

Première Classe - Valenciennes Sud Rouvignies, nouvelle vitrine du renouveau de l'hôtellerie super-économique chez Louvre Hotels Group

Louvre Hotels Group, 2^e groupe hôtelier en France et en Europe, accélère la transformation de sa marque économique, Première Classe, avec la rénovation complète de l'un de ses hôtels à Valenciennes. Première filiale du réseau français à arborer le nouveau concept de la marque, l'établissement incarne un tournant stratégique pour l'enseigne Première Classe : un design complètement repensé, un nouveau parcours client digital et une offre de restauration renouvelée, sans toucher à la promesse du prix.

Chaque détail a été imaginé pour proposer une expérience simple et fluide. Cette évolution s'inscrit dans le vaste programme de modernisation lancé par Louvre Hotels Group dans le cadre de son plan stratégique à 5 ans et prévoyant un investissement global de 400 millions d'euros.

Un design repensé au service d'un confort supérieur

Première filiale du parc français Première Classe à bénéficier d'une rénovation intégrale, l'hôtel Première Classe – Valenciennes Sud Rouvignies marque une étape clé dans la transformation ambitieuse du parc hôtelier de la marque.



Ses 74 chambres, toutes équipées de salle d'eau privative, ont été totalement rénovées dans un style contemporain, sobre et élégant, inspiré des codes du midscale. Les matériaux robustes et durables, associés à une palette de couleurs repensée, reflètent l'attention portée à la qualité et à l'esthétique, pour un hôtel résolument plus moderne.

Chaque chambre intègre désormais les nouveaux standards de confort déployés par Louvre Hotels Group : literie supérieure avec matelas et sommiers dernière génération, oreillers moelleux, linge de bain 100 % coton, housse anti-punaise de lit et douchette élargie et

économique en eau. Les salles de bains, elles aussi rénovées, sont désormais plus lumineuses et confortables.



L'hôtel des voyageurs malins

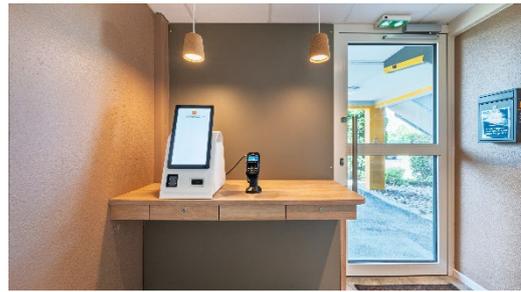
Pensé pour répondre aux attentes d'une clientèle de voyageurs malins en recherche du meilleur rapport qualité/nuit, pour une étape sur la route ou un week-end en famille ou entre amis, l'établissement propose une offre modulable adaptée à chaque séjour, avec des chambres doubles et triples dont certaines équipées d'un réfrigérateur et d'un micro-onde. Les espaces communs ont été réaménagés afin de proposer un environnement accueillant et multifonctionnel. Hall d'accueil lumineux, espaces de restauration ouverts et modulables permettent de travailler, prendre son petit-déjeuner, manger sur le pouce ou se détendre dans un cadre harmonieux et modernisé.

Enfin, la façade de l'hôtel a bénéficié d'un rafraîchissement, associant des tonalités de gris anthracite et jaune lumineux, qui reflètent modernité et dynamisme, et donnent dès l'arrivée le premier aperçu du renouveau de l'établissement.



Une expérience 100 % simple

Pour fluidifier le parcours client et optimiser l'accueil 24h/24, l'hôtel a retiré la réception classique au profit d'une borne digitale de check-in. Elle permet aux voyageurs de s'enregistrer en toute autonomie dès leur arrivée, simplifiant chaque étape du séjour et réduisant le temps d'attente.



Le comptoir traditionnel laisse place à un « corner d'assistance », où les collaborateurs accompagnent et orientent les clients en fonction de leurs besoins. Plus disponibles et mobiles, ils peuvent se concentrer sur l'essentiel : le confort et le bien-être des voyageurs, tout en garantissant une expérience fluide. Une nouvelle organisation pour répondre aux nouvelles attentes client en matière de simplicité, d'autonomie et de liberté.

