

**TOURISME 2022 –  
UN CADRE STRATÉGIQUE  
POUR LE DÉVELOPPEMENT  
DU SECTEUR**

**LUXEMBOURG,  
TERRE DE RENCONTRE**

**LU**  **EMBOURG**

LET'S MAKE IT HAPPEN

Le cadre stratégique pour le tourisme présenté ici fixe un cap pour le secteur et formule la manière dont le Luxembourg souhaite se positionner à l'horizon 2022 en tant que destination touristique de qualité et diversifiée. Ce document énonce les fondations communes, les « piliers », sur lesquels les différents acteurs et branches du secteur du tourisme peuvent s'appuyer pour construire leurs stratégies respectives. Le cadre stratégique servira d'inspiration aux différents acteurs dans leurs choix et projets futurs.

Cette vision à l'horizon 2022 est le résultat d'un travail de réflexion commun mené au cours d'une période de plusieurs mois. Initié par Francine Closener, secrétaire d'Etat à l'Economie, et piloté par la Direction générale du Tourisme du ministère de l'Economie, ce travail de réflexion a été mené avec les partenaires suivants :

👉 **LUXEMBOURG FOR TOURISM**

[www.visitluxembourg.com](http://www.visitluxembourg.com)

👉 **CLUSTER MICE LUXEMBOURG**

[meetings.visitluxembourg.com](http://meetings.visitluxembourg.com)

👉 **LUXEMBOURG  
CITY TOURIST OFFICE**

[www.lcto.lu](http://www.lcto.lu)

👉 **OFFICE RÉGIONAL  
DU TOURISME DES ARDENNES  
LUXEMBOURGEOISES**

[www.visit-eislek.lu](http://www.visit-eislek.lu)

👉 **OFFICE RÉGIONAL  
DU TOURISME RÉGION  
MULLERTHAL**

[www.mullerthal.lu](http://www.mullerthal.lu)

👉 **OFFICE RÉGIONAL  
DU TOURISME RÉGION  
MOSELLE LUXEMBOURGEOISE**

[www.visitmoselle.lu](http://www.visitmoselle.lu)

👉 **OFFICE RÉGIONAL  
DU TOURISME SUD**

[www.redrock.lu](http://www.redrock.lu)

👉 **OFFICE RÉGIONAL  
DU TOURISME CENTRE/OUEST**

[www.visitguttland.lu](http://www.visitguttland.lu)

# ENG GEMEINSAM AMBITIOUN FIR DEN TOURISMUS ZU LËTZEBUERG

Den Tourismus heiheem huet sech an de leschte Jore ganz positiv entwéckelt, dem Secteur geet et besser ewéi jee. Lëtzebuerg ass fir Touristen nees attraktiv ginn, et kommen der all Joer méi bei eis an d'Vakanz oder verbréngt geschäftlech e puer Deeg am Land. Souwuel d'Hoteller, wéi och d'Campingen an d'Jugendherbergen affichéieren eng Hausse bei den Iwwernuechtungen.

Di gemeinsam Effort'ën an Decisiounen aus de leschte Jore ware richtig a maachen sech elo bezuelt: d'Investissementer an d'Infrastrukturen, d'Erwidern an d'Moderniséiere vun der touristescher Offer oder nach d'Professionaliséierung vun de regionalen an nationale Promotiounsstrukturen. De Grondsteen fir d'Entwécklungspotenzial vum Tourismussektor optimal ze notze gouf 2013 geluecht, mat der Integratioun vum Tourismusministère an dee vun der Economie. Dat war déi wichtegst strukturell Reform.

Mir hunn di richtig Trëmp an der Hand, fir eis international als Vakanzdestinatioun ze positionéieren an eis vun der Konkurrenz ze ënnerscheeden. Lëtzebuerg gëllt weiderhin als eng sécher Destinatioun an onsécheren Zäiten, de kulturellen an industrielle Patrimoine vun eise Land ass eenzegaarteg, grad wéi eis Geschicht an d'Liewensqualität, déi mer ze bidden hunn. An dës Trëmp ka keen eis ewechhuelen.



Mir definéiere mat dësem Dokument elo di grouss Linnen an Orientatiounen, fir datt sech de Secteur och an de nächste 5 Jore ka weider positiv entwéckelen, nei Aarbechtsplaze schafen an domat och zu der ekonomescher a sozialer Entwécklung vu Lëtzebuerg bäidroen.

Bis 2022 ënnerstëtzt de Wirtschaftsministère privat an ëffentlech Projete am Tourismus mat 60 Milliounen Euro. Eist Zil ass ee qualitative Wuesstem well all Investitioun an een nohaltegen Tourismus ass och eng Investitioun an d'Liewensqualität vun deenen, déi zu Lëtzebuerg liewen a wunnen. Dobäi muss, an dat versteet sech vum selwen, den Tourist natierlech am Mëttelpunkt stoen. Mir musse eis den Erwaardungen an den Uspréich vun eisen auslännesche Visiteure bewusst sinn an hinne Rechnung droen, an dat an alle Beräicher.

