LES ENJEUX

M&A & ALLIANCES STRATÉGIQUES

Accor fait ses débuts à Las Vegas avec Treasure Island : une alliance stratégique analysée

Vincent Reynaert
Publié le 30 juillet 2025 . Lecture estimée : 3 min

Accor étend son réseau en signant une franchise avec Treasure Island Las Vegas. Analyse d'un partenariat stratégique entre hôtellerie mondiale et casino physique.

Accor s'installe pour la première fois sur le Las Vegas Strip via une franchise avec Phil Ruffin, propriétaire du Treasure Island. Cette opération, qui positionne le groupe hôtelier français comme acteur global du casino-hôtellerie, soulève des enjeux stratégiques forts entre distribution, fidélisation et synergies hôtelières gaming.

Accor a annoncé le 23 juillet 2025 un accord de franchise avec Phil Ruffin, propriétaire du Treasure Island – TI Las Vegas Hotel & Casino, pour intégrer cette adresse au sein de sa Handwritten Collection. Cette signature marque la première implantation du groupe dans la ville du jeu et son artère principale.

Avec ses 2 884 chambres, l'hôtel devient de fait le plus volumineux du portefeuille Accor, et renforce sa présence en Amérique du Nord, où plus de 550 hôtels sont déjà ouverts ou en cours de développement.

Synergies et bénéfices mutuels

L'intégration s'appuie sur la marque Handwritten Collection, un segment de boutique-hôtels incarnant une hospitalité à caractère authentique. Le partenariat prévoit que le complexe conserve les caractéristiques emblématiques décidées par Ruffin, notamment les services gratuits comme le valet et le self parking, ainsi que l'esprit du spectacle Mystère du Cirque du Soleil.

Le spectacle du Cirque du Soleil Mystère est l'un des assets principaux du Treasure Island.

Accor apporte, pour sa part, son écosystème global : marketing international, distribution, vente B2B, et accès à son programme de fidélité ALL Accor, qui compte plus de 100 millions de membres. Cela devrait stimuler le flux de clients internationaux, notamment européens ou canadiens dans un hôtel qui pâtit d'une comparaison peu flatteuse avec ses voisins directs que sont le Wynn Resort ou le Venetian Resort.

Des enjeux partagés

Pour Accor, son programme de fidélité ALL Accor peut ainsi générer du crossbooking entre ses hôtels urbains et ce resort emblématique mais vieillissant du Strip. Cet ajout en soft brand permet de renforcer le positionnement milieu haut de gamme avec un asset très fréquenté.

> *" « Treasure Island a longtemps occupé une place spéciale dans l'histoire de Las Vegas, et je suis certain que Accor et sa marque Handwritten Collection enrichiront davantage son héritage et attireront de nouvelles générations de clients et de visiteurs. Ce nouveau chapitre apporte une nouvelle énergie au complexe tout en préservant son esprit inimitable. »Phil Ruffin – Propriétaire du Treasure Island – IT Las Vegas Hotel & Casino, Handwritten Collection "*

Côté Treasure Island, l'arrivée d'Accor apporte une crédibilité nouvelle et un canal de clientèle premium à l'enseigne TI tout en permettant au Resort de rester fidèle à l'esprit pirate et à la sobriété des services, évitant une standardisation hôtelière excessive.

Perspectives et calendrier

Le rebranding comme Treasure Island – TI Las Vegas Hotel & Casino, Handwritten Collection est prévu à la fin de 2025 pour pleinement bénéficier de l'écosystème Accor. Le groupe dispose déjà d'un pipeline de plus de 35 établissements Handwritten Collection en cours de développement à l'échelle mondiale.