

I. SAISON TOURISTIQUE – Consolidation à haut niveau

Après la saison 2002, exceptionnelle à tous les égards, l'année 2003 a été marquée par une consolidation à haut niveau.

Moins riche en grands événements que son prédécesseur, et malgré un environnement international nettement moins favorable, la saison 2003 a confirmé que le tourisme luxembourgeois est désormais bien armé pour résister aux aléas de la conjoncture internationale.

Les statistiques dont nous disposons à l'heure actuelle étayent cette constatation : en dépit d'un léger tassement dans l'hôtellerie, les chiffres concernant les nuitées dans les divers secteurs d'hébergement sont légèrement, voire fortement positifs par rapport à la saison « normale » 2001.

Il apparaît que le Luxembourg a réussi à consolider son image de marque comme destination touristique de proximité, offrant une sécurité et une qualité auxquelles les clients semblent attacher une importance accrue.

Malgré cette fidélisation d'une partie de notre clientèle, nous devons maintenir et poursuivre nos efforts en matière de promotion, notamment vers la Belgique, qui, malgré un léger fléchissement au cours des dernières années et l'apparition de nouveaux marchés, reste ensemble avec les Pays-Bas notre principal réservoir touristique.

En dépit des fluctuations saisonnières, des variations sectorielles, des particularités régionales et des évolutions de la demande, on peut dire que les plans quinquennaux touristiques successifs ont eu l'effet escompté, dans la mesure où ils ont réussi à stabiliser, à élargir et à diversifier l'infrastructure touristique à moyen terme.

En étroite collaboration avec l'Office National du Tourisme et tous les acteurs touristiques du secteur public et privé, le Ministère du Tourisme entend poursuivre sa politique de diversification de l'offre touristique dans les domaines de l'équipement, de l'animation et de la promotion.

II. SEPTIEME PROGRAMME QUINQUENNAL 2003 - 2007

1) Généralités

Le sixième programme quinquennal, doté d'une enveloppe globale de 1.175 millions de luf (29.127.500 €) est venu à terme en 2002. Le tableau ci-dessous montre la répartition des montants alloués :

	1998	1999	2000	2001	2002	TOTAL
S.I. et autres asbl	590.000	1.280.000	1.395.000	2.400.000	1.450.000	7.115.000 €
Communes	2.835.000	2.580.000	2.310.000	1.850.000	2.845.000	12.425.000 €
Hôtels	1.853.201	1.115.521	1.735.255	1.437.782	1.907.450	8.055.209 €
Camping	107.078	179.626	105.024	127.847	150.173	699.748
Gîtes ruraux	61.874	113.808	53.818	10.486	21.552	261.538
Investisseurs privés	21.129	222.807	133.515	123.947	113.506	614.904

La loi du 17 mars 2003 autorise le Gouvernement à subventionner l'exécution d'un septième programme quinquennal de l'infrastructure touristique. Doté d'une enveloppe de 37,5 millions d'euros, il doit permettre notamment :

- l'exécution de projets d'équipement de l'infrastructure touristique régionale à réaliser par des communes, des syndicats de communes, des syndicats d'initiative, des ententes de syndicats d'initiative et des associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme, ainsi que par des investisseurs privés;
- l'exécution de projets de modernisation, de rationalisation et d'extension de l'infrastructure hôtelière existante ainsi que de projets de construction d'établissements hôteliers répondant à un intérêt économique général;
- l'exécution de projets d'aménagement, de modernisation et d'extension de gîtes ruraux ainsi que de projets de construction, de modernisation et d'extension d'auberges de jeunesse;
- l'exécution de projets de modernisation, de rationalisation, d'extension, d'assainissement et d'intégration dans l'environnement naturel de l'infrastructure des campings existants ainsi que de projets de création de terrains de camping répondant à un intérêt économique général;

- l'exécution de projets de conservation et de mise en valeur touristique du patrimoine culturel, à réaliser par des communes, des syndicats de communes, des syndicats d'initiative, des ententes de syndicats d'initiative et des associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme, ainsi que par des investisseurs privés;
- l'exécution de projets d'aménagement et d'équipement moderne de bureaux touristiques à réaliser par des communes, des syndicats de communes, des syndicats d'initiative, des ententes de syndicats d'initiative et des associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme;
- les frais de fonctionnement et de rémunération dans le cadre de projets ou initiatives touristiques d'envergure à caractère régional ou national gérés par des syndicats d'initiative, des ententes de syndicats d'initiative et des associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme;
- l'élaboration de concepts et d'études relatives au développement et à l'équipement de l'infrastructure touristique.

2) Infrastructures touristiques à réaliser par les communes et les syndicats d'initiative

Le programme de l'infrastructure touristique indiquant le genre et la répartition sur le territoire de projets à réaliser par les communes, les syndicats de communes, les syndicats d'initiative, les ententes de syndicats d'initiative et autres associations sans but lucratif œuvrant en faveur du tourisme susceptibles d'être subventionnés par l'Etat est établi comme suit:

Communes de

Beaufort	- réaménagement et embellissement du centre
Beckerich	- aménagement du moulin de Beckerich
Berdorf	- centre récréatif Martbusch : équipement sport-loisirs - piscine intercommunale
Clervaux	- réaménagement du centre - modernisation de la piscine
Diekirch	- mise en valeur du Musée National d'Histoire Militaire - remise en valeur du centre de Diekirch - mise en valeur et extension de la piscine couverte - aménagement d'un Conservatoire National de la Voiture Historique

Echternach	- réaménagement et embellissement du centre - aménagement du centre récréatif et de loisirs et construction d'une auberge de jeunesse et d'une piscine
Ettelbrück	- modernisation de l'auberge de jeunesse
Grevenmacher	- construction d'une auberge de jeunesse - aménagement d'un quai d'accostage
Heinerscheid	- réaménagement de l'ancienne ferme "Cornely"
Hosingen	- construction d'une piscine
Larochette	- aménagement du centre
Luxembourg	- modernisation de la patinoire à Kockelscheuer - modernisation de l'auberge de jeunesse
Mersch	- construction d'une nouvelle piscine
Mertert	- construction d'un musée pour bateaux - mise en valeur du centre de loisirs avec aquarium
Mondorf	- construction d'une piscine
Pétange	- mise en valeur touristique de l'infrastructure ferroviaire
Putscheid	- mise en valeur de la mine de cuivre à Stolzembourg
Remerschen	- divers aménagements dans la zone de récréation et de loisirs - mise en valeur des anciennes galeries de plâtres - aménagement d'un centre multimédiatique
Remich	- réaménagement et mise en conformité du complexe sportif, piscine en plein air et patinoire - réaménagement de l'esplanade et du quai de la Moselle
Rosport	- aménagement du château Tudor
Rumelange	- extension et réaménagement du Musée des Mines
Troisvierges	- modernisation de la piscine en plein air
Vianden	- modernisation de l'auberge de jeunesse - mise en valeur des musées - aménagement du noyau historique
Wellenstein	- extension du port de plaisance à Schwebsingen - aménagement d'un quai d'accostage à Bech- Kleinmacher - aménagement du centre de loisirs et de récréation à Schwebsingen - mise en valeur des musées
Wiltz	- extension de l'auberge de jeunesse (Maison Gruber) - remise en valeur de la piscine

Wormeldange	- aménagement d'un parc de loisirs à Ehnen - aménagement de quais d'accostage
Diverses communes	- pistes cyclables et aménagements annexes
Diverses communes	- sentiers pédestres et aménagements annexes
Diverses communes	- embellissement touristique, aménagement d'infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des touristes et équipements de sports-loisirs

Syndicats d'initiative et autres a.s.b.l.:

S.I. Beaufort	- modernisation de la piscine - réaménagement de la patinoire
S.I. Munshausen	- extension du domaine touristique
S.I. Wiltz	- aménagement d'un musée national d'art brassicole
Association des Musée et Tourisme Ferroviaires	- restauration du parc ferroviaire
Centrale des Auberges de Jeunesse Luxembourgeoises	- modernisation et extension du réseau des auberges de jeunesse
Divers syndicats et autres asbl	- sentiers pédestres et aménagements annexes
Divers syndicats et autres asbl	- embellissement touristique, aménagement d'infrastructures dans l'intérêt de l'accueil des touristes et équipements de sports-loisirs

Tableau des montants alloués aux communes au cours de l'exercice 2003

communes	projet / objet	subventions allouées en €
Berdorf	réaménagement du centre	8.091,00
Bertrange	construction piste cyclable	77.466,73
Bourscheid	aménagement éclairage de style	11.814,62
Bourscheid	aménagement fontaine à Welscheid	2.500,00
Clervaux	réaménagement camping	300.000,00
Diekirch	réaménagement du Vieux Diekirch	11.463,84
Diekirch	aménagements zone piétonne	7.500,00

