



THE WAY
TO VIBRANT HOSPITALITY

DOSSIER DE PRESSE IBIS

Ibis place l'expérience client au cœur de sa stratégie

Dans notre société digitale de l'hyper-choix, l'offre d'hébergement évolue rapidement et profondément. Ces facteurs extérieurs nous poussent à adapter considérablement notre stratégie ; nous devons créer du lien avec nos clients actuels et nos nouveaux clients, leur proposer bien plus qu'un hôtel confortable au design agréable. Chez AccorHotels, notre ambition est de faire de nos marques des « world-class brands » en proposant des lieux ouverts et accessibles, des expériences fortes qui replacent l'humain au cœur de toutes les attentions.

C'est ce que confirme l'étude conduite par ibis et l'institut d'études Ipsos, menée dans 6 pays : 80% des répondants souhaiteraient que les nouveaux hôtels soient des lieux ouverts que chacun se sente libre de visiter, y compris les « non-clients ». Par ailleurs, 64% des sondés se disent être intéressés par des lieux conviviaux où ils peuvent faire la connaissance de nouvelles personnes. C'est pour répondre à ces nouvelles attentes, que ibis se réinvente.

Face aux évolutions du secteur et aux nouvelles demandes de ses clients, ibis, marque pionnière de l'hôtellerie économique depuis 1974, bouleverse les standards de l'hôtellerie économique et place l'hospitalité, la flexibilité et la création de lien social au cœur de sa stratégie.

Un modèle offrant de nouveaux designs, une offre de restauration repensée, un accueil convivial et une véritable expérience chaleureuse et empreinte de liberté, venant ainsi renforcer la marque ibis, qui a rendu le confort et la qualité accessibles à tous, partout dans le monde.

Cette marque, jusqu'à présent très normée, se renouvelle et se flexibilise tant dans son offre de chambre et de restauration que dans ses espaces de vie. Sa transformation est principalement basée sur les usages et la manière dont les clients s'approprient naturellement les lieux. La marque devient aujourd'hui un véritable lieu de vie pour se restaurer, dormir, travailler, et accueillir les voyageurs ainsi que la clientèle non hébergée et voisine de l'établissement. La musique y est présente dans chaque étape de l'expérience client, en tant que créateur de lien social, vecteur de partage, de rencontre et d'échange.

Etude menée par Ipsos dans 6 pays (France, UK, Brésil, Singapour, Allemagne et Australie) pour ibis, auprès d'un échantillon représentatif de la population mondiale.

Steven Taylor, Chief Brand Officer, AccorHotels



¹ 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.

CHIFFRES CLES

RÉSEAU IBIS

au 31 décembre 2018 :





389

HÔTELS

34 218 CHAMBRES

1174

150 748

HÔTELS

CHAMBRES

DANS 66 PAYS

Ibis est la marque hôtelière avec la notoriété la plus élevée quel que soit le segment, dans 6 pays (France 87%, Belgique 88%, Suisse 87%, Brésil 66%, Indonésie 72%, Maroc 80%) et la marque préférée (choix n°1) parmi celles du segment économique et le choix n°1 ou n°2 quel que soit le segment*.

*Etude menée par BVA BDRC en août 2017 auprès d'un échantillon représentatif de 1000 à 1500 voyageurs par pays.



**Etude réalisée du 5 au 6 septembre 2018 par Toluna auprès d'un échantillon représentatif de 1000 personnes de la population française de 18 ans et plus.

Chez ibis, on accueille les clients comme à la maison

Ibis mise sur l'ouverture et la liberté avant tout!

Qu'ils soient clients, voyageurs de passage ou encore locaux, ibis entend les inciter à rentrer dans ses hôtels en repensant son mode d'accueil, et ceci dès la première impression donnée par son design extérieur. Plus ouverts sur le quartier, les établissements sont dotés de grandes façades vitrées qui permettent d'effacer les frontières entre l'extérieur et l'intérieur, invitant à y pénétrer. Au-delà de son aspect esthétique, l'accueil du client est totalement repensé et ne s'apparente plus au classique desk physique situé à l'entrée des hôtels. Dès son arrivée, le client est accueilli et effectue la totalité des formalités sur smartphone ou tablette dans l'endroit qu'il aura choisi au sein du lobby grâce à une solution mobile propriétaire : PMS FOLS Mobile.

