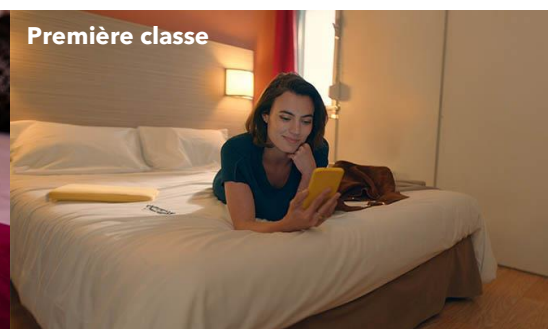
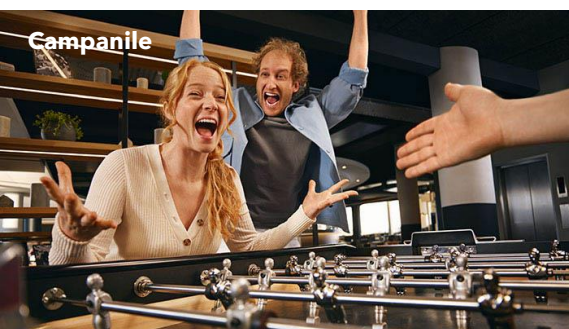


LES MARQUES CAMPANILE, KYRIAD ET PREMIÈRE CLASSE DÉVOIENT LEURS NOUVEAUX FILMS PUBLICITAIRES SOUS LE SIGNE DE LA CONVIVIALITÉ, DU PARTAGE ET DU VOYAGE



Dès le mois de juin, les marques historiques de Louvre Hotels Group présentent leurs nouvelles campagnes TV et digitales. Ces nouveaux films, partie intégrante d'un vaste plan média réalisé en partenariat avec les agences Change, Brand Station et Values, capitalisent sur les forces et la singularité des hôtels du réseau. Le ton est donné : la reprise s'organise et les hôteliers se mettent en ordre de bataille pour accueillir les clients dans une atmosphère conviviale répondant aux attentes post-crise des consommateurs.

Chez Campanile, « il est temps de passer de bons moments »

Le film publicitaire Campanile réaffirme le positionnement de la marque où convivialité et partage sont au cœur de l'expérience, incarnés par sa signature « Créateurs de bons moments ». La crise de la COVID-19 a bouleversé les voyageurs, désireux de plus d'échanges et interactions humaines. Dans ce nouveau film, les mauvais moments et petits tracas vécus ces derniers mois par les Français sont balayés par la convivialité des hôtels et restaurants Campanile. Véritables lieux de vie et de rencontres, composés d'espaces ouverts et animés, ils sont une invitation à vivre des moments uniques et authentiques, seul ou accompagné. Le bar-lounge est le point de rencontre idéal pour savourer un cocktail, tandis que le restaurant offre un buffet gourmand et des animations tout au long de l'année.

Ce plan média TV et digital d'envergure se divisera en plusieurs temps. Dès le 14 juin et jusqu'au 4 juillet, le film Campanile sera visible au plus grand nombre sur les chaînes **TF1 et M6 et leurs chaînes de la TNT**, majoritairement en prime. Le spot publicitaire sera repris à la télévision pour une durée de trois semaines dès le 4 octobre, ainsi qu'en vidéo on-line tout l'été (Youtube, grands sites media et replay TV). Qui plus est, l'ensemble de cette campagne sera supporté par un fil rouge digital avec des bannières, native ads et posts social media de mai à décembre.



Pour découvrir les vidéos, cliquez-ici !

Chaque Kyriad est une découverte

Plus que jamais, les Français sont en quête de découverte locale. Plus besoin d'aller à l'autre bout du monde pour être dépaycé, il suffit parfois d'apprécier la richesse des expériences locales, proches de chez soi. Ce que proposent les établissements Kyriad. Ce nouveau film affirme la promesse de la marque : offrir un séjour relaxant et inspirant où chaque hôtelier offre de petites attentions à ses clients dans un univers qui lui est propre. Les hôteliers Kyriad se sont même prêtés au jeu et partagent la singularité de leurs établissements dans ce film. Avec **230 établissements en France**, chaque Kyriad est singulier, unique à sa façon et propose une expérience à part entière.

Ce film publicitaire sera diffusé largement en vidéo online **en replay TV, sur des grands sites media et sur des plateforme type Youtube** en juin et juillet puis septembre et octobre. Ce dispositif sera accompagné de bannières publicitaires, native ads et posts social media de mai à décembre.



