

Lancement de l'opération #captureibisstyles **ibis Styles dévoile les résultats de son étude sur les perceptions du design à travers le monde**

Paris, le 13 mars 2015 – Pour vous le design, c'est une affaire de bobos ou d'intellectuels ? Au contraire, seriez-vous prêt à renoncer à une sortie au restaurant ou à des prochaines vacances pour vous offrir un objet de design ? Mais parlons-nous tous de la même chose lorsque nous parlons de design ? Difficile d'établir une définition universelle tant sa part de subjectivité prédomine. On l'associe aussi bien à des notions de « stylisme », de « graphisme » et bien sûr de « décoration » ou « d'architecture d'intérieure ». Dans sa volonté de rendre le design accessible au plus grand nombre, ibis Styles propose du 13 mars au 13 mai prochain une opération 100% connectée sur instagram : #captureibisstyles. A l'occasion de son lancement, la marque apporte un éclairage inédit sur la perception que les personnes ont du design en France et dans 6 autres pays.

- **La « surprise » est pour la moitié des sondés l'émotion principale recherchée à la découverte d'un objet design.**
- **Pour plus de 2/3 des Français, ce sont les éléments de mobilier qui symbolisent le mieux le design.**
- **45% des personnes interrogées associent le design à une tendance, un concept dans l'air du temps.**
- **Plus de la moitié des Brésiliens espèrent et rêvent même de pouvoir un jour s'offrir un objet design.**
- **53% des Français refusent de payer plus cher pour un objet design.**

ibis Styles ou le design pour tous

ibis Styles, la marque à la personnalité unique et aux designs multiples du pôle économique du groupe Accor, s'est attachée à étudier et apporter un éclairage sur la perception et l'interprétation faites de la notion de design dans 7 pays.

Pour cela, l'enseigne, qui compte plus de 270 adresses dans le monde aux styles tous différents, a interrogé 300 personnes (50% d'hommes et 50% de femmes) représentatives de la population en France, Allemagne, Brésil, Espagne, Italie, Royaume-Uni et en Pologne soit un total de 2100 personnes. Leurs perceptions, leurs envies ou leurs attentes... Tout est passé au crible pour décoder et comprendre leur rapport au design.

Et cela tombe bien car **pour l'ensemble des pays interrogés, design et hôtellerie économique sont deux mondes tout à fait compatibles ! En tête de cortège, les Brésiliens qui approuvent la conjugaison de ces deux univers à hauteur de 90%.**



ibis Styles Sao Paulo Anhembi (Brésil)



ibis Styles Lyon Villeurbanne (France)

Le design, une notion aux multiples facettes

La perception du design se veut émotionnelle et davantage liée à l'affect et au plaisir. **La « surprise » est pour la moitié des sondés l'émotion principale recherchée à la découverte d'un objet design.** Les femmes y sont d'ailleurs plus sensibles avec 52,5% d'entre elles contre 45,9% des hommes. **41% des personnes interrogées, tous pays confondus, s'accordent à dire que le design est créateur de valeur au travers de l'esthétisme qu'il apporte à un objet.** De leur côté, les Anglais associent à 36% à une notion d'utilité.

L'étude révèle que la matérialisation et la représentation du design diffèrent selon les cultures et les pays. **Pour plus des deux tiers des Français, ce sont les éléments de mobilier qui symbolisent le mieux son expression.** En ce qui concerne les Anglais, 40% d'entre eux perçoivent le design à travers le prisme de l'architecture. Les Espagnols restent davantage portés sur le look et parmi eux, 36% associent le design au prêt à porter. Enfin les Allemands considèrent à 53% qu'il est présent dans des objets du quotidien.

Enfin, 45% des personnes interrogées associent le design à une tendance, un concept dans l'air du temps. Pour 94% d'entre elles, il se caractérise par l'élégance.

Vers une démocratisation du design

Elitiste ou démocratisé, les opinions divergent selon les nationalités. Jusqu'à présent, souvent attribué à un positionnement premium, le design n'est désormais plus réservé à une élite. Il tend à se démocratiser en s'invitant dans le quotidien du plus grand nombre.

Plus de la moitié des Brésiliens espèrent et rêvent même de pouvoir un jour s'offrir un objet design. Pour les Anglais (28%) et les Espagnols (30%), le design reste tout de même de l'ordre de l'inaccessible en raison de son prix souvent trop élevé.

A la question « Seriez-vous prêt à payer plus cher pour obtenir un objet s'il est design ? », plus de 50% des sondés répondent oui. Une seule exception : la France ! 53% des Français refusent de payer plus cher.