Ce nouvel accueil permet ainsi aux équipes ibis, désormais renommées la "Smile Team", de revenir à l'essence même de l'accueil et d'avoir davantage de temps pour accueillir leurs clients : de façon personnalisée avec des équipes 100% disponibles, les réceptionnistes viennent au contact du client, à travers une expérience simplifiée et décontractée. Une attente importante du grand public corroborée par l'étude lpsos menée pour ibis. En effet, 61% des répondants préfèrent avoir recours à une personne physique plutôt qu'à la technologie lors du check-in/ check-out. Ils estiment que le contact humain est important et chaleureux durant leur expérience à l'hôtel. Ibis, convaincu par cette approche de l'accueil et conscient des attentes du grand public, propose un nouvel accueil recentré sur l'humain et l'échange qui a fait ses preuves dans des hôtels pilotes et qui sera prochainement déployé dans l'ensemble des établissements ibis.

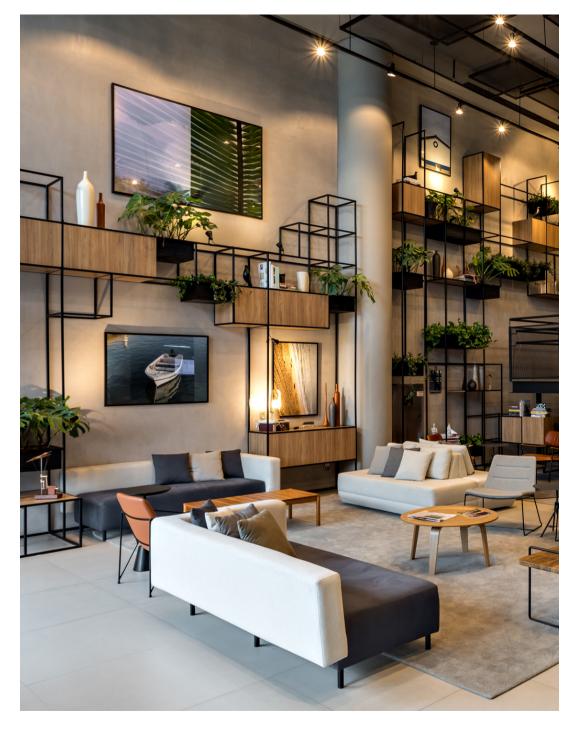
Un accueil plus performant au service de l'expérience client

Le Royaume-Uni a été le premier pays à tester ce nouveau format d'accueil. 60 établissements ont ainsi tenté l'expérience et aujourd'hui 100% d'entre eux l'ont adopté. Un nouvel accueil qui sera déployé progressivement dans tous les pays du réseau, l'ambition étant pour la marque d'atteindre 100% du déploiement à l'horizon 2022.

« Mission 15' »

Chez ibis, la "Smile Team" est disponible 24h/24h pour assurer une expérience pleine d'attentions à ses clients. L'équipe s'engage à leur apporter des solutions en 15 minutes chrono afin qu'ils gardent le sourire tout au long de leur séjour.





De la standardisation à la flexibilité, ibis affirme sa personnalité

Des collections design au service de la flexibilité et de la liberté d'usage

Que l'on voyage seul ou à plusieurs et que l'on soit à la recherche d'un lieu pour travailler ou se détendre, les hôtels ibis sont ouverts à tous et offrent des espaces totalement repensés et flexibles pour répondre aux besoins de chacun.

