

LOUVRE HOTELS GROUP LANCE HOSHO, NOUVEAU CONCEPT DE VENTE AU LIT POUR PROFITER DE PARIS AVEC SEULEMENT 20€ EN POCHE !



LE NOUVEAU CONCEPT D'HÉBERGEMENT HOSHO COMPLÈTE LA LONGUE LISTE D'INNOVATIONS SIGNÉES LOUVRE HOTELS GROUP AVEC UN LIT-CAPSULE AU CŒUR DE PARIS.

Enfin du nouveau dans l'hébergement à Paris pour les petits budgets, les familles, les tribus, les baroudeurs...

1 Français habitant en région sur 3 a l'intention de se rendre à Paris dans les prochains mois*. Quelle que soit la motivation, ¼ de ces voyageurs souhaite faire des économies sur l'hébergement et estime à 82 euros le budget moyen d'un hébergement à Paris pour 1 personne.

C'est pour répondre à ces attentes croissantes que Louvre Hotels Group lance son tout nouveau concept de vente au lit au rapport-qualité prix inégalable. Hosho propose un lit toutes options aux portes de Paris pour seulement 20€. Ce lit capsule, surnommé « dream-station » comprend une bonne literie, une lampe liseuse, un miroir, un casier individuel sécurisé, diverses prises électriques et surtout un rideau 100% occultant pour profiter d'une nuit réparatrice.

Les chambres privatisables de 4, 6 ou 8 lits sont idéales pour les tribus en tous genres et convaincront tout particulièrement la clientèle française qui, à 58%, a l'intention de se rendre à Paris en famille. Pour les femmes qui le souhaitent, l'établissement propose également des chambres non-mixtes et des zones sécurisées avec une partie d'étage fermée.

Louvre Hotels Group crée une nouvelle catégorie sur le marché de l'hôtellerie à destination des voyageurs malins

Avec Hosho, le 2ème groupe hôtelier français crée un tout nouveau segment de marché avec un lit-capsule inédit. Situé à la limite Sud de Paris, à deux pas de la station de métro Porte d'Italie, Hosho compte 236 lits commercialisés à l'unité. Répartis dans 39 chambres avec salles de douche privatives et WC séparés.

Le site propose également une offre de services inédite : espace de coworking, lavomatic design autour d'un bar, fours à micro-ondes, distributeurs automatiques de restauration légère ou encore casiers supplémentaires.

Pour tout voyageur souhaitant vivre son expérience en toute autonomie, tout le parcours est disponible en libre-service. Ce concept urbain entre en résonance avec une nouvelle génération de voyageurs qui veut consommer malin. En effet, pour leurs déplacements à Paris, les voyageurs français prévoient un budget moyen de 145€ par jour* et plus de 60% d'entre eux souhaitent économiser principalement sur leur hébergement et leur transport. Ainsi, Hosho propose une offre à peine croyable : 20€ la nuit, quand 80% des voyageurs pensent qu'il est impossible de trouver un hébergement à ce prix là à Paris.

« Avec Hosho, nous avons pensé un nouveau segment de marché pour des consommateurs malins désireux d'une expérience à la fois sécurisée, confortable et bon marché au cœur de Paris. Si nos clients plébiscitent cette expérience inédite, nous avons l'ambition de développer Hosho dans les capitales européennes et villes moyennes. »
affirme Françoise Houdebine, VP Marketing de Louvre Hotels Group.

Un design haut en couleurs pour profiter du meilleur « Bed in Town »

Malgré son petit prix, Hosho met l'accent sur un design et une décoration à la fois pop et urbaine, s'inscrivant dans les tendances d'aujourd'hui et inspirant les voyageurs. Le travail de design a été mené par les équipes de Louvre Hotels Group en partenariat avec le studio londonien B3 Designers, spécialisé dans les espaces à impact positif.

De plus, plusieurs espaces ont été aménagés en partenariat avec des artistes, comme la grande fresque de Paris signée Giulia Carlicchi dans le lobby, ou encore une série de sérigraphies signées par l'artiste parisien Lucas Jacquinet, et enfin un grand mur de street-art sur le rooftop de l'établissement. Avec son univers singulier et son expérience inédite, Hosho a déjà su conquérir de nombreux voyageurs depuis son ouverture au début de l'été. De nombreux influenceurs ont déjà partagé leurs expériences sur les réseaux sociaux.

**Découvrez ici l'intégralité du sondage Opinion
Way en infographie :**



Louvre Hotels
GROUP**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.

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