



# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## Best Western dévoile sa nouvelle identité de marque

**HONOLULU (29 septembre 2015) –** Le logo emblématique et bien connu de la marque Best Western, qui compte plus de 4 100 établissements dans plus de 100 pays, a accompagné avec constance l'expansion de l'enseigne et l'amélioration qualitative de ses hôtels. Aujourd'hui, à l'occasion de sa convention annuelle, l'équipe de Direction de l'entreprise a présenté la nouvelle identité de Best Western, visant à refléter son évolution.

Afin de mieux représenter la qualité et la variété de son offre, Best Western International change de nom et devient **Best Western Hotels & Resorts**. L'entreprise disposera d'un logo distinct de ceux de chacune de ses sept marques, Best Western®, Best Western Plus®, Best Western Plus Executive Residency®, Best Western Premier®, Vīb<sup>SM</sup>, BW Premier Collection® et GLō – sa nouvelle marque milieu de gamme.

**BW** | **Best Western®**  
**Hotels & Resorts**



« Pendant plus de vingt ans, Best Western a présenté un logo familier, reconnaissable et d'une grande visibilité. Mais il était nécessaire de faire connaître aux consommateurs les investissements engagés ces dix dernières années et les améliorations significatives qu'a connues notre marque. Nous abordons l'avenir avec une identité de marque réinventée qui clarifie notre offre exceptionnelle et renforce notre attractivité grâce à un look moderne, énergique et pertinent », déclare David Kong, Président-Directeur Général de Best Western Hotels & Resorts. « C'est un nouveau départ ! Ces logos sont totalement différents et illustrent parfaitement notre positionnement et ce que sont nos établissements aujourd'hui. »

L'enseigne Best Western a considérablement évolué depuis ces 10 dernières années. L'introduction d'un nouveau nom pour sa marque ombrelle et de logos propres à chacune de ses marques d'hôtels signale aux voyageurs et aux partenaires les changements mis en place pour moderniser Best Western, notamment :

- L'effort conséquent réalisé pour améliorer la qualité des établissements et la satisfaction des clients. Outre la révision à la hausse des standards de qualité, un plan de rénovation massif a été déployé. Ce sont ainsi plus de 150 millions d'euros qui ont été investis par les hôtels Best Western en France et 2 milliards de dollars en Amérique du Nord (d'ici fin 2016) ;



### PLUS DE 300 HÔTELS DE 3 A 5 ÉTOILES PARTOUT EN FRANCE

Best Western® est une marque d'hôtels indépendants qui ont su conserver leur caractère avec style. Ce sont des hôtels de charme à l'architecture unique ou des hôtels boutiques au design recherché, qui vous font découvrir la richesse et l'authenticité de leur région.

Majoritairement situés en coeur de ville, là où l'activité bat son plein, ils constituent une véritable invitation au voyage.

Hôtels Best Western®, là où ils se ressemblent, c'est qu'ils sont tous uniques.



# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

- La répartition du réseau sous trois marques (Best Western®, Best Western Plus® et Best Western Premier®) en 2011 pour clarifier le positionnement du réseau et mieux répondre aux différentes attentes des clients ;
- L'expansion géographique continue de la marque, jusqu'à atteindre aujourd'hui plus de 4 100 établissements dans 100 pays.

La nouvelle identité de Best Western Hotels & Resorts se traduit par un logo qui met en valeur les initiales de la marque — BW — qui seront utilisées à travers tous les canaux de communication. L'utilisation des initiales facilitera l'exploitation de ce nouveau logo sur les supports digitaux, qui disposent généralement d'un espace limité. Cette nouvelle identité visuelle s'accompagne également de nouveaux logos pour les marques Best Western®, Best Western Plus® et Best Western Premier®.