Di rezent Vergaangenheet huet gewisen, wourop et dobäi ukënnt, fir den Tourismus positiv ze entwéckelen. Dat geet awer nëmmen, wann all Concernéiert un engem Strang zéien, zesumme schaffen an deen een sech kann op d'Kompetenzen an d'Motivatioun vun deem anere verlossen. D'Visioun „Tourismus 2022“ setzt dofir de strategesche Kader, un deem sech d'Acteuren aus dem Tourismus orientéieren an inspiréieren, fir sech selwer di beschten Zukunftsperspektiven ze ginn.

Francine Closener  
Staatssekretärin fir Wirtschaft

The background is a solid red color. In the top-left corner, there is a white geometric shape that resembles a folded corner or a stylized 'L' shape, with a diagonal cutout. The text is centered in the lower half of the image.

**LËTZEBUERG -  
WOU EEN SECH  
BEGÉINT**

# LUXEMBOURG, TERRE DE RENCONTRE

Le Luxembourg a toujours favorisé les échanges entre les personnes, les cultures et les économies. Des influences du monde entier ont laissé leur empreinte sur les valeurs qui nous qualifient aujourd'hui : fiabilité, dynamisme et ouverture d'esprit. Notre pays a une histoire originale à raconter, fascinante et inspirante. Chaque jour, des dizaines de milliers de personnes y viennent pour partager des expériences professionnelles et culturelles porteuses d'enrichissements mutuels.

De par cette tradition d'échange qui fait partie de notre ADN, une vision fédératrice pour le tourisme s'est imposée naturellement : établir le Luxembourg comme lieu de rencontre reconnu à travers le monde, où tout visiteur, vacancier, voyageur d'affaires ou congressiste peut vivre une expérience enrichissante, une rencontre inoubliable.

Le tourisme est un formidable atout pour le dynamisme économique et social de notre pays. C'est un précieux instrument de sauvegarde du patrimoine naturel et architectural, de valorisation des métiers locaux, d'emplois et de compétences traditionnelles dont l'humain est la clé. C'est un puissant outil de développement régional et de valorisation des identités. C'est également un facteur de rayonnement international qui permet de nouer et d'entretenir des relations à tous les niveaux, de provoquer ces « rencontres » dont notre pays a le secret depuis toujours...

# LES PILIERS SUR LESQUELS SE BASE NOTRE AMBITION

Afin de développer tout le potentiel du tourisme au Luxembourg, notre démarche s'appuie sur huit piliers. Ils constituent les fondements du développement du secteur sur lesquels chaque acteur pourra construire son action et sa propre stratégie.

## 1 TRAVAILLER ENSEMBLE

- Fixer des objectifs communs et des ambitions partagées
- Mutualiser les moyens et partager les informations
- S'appuyer sur les réseaux existants et identifier des synergies
- Organiser la veille stratégique sur les tendances et les évolutions du secteur

## 2 PLACER LE VISITEUR AU CŒUR DE LA DÉMARCHÉ

- Faire de la « customer journey map » la feuille de route du secteur du tourisme
- Rendre l'offre touristique plus transparente (classification, labels, etc.)
- Identifier et utiliser les tendances sociétales pour guider l'offre touristique
- Mettre les nouvelles technologies, les outils digitaux et l'innovation au service de l'expérience du visiteur

## 3 MISER SUR LE CAPITAL HUMAIN

- Viser l'excellence dans toutes les interactions
- Valoriser la « culture de la rencontre » et encourager un accueil sincèrement chaleureux
- Capitaliser sur les langues, meilleur outil de la « rencontre »
- Former le personnel en mettant l'accent sur la qualité du service

## 4 CONSTRUIRE SUR LES ATOUTS DU PAYS

- Développer le récit autour du Luxembourg : histoire, patrimoine, mémoire, ambitions
- Proposer une expérience authentique autour des langues, des cultures et des diversités
- Mettre en valeur la dimension sereine qui règne dans le pays : convivialité, stabilité, sécurité
- Valoriser les paysages, la nature intacte, l'héritage culturel, l'artisanat, la gastronomie et la viticulture

## **5 METTRE EN PLACE ET VALORISER LES INFRASTRUCTURES**

- Favoriser et soutenir les investissements (co-financements et aides)
- Utiliser des plateformes digitales centralisées (informations, réservations, etc.)
- Réorganiser et moderniser les infrastructures clés (équipements, sentiers pédestres et pistes cyclables, etc.)
- Contribuer à la valorisation du patrimoine industriel, architectural et naturel au niveau national et à travers des organismes internationaux (Unesco, etc.)

