

## Accor engage sa transformation digitale « Leading Digital Hospitality »

- *Accor réinvente l'expérience client grâce au digital*
- *Huit programmes dédiés pour asseoir le leadership du Groupe avec des réalisations clés dès 2015*
- *Un plan d'investissement de 225 millions d'euros sur 5 ans*  
\*\*\*\*
- *Acquisition de la start-up française, Wipolo, qui développe une application mobile « compagnon de voyage » à la pointe de l'innovation*

Un an après l'annonce de la nouvelle stratégie du Groupe et la redéfinition de son modèle économique autour d'HotelServices et HotelInvest, Accor, premier opérateur hôtelier mondial avec plus de 3 600 hôtels, annonce aujourd'hui sa stratégie digitale visant à asseoir son leadership sur l'ensemble de la chaîne de valeur du parcours client.

Le plan « Leading Digital Hospitality » s'appuie sur une approche globale des enjeux numériques, dans un environnement de marché marqué par l'accélération des mutations technologiques et l'évolution rapide des usages des clients.

Construit autour de trois cibles, les clients, les collaborateurs et les partenaires, ce plan stratégique a pour objectif d'intégrer et de repenser la place du digital tout au long du parcours client, d'améliorer l'offre aux partenaires investisseurs et de consolider les parts de marché du Groupe en matière de distribution.

Il s'appuie sur deux piliers : les infrastructures informatiques d'une part et la gestion des données d'autre part. Il est décliné en 8 programmes, dont les premières réalisations seront effectives dès 2015.

Sébastien Bazin, Président-directeur général a déclaré : « *La transformation engagée par Accor est à la fois stratégique, digitale et managériale. Elle appréhende l'ensemble des enjeux digitaux afin de faire du Groupe l'acteur majeur d'un métier en profonde mutation. Accor est le premier opérateur hôtelier mondial et dispose de ressources importantes et de savoir-faire inégalés. En combinant nos forces et notre nouvelle ambition digitale, nous allons étendre notre excellence opérationnelle à l'intégralité de la chaîne de valeur de l'industrie, pour mieux anticiper les attentes de nos clients et renforcer notre leadership sur le long terme.* »

Vivek Badrinath, Directeur Général Adjoint, Marketing, Digital, Distribution et Systèmes d'information, a ajouté : « *Nous prenons le parti d'agir sur tous les leviers qui constituent l'expérience Accor. Tous nos publics, clients, collaborateurs et partenaires, doivent être positivement impactés par cette profonde transformation digitale autour de la mutation vers le mobile, la personnalisation et la fluidité du parcours de nos clients.* »

### Un plan intégré qui s'appuie sur 8 programmes

4 programmes sont centrés sur les bénéficiaires clients, pour mieux les connaître, mieux les accueillir et mieux les servir. Simultanément, ils permettront à Accor d'accélérer le recrutement de nouveaux clients dans les bases de données et de contribuer à les fidéliser.

- « **Mobile First** », pour accompagner la mutation vers les usages en mobilité (smartphones et tablettes), Accor déploie **une application mobile unique** qui regroupe l'intégralité des services, avant, pendant et après le séjour.

- « **Customer Centric** », avec le développement et l'exploitation de bases de données pour un suivi et des offres personnalisées, et la mise en commun des retours clients au sein d'une plateforme centralisée, « Voice of the Guests ».
- « **Seamless Journey** », pour fluidifier l'expérience des clients à toutes les étapes de leur parcours : dématérialisation des solutions de paiement, réservation « one-click », enregistrement en ligne et carte virtuelle Le Club Accorhotels.
- « **Mice & BtoB** », avec le développement de solutions digitales innovantes pour les entreprises (réservation en ligne d'espaces de séminaires) et l'intégration croissante des services BtoB sur le site de réservation mondial accorhotels.com.

Au-delà des clients, le plan inclut des programmes dédiés aux collaborateurs et aux partenaires du Groupe :

- « **Employee Friendly** », pour simplifier les tâches liées à l'accueil avec l'utilisation de tablettes et smartphones, pour développer la formation en ligne et pour favoriser l'échange grâce au réseau social d'entreprise, « AccorLive ».
- « **Owner & Franchise Centric** », pour faire de Accor le partenaire le plus efficace et transparent, en offrant notamment, dès 2015, aux propriétaires des solutions globales de Dynamic Pricing et Revenue management, un portail dédié incluant des informations et services personnalisés, ainsi qu'un process de facturation optimisé.

Enfin, la transformation digitale du Groupe passe par la consolidation des outils et systèmes informatiques pour les rendre encore plus robustes et agiles. Ainsi dès 2015, seront mis en place, les programmes suivants :

- « **Infrastructure Transformation** », portera sur l'optimisation des systèmes pour accélérer le déploiement de nouveaux services et accompagner la montée en puissance du volume de transactions.
- « **Business Intelligence & Analytics** », pour asseoir d'avantage le pilotage des opérations sur l'analyse des grands volumes de données recueillies, notamment au sein des hôtels.

