



Nouvelle étape stratégique pour la famille ibis: Accor dévoile les espaces généraux de ses marques ibis et ibis *budget*

Dans le cadre de la stratégie de dynamisation des marques économiques annoncée en septembre dernier, Accor donne un nouvel élan à la modernisation des enseignes ibis, ibis Styles et ibis *budget* et révolutionne le design et l'utilisation de ces espaces pour en faire les véritables lieux de vie de ses hôtels.

En septembre 2011, Accor présentait le projet de regroupement de ses marques économiques sous la bannière ibis, premier réseau d'hôtellerie économique en Europe, laquelle bénéficie d'une notoriété sans équivalent dans le monde et incarne désormais la révolution du pôle économique du Groupe. Ainsi, ibis, all seasons et Etap Hotel ont évolué pour former un ensemble de trois marques fortes, innovantes et rajeunies : ibis, ibis Styles et ibis *budget*.



Cette stratégie fait écho à la mutation profonde des attentes des consommateurs, lesquels exigent désormais, dans tous les segments de la consommation, des marques modernes, contemporaines, design, mais aussi des marques citoyennes et responsables. Pour séduire, l'expérience client de la marque doit répondre à des attentes émotionnelles ou sensorielles nouvelles, y compris sur le segment économique.

Du design, de l'espace et de la convivialité à prix égal

Le Groupe présente, pour ibis et ibis *budget*, de nouveaux espaces communs totalement repensés, lesquels proposent une expérience hôtelière inédite, à travers des marques et des services tournés vers le confort et l'innovation.

L'espace évolue. Il est « décroissant » pour intégrer de nouveaux volumes, des matériaux et des couleurs qui réchauffent l'atmosphère et favorisent l'échange et la convivialité.

Le mobilier, « design », n'est plus réservé à l'hôtellerie haut de gamme, les demandes des clients vont dans ce sens, sans toutefois constater une augmentation de prix.

A la différence d'ibis et d'ibis *budget*, La marque ibis Styles est non-standardisée et n'a donc pas d'espaces généraux communs. Elle n'est toutefois pas en reste et place le design au cœur de sa réflexion. Des designers, aux sources d'inspirations différentes, interviennent dans chaque établissement et s'approprient l'esprit coloré et pétillant de la marque, qui se retrouve tant dans les espaces communs que dans les chambres. Dans chaque établissement se crée ainsi une ambiance unique.

Un temps de rénovation record

Cette transformation des espaces généraux a été réfléchi pour limiter au maximum le temps de rénovation dans les établissements. Traditionnellement, la durée de ce type de travaux s'évalue à environ six semaines. Grâce au dispositif optimisé, utilisant des panneaux imprimés et des éléments « pré réalisés » en usine, le temps des travaux est quasiment diminué par deux et n'impacte ni le séjour du client, ni le fonctionnement quotidien de l'hôtel.

Des marques plus fortes et attractives pour un réseau international de franchisés

Le renouveau de ses marques économiques sera un fer de lance pour accélérer le développement du Groupe en franchise. « *Cette nouvelle conception de l'hôtellerie économique répond aux attentes de modernité et de convivialité de nos clients et de nos franchisés qui ont, comme nous, à cœur de proposer des établissements de qualité, qui anticipent les tendances de l'hôtellerie de demain.* », précise Denis Hennequin, Président-directeur général de Accor.

Les premiers pays concernés par le déploiement de ces nouveaux espaces ibis et ibis *budget* sont la France, l'Allemagne, les Pays-Bas, la Suisse, le Royaume-Uni et l'Espagne. Très vite, l'Amérique Latine et l'Asie rejoindront l'Europe avec une approche adaptée à leurs marchés et mode de fonctionnement. A titre d'exemples, voici les noms des prochaines réalisations en Europe :



ibis Evry, ibis Paris Porte d'Orléans, ibis Courbevoie, ibis Gare de Lyon, ibis Berlin Potsdamer Platz, ibis Madrid Centro, ibis Amsterdam City West, ibis London Excel



ibis *budget* Versailles St-Cyr, ibis *budget* Argenteuil, ibis *budget* Berlin Potsdamer Platz, ibis *budget* Madrid Valentin Beato, ibis *budget* Saint Maurice



ibis Styles Bayonne Gare Centre (Opening July 2012)
ibis Styles Nimes Gare Centre (Opening July 2012)
ibis Styles Milano Melegnano (Opening August 2012)
ibis Styles London Croydon (Opening August 2012)



Accor, premier opérateur hôtelier mondial, leader en Europe est présent dans 92 pays avec plus de 4 400 hôtels et 530 000 chambres. Fort d'un large portefeuille de marques, avec Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, all seasons/ibis Styles, Etap Hotel/Formule 1/ibis budget, hotelF1 et Motel 6, Accor propose une offre étendue, allant du luxe à l'économique. Avec plus de 180 000* collaborateurs sous enseignes Accor à travers le monde, le Groupe met au service de ses clients et partenaires son savoir-faire et son expertise acquis depuis près de 45 ans.

*Dont 145 000 dans les hôtels filiales et managés

Contacts presse

Charlotte Thouvard
Directrice de la Communication EMOA et
des Relations Médias Monde
e-mail : charlotte.thouvard@accor.com

Mélissa Lévine
Relations Presse Marques
T : + 33 1 45 38 84 76
E : melissa.levine@accor.com