

Designação do projeto | **The Lumières – Internacionalização**

Código do projeto | **LISBOA-02-0752-FEDER-071128**

Objetivo principal | **Reforçar a competitividade das PME**

Região de intervenção | **Lisboa**

Entidade beneficiária | **QUICK & POSITIVE INVESTIMENTOS IMOBILIÁRIOS LDA**

Data de aprovação | **2021-03-30**

Data de início | **2021-03-27**

Data de conclusão | **2023-06-30**

Custo total elegível | **EUR 425.247,56**

Apoio financeiro da União Europeia | **FEDER – EUR 170.099,02 – Incentivo Não Reembolsável**

Objetivos, atividades e resultados esperados/atingidos:

O The Lumières Hotel & Spa é um boutique hotel de luxo no Bairro Alto em Lisboa e pretende com este projeto posicionar-se como um hotel de luxo de nível internacional e aumentar a afluência de turistas internacionais.

O The Lumières Hotel & Spa com este projeto espera, no curto-prazo, apostar continuamente na excelência do serviço prestado ao cliente e na diferenciação da sua oferta, mitigar os impactos da pandemia COVID-19 no sentido de recuperar o seu nível de atividade pré-pandemia. A médio/longo-prazo, o Hotel pretende afirmar a sua marca e expandir a sua atividade junto dos mercados internacionais, designadamente nos Estados Unidos da América, Brasil, países da América Central, Médio Oriente, Europa do Norte e também de mercados tradicionais como a França, Reino Unido, Alemanha e Itália. Pretende ainda investir nos Recursos Humanos da Empresa, no sentido de garantir um serviço de excelência ao cliente, superar, até 2023, os 5,3 milhões de euros de volume de negócios da unidade. De forma a alcançar os objetivos a empresa encontra-se a desenvolver as seguintes ações:

- **Marketing Digital:** campanhas de webmarketing afetas ao website da unidade, o qual está dotado de plataforma de reservas on-line, campanhas de CRM e presença nas redes sociais. A estes somam-se as plataformas de reserva on-line alheias ao Hotel, como o booking.com, expedia.com ou o tripadvisor.com;
- **Presença em feiras internacionais de turismo:** designadamente no segmento de turismo de luxo, através de associações: na ILTM Cannes em 2021, de 06 a 10 de Dezembro de 2021 e na Emotions Sevilha em 2022 de 22 a 25 de Maio de 2022.
- **Associação e campanhas com softbrands** como Small Luxury Hotels (SLH), Kiwi Collection, Conde Nast e Mr & Mrs Smith;
- **Associação com representantes de Relações Públicas** em Portugal e no estrangeiro, junto dos principais mercados e público-alvo. A nível nacional a representação está a cabo da CCL- communication com artigos sobre o nas seguintes publicações:
 - **National Geographic Traveller:** https://clinternationalpr.com/wp-content/uploads/2023/11/NGT-23-06-Lisbon_merged.pdf
 - **The Traveller & Style Issue:** <https://clinternationalpr.com/wp-content/uploads/2023/11/ROBB-REPORT.pdf>
 - **Vanitas Spain:** <https://clinternationalpr.com/wp-content/uploads/2023/11/VANITAS-66-VIAJES-1.pdf>
 - **The Telegraph:** <https://www.telegraph.co.uk/travel/advice/portugal-holidays-travel-green-list-covid-flights-weather-hotels/>
 - **I Travel:** <https://inews.co.uk/inews-lifestyle/travel/bank-holiday-breaks-green-amber-list-countries-greece-spain-croatia-1148043>
 - **Suitcase:** <https://suitcasemag.com/articles/wake-up-here-lumières-hotel-lisbon>
 - **Citizen Femme:** <https://citizen-femme.com/2022/08/16/the-best-affordable-boutique-hotels-in-lisbon/>
 - **Daily Mail:** <https://www.dailymail.co.uk/travel/escape/article-9605491/Portugal-holidays-beaches-sunny-days-await-green-list-country.html>