Les lobbies deviennent de vrais hubs sociaux, plus ouverts sur la rue, multifonctionnels, articulés autour du Great Bar pour offrir des ambiances animées. Le lobby évolue en un lieu de vie pour les clients, les voyageurs, et les voisins qui sont invités à se détendre, se restaurer, se retrouver ou encore travailler. Une transformation qui s'appuie sur de nouveaux besoins des voyageurs et des clients. En effet, 80% des répondants de l'étude, déclarent aimer les endroits qui sont ouverts à tous. Des lieux de vie ou l'on peut ajuster les activités en fonction de la flexibilité des lieux

Totalement intégrés au lobby, les espaces F&B contribuent à apporter une ambiance décontractée et animée où les clients peuvent se restaurer, boire un verre ou échanger entre amis. Outre le concept standardisé « ibis kitchen » existant, la marque a repensé une offre de restauration centrée autour du bar et d'une boisson phare.

Enfin, ibis fait évoluer ses chambres qui peuvent désormais accueillir jusqu'à 6 personnes dans des designs contemporains où les clients se sentiront « comme à la maison ». Pour s'adapter à la pluralité du réseau, la marque propose désormais aux hôteliers une collection de designs de chambres plus flexibles et adaptables.

Une offre de restauration repensée pour s'adapter à chaque hôtel

Chez ibis, l'offre F&B est disponible 24/7, avec un petit-déjeuner qui s'étend de 4h du matin à 12h. La marque propose ainsi une déclinaison de concepts respectant la philosophie F&B ibis : produits locaux, de qualité et artisanaux.

Les 4 nouvelles propositions se veulent flexibles, disposant de leur propre personnalité et offrant une expérience musicale dédiée, le tout développé autour du *Great bar* et d'une boisson phare. Chaque proposition a sa spécialité :

- Cool et conviviale dédiée à la bière où l'on retrouve une ambiance rock,
- « Good vibes » dans une ambiance électro et house autour d'une bière locale,
- Elégante et relaxante avec son bar à vin aux touches vintages et à l'ambiance jazzy & blues,
- Pétillante et fraiche autour du bar à cocktail vibrant au rythme de la musique pop.

Libres de choisir parmi ces 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 offre simple et diversifiée privilégiant des plats locaux et des produits frais.



Abaca Corporate/Stefan Kuhn ©

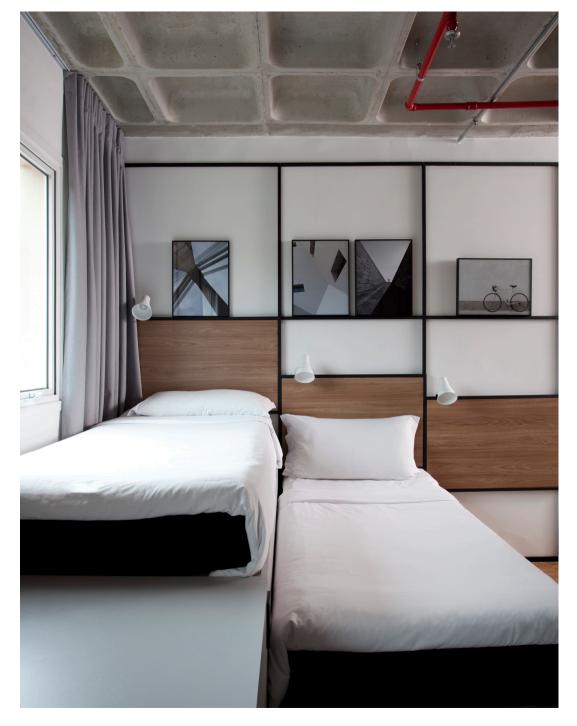




Charlie's Corner de l'ibis Zurich Messe Airport

Charlie's Corner est 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, ou encore les spiritueux locaux sélectionnés par Charlie, le barmaid. On y déguste également des plats de la région, comme les « rösties », dans une ambiance pop-rock... Une offre disponible 24/7. C'est l'endroit idéal pour retrouver ses amis et ses voisins autour d'une bonne bière et d'un concert live.





