

Golden Tulip lance sa nouvelle campagne “Witty moments”

Dans la continuité de sa campagne de communication lancée en 2023, Golden Tulip accompagne son réseau avec un nouveau kit d'activation social media. Parmi les nombreux visuels et contenus prêts à l'emploi de ce dispositif, un film de 15 secondes intitulé « Witty moments » vient renforcer le positionnement « Unconventional Premium » de la marque upscale de Louvre Hotels Group, 2^{ème} groupe hôtelier européen. Ce kit de communication est destiné à être diffusée par les 160 hôtels de l'enseigne, présente dans 30 pays.

Golden Tulip dévoile sa nouvelle campagne digitale intitulée « **Witty moments** » inspirée de son approche décomplexée du voyage d'affaires. Réalisée par Eddy Blanchard et produit par l'agence Prodigious dans le cadre idyllique du Golden Tulip Porto-Vecchio, ce contenu vidéo de 15 secondes est une parfaite synthèse du positionnement « Unconventional Premium » de la marque d'origine néerlandaise, qui invite à porter un regard amusé et décontracté sur la vie et le travail. Un film à la fois élégant, rythmé, espiègle et surprenant qui met en avant les sens de l'accueil et du service irréprochables que l'on retrouve dans les hôtels Golden Tulip, toujours avec une touche de légèreté et d'esprit.



Lancé au début de l'été, ce nouveau support de communication fait partie intégrante d'un kit d'activation spécialement conçu pour les réseaux sociaux et qui sera partagé à l'ensemble des 160 hôtels Golden Tulip en France et à l'international. Il se compose notamment d'éléments graphiques et visuels adaptés aux réseaux sociaux mais aussi de guidelines pour soutenir localement les plans de communication et activations des établissements.

En soutien au lancement de cette campagne, Golden Tulip prévoit également un accompagnement des bureaux régionaux et des hôtels à travers des webinaires conçus pour faciliter l'appropriation locale du contenu.

« Ce kit d'activation social media s'inscrit dans la volonté du Groupe d'accompagner nos bureaux régionaux et nos hôtels au plus près dans leur stratégie d'activation locale. Le film a été pensé comme une célébration du voyage « bleisure », un clin d'œil pop et malicieux à nos clients qui mélangent voyage d'affaires et loisir. » déclare Etienne Pernet, Senior Brand Manager Budget, Lifestyle & Upscale

Découvrir le film : <https://youtube.com/shorts/dLKGa5AXF3g>

A propos de Golden Tulip

La chaîne hôtelière Golden Tulip a été fondée dans les années 1960, lorsque les premiers établissements ont ouvert leurs portes aux Pays-Bas. Elle a ensuite connu un développement constant et s'est étendue dans le monde entier, tout en restant attentive à l'évolution des besoins et des attentes de ses clients.

Faisant partie de Louvre Hotels Group, la marque upscale est présente avec plus de 160 hôtels haut de gamme dans 30 pays. Tous uniques, les hôtels de la marque présentent un style discret et élégant. Ils proposent des séjours alliant décontraction, service sans compromis et cuisine raffinée pour tous les voyageurs, qu'ils soient là en déplacement professionnel ou personnel

Contact Presse Golden Tulip

Marjorie Rigouste – 06 70 98 11 06 - marjorie.rigouste@change.bz