



COTTON USA™
THE COTTON THE WORLD TRUSTS

**UNE COLLECTION DE
SERVIETTES DE BAIN
100 % AMÉRICAINES,**
UNE VALEUR AJOUTÉE POUR UNE
CHAÎNE HÔTELIÈRE INTERNATIONALE

POUR EN SAVOIR PLUS, CONTACTEZ VOTRE REPRÉSENTANT CCI LOCAL.
CLIQUEZ ICI POUR AFFICHER LA LISTE DES REPRÉSENTANTS PAR RÉGION.

UNE COLLECTION DE SERVIETTES DE BAIN 100 % AMÉRICAINES, UNE VALEUR AJOUTÉE POUR UNE CHAÎNE HÔTELIÈRE INTERNATIONALE

Qu'ils se déplacent pour des raisons personnelles ou professionnelles, les voyageurs ont largement le choix de leur hôtel. Les hôtels affrontent une concurrence de plus en plus rude et mettent donc l'accent sur la fidélisation des clients. Ils peuvent employer plusieurs méthodes pour attirer et fidéliser leurs clients, comme les points fidélité ou le surclassement gratuit. Toutefois, des signaux plus discrets influent également sur la perception d'une marque hôtelière. Afin de mesurer l'impact de l'un de ces éléments, COTTON USA a récemment collaboré avec une grande marque hôtelière internationale pour évaluer si la présence de serviettes de bain COTTON USA pouvait donner une meilleure impression de la marque.

Rose Research, une société d'étude de marché indépendante, a mené une enquête en ligne auprès de 196 voyageurs se déplaçant pour des raisons professionnelles et personnelles. Les voyageurs formaient un groupe représentatif du point de vue du genre, de l'âge et du revenu. Un tiers des répondants étaient de petits voyageurs (une à neuf nuits d'hôtel par an), un tiers étaient des voyageurs moyens (de dix à vingt-neuf nuits d'hôtel par an) et un tiers étaient de grands voyageurs (plus de trente nuits d'hôtels par an).

Les répondants ont découvert deux messages d'accueil possibles dans la salle de bain d'un hôtel. Le premier était le message habituel utilisé par la chaîne hôtelière internationale. Le second reprenait exactement la même formulation que le premier, mais contenait également des informations sur la collection de serviettes de bain 100 % américaines COTTON USA (voir ci-dessous). Les messages n'ont pas toujours été présentés dans le même ordre afin de ne pas orienter les réponses.

WHERE COMMITMENT MEETS CONSERVATION

ALL-AMERICAN TOWELS

We are proud to introduce our new **"All-American Collection"** towels. They have been made exclusively with sustainably grown U.S. cotton—and proudly manufactured in America. We are happy to replace your towels daily, but if you'd like to help us to continue to conserve water, please hang them up.



BED LINENS

Our practice is to refresh bed linens every third day, but we will change them as often as you wish.

SMOKE-FREE

We are committed to a smoke-free policy.*

* A \$250 room recovery fee will be charged for smoking in your guest room.

PRESERVATION

Visit our website to learn more about our preservation efforts in and beyond our hotels.

LORSQUE L'ENGAGEMENT L'ENGAGEMENT
S'ALLIE A LA PRÉSERVATION

SERVIETTES 100 % AMÉRICAINES

Nous sommes fiers de vous présenter nos serviettes de la « Collection 100 % américaine ». Elles sont composées exclusivement de coton cultivé aux États-Unis selon des méthodes durables et ont été entièrement fabriquées aux États-Unis. Nous sommes ravis de remplacer vos serviettes quotidiennement, mais, si vous souhaitez nous aider à continuer à préserver les ressources en eau, vous pouvez les suspendre.

LINGE DE LIT

Nous avons pour habitude de changer le linge de lit un jour sur trois, mais nous changerons vos draps aussi souvent que vous le souhaitez.

INTERDICTION DE FUMER

Notre hôtel est un espace non-fumeur.*

SAUVEGARDE

Rendez-vous sur notre site Internet pour en savoir plus sur nos efforts de sauvegarde, dans nos hôtels et ailleurs.

*Fumer dans la chambre vous expose à une amende de 250 \$.