De la standardisation à la flexibilité, ibis affirme sa personnalité

La literie ibis, un confort extraordinaire

Fruit de la recherche des équipes ibis et de chercheurs externes, le Sweet Bed™ by ibis est un concept de literie inédit au confort extraordinaire. Chaque détail a été pensé, développé et testé pour ne rien laisser au hasard : le plus difficile sera de quitter votre lit!

Les secrets du sweet bed™ by ibis



- Un sommier à lattes souples articulées qui accompagne les mouvements du corps
- Un matelas multi-zones et multi-densités qui s'adapte à chaque morphologie pour un sommeil profond et réparateur
- Un topper (ou sur-matelas) de 7cm de confort en plus d'une couette blanche (220x240) et des grands oreillers (80x50) en microfibres, aériens et généreux
- Un lit taille Queen Size de 160 x 200



Sonce Pas

Une collection de trois nouveaux concepts

Ibis évolue et passe d'une approche standardisée à une approche flexible en proposant une collection de différents designs issus des principaux marchés de la marque.

Studio Innocad en Europe

Studio FGMF en Amérique latine

Studio Soda en Asie



Concept développé par le designer européen Martin LESJAK de INNOCAD Architecture





Ce concept allie modularité et flexibilité et personnalisation dans l'architecture et la décoration d'intérieur, mais également dans la rénovation et la construction de futurs hôtels ibis. La nouvelle expérience commence en franchissant le seuil de l'hôtel. Dès l'entrée apparait une transition fluide entre intérieur et extérieur, et entre espaces communs et lobby.

Des espaces de vies aux configurations variées invitent les voyageurs et les locaux à explorer les différentes atmosphères au gré de leurs envies et de leurs besoins. Le design intérieur polyvalent et authentique inclut des matériaux locaux et des créations d'artisans régionaux. Ce concept a été créé avec, et pour l'hôtel, en s'inspirant de son quartier.

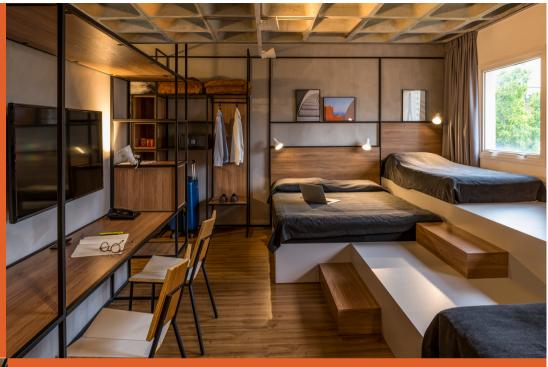






Concept développé par le designer brésilien Rodrigo **MARCONDES FERRAZ du** cabinet d'architecture FGMF





La vie urbaine s'invite dans l'enceinte de l'hôtel alors que la rue devient partie intégrante du lobby. Inaugurant une nouvelle allée piétonne, l'hôtel recrée une galerie d'inspiration locale. Libérée de ses murs et ses frontières visuelles, la facade de verre permet une perméabilité visuelle d'exception pour attirer l'œil des passants, invitant tout un chacun à pénétrer les lieux et à découvrir une expérience d'hospitalité détendue, vibrante et moderne.

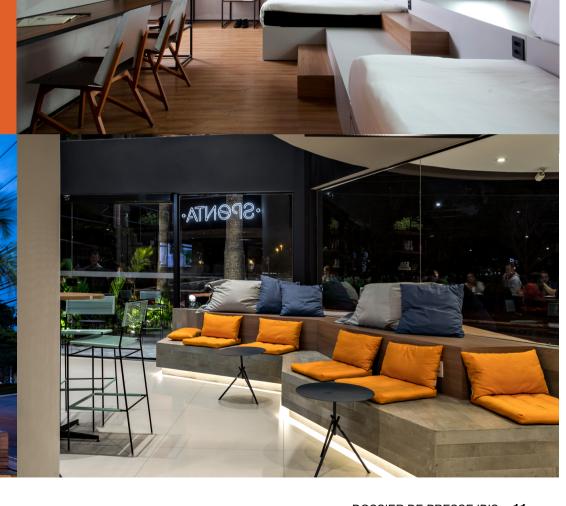
La simplicité n'a jamais été si confortable. Les chambres ont été décorées dans un style moderne, avec une étagère comme pièce maîtresse. Les agencements fonctionnels exclusifs et les différentes typologies d'espaces plongent les clients dans de nouvelles perspectives, créant plus de confort et un réel sentiment d'être « comme à la maison ».



