



1



2

# HEBERGEMENT TOURISTIQUE DANS LES REGIONS RURALES DU LUXEMBOURG

**Monsieur Bob WETZEL**  
Chargé de mission - BoB Marketing & Projects

3

**BoB**  
Marketing & Projects

**RAPPEL DU  
PROCESSUS  
DE TRAVAIL  
PREVU**

- Nov - Dec 2019**
  - Conférence « Kick-Off »
  - Définition des 3 axes de travail prioritaires
- Jan - Fev 2020**
  - 6 sessions de travail avec 3 groupes thématiques
- Mars 2020**
  - Structuration du travail – Formulation de projets
  - Séances de « Feedback » avec les 3 GT + MECO
- Avril 2020**
  - Présentation des idées de projets à développer

4

**BoB**  
Marketing & Projects

**A NOTER !!**

- les idées de projets présentées de manière concise dans ce document sont le résultat de 6 séances de travail participatives réalisées début 2020 avec environ 40 acteurs Horeca & Tourisme intéressés
- certaines idées de projets pourront être réalisées à court et moyen terme grâce à leur intégration dans des plans d'action existants au niveau national ou régional
- certaines idées de projets devront être développées de manière plus précise avec des acteurs clés afin de pouvoir juger de leur pertinence par rapport aux objectifs définis
- lors de la conférence de lancement de ce projet participatif en novembre 2019, les acteurs présents avaient souhaité que les groupes de travail se concentrent sur 3 axes thématiques
- à noter que l'objectif de la mission a été d'identifier des mesures additionnelles et complémentaires par rapport au catalogue de mesures existants au niveau du Ministère de l'Economie – Tourisme & Classes Moyennes

5

**BoB**  
Marketing & Projects

**19 IDÉES ELABORÉES**

1. **4** idées de projets pour le développement de nouveaux concepts d'hébergement adaptés aux régions rurales
2. **4** idées de projets pour le développement de structures de services mutualisées pour les acteurs en région rurale
3. **11** idées de projets pour le développement général de l'offre d'activités touristiques dans les régions rurales

6

**BoB**  
Marketing & Projects

# OFFRE HEBERGEMENT

Description des 4 idées de projets développées  
avec les acteurs des secteurs Tourisme & Horeca

7



1/4

## HEBERGEMENT

Glamping Cabins

8

**B o B**  
Marketing & Projects

## HEBERGEMENT - Idée de projet « Glamping Cabins »

**Quoi ?**

Création d'un concept luxembourgeois pour un hébergement mobil, destiné à une implantation dans un réseau national de lieux touristiques tels que des Campings – Jardins d'Hôtels – Châteaux - Fermes agricoles – Centres équestres – Centre de loisirs - ... etc

**Pourquoi ?**

- Création d'une offre touristique attractive pour une cible de clients jeune et les familles
- Soutien proactif des acteurs Horeca & Tourisme actuels et potentiels pour développer ou élargir leur offre d'hébergement – notamment dans les régions rurales
- Opportunité pour développer et commercialiser de manière ciblée un réseau de logements originaux à travers les régions rurales du Luxembourg
- Ce type de projet présente l'avantage de pouvoir y intéresser et impliquer des acteurs privées et publics du Tourisme ... et de certaines entreprises luxembourgeoises
- Effet de levier fort au niveau du MECO avec un investissement extraordinaire en phase 1 du projet et l'application du mécanisme ordinaire du plan quinquennal en phase 2

9

**B o B**  
Marketing & Projects

## HEBERGEMENT - Glamping Cabins – Points à considérer !

Offre attractive et possible sur sites insolites !	Opportunité pour une offre Glamping Cabin Hopping au LU ?	Connexion avec un projet LEADER Kleinvermieterinitiative Landtourismus
Analyse du cadre légal !	Cahier de charges – pour un concept durable & circulaire !	... let's make it happen !

10



11

**BoB**  
Marketing & Projects

## HEBERGEMENT - Idée de projet « Camping-Car Park »

**Quoi ?**  
Création d'un concept permettant le développement d'un réseau national d'aires de stationnement attractives pour les visiteurs en camping-cars – avec un cadre uniformisé pour les infrastructures, le marketing ainsi qu'un ensemble de services à valeur ajoutée pour les utilisateurs

