



U M I H

UNION DES MÉTIERS ET DES INDUSTRIES DE L'HÔTELLERIE

Communiqué de presse
Mercredi 4 avril 2018

Lancement de la campagne CimerAlbert. A l'hôtel, on s'occupe de tout ET surtout de vous !

L'Union des Métiers et des industries de l'hôtellerie (UMIH, l'organisation professionnelle N°1 du secteur de l'hôtellerie-restauration) et le Groupement National des Chaînes (GNC), ont lancé ce matin, à l'occasion du Conseil d'administration de la branche Hôtellerie à Nice, **une campagne de communication 100% digitale, décalée**, baptisée **CimerAlbert** afin de valoriser les hôtels et l'ensemble des services proposés par les hôteliers. Avec un message clair : « **A l'hôtel on s'occupe de tout ET surtout de vous** ».

L'objectif de la campagne qui sera diffusée sur les réseaux sociaux et durera trois mois, est de **mieux faire connaître les hôtels et tous leurs services** auprès des millenials et des familles :

- Les millenials (25-34 ans) car ils sont ultra-connectés et ultra-sollicités par les démarches de communication. Ils restent sensibles à la qualité du service et des prestations et n'hésitent pas à le faire savoir en partageant leur expérience.
- Les familles car certaines se sont détournées de l'hôtellerie ces dernières années estimant que les hôtels ne proposaient pas toujours des services qui répondaient à leurs besoins et leurs attentes.



CimerAlbert.

G N C



■ C S L M F ■

SNEG & Co

La campagne, élaborée avec l'agence NetOnly, sera portée par **Albert**, un majordome symbolisant tous les hôtels et tous leurs services : séjourner à l'hôtel reste une expérience unique avec un accueil de qualité et un service sur-mesure que les consommateurs ne trouveront nulle part ailleurs ... y compris au sein des locations meublées à la nuitée.

Cimer Albert, c'est :

◆ **Un site internet** dédié www.cimeralbert.fr (responsive, c'est-à-dire adapté à tous les supports : smartphone, ordinateur, tablette) pour présenter l'hôtellerie française et ses valeurs, la diversité des établissements et des expériences, et mettre en avant les services que l'hôtel peut offrir à ses clients. Il renverra vers des comptes dédiés sur les réseaux sociaux et hébergera également les spots réalisés.

◆ **3 spots vidéos** diffusés sur les réseaux sociaux et sur le site internet qui mettent en scène le quotidien de personnages qui nous ressemblent (famille, jeune couple, personne en déplacement professionnel) et qui se retrouvent dans des situations qui peuvent arriver à ceux qui ne séjournent pas chez Albert.



◆ Une page **Facebook** : <https://www.facebook.com/CimerAlbert.fr/> et un compte **Instagram** : <https://www.instagram.com/cimeralbert/> où seront postés des articles, photos et vidéos autour des valeurs et des services proposés par Albert. Une campagne publicitaire « sponsorisée » auprès des cibles définies sera également déployée entre le 10 avril et le 15 mai.



◆ Une action de **marketing d'influence** avec des influenceurs qui partageront leur expérience Albert dans plusieurs régions de France afin de la faire vivre à leur communauté.

« C'est la première fois que l'hôtellerie française lance une campagne de communication sur l'image de ses établissements et sur ses services. Nous sommes tout à fait conscients des nouvelles demandes de nos clients et tous les Albert de France s'adaptent pour y répondre avec un service de qualité et un accueil irréprochable. A nous de le rappeler et de le faire savoir... et pourquoi pas de manière décalée ! C'est pour cela que nous avons décidé de lancer Cimer Albert afin de valoriser nos établissements, notre savoir-faire, nos services. A l'hôtel, on s'occupe de tout et surtout de nos clients ! », a déclaré Roland HEGUY, président confédéral de l'UMIH

Pour Jacques BARRE, Président du GNC, « Sans opposer hôtel et location meublée à la nuitée, c'est notre rôle de veiller à ce que nos établissements, nos salariés, tous les services que nous offrons soient valorisés et connus de tous. C'est avec humour et en passant par les réseaux sociaux qu'Albert transmettra nos valeurs au plus grand nombre : accueil, service, qualité et sécurité. »

Laurent Duc, président UMIH Hôtellerie ajoute : « Notre première valeur c'est le service et dans tous les hôtels de France il y a un Albert qui veille à la qualité et qui s'y engage ! Tous les opérateurs et autres formes d'hébergement veulent notre nom "Hôtel" notre classement en " Etoiles" notre standing "Palace" mais personne ne mesure ni ne veut être Albert ! L'expérience, elle est dans nos établissements et nulle part ailleurs. »

L'UMIH et le GNC invitent tous les hôteliers français à relayer et partager cette campagne. Un kit de communication est d'ailleurs mis à leur disposition. Cette campagne s'inscrit dans le cadre des actions menées par l'UMIH depuis plusieurs années pour créer un cadre clair, transparent et loyal pour les locations meublées à la nuitée.

*des entreprises gaies), SNRTC (Syndicat national de la restauration thématique et commerciale et la Chambre Syndicale des Cabarets et discothèques (CSCAD)) et avec la fusion de la CPIH, **est l'organisation professionnelle leader du secteur et porte-parole des CHR**D (cafés, hôtels, restaurants, discothèques). Depuis plus de 65 ans, la confédération représente, défend et promeut les professionnels indépendants cafetiers, restaurateurs, hôteliers, ainsi que les acteurs du monde de la nuit. L'UMIH est présente et active sur tout le territoire avec plus de 2 000 élus et 300 collaborateurs répartis en plus de 100 fédérations départementales (outre-mer inclus).*

Contacts Presse : Gaëlle MISSIONIER – 06 45 29 70 84 – gaelle.missionier@umih.fr
Charlotte Le MONIET – 07 87 02 69 66 – charlotte.lemoniet@umih.fr