



Romantik Hotel Bel-Air Sport & Wellness



Le Cigalon



Au Vieux Moulin



Hotel Saint-Nicolas & Spa



[www.regiotels.com](http://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<sup>er</sup> 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.

# Mullerthal : Comment Regi redynamiser l'hôtellerie familiale au

La force d'un grand groupe hôtelier c'est de disposer de marques complémentaires et de différents établissements où chacun dans sa catégorie garde son style, voire sa personnalité. Pour Gregory Tugendhat, ce qui soude un tel groupe, c'est son canal de distribution. L'équipe de vente (et de marketing) constitue un fil rouge qui relie chaque entité d'un groupe hôtelier.

Le jeune chef d'entreprise, qui vient de créer RegiÔtels désire créer ce même fil entre des hôtels familiaux luxembourgeois. Jusqu'à présent, huit hôtels du Mullerthal ont rejoint la nouvelle plate-forme qui prendra en charge leur commercialisation. Ils se sont engagés pour une période de trois ans mais garderont leur liberté.

« Chaque hôtel pourra choisir sa stratégie et aura le dernier mot », nous confie Gregory Tugendhat avant d'ajouter que les adhérents garderont leurs relations privilégiées avec leurs clients et seront libres de résilier leur contrat après trois ans. En attendant, RegiÔtels se charge d'investir dans chaque hôtel. Aussi bien dans leurs sites Internet que dans les différents canaux de distribution pour un montant avoisinant les 20.000 euros par établissement.

L'objectif est de créer une structure professionnelle qui puisse attirer de nouveaux clients. « En regroupant les points forts de chaque maison, nous pourrions réaliser des économies d'échelle. Il n'y a aucune raison pour que les entités familiales ne profitent pas des mêmes avantages que les groupes internationaux ».

On veut mieux cibler le client et appliquer une méthode de tarification conséquente. Pour cela il faudra embaucher. Gregory Tugendhat parle de neuf collaborateurs. Un marketing manager, un revenue manager, un web analyst et des commerciaux, que ce soit pour le client de loisir, l'homme d'affaires ou les entreprises intéressées par du MICE.

C'est donc RegiÔtels qui gèrera le livre de réservation qui bien entendu sera informa-



tisé. RegiÔtels se charge aussi de fixer les prix en concertation avec les hôteliers et de proposer les chambres sur différents sites de réservation comme booking.lu.

Mais au-delà des sites classiques, on veut attirer une nouvelle clientèle en ciblant mieux les marchés, en faisant une prospection plus approfondie et en permettant bien entendu aux clients de réserver directement en ligne sur le site Internet de l'hôtel souhaité.

L'hôtelier garde sa relation privilégiée avec les clients qui viennent, car c'est lui qui encaisse l'argent. Sur les sommes récoltées, il devra bien entendu payer une commission à RegiÔtels. L'hôtelier restera aussi propriétaire de son site Internet. Après la période de trois, il pourra donc quitter RegiÔtels sans difficultés, si tel est son choix.

Le pari de Gregory Tugendhat est bien entendu qu'il reste pour continuer à profiter de la dynamique de groupe.

## Nuitées au Mullerthal - Hôtels, auberges et pensions

1980	1990	2000	2005	2010	2014	2015
192 297	165 078	108 591	103 865	47 263	47 991	54 690

# Ôtels désire Luxembourg



## Une aide financière pour le lancement

*Lors de la présentation du projet, la secrétaire d'État à l'Économie, Francine Closener, a bien confirmé qu'il y aurait un soutien des pouvoirs publics pour le lancement de RegiÔtels. La société de Gregory Tugendhat recevra une aide directe au démarrage alors que les hôteliers associés pourront compter sur une prise en charge d'une partie des commissions. Selon nos informations on réfléchit actuellement aussi à l'extension de ce projet à des hôtels situés en zone rurale, hors du Mullerthal. En fonction du résultat, on peut estimer cette aide à près d'un million d'euros.*

## Entretien avec Gregory Tugendhat

*Diplômé de l'Institut Paul Bocuse à Lyon, Gregory Tugendhat a par la suite décroché un Master en marketing au London Metropolitan Institute à Londres avant d'entamer sa carrière professionnelle. Depuis 2003, il est actif dans l'hôtellerie et a travaillé pour des groupes comme Hyatt, Hilton, Inter-Continental ou encore Accor. Un parcours qui l'a entre autres mené à Londres, Paris, Bruxelles, au Cambodge, en Pologne et à Dubaï. Gregory Tugendhat est à Luxembourg depuis plus de trois ans. Il travaille actuellement pour le Groupe Goeres.*



### **Monsieur Tugendhat. Quel est le but de RegiÔtels que vous venez de créer ?**

Notre objectif est de travailler pour les hôteliers et pas à au-dessus d'eux. Nous voulons attirer des nouveaux clients dans des hôtels qui n'ont pas forcément les moyens de mettre en place une structure commerciale moderne. Avec mon expérience professionnelle et celle des collaborateurs que je désire recruter, nous saurons contacter les bonnes personnes et leurs proposer des offres adaptées à leurs attentes.