**Pourquoi ?**

- Création d'une offre touristique moderne pour un segment de marché en progression constante depuis plusieurs années
- Opportunité pour développer et commercialiser un réseau d'aires de camping-car de haute qualité à travers l'ensemble des régions rurales au Luxembourg
- Développement de sites stratégiques permettant d'orienter les visiteurs de passage au Luxembourg vers l'offre de produits et services touristiques au niveau local et régional
- Effet de levier fort au niveau du MECO avec un investissement extraordinaire en phase 1 du projet et l'application du mécanisme ordinaire du plan quinquennal en phase 2

12



13

B o B

Marketing & Projects

## HEBERGEMENT - Idée de projet « Mixed Use Hotspot »

**Quoi ?**

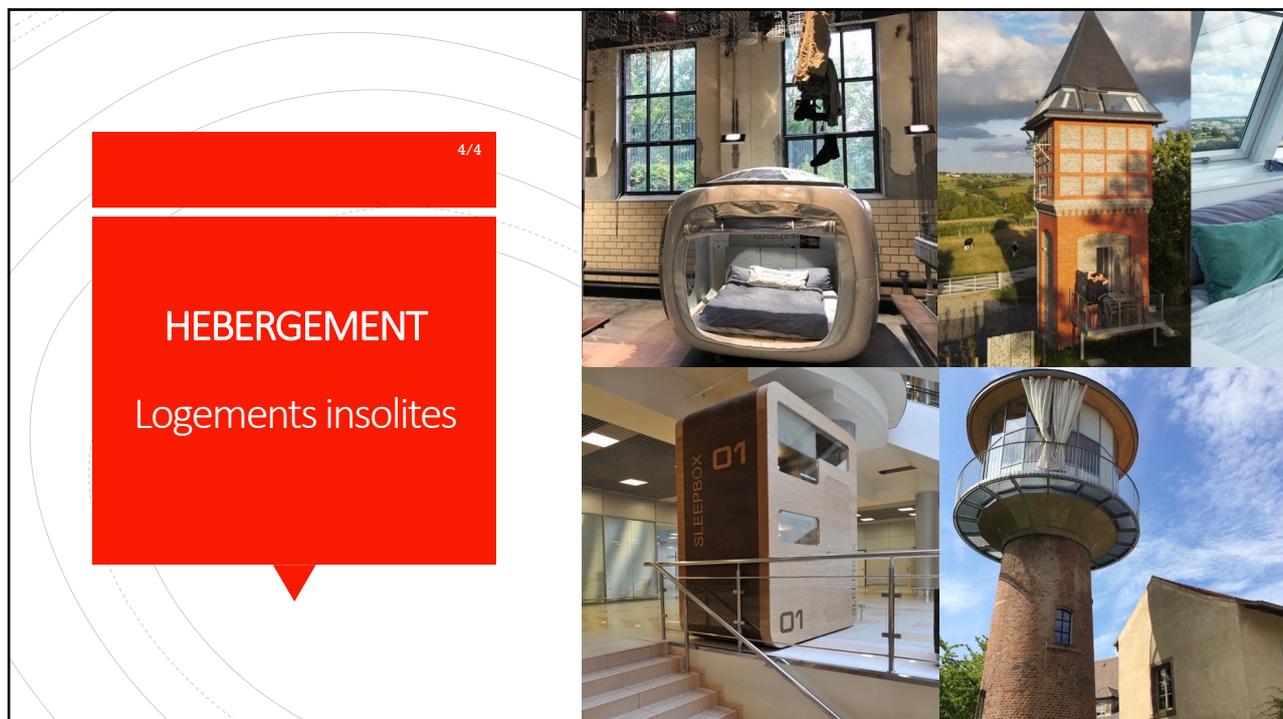
Développement d'un réseau de sites " Mixed-Use Hotspot " à forte vocation touristique en divers endroits des régions rurales au Luxembourg

- *A titre d'exemple, on peut citer des sites existants comme Thillenvogtei Rindschleiden, Heringer Millen Mullerthal, Robbesscheier Munshausen, Centre mosellan Ehnen, Centre européen Schengen, ...*

**Pourquoi ?**

- Création d'un réseau de sites touristiques attractifs et résilients grâce à leurs fonctions mixtes et multiples qu'ils mettront à la disposition de leur visiteurs
- Développement de sites stratégiques permettant d'orienter les visiteurs de passage au Luxembourg vers l'offre de produits et services touristiques au niveau local et régional

14



15

**BoB**  
Marketing & Projects

## HEBERGEMENT - Idée de projet « Logements insolites »

**Quoi ?**  
Création d'un concept pour logements insolites permanents et/ou temporaires dans des bâtiments de caractère non utilisés ou dans des lieux particuliers au niveau du patrimoine à travers les différentes régions du Luxembourg