Dans cette même logique, la nouvelle signalétique de la marque, déployée dans l'ensemble de l'hôtel, réaffirme l'identité de Première Classe et facilite le parcours client grâce à des repères clairs et cohérents. Conçue pour être pratique et efficace, elle s'appuie sur des contrastes entre couleurs sobres et couleurs vives et une typographie audacieuse qui traduisent la confiance de Première Classe dans sa proposition de valeur.

Une offre de restauration revisitée

Nouveau symbole du renouveau entamé par la marque, le Première Classe - Valenciennes Sud Rouvignies incarne cette nouvelle dynamique jusque dans l'assiette. Ainsi, la formule petit-déjeuner a été complètement revisitée avec une attention particulière portée à l'origine des produits et à la réduction des emballages individuels. Les voyageurs pourront désormais savourer des confitures Andros fabriquées dans le Lot sans plastique à usage unique, des pains fabriqués en France à partir de farine française, une gamme de yaourts *Plaisir des Alpes* élaborés avec du lait collecté localement, ainsi qu'une pâte à tartiner cacao-noisette du Lot-et-Garonne, sans huile de palme, signée *Lucien Georgelin*. Des arts de la table pensés sans plastique, dans une démarche responsable, pratique et en parfaite cohérence avec le nouvel esprit Première Classe.





Pour répondre aux besoins des voyageurs à toute heure, l'offre de snacking a également été revue. De nouveaux distributeurs automatiques, accessibles 24h/24 et 7j/7, proposent des encas et des plats cuisinés, une solution pratique et adaptée aux emplois du temps décalés. Cette modernisation s'inscrit pleinement dans la volonté du groupe de promouvoir une hôtellerie à prix malin, plus responsable, locale et toujours facile d'accès.

« *Le Première Classe – Valenciennes Sud Rouvignies illustre pleinement le renouveau engagé par la marque économique, dans le cadre du plan stratégique à 5 ans annoncé fin 2023 par Louvre Hotels Group. Avec l'ambition de rénover plus de 180 hôtels Première Classe d'ici 2028, ce programme met l'accent sur des designs modernes, et multifonctionnels ainsi qu'une expérience simple et pratique pour tous les voyageurs. Un bel exemple du renouveau Première Classe : un confort supérieur et des services de qualité, sans aucun compromis sur le prix.* » déclare Krystel Blondeau, Directeur Général chez Louvre Hotels Group.

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 1 750 hôtels dans 70 pays. Il dispose d'une offre hôtelière complète de 1 à 5 étoiles avec les marques : Première Classe, Hoshō, Kyriad, Campanile, TULIP Hotels & Residences, Golden Tulip et Royal Tulip ; les 5 marques du réseau Sarovar en Inde, le groupe Hôtels & Préférence et la marque de boutique-hôtels TemptingPlaces.

Louvre Hotels Group est une filiale de Jin Jiang International Holdings Co., Ltd., 2ème groupe hôtelier mondial.

À propos de Première Classe

Première Classe réinvente les codes de l'hôtellerie super-économique depuis plus de 30 ans : 230 hôtels majoritairement en France proposent les prix les plus bas du marché. La marque s'adresse aux clients qui ne souhaitent faire de compromis ni sur leur nuit ni sur leur budget. Les hôtels offrent une literie de qualité supérieure et une salle d'eau privative. Les options et services proposés sur place assurent une expérience simple et fluide, 24h/24. C'est le choix du consommateur malin à la recherche du meilleur plan.

Contact Presse Première Classe

Lorène JULIA - 06 74 87 38 17 – lorene.julia.ext@change.bz



Kyriad



SAROVAR HOTELS



TEMPTINGPLACES

TEMPTINGPLACES
COLLECTION

ROYAL
TULIP

Louvre Hotels
GROUP