Diekirch	réaménagements camping	100.000,00
Diekirch	aménagement éclairage de style	3.338,00
Diekirch	réaménagement musée militaire	5.572,00
Echternach	rénovation et embellissement centre	147.600,00
Fouhren	aménagement point de vue	1.500,00
Grevenmacher	aménagements aire de loisirs	7.438,00
Grevenmacher	modernisation piscine	125.000,00
Grevenmacher	aménagement éclairage de style	7.500,00
Heiderscheid	aménagement terrain de tennis	16.376,34
Hobscheid	réaménagement sentier national	47.000,00
Kautenbach	réfection piste cyclable	8.850,44
Lac de la Haute Sûre	modernisation camping	120.000,00
Larochette	réaménagement du centre	11.280,00
Larochette	aménagement éclairage de style	2.250,00
Manternach	aménagement éclairage de style	5.701,55
Mersch	construction piste cyclable	62.804,30
Naturpark "Öewersauer"	aménagement sentier thématique	9.673,42
Nommern	construction piste cyclable	38.102,95
Reisdorf	aménagement éclairage de style	30.860,00
Remerschen	aménagement éclairage de style	10.664,26
Remich	aménagement éclairage de style	11.032,00
Remich	aménagement aire de jeux	12.230,00
Remich	aménagement œuvres d'art	8.510,00
Remich	réaménagement du centre	100.000,00
Rosport	réfection piste cyclable	18.011,12
Rumelange	aménagements musée des mines	20.830,03
Troisvierges	aménagement sentiers touristiques	30.158,84
Vianden	réaménagement musée Victor Hugo	40.000,00
Vianden	modernisation campings	450.000,00
Weiswampach	réaménagement aire de loisirs/lac	80.958,21
Wellenstein	construction bureau d'accueil	295.500,00
Wellenstein	construction quai d'accostage à Bech-Kleinmacher	73.189,43
Wiltz	modernisation auberge de jeunesse	106.177,71
TOTAL:		2.426.944,79

Tableau synoptique demandes AC

a) répartition par projets :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 6ième plan	Liq. '03-07
Infrastructure communale	19	5 935 172,03	803 256,74	173 310,41	68 780,00
Infrastructure routière	36	12 690 524,20	1 888 030,04	428 572,67	217 154,84
Piste cyclable	19	9 428 345,69	4 465 047,50	2 566 941,83	205 235,54
Plantations	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Sentier touristique	12	834 074,65	167 448,62	0,00	88 332,26
Eclairage de style	61	1 944 311,21	270 868,92	0,00	82 861,17
Patrimoine culturel	12	4 770 919,08	404 302,32	200 000,00	11 010,00
Accueil	4	1 043 764,16	254 157,48	120 906,47	299,26
Scouts/Chatets/Gîte	3	621 191,48	224 693,04	180 000,00	0,00
Camping	19	10 698 470,44	4 083 543,47	227 835,07	1 265 500,00
Centre récréatif/Parc/Sports	17	9 462 277,95	1 654 185,50	134 283,80	117 002,55
Navigation touristique	6	2 911 080,07	1 136 460,55	741 098,91	73 189,43
Enseignes décoratives	1	169 212,12	33 842,42	24 000,01	0,00
Musée	7	2 860 170,67	611 125,48	330 820,82	66 402,03
Auberge de jeunesse	8	8 655 113,65	3 297 409,99	59 286,84	106 177,71
Piscine	9	21 918 355,14	2 632 760,67	0,00	125 000,00
Total	233	93 942 982,54	21 927 132,76	5 187 056,82	2 426 944,79

b) répartition par région touristique :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 6ième plan	Liq. '03-07
Bon Pays	30	8 343 203,25	3 177 631,68	1 897 615,26	238 903,98
Ardennes	103	26 108 478,58	6 921 183,02	2 052 025,68	1 305 883,42
Müllerthal	40	15 232 067,92	4 251 730,69	292 399,75	210 263,67
Moselle	51	27 878 197,82	6 879 481,35	753 024,67	651 063,69
Sud	9	16 381 034,97	697 106,01	191 991,46	20 830,03
Total	233	93 942 982,54	21 927 132,76	5 187 056,82	2 426 944,79

Au total 233 dossiers ont été traités au cours de l'année 2003 dont 184 ont été reportés du 6^e au 7^e programme quinquennal.

49 nouveaux projets présentés par les communes et les syndicats de communes ont été retenus par le Ministère du Tourisme dans le cadre de l'exécution du 7^e programme quinquennal.

Les 233 projets totalisent un investissement éligible de 93.942.982,54 € pour lequel le Ministère du Tourisme s'est engagé à raison de 21.927.132,76 €. Au total 7.614.001,61 € - dont 2.426.944,79 € dans le cadre du 7^e programme quinquennal - ont été liquidés en faveur des différentes communes et syndicats de communes pour les projets réalisés.

Tableau des montants alloués aux syndicats d'initiative; ententes de syndicats d'initiative et autres associations sans but lucratif au cours de l'exercice 2003

SI ou autres asbl	projet / objet	subventions allouées en €
AMTF	infrastructure train 1900	13.053,89
Beaufort	aménagement gîtes camping	11.184,36
Echternach	construction piscine en plein air	200.000,00
Echternach	aménagement gîte	7.500,00
Entente Moselle	acquisition équipement informatique	2.993,60
Ettelbrück	aménagement aire de repos	20.000,00
Mersch	modernisation camping	39.500,00
Munshausen	aménagement domaine touristique	433.473,89
Scouts Troupe St. Willibrord	modernisation chalet scouts Beaufort	2.500,00
Urspelt	modernisation gîte	1.855,00
TOTAL:		732.060,74

Tableau synoptique demandes SI et autres asbl

a) répartition par projets :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 6ième plan	Liq. 03-07
Gîte rural	4	292 493,52	145 801,76	94 620,96	9 355,00
Gîte d'étape	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Chalet	1	16 777,93	2 500,00	0,00	2 500,00
Auberge de Jeunesse	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Infrastructure	4	6 147 489,32	3 895 498,71	2 499 622,55	446 527,78
Musée	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Aire de distraction	2	101 873,61	22 974,72	1 901,37	20 000,00
Informatique	2	7 681,55	3 843,60	0,00	2 993,60
Camping	10	3 205 640,51	1 452 972,12	336 934,99	50 684,36
Piscine	1	526 167,14	263 083,57	0,00	200 000,00
Patinoire	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Illumination	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipement	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Loisirs	1	20 384,88	6 115,00	4 273,76	0,00
Bureau d'accueil	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Promotion	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Total	25	10 318 508,47	5 792 789,49	2 937 353,63	732 060,74

b) répartition par région touristique :

	N° dossiers	Part éligible	Engagement	Liq. 6ième plan	Liq. 03-07
Bon Pays	2	2 450 580,91	932 476,68	329 214,99	39 500,00
Ardenne	11	6 197 169,66	4 040 174,34	2 426 249,38	455 328,89
Müllerthal	8	1 194 536,49	582 028,57	7 720,00	221 184,36
Moselle	3	287 822,33	143 910,36	94 620,96	2 993,60
Sud	1	188 399,08	94 199,54	79 548,30	13 053,89
Total	25	10 318 508,47	5 792 789,49	2 937 353,63	732 060,74

Au total, 25 dossiers ont été traités au cours de l'année 2003, dont 18 ont été reportés du 6^e programme quinquennal.

7 nouveaux projets présentés par les syndicats d'initiative, les ententes de syndicats d'initiative et autres asbl ont été retenus par le Ministère du Tourisme dans le cadre de l'exécution du 7^e programme quinquennal.

Les 25 projets totalisent un investissement éligible de 10.318.508,47 € pour lequel le Ministère du Tourisme s'est engagé à raison d'un montant de 5.792.789,49 €. Au total 3.669.414,37 € - dont 732.060,74 € dans le cadre du 7^e programme quinquennal – ont été liquidés en faveur des différents syndicats d'initiative, ententes de syndicats d'initiative et autres asbl pour les projets réalisés.

3) Hôtellerie

Le 7^e programme quinquennal (2003-2007) prévoit des subventions en capital ou en intérêts pour les établissements hôteliers qui, après les travaux d'extension, n'ont pas plus de 75 chambres ainsi que pour la construction d'établissements nouveaux de 75 chambres au maximum.

Les investissements ayant pour objet la modernisation ou la rationalisation d'un établissement hôtelier, réalisés au cours du 7^e programme quinquennal, sont subventionnables jusqu'à concurrence d'un plafond de 1,66 millions d'euros. Ce plafond ne s'applique ni à la construction d'établissements hôteliers nouveaux, ni à l'extension d'établissements hôteliers existants.

