



Communiqué de presse
20 janvier 2014

La famille ibis dépasse les 1 700 hôtels et poursuit sa révolution pionnière

ibis célèbre le 1000ème hôtel de son réseau



Accor, leader mondial de l'hôtellerie économique avec plus de 1700 établissements, célèbre aujourd'hui le millième hôtel ibis. Deux ans après avoir initié une véritable révolution des codes de l'hôtellerie économique et entrepris de moderniser les marques ibis, ibis Styles et ibis budget, le Groupe récolte les résultats de cette refonte sans précédent de la famille et dévoile la nouvelle chambre ibis et son nouveau concept de restauration ibis kitchen.

Le Groupe a initié un nouveau chapitre de son histoire en 2011 avec la **refonte de ses trois marques d'hôtellerie économique, ibis (1 000 hôtels), ibis Styles (233) et ibis budget (506)** regroupées au sein de la famille ibis. Ce projet de modernisation a permis de construire un portefeuille de marques cohérent et attrayant, caractérisé par la modernité et le bien-être.

Sébastien Bazin, Président-directeur général d'Accor, déclare : « Avec la famille ibis, qui compte plus de 1700 hôtels, Accor est numéro 1 mondial de l'hôtellerie économique sur 4 continents. La nouvelle stratégie du Groupe, qui s'articule autour de deux pôles, HotelServices et HotelInvest, permettra de renforcer l'innovation et le leadership d'ibis, ibis Styles et ibis budget : en Europe, en accélérant nos investissements en propriété, et dans les pays émergents en saisissant les opportunités de croissance en contrats de management et de franchise ».

Un développement soutenu stimulé par la modernisation des marques

En 2 ans, Accor a ouvert plus de 200 hôtels sous les enseignes de la famille ibis, soit **un établissement tous les 3 jours**. Portée par le projet de revitalisation, la famille ibis affiche un développement soutenu. En 2013, **52 % des hôtels ouverts par le Groupe appartenaient à la famille ibis** contre 39 % en 2012.

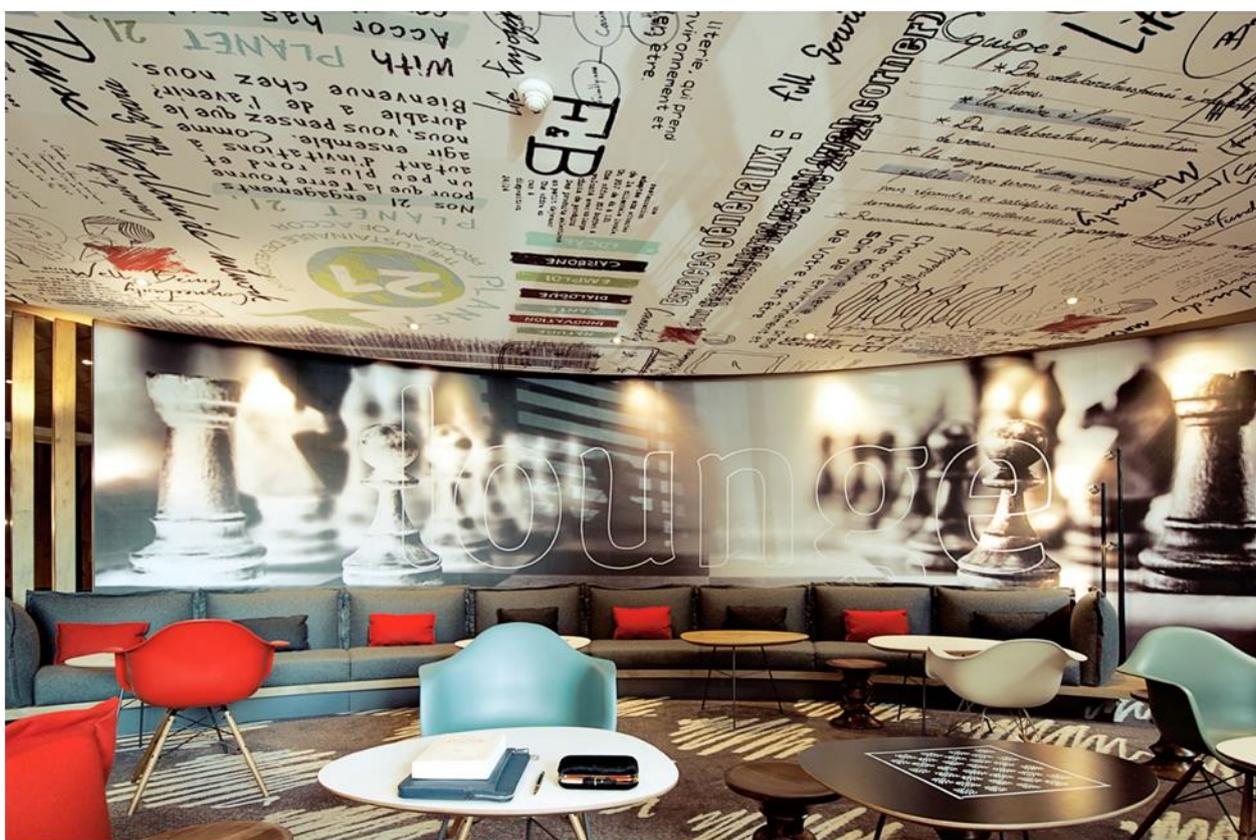
En l'espace de quatre ans, les marques d'hôtellerie économique de Accor ont solidement conforté leur position de numéro 1 mondial. La famille ibis pèse **près de la moitié des projets de développement du Groupe dans le monde, avec plus de 62 000 chambres** dont 38 % en Asie Pacifique, 30 % en Amérique latine et 27 % en Europe.