**Pourquoi ?**

- Création d'une offre touristique attractive pour une cible de clients jeune et les familles
- Opportunité pour développer et commercialiser un réseau de logements originaux à travers les régions rurales du Luxembourg
- Utilisation permanente ou temporaire de lieux non utilisés contribue à la sauvegarde du patrimoine bâti en région rurale
- Effet de levier fort au niveau du MECO avec un investissement extraordinaire en phase 1 du projet et l'application du mécanisme ordinaire du plan quinquennal en phase 2

16

**BoB**  
Marketing & Projects

# OFFRE SERVICES MUTUALISES

Description des 4 idées de projets développées  
avec les acteurs des secteurs Tourisme & Horeca

17



HOUSE OF ———  
**ENTREPRENEURSHIP**  
powered by the Luxembourg Chamber of Commerce

1/4

## SERVICES MUTUALISES

### GUICHET UNIQUE TOURISME & HORECA

18

**B o B**  
Marketing & Projects

## MUTUALISATION - Guichet unique Tourisme & Horeca pour TPE

**Quoi ?**  
Création d'un point de contact unique au sein d'une chambre professionnelle pour assister au maximum des exploitants Horeca actuels ou potentiels au niveau des procédures administratives lors de la création ou transformation d'un hébergement touristique

**Pourquoi ?**

- Pour soutenir les petits exploitants existants dans l'Horeca dans l'organisation de leur projet de développement – notamment en région rurale
- Pour encourager de nouveaux entrants dans le secteur à se lancer dans l'exploitation d'un nouvel hébergement touristique – notamment en région rurale

19

2/4

SERVICES MUTUALISES  
POOL CONSEILLERS  
TOURISME & HORECA




20

**B o B**  
Marketing & Projects

## MUTUALISATION - Pool de conseillers «Tourisme & Horeca» pour TPE

**Quoi ?**  
Création d'un réseau certifié de - Personal Coach - capables de soutenir en théorie et de manière très pratique les petites exploitations Horeca dans les domaines du marketing, de la vente, des systèmes de réservations, de la communication, ....

**Pourquoi ?**

- Pour soutenir les petits exploitants existants dans l'Horeca dans l'organisation de leur travail quotidien multitâche
- Pour encourager de nouveaux entrants dans le secteur à se lancer dans l'exploitation d'un nouvel hébergement touristique – notamment en région rurale

21




3/4

SERVICES MUTUALISES

PLATEFORME  
MARKETING & SALES

22

**BoB**  
Marketing & Projects

## MUTUALISATION - Plateforme Marketing & Sales pour Horeca TPE

**Quoi ?**  
Création d'une plateforme de travail mutualisée capable de prendre en charge le marketing, la communication, les ventes, les réservations, ..... pour les exploitations Horeca de très petite taille

**Pourquoi ?**

- Pour soutenir les petits exploitants existants dans l'Horeca dans l'organisation de leur travail quotidien multitâche
- Pour encourager de nouveaux entrants dans le secteur à se lancer dans l'exploitation d'un nouvel hébergement touristique – notamment en région rurale

23

4/4

**SERVICES MUTUALISES**

**POOL PRESTATAIRES TECHNIQUES**





24

**BoB**  
Marketing & Projects

## MUTUALISATION - Pool de prestataires techniques pour Horeca TPE

**Quoi ?**  
Développement d'un réseau de prestataires de services techniques privés et/ou institutionnels, capables de soutenir les petites exploitations Horeca pour des tâches comme le gardiennage, l'assistance technique, l'entretien des espaces intérieurs et extérieurs, un service de permanences 7/7jours, ...) – cf. projet Leader Guttlund KLEVER

**Pourquoi ?**

- Pour soutenir les petits exploitants existants dans l'Horeca dans l'organisation de leur travail quotidien multitâche
- Pour encourager de nouveaux entrants dans le secteur à se lancer dans l'exploitation d'un nouvel hébergement touristique – notamment en région rurale

