

*Informacja prasowa*

*11.01.2024*

Louvre Hotels Group ogłasza 5-letni plan strategiczny obejmujący znaczącą inwestycję dla wzmocnienia wiodącej pozycji grupy w segmencie midscale

Louvre Hotels Group, drugi co do wielkości gracz w branży hotelarskiej we Francji i Europie, którego portfolio obejmuje popularne marki, takie jak Campanile, Kyriad i Première Classe, realizuje plan strategiczny, którego celem do 2028 roku jest wprowadzenie każdego z brandów do pierwszej trójki w segmentach i krajach, w których grupa prowadzi swoją działalność.

Dzięki bezprecedensowemu planowi inwestycyjnemu Louvre Hotels Group wyremontuje 80 procent swoich hoteli. W ramach nowej strategii markowej zmodernizowano projekty wnętrz i przestrzeni hotelowej, by zwiększyć możliwość ich ciągłego dostosowywania do zmieniających się potrzeb. Plan obejmuje także rozwój usług oferowanych franczyzobiorcom poprzez stworzenie platformy usługowej, przeprojektowanie platformy zakupowej i programu lojalnościowego, a także optymalizację systemów informatycznych i narzędzi e-commerce.

Na nowy kierunek strategiczny składają się 3 etapy:

* Do 2025 roku: szczegółowe opracowanie oraz wdrożenie nowego planu i modelu biznesowego, a także zredefiniowanie podstawowych założeń każdej z marek.
* W latach 2026–2027: pobudzenie wzrostu organicznego.
* W 2028 roku: badanie dodatkowych możliwości.

Silne marki w pierwszej trójce na każdym z kluczowych rynków

Koncentrując się zarówno na ogólnych koncepcjach, jak i oferowanych doświadczeniach, Louvre Hotels Group na nowo zdefiniowała strukturę swoich marek, aby zbudować silne i odpowiadające współczesnym trendom portfolio. Celem jest wprowadzenie każdej z marek do pierwszej trójki w segmentach i krajach, w których działają. Nowe rozwiązania w zakresie projektów hotelowych wnętrz zapewniają także większą elastyczność przy jednoczesnej optymalizacji kosztów, nadając markom konwersyjny charakter, co czyni je atrakcyjnymi dla nowych inwestorów i franczyzobiorców.

Plan został opracowany wokół wiodących marek Louvre Hotels Group w segmencie ekonomicznym i midscale: Première Classe, Kyriad Direct, Kyriad, Campanile i Kyriad Prestige. Dopełnieniem tej architektury są dwie hybrydowe marki grupy: Hosho i Tulip Hotels & Residences, a także Golden Tulip, pozycjonująca się bardziej w segmencie upscale.

Campanile, flagowa i historycznie znacząca marka Louvre Hotels Group, wzmacnia swoją pozycję w segmencie midscale, aby zamienić każdy pobyt w niezapomniane chwile dzielenia się i serdeczności. W celu spełnienia tej obietnicy projekty wnętrz zostały całkowicie zmienione, zarazem jednak dają one możliwość dalszego dostosowania, by zapewnić elastyczność i pełną kontrolę nad kosztami renowacji. Od recepcji po pokoje, łącznie z przestrzeniami wspólnymi i terenami zewnętrznymi, stworzono nowe, ciepłe, nowoczesne i wygodne otoczenie. Doznania kulinarne, będące kamieniem węgielnym tożsamości Campanile, zostały przemyślane na nowo i wzbogacone o zapadające w pamięć elementy inspirowane tradycyjną kuchnią francuską.

Dwie z najnowszych marek, Hosho i Tulip Hotels & Residences, reprezentują hybrydowe i innowacyjne koncepcje, które odpowiadają zmieniającym się preferencjom konsumentów w zakresie zakwaterowania:

* Hosho to model hostelu nowej generacji, mocno osadzony w segmencie budżetowym, oferujący produkt łączący tradycyjne pokoje z salami sypialnymi mieszczącymi do 8 osób.
* Tulip Hotel & Residences to nowa, zorientowana na design marka midscale, oferująca zarówno tradycyjne pokoje, jak i zakwaterowanie na dłuższy pobyt w studiach i apartamentach.

Aby zapewnić większą przejrzystość obietnic każdej marki i jej nowego pozycjonowania, na nowo opracowano kluczowe elementy zapewniające komfort podczas pobytu, takie jak pościel czy prysznice. Klienci znajdą te „doskonałe podstawy” („brilliant basics”) we wszystkich obiektach Louvre Hotels Group, co pozwoli wynieść marki ponad standardy kategorii, do których formalnie przynależą. Zgodnie z planem do lata 2025 roku „doskonałe podstawy” zostaną wdrożone przez 80 procent hoteli grupy.

