



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Développement, gain de parts de marchés, lancement de nouveaux produits et services...

LA FAMILLE IBIS POURSUIT SA DYNAMIQUE

Lille, le 21 avril 2015 – Accor, leader mondial de l'hôtellerie économique avec près de 1 850 établissements, présente aujourd'hui son dernier hôtel ibis nouvelle génération à Lille. Trois ans après la création des marques ibis, ibis Styles et ibis *budget*, le Groupe poursuit l'élan de modernité qui caractérise aujourd'hui son pôle économique. La famille ibis a révolutionné les codes de son leur marché avec une refonte en profondeur de toute l'expérience client, conduite en un temps record pour un réseau international d'une telle taille ! Fortes de leurs succès en termes de performances et de satisfaction client, les marques ibis continuent d'innover pour conforter leur leadership grâce à leur développement, le lancement de nouveaux concepts et une écoute permanente de leurs clients et du marché.

- En 2014, plus de 50% des hôtels ouverts par le groupe Accor appartiennent à la famille ibis soit un hôtel sous enseigne ibis tous les 3 jours
- La moitié de l'EBIT du groupe Accor est fait par les marques ibis
- Ibis Styles est la première marque économique design et life style dans le monde avec plus de 270 hôtels et plus de 40 ouvertures par an.
- Une chambre est réservée toutes les 2 secondes sur les sites directs des marques Ibis
- Le CA 2014 est en augmentation de +3.7% à périmètre comparable pour le segment économique avec une augmentation du RevPar de +4,5% à périmètre comparable
- Ibis lance sa nouvelle chambre « Sweet Room by ibis »
- Ibis *budget* lance des services inédits dans l'hôtellerie « low cost » issus d'observations des comportements et attentes de ses clients
- Les marques ibis lancent ibis-jobs.com, la vitrine digitale pour l'emploi

LA DYNAMIQUE IBIS, VERITABLE LEVIER DU DEVELOPPEMENT

La création en 2011 de la famille de marques ibis a permis de construire un portefeuille cohérent, attrayant et puissant, autour des valeurs de modernité, de bien-être et de simplicité. Avec ses marques ibis (1 031 hôtels), ibis Styles (277) et ibis *budget* (537), le réseau des marques ibis représente au 1^{er} janvier 2015 **1845 hôtels répartis dans 63 pays**.

Aujourd'hui, **un établissement sous enseigne ibis ouvre dans le monde tous les 3 jours** En 2014, **54,3 % des hôtels ouverts par Accor appartenaient à la famille ibis** (soit 113 établissements).

En 3 ans, plus de 240 hôtels ont ouvert et le réseau ibis comptera plus de 2200 hôtels en 2018, soit l'ouverture de près de 400 établissements dans les trois ans à venir.

Un développement qui représente **près de la moitié des projets du Groupe dans le monde** dont 38 % en Asie Pacifique, 30 % en Amérique latine et 23 % en Europe, prévues à fin 2018.

En l'espace de quatre ans, la famille ibis a solidement conforté sa position de **numéro 1 mondial** en nombre d'hôtels.

Autre illustration du succès de ce repositionnement : l'accélération sans précédent de l'enseigne ibis Styles ! Créée sous le nom All Seasons en 2007 et devenue **ibis Styles** en 2011, l'enseigne **Design et Lifestyle**, est passée de 149 hôtels à 277 hôtels

en 3 ans. **Une croissance de 86%** pour un réseau composé à près de **80% d'établissements opérés en franchise** qui prévoit un rythme soutenu de **40 ouvertures annuelles**.

Ces chiffres démontrent que le l'identité de chacune des trois marques est en totale adéquation avec les attentes des clients et des partenaires franchisés et propriétaires.

UNE NOUVELLE EXPERIENCE CLIENT AU CŒUR DE LA DYNAMIQUE IBIS

« Nous avons procédé entre 2011 et 2014 à des transformations majeures dans le design, dans le confort mais aussi le digital. Les notions de bien être, de modernité et de simplicité au meilleur prix, désormais ancrées dans notre ADN, répondent aux attentes de clients et des investisseurs. Nous nous inscrivons dans un mouvement de constante innovation pour consolider la position des marques IBIS au rang de référence mondiale sur le segment économique. » explique **Frédéric Fontaine**, directeur marketing global famille ibis

Les nouveaux espaces généraux ibis et ibis *budget* continuent leur déploiement avec une centaine de nouveaux hôtels par an. .