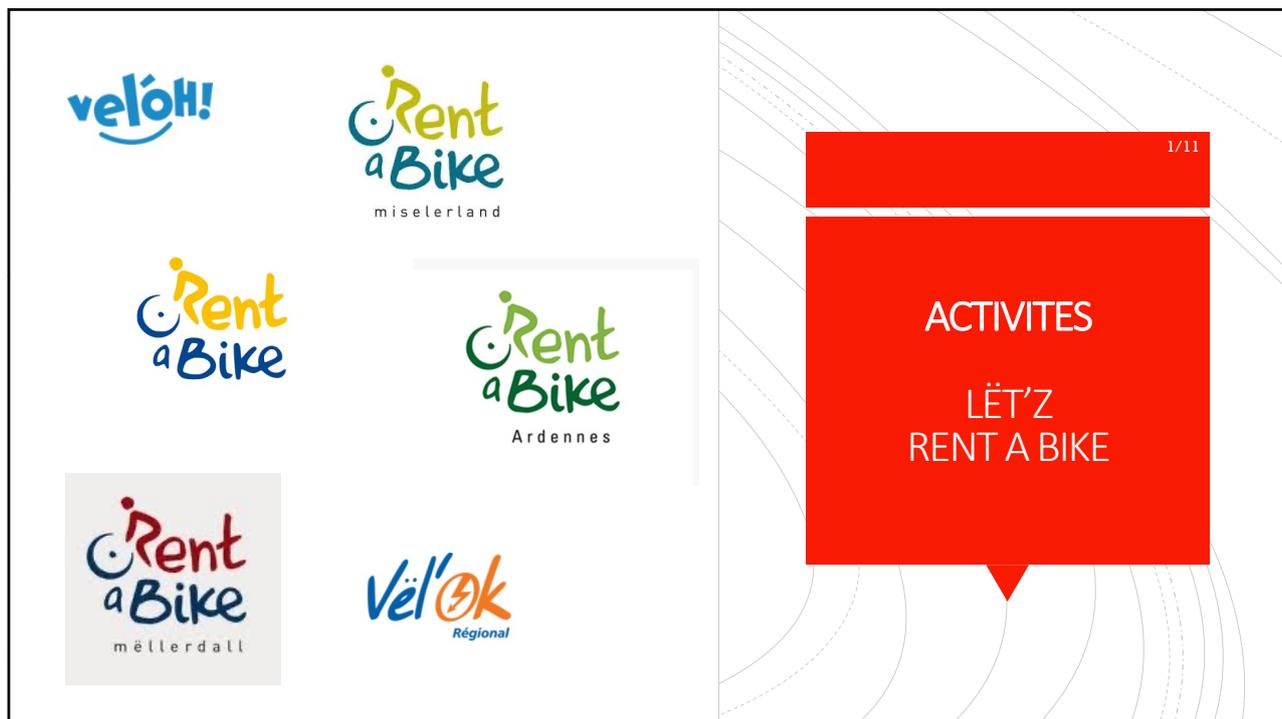
25

**BoB**  
Marketing & Projects

# OFFRE ACTIVITES

Description des 11 idées de projets développées  
avec les acteurs des secteurs Tourisme & Horeca

26



27

**B o B**  
Marketing & Projects

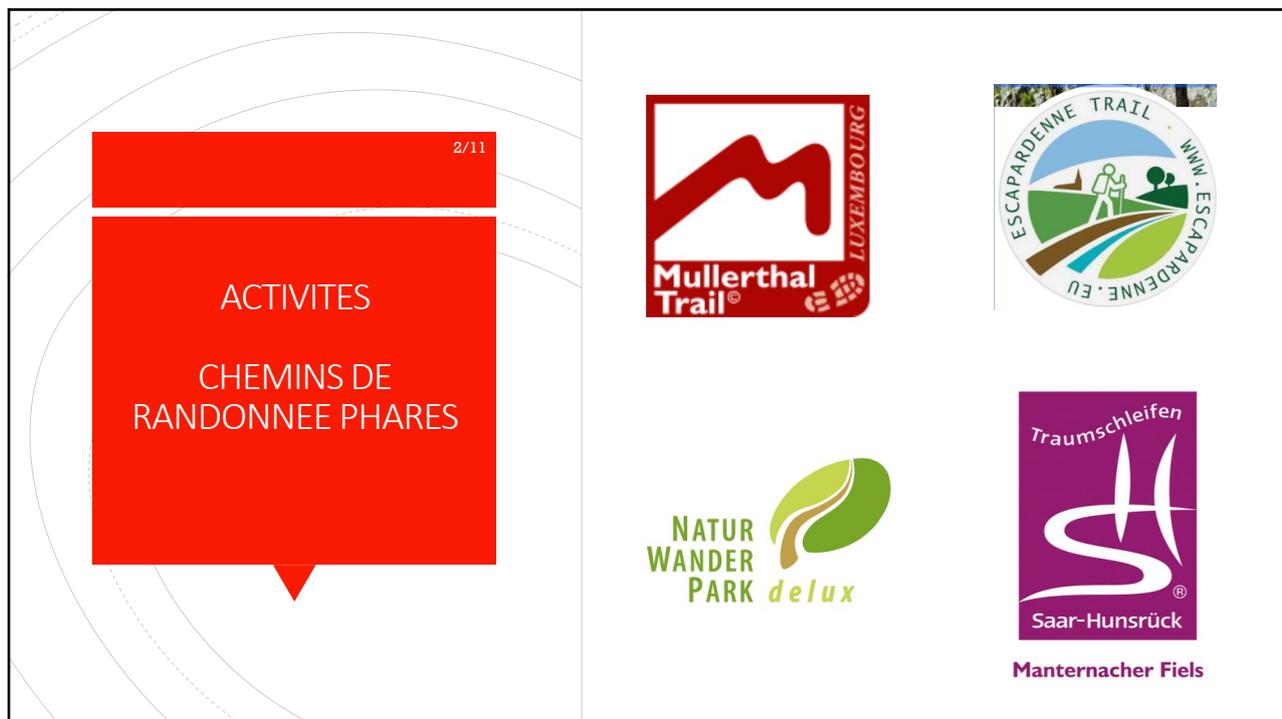
## ACTIVITES - Système de location national RentaBike