Le processus de création des nouveaux logos a duré deux ans et s'est notamment appuyé sur la contribution des voyageurs, des partenaires commerciaux (agents de voyages, travel managers...) et des propriétaires d'hôtels Best Western à travers le monde. Avec ce changement, Best Western Hotels & Resorts souhaite moderniser son image et mettre l'accent sur l'identité et le positionnement de chacune de ses marques.

Les quatre nouveaux logos adoptent ainsi un design plus contemporain grâce aux formes et aux effets utilisés :

- **Le logo de la marque Best Western Hotels & Resorts** reprend le bleu revisité du logo actuel et utilise une police manuscrite distinctive pensée pour évoquer la convivialité, pour être mémorisable et contemporaine. Ce logo extrêmement lisible positionne clairement l'enseigne Best Western comme un groupe d'hôtels et de resorts d'envergure internationale, proposant des marques qui répondent aux besoins des voyageurs d'aujourd'hui.
- **Le logo de la marque Best Western®** adopte la police manuscrite familière et reprend la couleur bleue institutionnelle, dans une version modernisée. Le globe central est animé grâce à des effets comme le dégradé de couleur, les reflets et un traitement 3D. Ces effets permettent de se distinguer des autres acteurs de l'industrie hôtelière qui ont traditionnellement des logos en 2D.
- Reprenant les mêmes effets, **le logo de Best Western Plus®** adopte le rouge traditionnel de la marque, intègre la police signature et souligne le terme « Plus » d'un trait fuselé. Sa forme de losange le distingue du logo de la marque Best Western®, et lui donne un look plus premium, pour marquer son appartenance au segment milieu de gamme supérieur.
- **Le logo de Best Western Premier®** utilise une police classique et contemporaine, illustrant ainsi style et élégance. Le positionnement haut de gamme de Best Western Premier® est renforcé par le monogramme BWP, inséré dans une forme elliptique. Le mot « Premier » utilise la police manuscrite de la marque, et est mis en avant par le trait fuselé qui le souligne et le rattache à la marque ombrelle.



## PLUS DE 300 HÔTELS DE 3 A 5 ÉTOILES PARTOUT EN FRANCE

Best Western® est une marque d'hôtels indépendants qui ont su conserver leur caractère avec style. Ce sont des hôtels de charme à l'architecture unique ou des hôtels boutiques au design recherché, qui vous font découvrir la richesse et l'authenticité de leur région.

Majoritairement situés en coeur de ville, là où l'activité bat son plein, ils constituent une véritable invitation au voyage.

Hôtels Best Western®, là où ils se ressemblent, c'est qu'ils sont tous uniques.



# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

« Ces logos permettent une différenciation claire de nos marques, offrant à nos clients une meilleure compréhension de l'offre proposée par Best Western Hotels & Resorts. Ils illustrent la stratégie de la marque d'approfondir son offre sur le segment traditionnel de milieu de gamme et de l'élargir à de nouveaux segments », a déclaré Olivier Cohn, Directeur Général de Best Western France.

Les nouveaux logos devraient être officiellement adoptés à la mi-novembre, après l'approbation des propriétaires d'hôtels Best Western en Amérique du Nord.

## **Contacts presse : Bureau de presse Pascale Venot**

Pauline de Riquès / 01.53.53.44.68 / [pauline@pascalevenot.com](mailto:pauline@pascalevenot.com)

*Chaque hôtel Best Western® est individuellement exploité par un propriétaire indépendant.*



## **PLUS DE 300 HÔTELS DE 3 A 5 ÉTOILES PARTOUT EN FRANCE**

Best Western® est une marque d'hôtels indépendants qui ont su conserver leur caractère avec style. Ce sont des hôtels de charme à l'architecture unique ou des hôtels boutiques au design recherché, qui vous font découvrir la richesse et l'authenticité de leur région.

Majoritairement situés en coeur de ville, là où l'activité bat son plein, ils constituent une véritable invitation au voyage.

Hôtels Best Western®, là où ils se ressemblent, c'est qu'ils sont tous uniques.