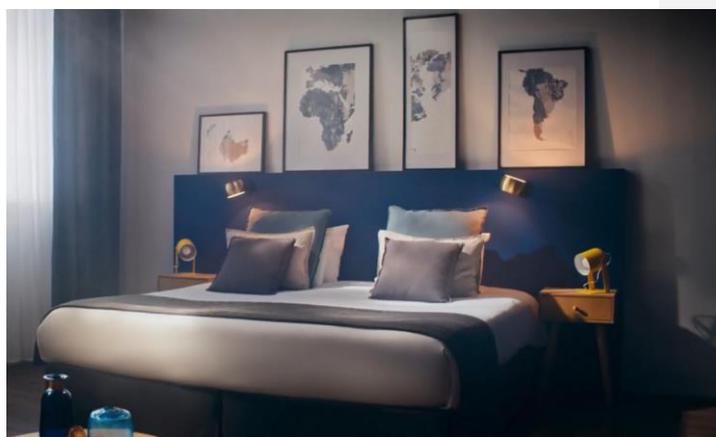


Le plaisir du voyage au cœur de la nouvelle identité et campagne média Kyriad

Kyriad, enseigne *midscale* de Louvre Hotels Group, réaffirme son positionnement de marque à travers sa nouvelle identité visuelle inspirée par les codes du voyage. Le positionnement est également soutenu par une campagne publicitaire comprenant un vaste plan média et capitalisant sur la singularité et la force de ses hôtels : le plaisir du voyage et les petites attentions portées à la clientèle.

Une charte graphique revisitée

Travaillée en partenariat avec l'agence Landor, l'identité de la marque se modernise. Le bleu, couleur emblématique et historique a été retravaillé et s'affiche sur un logo qui fait discrètement allusion au voyage tout en restant extrêmement raffiné et sobre. Les différents supports Kyriad s'inspirent des codes du voyage et reprennent le format original d'une étiquette, identique à celle que l'on retrouve sur les bagages.



La nouvelle campagne Kyriad « Spark the joy of traveling »

La nouvelle signature de la marque « *Spark the joy of traveling** », donne son nom à la nouvelle campagne Kyriad réalisée par l'agence Socialy. Elle met en scène un client profitant au maximum de son séjour et vivant son arrivée chez Kyriad comme un voyage au bout du monde. Ses réactions très expressives sont visibles pendant une **campagne TV, du 3 au 23 juin, durant 3 semaines.**

De mai à août, un vaste plan digital est également déployé sous forme de publications ciblées sur Facebook et de Stories sponsorisées sur Instagram avec un jeu-concours. Différents types de formats sont développés tels que des formats YouTube, du display, du Native Ads et de l'habillage.

Détails du plan média TV :

Présence sur la TnT en socle (C8, CStar, RMCpower, BFMTV, CNews, L'équipe)
Présence sur les chaînes sportives (RMCSport, Canal+ Sport)
Sur les chaînes du groupe TF1 (TF1, TF1 Séries Films, TMC, TFX, LCI) durant 3 semaines.

« On sublime les émotions et les bénéfices de l'évasion. Traduire le voyage intérieur, c'est ça le pouvoir de voyage de la marque Kyriad »
Pierre Bessede Chief Strategy Officer
Agence Socialy.

* Les sens du voyage



Chez Kyriad, on se sent bien

Kyriad invite à découvrir le plaisir du voyage avec des décors uniques et de petites attentions sur le thème du voyage tout au long du parcours client. La promesse: offrir un séjour relaxant et inspirant. Les clients peuvent ainsi se détendre dans des chambres confortables dotées d'oreillers à mémoire de forme, communément réservés aux marques haut de gamme. Les clients peuvent également profiter d'un petit-déjeuner original et local grâce à un *Frozen Yogurt* à agrémenter de *toppings* du monde entier ; ou partager un apéritif autour d'un bar à bières international.

« Chaque hôtel est unique, avec un design sur mesure, en fonction des villes dans lesquelles il est implanté. Des citations et une sélection d'œuvres et d'objets décoratifs sur le thème du voyage sont placés au cœur du parcours client et contribuent à nourrir l'esprit du voyage. »

Bénédicte Avrillon, Chef de Marque Kyriad

A propos de Kyriad

Avec un réseau de plus de 260 hôtels 3 étoiles en France et dans le monde, Kyriad vous invite à découvrir le plaisir du voyage. Grâce à un accueil chaleureux de la part de nos hôteliers, des décors uniques à chaque hôtel, et des petites attentions sur le thème du voyage, nos clients sont sûrs de vivre un séjour relaxant et inspirant.

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 2500 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, Kyriad Direct, Campanile, Tulip Inn, 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.