## **7 RENFORCER LE POIDS ÉCONOMIQUE DU SECTEUR**

- Augmenter la position compétitive de la destination
- Accroître les capacités sur des créneaux stratégiques
- Concentrer les efforts sur le développement de segments à valeur ajoutée élevée sur le long terme
- Favoriser la création d'emplois

## **6 PLACER LE TOURISME DANS UNE OPTIQUE QUALITATIVE ET DURABLE**

- Promouvoir les démarches écoresponsables et la sensibilisation à l'écologie
- Construire une tradition d'innovation continue
- Valoriser l'économie locale et circulaire dans le tourisme
- Fédérer les habitants du Luxembourg autour de l'idée que leur pays est une destination authentique de rencontres et de découvertes

## **8 ASSURER UN CADRE JURIDIQUE PROPICE AU DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR**

- Encourager un échange structuré, régulier et ciblé avec les professions du secteur
- Simplifier les procédures et faciliter les démarches administratives
- Assurer la transparence du marché et un environnement concurrentiel sain
- Contribuer à un cadre juridique propice à l'innovation et au développement

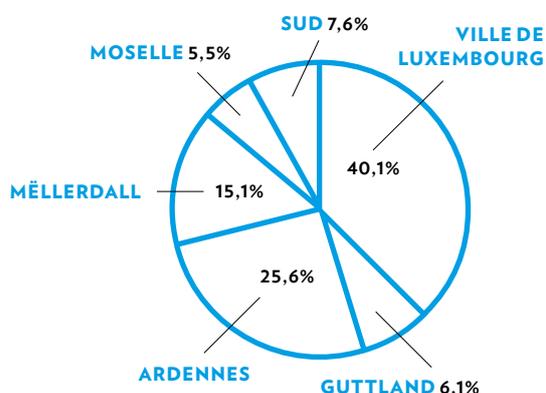
# LE TOURISME AU LUXEMBOURG AUJOURD'HUI

Nombre total de nuitées en 2016

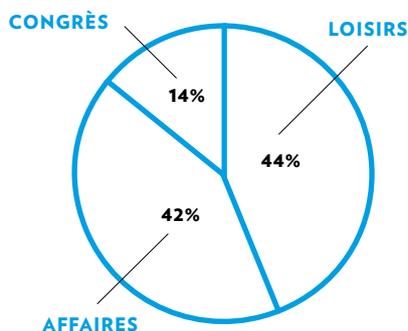
## 2 956 000

+32% sur 5 ans

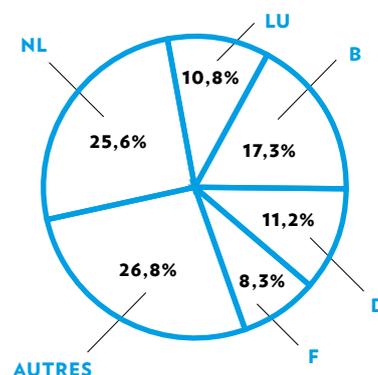
Pourcentage des nuitées par région touristique (2016)



Pourcentage du total des nuitées dans l'hôtellerie selon le motif du voyage (2016)



Pourcentage du total des nuitées par pays émetteurs (2016)



## CAPACITÉS D'HÉBERGEMENT EN 2017

- 7 525 chambres dans 226 hôtels
- 88 campings pour une capacité de 44 376 personnes
- 14 auberges de jeunesse et 1 166 lits

## EFFORTS DE PROMOTION

- Plus de 120 workshops, actions de promotion et de sensibilisation au Luxembourg et à l'étranger depuis 2013
- Plus de 100 participations à des foires et salons à l'étranger ou à des missions économiques et visites d'Etat depuis 2013

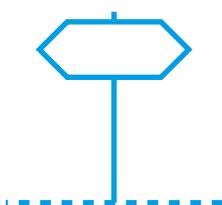
## 3 021 915

### PASSAGERS À L'AÉROPORT DU FINDEL EN 2016

Près de **10 000**

### VISITEURS PAR JOUR SUR VISITLUXEMBOURG.COM

(moyenne 2017)



Près de

## 5 000 KM

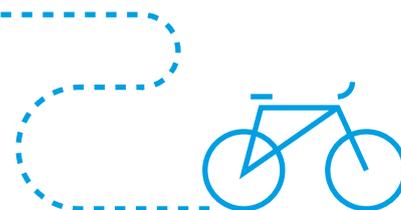
de chemins de randonnée balisés dont 3 portent la distinction « Leading Quality Trails - Best of Europe »

## 700 KM

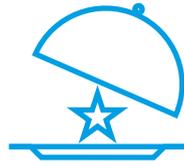
### DE PISTES DE VTT

## 600 KM

### DE PISTES CYCLABLES, 350 KM SUPPLÉMENTAIRES PRÉVUS



Sources : Statec, Luxembourg for Tourism, Aéroport de Luxembourg, Chambre de Commerce Luxembourg

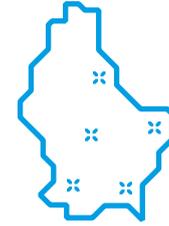


Contribution directe  
et indirecte à l'emploi

**20 000**  
**PERSONNES**

**12**

**RESTAURANTS  
ÉTOILÉS DANS LE  
GUIDE MICHELIN**



**5**

**OFFICES RÉGIONAUX  
DU TOURISME AVEC UN  
TOTAL DE 187 MEMBRES**

L'industrie touristique  
représente

**6,5%**  
**DU PIB**

**TOURISME POUR TOUS**

Plus de 120 infrastructures,  
équipements et manifestations  
au Luxembourg portent le label  
*Eurewelcome*