Les Chambres de l'ibis São Paulo Morumbi

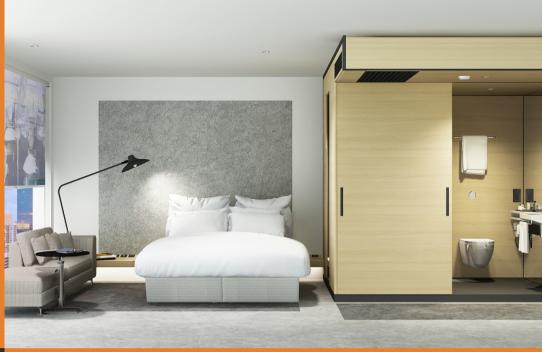
Et le lobby de l'ibis São Paulo Expo







Concept développé par le designer Thaïlandais Soda Studio





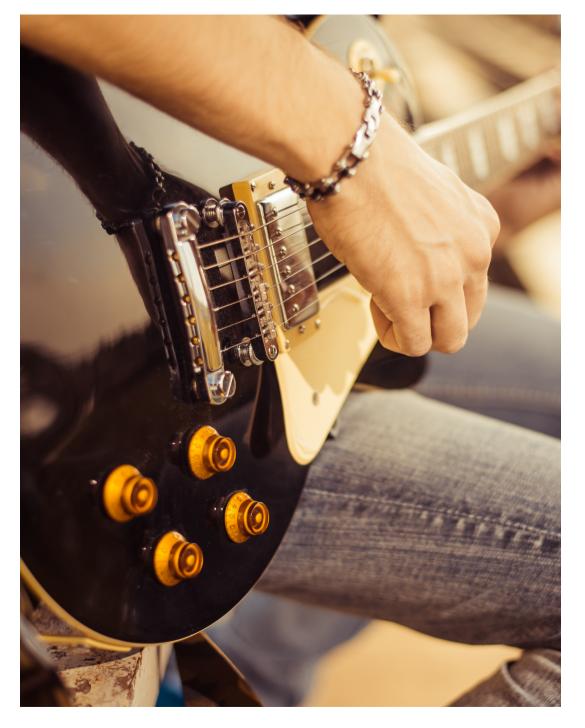
Ce concept est lui aussi flexible, modulable et contemporain, il offre tout ce que les clients recherchent : du confort, une ambiance chaleureuse et animée. Soda Studio a pris le parti de rendre le lobby totalement visible de l'extérieur avec de grandes baies vitrées. Il s'étend même jusqu'à l'extérieur avec un espace terrasse qui efface la barrière habituelle entre l'hôtel et la rue. Ce lobby devient un véritable lieu de vie où tout le monde se sent accueilli et libre de manger, se relaxer, travailler, jouer.



Le concept Soda Studio, bientôt disponible à Singapour







ibis réunit les clients et locaux autour de la musique

Lieux de vie tendances et ouverts à tous, voyageurs et locaux confondus, les établissements ibis deviennent un point de repère où que l'on soit dans le monde. Véritables espaces de rencontres, ils accueillent les clients du matin au soir, du petit déjeuner jusque tard dans la soirée, pour créer toujours plus de liens entre les visiteurs.

La musique, créatrice d'atmosphères conviviales et d'opportunités d'interactions.

