

## Accor révolutionne les codes de l'hôtellerie économique et redonne une longueur d'avance à ibis

*Un an après l'annonce du « big-bang » pour son hôtellerie économique, Accor dévoile l'étendue de la révolution ibis, menée en un temps record simultanément dans 54 pays. Un projet qui revoit en profondeur les codes de l'hôtellerie économique avec le renouvellement de plus de 100 000 lits, un nouveau concept pour ses espaces généraux et le déploiement en vitesse accélérée des nouvelles enseignes ibis, ibis Styles et ibis budget.*

*D'ici la fin de l'année 2012 :*

- *La totalité du parc (soit 1 600 hôtels économiques dans le monde) arborera les nouvelles enseignes*
- *fin octobre, 66 000 lits seront dotés du nouveau concept de literie, Sweet Bed™ by ibis, ibis Styles, ibis budget*
- *50 hôtels disposeront des nouveaux espaces généraux repensés pour replacer le design au cœur de l'hôtel*
- *Une campagne de publicité dans 56 pays incarnera la modernisation et le déploiement de la « famille ibis »*

Paris, le 17 septembre 2012. Référence de l'hôtellerie économique, ibis poursuit sa mutation, intégrant les évolutions des tendances de consommation, et confirme sa place de **leader de l'hôtellerie économique mondiale**. Une première étape dans la stratégie de modernisation de l'ensemble des marques de Accor.

*"Avec ibis, nous réinventons l'hôtellerie économique en créant un nouveau standard. Notre ambition est d'ouvrir de nouveaux territoires tant en termes d'expérience hôtelière que de géographies. Grâce à ce projet sans précédent, nous avons doté ibis d'une vision d'avance. Nos clients disposent d'une offre unique pour un budget économique et nos franchisés bénéficient de marques encore plus attractives "* précise Denis Hennequin, Président-directeur général de Accor.

Lancée le 13 septembre 2011, la redynamisation des marques économiques rassemble **ibis, ibis Styles** (all seasons) **et ibis budget** (Etap Hotel) **sous une seule et même famille ibis**. Un projet ambitieux déployé à un rythme qui défie le cycle traditionnel du secteur hôtelier, puisque à fin octobre 2012, plus de 70% des hôtels en France (environ 560 hôtels) et 80% du réseau ibis dans le monde (1280 hôtels) seront équipés des nouvelles enseignes. Un projet qui sera entièrement achevé d'ici la fin de l'année 2012.

### **Une révolution qui passe également par le renouvellement de la literie des hôtels ibis**

Parce que près de 70% des clients considèrent le confort du lit comme leur premier critère de choix pour un hôtel économique\*, Accor a développé un concept exclusif de literie : Le Sweet Bed™ by ibis, ibis Styles, ibis budget, pour offrir le meilleur du confort et être reconnu comme tel.



\*Etude Accor Business Traveller Juillet 2012



**Des nouveaux espaces communs ibis et ibis *budget*, avec des espaces repensés -lobby, réception et bar- pour devenir des lieux de vie contemporains à l'esprit résolument design. Dévoilés en juin dernier, 50 établissements dans le monde auront déjà achevé leurs rénovations avant la fin de l'année.**

**Le Sweet Bed™ by ibis, ibis Styles, ibis *budget*: l'expertise Accor sur le sommeil et la qualité du couchage**

Résultat d'une expertise de plus de 40 ans, Accor dévoile son nouveau concept de literie, développé en quelques mois par un comité scientifique interne composé d'experts du sommeil et de chercheurs externes.

**Pour la première fois dans le secteur économique, un groupe hôtelier conçoit un lit dans son intégralité.** Véritable révolution, ce lit « nouvelle génération » a été pensé en fonction des habitudes culturelles des clients. Ainsi, le lit est adapté à l'utilisation et aux habitudes locales des clients à travers le monde afin de leur garantir le plus grand confort de sa catégorie. **D'ici 2013, ce sont plus de 100 000 lits qui seront renouvelés !**



**A partir du 3 octobre, une nouvelle campagne publicitaire « Big Bang » internationale**

Du 3 octobre à la fin du mois de décembre 2012, une **campagne de communication d'envergure mondiale** sera lancée simultanément dans 56 pays. Visible sur de nombreux canaux de communication (affichage, web, TV, presse, online) ce dispositif grand public sera centré sur la transformation et la modernité des marques de la famille ibis. Cette campagne, **sans précédent sur le segment économique**, manifeste une fois de plus la volonté de marquer durablement l'esprit du consommateur avec un **investissement de 30M€** réalisé par le Groupe.

Pour concevoir la campagne et travailler sur son déploiement, Accor s'est appuyé sur l'expertise de BETC Paris qui a fait appel au célèbre photographe anglais *Martin Parr* pour réaliser les 17 portraits mettant en scène la raison même d'un **sommeil heureux** : la nouvelle literie ibis !



### ibis.com, nouveau portail famille commun aux trois enseignes ibis

A compter du 26 septembre, un nouveau portail web, [ibis.com](http://ibis.com), sera le point d'entrée commun des marques de la famille ibis. Ce portail viendra compléter les trois sites web « mono-marques » déjà existants qui totalisent la réservation de 7 millions de nuits en 2011. L'enjeu est triple:

- préserver les habitudes d'achat des cyber-consommateurs sur les sites « mono-marque »,
- mettre à la disposition des franchisés un site propre à chaque marque
- créer un outil online commun pour ibis, ibis Styles et ibis *budget* dans le but de fidéliser la clientèle existante, leur faire découvrir les autres marques et d'attirer de nouveaux clients.



### Le Sleep Art, une opération virale européenne inédite dans l'hôtellerie.

A compter du 19 septembre 2012, un tirage au sort parmi les internautes inscrits sur la page Facebook [www.facebook.com/ibis](http://www.facebook.com/ibis) permettra aux « fans » de vivre cette expérience éphémère unique : retranscrire sur une toile tout le confort d'une nuit dans un de ses hôtels. ibis a créé en collaboration avec les experts en robotique de la société Acne et les créatifs de BETC Digital un robot, connecté à la nouvelle literie. Grâce aux capteurs placés dans le topper, il reproduira, à partir de différents paramètres, la nuit des clients en temps réel.

Le robot, placé dans les espaces communs de l'hôtel **ibis Styles Paris Bercy**, exécutera en live la transcription des mouvements du client sur toile. L'œuvre sera filmée tout au long de sa réalisation puis diffusée sur internet et dans le lobby de l'hôtel, afin de faire partager au plus grand nombre cette expérience artistique. Trois villes européennes proposeront ces nuits d'exception à leurs clients :

- **Paris** : du 08 au 23 octobre 2012
- **Berlin**: du 26 octobre au 11 novembre 2012
- **Londres**: du 14 au 23 novembre 2012

Accor, premier opérateur hôtelier mondial, leader en Europe est présent dans 92 pays avec 4 400 hôtels et plus de 530 000 chambres. Fort d'un large portefeuille de marques avec Sofitel, Pullman, MGallery, Novotel, Suite Novotel, Mercure, Adagio, ibis, all seasons/ibis Styles, Etap Hotel/ibis *budget*, hotelF1 et motel6, Accor propose une offre étendue, allant du luxe à l'économique. Avec 145 000 collaborateurs à travers le monde, le groupe met au service de ses clients et partenaires son savoir-faire et son expertise acquis depuis près de 45 ans.

Contacts presse Accor: Mélissa Lévine - [melissa.levine@accor.com](mailto:melissa.levine@accor.com) - 01 45 38 84 76