



Flott Spillowenter

Promotion de la
convivialité dans
les bistrotts

P 4



Mémoire d'établissements
Le Buffet de la Gare P 10



Dégustation
Riesling de la Moselle luxembourgeoise P 20



École hôtelière de Diekirch
Nouveau nom et nouvelles formations P 24



RegiÔtels
La nouvelle société est opérationnelle P 28



Romantik Hotel Bel-Air Sport & Wellness



Le Cigalon



Au Vieux Moulin



Hotel Saint-Nicolas & Spa



www.regiotels.com



Trail-Inn Natur & Sporthotel



Hotel Brimer



Eden au Lac



Le Bon Repos

« Notre but est de faire en sorte que les **hôtels** de petite et moyenne taille soient **plus rentables** »

RegiÔtels est une société créée en 2017 avec l'appui du Ministère de l'Economie et qui s'est donnée comme mission de soutenir les hôteliers de petite et moyenne taille. Elle a débuté ses activités au 1^{er} janvier et présente après quelques mois d'activités un bilan prometteur.

Contrairement aux grandes chaînes hôtelières qui ont les moyens d'employer toute une équipe pour les ventes, le «revenue management» et le marketing, les hôtels de petite et moyenne taille sont limités dans leurs démarches. C'est dans ce cadre qu'intervient RegiÔtels, qui guide les hôtels partenaires à travers tout le parcours de vente, et propose trois services intégrés : des plans de marketing digital, des actions commerciales et de développement de nouveaux clients, et enfin la mise en place d'une stratégie tarifaire pour l'hôtel.

RegiÔtels a été fondée par Gregory Tugendhat, et est aujourd'hui composée d'une dizaine de personnes travaillant sur ce projet. Tous les membres de l'équipe disposent d'une expérience internationale et

d'une expertise dédiée pour accompagner les hôteliers dans leur développement.

Plus qu'un simple soutien aux hôteliers, RegiÔtels propose la mise en place de services complémentaires

La première préoccupation des équipes de RegiÔtels est d'établir une relation de confiance avec ses partenaires. Elles sont donc régulièrement en contact avec les hôteliers, et mettent en place des services complémentaires et intégrés :

- **Le marketing digital** : création d'un site internet performant et adapté à l'activité hôtelière, et soutien dans la communication sur les réseaux sociaux.

- **Acquisition de nouveaux clients grâce**

- au développement de nouveaux partenaires** : agences de voyages, contrats avec des voyageurs professionnels, des groupes touristiques, présence de RegiÔtels sur des foires commerciales,

- **Optimisation de la stratégie tarifaire (ou revenue management)** : faire varier le prix des chambres tout au long de l'année en fonction du taux d'occupation de l'hôtel. Ces stratégies aident à la maximisation du chiffre d'affaires et du profit

A l'heure actuelle, les hôtels qui travaillent avec RegiÔtels sont Romantik Hotel Bel-Air (Echternach), Le Bon Repos (Scheidgen), Le Cigalon (Mullerthal), Au Vieux Moulin (Echternach), Trail Inn (Berdorf), Hotel Brimer (Grundhof), Eden au Lac (Echternach) et Saint-Nicolas (Remich).

Entretien avec **Gregory Tugendhat**

Directeur général de RegiÔtels

Monsieur Tugendhat, RegiÔtels a commencé ses activités en janvier de cette année. Où en êtes-vous après quelques mois ?

Nous sommes à l'heure actuelle parfaitement opérationnels. J'ai mis en place une équipe d'une dizaine de personnes. Trois travaillent comme salariés et les autres comme consultants en fonction de la demande. En ce qui concerne les hôtels, nous comptons huit établissements partenaires, ce qui représente plus de 300 chambres. Ces hôtels sont situés au Mullerthal et sur la Moselle. J'espère étendre notre réseau à d'autres régions rurales et augmenter la capacité à plus de 500 chambres pour la saison estivale.