**25**

**MEMBRES DANS  
LE CLUSTER MICE  
LUXEMBOURG**



### **AIDE À L'INVESTISSEMENT (2013 À AUJOURD'HUI):**

- Hébergement: 17 095 000 €
- Investisseurs privés hors hébergement: 1 435 000€
- Asbl et syndicats d'initiative: 4 974 000 €
- Communes: 18 297 000 €

### **PRINCIPALES ATTRACTIONS TOURISTIQUES (2016)**

- Visites guidées, Luxembourg: 273 480 personnes
- Parc Merveilleux, Bettembourg: 222 839 visiteurs
- Château de Vianden: 171 722 visiteurs
- Casemates, Luxembourg: 129 682 visiteurs
- Mullerthal Trail: 105 757 randonneurs
- Mudam: 97 091 visiteurs

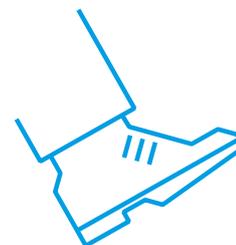
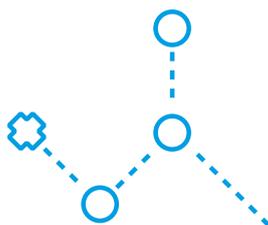
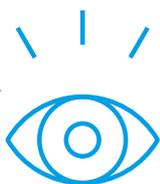
### **BENCHMARKS INTERNATIONAUX**

- Luxembourg-ville est classée en 1<sup>re</sup> position mondiale des villes les plus sûres au monde (*Mercer Quality of living survey 2016*)
- Luxembourg-ville est classée en 2<sup>e</sup> position des villes les moins stressantes au monde (*étude Zipjet 2017*)
- Le Luxembourg est le 4<sup>e</sup> pays européen des *fDi Tourism Locations of the Future 2017/18*
- Le Luxembourg est classé 20<sup>e</sup> (sur 155 pays) du *World Happiness Report 2017* publié par le *United Nations Sustainable Development Solutions Network*
- Le Luxembourg est classé 21<sup>e</sup> (sur 231 pays) pour la qualité de vie dans l'étude *Mercer Quality of living survey 2017*
- Le Luxembourg est classé 28<sup>e</sup> (sur 136 pays) du *Travel + Tourism Competitiveness Index 2017* du *World Economic Forum*
- Avec 12 restaurants étoilés au Guide Michelin 2018, le Luxembourg affiche plus de tables étoilées par habitant que n'importe quel autre pays

# LA CUSTOMER JOURNEY MAP, FEUILLE DE ROUTE POUR LE TOURISME

Les acteurs du tourisme ont engagé ces derniers mois une réflexion sur la manière dont les visiteurs interagissent avec la destination « Luxembourg ».  
Le but est d'améliorer leur vécu dans le pays, et ce à six moments clés :

- LE CHOIX DE LA DESTINATION
- LA PLANIFICATION DU VOYAGE
- L'ARRIVÉE AU LUXEMBOURG
- LE SÉJOUR
- LE DÉPART
- LA PÉRIODE QUI SUIT LA VISITE



## DÉCOUVERTE

- Mesurer et augmenter la notoriété
- Contribuer à l'amélioration de l'image de marque
- Promouvoir la destination de manière cohérente
- Coordonner les principaux messages
- Se positionner comme destination incontournable
- Susciter la curiosité et l'intérêt
- Transformer l'intérêt en intention

## PLANIFICATION

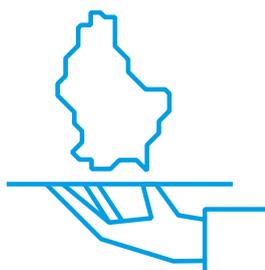
- Structurer les produits
- Digitaliser l'offre
- Faciliter l'accès aux informations pertinentes
- Faciliter la réservation et les démarches

## ARRIVÉE

- Améliorer l'accueil des arrivants
- Optimiser l'orientation
- Structurer, personnaliser et optimiser l'accès à l'information

La *Customer Journey Map* est une représentation graphique de ces étapes dans le parcours d'un visiteur. Quels sont ses différents points de contact ? Ses besoins ? Par quelles émotions passe-t-il ? Quelles informations cherche-t-il et par quel biais ? Quels messages reçoit-il ?

Lors des différentes sessions de travail, ce parcours a été utilisé pour construire une approche stratégique commune – en tenant compte les « *mega-trends* » dans le tourisme à l'horizon 2022 afin d'intégrer les évolutions technologiques, environnementales et sociétales à la réflexion. Cette analyse a permis d'évaluer le chemin qu'il reste à parcourir et les mesures à prendre pour parvenir à rendre l'expérience du visiteur unique. Des objectifs pour chaque étape du parcours ont été formulés.



