

Communiqué / 20 avril 2015

« Maranatha Synergie Hôtelière » : une nouvelle identité corporate, en phase avec les valeurs, les métiers et les engagements du Groupe

Marseille le 20 avril 2015 –Maranatha annonce aujourd’hui le lancement d’une nouvelle identité de marque, en phase avec l’évolution et la maturité du Groupe. Depuis sa création, en 2000, Maranatha a évolué sur un modèle fondé sur des valeurs solides, qu’il fait vivre tant dans la relation avec ses clients qu’en interne.

Réalisée en collaboration avec l’agence Iceberg (Paris), agence spécialisée en stratégie de marque, la nouvelle identité corporate de Maranatha est le reflet d’un ADN original et de valeurs qui sont au cœur des pratiques du groupe : l’éthique, l’humain, l’ambition, l’exigence, l’innovation. Ces valeurs fondent l’« esprit Maranatha » et se retrouvent tant dans la politique interne du Groupe, centrée sur l’humain d’une part et l’engagement et la responsabilité d’autre part, que dans l’expérience unique proposée aux clients, avec une large gamme d’hôtels développant chacun leur propre univers dans le respect de l’esprit de bien être Maranatha.

La nouvelle signature de la marque, « *Synergie Hôtelière* », évoque la philosophie du groupe qui capitalise sur la synergie de ses métiers. Maranatha est le premier et seul acteur intégré du marché de l’hôtellerie ; son modèle cohérent, solide et pérenne couvre l’ensemble de la chaîne de création de valeur du secteur, avec deux activités principales, la finance et la gestion hôtelière. Ces deux activités correspondent à l’exercice de trois métiers intimement liés et complémentaires : financer ; acquérir / rénover et enfin gérer. Cette signature renvoie aussi au concert de compétences et de talents qui doivent se coordonner pour offrir à chaque client une expérience unique de qualité, de confort et d’attention.

Le logo de Maranatha illustre cet ensemble de valeurs. Il est construit autour d’un typogramme au nom de la marque, articulé autour d’un principe de rondeur et qui représente l’harmonie et le bien être des univers des hôtels Maranatha. L’écriture choisie est plus moderne et lisible, ce qui en favorise notamment la mémorisation. Ce typogramme représente aussi la synergie et la combinaison des métiers, notions appuyées de plus par un signe « poinçon » associé, souple et ininterrompu, une sorte de "m" continu qui porte vers l’infini et symbolise l’idée de confort et de cocon.

Maranatha est devenu, en 2015, le dixième groupe hôtelier français et compte une gamme de 50 hôtels allant du 2 au 5 étoiles. La diversité de l’offre fait intégralement partie de la philosophie du Groupe, avec la volonté de donner à chacun la possibilité d’accéder à l’expérience Maranatha, tout en s’orientant de plus en plus vers des établissements de prestige.

Maranatha voit sa place de plus en plus reconnue parmi les acteurs de la profession et s’est récemment vu attribuer le Prix Emplitude (label validé par l’AFNOR) pour la gestion exemplaire

de ses ressources humaines, le Prix Image Entreprise Méditerranée pour le développement et l'engagement de l'entreprise et le Premier Prix du palmarès Gestion de Fortune pour Finotel. De plus lors de sa rénovation l'hôtel Marmotel a été le premier hôtel des Alpes à obtenir l'agrément BBC (Bâtiment Basse Consommation).

Après ce premier travail sur son identité, Maranatha ouvre une deuxième phase de réflexion sur la philosophie des métiers du Groupe, dont les résultats seront bientôt annoncés.

A propos de Maranatha

Le groupe Maranatha est le premier acteur à intégrer l'ensemble des métiers de la chaîne de valeur de l'hôtellerie, allant de l'investissement financier à la gestion, en passant par la rénovation ; le groupe Maranatha lève des fonds pour investir dans des hôtels, qu'il rénove et exploite dans une perspective de création de valeur.

Les équipes du Groupe conjuguent ainsi deux expertises, finance et hôtellerie, au travers de trois métiers qui nourrissent le concept de Synergie hôtelière :

Financer :

-collecte des fonds auprès de PME et de grands investisseurs privés et avertis grâce à des solutions d'investissements

Acquérir :

-identifier les biens hôteliers à potentiel, les achète, analyse et recommande leur positionnement futur et les rénove si nécessaire

-rénover les hôtels acquis pour créer une nouvelle valeur

Gérer :

-gérer et optimiser des biens hôteliers

-maximiser les marges d'exploitation

Cette vision cohérente de l'ensemble du cycle de l'hôtellerie a permis au groupe une croissance forte et maîtrisée depuis sa création en 2000. Maranatha se développe sur un axe Paris, Bruxelles, la montagne et le Grand Sud de la France, avec aujourd'hui 48 hôtels dont plusieurs établissements prestigieux : le Seven Hotel**** (Paris), l'Astor Saint Honoré**** (Paris), le Jules César***** (Arles), l'Aigle des Neiges**** (Val d'Isère), le Dolce Frégate Provence**** Hôtel & Golf (Bandol) et le Mas des Herbes Blanches***** Relais et Châteaux (Gordes, Luberon).

www.maranathagroupe.com

A propos d'Iceberg

Iceberg est une agence de branding et de communication intégrée, dédiée aux marques Lifestyle, Premium et Luxe. Associant stratégie, design thinking sens du détail et œil avisé, Iceberg travaille la culture de marque comme un socle de référence. Iceberg crée des signes désirables et intemporels, produit des nouveaux contenus associant style et entertainment, créativité et objectifs business. L'agence travaille en synergie communication commerciale et communication corporate autour de quatre métiers : Branding, Design, New Content, Event.

Maranatha :

Christel Juvet, Directrice Marketing et Communication +33(0)6 48 12 20 96 / christel.juvet@groupeparanatha.com

Florence Reboul, Responsable Marketing Stratégie +33 (0)6 88 45 38 31 / florence.reboul@groupeparanatha.com

Iceberg :

Véronique AMIOT : Directrice de Studio +33 (0)1 53 63 15 00 / veronique@iceberg.fr