Les taux de subvention ont été fixés comme suit:

a) Une subvention maximum de dix pour cent du coût des investissements subventionnables peut être allouée:

- pour tout projet de modernisation, de rationalisation ou d'extension d'établissements hôteliers existants dont les trois quarts des chambres au moins disposent, après les travaux, d'une salle de bains et d'un W.C.
- pour la construction d'établissements nouveaux dont toutes les chambres disposent d'une salle de bains et d'un W.C.

b) Une subvention maximum de quinze pour cent des investissements subventionnables peut être allouée, **en milieu rural**, pour les projets d'extension d'établissements existants ou pour la construction d'établissements nouveaux, si ces établissements, après réalisation des travaux, remplissent certaines conditions définies par le règlement grand-ducal du 31 mars 2003 fixant les modalités d'octroi des subventions en capital ou en intérêts destinés à l'hôtellerie.

c) Une subvention maximum de quinze pour cent des investissements subventionnables peut être allouée, **en milieu rural et urbain**, pour les projets de modernisation et de rationalisation d'établissements existants, si ces établissements, après réalisation des travaux, remplissent certaines conditions définies par le règlement grand-ducal du 31 mars 2003 fixant les modalités d'octroi des subventions en capital ou en intérêts destinés à l'hôtellerie.

Les taux de subvention prémentionnés peuvent être augmentés de 5 points:

- pour les projets visés qui se distinguent par une spécialisation très poussée dans le domaine des sports, de la santé ou du tourisme de congrès

- pour l'aménagement d'établissements d'hébergement dans le cadre d'immeubles existants à valeur culturelle

sans que le taux de subvention puisse dépasser 15% du montant total des investissements.

La première tranche du 7e programme quinquennal (2.024.287,01 €) a été répartie entre 31 bénéficiaires.

1.375.302,29 € ont été investis dans la construction d'établissements d'hébergements nouveaux à Luxembourg (3 établissements) et à Esch/Alzette, Foetz, Fischbach, Bascharage, Kleinbettingen, Bourscheid et Roder, tandis que 648.984,72 € ont été affectés à des travaux de modernisation, de rationalisation et d'extension d'établissements existants.

4) Gîtes ruraux et mise en valeur touristique du patrimoine culturel: projets réalisés par des particuliers.

L'aménagement de gîtes ruraux et de gîtes à la ferme ainsi que la rénovation de vieilles maisons, augmentent nos capacités d'hébergement, surtout dans les régions défavorisées sur le plan hôtelier, en donnant une nouvelle affectation à certaines maisons rurales et en maintenant des emplois dans des régions qui risquent de se dépeupler.

Dans le cadre du septième programme quinquennal (2003-2007), un taux de subvention de quinze pour cent du coût total des investissements peut être alloué à un investisseur privé pour l'aménagement d'un gîte rural ou d'un gîte à la ferme, la modernisation ou l'extension d'un gîte rural ou d'un gîte à la ferme existants, la construction, la modernisation ou l'extension d'une auberge de jeunesse ainsi que la mise en valeur touristique du patrimoine culturel.

Dans le cadre du sixième programme quinquennal 261.538 € ont été alloués en vue de l'aménagement de gîtes ruraux et de la mise en valeur du patrimoine culturel, répartis entre 21 bénéficiaires.

Pour l'exercice 2003, 274.767,22 € ont été répartis entre 7 investisseurs privés pour l'aménagement de gîtes ruraux.

5) Camping

En 2003 108 terrains de campings ont été recensés, avec une capacité de 13 231 emplacements. La répartition des camps dans les différentes catégories est résumée dans le tableau ci-dessous.

En première catégorie, nous comptons actuellement 86 campings avec une capacité de 12.294 emplacements, en deuxième catégorie, 12 campings avec une capacité de 626 emplacements, et en troisième catégorie, 10 campings avec une capacité de 311 emplacements.

Capacité camping en 2003

	<i>terrains de camping nombre</i>	<i>%</i>	<i>emplace- ments nombre</i>	<i>%</i>	<i>nombre moyen d'emplacements</i>
Catégorie I	86	79,63	12.294	92,8	142,95
Catégorie II	12	11,11	626	4,73	52,17
Catégorie III	10	9,26	311	2,35	31,10
Total	113	100,0	13.231	100,0	

Nombre total de campeurs pouvant être hébergés par nuitée : 39.693

Catégorie I : 36.882

Catégorie II : 1.878

Catégorie III : 933

L'aide sous forme de subvention en capital à l'intention des exploitants de terrains de camping privés, pour la modernisation, la rationalisation et l'extension de leurs entreprises, s'est élevée à 48.132,24 € en 2003. Le montant des subventions accordées en 2003 a été réparti entre 5 bénéficiaires.

En 2003, la Commission Spéciale « Campings » a avisé 17 dossiers présentant des investissements pour un montant total de 123.443,44 €.

Le 7^e programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique prévoit que les propriétaires de camping doivent réserver au moins 75% du nombre total des emplacements au tourisme de passage afin de pouvoir bénéficier des aides financières prévues par la loi. Pour les campings, dont le taux des emplacements réservés au tourisme de passage se situe entre 75% et 50%, le montant retenu pour le calcul des subventions sera proportionnel à ce taux.

Depuis 2003, ce calcul s'effectue de la façon suivante :

"Art. 4.- Pour le calcul des emplacements à réserver au tourisme de passage seront seulement pris en compte les tentes, les roulottes ou autres véhicules aménagés pour servir de logement qui ont gardé leur caractère de mobilité et qui ne sont pas installés dans le même camping pendant toute l'année. Par ailleurs, l'occupation du terrain de camping doit se limiter en principe à un maximum de 25% des emplacements entre le 1er novembre et le 1er mars.

Art. 5.- Dans le cas d'une modernisation, d'une rationalisation, d'un assainissement, de l'intégration dans l'environnement naturel ou de l'extension de camping existants, l'accomplissement de la condition concernant les emplacements réservés au tourisme de passage peut s'échelonner sur plusieurs années suivant un plan à introduire avec la demande en obtention d'une subvention fixant les étapes pour une augmentation des emplacements à réserver au tourisme de passage. La liquidation de la subvention sera échelonnée en fonction de la réalisation de ce plan."

Il existe trois taux de subventionnement établis en fonction de la nature de l'investissement:

- 20% pour travaux d'intégration du camping dans l'environnement naturel, pour la construction d'une station d'épuration biologique ou pour le raccordement du camping à une station d'épuration;
- 15% pour travaux de modernisation ou d'extension de l'équipement sanitaire et pour la création, l'extension ou l'amélioration d'équipements de loisirs;
- 10% pour tous autres travaux de modernisation et de rationalisation.

Les subventions peuvent atteindre au maximum 15% de l'investissement total.

Les dépenses pour travaux d'entretien ou de rénovation pure et simple ne sont pas subventionnables.

6) Investisseurs privés

Le 7e programme quinquennal (2003-2007) prévoit pour les projets d'équipement de l'infrastructure touristique à caractère régional un taux de subvention de quinze pour cent du coût total des investissements n'excédant pas 2,5 millions d'euros.

Pour des projets d'équipement de l'infrastructure touristique d'envergure, répondant aux besoins de plusieurs régions, des subventions en capital de quinze pour cent au maximum du coût total des investissements n'excédant pas 2,5 millions d'euros peuvent être accordées.

Pour l'exercice 2003, 265.856,99 € ont été alloués à 2 investisseurs privés.

III. ECO-LABEL DANS LE DOMAINE DU TOURISME

C'est en 1997 que le Ministère du Tourisme a lancé, en collaboration avec la Fondation Oeko-Fonds, le concours « Tourisme et Environnement » en vue de l'introduction d'un éco-label pour les établissements d'hébergement.

Ce genre de label existe depuis un certain nombre d'années dans plusieurs pays et se révèle être un argument de vente et de fidélisation pour les entreprises qui le portent et qui, en conséquence, peuvent développer des stratégies de marketing très ciblées.

Contrairement à l'opinion répandue, une gestion écologique ne provoque d'ailleurs pas nécessairement de frais supplémentaires. Il est possible au contraire de faire d'importantes économies dans les secteurs de l'énergie, de l'eau et des déchets.

Ce label écologique s'inscrit d'autre part dans le concept stratégique global du Ministère du Tourisme qui préconise l'amélioration, la rationalisation et la promotion de différents types d'hébergement, notamment en milieu rural, d'une part, une meilleure protection de l'environnement naturel tant du point de vue de la salubrité que celui de l'esthétique d'autre part.

Deux catégories de critères sont prévues pour obtenir le label écologique. D'un côté, les critères auxquels les entreprises doivent se tenir absolument, de l'autre ceux dont seulement un certain pourcentage doit être respecté.