## SÉJOUR

- Rendre la destination accessible à tous
- Promouvoir la démarche qualité
- Développer et personnaliser l'offre
- Structurer et personnaliser l'information
- Nouer une relation avec le visiteur
- Offrir une assistance digitale
- Gérer l'insatisfaction en temps réel



## DÉPART

- Faciliter les démarches de départ
- Évaluer la satisfaction
- Remercier le visiteur



## POST-VISITE

- Établir un contact régulier
- Inciter le visiteur à partager ses expériences
- Fidéliser le visiteur
- Transformer le visiteur en « ambassadeur » de la destination « Luxembourg »

# QUELQUES PROJETS CLÉS

## UN CONVENTION BUREAU NATIONAL

### COURT TERME

Le tourisme de congrès est un secteur prometteur, à forte valeur ajoutée, qui possède un potentiel de croissance considérable à l'horizon 2022. Ce secteur dénommé MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions) génère des retombées économiques par nuitée enregistrée qui sont en moyenne trois fois plus élevées que pour les voyageurs de loisirs. L'univers des congrès constitue un vecteur capital dans la politique de développement des secteurs économiques prioritaires. La création d'un bureau des congrès va permettre d'accélérer le développement du secteur MICE au Luxembourg et il sera l'interlocuteur privilégié des organisateurs d'événements professionnels nationaux et internationaux. Sa création constituera le dernier maillon dans la réorganisation ambitieuse et la professionnalisation du secteur du tourisme.

La politique touristique du Grand-Duché a considérablement évolué ces dernières années. L'approche concertée entre les différents acteurs accroît fortement les possibilités de développement et d'innovation dans le secteur, que ce soit pour mettre en place des idées nouvelles ou pour optimiser les projets existants. Voici un aperçu des initiatives en cours et des projets pour l'avenir.

## UN « BID BOOK » POUR LES CONGRÈS INTERNATIONAUX

### COURT TERME

Cet outil informatique va faciliter et professionnaliser le processus de candidature coordonnée de la destination Luxembourg pour des congrès internationaux au sujet desquels un appel à candidature a été lancé.

## NOUVELLE CLASSIFICATION POUR L'HÉBERGEMENT TOURISTIQUE

### EN COURS

La nouvelle classification des hôtels a été introduite en mars 2017 et celle des campings est prévue pour 2018. Ces nouveaux critères d'infrastructure, d'équipement et de qualité rendent l'offre plus transparente pour la clientèle tout en améliorant la lisibilité au niveau international.

## UN PROGRAMME D'AMBASSADEURS POUR PROMOUVOIR LE SECTEUR MICE

### EN COURS

Le programme d'ambassadeurs identifie, construit et soutient un réseau de professionnels qui, dans leurs secteurs d'activité respectifs, peuvent recommander et influencer le choix de la destination Luxembourg pour l'organisation de congrès internationaux. Toute

une série d'outils spécifiques et de contacts sont mis à leur disposition. Ces outils permettront d'alimenter l'argumentaire des ambassadeurs visant à mettre en vitrine l'attractivité du Luxembourg en tant que destination de congrès de niveau international.

## TIMELINE

10.2007

Office régional du tourisme  
Ardennes luxembourgeoises

03.2011

Office régional du tourisme  
Moselle luxembourgeoise

06.2012

Office régional du  
tourisme Sud

2013

9<sup>e</sup> plan quinquennal d'équipement  
de l'infrastructure touristique

12.2013

FUSION ENTRE LE MINISTÈRE  
DE L'ÉCONOMIE ET LE MINISTÈRE  
DU TOURISME

01.2014

1<sup>er</sup> programme de subsides  
pour organisateurs de congrès

## AMÉLIORER L'ORIENTATION DES VISITEURS

### MOYEN TERME

La mise en place de systèmes d'information et d'orientation interactifs et d'une signalétique cohérente devrait permettre d'orienter les visiteurs à leur arrivée et pendant leur séjour, en impliquant l'ensemble des acteurs (aéroport, gares, transports, P+R, établissements d'hébergement, infrastructures touristiques et culturelles, etc.). Des outils seront mis à l'étude pour optimiser et personnaliser les démarches, l'orientation, la compréhension et l'accessibilité pour tous.

## DESIGN FOR ALL

### EN COURS

A travers différents projets (label EureWelcome, Tourisme sans frontières, Tourisme pour tous, etc.), le Luxembourg poursuit une démarche d'accessibilité de la destination pour tous les publics qui consiste notamment à améliorer l'accès, le confort, la qualité et le service pour les personnes à mobilité réduite, les personnes en situation de handicap, les personnes âgées, les familles avec enfants et toutes les catégories de visiteurs.

## OPTIMISER L'INFORMATION

### MOYEN TERME

Les habitudes des consommateurs sont en perpétuelle évolution. Les outils et canaux d'information par lesquels les visiteurs s'informent au sujet d'une destination en amont de leur voyage ainsi qu'au cours de leur séjour changent constamment. Une analyse approfondie est nécessaire afin de capter les attentes de nos visiteurs et les tendances futures : le contact

humain d'un côté (conseil face à face avec un agent spécialisé) et le numérique de l'autre (contenus digitaux, technologies de profiling, notifications push d'informations personnalisées, assistants digitaux, etc.). Sur base de cette analyse, le réseau des points d'information touristique sera restructuré et de nouveaux produits, outils et solutions seront envisagés.