**Quoi ?**  
Création d'un système de location uniforme et interconnecté sur l'ensemble du territoire luxembourgeois

**Pourquoi ?**

- Une offre cohérente de mobilité douce pour les visiteurs du pays est en accord avec la stratégie de développement nationale au niveau des cibles prioritaires et des infrastructures à développer
- La mobilité douce à vélo ouvre de nouvelles perspectives pour la découverte de l'offre touristique existante et pour la création de nouvelles offres touristiques au niveau local, régional et national
- Le marché du tourisme de randonnée à vélo se développe très bien depuis des années, la crise actuelle va certainement le dynamiser encore d'avantage
- Une stratégie de marketing et de commercialisation concertée au niveau national permettra de dynamiser cette offre Tourisme & Loisirs attractive

28



29

**BoB**  
Marketing & Projects

## ACTIVITES - Chemins de randonnée phares au Luxembourg

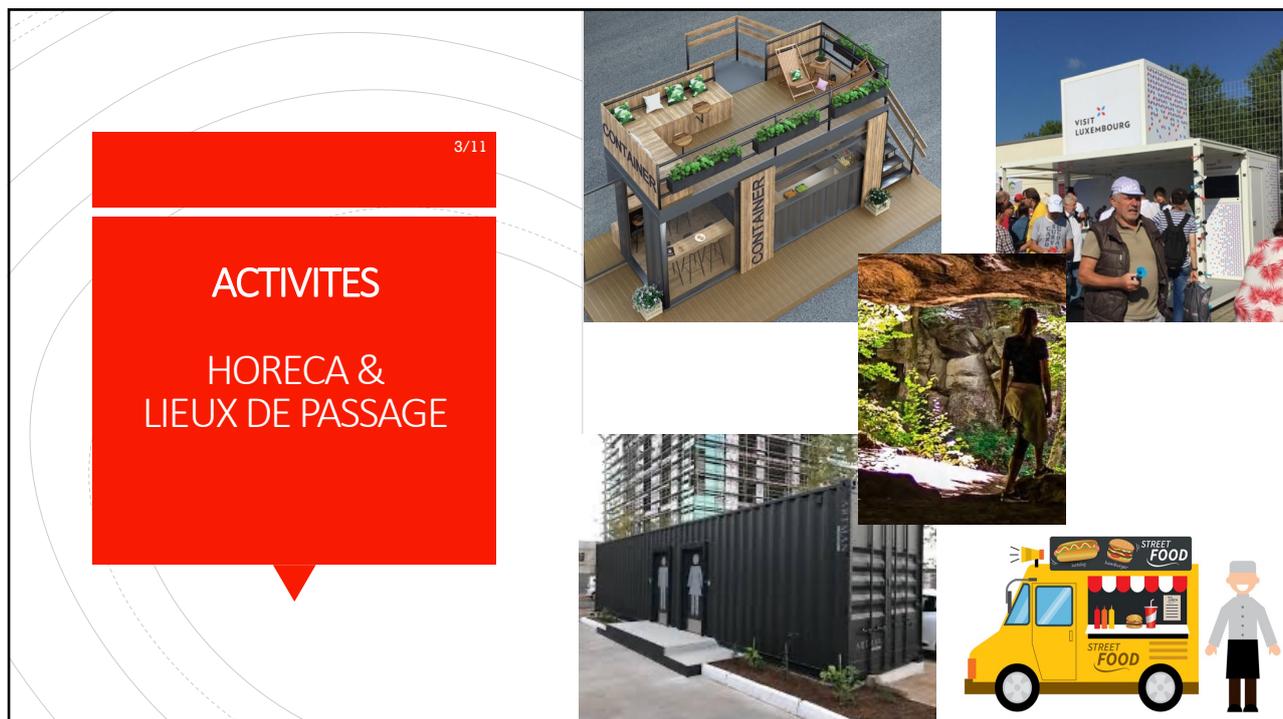
**Quoi ?**

Identifier, développer et promouvoir de manière ciblée quelques chemins de randonnée phares dans chaque région du Luxembourg – avec une certification internationale systématique

**Pourquoi ?**

- Ce type d'offre soutiendra le positionnement stratégique de la destination du Luxembourg au niveau de la thématique Randonnée & Nature