La musique rassemble les individus, les lie les uns aux autres et leur fait partager un pur moment de joie. Rien n'est plus excitant qu'approcher l'un de ses héros musicaux, ou encore se découvrir une nouvelle idole. Ibis souhaite faire de ses établissements un lieu phare pour les concerts live, un endroit où clients, locaux et artistes pourront partager des moments forts et intimes d'évasion musicale. La marque a pour ambition d'inviter des artistes de renom ainsi que des talents émergents à jouer dans ses hôtels, afin de créer une scène musicale animée et une communauté de passionnés où la musique live pourra s'exprimer. Une initiative qui répond à des attentes clients puisque 1 répondant sur 4, toutes tranches d'âges confondues, aimerait assister à des concerts live d'artistes émergents.

En 2019, plus de 40 concerts auront lieu dans des hôtels ibis à travers le monde, certains étant parrainés par des artistes de renom. Ibis a pour objectif de devenir un tremplin pour plus de 80 talents émergents identifiés parmi les nouveaux artistes tendances, et organisera une finale internationale au Sziget Festival, en Hongrie.





Des offres pour les voyageurs d'affaires...

Réunions et séminaires en toute simplicité

Partout dans le monde, de nombreux hôtels ibis disposent de salles de réunions et de séminaires simples, modulables, équipées et chaleureuses. Alliées à l'offre d'hébergement et de restauration de la marque, elles permettent l'organisation de réunions conviviales et divertissantes, sans perdre de temps avec la logistique. L'accompagnement technique, ainsi que les accueils petit-déjeuner, pauses, déjeuners et dîners sont pris en charge par les équipes de l'hôtel.

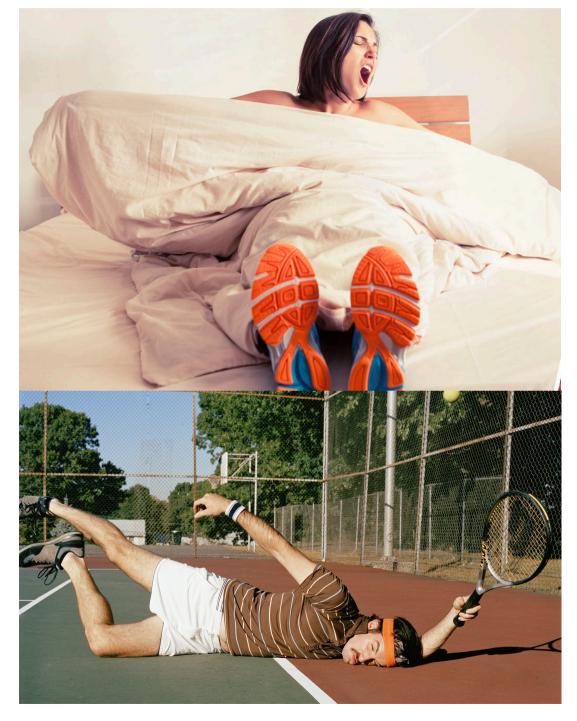
La carte ibis business offre cinq bénéfices immédiats

- 10 % de réduction sur la chambre de l'abonné (réduction cumulable avec le tarif Membre de Le Club AccorHotels). Cette réduction est également valable sur une deuxième chambre
- 10 % de réduction dans les restaurants et bars des hôtels, y compris pour les clients non-résidents
- 5 % de réduction supplémentaire sur certaines promotions (early booking, summer and winter deals)**
- · La garantie d'une chambre toujours disponible jusqu'à deux jours avant la date d'arrivée
- · Un accès direct au statut Gold du programme de fidélité Le Club AccorHotels et à tous les avantages associés, tels que le early checkin ou le late check-out gratuits



^{*}Le programme d'abonnement ibis BUSINESS n'est pas disponible en Chine.

