



HYATT ANNONCE SON PROJET D'IMPLANTER SA MARQUE LUXUEUSE PARK HYATT À JOHANNESBURG

Après une importante rénovation, l'emblématique Winston Hotel devrait rouvrir sous le nom de Park Hyatt Johannesburg en 2023.



CHICAGO (23 juin 2022) – Hyatt Hotels Corporation (NYSE:H) a annoncé aujourd'hui qu'une filiale de Hyatt a conclu un accord de gestion avec une filiale du groupe Millat pour que l'hôtel Winston à Rosebank, Johannesburg, rejoigne le portefeuille de Hyatt en tant qu'hôtel affilié. L'hôtel sera disponible sur les canaux de réservation de Hyatt dans les semaines à venir. Après une importante rénovation, l'hôtel devrait changer de marque pour devenir le Park Hyatt Johannesburg au début de l'année 2023, marquant ainsi la réintroduction de la marque Park Hyatt en Afrique du Sud, signifiant l'accent mis par Hyatt sur la croissance de ses marques de luxe dans les destinations qui comptent le plus pour les voyageurs, les membres du World of Hyatt, les clients et les propriétaires.

"Nous sommes ravis de continuer à développer notre relation avec le groupe Millat et d'ajouter le Park Hyatt Johannesburg à la collection croissante de propriétés de luxe de Hyatt sur tout le continent africain", a déclaré Ludwig Bouldoukian, vice-président régional du développement pour le Moyen-Orient et l'Afrique chez Hyatt International. "Les hôtels Park Hyatt se trouvent dans les destinations les plus prestigieuses du monde et ce développement à Rosebank témoigne de notre engagement à satisfaire les voyageurs haut de gamme nationaux et internationaux qui recherchent une oasis de calme et de raffinement, un service personnel très attentif et des expériences élevées dans un environnement intime, tout en profitant de l'effervescence de Johannesburg."

La rénovation de l'hôtel sera supervisée par Yabu Pushelberg, un designer mondial primé qui a déjà travaillé sur des hôtels tels que le Park Hyatt New York, le Park Hyatt Shenzhen et le Park Hyatt Bangkok, ainsi que sur certaines des plus grandes marques de luxe au monde, notamment Bergdorf Goodman et LVMH. L'approche réfléchie et rigoureuse de Yabu Pushelberg en matière de design permettra de revitaliser l'hôtel tout en célébrant le patrimoine et l'artisanat de son emplacement. Des intérieurs très soignés et une architecture contemporaine associeront des éléments intérieurs et extérieurs, invitant les clients à se perdre dans une expérience romantique et stratifiée ancrée dans le paysage environnant.

Une fois que l'hôtel aura rejoint la marque Park Hyatt, il devrait être populaire auprès de la clientèle d'affaires et de loisirs, offrant un luxe discret et une expérience de maison loin de la maison avec un service hautement personnalisé, intuitif et entièrement engagé, un art et un design renommés, un profond respect pour la culture, ainsi qu'une cuisine et un vin exceptionnels. L'hôtel bénéficie d'un emplacement très pratique à Rosebank, à quelques pas des bars animés, des restaurants populaires et des galeries remarquables du quartier. Vous pourrez accéder facilement à la gare Rosebank Gautrain, ainsi qu'à des magasins et des lieux de divertissement très fréquentés, comme The Zone et Rosebank Mall.



Les 30 chambres et suites seront équipées de lits king size, de postes de travail professionnels et de salles de bains privatives. Le restaurant de l'hôtel comprendra une salle à manger spacieuse et une terrasse extérieure pour des repas raffinés en plein air, avec vue sur la pittoresque piscine. L'hôtel disposera également d'un bar d'ambiance avec une cour en plein air, ainsi que d'un élégant espace polyvalent pour les conférences et les réunions, pouvant accueillir jusqu'à 60 personnes.

Une fois terminée, la rénovation viendra compléter la sophistication de classe mondiale et l'élégance discrète qui font la réputation de la marque Park Hyatt. Les clients peuvent s'attendre à des expériences personnalisées et réfléchies et à un service haut de gamme qui dépassera leurs attentes en matière de séjour de luxe à Johannesburg.