## DESTINATION ZÉRO ÉMISSIONS

### LONG TERME

Le Luxembourg a un trésor: une forêt qui couvre un tiers de son territoire et de fantastiques paysages. Le processus de la 3<sup>e</sup> révolution industrielle a amorcé la transition vers un nouveau modèle économique, durable sur le long terme, dont l'objectif est notamment la neutralité carbone et une agriculture à 100% biologique. Le Luxembourg mise déjà aujourd'hui sur les énergies renouvelables, l'économie circulaire et les produits locaux. Autant d'atouts pour positionner concrètement la destination Luxembourg et son offre touristique dans une optique de développement durable et d'écologie.

## E-TOURISM

### COURT TERME

La digitalisation de l'offre et des processus dans le tourisme est un défi majeur pour assurer la compétitivité de notre destination. Nous encourageons la transformation digitale à travers 4 axes :

1. rendre l'ensemble de l'offre accessible à travers un portail national et faciliter le passage à la réservation en ligne
2. promouvoir la découverte en réalité virtuelle et en visualisation 3D
3. utiliser les nouvelles technologies pour personnaliser l'information et l'offre
4. soutenir la digitalisation de l'ensemble du secteur et des acteurs individuels

10-2014

Lancement du projet « Tourisme pour tous »  
Création du Cluster MICÉ Luxembourg

09-2015

14<sup>e</sup> Forum européen du Tourisme

11-2015

1<sup>re</sup> stratégie nationale pour le développement et la promotion du secteur MICÉ

12-2015

Création de l'agence de promotion Luxembourg for Tourism GIE

05-2016

Office régional du tourisme Centre/Ouest

09-2016

1<sup>re</sup> édition Meet Luxembourg

12-2016

Déclinaison de la Signature Luxembourg, Let's make it happen au secteur tourisme

## BOOSTER L'INNOVATION

### COURT TERME

Le marché mondial du tourisme est hautement concurrentiel et évolue très vite. L'innovation et la créativité constituent le moteur qui permet à la destination de se réinventer en permanence et de rester compétitive. Deux outils serviront à promouvoir l'innovation du secteur au Luxembourg :

- les *Innovation Workshops* constitueront une plateforme d'échange sur les tendances et les perspectives de développement du secteur, visant à inspirer de nouvelles idées d'affaires et à nouer de nouveaux partenariats pour l'implémentation de projets innovants.
- le *Prix de l'innovation* en tourisme récompense les projets à caractère innovant et propose l'accompagnement de leur mise en œuvre à travers des partenariats institutionnels.

## SENTIERS PÉDESTRES ET PISTES CYCLABLES INSPIRANTS

### MOYEN TERME

Le Luxembourg est apprécié pour la qualité de ses chemins de randonnée et la beauté de ses paysages. Afin d'anticiper les besoins des promeneurs et randonneurs de demain, le réseau national de sentiers pédestres sera entièrement restructuré et connecté avec l'offre de services dans les régions.

Le pays possède également un réseau particulièrement dense de voies cyclables de bonne qualité, qui attirent toujours plus de passionnés et d'amateurs. Le réseau sera élargi de manière continue dans les prochaines années.

## INVESTISSEMENT ET FINANCEMENT

### EN COURS

Les investissements dans la qualité et l'adaptation continue des infrastructures touristiques aux attentes des visiteurs est cruciale pour l'avenir du secteur. Les mesures se situent à deux niveaux :

- une aide financière ciblée ;
- la prospection et l'encadrement d'investisseurs potentiels pour des projets et des attractions emblématiques, stratégiques ou d'importance structurelle.

## ENCOURAGER LA QUALITÉ DE SERVICE

### EN COURS

De manière générale, l'accent sera mis sur la formation à la qualité du service dans le cadre des formations de base des employés du secteur, mais aussi des programmes de réorientation professionnelle.

Un projet pilote a été lancé pour aider les entreprises à évaluer leur qualité de service, identifier les points à améliorer et mettre en

place des mesures pour accroître la satisfaction de leurs clients. « Fit 4 Service » s'adresse plus spécifiquement aux petites et moyennes entreprises de l'artisanat, du commerce et du secteur Horeca. La viabilité du projet sera évaluée à la fin de la phase pilote. Le programme prévoit de prendre en charge les frais de diagnostic.