Il existe un label écologique unique pour le Luxembourg, et cela pour toutes les catégories d'établissements touristiques.

Le catalogue des critères a été arrêté fin 1998 par le comité de suivi, dans lequel sont représentés, à côté du Ministère du Tourisme et la Fondation Oeko-fonds, l'Office National du Tourisme, le Ministère de l'Environnement, le Ministère de l'Energie, la Chambre de Commerce, Horesca, les associations de campings Camprilux et l'Association des Propriétaires de Camping, le Lycée Technique Hôtelier Alexis Heck, le Lycée Technique de Bonnevoie et l'Association pour la Promotion du Tourisme Rural.

En mai 1999, les douze premiers établissements d'hébergement se sont vus décerner l'écolabel, quatre autres établissements ont suivi en automne 1999.

En 2000, les critères ont été réévalués et actualisés à la lumière des expériences acquises dans le passé et sont d'application depuis 2001.

Rappelons encore que le Ministère du Tourisme et l'Office National du Tourisme sont titulaires de la marque déposée « Ecolabel », dont l'attribution est valable pendant deux ans.

Ainsi, en 2003, 15 établissements classés ont dû se soumettre au contrôle et obtenu le renouvellement de leur label.

En même temps, 1 nouveau candidat s'est présenté et a obtenu le label.

Actuellement, la situation des établissements classés se présente comme suit :

Campings : 10

Gîtes ruraux : 6

Hôtels : 8

IV. SENTIERS TOURISTIQUES ET PISTES CYCLABLES

1) Sentiers touristiques

Au début de l'an 1999, le Ministère du Tourisme avait été contraint de recourir à une main d'œuvre externe pour pouvoir assurer le balisage des sentiers touristiques nationaux et internationaux. Le recours à des révisions systématiques et complètes est essentiel et indispensable afin de garantir un produit touristique de qualité.

Ce contrat avait été conclu avec une asbl qui a comme but principal la mise au travail de personnes provenant de milieux défavorisés et l'intégration de chômeurs de longue durée dans un contrat de travail normal.

Vu que l'asbl a travaillé à l'entière satisfaction du Ministère du Tourisme, le contrat a été renouvelé pour l'an 2003.

Durant cette année l'équipe composée de 3 personnes a pu poursuivre la révision des 171 sentiers auto-pédestres. Ces travaux devraient se prolonger jusqu'au printemps 2004..

L'entretien des sentiers touristiques est assuré par les syndicats d'initiative, les communes ou d'autres associations oeuvrant en faveur du tourisme. Sans leur engagement et la mise à disposition d'une main d'œuvre souvent bénévole, il n'aurait pas été possible de maintenir notre réseau de sentiers touristiques en bon état.

Or, force est de constater que le travail à titre bénévole est malheureusement en régression.

C'est dans cette optique que le Ministère du Tourisme avait déjà réalisé d'importants travaux préparatoires en 2000 afin de mettre sur pied un concept garantissant l'entretien des sentiers touristiques. Ceci signifiait en pratique, qu'à partir du printemps 2001 une deuxième équipe de chômeurs, encadrée par un chef d'équipe, a pu être mise à disposition des syndicats d'initiative qui désirent bénéficier d'une telle aide.

Celle-ci a surtout fait ses preuves dans l'entretien constructif des sentiers touristiques comme p.ex. la réhabilitation d'escaliers, de gardes corps et de passerelles. Le travail de cette équipe ne s'est donc pas limité aux travaux de fauchage et de nettoyage. D'importants travaux ont été réalisés à Born, Consdorf, Ehnen, Erpeldange, Ettelbruck, Kautenbach, Steinsel, Troisvierges et Wasserbillig.

Sur initiative du Ministère du Tourisme, plusieurs syndicats resp. communes ont restructuré leurs réseaux de sentiers touristiques, dans l'optique d'une réduction du nombre de sentiers ou bien d'un regroupement des différents sentiers locaux.

Dans le cadre de ces travaux de restructuration l'équipe de chômeurs qui est à la disposition du Ministère du Tourisme a pris en charge les travaux de balisage des sentiers locaux de plusieurs syndicats d'initiative ou communes dont Bivels, Fouhren, Hoscheid, Hosingen, Kautenbach, Stolzembourg, Vianden et Wincrange.

2) Pistes cyclables

Depuis la fin des années 70, le Ministère du Tourisme, en étroite collaboration avec d'autres Ministères et Administrations, a consenti des efforts considérables afin de doter le pays d'un réseau de pistes cyclables reliant les principaux centres touristiques et offrant la possibilité aux touristes et à la population autochtone de découvrir le pays à bicyclette.

Actuellement le Grand-Duché dispose d'un réseau de pistes cyclables de quelque 500 km qui ont été réalisées en grande partie grâce à l'initiative spontanée des autorités nationales et locales. Ces initiatives, pour louables qu'elles étaient, risquaient cependant de rester, à défaut d'un plan national, des actions isolées, territorialement limitées et partant disparates.

C'est dans cette optique que le Ministère des Travaux Publics a déposé en octobre 1997 un projet de loi portant création d'un réseau de pistes cyclables. La loi, votée le 6 juillet 1999, prévoit l'aménagement de quelque 900 km de pistes cyclables dans les années à venir.

Afin de mieux faire connaître nos pistes cyclables à un plus large public, une publicité tant sur les marchés de proximité que sur les marchés lointains s'avère indispensable. Parallèlement la publication de brochures et de cartes typographiques constitue un moyen de marketing à la fois utile et nécessaire.

C'est dans ce contexte que le Ministère du Tourisme a participé à la réalisation d'un guide touristique pour cyclistes.

Le nouveau guide "VeloTour Luxembourg – Les plus beaux circuits-découvertes sur pistes cyclables" a connu dès sa parution en 2001 un grand succès.

Le guide a été réédité en 2003.

Depuis bon nombre d'années, le Ministère du Tourisme a intensifié ses contacts avec les autorités compétentes à l'étranger en vue d'une fusion des différents réseaux nationaux.

Citons dans ce contexte, dans le cadre de la Commission régionale Sarre Lor Lux Trèves / Rhénanie Palatinat, la réalisation du concept « Vallée Européenne de la Moselle », et plus précisément la route « VéloTours Moselle » qui permet de découvrir à vélo la région de la Moselle de la source à l'embouchure.

La mise en place d'un réseau cyclable européen tel qu'il a été proposé par l'ECF (European Cyclists' Federation) dans le cadre du projet « Eurovélo » intéresse de près notre département, puisqu'une des routes traverse notre pays. Il s'agit en l'occurrence de la liaison cyclable Londres – Rome. Vu la complexité du projet et le nombre de partenaires concernés, ce projet ne pourra être réalisé qu'à moyen terme.

Le projet pour la création d'un circuit cyclable dans la région Saar Lor Lux Rhénanie Palatinat reliant les villes de Luxembourg, Trèves, Sarrebruck et Metz est par contre déjà plus avancé et pourrait se réaliser à court ou moyen terme. Un premier dépliant montrant le projet a été préparé fin 2003 et présenté à l'ITB en 2004.

Il convient de relever dans ce contexte que le Ministère du Tourisme est membre fondateur de l'Association Européenne des Voies Vertes.

Un des buts de l'association est le développement de voiries pour le trafic non motorisé à travers toute l'Europe.

Dans cet ordre d'idées, la mise en place d'un réseau européen de voies vertes, respectivement de pistes cyclables, telle qu'elle a été discutée et projetée dans le cadre du projet « REVER », apporte sans doute des avantages pour chacun des partenaires.

Le réseau tel qu'il a été retenu dans le cadre de la loi du 6 juillet 1999 portant création d'un réseau national de pistes cyclables, se présente fin 2003 comme suit :

- *PC 1* *Piste cyclable du Centre*

Ville de Luxembourg : réseau périphérique

Travaux achevés

- *PC 2* *Piste cyclable d'Echternach*

Luxembourg-Ville – Echternach

Travaux achevés

Dans le cadre des travaux d'urbanisation du Kirchberg et de la réalisation de la « Nordstrooss », plusieurs modifications ont été apportées au tracé.

- *PC 3 Piste cyclable des Trois Rivières*

Vianden – Echternach – Wasserbillig – Schengen

Travaux achevés

Des travaux d'entretien constructif sont à prévoir pour les tronçons Reisdorf / Wallendorf-Pont, Dillingen / Grundhof et Bollendorf-Pont / Echternach.

Le tronçon Moersdorf-Wasserbillig sera réalisé dans le cadre des travaux de réaménagement de la N10.

La liaison Wasserbillig – Merttert est encore à l'étude.

La piste empruntée entre Merttert et Remich est la N10 où une bande marquée visiblement est réservée aux cyclistes.

