año antes de finalizar el plan estratégico que el 97% de los hoteles se sitúen en la gama alta. Fuentes de la compañía explican que con este cambio ha pasado de ser una cadena en exclusiva vacacional y de segmento medio a convertirse en una compañía implantada en múltiples destinos y de orientación también urbana.

Cincodias.com, Borja Guerrero, Madrid, 12 de enero de 2010

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I. COMPRÉHENSION ÉCRITE

(10 points)

Compte rendu en français

A partir du document proposé, vous présenterez l'entreprise Barceló, son développement et sa stratégie face à la crise.

II. EXPESSION ÉCRITE

(10 points)

Courrier en langue espagnole

Vous êtes P. Jiménez Martínez, assistant(e) manager de M. De La Vega, responsable marketing du groupe Barceló, dont le siège se situe Plaza de Cataluña, 08000 Barcelona.

Vous êtes chargé(e) de rédiger une lettre circulaire destinée aux principales entreprises de Cádiz pour leur annoncer l'ouverture d'un nouvel hôtel 4 étoiles Barceló de 96 chambres à Cádiz, Puerto Viejo le premier juin 2010.

Dans votre courrier, vous devrez :

- présenter rapidement la chaîne d'hôtels Barceló,
- insister sur la qualité des installations proposées adaptées à l'organisation de réunions professionnelles,
- inviter les destinataires à l'inauguration de l'hôtel qui aura lieu à 19h le premier juin 2010, au cours de laquelle un cocktail sera offert,
- indiquer que vous joignez en annexe une brochure détaillée des services de l'hôtel.

Formules d'usage.