Pour découvrir les vidéos, cliquez-ici !

Première Classe va à l'essentiel !

Chez Première Classe, le nouveau film publicitaire a pour signature « Pour ceux qui vont à l'essentiel » en mettant en avant les services simples faisant le bonheur de ceux qui ont besoin de se reposer : la salle de bain en chambre, le lit confortable ou encore les chambres équipées pour 3 personnes.

Drôles et audacieuses, les courtes scènes de 20 secondes mettent en avant les clients de tous les jours, à la recherche du bon plan, mais qui ne transigent pas sur l'essentiel. Cette nouvelle campagne de communication online réaffirme le positionnement de marque : le choix malin pour une bonne nuit, sans compromis sur l'essentiel.

Le vaste plan de communication se déroulera sur 6 mois et sera soutenu par des publications digitales et la diffusion des films online.



Pour découvrir les vidéos, cliquez-ici !



« Nous avons conçu nos campagnes publicitaires avec le souhait de rebondir sur la période de crise qui nous a tous touchés en travaillant sur les besoins de nos clients. Nos campagnes reflètent notre volonté de satisfaire une clientèle désireuse de s'évader, de voyager, de vivre des moments uniques qui lui ressemblent. »

Krystel Blondeau, DG France Louvre Hotels Group

« Avec ces nouveaux films, nous avons souhaité mettre en lumière les personnalités de notre réseau. Nos hôteliers-acteurs sont les premiers ambassadeurs du groupe et de nos marques. Chez Louvre Hotels Group, nous avons à cœur de valoriser l'humain. Ce sont les hôteliers qui rendent nos hôtels si particuliers et uniques. »

Emmanuel Ollier, Directeur Marketing Réseau - France



« Après ces mois difficiles, nous tenions dans ces campagnes à montrer comment Campanile, Kyriad et Première Classe se rendent utiles et répondent aux aspirations des gens : de retrouvailles, d'évasion ou tout simplement d'utilité. Pour nous, l'essentiel est que chacun puisse se reconnaître, être touché par des personnages justes tout en gardant l'identité de chaque marque à travers le retour de la convivialité chez Campanile, les attentions des hôteliers chez Kyriad ou la recherche de l'essentiel chez Première Classe, avec un traité hyper moderne et dynamique comme les films Première Classe. »

Patrick Mercier, Président Change

change

#benevolenceinaction

A propos de Change

Fondée en 2009 et dirigée par Patrick Mercier et Elisabeth Billiemaz, avec 100 collaborateurs et 12 millions d'euros de revenu en 2019, Change est une agence 100% indépendante de communication intégrée, qui couvre tous les métiers ; du design au digital, de la publicité au marketing opérationnel, en passant par la création de contenus. Pour Change, l'attitude relationnelle d'une marque, c'est sa capacité à dépasser son rôle marchand. C'est sa capacité hors norme à prouver et communiquer son utilité, et à améliorer la vie des gens. Il s'agit de la Benevolence.

values.media

A propos de Values

Values.media est une société indépendante de conseil et d'activation. Plus qu'une agence média, elle accompagne ses clients pour mieux agir vers leurs publics et garantir une performance média et data au service de la création de valeur(s). Values.media figure dans le Top 3 des agences indépendantes et gère une soixantaine d'annonceurs en France et à l'étranger. Values.media fait partie du Groupe V aux côtés de Victoires, dédiée à l'engagement des communautés et Novad, société de conseil en adtech. Pour en savoir plus : values.media Values est engagée auprès de l'initiative de responsabilité sociétale du Global Compact des Nations Unies et de ses 10 principes autour des droits de l'Homme, des normes du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption

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 1 500 hôtels dans 54 pays.

Il dispose d'une offre hôtelière complète de 1 à 5 étoiles avec les marques historiques de Louvre Hotels Group : Royal Tulip, Golden Tulip, Campanile, Tulip Residences, Kyriad, Kyriad Direct, Tulip Inn, et Première Classe ; les 5 marques du réseau Sarovar en Inde, le groupe Hôtels & Préférence, ainsi que la marque chinoise Metropolo. Le groupe a également un accord de distribution avec le groupe Barrière.

Louvre Hotels Group est une filiale de Jin Jiang International Holdings Co., Ltd., 2ème groupe hôtelier mondial.

Louvre Hotels
GROUP

Contact Presse We Agency Constance Billiet +33 1 44 37 22 11 - +33 6 73 29 35 80 constance.billiet@we-agency.fr

Contact Presse Louvre Hotels Group Marie Nonell - mnonell@louvre-hotels.com