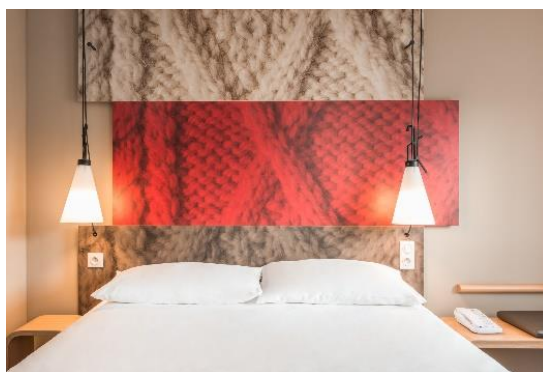
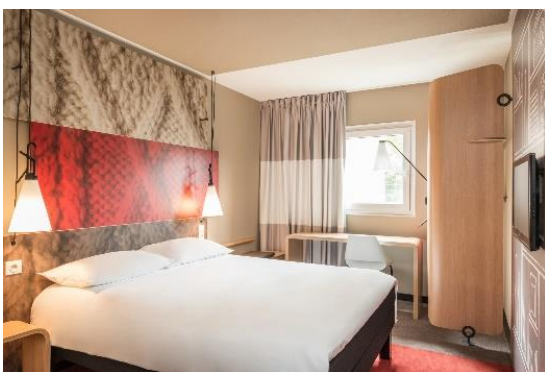
Le concept de literie « **Sweet bed™ by ibis** » est aujourd'hui largement déployé dans le monde avec et atteindra plus de **80% du réseau pour les 3 marques d'ici 2017**.

Le concept de restauration **ibis kitchen** est quant à lui déployé dans **150 hôtels** depuis 2014 et sera implanté dans **plus de 400 restaurants d'ici la fin 2015**.

Ces transformations ont participé au renforcement de la perception de modernité de la marque auprès des clients ainsi que leur taux de satisfaction en particulier sur la notion de confort : environ 90 % de clients satisfaits, en constante progression depuis 2012. (Source GSS).

En 2015, la marque **ibis lance la « Sweet Room by ibis », son nouveau concept de chambre**, suite logique après la modernisation des espaces généraux. Cette nouvelle chambre et sa salle de bains, ont été imaginées pour proposer aux voyageurs une expérience originale avec un design, des formes et des matériaux inspirés du haut de gamme. Les couleurs chaudes, le mobilier et l'éclairage design et modulable en font un véritable lieu de bien être qui s'adapte aux envies et besoins des clients.

Déployée dans tous les hôtels en construction, plusieurs établissements équipés de la « Sweet Room by ibis » ont déjà ouvert leurs portes à **Rotterdam, Hambourg et Lille**. Le déploiement de la chambre suivra le rythme des ouvertures de la marque soit 40 établissements par an, auxquelles s'ajouteront les rénovations.



UNE DYNAMIQUE A L'ECOUTE DES CLIENTS ET DU MARCHE

« Les marques économiques ne sont plus un choix par défaut, mais un choix intelligent et réfléchi. Ces sont des marques militantes, porteuses d'innovation, et qui font évoluer les modes de vie. Face à ce monde en changement perpétuel, il est de notre rôle de leader de rester à l'écoute du marché et des clients et d'innover en respectant notre promesse prix. » précise **Frédéric Fontaine**.

Ibis *budget* s'est attaché à observer et rencontrer ses clients, et de ce regard est née une série d'innovations agiles et adaptées aux besoins de ces voyageurs qui font le choix malin de l'hôtellerie très économique ou « low cost ». Ces innovations apportent davantage d'émotion et de convivialité aux traditionnelles caractéristiques de « prix » ou de « fonctionnalités ». Cette démarche inaugure **une nouvelle approche de la relation client chez ibis *budget***.

Ibis *budget* teste ces nouveaux services dans 17 hôtels et dans 8 pays avec notamment :

- **Un accueil personnalisé et ludique** favorisant l'interaction en s'appuyant sur le check-in en ligne et un jeu à l'accueil.
- **Le partage des bons plans** au travers d'un mur de libre expression nourri par les clients et l'équipe de l'hôtel (restauration, bars, transport, musées...) à ne pas manquer !
- **Un petit déjeuner qui s'adapte au rythme des voyageurs** avec sa formule **express** ou **locale** pour ceux qui souhaitent découvrir la région.
- **Des instants conviviaux** à vivre dans l'hôtel pour que le voyage redevienne **un moment d'échange**.
- **Des services pour voyager léger et malin**, repensés en termes de design et de qualité d'équipement pour faciliter le séjour des clients fidèles (bagagerie et laverie).

LA DYNAMIQUE DIGITALE AU SERVICE DE LA PERFORMANCE

Avec un volume d'affaires de plus d'**1 Milliard d'euros sur leurs sites directs**, les marques ibis sont référentes dans le marché économique. Début 2015, ibis.com est devenu le portail commun de réservation des marques ibis. La profondeur de l'offre et les synergies créent une plateforme performante qui enregistre **68 millions de visites à l'année**.

L'écosystème digital direct (ibis.com, ibis mobile, apps et accorhotels.com) enregistre **la vente d'une chambre toutes les 2 secondes**.