02.2017

1<sup>ère</sup> édition Journée du tourisme

03.2017

Nouvelle classification officielle des hôtels

06.2017

1<sup>ère</sup> édition Guide for one day

Début 2018

10<sup>e</sup> plan quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique

Début des études de réorganisation du réseau national des sentiers pédestres

03.2018

2<sup>e</sup> édition Journée du tourisme

06.2018

Nouvelle classification officielle des campings

1<sup>er</sup> Innovation Workshop

## FORMATION POUR TOUS

### MOYEN TERME

Les personnes qui travaillent dans le tourisme et sont en contact quotidien avec le client représentent le visage du pays aux yeux des visiteurs. Ce sont eux qui incarnent les valeurs d'hospitalité et de convivialité, c'est à travers eux que se concrétise la « rencontre » que chaque visiteur fait avec le Luxembourg. Les compétences dans le domaine du service, la qualité de l'accueil et des langues jouent donc un rôle essentiel pour l'avenir du secteur. Les priorités suivantes ont été fixées :

- évaluer l'offre de formation actuelle et identifier les besoins par rapport aux standards visés ;
- développer un catalogue de formation en adéquation avec les objectifs stratégiques des différents acteurs ;
- sensibiliser le personnel et les employeurs et faciliter l'accès à la formation aux employés du secteur.

## PILOTER L'ÉVOLUTION DU SECTEUR

### EN COURS

La veille stratégique des destinations concurrentes, l'analyse des tendances du secteur et des évolutions sociologiques, le compte satellite du tourisme, la réalisation d'études des marchés cibles, la mutualisation des informations, des enquêtes de satisfaction systématisées et l'innovation vont permettre à l'économie touristique luxembourgeoise d'optimiser sa position dans ce domaine hautement concurrentiel.

## UNE FORCE DE FRAPPE POUR PROMOUVOIR LE SECTEUR

### EN COURS

Visites d'Etat, missions économiques, foires et salons internationaux, roadshows et workshops thématiques, campagnes publicitaires, événements publics et actions ciblées sont autant d'instruments systématiquement déployés pour atteindre les cibles professionnelles et grand public dans les marchés identifiés comme importants pour le secteur touristique luxembourgeois. Cette approche coordonnée et minutieusement préparée peut générer un impact important en termes de visibilité du Luxembourg comme destination touristique.

## LA MOSELLE ENTRE HÉRITAGE, SAVOIR-FAIRE ET INNOVATION

### EN COURS

Les travaux de transformation et la nouvelle scénographie du futur Centre mosellan, ainsi que le nouveau concept muséologique du musée A Possen permettront d'établir un nouveau pôle d'attractivité touristique dans la région. Les visiteurs pourront y découvrir la culture populaire, la vie quotidienne et le travail d'époque de la région mosellane, s'informer sur le terroir mosellan, le savoir-faire viticole contemporain et découvrir les perspectives de développement et d'innovation du secteur.

## SENSIBILISER LES RÉSIDENTS

### EN COURS

Notre destination offre sans cesse des rencontres et découvertes inattendues, aussi pour les habitants du Luxembourg. Nous souhaitons sensibiliser et fédérer les résidents autour de l'idée que leur pays est une destination authentique et surprenante qui vaut la peine d'être découverte. Des fêtes populaires et actions ou événements grand public tels que les projets *Guide for one day*, *Explore Luxembourg*, *Oldtimerday Luxembourg*, *Wine Taste Enjoy*, etc. ne sont que quelques maillons dans une large campagne de sensibilisation et de promotion de la rencontre.

06-2018

Programme d'ambassadeurs pour le secteur MICE

2<sup>e</sup> édition *Guide for one day*

Compte satellite du tourisme

09-2018

1<sup>ère</sup> édition Prix de l'innovation

2<sup>e</sup> édition Meet Luxembourg

Début des travaux d'aménagement du nouveau Centre mosellan à Ehnen

2<sup>e</sup> semestre 2018

Lancement du Luxembourg Convention Bureau, à vocation nationale

2020

Fin des travaux de réorganisation du réseau national des sentiers pédestres

Participation à l'Exposition universelle de Dubaï

2022

# TENDANCES MAJEURES DANS LE TOURISME

Le tourisme va connaître dans les années à venir de profonds bouleversements technologiques mais aussi sociétaux qui vont remettre en question les pratiques du secteur tout entier. Les acteurs à tous les niveaux doivent prendre ces tendances en considération dans leurs choix d'investissement, d'organisation et dans le cadre de l'adaptation de leurs services.

## SILVER TOURISM: LE BOOM DES SENIORS

Avec le vieillissement de la population mondiale, les seniors vont constituer pour les acteurs du tourisme une clientèle de choix qui dispose de revenus élevés et qui consomme des services à forte valeur ajoutée mais souvent spécifiques.

## L'ÈRE DES « DIGITAL NATIVES »

Avec l'avènement d'Internet il y a 20 ans et des smartphones au cours de la dernière décennie, les digital natives représentent un segment en pleine croissance. Ils sont technophiles, hautement connectés et très impliqués dans les plateformes numériques. Un environnement numérique dynamique permet de développer de nouveaux programmes de fidélisation innovants, basés sur des informations ciblées via le Big Data, et d'améliorer l'expérience de chaque visiteur tout au long de son parcours.

## UNE CLASSE MOYENNE EN EXPANSION

La progression de la population accédant à la classe moyenne, en particulier dans les marchés émergents, constitue un nouveau créneau de marché à investir et ouvrira de nouveaux segments pour les destinations de loisirs.

