

Louvre Hotels Group lance une campagne digitale destinée à valoriser sa marque Kyriad

Paris, le 20 mai 2014, Louvre Hotels Group, deuxième groupe hôtelier européen annonce le lancement d'une campagne digitale intitulée « **l'incroyable hôtel Kyriad** » destinée à valoriser sa marque Kyriad.

Occupant la 3ème place sur le marché du 2* en France, Kyriad est leader sur le segment de l'hôtellerie 2-3-4* non-standardisée, dont l'enseigne a été le précurseur. Au cœur de son offre et de son ADN de marque, on trouve la promesse d'une expérience hôtelière à chaque fois différente en toute confiance.

L'enjeu de communication de la marque en 2014 était double : développer la notoriété de Kyriad et générer du trafic sur son site de réservation. Pour répondre à ces deux objectifs, l'agence PONK a imaginé une nouvelle campagne de communication digitale baptisée « l'incroyable hôtel Kyriad », qui propose une expérience inédite aux internautes avec de multiples instants gagnants.

Kyriad réaffirme son engagement en faveur d'une hôtellerie non standardisée

La campagne est construite autour de 8 films interactifs mettant en scène les chambres époustouflantes de « l'incroyable hôtel Kyriad ». Le point de vue subjectif de la caméra plonge l'internaute dans des univers différents et met ainsi l'accent sur la diversité des hôtels Kyriad. En créant la surprise à chaque ouverture de porte, les mini films renforcent ainsi la signature de la marque Kyriad « Plus de confort, moins de conformisme »



Une campagne décalée et humoristique

Invité par la réceptionniste à choisir une chambre pour son séjour dans « l'incroyable hôtel Kyriad », l'internaute va se trouver plongé de façon immersive au centre d'une comédie totalement décalée : des chevaliers chantant des chants folkloriques à la manière des Monty Python, des cosmonautes dansant la valse sur un air de 2001 l'Odyssée de l'espace, une cérémonie de mariage,... Au travers de la visite de cette chambre « décoiffante », l'internaute pourra gagner chaque jour de nombreux lots.

Au terme de l'expérience, l'internaute est invité à réserver une nuit sur Kyriad.com et pouvoir ainsi participer à un tirage au sort.

Un dispositif on-line national du 20 mai au 20 juin 2014, en deux temps

1. La plateforme de l'incroyablehotelkyriad.com offre à l'internaute une expérience ludique immersive pour découvrir la marque et lui offre l'accès à des instants gagnants immédiats (tablettes et nuits offertes dans les établissements de la marque. Les internautes sont également invités à partager le site sur les réseaux sociaux pour encourager la viralité.

www.lincroyablehotelkyriad.com

2. Une incitation pour réserver sur Kyriad.com (site récemment redesigné) et rentrer ainsi dans le deuxième niveau de gains potentiels, autour d'un tirage au sort, permettant de gagner une multitude d'autres lots jusqu'à une Citroën DS3, l'ultime lot de la campagne.

La médiatisation du jeu se fera par le biais d'un format vidéo teaser /pre-roll et de bannières ainsi que la création d'une chaîne Kyriad sur YouTube pour diffuser les vidéos.

A propos de Louvre Hotels Group

Louvre Hotels Group, créé en 1976 et détenu depuis 2005 par Starwood Capital Group, est une filiale de Groupe du Louvre et est dirigé par Pierre-Frédéric Roulot. En 2009, Louvre Hôtels a acquis Golden Tulip Hospitality Group via Starwood Capital Group.

Cette opération a positionné Louvre Hotels Group (Louvre Hôtels & Golden Tulip) comme un acteur majeur du secteur de l'hôtellerie mondiale, dont le portefeuille compte aujourd'hui plus de 1.100 hôtels, représentant une capacité totale de plus de 90.000 chambres dans 47 pays.

A propos de Kyriad

Plus de confort, moins de conformisme. Avec 240 hôtels en France, Kyriad a été la première marque hôtelière dès sa création en 2000, à garantir la qualité d'un hôtel de chaîne associée au charme de la diversité d'un hôtel indépendant, grâce à un système de Franchise. Leader sur son segment de marché, Kyriad conserve une âme de challenger et une capacité à innover et à surprendre dans son produit et sa communication.

Kyriad est une marque de Louvre Hotels Group, acteur majeur de l'hôtellerie mondiale avec plus de

1 100 hôtels dans 47 pays et une offre étendue du 1 au 5 étoiles via 6 marques : Première Classe, Campanile, Kyriad, Tulip Inn, Golden Tulip et Royal Tulip.

Contacts presse :

Louvre Hotels Group : Olivia Meyer : +33 (0)1 42 91 49 71 - omeyer@louvre-hotels.com

Brunswick : Morgane Le Gall : +33 (0)1 53 96 83 83 - louvre@brunswickgroup.com