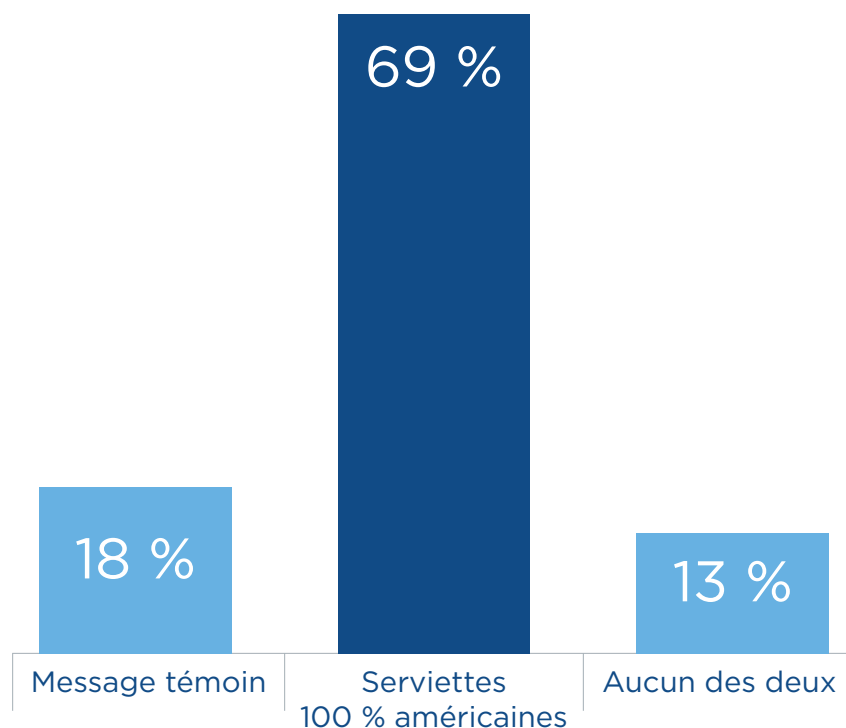
Une fois les messages affichés, il a été demandé aux participants dans quelle mesure l'image reflétait l'engagement de l'établissement en faveur de différentes notions telles que la préservation, le patriotisme, la qualité, la clientèle, l'innovation, l'intégrité, le service à l'international et la communauté. Bien que les perceptions des voyageurs confrontés au message évoquant les serviettes de bain 100 % américaines et au message témoin étaient similaires sur de nombreux points, les voyageurs exposés au message mentionnant les serviettes de bain 100 % américaines associaient plus souvent ce message à la qualité et au patriotisme, en comparaison avec le message témoin. En outre, les deux tiers des voyageurs ont estimé que le message mentionnant les serviettes de bain 100 % américaines était unique (66 %) et presque sept personnes sur dix ont répondu qu'il améliorerait un peu ou beaucoup leur satisfaction à l'issue du séjour.

DANS QUELLE MESURE ÊTES-VOUS D'ACCORD AVEC L'AFFIRMATION SUIVANTE ? CETTE IMAGE MONTRE L'ENGAGEMENT DE L'ÉTABLISSEMENT EN FAVEUR :

	Message témoin (% d'accord/ tout à fait d'accord)	Serviettes 100 % américaines (% d'accord/tout à fait d'accord)
du client	69	74
de la qualité	67	80
de l'innovation	59	64
de l'intégrité	66	75
du service à l'international	66	65
de la préservation	87	87
de la communauté	63	72
du patriotisme	40	67

Quand on leur a demandé lequel des deux messages avait le plus de chances de les inciter à séjourner de nouveau dans cet hôtel, les voyageurs ont très largement choisi le message mentionnant les serviettes 100 % américaines (69 %) plutôt que le message témoin (18 %). Cet écart a été relevé malgré l'existence d'une troisième option : les voyageurs pouvaient également répondre qu'aucun des deux messages ne les incitait à revenir (13 %).

DANS QUELLE MESURE EST-IL PROBABLE QUE VOUS SÉJOURNIEZ DE NOUVEAU DANS UN HÔTEL UTILISANT CETTE COLLECTION ? (PROBABLE/TRÈS PROBABLE)



UNE COLLECTION DE SERVIETTES DE BAIN 100 % AMÉRICAINES, UNE VALEUR AJOUTÉE POUR UNE CHAÎNE HÔTELIÈRE INTERNATIONALE

Les résultats de l'enquête ne différaient pas de manière significative entre les divers groupes de voyageurs (petits voyageurs, voyageurs moyens et grands voyageurs), ce qui indique que le message mentionnant les serviettes 100 % américaines a autant d'impact sur les voyageurs fréquents que sur les personnes voyageant rarement et pour leurs loisirs. Les résultats de l'enquête mettent clairement en évidence la valeur ajoutée de la marque COTTON USA, ici sous la forme d'une collection de serviettes de bain 100 % américaines. La collaboration avec COTTON USA améliore la perception de la qualité et du patriotisme, renforce la satisfaction et favorise le retour des clients.

Pour en savoir plus sur la qualité du coton américain, [cliquez ici](#). Pour contacter un représentant COTTON USA afin d'en apprendre plus sur le coton américain ou pour devenir titulaire d'une licence COTTON USA, [cliquez ici](#).

CCI est un employeur souscrivant au principe de l'égalité d'accès à l'emploi.