La partie Remich – Schengen a été construite dans le cadre du projet de la N10.

- *PC 4 Piste cyclable de la Syre*

Junglinster – Merttert

Piste cyclable à l'étude

- *PC 5 Piste cyclable de l'Ernz Blanche*

Junglinster – Dillingen

Les travaux pour un premier tronçon entre le lieu-dit « Soup » et Medernach ont pu être achevés en 2000.

Le reste du tracé est à l'étude.

- *PC 6 Piste cyclable des 3 Cantons*

Pétange – Schifflange – Bettembourg – Mondorf/Bains – Remerschen

Quelques tronçons ont déjà été réalisés entre Pétange et Bettembourg.

Le reste du tracé est à l'étude resp. en construction

- *PC 7 Piste cyclable « Jangeli »*

Remich – Mondorf/Bains

Les travaux pour la réalisation du premier tronçon Remich-cimetière à Ellange-Gare ont débuté en 2003.

Les travaux pourront probablement être achevés au courant de l'année 2004.

- *PC 8 Piste cyclable de la Terre Rouge*

Pétange – Esch/Alzette – Dudelange – Bettembourg

L'Administration des Ponts et Chaussées a l'intention de réaliser par ses moyens propres une sorte de collectrice du sud pour vélos, qui doit relier toutes les grandes agglomérations entre elles et les raccorder aux pistes existantes.

- *PC 9 Radiale de l'Ouest*

Sanem – Leudelage – Reckange

Travaux achevés en majeure partie. Reste à réaliser la liaison Leudelage – réseau périphérique de la Ville de Luxembourg

- *PC 10 Jonction de Leudelage*

Liaison entre Leudelage / Bettembourg et la PC6

Piste cyclable en phase de réalisation

- *PC 11 Jonction de Hespérange*

Liaison entre Hespérange – Weiler-la-Tour et la PC 6

Piste cyclable à l'étude

- *PC 12 Piste cyclable de l'Attert*

Linger – Steinfort – Noerdange – Boevange/Attert – Colmar-Berg

Travaux achevés.

La jonction entre la ligne de l'Attert et la continuation vers la PC 16 resp. PC 3 sera réalisée dès que le tronçon traversant Colmar-Berg sera achevé. Une première partie de cette traversée a pu être réalisée en 2000 (tronçon « Piscine/Parking Good Year).

A noter que le cycliste doit emprunter actuellement une route secondaire jusqu'à Ettelbruck. Le projet d'une liaison directe entre Colmar-Berg et Ettelbruck est à l'étude. La réalisation d'une première partie de ce tronçon pourrait se concrétiser en 2004.

- *PC 13 Jonction de Strassen*

Réseau périphérique Ville de Luxembourg – Mamer – Garnich – Steinfort

Travaux achevés

La commune de Mamer a réalisé sur son territoire une liaison Mamer – Holzem – Garnich avec jonction au réseau national. La commune de Bertrange, quant à elle, a relié son réseau à celui de la Ville de Luxembourg assurant ainsi la liaison Luxembourg – Bertrange – Mamer – PC 12.

- *PC 14 Piste cyclable Eisch – Mamer*

Mamer – Kehlen – Mersch

Piste cyclable à l'étude

- *PC 15 Piste cyclable de l'Alzette*

Luxembourg – Mersch – Ettelbruck

Tronçons Luxembourg – Helmdange et Lintgen – Mersch : travaux achevés.

Liaison Helmdange – Lorentzweiler : travaux achevés en 2003.

Entre Lorentzweiler et Lintgen le cycliste doit emprunter une route secondaire

Les travaux entre Essingen et Colmar-Berg qui ont débuté en été 2001 ont pu être achevés avant la saison touristique. Reste à terminer la liaison Essingen-Mersch.

Après l'achèvement de ces travaux il existera donc une liaison directe entre la PC du Centre et la PC de la Sûre Moyenne

- *PC 16* *Piste cyclable de la Moyenne Sûre*

Kautenbach – Ettelbruck – Diekirch – Reisdorf

Tronçon Ettelbruck – Reisdorf : travaux achevés.

Tronçon Ettelbruck – Kautenbach : il est composé de plusieurs lots à savoir :

Liaison Ettelbruck-Niederfeulen : suit presque exclusivement des chemins ruraux existants

Liaison Niederfeulen-Welscheid : Les travaux pour ce tronçon ont commencé fin 2002 et ont pu être achevés au début de l'année 2003

Liaison Welscheid-Goebelsmühle : suit presque exclusivement des chemins ruraux existants.

Liaison Goebelsmühle-Kautenbach : la réalisation de ce tronçon comporte des difficultés techniques majeures, et une réalisation dans l'immédiat ne semble pas possible

- *PC 17* *Piste cyclable de l'Ouest*

Noerdange – Rambrouch – Bavigne – Winseler

La liaison Noerdange – Rambrouch est pratiquement achevée, à l'exception du contournement de Rambrouch et de la sortie de Koetchette.

Le reste du tracé est à l'étude.

- *PC 18* *embranchement de Perlé*

Rambrouch – Rombach/Martelange

Reste à réaliser la liaison Ardoisières – Rombach/Martelange

- *PC 19* *embranchement du Lac*

Bavigne – Lac de la Haute Sûre

Piste cyclable à l'étude.

- *PC 20* *Piste cyclable de la Wiltz*

Kautenbach – Wiltz – Schleif – frontière belge (vers Bastogne)

Tronçons Wiltz – frontière belge et Kautenbach-Merkholtz/halte : travaux achevés.

L'aménagement du tronçon Merkholtz/halte – Wiltz comporte des difficultés techniques majeures et une réalisation dans l'immédiat ne semble pas possible.

- *PC 21 Piste cyclable du Nord*

Kautenbach – Wilwerwiltz – Troisvierges – frontière belge (vers St. Vith)

Tronçon Kautenbach – Wilwerwiltz : travaux achevés.

Le reste du tracé est à l'étude.

- *PC 22 Piste cyclable de l'Oesling*

Wilwerwiltz – Hosingen – Putscheid – Vianden

La liaison Lellingen – barrière de Hosingen devrait se concrétiser sous peu. Les travaux pour le passage souterrain sur la N 7 au « Schinker » ont pu être achevés fin 2001.

Le reste du tracé est encore à l'état de projet. La liaison Bettel-Fouhren devrait toutefois se concrétiser sous peu.

- *PC 23 Jonction de Tandel*

Liaison entre PC 16 et PC 22

Un premier tronçon a été réalisé dans le cadre des travaux de réaménagement de la N17 à Tandel. Le reste de la liaison est à l'étude.

V. CONCOURS SCHEIN DIERFER A STIED

Depuis 1991, le concours est organisé chaque année dans une région différente.

Le pays est subdivisé en trois régions, à savoir:

- Ardennes
- Centre/Ouest/Sud
- Mullerthal/Moselle/Centre

Les localités sont réparties en 4 catégories selon le nombre d'habitants:

1. 1 - 100 habitants
2. 101 - 1000 habitants
3. 1001 - 3000 habitants
4. plus de 3000 habitants

En 2003, tout comme les années précédentes, les nouveaux aménagements et/ou les nouvelles plantations ont été plus particulièrement pris en considération, à côté des critères d'appréciation généraux (présentation générale, entrées de la localité, etc.)

Le concours de l'année 2003 a été organisé dans la région Ardennes (cantons de Clervaux, Wiltz, Vianden, Diekirch). 27 localités y ont participé. Sur proposition du jury institué par le Ministère du Tourisme, 7 prix ont été attribués dans les catégories 1, 2, 3 et 4 ainsi qu'un prix spécial pour le meilleur nouvel aménagement. Des prix spéciaux ont été décernés par la Ligue du Coin de Terre et du Foyer ainsi que par Natura et la Fédération Horticole Professionnelle Luxembourgeoise.

Liste des lauréats:

Catégorie 1:	1er prix:	Unterschlinder (SI Hoscheid)
--------------	-----------	------------------------------

Catégorie 2 :

1er prix:	Hoscheid (SI Hoscheid))
2e prix :	Stolzembourg (SI Stolzembourg)
2e prix:	Reisdorf (SI Reisdorf)

Catégorie 3 : 1er prix : Medernach (AC Medernach)
 2e prix : Warken (AC Ettelbruck)

Catégorie 4 : 1er prix: Ettelbruck (SI Ettelbruck)

Prix spécial nouvel aménagement : Ettelbruck (AC Ettelbruck))

Prix décerné par Natura : Unterschlinder

Prix décerné par la Fédération Horticole : Medernach

Prix décerné par la Ligue du Coin de Terre et du Foyer : Reisdorf

VI. TOURISME DE CONGRES

Le tourisme de congrès reste un des segments sur lequel l'intérêt et les efforts des responsables du tourisme luxembourgeois doivent continuer à se focaliser. En effet, l'intérêt du tourisme de congrès pour l'économie luxembourgeoise est évident. Tout d'abord, l'organisation de foires, de congrès, de séminaires et de voyages de motivation permet d'élargir la saison touristique et donnent l'occasion à de nombreux visiteurs de séjours en ville alors qu'ils ne seraient sans doute jamais venus. Il s'agit donc d'essayer de leur donner envie de revenir.