- Une structuration claire de cette offre autour d'une randonnée phare par région permettra un Marketing & Communication optimisé
- Ce type d'offre permettra d'orienter de manière ciblée les visiteurs vers l'offre touristique existante
- Le marché du tourisme de randonnée à pied se développe très bien depuis des années, la crise actuelle va certainement le dynamiser encore d'avantage

30



31

**BoB**  
Marketing & Projects

## ACTIVITES - Offre Horeca et lieux de passage stratégiques

**Quoi ?**  
Projet pour faciliter et développer une offre Horeca & More le long des chemins de randonnée phares du pays - pédestres et cyclistes. Un genre de Hotspot qui garantira un certain nombre de services: offre Horeca fixe (restaurant) ou mobile (foodtruck), tourist info, vente produits locaux, toilettes, WiFi, aire de Picnic, ....

**Pourquoi ?**

- Ce type d'offre Horeca & More permettra d'augmenter l'attractivité des chemins de randonnée phares
- Ce type d'offre Horeca & More pourrait proposer d'autres services ou activités aux visiteurs, mais également ouvrir des perspectives à différents types d'acteurs locaux

32



33

**BoB**  
Marketing & Projects

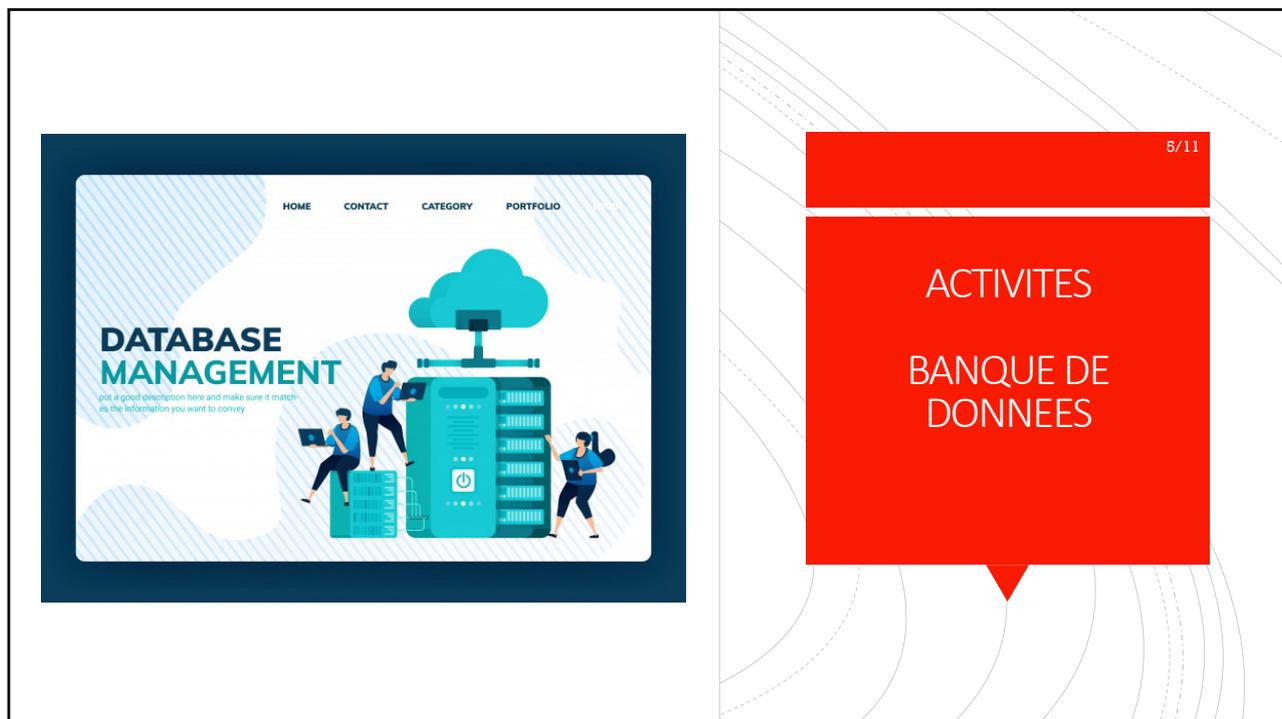
## ACTIVITES - Réseau national d'affichage réservé au Tourisme