## RÉVOLUTION TECHNOLOGIQUE

C'est une véritable révolution qui s'opère à une vitesse vertigineuse et qui aura un impact considérable sur l'industrie du tourisme : robots, intelligence artificielle, drones, réalité virtuelle, impression 3D, personnalisation en temps réel, objets et wearables connectés, hologrammes et avatars, humains augmentés et smart cities représentent de nouvelles opportunités et marchés pour le tourisme de loisirs.

## DÉVELOPPEMENT DURABLE ET RESPECT DE LA PLANÈTE

Les nouvelles générations sont plus conscientes du changement climatique, attirées par l'économie du partage et la démarche « innovation to zero », tendances dominantes pour les années à venir. Le secteur du tourisme a un rôle à jouer dans la protection de l'environnement notamment à travers les problématiques de neutralité carbone (zéro émissions), l'économie circulaire, la question des déchets et la responsabilité sociale.

## LA SÉRÉNITÉ : UNE VALEUR RECHERCHÉE

L'instabilité politique et sociale dans différentes parties du monde conduit les touristes à rechercher des destinations de plus en plus sûres.

## UNE SEGMENTATION DE PLUS EN PLUS POUSSÉE

Le tourisme de masse a vécu. La transformation fulgurante des technologies et des possibilités qu'elles offrent en termes d'expérience client et de services va conduire à une offre de plus en plus personnalisée et l'élaboration de séjours touristiques individualisés.

## SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

Au-delà de l'importance accordée à un corps sain, qui se traduit en termes touristiques par tourisme actif et tourisme de bien-être sous toutes ses formes, une conscience accrue est accordée au bien-être spirituel : décélération, retour aux sources, ancrage avec la terre peuvent se résumer par la recherche d'une attitude zen. Le tourisme a clairement une carte à jouer dans ce domaine à travers des séjours de yoga, de méditation, de cuisine végétarienne, de soins alternatifs, etc.

# EIST ENGAGEMENT FIR ENG QUALITATIV AN NOHALTEG ENTWÉCKLUNG VUM TOURISMUS ZU LËTZEBUERG

Zesumme schaffe mir un enger qualitativer an nohalteger Tourismusentwécklung déi de Visiteur an de Mëttelpunkt setzt an zur positiver Perception vum Land bäidréit. Duerch eng kohärent a cibléiert Kommunikatioun stärke mir d'Visibilitéit vun eisem Land fir nei Clienten unzezéien.

All eis Efforten droen zur Diversifizéierung an zum Wuesstem vun der Lëtzebuurger Economie bäi a steigere d'Liewesqualitéit am Allgemengen.

Mir setzen eis fir de Schutz an d'Valoriséierung vun eisem natierlechen, historeschen a kulturelle Patrimoine an, dee mir fir all eis Visiteuren accessibel maachen.

Duerch eng couragéiert an innovativ Produktentwécklung bidde mir eise Visiteuren authentesch an eenzegaarteg Erlebnisser an iwerraschen se mat enger intakter Natur, exzeptionellen Infrastrukturen, digitalen Offeren an engem impeccable Service.

Mir maachen aus eise Visiteuren zefridden, begeeschtert an iwwerzeugt Ambassadeure vun eisem Land.

Mir setzen op déi neisten digital Technologien a suivéieren Tendenzen an Entwécklungen am Tourismussektor.

Mir bauen de Stellwäert vum Tourismus am Land aus, an sécheren eis doduerch déi néideg Ressourcen a Kompetenzen.

Ministère de l'Économie,  
Direction générale du Tourisme  
**RICKY WOHL**  
Directeur général

Luxembourg for Tourism  
**ANNE HOFFMANN**  
Managing Director

Cluster MICE Luxembourg  
**PATRICK HOFFNUNG**  
Président  
**JEAN-MICHEL COLLIGNON**  
Vice-Président

Luxembourg City Tourist Office  
**TOM BELLION**  
Directeur général

Office régional du tourisme des  
Ardennes luxembourgeoises  
**PAUL IHRY**  
Gestionnaire

Office régional du tourisme  
région Mullerthal - Petite Suisse  
luxembourgeoise  
**SANDRA BERTHOLET**  
Gestionnaire

Office régional du tourisme région  
Moselle luxembourgeoise  
**NATHALIE NEIERS**  
Gestionnaire

Office régional du tourisme Sud  
**LYNN REITER**  
Gestionnaire

Office régional du tourisme  
Centre/Ouest  
**ISABELLE HERMES**  
Gestionnaire

## **IMPRESSUM**

Ministère de l'Économie  
Direction générale du Tourisme  
19-21, boulevard Royal  
L-2449 Luxembourg

Conception : Stoldt Associés  
Graphisme : Bakform

Janvier 2018

**LU**  **EMBOURG**  
**LET'S MAKE IT HAPPEN**



LE GOUVERNEMENT  
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG  
*Ministère de l'Économie*

Direction générale du tourisme