

Louvre Hotels Group offre une nouvelle identité visuelle à sa marque internationale Tulip Inn.

La marque Tulip Inn, forte de 73 hôtels dans le monde, arborera cette année une nouvelle identité visuelle pour mieux refléter sa promesse d'un séjour réussi : un hébergement décontracté, alliant avec perfection sobriété et qualité, tradition et modernité, convivialité et fonctionnalité, où le client peut se ressourcer en toute simplicité.

Un logo simple et humain aux origines marquées

Principalement implantés dans les centres-villes et les quartiers d'affaires, les hôtels Tulip Inn offrent un hébergement de qualité en toute simplicité. Pour retranscrire cette conception de l'hospitalité, notamment à travers son design, Tulip Inn se dote d'un nouveau logo au style calligraphique exprimant à la fois la dimension humaine et le caractère fonctionnel de la marque.

Cette simplicité et cette humanité sont également soulignées par les formes arrondies du logo. Celui-ci tire son inspiration du pétale d'une tulipe, rappelant les origines hollandaises de la marque, petite sœur de Golden Tulip, l'une des marques upscale de Louvre Hotels Group.



Un motif aux mille et une déclinaisons

La capacité de la marque à proposer un service de qualité tout en conservant sa simplicité est représentée graphiquement par l'utilisation d'une large palette de couleurs : couleurs chaudes et froides, couleurs à basse et haute saturation ou encore des couleurs en dégradé illustrant le large éventail des possibilités qu'il existe avec Tulip Inn.

Cette diversité des possibilités est également illustrée par le motif utilisé par Tulip Inn, déclinable à l'infini. Ce motif reprend une partie d'une tulipe évoluant de façon dégradée sur un fond de couleur uni. Ce dégradé donne au pétale une impression de mouvement et humanise ainsi davantage la marque.

Une police pour amplifier l'harmonie

Pour contrebalancer l'effet de mouvement du logo et du motif de la marque, Tulip Inn a opté pour une police d'écriture caractérisée par des formes nettes et coupées avec des courbes douces rappelant les formes nettes du pétale.

Toutefois la marque continue à illustrer son humanité par l'utilisation de détails au style manuscrit, notamment pour représenter les numéros et les éléments picturaux.

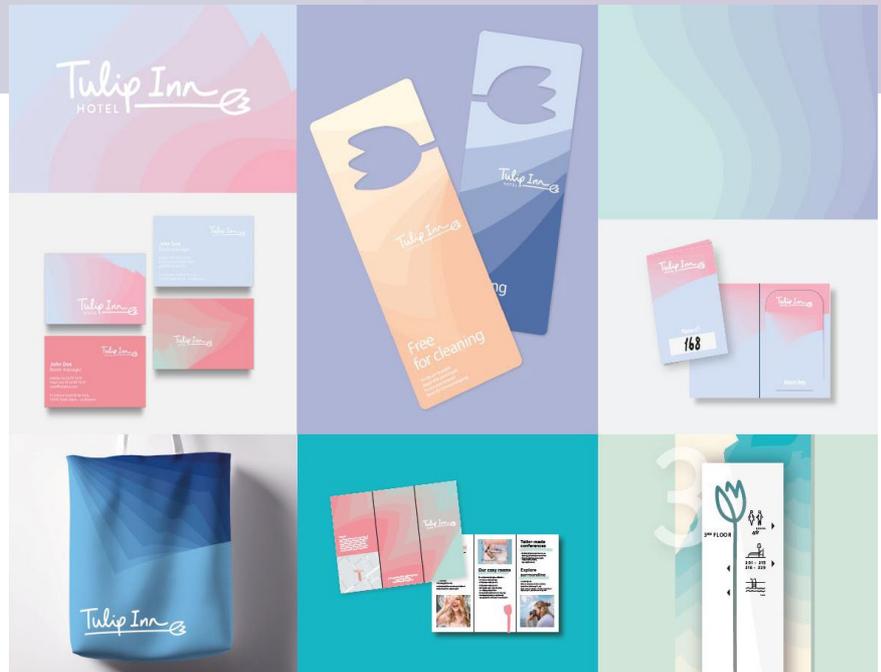
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



La nouvelle identité graphique, actuellement testée avec succès au Tulip Inn Olympia d'Addis Ababa en Éthiopie sera largement déclinée sur l'ensemble des supports de communication et des éléments de décors des hôtels.

Rose Bakri, Directrice Financière de Golden Tulip pour l'Afrique francophone, Afrique de l'est :

« Avec nos investisseurs, nous sommes ravis d'ouvrir le premier hôtel Tulip Inn aux nouvelles couleurs de la marque à Addis Ababa. La nouvelle identité et le nouveau logo ont fait une vraie différence dans le positionnement de l'hôtel en ville. Son logo unique écrit à la main, le graphisme et les couleurs ainsi que la promesse d'un service toujours juste ont positionné l'hôtel comme un des lieux les plus accueillants de la ville. »



Exemples de supports de communication

À propos de Tulip Inn

Créée en 1993, la marque Tulip Inn compte aujourd'hui 73 établissements dans 26 destinations différentes, répartis dans les centres villes et dans les quartiers d'affaires. La marque allie confort et service d'un 3 étoiles à un excellent rapport qualité-prix. Les hôtels Tulip Inn proposent ainsi des séjours pleins de charmes et de simplicité, grâce à des chambres fonctionnelles, des équipes accueillantes et à disposition. En d'autres termes, Tulip Inn fait vivre à ses clients une expérience d'hébergement de qualité délicieusement simple.

À 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 1 400 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 Metropol. 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., le 2ème groupe hôtelier mondial.