Ensuite, le congressiste dispose d'un pouvoir d'achat élevé et les importantes dépenses directes et indirectes qu'elles engagent font de cette forme de tourisme un segment touristique à haute valeur ajoutée dont profite essentiellement le commerce de ville qui héberge les congressistes.

En effet, le développement économique est assuré sachant que toute manifestation génère de très nombreux autres services ou produits, tels que l'hôtellerie, la restauration, le matériel de son ou vidéo, plantes vertes, bar, discothèques, cadeaux souvenirs, blanchisseries etc..

Le tourisme de congrès est aussi le segment touristique où la concurrence est la plus soutenue, sachant que pas moins de 60% des congrès et séminaires au niveau mondial sont organisés en Europe. De sorte que, l'environnement d'une ville, l'animation proposée dans une ville, la qualité de son infrastructure d'hébergement, l'agencement, la fonctionnalité de sa logistique, l'équipement des moyens techniques nécessaires à la communication d'aujourd'hui, la flexibilité et la qualité de gestion de ses centres de congrès et parcs d'exposition, le niveau de qualité de son accueil et service au client sont déterminants pour le choix d'un lieu de congrès et de foire. Notre pays dispose d'une hôtellerie de qualité ainsi que d'une infrastructure de congrès et d'un parc d'exposition de premier choix qu'il s'agit de mettre davantage en valeur par des organisations plus nombreuses.

Afin de donner au tourisme de congrès les structures et moyens pour assurer son développement, la société des Congrès a été instituée en 1990 avec l'objectif premier de promouvoir Luxembourg en tant que Centre de Congrès. En 1997, la société a été restructurée et on lui a adjoint une seconde mission, celle de gérer le Centre de Conférences du Kirchberg. Avec l'extension de son champ d'activité, la Société dispose d'un Centre de Conférences de choix, dont elle gère elle-même le calendrier de réservation, ce qui facilite dans une large mesure ses contacts avec la clientèle. Dorénavant, l'activité de la Société reposera sur deux piliers : la promotion du Luxembourg en tant que Centre de Congrès et l'acquisition de congrès d'autre part, ainsi que l'accueil des organisateurs potentiels et la gestion du Centre de Conférences Kirchberg d'une part.

Parallèlement à la gestion du Centre de Conférences du Kirchberg, Luxembourg Congrès a repris en 2003 la gestion du Centre de Conférence provisoire « Kiem » dans les locaux des Foires Internationales, le temps de la modernisation et de la restructurations des salles du Centre de Conférences du Kirchberg.

Au niveau de la promotion, les efforts de Luxembourg Congrès se sont concentrés sur la détection de clients potentiels, le démarchage de ces clients, le développement de matériel promotionnel et publicitaire, le mailing régulier, des présentations du Grand-Duché comme destination de congrès et d'incentive (en 2002 à Wiesbaden, en 2003 à Bruxelles), des « sites inspections » (organisées en collaboration avec des partenaires comme la société d'aviation nationale luxembourgeoise, la Chambre de Commerce et l'Office National du Tourisme), la fréquentation de foires professionnelles et l'accueil d'organiseurs de congrès au Centre de Conférence.

En 2003, Luxembourg Congrès a participé aux salons professionnels suivants :

CONFEX à Londres

Ce salon est visité en majorité par des décideurs et organisateurs de congrès et d'événements de la Grande-Bretagne ("corporate business").

EMIF "European Meeting Industry Fair" à Bruxelles

Il s'agissait d'un nouveau salon international. Il est principalement visité par des organisateurs, sociétés et agences de Belgique ainsi que des pays limitrophes.

IMEX à Francfort

Là encore il s'agit d'un nouveau salon international « The Worldwide Exhibition for incentive travel, meetings & events ».

La clientèle cible étant principalement des professionnels internationaux.

Au cours de ces trois salons, Luxembourg Congrès a pu rencontrer de nombreux clients potentiels. En effet, une grande partie des intéressés a été relancée régulièrement par voie téléphonique ou par courrier, d'autres ont été invités pour une présentation de la destination luxembourgeoise à Luxembourg.

Au niveau de la gestion du Centre, la Société a pu enregistrer, abstraction faite des réunions de l'OTAN et des Conseils des Ministres des mois d'avril, juin et octobre, quelque 10'000 nuitées à Luxembourg.

Pendant les 65 manifestations (91 en 2002, 68 en 2001 et 102 en 2000) organisées au Centre de Conférence et à l'Hémicycle quelque 15'000 personnes ont été comptées. La durée moyenne par manifestation était de 1.7 jours.

VII. RELATIONS INTERNATIONALES ET COOPERATION TRANSFRONTALIERE

Le **Groupement Européen des Ardennes et de l'Eifel**, dont le Luxembourg est membre depuis 1954, est à la recherche d'une nouvelle orientation se basant d'une part sur des statuts adaptés à l'époque actuelle, et d'autre part, sur les conclusions d'un « Livre Blanc ». En promouvant un tourisme de qualité dans le respect de l'environnement, la Commission du Tourisme du Grand-Duché vise le développement de nouveaux concepts permettant une planification de mesures concrètes.

La section luxembourgeoise « Ardennes-Eifel » - « Frënn vum Eisleck » constitue l'organe de liaison avec le Parc Naturel Germano-Luxembourgeois. Ce parc, créé en 1964, est le premier parc naturel transfrontalier d'Europe. Membre adhérent de la Fédération des Parc Naturels et Nationaux d'Europe, dénommé EUROPARC, aussi bien « Ardennes-Eifel » que le « Parc Naturel Germano-Luxembourgeois » font partie d'EUROPARC et soutiennent les principes de conservation de la nature et des ressources naturelles.

Les activités du groupe de travail « Tourisme » fonctionnant dans le cadre de la **Commission Régionale Sarre-Lor-Lux-Trèves-Palatinat Occidental** ont continué à être axées sur la mise en œuvre pratique du projet « La Moselle, Vallée Européenne », dont notamment trois produits à réaliser prioritairement : « VéloTourMoselle », « Chemin Mosellan de Grande Randonnée » et « Route des Romains ». En effet, un contrat d'ouvrage a été signé en 2002 entre l'E.T.I. et les pays - membres du groupe de travail « Tourisme » de la Commission Régionale avec comme objectif de définir un plan de signalisation homogène et cohérent dans la « Vallée Européenne de la Moselle » pour les trois produits susmentionnés. L'Institut Européen de Tourisme à l'Université de Trèves (E.T.I.) assure la gestion et la coordination du projet dans son ensemble. En 2003, les conclusions en vue d'une harmonisation du balisage des trois produits touristiques ont été présentées.

Hormis le thème « Vallée Européenne de la Moselle », le groupe de travail « tourisme », dans la continuité des conclusions du 5^{ième} Sommet de la Grande Région, a acté un rapprochement avec le groupe de travail « culture » sur cinq thématiques très concrètes. Ainsi, des collaborations et des réunions de travail ont eu lieu sur les thèmes suivants :

- tourisme industriel,
- tourisme de mémoire,
- route des Cisterciens,
- passeport pour musées de la Grande Région,
- mise en place d'une base de données d'information touristiques et culturelles.

Par ailleurs, la Commission Régionale a analysé les conclusions d'une étude relative au marketing touristique dans la Grande Région. Cette étude fût élaborée par l'ETI sur initiative du Conseil économique et social de la Grande Région. L'une des conclusions principales est celle de l'instauration d'une cellule de coordination touristique au niveau de la Grande Région.

Outre la réalisation du circuit « VéloTourMoselle », la connexion du réseau national de pistes cyclables aux réseaux à l'étranger permettra sans aucun doute de rehausser l'attractivité de notre produit. Par ailleurs, le réseau ainsi revalorisé constitue un moyen marketing de premier ordre, permettant la promotion tant du réseau de pistes cyclables que de la destination touristique luxembourgeoise. C'est dans cet ordre d'idées que le Ministère du Tourisme, dans le cadre du projet **SaarLorLux –Radweg**, a participé activement à la mise en place d'un réseau transfrontalier de pistes cyclables, principalement entre les villes de Saarbruck, Metz, Trèves et Luxembourg.