^{**}Pour toute réservation faite à un tarif flexible. 5% de réduction sur les tarifs non-flexibles



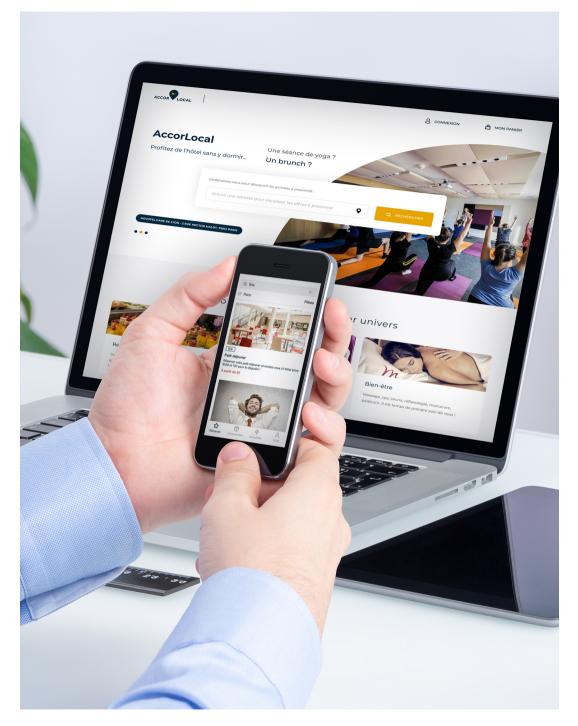
... les sportifs ...

Des hôtels « sport friendly »

En France, « ibis Sport » est un service conçu pour les sportifs individuels ou collectifs qui se déplacent régulièrement pour participer à des épreuves sportives en France et en Europe.

Cette offre leur permet de bénéficier de tarifs préférentiels, de formules de restauration adaptées et d'équipements de préparation ou récupération comme les tables de massage. Une réelle valeur ajoutée pour le séjour du client!





... et des bons plans pour chacun

Des services ouverts à tous

En 2017, AccorHotels lance le programme AccorLocal*. AccorLocal ouvre les portes des hôtels aux riverains en leur proposant une multitude de services jusqu'ici réservés à la clientèle hébergée : des services hôteliers comme la restauration, l'accès à la salle de sport ou au spa, mais aussi des activités développées avec des partenaires telles que des cours de yoga, des ateliers de cuisine ou encore des anniversaires pour enfants.

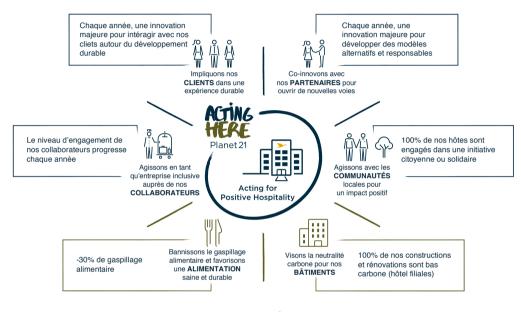
L'objectif du Groupe est, à travers l'application AccorLocal, de positionner les hôtels comme de véritables lieux de vie autant pour les voyageurs que pour les locaux. AccorHotels allie la fluidité du digital, le savoir-faire hôtelier et l'expérience locale pour proposer aux riverains, aux hôtels et aux commerces, une nouvelle manière d'interagir avec leur quartier.

Disponible sur www.accorlocal.com Application disponible sur iPhone et Androïd.

*Offre disponible en France uniquement.







OUVRONS, PARTOUT OÙ NOUS SOMMES, DE NOUVELLES VOIES VERS UNE HOSPITALITÉ POSITIVE

Planet 21, agir pour une hospitalité positive

Lancé en 2011 par AccorHotels, Planet 21 encadre sa politique environnementale pour agir en faveur d'une hospitalité positive.

Le Groupe affiche des objectifs ambitieux à l'horizon 2020, autour de 4 axes stratégiques :

- Agir auprès de ses collaborateurs.
- Impliquer ses clients,
- Co-innover avec ses partenaires,
- Agir avec les communautés locales.

2 enjeux clés viennent compléter ce dispositif : l'alimentation et les bâtiments.





CONTACTS PRESSE

Jung von Matt/Limmat

Valérie Eckard +41 44 254 66 59 accor-press@ivm.ch