"Nous sommes ravis de travailler à nouveau avec Hyatt. Les plans pour le Park Hyatt Johannesburg représentent un ajout incroyablement excitant à notre portefeuille d'hôtels", a déclaré Hamza Farooqui, le PDG du groupe Millat. "Nous avons constaté une augmentation considérable des voyages nationaux et internationaux, tant pour les loisirs que pour les

affaires. La compréhension éprouvée de Hyatt et de Millat en matière de voyages de luxe permettra à l'hôtel rénové d'offrir un produit et un service de classe mondiale jamais vus en Afrique du Sud."

Il s'agit de la quatrième collaboration entre Hyatt et le groupe Millat en Afrique du Sud, rejoignant le Hyatt Regency Cape Town, Hyatt House Johannesburg Sandton, et Hyatt House Johannesburg Rosebank.

Le portefeuille de la marque Hyatt en Afrique se compose de 13 hôtels, dont les suivants : Hyatt Regency Johannesburg, Hyatt Regency Algiers Airport, Hyatt Regency Taghazout, Hyatt Place Taghazout Bay, Hyatt Regency Casablanca, Hyatt Regency Dar es Salaam, The Kilimanjaro, Hyatt Regency Addis Ababa , Hyatt Regency Cairo West, et Park Hyatt Zanzibar.

Le terme "Hyatt" est utilisé dans le communiqué par commodité pour désigner Hyatt Hotels Corporation et/ou une ou plusieurs de ses sociétés affiliées.

À propos de Park Hyatt

Les hôtels Park Hyatt offrent aux voyageurs internationaux exigeants un lieu de résidence raffiné. Les clients des hôtels Park Hyatt bénéficient d'une confiance tranquille et d'un service personnalisé dans un environnement enrichissant. Situé dans plusieurs des principales destinations du monde, chaque hôtel Park Hyatt est conçu sur mesure pour combiner sophistication et luxe discret. Les hôtels Park Hyatt proposent des chambres bien aménagées, des œuvres d'art et un design de renommée mondiale, des expériences culinaires rares et immersives, ainsi que des restaurants de marque mettant en vedette des chefs primés. Il existe actuellement 45 hôtels Park Hyatt dans les villes suivantes : Abu Dhabi, Auckland, Bangkok, Beaver Creek, Pékin, Buenos Aires, Busan, Canberra, Changbaishan, Carlsbad, Chennai, Chicago, Doha, Dubaï, Guangzhou, Hambourg, Hangzhou, Hyderabad, Istanbul, Jeddah, Kyoto, Maldives, Melbourne, Mendoza, Milan, Moscou, New York, Ningbo, Niseko, Paris, Saïgon, Sanya, Séoul, Shanghai, Shenzhen, Siem Reap, St. Kitts, Suzhou, Sydney, Tokyo, Toronto, Vienne, Washington, D.C., Zanzibar, et Zurich. Pour plus d'informations, veuillez consulter parkhyatt.com. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site parkhyatt.com. Suivez @ParkHyatt sur [Facebook](#), [Twitter](#) et [Instagram](#), et tagguez vos photos avec #LuxuryIsPersonal.

À propos du groupe Millat

Le groupe est un bureau familial privé qui utilise son propre bilan pour apporter des solutions entrepreneuriales à des problèmes commerciaux complexes. Le groupe possède un solide portefeuille d'investissements qui comprend des biens immobiliers, des investissements directs et des participations privées. Il possède des actifs phares en Afrique du Sud et à l'international. Il déploie son capital et son savoir-faire sur des actifs et des secteurs qu'il connaît parfaitement. Ses secteurs d'expertise comprennent l'immobilier, l'hôtellerie, la technologie et les services financiers. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site www.millatinvest.com.