En ce qui concerne notre travail proprement dit, nous sommes régulièrement en contact avec les hôteliers pour les accompagner dans la mise en place de nos actions. Nous avons développé les sites web, les channel manager et les systèmes de réservation en ligne des hôtels. Aujourd'hui chaque hôtel peut être réservé directement sur son propre site web et ce à partir d'un ordinateur, d'une tablette ou d'un smartphone. Parallèlement, nous avons instauré des stratégies tarifaires dynamiques pour chaque hôtel, et nous démarchons régulièrement des nouveaux clients pour eux. Pour toutes ces actions, nous formons également les hôtels à l'utilisation de ces outils et à ces nouvelles méthodes de travail.

Pour cela vous avez reçu une aide financière de la part des pouvoirs publics ?

En effet, le Ministère de l'Économie nous a soutenus pour le lancement de nos activités. Mais contrairement à ce que certains pensent, RegiÔtels n'a pas reçu un million d'euros. Ce montant correspond à la somme que le Ministère désire investir dans le développement de l'hôtellerie rurale. La très grande majorité de cet argent est destinée aux hôteliers directement et aux autres acteurs touristiques.

Gregory Tugendhat est directeur général et fondateur de RegiÔtels. Fort de longues années d'expériences dans le secteur des ventes et du marketing dans la restauration et l'hôtellerie, il a eu l'opportunité de travailler au Royaume-Uni, en France, en Belgique, au Luxembourg, en Pologne, au Moyen-Orient et en Asie du Sud-Est.

Avez-vous déjà des retours sur les actions que vous avez lancées ?

Il est encore un peu tôt pour analyser les retombées économiques mais les tendances pour les réservations pour le futur sont positives. Pour nos actions commerciales, nous avons pour l'instant atteint un chiffre d'affaires total de 136 000 euros, et nous avons actuellement des possibilités de développement et de nouveaux clients qui s'évaluent à un revenu de 310 000 euros. Enfin, nous avons mis en place une politique des prix professionnelle (revenue management) qui se traduira par un meilleur rendement pour les hôtels. Il est d'ailleurs aujourd'hui important d'avoir une évolution des tarifs pour pouvoir assurer la pérennité de l'entreprise, mais aussi pour trouver de nouveaux clients.

Et comment voulez-vous les trouver ces nouveaux clients ?

Nous avons lancé une campagne de communication pour la région du Mullerthal qui cible des personnes intéressées par le bien-être, la gastronomie et la randonnée. Cette campagne est essentiellement axée sur Facebook, et vise des utilisateurs du réseau social dans un périmètre d'environ 300 km autour de Luxembourg. A l'heure d'aujourd'hui, nos publicités sur Facebook ont atteint plus d'un million de personnes, et elles ont été vues 3,2 millions de fois.

Dans le même temps, nous développons la présence de nos hôteliers sur plus de 20 canaux de distribution sur internet.



Vous misez donc sur le digital pour votre développement ?

Oui, mais nous avons aussi une équipe de vente qui démarche notamment les entreprises et des clients loisirs, que ce soit au Luxembourg ou à l'étranger. Le but est de les inciter à organiser des événements chez nos hôtels partenaires et/ou à faire des réservations de chambres pour leur personnel qui doivent loger dans des hôtels. Mais pour atteindre ces marchés, il faut savoir qui contacter et nos commerciaux connaissent souvent les bonnes personnes.

Ainsi, notre équipe de vente est constamment dans une démarche proactive pour amener de nouveaux clients à nos hôtels partenaires.

Vous dites « partenaires » pour les hôtels qui ont rejoint RegiÔtels. Quelle relation entretenez-vous avec eux ?

Ce sont nos partenaires et nous travaillons avec eux. Nous sommes en quelque sorte leur équipe de vente sans être intégrés à leur masse salariale. Nous ne sommes qu'au début, mais les équipes de RegiÔtels et les hôteliers sont très enthousiastes de cette collaboration. De plus, les premiers chiffres vont dans la bonne direction. Je suis confiant qu'en fin de compte, tout le monde sera gagnant.