Le Comité du Tourisme de l'**OCDE** (Organisation de Coopération et de Développement Economiques), forum d'échanges d'idées siégeant à Paris, fait partie, depuis 1999, de la Direction de l'Industrie, de la Science et de la Technologie (DSTI), Division des Transports. En 2003, il s'est notamment consacré à l'examen et à la discussion des conséquences des événements internationaux récents sur l'activité touristique, du processus de restructuration des industries du tourisme et de la politique des transports, notamment du transport aérien en liaison avec le tourisme.

Sur le plan de l'Union Européenne, l'année 2003 a été marquée par la mise en œuvre de la Communication de la Commission et de la résolution qui a été approuvée par le Conseil « Marché Intérieur/Consommateur/Tourisme » lors de sa session du 21 mai 2002. Cette résolution servira de base aux travaux futurs du Conseil et du Comité Consultatif « Tourisme » de la Commission, travaux qui se focaliseront sur la perspective d'un tourisme durable au niveau communautaire.

Toujours au niveau communautaire, le dossier de la production et de la publication de **statistiques** a désormais atteint sa vitesse de croisière.

Conformément au plan d'actions communautaires en faveur du tourisme, les Etats membres avaient reconnu la nécessité d'élaborer une directive sur l'offre et la demande de base en matière de tourisme afin de permettre un accès rapide et aisé à une information fiable et comparable sur le tourisme. Cette étude, appelée « Tourismusvolumen und Reiseverhalten der Wohnbevölkerung des Grossherzogtums Luxemburg », publiée par le STATEC et cofinancée jusqu'en 1997 par la DG XXIII a été financièrement prise en charge par le Ministère du Tourisme à partir de 1998.

Au niveau de la coopération des pays du **BENELUX**, le Ministère du Tourisme a entamé la mise en vigueur de la nouvelle recommandation concernant la classification hôtelière.

Le tableau de classification pour le Grand-Duché, où la classification s'effectue sur base volontaire, se présente actuellement comme suit :

- catégorie 5 étoiles : 4
- catégorie 4 étoiles : 52
- catégorie 3 étoiles : 80
- catégorie 2 étoiles : 28
- catégorie 1 étoile : 9

La classification Benelux des terrains de camping est également sur le point d'entrer en vigueur sous peu, les travaux préparatoires ayant été pratiquement achevés au cours de l'année 2003.

Fondateur en 1991, avec la Rhénanie-Palatinat et la Communauté Germanophone de Belgique, de l'Institut Européen de Tourisme à l'Université de Trèves (ETI), le Luxembourg a été un partenaire actif au sein de cet organisme qui, grâce à sa compétence scientifique, son savoir-faire pragmatique et son sérieux professionnel s'est solidement implanté, dans un marché international très disputé.

Avec la venue, en 2002, d'un quatrième partenaire, à savoir la Sarre, l'ETI sera en mesure d'évoluer à l'avenir sur une base élargie, susceptible d'ouvrir de nouvelles perspectives de marché dans un domaine particulièrement convoité.

L'ETI vient par ailleurs de livrer, pour le compte du Luxembourg, une étude concernant les bureaux d'information touristique et dont la transposition dans la pratique permettra une meilleure gestion que par le passé.

VIII. ACTIONS PROMOTIONNELLES DU MINISTERE DU TOURISME

1) Publicité par le biais des réseaux de distributions traditionnels

S'il est vrai que la meilleure promotion touristique se situe en porte-à-faux par rapport à la réalité quand elle ne peut s'appuyer sur des infrastructures et des équipements valables, la politique d'investissement la mieux intentionnée se révèle inopérante si elle n'est pas valorisée par la création d'une image de marque appropriée. Ainsi, dans l'optique de renforcer l'image de marque existante, le Ministère du Tourisme a mis en œuvre des actions publicitaires très ciblées. Citons à ce propos :

- une émission télévisée « Lustige Musikanten on Tour » qui a été tournée à Echternach en août 2003;
- la campagne d'affichage dans les stations métro de la région parisienne, en collaboration avec l'Office National du Tourisme ;
- la réalisation d'une campagne publicitaire sur la chaîne touristique « Liberty TV » ;
- la réalisation d'un nouveau spot publicitaire, diffusé dans le cadre du SEAT OPEN sur NBC ;
- une annonce publicitaire dans l'édition spéciale « Luxembourg » du Moniteur du Commerce International ;
- le sponsoring du « Summermagazine » sur Tango TV ;
- la réalisation de la carte de visite digitale pour la Grande Région
- le sponsoring du ADAC « Touristik und Heimatwettbewerb 2003 »,
- la réalisation d'une carte routière et touristique pour motocyclistes,
- l'organisation d'une semaine gastro - touristique dans les halles de la Galerie Lafayette à Paris.

2) Médias électroniques/informatiques

a) Mise en œuvre du projet e-Luxembourg

Dans le cadre du programme e-Luxembourg, la réponse aux défis de la société d'information, le Ministère des Classes Moyennes, du Tourisme et du Logement avait confié à P&T Consulting, la réalisation du site internet de son département du Tourisme.

Le site a été réalisé et déployé sur le système rédactionnel NPS, solution CMS (Content Management System) de la société Infopark. Cet outil a été choisi dans le cadre du projet e-Luxembourg pour l'ensemble des sites du secteur public.

Le site suit la charte établie par la CNSI (Commission Nationale de la Société de l'Information) qui définit les normes à respecter au niveau graphique et technologique, mais également au niveau des aspects d'organisation et de présentation des contenus.

Le site a pour vocation de présenter les points essentiels des activités du Ministère du Tourisme, dont notamment :

- sa législation
- le programme quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique
- les procédures d'autorisation
- son programme d'action
- les initiatives et projets aux niveaux de la Grande Région, de l'Europe et au niveau international
- ses représentations touristiques à l'étranger

Lancé dans sa version française dès le mois de novembre, il sera en 2004 également opérationnel en versions allemande et anglaise.

b) Action promotionnelle via web tours.lu

En 2002, le Ministère du Tourisme a lancé une campagne de communication grand-public dans les médias allemands, visant à sensibiliser les amateurs de la bicyclette aux attraits du Grand-Duché en matière de pistes cyclables.

La campagne incluait la création d'un site internet thématique proposant toutes sortes d'informations pratiques liées aux amateurs de bicyclette. Réalisé originalement en allemand, le site a été traduit en français en 2003. Le site présente pour le moment encore principalement des informations sur les pistes cyclables et VTT, des renseignements pratiques liés aux infrastructures en place, aux adresses pratiques et au voyage au Luxembourg.

Les circuits actuellement présentés ne représentent qu'une petite partie des circuits nationaux. Pour 2004, le Ministère a envisagé d'étendre le contenu et de rendre le site plus attractif. A côté des circuits pédestres, un nouveau thème va être intégré dans le site, celui de la ballade. Les tours des circuits cyclables existant sur le site seront complétés. La navigation actuelle va être restructurée, ainsi une carte de navigation interactive programmée en Flash représentera le principal outil de découverte.

3) Actions promotionnelles par le biais des agences touristiques à l'étranger

a) Structure

Le Ministère du Tourisme est représenté à l'étranger par les agences touristiques suivantes :

- BERLIN Maison du Luxembourg du Luxembourg, Klingelhöferstrasse 7
Gérant : M. Claude KOHNEN

- BRUXELLES Maison du Luxembourg, avenue de Cortenbergh, 75
Gérant : M. Claude HALSDORF
Employées : Mme Annette DECLERCK-GASPART
 Mme Rolande MARGOT-BIREN

- COPENHAGUE Farimagsgade, 1
gérante : Mme Ellen PREGARDT-PAUR

- LA HAYE Représentation Touristique à l'Ambassade du Luxembourg, Nassaulaan, 8
Gérante : Mme Anne-Marie HILL-DRIESKENS

- MÖNCHENGLADBACH Bismarckstrasse, 23-27
Gérant : M. Gert KARTHEUSER

- LONDRES Regent Street, 122
Gérant : M. Serge MOES
Employée : Mme Dorothée DUNKEL

- NEW YORK Représentation Touristique à l'Ambassade du Luxembourg, Beekman Place, 17
Gérante : Mme Brigitte GOERGEN

- PARIS Boulevard des Capucines, 21
Gérante : Mme Christiane PAGES-WILHELM
Employée : Mme Rachel JOLY-EZARD