**Le plan digital repose sur des outils existants extrêmement solides**, dont certains ont été profondément améliorés depuis début 2014 et qui vont continuer à évoluer :

- **TARS** (The Accor Reservation System), un outil de distribution puissant, qui centralise aujourd'hui 59% des réservations du Groupe et plus de 5 millions de requêtes par jour.
- **accorhotels.com**, le portail de réservations multimarque du Groupe qui gère une moyenne de 45.000 réservations par jour. Déjà disponible en 32 versions géo-localisées et 16 langues (18 langues en 2015), il propose désormais un nouveau service de planification de voyage « My trip planner » permettant au client de préparer son séjour dans 70 destinations dans le monde.
- **Le Club Accorhotels**, le programme de fidélité multimarque du Groupe, qui s'est enrichi de plus de 3 millions de nouveaux membres en 2014 et dont la générosité a été renforcée cette année. C'est le seul programme de fidélité hôtelier au monde permettant d'utiliser les points sans aucune restriction de date ou de disponibilité.

Sur la base de ces outils, **plusieurs initiatives ont déjà été déployées sur les derniers mois** à chacune des étapes du parcours client, avec notamment :

- Une personnalisation croissante des campagnes d'emails grâce à SMART, un outil exclusif de recommandation « self-learning » (plus de 14.000 campagnes d'emails en 2014 en 16 langues).

- Le déploiement mondial de « Welcome by Le Club Accorhotels », une solution digitale qui repense l'accueil hôtelier et vise à accompagner et faciliter le séjour des clients au travers d'échanges sur smartphone, opérationnel dans 1.000 hôtels d'ici fin 2014.
- Une refonte globale de l'imagerie (photos et vidéos) disponible sur le web avec plus de 2.500 nouveaux shootings en cours.

## La culture de l'innovation au cœur de la transformation digitale

Accor consacrera des moyens renforcés à l'innovation au travers de plateformes d' « Open Innovation » et d'acquisitions tactiques venant renforcer ses expertises ou sa technologie. Ainsi, le Groupe annonce ce jour l'acquisition de la start-up française **Wipolo**, compagnon de voyage à la pointe de l'innovation qui propose des solutions mobiles et web de gestion de voyage.

## Un plan d'investissement ambitieux sur 5 ans

La mise en œuvre de ce plan est assurée par le biais d'une gouvernance dédiée, composée notamment d'un Comité de pilotage Digital et de Comités dédiés à chacun des huit programmes.

Accor engagera des moyens importants, soit 225 millions d'euros entre 2014 et 2018, pour mener à bien l'ensemble de ces initiatives. Ce montant sera réparti entre investissements (Capex) pour 55% et dépenses d'exploitation (Opex) pour 45%.

60% des montants engagés viseront à consolider la performance actuelle du Groupe en améliorant les solutions de middle et back office ; 40% seront dédiés aux gains de parts de marché et à l'optimisation des coûts unitaires de distribution.

Sébastien Bazin, Président-directeur général a ajouté : « *Cette transformation profonde dote Accor d'une réelle capacité à changer d'échelle* ».



Premier opérateur hôtelier mondial avec **470.000 chambres** dans **3.600 hôtels**, Accor est présent dans **92 pays** avec **14 marques** de renommée internationale. Organisé autour de deux entités, le Groupe met au service de ses clients et partenaires sa double expertise d'opérateur/franchiseur (**HotelServices**) et de propriétaire/investisseur (**HotelInvest**). Du luxe-haut de gamme (**Sofitel, Pullman, MGallery, Grand Mercure, The Sebel**) à l'économique (**ibis, ibis Styles, ibis budget, adagio access et hotelF1**), en passant par le milieu de gamme (**Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio**), Accor fait évoluer en permanence ses concepts pour satisfaire pleinement les voyageurs d'affaires et de loisirs, partout dans le monde. Le Groupe s'appuie sur un écosystème digital puissant avec notamment son portail de réservations **accorhotels.com**, ses sites de marque et son programme de fidélité **Le Club Accorhotels**.

Les **170.000 collaborateurs** sous enseignes Accor évoluent dans une entreprise engagée dans la formation et le développement de ses talents, grâce à l'Académie Accor. Depuis sa création il y a 45 ans, le Groupe place l'innovation au cœur de sa stratégie pour satisfaire ses clients et bâtir une hôtellerie durable et responsable.

Suivez l'actualité du Groupe sur :

 @accor | [www.accor.com](http://www.accor.com)

Effectuez vos réservations sur :

[www.accorhotels.com](http://www.accorhotels.com)

### CONTACTS PRESSE

**Anne-France Malrieu**  
Image 7  
Tél: +33 (0)1.53.70.74.66

**Charlotte Bourgeois-Cleary**  
Directrice des Relations Media  
Tél. : +33 1 45 38 84 84

**Delphine Dumonceau**  
Relations presse  
Tél. : +33 1 45 38 84 95

**Gabrielle Haire**  
Relations presse  
Tél. : +33 1 45 38 84 87

### CONTACTS INVESTISSEURS ET ANALYSTES

**Sébastien Valentin**  
SVP Relations investisseurs & Communication Financière  
Tél: +33 1 45 38 86 25

**Marie Niel**  
Relations Investisseurs  
Tél. : +33 1 45 38 86 94