



Communiqué de presse — 01.02.2019

# IBIS OUVRE LA VOIE D'UNE NOUVELLE HOSPITALITÉ RECENTRÉE AUTOUR DE LA CONVIVIALITÉ

ibis, marque pionnière de l'hôtellerie économique depuis 1974, bouleverse les standards de l'hôtellerie économique en proposant aux voyageurs et riverains proches de ses établissements, une toute nouvelle expérience client centrée sur l'hospitalité, l'ouverture sur le quartier et la création de lien social. Une stratégie qui fait écho aux nouvelles attentes des clients, comme le confirme l'étude Ipsos<sup>1</sup> menée dans 6 pays pour ibis: 80% des répondants souhaiteraient que ce nouveau type d'hôtel soit un endroit convivial, où chacun se sentirait libre de venir, y compris les «non-clients». Une transformation pour la marque qui aspire à faire de ses établissements de véritables lieux de vie pour tous, flexibles, accueillants, tendances et qui puissent répondre aux différentes attentes de la clientèle à tout moment de la journée.

## **Une nouvelle expérience client pour accompagner la transformation de la marque**

ibis a la volonté d'accueillir les visiteurs dans un life-hub où tous pourront dormir et se restaurer, faire des rencontres ou encore assister à des concerts live. Une ouverture du champ des possibles au sein d'un même endroit qui séduit *une majorité de sondés (67%),*

---

<sup>1</sup> Etude menée par Ipsos dans 6 pays (France, UK, Brésil, Singapour, Allemagne et Australie) pour ibis, auprès d'un échantillon représentatif de la population de chaque pays



*attribuant une note de 6 à 10 sur 10 à ce nouveau concept de lieu.* ibis propose ainsi de nouveaux espaces flexibles favorisant les échanges et la création de lien social entre clients, voyageurs et locaux.

## **Un accueil en mobilité, pour une expérience «comme à la maison»**

Élément jusqu'à présent emblématique dans un hôtel, le desk d'accueil est désormais supprimé du paysage. Dès l'arrivée des clients, un membre de l'équipe «ibis Smile Team» vient au contact du visiteur pour effectuer son check-in autour d'un verre au bar ou dans d'autres espaces confortables du lobby. Si ce nouveau format d'accueil nécessite des tablettes et une solution mobile propriétaire (PSM FOLS Mobile), il permet d'accroître la mobilité des collaborateurs et le contact avec le client. Malgré l'essor des solutions technologiques, l'humain reste l'élément central d'un accueil réussi, comme nous l'indiquent *61% des répondants qui préfèrent avoir recours à une personne physique plutôt qu'à la technologie lors du check-in/ check-out.*

L'ambition de la marque est d'équiper 100% du réseau ibis international d'ici 2022.

Par ailleurs, une campagne digitale créée en collaboration avec l'agence MRM sera dévoilée au grand public en février 2019. Celle-ci a pour objectif de mettre en avant les collaborateurs de la Smile Team ibis, au travers d'une galerie de portraits, mêlant anecdotes et témoignages. La campagne sera diffusée à partir du 31 janvier 2019 en France, au Royaume-Uni, en Allemagne et en Suisse.

## **Une flexibilité dans les solutions de design pour l'ensemble des espaces de l'hôtel**

Bien plus qu'un accueil chaleureux et personnalisé, ibis fait évoluer son modèle et passe d'une approche standardisée et normée à une approche flexible et personnalisée rendue possible grâce à 3 nouveaux concepts design. Les designers sélectionnés en Europe, en Amérique Latine et en Asie ont pensé leurs concepts pour qu'ils soient ouverts sur l'extérieur, organisés autour d'un bar et qu'ils permettent d'attirer non seulement les voyageurs mais aussi les locaux. Les voyageurs auront le choix entre des chambres pouvant accueillir 1 à 6 personnes, en fonction de leurs attentes mais également avec la Smart Room. De par sa grande taille et son mobilier fonctionnel, elle offre accessibilité, bien-être, confort et sécurité pour tous.



*Lobby – Europe*



*Lobby – Amérique Latine*



*Chambre 6 personnes – Amérique Latine*



*Chambre double - Europe*



*Guestroom – Asia*

## Une offre de restauration transformée, empreinte de convivialité

Pour permettre aux clients, locaux et voyageurs, de profiter d'un moment de détente au sein des hôtels ibis, la marque a développé de nouvelles offres de restauration qui viendront compléter l'expérience client. Espace central des établissements, le bar proposera une offre personnalisée, une identité visuelle propre et des éléments design différents pour créer une atmosphère unique. Libres de choisir parmi plusieurs nouveaux concepts, les hôteliers ibis pourront ainsi opter pour l'offre la plus adaptée aux spécificités de leur clientèle et la décliner en fonction de leur localité pour proposer une carte privilégiant des plats locaux et des produits frais.

Hôtel pilote pour cette nouvelle offre, l'**ibis Zurich Messe Airport** a installé le Charlie's Corner au sein du lobby, un bar dédié à la bière, où l'offre évolue selon l'heure de la journée. Le matin, on peut y déguster un café et le soir, y découvrir le «Beer Wall» et son large choix de bières suisses. On y déguste également des plats de la région, comme les «rösties» dans une ambiance pop-rock. Le Charlie's Corner est le lieu idéal pour que les amis et les voisins se retrouvent autour d'une bonne bière et d'un concert live.



*ibis Zurich Messe Airport (Charlie's Corner)  
Abaca Corporate/Stefan Kuhn ©*



## La musique, vecteur de rencontres et d'interactions

ibis a choisi d'intégrer la musique à chaque étape de l'expérience client pour créer de l'interaction entre tous les publics de passage dans ses hôtels. Comme le soulignent 79% des répondants de l'étude Ipsos menée pour ibis, *écouter de la musique est essentiel dans leur vie*. En 2019, plus de 100 concerts lives auront lieu dans les hôtels ibis, avec des performances d'artistes émergents repérés parmi les derniers talents locaux tendances, qui seront parrainés par artistes de renom pour jouer dans 6 pays. Une réponse aux attentes du grand public, comme le souligne l'étude Ipsos puisque *40% des sondés déclarent vouloir vivre des concerts en live d'artistes émergents dans les hôtels*. ibis se positionne ainsi en découvreurs de nouveaux talents et se propose d'accompagner les meilleurs d'entre eux jusqu'au Sziget Festival où une scène leur sera dédié.

---

### A PROPOS DE LA MARQUE IBIS

*ibis, marque économique de AccorHotels, garantit modernité, confort et service au meilleur prix.*

*La marque innove constamment pour offrir à ses clients toujours plus de modernité, de confort et de disponibilité. Elle a ainsi créé un concept de literie révolutionnaire le Sweet Bed™ by ibis, des espaces communs design et chaleureux, une offre de restauration moderne, ibis kitchen, et cultive l'esprit de service qui anime chaque collaborateur. ibis est mondialement reconnu pour sa qualité, sa fiabilité et son engagement environnemental. Créé en 1974, ibis est aujourd'hui le leader européen de l'hôtellerie économique et la 4ème chaîne de sa catégorie au niveau mondial avec plus de 1100 hôtels et 150 748 chambres dans 66 pays.*

*En Suisse, la marque est présente à travers un réseau de 25 hôtels (Baar, Baden-Neuenhof, Bâle, Berne, Bulle, Coire, Delémont, Fribourg, Genève (cinq), Kriens, Lausanne (deux), Locarno, Lugano, Neuchâtel, Rothrist, Sion, Winterthour, Zurich (trois)).*