**Quoi ?**  
Projet pour développer un réseau public d'affichage électronique de grand format (p.ex. abribus, places publiques, lieux POI, Hotspot Mixed Use, ...) réservé exclusivement aux infos touristiques

**Pourquoi ?**

- Ce type d'infrastructure permettra une meilleure promotion de l'offre touristique au niveau régional

34



35

**BoB**  
Marketing & Projects

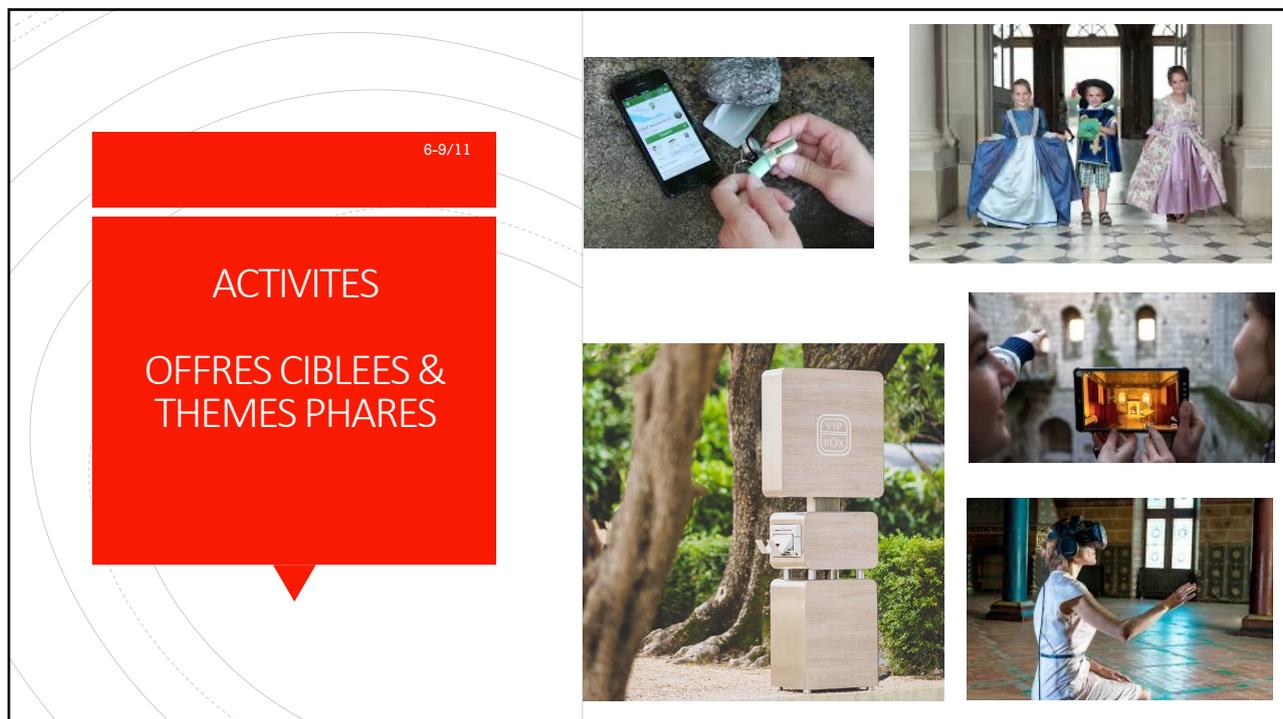
**ACTIVITES - Banque de données avec textes – photos - vidéos**

**Quoi ?**  
Projet pour produire un ensemble de capsules vidéos - photos - textes structurés et uniformisés au niveau de la qualité pour une mise à disposition à l'ensemble des acteurs Tourisme & Horeca

**Pourquoi ?**

- Ce type de matériel entraînera une promotion plus qualitative, ciblée et dynamique de la part de l'ensemble des acteurs au niveau national et régional du Luxembourg

36



37

**BoB**  
Marketing & Projects

## ACTIVITES - Expériences AR & VR dans les régions du LU

**Quoi ?**  
Projet pour développer une offre d'expériences AR & VR axée autour du thème identitaire phare dans chaque Région

- Minett = Industrie / Eislek = Châteaux / Miselerland = Vins / ...