De manière générale, les femmes de l'échantillon sondé semblent plus sensibles à la notion de design. Elles sont 34,4% à le considérer comme de l'ordre du rêve contre 29% des hommes. Cependant, 24,7% des hommes interrogés pensent qu'il est aujourd'hui normal de posséder un objet design chez soi contre 16,5% des femmes.

« Les résultats de cette étude montrent que le design ne doit plus être exclusivement réservé à une clientèle d'hôtellerie de luxe ou de boutique-hôtel. Il s'invite partout et pour tous. En tant que marque d'hôtellerie économique, nous sommes fiers de proposer à nos clients plus de 270 environnements tendances et ludiques, surprenants et différenciants, pour apporter à leur séjour LA touche design qu'ils attendent ! », souligne Frédéric Fontaine – Directeur Marketing Global Famille ibis.

ibis Styles, une marque à l'écoute des attentes de ses clients

ibis Styles, ce sont plus de **270 hôtels et plus de 270 styles**. Chaque hôtel possède son propre style autour d'une thématique forte qui se décline dans tous les espaces : les Jeux Olympiques à l'ibis Styles Paris Massena Olympiades, les vins à l'ibis Styles Madrid Prado, le textile à l'ibis Styles Lille Centre Grand Place, l'aviation à l'ibis Styles Sao Paulo Anhembi... Le design est un élément central de la marque qui propose à ses clients une créativité sans cesse renouvelée, tournée vers la modernité avec des expériences décalées, insolites et surprenantes.

Bien que tous différents, les hôtels ibis Styles sont facilement reconnaissables, par leur caractère audacieux et moderne. Le design est au service de la générosité et de la convivialité. Ces deux valeurs fondamentales se retrouvent dans la création d'espaces libres et ouverts, ou encore à travers une ergonomie repensée des lieux.

Capture ibis Styles : Payez en likes et gagnez en design

ibis Styles lance, **du 13 mars au 13 mai 2015**, le pari fou d'une **opération connectée, 100% design baptisée « Capture ibis Styles »**. Le principe est simple : faire gagner, via le compte Instagram @captureibisstyles, des objets à forte créativité signés par des designers, célèbres ou émergents, présents dans les hôtels vitrines de la marque.

Pour participer, en allant dans les hôtels ibis Styles, il suffit de photographier l'un des objets mis en jeu, facilement identifiables par une étiquette, et de le poster sur Instagram en y associant le #captureibisstyles. Les photos qui auront obtenu le nombre de likes requis permettront à leur propriétaire de participer au tirage au sort et peut-être de gagner cet objet design.

Pour participer depuis un mobile, sur @captureibisstyles, la marque dévoile un panoramique d'un hôtel design. À l'intérieur, 15 objets de designers ont trouvé leur place, comme la Lampe WAaf de Pierre Stadelmann, le pouf Windmills de Constance Guisset, ou encore le petstools Ella d'Hanna Emelie Ernsting... Ici, il suffit de découvrir quels sont les objets de designers à gagner et de liker les bonnes photos pour participer au tirage au sort. Pour cela, des indices sont dispersés dans les commentaires.



Retrouvez toutes les informations sur l'opération sur
<http://www.epresspack.net/accor/ibis-styles-lance-loperation-inedite-captureibisstyles/>

À propos de ibis Styles

ibis Styles est la marque à la personnalité unique et aux designs multiples du pôle économique du groupe Accor, premier opérateur mondial présent dans 92 pays avec 3 700 hôtels et 170 000 collaborateurs.

Dans ces hôtels aux styles tous différents, simplicité et confort riment avec qualité et convivialité. Situés aux cœurs des villes ou à proximité des centres d'activité, chaque établissement propose un univers positif, stylé, décontracté et plein d'humour. La marque se différencie maintenant par son « Offre Tout Compris » qui inclut la chambre, le petit déjeuner buffet à volonté ainsi qu'une connexion à Internet haut débit et de multiples autres attentions. Fin décembre 2014, le réseau compte 277 hôtels répartis dans 24 pays.

Toutes les informations concernant les hôtels ibis Styles sont disponibles sur le site Internet www.ibisstyles.com

Contact Presse

Le Public Système

Jennifer Loison - jloison@lepublicsysteme.fr - Tél. : 01 41 34 23 67

Virginie Martins Pires - vmartinspires@lepublicsysteme.fr - Tél. : 01 41 34 20 43

Relations Médias Marques Economiques Accor

Romain Folliot

Mail : romain.folliot@accor.com

Tél. : 01 45 38 84 94