

OUI A L'ESSENTIEL !

PREMIÈRE CLASSE MET EN AVANT SES ESSENTIELS À TRAVERS UNE NOUVELLE CAMPAGNE DIGITALE

Chez Première Classe : « Non au superflu ! Oui à l'essentiel ! »

Pour donner vie à cette campagne audacieuse, une dizaine de personnages imaginés par l'illustrateur Dylan Jones mettent en avant leurs préoccupations majeures du « Client Malin », à la recherche du bon plan sans transiger sur l'essentiel.

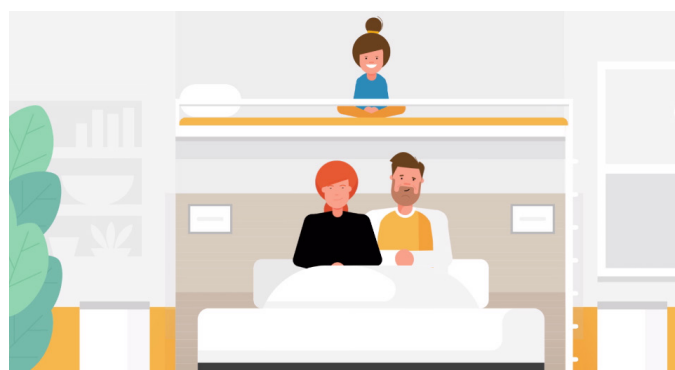
Hommes d'affaires, seniors, famille et étudiants sont mis en scène de manière décalée et sur un ton léger pour clamer « leurs essentiels » à l'hôtel : un hôtel ouvert 24h/24, des lits à prix mini, une salle de bain privative, du wifi gratuit.

Une campagne online ludique et fidèle aux valeurs de la marque

Le vaste plan digital qui se déroulera sur 4 mois, est visible à travers des vidéos en ligne, des publications Facebook, des stories Instagram et des bannières promotionnelles.

Cette nouvelle campagne de communication online réaffirme le positionnement de marque: le choix malin pour une bonne nuit, sans compromis sur l'essentiel.

Avec ce dispositif conçu par l'agence Socialy, la marque Première Classe se dote d'une présence web importante et renforce sa visibilité sur l'ensemble des supports digitaux et social media.



Des opérations digitales pour tous les voyageurs

Jeu-concours Hero – Test de Personnalité : Quel Voyageur êtes-vous ?

Durant tout l'été sur Facebook, Première Classe permettra au grand public de découvrir quel voyageur il est grâce à un test ludique. Citadin, aventurier, voyageur d'affaires ou voyageur tranquille ? A vous de jouer ! A la clé du concours, le « gros lot » : un appareil photo.



Opération référencement sur Mappy et ViaMichelin

Cet été, les hôtels Première Classe seront présents sur Mappy, et également sur Via Michelin.

Opération digitale 20 Minutes

Première Classe est à l'honneur dans 4 articles rédigés par un journaliste de 20 minutes autour du thème « Voyager Malin » inspiré des différents profils de voyageurs. Des astuces, des bons plans, des conseils pour partir l'esprit tranquille et ne pas oublier l'essentiel ! Cette opération sera accompagnée d'un habillage de la page.

Non au
superflu



OUI

à l'essentiel !

A propos de Première Classe

Depuis son lancement en 1989, Première Classe a bouleversé l'hôtellerie économique en intégrant une salle de bain individuelle dans chaque chambre et des équipements tout confort. Aujourd'hui avec plus de 260 hôtels et plus de 18 800 chambres en France et en Europe, Première Classe s'engage auprès de ses clients pour leur offrir le juste équilibre entre prix, qualité et confort. En un mot : l'essentiel pour une bonne nuit.

A propos de Louvre Hotels Group

Louvre Hotels Group est un acteur majeur du secteur de l'hôtellerie mondiale, dont le portefeuille compte aujourd'hui plus de 2 600 hôtels dans 54 pays. Il dispose d'une offre hôtelière complète de 1 à 5 étoiles avec les marques historiques de Louvre Hotels Group : Première Classe, Kyriad Direct, Kyriad, Tulip Inn, Campanile, Golden Tulip, Royal Tulip ; les 5 marques du réseau Sarovar en Inde, le groupe Hôtels et Préférence, ainsi que la marque chinoise Metropolo. Le groupe a également un accord de distribution avec Lucien Barrière. Louvre Hotels Group est une filiale de Jin Jiang International Holdings Co., Ltd., le 2ème groupe hôtelier mondial.