À propos de Hyatt Hotels Corporation

Hyatt Hotels Corporation, dont le siège social se trouve à Chicago, est une entreprise d'hospitalité mondiale de premier plan guidée par son objectif : prendre soin des gens pour qu'ils puissent donner le meilleur d'eux-mêmes. Au 31 mars 2022, le portefeuille de la société comprenait plus de 1 150 hôtels et propriétés tout compris dans 71 pays sur six continents. L'offre de la Société comprend le Park Hyatt®, Miraval®, Grand Hyatt®, Alila®, Andaz®, The Unbound Collection by Hyatt®, Destination by Hyatt™, Hyatt Regency®, Hyatt®, Hyatt Ziva™, Hyatt Zilara™, Thompson Hotels®, Hyatt Centric®, Caption by Hyatt, JdV by Hyatt™, Hyatt House®, Hyatt Place®, UrCove, et Hyatt Residence Club®, ainsi que les marques de centres de villégiature et d'hôtels de la collection AMR™, notamment Secrets® Resorts & Spas, Dreams® Resorts & Spas, Breathless Resorts & Spas®, Zoëtry® Wellness & Spa Resorts, Vivid Hotels & Resorts®, Alua Hotels & Resorts®, et Sunscape® Resorts & Spas. Les filiales de la société gèrent le programme de fidélité World of Hyatt®, ALG Vacations®, Unlimited Vacation Club®, les services de gestion des destinations Amstar DMC et les services technologiques Trisept Solutions®. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site www.hyatt.com.

Déclarations prospectives

Les déclarations prospectives contenues dans ce communiqué de presse, qui ne sont pas des faits historiques, sont des déclarations prospectives au sens de la loi Private Securities Litigation Reform Act de 1995. Nos résultats, performances ou réalisations réels peuvent différer sensiblement de ceux exprimés ou sous-entendus

