



MERCURE : UN NOUVEAU VISAGE QUI CONJUGUE INNOVATION ET AUTHENTICITE

Un an après l'annonce de son nouveau positionnement, Mercure, leader mondial de l'hôtellerie milieu de gamme poursuit sa modernisation à un rythme soutenu :

- Plus de 230 hôtels Mercure en France, à 80% rénovés
- Des espaces de vie entièrement repensés
- Une nouvelle offre œnologique et nouveau petit-déjeuner valorisant l'ancrage local
- Une priorité à la qualité de service : le « Pacte Qualité » dans 100% du réseau
- Le déploiement EasyWORK, une solution de travail nomade

Le réseau Mercure accélère ses rénovations et se développe à un rythme très soutenu

La marque a su s'adapter aux nouvelles attentes de ses clients et placer l'innovation au cœur de ses concepts. Depuis un an, elle déploie ses nouveaux lobbys et espaces de restauration « comme à la maison » au rythme des rénovations.

En 4 ans, 80% des hôtels du réseau ont été modernisés. Cette année **13 hôtels Mercure ont fait peau neuve en France** et en 2015, une quinzaine d'établissements lanceront à leur tour leur programme. Fort de son succès, Mercure prévoit d'accueillir 25 établissements dans l'hexagone d'ici fin 2015. La perspective de développement est d'atteindre **300 hôtels en France d'ici 2017**, soit une progression de 30% en trois ans.

«Les bénéfices de la modernisation de la marque se font sentir très concrètement. En France, cela nous a permis d'attirer de nouveaux partenaires franchisés, preuve de la bonne dynamique de Mercure. Nous allons également nous appuyer sur le fort développement de la marque à l'international pour continuer à capter la clientèle étrangère sur le marché français. C'est un élément capital dans notre stratégie de développement», explique Christophe Alaux, Directeur Général HotelServices France.

Dans le monde, Mercure a pour objectif d'atteindre un réseau de 1000 hôtels en 4 ans. Le rythme de développement est particulièrement soutenu notamment en Indonésie (13 hôtels à 2017), en Russie (11 hôtels à 2017) et en Allemagne (10 hôtels à 2015).

L'alliance de l'authenticité et de l'innovation au service de la qualité

Dans ses 758 hôtels à travers le monde, la marque propose une expérience chaleureuse, ancrée dans sa localité, assurée par des hôteliers enthousiastes et authentiques.

«La demande est forte pour les marques qui valorisent l'authenticité tout en assurant un niveau de qualité homogène » complète Frédéric Josenhans, Directeur Général en charge des Opérations Midscale en France.

En France, un an seulement après son lancement, **100% du réseau** a mis en place le « **Pacte Qualité Mercure** », un référentiel de 96 points répartis tout au long du parcours client, qui assure un haut niveau d'exigence dans tous les hôtels de la marque.

Une démarche d'accueil facilitée et humanisée

L'expérience Mercure débute avant même l'arrivée à l'hôtel, grâce à la toute nouvelle solution digitale d'accueil hôtelier lancée par Accor en avril dernier.

A son arrivée, le client est accueilli par le réceptionniste devenu « hôte », les formalités administratives étant réglées en amont. Le desk disparaît progressivement au profit d'une démarche d'accueil à la « table d'hôtes » ou dans l'un des autres lieux de vie de l'hôtel. Lorsque le client est membre du programme Le Club Accorhotels, des attentions spéciales lui sont dédiées allant du check-in prioritaire à la garantie d'avoir une chambre disponible à J-2, selon le statut.



Lobby du Mercure Paris Montmartre Sacré Cœur

Les produits locaux mis à l'honneur du petit déjeuner à l'apéritif!

Le **petit-déjeuner**, un des moments les plus importants du parcours hôtelier a été revisité autour de deux fondamentaux : la qualité et l'ancrage local. En France, 80% du réseau propose désormais **des produits emblématiques de la région** ainsi qu'une sélection de produits issus de l'agriculture biologique et sans gluten. Un service qui s'étendra à la totalité du réseau d'ici la fin de l'année.



Proposition de Vin Gourmand : verre de vin rouge et ses « grignotises »

L'offre œnologique fait, elle aussi, la part belle au local. Le lien qui unit Mercure au monde du vin **depuis 30 ans** est repensé à travers deux nouveautés phares :

- Les « **Vins Gourmands** », directement inspirés du célèbre café gourmand, proposent des petites bouchées salées ou sucrées à savourer en harmonie avec le vin choisi.
- La nouvelle carte des vins « **Cave et Saveurs** », dont la sélection est signée en collaboration avec **Bettane & Dessaive**, passionnés d'œnologie, ils sont devenus incontournables en France.

