

NOVOTEL

Qui a dit que le couvre-feu allait nous empêcher de dîner au restaurant ? Certainement pas Novotel... même s'il faut dîner à l'heure des poules, selon l'expression consacrée !

A l'occasion du 1er couvre-feu à 21h annoncé le 19 octobre 2020, Novotel lance les dîners avec les poules !

Une initiative originale en forme de clin d'œil en cette période assez morose avec les « dîners avec les poules » : des « early dinners », ouverts au grand public, à partir de 18h30 tous les soirs pendant le couvre-feu. La marque propose également de rester dormir sur place avec un package attractif à 59 € par personne comprenant l'apéritif, le dîner et dessert du jour, et une chambre double (hors petit-déjeuner et taxes de séjour), soit 118 euros pour deux personnes.

Pour ceux qui veulent se coucher avec les poules ou bien casser la routine et profiter d'un dépaysement de week-end en amoureux ou en famille.

Un concept de "staycation" (vacances à la maison) très utilisé ailleurs dans le monde et encore peu développé en France qui consiste à s'offrir une sensation de vacances tout près de chez soi. Et pour celles et ceux qui voudraient rentrer à la maison, ils sont les bienvenus pour venir dîner...avec les poules !

Un lancement événementiel le 1er soir du couvre-feu a été mis en place dans le nouveau restaurant Rosé au Novotel Paris Porte de Versailles.

Elaborée en 48h chrono, cette opération avait pour objectif de prendre la parole en RP de manière fun et décalée et de booster le business des hôtels Novotel et de leurs restaurants.

L'adhésion de toutes les équipes a été au rendez-vous, que ce soit au niveau hôtel, restauration, siège et le succès s'est immédiatement ressenti auprès des clients ! Tout le monde a pris beaucoup de plaisir de venir dîner à l'heure des poules, avec de vraies poules, et cela toujours dans le respect des règles sanitaires.

Bilan de l'opération : une mobilisation en un temps record pour assurer une présence des plus de 20 journalistes le soir de l'événement et une visibilité de l'opération en médias, avec un reach total de plus de 115 millions ! Une opération très appréciée des médias !

L'ensemble des journalistes sur place a été extrêmement séduits par la scénographie, l'ambiance ...et la cuisine du restaurant Rosé. La perception médiatique a été très positive de la marque Novotel pour sa réactivité et son adaptation à un contexte complexe.

L'annonce du reconfinement a néanmoins stoppé l'élan médiatique. Cependant l'opération a été renouvelée au printemps 2021 avec la réouverture des restaurants, sur l'ensemble du territoire en France avec près de 100 hôtels Novotel participants.