De plus nous pourrons conseiller les hôteliers adhérents en leur donnant plus de prévisibilité. Ils sauront où investir et pourront mieux calculer leur « Return on invest ».

### **Est-ce que votre offre se limite au Mullerthal ou est-elle valable pour tout le pays ?**

Le Mullerthal est d'une certaine façon prioritaire parce que cette région qui dispose d'hôtels intéressants a connu ses vingt dernières années une baisse des nuitées dramatique. Et ceci malgré une nature environnante merveilleuse et un dynamisme au niveau des structures touristiques remarquable. Mais je désire que tous les hôtels situés en zone rurale puissent profiter des nouvelles perspectives offertes

par RegiÔtels. J'ai dans ce sens appelé des établissements du Nord du pays et de la Moselle luxembourgeoise à nous rejoindre.

### **Où pensez-vous trouver les clients qui manquent à notre hôtellerie ?**

Tout d'abord je vais voir avec l'hôtelier quels sont les marchés qu'il a l'habitude de cibler et où est-ce qu'il désire attirer une nouvelle clientèle.

Avec l'offre que nous avons, que ce soit au niveau de la nature ou de la gastronomie, il est clair que la grande région dans un rayon de quelques heures en voiture reste prioritaire.

J'ai longtemps travaillé à Bruxelles et je connais donc bien le Benelux. L'Allemagne est bien entendu aussi intéressante. Enfin, Londres qui est très bien desservie par avion possède un potentiel encore sous-estimé.

RegiÔtels ne se substituera pas aux instances officielles comme Luxembourg for Tourism ou l'Office régional du tourisme mais désire collaborer avec ces derniers. Notre avantage est que nous pourrions proposer des offres concrètes, négocier avec des tour-operators et vendre des nuitées directement. En proposant des packages mieux adaptés, nous réussirions à attirer une clientèle multigénérationnelle supplémentaire.

## Au service de l'hôtellerie

Regiôtels vient de présenter ses résultats pour 2018. A l'occasion d'une conférence de presse, son fondateur Gregory Tugendhat a passé en revue les activités réalisées ces derniers mois.

La société créée en juin 2017 en vue de soutenir l'activité touristique et hôtelière des régions compte depuis septembre 2018, quatre nouveaux hôtels partenaires.



Gregory Tugendhat a remis un chèque d'une valeur de 10.000 € à Rita Stoque de l'Hôtel-Restaurant le Cigalon

Cette année, l'Hôtel Le Postillon (Esch-sur-Sûre), le Domaine du Moulin (Asselborn), l'Auberge du Relais Postal (Asselborn) et le Wellness Hotel (Wiltz) ont rejoint les sept premiers établissements membres.

En ce qui concerne l'activité de Regiôtels, les 3 points de développement ont porté sur les stratégies digitales, le revenue management et les ventes et le marketing.

Parmi les différents aspects des stratégies digitales, les responsables proposent aux hôtels la création et la mise en place d'un nouveau site internet optimisé et suivant les tendances actuelles de marketing et de design. Ainsi, pour les nouveaux sites qu'ils ont créés pour les hôtels partenaires, ce sont aujourd'hui plus de 100.000 visiteurs uniques au total qui se sont rendus sur ces sites depuis le début de 2018.

Une campagne de communication qui s'est étalée sur 2 mois en avril et mai 2018 a permis de toucher 2,3 millions de personnes sur Facebook (9,5 millions d'impressions) – des personnes situés à moins de trois heures de Mullerthal.

Les sites web, créés pour les hôtels, ont généré plus de 255,000 € dans les premiers huit mois.

Il est aussi intéressant de noter que le prix moyen des chambres vendues sur les sites des hôtels est de 28 € plus élevé que celui des chambres qui sont vendues via les OTA comme Booking.com. Ainsi, si la présence sur des sites comme Booking.com reste essentielle, l'investissement dans une stratégie tarifaire pertinente finit par porter ses fruits. Depuis janvier 2018, les équipes commerciales de Regiôtels ont généré un chiffre d'affaires

supplémentaire de 355.000 € pour les hôtels partenaires sur 2018 et 2019 (contrats avec les Tour-Opérateurs, nouveaux partenaires, ventes flash, groupes de loisir et d'affaire,...). A ce jour, la société annonce pour 150.000 € d'opportunités en cours de négociation. Selon Gregory Tugendhat les différentes stratégies et outils mis en place par Regiôtels depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018, ont permis de générer un chiffre d'affaire complémentaire de 610,000 € pour les hôtels partenaire.

La réunion s'est terminée par la remise d'un chèque. En effet, afin d'apporter son soutien à l'Hôtel-Restaurant le Cigalon, dévasté par les inondations de mai-juin de cette année, Regiôtels avait initié une campagne sur les réseaux sociaux pour soulever des fonds destinés à la reconstruction. 10.000 € avaient ainsi été récoltés.