A partir d'octobre, Mercure lance la Tournée des Vignerons. Les établissements proposeront aux producteurs locaux de venir dans les hôtels à la rencontre de la clientèle pour faire découvrir leur production grâce à des animations régulières de dégustation des vins.

Les nouveaux espaces de restauration (Cuisine Lounge, Bar Lounge et restaurant Lounge) se déploient au rythme des rénovations. Le concept « **Cuisine Lounge** » par exemple, présent dans 3 établissements (Lille, Nice et Toulouse Wilson) sera présent dans 7 autres établissements d'ici la fin de l'année. Les clients ont rapidement adopté cet espace de cuisine ouverte qui fait la part belle aux recettes traditionnelles locales et où chacun se sert « comme à la maison ». Les espaces **Bar et Restaurant Lounge**, décloisonnés, deviennent de véritables lieux de vie très appréciés tant pour picorer « branché » qu'à l'occasion de déjeuners ou de dîners plus formels.



Cuisine Lounge - Mercure Lille Centre Grand Place

EasyWORK : le succès des hôtels pilotes permet le déploiement de l'offre dans une trentaine d'établissements

Pour répondre aux modes de vie des travailleurs nomades, **Mercure a développé « EasyWORK »**, un espace de travail dédié et modulable avec des petites salles de réunion et un équipement technologique dernier cri. Présent dans 4 hôtels en Ile-de-France, l'espace peut être loué à la demi-journée au tarif de 24€ par personne. D'ici la fin de l'année, **une plateforme de réservation en ligne sera proposée**. D'ici 3 ans, EasyWORK sera disponible dans 30 établissements à proximité de gares, d'aéroports ou d'importants pôles économiques régionaux.



Lounge Bar du Mercure Paris Montmartre Sacré Cœur

Le Mercure Paris Montmartre Sacré Cœur, une illustration du renouveau de Mercure en France

Idéalement situé au pied du quartier de Montmartre, cet hôtel de 305 chambres a été rénové d'avril 2013 à mai 2014. A l'issue des travaux, il dispose de l'ensemble des concepts et identifiants qu'a développé Mercure dans son nouveau projet de marque.

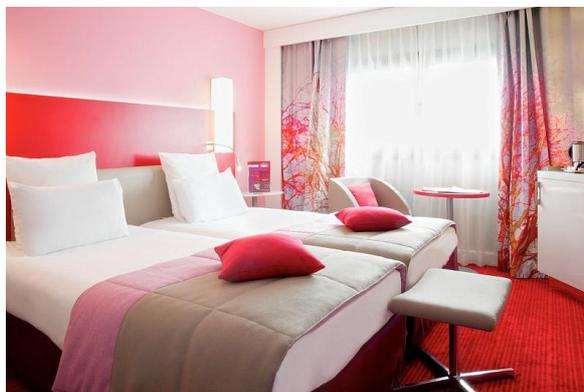
Le Bar Lounge, le 18.75, est doté d'un magnifique toit terrasse de 190 m² qui permet à la clientèle de profiter des beaux jours à tout moment, du petit déjeuner ou pour un verre après une longue journée de marche. Cet espace de verdure permet de prendre de la hauteur et de profiter d'un moment au calme tout en étant à deux pas des activités que propose le pétillant quartier de Montmartre.

En termes de restauration, l'établissement propose à sa clientèle un petit déjeuner buffet comprenant une sélection de produits bio, un room service disponible de 6h30 à 23h et une boutique gourmande ouverte 24/24 qui dévoile à toute heure du jour et de la nuit, une sélection de produits salés et sucrés, en libre accès dans le lobby.

#rediscoverMercure / @melaccorp

A propos de Mercure

Mercure est la marque milieu de gamme non standardisée du groupe Accor, premier opérateur hôtelier mondial présent dans 92 pays avec plus de 3 600 hôtels, 460 000 chambres et 170 000 collaborateurs. Les hôtels Mercure, partageant le même standard de qualité sont portés par des hôteliers passionnés. Situés au cœur des villes, en bord de mer ou à la montagne, chaque établissement propose une expérience authentique pour une clientèle tant affaires que loisirs. Le réseau Mercure, présent dans 51 pays à travers le monde avec 760 hôtels, constitue une réelle alternative à l'hôtellerie standardisée ou aux hôtels indépendants et offre la puissance d'un réseau international allié à la performance d'expertises métiers et digitales. Pour plus d'information, visitez <http://www.mercure.com>



Chambre du Mercure Paris Montmartre Sacré Cœur



La terrasse du Mercure Paris Montmartre Sacré Cœur

Contacts Presse : Emeline Guiraud: equiraud@lepublicsysteme.fr +33 (0)1 70 94 65 53
Mélissa Lévine: melissa.levine@accor.com +33 (0)1 45 38 84 76