Plan gruntownej renowacji dla zwiększenia udziałów w rynku

Grupa wdroży szeroko zakrojony plan renowacji hoteli, obejmujący nowe, elastyczne, nowoczesne i wyróżniające się projekty wnętrz oraz koncepcje dostosowane do każdego hotelu. Celem jest renowacja 80 procent hoteli do 2028 roku.

Inwestycja nie tylko unowocześni obiekty, lecz także pozwoli grupie ujednolicić portfolio i wzmocnić jej pozycję w segmencie midscale.

Louvre Hotels Group będzie w dalszym ciągu wzmacniać swoją obecność na kluczowych rynkach, gdzie ma już ugruntowaną pozycję dzięki silnym i popularnym markom:

* We Francji, historycznym rynku grupy, ambicje rozwojowe zostały wzmocnione poprzez podpisanie kontraktu na ponad 200 nowych hoteli w latach 2024–2028.
* W Chinach w latach 2024–2028 zostanie otwartych 265 obiektów, co zwiększy liczbę hoteli grupy w tym kraju do 500, a liczbę pokoi o prawie 40 000.
* W Indiach powstanie 50 nowych hoteli, co zwiększy liczbę hoteli grupy w tym kraju do 200 obiektów i pozwoli umocnić jej wiodącą pozycję w indyjskim segmencie midscale.
* W pozostałych częściach świata w ciągu najbliższych 5 lat otworzy się ponad 120 hoteli grupy.

Plan strategiczny skupiający się na inwestorach i franczyzobiorcach

By skupić się na potrzebach inwestorów i franczyzobiorców, Louvre Hotels Group wdroży nowe narzędzia i usługi zapewniające lepszą rentowność i efektywność, a tym samym zwiększenie udziału w rynku przy jednoczesnej optymalizacji modelu operacyjnego i kosztów.

Platforma obejmująca wszystkie usługi oferowane przez grupę franczyzobiorcom zostanie uruchomiona w 2024 roku. Zaprojektowana z myślą o zapewnieniu elastyczności i prostoty przy jednoczesnym dalszym usprawnianiu relacji franczyzodawca–franczyzobiorca, będzie oferować różne konfigurowalne usługi dostosowane do potrzeb każdego hotelu. Stworzy to szansę na dodatkowe przychody dla grupy. Usługi obejmą pomoc techniczną i projektową w celu wsparcia inwestorów w renowacjach hoteli, narzędzia optymalizacji przychodów i ustalania cen, a także ulepszoną platformę zakupową w celu zwiększenia wydajności.

Dodatkowo cyfrowe narzędzia do zarządzania i rezerwacji (takie jak CRS czy PMS) zostaną zoptymalizowane tak, aby ułatwić codzienną działalność hotelu, zapewniając jednocześnie większą rentowność partnerom.

Wszystkie te innowacje stanowią czynniki wzrostu i zwiększają produktywność hoteli sieciowych, jeszcze bardziej wzmacniając wiodącą pozycję Louvre Hotels Group na rynku midscale we Francji i na świecie.

– Ogłoszenie strategicznego planu na najbliższe 5 lat to dla całej naszej firmy powód do wielkiej dumy. Zespoły pracowały nad nim bardzo intensywnie i wraz z komitetem wykonawczym jestem pod ogromnym wrażeniem ich zaangażowania i poświęcenia. Dziś Louvre Hotels Group wkracza w nową fazę swojego rozwoju. Jesteśmy zdeterminowani, aby zrealizować nasz plan i przy wsparciu naszego udziałowca, Jin Jiang International Co., Ltd., budować przyszłość Louvre Hotels Group – mówi **Federico J. González, CEO Louvre Hotels Group**.

***O Louvre Hotels Group***

*Louvre Hotels Group jest znaczącym graczem na globalnym rynku hotelowym, którego portfolio obejmuje obecnie około 1 700 hoteli w 60 krajach. Posiada pełną gamę hoteli od 1 do 5 gwiazdek, w tym marki Première Classe, Kyriad, Kyriad Direct, Tulip Inn, Tulip Residences, Campanile, Golden Tulip, Royal Tulip, 5 marek sieci Sarovar w Indiach oraz francuską grupę Hôtels & Préférence. Grupa ma także partnerstwo dystrybucyjne z Barrière Group. Louvre Hotels Group jest spółką zależną Jin Jiang International Holdings Co., Ltd., drugiej co do wielkości grupy hotelowej na świecie.*

Kontakt dla mediów:

**Kamil Wasiak**  
PR & Marketing Manager  
Agencja Softbox Group

[kamil.wasiak@softboxgroup.pl](mailto:kamil.wasiak@softboxgroup.pl)

**605 563 770**