Des indicateurs clés en forte hausse : satisfaction clients, notoriété de la marque, perception et performance

« Ibis, ibis Styles et ibis budget bénéficient à pleinement de leur modernisation et de la nouvelle architecture de marques. La famille ibis a su réunir en l'espace de deux ans les conditions lui permettant de surpasser tous ses concurrents », explique Peter Verhoeven, directeur général Europe du Nord, Centrale et Orientale.

La notoriété des 3 marques a été significativement accrue par le projet de la famille ibis. Ibis est aujourd'hui la marque hôtelière économique ayant la plus forte notoriété spontanée dans 10 pays d'Europe.

La reconfiguration de plus de 300 espaces généraux dans les hôtels et le déploiement à grande échelle du nouveau concept de literie « **Sweet bed™ by ibis** », qui équipe désormais plus de 100 000 lits, ont renforcé la perception de modernité de la marque auprès des clients ainsi que leur taux de satisfaction en particulier sur la notion de confort : **90 % de clients satisfaits ou très satisfaits**, soit une progression de 5 points sur deux ans.



Le déploiement massif du projet ainsi qu'une gestion dynamique et opportuniste des canaux de distribution au cours du second semestre ont contribué à une croissance accélérée du chiffre d'affaires du segment économique. En particulier, au quatrième trimestre, avec une hausse de 4,1 % (+ 2,4 % en 2013 à périmètre comparable) et une progression de 4,2% du RevPar (+ 1,9 % pour l'exercice 2013).

Nos principaux marchés clés ont bénéficié de cette tendance forte sur le 4^{ème} trimestre : le RevPar a augmenté de + 14,1 % au Royaume-Uni, + 5,2 % en Allemagne, + 6,2 % en Espagne, + 4,2 % en Italie et + 2,6% au Brésil. En France, les performances du Groupe sur le segment économique atteignent un RevPar de + 0.7% à périmètre comparable sur le 4^{ème} trimestre, une performance remarquable au regard du marché français.

Ces résultats ont également permis aux marques de la famille ibis d'accroître leurs parts de marché dans les principaux pays stratégiques du Groupe (France, Allemagne, Royaume-Uni, Benelux) à travers une augmentation du RevPar Index, indicateur clé de la performance du Groupe par rapport à sa concurrence.

ibis, une marque pionnière depuis 40 ans !

Grégoire Champetier, directeur général marketing Accor, souligne : « *L'innovation est au cœur de la marque ibis depuis sa création en 1974. Nous avons opéré une refonte très rapide de l'ensemble des codes de l'hôtellerie économique en nous attaquant à l'ensemble des éléments structurants de la marque tels que le confort, la literie, le design, la distribution, la communication... Nous avons entièrement réinventé les normes du secteur en démontrant que le bien-être, l'esprit, les émotions et l'expérience sont aussi essentiels que la fonctionnalité et le prix dans l'hôtellerie économique* ».

ibis kitchen, ou comment réinventer les codes de la restauration

ibis lance le concept **ibis kitchen** pour moderniser et rationaliser ses restaurants afin d'offrir à ses clients une expérience alternative et revitalisée de cet espace de vie.



(Identité visuelle et territoire conçu par W&Cie)

Evolutif, le concept ibis kitchen bouleverse les codes de la restauration traditionnelle dans les hôtels et les habitudes des consommateurs : selon le moment de la journée et le profil des établissements, les restaurants et les espaces généraux sont réunis, mixés, et ouverts sur le bar proposant aux clients un espace propice à l'échange et à l'interaction dans une atmosphère détendue.

Ibis kitchen est un espace chaleureux au mobilier au design revisité, doté d'une identité visuelle forte et originale, qui s'inscrit parfaitement dans l'esprit informel et contemporain des nouveaux espaces généraux de la marque.

Ibis prévoit de déployer ce concept dans plus de 400 restaurants dans le monde d'ici 2015.



La nouvelle chambre **ibis**

Après le lancement de son concept unique et exclusif de literie et la transformation de ses espaces généraux, la marque annonce la création d'une nouvelle chambre conçue par l'atelier Archange.

Déployée dans les futurs hôtels en rénovation et les constructions, le nouveau concept de chambre a été imaginé pour proposer aux voyageurs une expérience unique et originale dans l'hôtellerie économique : panneaux aux motifs décoratifs imprimés, ambiance lumineuse élégante, nouvelle tête de lit graphique et revêtement de sol chaleureux renforcent l'impression de confort et d'accueil. Un premier pilote sera déployé à l'ibis Rotterdam City Center aux Pays-Bas.



Accor, premier opérateur hôtelier mondial, leader en Europe est présent dans 93 pays avec plus de 3 600 hôtels et 460 000 chambres. Fort d'un large portefeuille de marques, avec Sofitel, Pullman, MGallery, Grand Mercure, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, ibis Styles, ibis *budget* et hotelF1, Accor propose une offre étendue, allant du luxe à l'économique. Avec plus de 160 000 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 45 ans.

Contacts presse Accor:

Charlotte Bourgeois – Global Media Relations

Mélissa Lévine - melissa.levine@accor.com - 01 45 38 84 76