



Communiqué de presse
Le 22 juin 2023

Première Classe fait route commune avec les automobilistes et lance une large campagne omnicanale en France sur l'ensemble du réseau routier

Première Classe, la marque économique de Louvre Hotels Group qui compte 230 hôtels en France, lance une campagne nationale destinée à tous les voyageurs de la route. Cette campagne originale et omnicanale, judicieusement visible le long des principaux axes routiers a été pensée avec les agences Change et Values Media. Elle met en avant les points de différenciation et le positionnement tarifaire low cost de la marque.

Une communication axée sur l'univers de la route

La dominante actuelle chez Première Classe est la réservation de nuitées en dernière minute, directement auprès des hôtels ou via la plateforme e-commerce du groupe.

« Avec une présence stratégique de la marque le long des principaux axes routiers, ainsi qu'en périphérie des villes, l'univers des déplacements sur la route s'est révélé être un point de convergence stratégique idéal, réunissant l'ensemble des segments de clientèle (BTP, routiers, étudiants, familles, etc...) » explique Mickael Faucher, Directeur Opérationnel de la marque Première Classe.

Une opération spéciale pour promouvoir des « Giga Petits Prix »

Cette campagne se décline sur plusieurs supports que les usagers retrouveront tout au long de leur trajet. Pour marquer les esprits avec une action phare, Première Classe lance une campagne d'affichage XXL sur le périphérique parisien, visible depuis le 1er juin et ce, durant quatre semaines. La marque occupe ainsi un espace publicitaire de 240m², visible depuis le périphérique intérieur et depuis Paris sur la bretelle d'accès A6 en direction d'Orly, près de la Porte de Chatillon.



C'est pour mettre en avant ces prix attractifs et renforcer son positionnement low-cost que la chaîne d'hôtels a organisé cette opération « Giga Petit Prix ». Le message est simple et à fort impact : « A partir de 45€ la nuit, notre prix est si petit que nous avons voulu l'afficher en grand, car il serait dommage que les consommateurs passent à côté d'un si petit prix ».

Une campagne à 360° et omnicanale

Pour toucher les différentes cibles tout au long de leur trajet, Première Classe mise sur chaque point de contact de ses consommateurs durant leur voyage. On retrouve ainsi une campagne digitale (DOOH) dans les stations-service aux abords des autoroutes et routes nationales. Diffusé sur plus de 4000 écrans répartis sur 600 stations-services, un message en lien avec l'actualité économique résonnera pour tous les voyageurs : « Avec Première Classe, faites le plein d'économies ! 5 euros offerts sur votre séjour avec le code LEPLEIN ».

Afin de soutenir cette campagne DOOH et travailler la présence de la marque, une campagne radio nationale est également lancée sur le mois de juin avec 220 spots à retrouver sur la fréquence 107.7.



PREMIÈRE CLASSE
VOUS OUVRE
LA ROUTE.



Première Classe va encore plus loin en nouant un partenariat avec Ulys : pour toute réservation d'une chambre dans un de ses hôtels, les membres du programme fidélité Flavors Instant Benefit se verront offrir leur premier Pass Télépéage & Parking Ulys pour 12 mois.



Première Classe s'associe également à Mappy via une campagne de visibilité sur la plateforme durant 4 mois (mai à août 2023), permettant à la marque d'être présente sur l'ensemble du parcours client de Mappy.

Emmanuel Ollier, Directeur Marketing France, explique : « Cette axe stratégique, centré autour de l'univers de la route, a été initié l'an dernier via une campagne d'affichage mettant en avant les USP de la marque et son positionnement tarifaire low cost sur plus de 400 dos de camions. Cette année nous ciblons le voyageur sur l'intégralité de son parcours, que ce soit en amont de la planification de son voyage ou durant son trajet dans les stations essence, sur la radio et en affichage. »

A propos de Première Classe

Première Classe réinvente les codes de l'hôtellerie super-économique depuis plus de 30 ans : 230 hôtels majoritairement en France et en Europe proposent les prix les plus bas du marché. Les chambres pour 1, 2 ou 3 personnes sont fonctionnelles, équipées d'une salle de bain privative, d'une télévision et d'un bureau. Tous les matins, un petit-déjeuner à volonté propose des produits simples et de qualité. Accès 24h/24, parking, Wifi, distributeurs automatiques. Le choix malin pour une bonne nuit.

Contact Presse Louvre Hotels Group : Agence Change
Cécile SAINT-PAUL – cecile.saint-paul@change.bz - 06 07 84 42 59