par ces déclarations prévisionnelles. Dans certains cas, vous pouvez identifier les déclarations prospectives par l'utilisation de mots tels que "peut", "pourrait", "s'attendre à", "avoir l'intention de", "planifier", "chercher à", "anticiper", "croire", "estimer", "prédire", "potentiel", "continuer", "probable", "sera", "ferait" et les variations de ces termes et expressions similaires, ou la négative de ces termes ou expressions similaires. Ces déclarations prospectives sont nécessairement basées sur des estimations et des hypothèses qui, bien que considérées comme raisonnables par nous et notre direction, sont intrinsèquement incertaines. Les facteurs susceptibles d'entraîner un écart important entre les résultats réels et les attentes actuelles comprennent, sans s'y limiter, les risques associés à l'acquisition d'Apple Leisure Group ("ALG"), y compris l'engagement connexe d'une dette supplémentaire importante ; notre capacité à réaliser les avantages prévus de l'acquisition d'ALG aussi rapidement ou dans la mesure prévue, y compris l'intégration réussie des activités d'ALG ; la durée et la gravité de la pandémie de COVID-19 et le rythme de la reprise après la pandémie, toute résurgence supplémentaire, ou les variantes de COVID-19 ; les effets à court et à long terme de la pandémie de COVID-19, notamment sur la demande de voyages, les activités de passage et de groupe, et les niveaux de confiance des consommateurs ; l'impact de la pandémie de COVID-19, de toute résurgence supplémentaire ou des variantes de COVID-19, et l'impact des mesures prises par les gouvernements, les entreprises et les particuliers en réponse, sur les économies mondiales et régionales, les limitations ou interdictions de voyage et l'activité économique, notamment la durée et l'ampleur de son impact sur les taux de chômage et les dépenses discrétionnaires des consommateurs la large distribution et l'efficacité des vaccins et des traitements COVID-19, l'acceptation générale de ces vaccins par la population, et la disponibilité, l'utilisation et l'efficacité des tests COVID-19, y compris les kits de test à domicile ; la capacité des tiers propriétaires, franchisés ou partenaires de projets d'hospitalité à gérer avec succès les impacts de la pandémie de COVID-19, de toute résurgence supplémentaire, ou des variantes de COVID-19 ; l'incertitude économique générale sur les principaux marchés mondiaux et l'aggravation des conditions économiques mondiales ou les faibles niveaux de croissance économique ; le taux et le rythme de la reprise économique après les ralentissements économiques ; les contraintes et les interruptions de la chaîne d'approvisionnement mondiale, l'augmentation des coûts de la main-d'œuvre et des matériaux liés à la construction, et les augmentations de coûts dues à l'inflation ou à d'autres facteurs qui pourraient ne pas être entièrement compensés par des augmentations de revenus dans notre entreprise ; les risques affectant les segments de l'hébergement de luxe, de villégiature et tout compris ; les niveaux de dépenses dans les segments des affaires, des loisirs et des groupes, ainsi que la confiance des consommateurs ; la baisse du taux d'occupation et du taux journalier moyen ; la visibilité limitée en ce qui concerne les réservations futures ; la perte de personnel clé ; les conditions politiques et géopolitiques nationales et internationales, y compris les troubles politiques ou civils ou les changements de politique commerciale ; les hostilités ou la crainte d'hostilités, y compris les futures attaques terroristes, qui affectent les voyages ; les accidents liés aux voyages ; les catastrophes naturelles ou causées par l'homme, telles que les tremblements de terre, les tsunamis, les tornades, les ouragans, les inondations, les incendies de forêt, les marées noires, les incidents nucléaires et les épidémies mondiales de pandémies ou de maladies contagieuses, ou la crainte de telles épidémies ; notre capacité à atteindre certains niveaux de bénéfices d'exploitation dans des hôtels soumis à des tests de performance ou à des garanties en faveur de nos tiers propriétaires ; l'impact des rénovations et des réaménagements d'hôtels ; les risques associés à nos plans d'allocation de capital, à notre programme de rachat d'actions et aux paiements de dividendes, y compris une réduction, une élimination ou une suspension des activités de rachat ou des paiements de dividendes ; la nature saisonnière et cyclique des secteurs de l'immobilier et de l'hôtellerie ; les changements dans les accords de distribution, tels que les intermédiaires de voyage sur Internet ; les changements dans les goûts et les préférences de nos clients ; les relations avec les collègues et les syndicats et les changements dans les lois du travail ; la situation financière de, et nos relations avec, les propriétaires tiers, les franchisés et les partenaires d'hospitalité ; l'incapacité éventuelle des propriétaires, franchisés ou partenaires de développement tiers à accéder aux capitaux nécessaires pour financer les opérations actuelles ou mettre en œuvre nos plans de croissance ; les risques associés aux acquisitions et cessions potentielles et à l'introduction de nouveaux concepts de marque ; le calendrier des acquisitions et cessions et notre capacité à intégrer avec succès les acquisitions réalisées dans les opérations existantes ; l'incapacité à mener à bien les transactions proposées (y compris l'incapacité à satisfaire les conditions de clôture ou à obtenir les approbations requises) ; notre capacité à mettre en œuvre avec succès notre stratégie d'expansion de nos activités de gestion et de franchisage tout en réduisant notre base d'actifs immobiliers dans les délais prévus et aux valeurs escomptées ; les baisses de valeur de nos actifs immobiliers ; les résiliations imprévues de nos accords de gestion ou de franchisage ; les changements dans la législation fiscale fédérale, étatique, locale ou étrangère ; les augmentations des taux d'intérêt, des salaires et des autres coûts d'exploitation ; les fluctuations des taux de change ou les restructurations monétaires ; le manque d'acceptation de nouvelles marques ou d'innovation ; la volatilité générale des marchés financiers et notre capacité à accéder à ces marchés ; les changements dans l'environnement concurrentiel de notre secteur, y compris en raison de la pandémie de COVID-19, de la consolidation du secteur et des marchés sur lesquels nous opérons ; notre capacité à développer avec succès le programme de fidélité World of Hyatt et le programme d'adhésion payante Unlimited Vacation Club ; les cyberincidents et les défaillances des technologies de l'information ; les résultats des procédures judiciaires ou administratives ; les violations des réglementations ou des lois liées à notre activité de franchisage ; et d'autres risques abordés dans les documents déposés par la société auprès de la U. Securities and Exchange Commission ("SEC"), y compris notre rapport annuel sur le formulaire 10-K et nos rapports trimestriels sur le formulaire 10-Q, lesquels documents sont disponibles auprès de la SEC. Ces facteurs ne représentent pas nécessairement tous les facteurs importants qui pourraient faire en sorte que nos résultats, performances ou

réalisations réels diffèrent sensiblement de ceux exprimés ou sous-entendus dans l'une de nos déclarations prévisionnelles. Nous vous conseillons de ne pas accorder une confiance excessive aux déclarations prévisionnelles, qui ne sont faites qu'à la date du présent communiqué de presse. Nous ne nous engageons pas à mettre à jour publiquement l'une de ces déclarations prospectives pour refléter les résultats réels, de nouvelles informations ou des événements futurs, des changements d'hypothèses ou des changements d'autres facteurs affectant les déclarations prospectives, sauf dans la mesure requise par la loi applicable. Si nous mettons à jour une ou plusieurs déclarations prospectives, il ne faut pas en déduire que nous ferons d'autres mises à jour concernant ces déclarations ou d'autres déclarations prospectives.