**Pourquoi ?**

- Ce type d'offre permettra une valorisation renforcée des thèmes phares de chaque Région
- Ce type d'offre pourra être utilisé par différents types d'acteurs et de points d'attraction sur le territoire
- Ce type d'offre pourrait permettre d'attirer une nouvelle clientèle de visiteurs au Luxembourg

38

**B o B**  
Marketing & Projects

## ACTIVITES - Expériences de visites « Storytelling » au Luxembourg

**Quoi ?**

Projet pour développer une offre de visites guidées de type «Storytelling» autour du thème identitaire phare dans chaque Région

- Mëllerdall = Les légendes centenaires / Eislek = La vie de château au 12e siècle / Minett = Les métiers dans l'industrie du fer

**Pourquoi ?**

- Ce type d'offre permettra une valorisation des thèmes phares de chaque Région
- Ce type d'offre pourra être utilisé par différents types d'acteurs et de POI dans un Région
- Ce type d'offre pourrait permettre de mieux orienter certains types de visiteurs vers des activités qui leurs correspondent parfaitement – cf. familles avec enfants

39

**B o B**  
Marketing & Projects

## ACTIVITES - Expériences de Geocaching au Luxembourg

**Quoi ?**

Projet pour développer une offre qualitative de «Geocaching» autour du thème identitaire phare dans chaque Région

- Mëllerdall = Geocoins Roches / Eislek = Châteaux / Minett = Industrie / Moselle = Viticulture / ...

**Pourquoi ?**

- Ce type d'offre permettra une valorisation des thèmes phares de chaque Région
- Ce type d'offre pourra bénéficier à différents types d'acteurs situés le long des parcours de Geocaching – cf. chemins de randonnée phares & POI
- Ce type d'offre pourrait permettre d'attirer une nouvelle clientèle de visiteurs au Luxembourg

40

**BoB**  
Marketing & Projects

## ACTIVITES - Réseau de Selfie-Photoboxes au Luxembourg

**Quoi ?**

Projet pour développer un réseau de Selfie-Photoboxes sur les sites des principaux POI dans chaque Région + outil de facilitation pour la diffusion des photos via les réseaux sociaux

**Pourquoi ?**

- Ce type d'offre entraînera une promotion dynamique des principaux POI dans chaque Région, ceci notamment via la diffusion des photos/vidéos par les réseaux sociaux
- Ce type d'offre permettra d'impliquer une cible de clients plus jeune dans le développement de la notoriété des principaux POI dans chaque Région

41



10/11

ACTIVITES  
PANNEAUX MESSAGES

42

## ACTIVITES - Réseau de panneaux « Messages » au LU

### Quoi ?

Projet pour développer un réseau de panneaux électroniques sur lesquels les visiteurs peuvent laisser leur nom et/ou un message pour une durée déterminée + outils de facilitation pour la diffusion des messages via les réseaux sociaux

### Pourquoi ?

- Placement à prévoir sur les sites POI, notamment ceux qui souffrent du vandalisme
- Ce type d'offre entraînera une promotion dynamique de ces POI dans chaque Région, ceci notamment via la diffusion des messages par les réseaux sociaux
- Ce type d'offre permettra d'impliquer une cible de clients plus jeune

43

11/11

ACTIVITES

AGENCE

INCOMING





44

**BoB**  
Marketing & Projects

## ACTIVITES - Point de contact unique pour le volet « Incoming »

**Quoi ?**

Projet pour créer un point de contact national unique qui aura pour mission de constituer et de vendre des forfaits de séjours sur mesure - pour visiteurs Groupes & Individuels

**Pourquoi ?**

- Ce type de structure permettra de rentabiliser les efforts qui sont faits au niveau de l'offre et de la promotion touristique nationale et internationale ... par la vente ciblée des produits et services

45

**BoB**  
Marketing & Projects

## NEXT STEPS

- intégration d'un certains nombre d'idées de projets dans les programmes en cours de développement au niveau national et/ou régional
- concertation intensive sur certaines idées de projets avec différentes parties prenantes pour formuler de manière plus précise les besoins et le cadre de travail
- affinement de la définition des projets pour une réévaluation des priorités et une décision de mise en œuvre par le MECO avec ses partenaires au niveau national et/ou régional

46