UN SITE DEDIE A L'EMPLOI POUR SOUTENIR LA CROISSANCE

Les marques ibis comptent aujourd'hui plus de **30 000 collaborateurs dans le monde** dont plus de 21 000 collaborateurs en filiale. Ils représentent des équipes jeunes et dynamiques puisque **60% d'entre eux ont moins de 34 ans**. Ibis, ibis Styles et ibis *budget* favorisent la mixité au sein de ses équipes avec un ratio de **47% de femmes pour 53% d'hommes**.*

Fort de son succès, la famille ibis ouvre plus de **4000 recrutements dans le monde**. Pour répondre à ce besoin, un site dédié au recrutement sur ces marques a été lancé le mois dernier : **ibis-jobs.com**

L'hôtellerie économique répond à des codes et une organisation propres. Avec ibis-jobs.com, Accor, souhaite répondre aux spécificités des métiers de ce segment qui allient pluridisciplinarité et polyvalence. Avec son réseau de près de 1 850 hôtels, environ 4 000 offres par an sont proposées, dans le monde et sur les trois marques ibis, ibis Styles et ibis *budget*. En 2014, 1417 offres ont été communiquées sur la France et 4092 dans le monde avec 172 offres de stage.

La plate-forme de recrutement dédiée ibis-jobs.com tend à mettre en avant les **métiers et les parcours** possibles au sein de l'hôtellerie économique. Au sein des marques ibis, près de **90% des managers sont issus de la promotion interne** ce qui souligne le potentiel d'avenir de ce secteur en termes d'emploi et d'évolution de carrière.

UN TERRITOIRE DE COMMUNICATION QUI EXPRIME LA DYNAMIQUE IBIS

Sur son segment, **Ibis est leader en notoriété et la marque de « premier choix » dans 11 pays du monde** pendant que la notoriété d'ibis Styles (+2 à 5pts) et ibis *budget* (+9 à 14pts) continue d'augmenter significativement, bénéficiant à plein de « l'effet famille ». (Source BDRC).

Fort de cette dynamique qui a renforcé la valeur des marques en termes de produits et de services à des prix raisonnables, les marques ibis lancent un **nouveau territoire de communication universel, décalé et impactant**. Ce territoire dit « **Rich and Famous** » montre avec humour que même les clients les plus exigeants font aujourd'hui le choix des hôtels des marques ibis, car avec une telle qualité de services et de confort, c'est le choix évident. Ces personnages chics, extravagants, hauts en couleurs que l'on admire et qui nous font rire – débarquent en grande pompe dans les hôtels ibis. **Ibis on ne peut pas rêver mieux !**

Ce nouveau territoire de communication 360 unique et différenciant sera visible sur de nombreux canaux de communication (TV, affichage, web, presse et online). Cette campagne a été conçue avec une attention particulière pour un usage sur le digital et un rayonnement sur les réseaux sociaux et notamment sur **Facebook et les 600 000 fans des marques ibis**.

Lancée en France en télévision le 22 février, cette campagne sera diffusée en 2015 dans **15 pays** d'Europe, d'Amérique Latine, Asie Pacifique et Afrique Moyen Orient avec un investissement media de plus de **15 Millions euros**.

LA FAMILLE IBIS EN FRANCE

- Les hôtels sous enseigne des marques ibis représentent **54%** du réseau de Accor en France soit **848 établissements (68 684 chambres)**
- **382 ibis hotels** (33 458 chambre) dont 60% opérés en franchises, 39% en filiales et 1% en contrats de management
- **141 ibis Styles** (9 843 chambres) dont 89% opérés en franchises, 10% en filiales et 1% en contrats de management
- **325 ibis budget** (24 943 chambres) dont 72% opérés en franchises, 26% en filiales et 2% en contrats de management
- Ouvertures 2014 : **1 hôtel ibis**, **19 ibis Styles** et **7 ibis budget**
- Ouverture prévues en 2015 : **2 hôtel ibis**, **21 ibis Styles** et **16 ibis budget**

A PROPOS DE LA FAMILLE IBIS

Le pôle de marques économiques du Groupe Accor, premier opérateur mondial présent dans 92 pays avec plus de 3 700 hôtels, comprend les marques ibis, ibis Styles et ibis budget. Avec près de 1845 établissements répartis dans 63 pays, la famille ibis se caractérise par des valeurs communes : simplicité, modernité et bien-être. Chacune des trois marques a également sa propre personnalité et sa propre offre hôtelière : attentionnée et efficace, ibis garantit une offre de confort ultime et un haut niveau de service. Un design unique dans chaque hôtel et un esprit happy mood pour ibis Styles; audacieuse et décontractée, ibis *budget* offre l'essentiel du confort à des prix tout petits.

Toutes les informations et offres sont disponibles sur le site internet suivant : www.ibis.com

Contacts Presse

Mélissa Levine

Accor Economy Brand Media Relations

110 Avenue de France - 75210 Paris Cedex 13

Tel. + 33 (0)1 45 38 84 76

Email: melissa.levine@accor.com

www.accor.com | www.facebook.com/Accor | www.accorhotels.com

Le Public Système

Jennifer Loison

Mail : jloison@lepublicsysteme.fr

Tél: 01 41 34 20 43

Virginie Martins Pires

Mail : vmartinspires@lepublicsysteme.fr

Tél. : 01 41 34 20 43