Tâches traditionnelles

- la représentation touristique officielle vis-à-vis des institutions, organismes, médias et agents de voyages dans un pays ou dans une région déterminée;
- l'information des organismes, institutions et particuliers sur l'offre touristique par la diffusion de la documentation mise à disposition ;
- l'appui aux institutions et organismes luxembourgeois mettant en œuvre des actions promotionnelles à l'étranger ;
- le soutien des agents de voyages ayant (ou envisageant d'intégrer) dans leurs programmes la destination du Grand-Duché de Luxembourg ;
- la participation aux foires et salons touristiques, séminaires, colloques avec l'accord du Ministère du Tourisme;
- l'organisation de conférences et autres présentations sur le Grand-Duché en accord avec le Ministère du Tourisme ;
- l'assistance du Ministère du Tourisme dans toutes ses actions et la collaboration étroite avec l'ONT;
- la proposition d'actions promotionnelles ou autres ;
- l'établissement de rapports semestriels sur les activités de la représentation, des rapports statistiques ainsi qu'un relevé sur la situation budgétaire.

b) Missions spécifiques

Compte tenu de l'évolution dans le domaine de la promotion touristique, l'agent à l'étranger est obligé de faire face à des missions très diverses et parfois ambitieuses. L'agent est devenu

- un prestataire de services et un conseiller,
- un organisateur, un intermédiaire et un coordinateur,
- un centralisateur et un créateur d'information,
- un représentant-démarcheur-acquisiteur,
- un concepteur cherchant de nouvelles ouvertures en vue d'inciter les agents de voyage à inclure le Grand-Duché de Luxembourg dans leurs catalogues.

c) Participations aux foires et salons touristiques

En 2003, le Ministère du Tourisme, avec ses partenaires, a organisé et financé les foires et salons suivants :

LUXEMBOURG	- Vakanz (janvier)
UTRECHT	- Vakantiebeurs (janvier)
ANVERS	- Salon International des Vacances (fin janvier-début février)
LIEGE	- Salon Vert (février)

CHARLEROI	- Vacances Loisirs (février)
GENT	- Lentebeurs (février)
BERLIN	- Internationale Tourismusbörse (mars)
BRUXELLES	- Salon des Vacances (mars)
PARIS	- Salon Mondial du Tourisme (mars)
KÖLN	- Reisemarkt (novembre)

Sur la base d'un cahier des charges élaboré par un Comité de Pilotage, appuyé par un Groupe de Travail, institué en 2003 par le Ministère du Tourisme et l'ONT, et regroupant tous les acteurs touristiques concernés, une nouvelle conception des stands d'exposition a été mise en pratique. Cette conception permet une présentation commune, cohérente et complète des multiples facettes du tourisme luxembourgeois.

e) Séminaire des gérants

Chaque année, les gérants des représentations du Ministère du Tourisme à l'étranger sont invités à participer à un séminaire ayant pour but de rencontrer les responsables actifs dans le domaine du tourisme luxembourgeois en vue d'un échange d'informations.

En 2003, ce séminaire a été axé sur un programme bien précis, à savoir :

- Programme

*** Réunions/contacts**

- Ministère du Tourisme
- Office National du Tourisme
- Luxembourg City Tourist Office
- Hébergement (Horesca, Camprilux, Hotels.lu, Centrale des Auberges de Jeunesse, Association pour la Promotion du Tourisme Rural)
- Présidents des Ententes Touristiques Régionales
- Assermentation des gérants-comptables extraordinaires par le directeur du Service de la Trésorerie de l'Etat
- Visite de 7 attractions touristiques.

*** Sujets traités**

- Charte régissant les relations entre le Ministère du Tourisme, les Représentations Touristiques à l'Etranger et l'Office National du Tourisme,
- Règlement d'ordre intérieur concernant l'application des instructions de service,
- Analyse de la situation économique en rapport avec le tourisme,

- Evolution du tourisme de congrès et incentives,
- Communication avec les acteurs touristiques au Luxembourg
- Actions de propagande et de publicité
- Statistiques
- Données informatiques actualisées
- Echange de fichiers (journalistes, agents de voyages, autocaristes, etc.)
- Support visuel (films, CD, vidéo, etc.)
- Voyages de promotion,
- Relations avec le secteur « Hébergement » (prime conventionnelle à accorder aux agents de voyages)
- Sales guide ONT

IX. ANIMATION TOURISTIQUE

Les régions suivantes sont couvertes à l'heure actuelle par un coordinateur d'animation touristique: Petite Suisse et Basse-Sûre, Moselle - Mondorf-les- Bains, Lac de la Haute-Sûre, canton de Clervaux, Sûre Moyenne et Our.

Les coordinateurs d'animation touristique travaillent sous le contrôle direct des Ententes régionales de syndicats d'initiative. Leur tâche consiste :

- dans l'organisation et la coordination d'activités culturelles, de loisirs et de guidages,
- dans l'encadrement et le divertissement de groupes de touristes de tout âge, dans l'accueil, l'information et le conseil de la clientèle touristique au niveau local et/ou régional,
- à représenter leur région touristique auprès du grand public et auprès des professionnels de l'industrie touristique.

D'autre part, ils assistent les syndicats d'initiative dans leurs travaux de planification et supervisent l'entretien des infrastructures touristiques.

Durant les mois d'été 2003, ils ont été secondés, tout comme par le passé, par une soixantaine d'étudiants. Ceux-ci ont bénéficié d'une préparation appropriée et ont assuré l'exécution des programmes d'animation établis par les coordinateurs.

Depuis 1999, les Ententes ont créé une nouvelle association dénommée « Guides touristiques des Ardennes luxembourgeoises ». Celle-ci a pour objectif principal de former des guides touristiques, d'assurer la mise à disposition de guides à la demande du touriste et d'optimiser les guidages au sein des trois Ententes dans la région des Ardennes.

À partir de 2001, une deuxième coordinatrice d'animation touristique est venue renforcer l'Entente de la Petite Suisse et de la Basse Sûre, avec comme tâche essentielle la transposition du concept « marketing » élaboré pour la région du Mullerthal.

Pour l'année 2004, l'Entente touristique du Sud, qui a pris un nouveau départ, sera également dotée d'un coordinateur touristique.

X.LES ACTIVITES PROMOTIONNELLES DE L'OFFICE NATIONAL DU TOURISME EN L'AN 2002

Face à un environnement économique plus difficile, à une épidémie éprouvant le tourisme international, au terrorisme recrudescant et au recul enregistré auprès de la clientèle traditionnelle la plus fidèle, le secteur touristique est tenu d'innover et d'emprunter de nouveaux chemins.

2003 était une année marquée de nombreuses initiatives visant un saut qualitatif et l'ouverture à de nouveaux marchés. Un renforcement de la collaboration avec Luxair, l'inauguration de la maison du Luxembourg à Tokyo et les missions économiques ont permis de toucher un public de marchés lointains au pouvoir d'achat élevé.

Les travaux préparatifs au lancement du nouveau système national d'information et de réservation touristique ont été clôturés et lancement du projet est prévu pour 2004.

Les démarches en marketing touristique

Les campagnes publicitaires collectives ont été régionalisées. Trois partenaires par région touristique peuvent se présenter sur une page quadrichrome dans les magazines et hebdomadaires soigneusement sélectionnés. Grâce au soutien du Ministère du Tourisme une campagne d'affichage a pu être réalisée en exclusivité dans plusieurs gares du centre de Paris. De même, un tramway bruxellois a été décoré de façon à promouvoir le Luxembourg comme destination pour cyclotouristes. Quelque 33 millions de passants et lecteurs de plus de 15 ans ont pu être touchés par ces moyens promotionnels. A nouveau les campagnes publicitaires ont été répétées sur les site internet de l'ONT.

L'Allemagne était la cible de la promotion de courts séjours à vocation culturelle. Des partenaires de qualité ont été ici les différents festivals de musique et de théâtre. Les seniors allemands ont été la cible pour des séjours gastronomiques, de culture et de détente.

Pour le marché français le Luxembourg est une destination idéale pour un court séjour où se combinent richesses culturelles et beautés naturelles.

Sur le marché belge les thèmes « culture, détente et activités en plein air » ont été développés au cours des campagnes publicitaires de l'ONT. La promotion du cyclotourisme y a joué un rôle important.

Aux Pays-Bas les familles et les seniors ont constitué les principales cibles des actions promotionnelles de l'Office. Des séjours en hôtel, sur les campings et dans les locations de vacances ont été proposés par les différentes campagnes.

En Grande-Bretagne et au Danemark l'ONT a lancé ensemble avec Camprilux une campagne promouvant l'hôtellerie en plein air.

Deux millions de lecteurs de quotidiens dans la grande région Sarre-Lor-Lux-Wallonie-Rhénanie-Palatinat ont pu être atteints par des annonces parues la veille du weekend de Pâques.

Les campagnes réalisées dans le cadre de la promotion de l'Agenda du Luxembourg, de la Journée Mondiale du Tourisme et de la LuxembourgCard ont contribué au bon développement de ces produits touristiques.

L'ONT a participé aux 300 spots TV sur la chaîne CBS touchant quelque 12 millions de ménages américains que l'ETC lançait en début d'année. En parallèle notre destination a été présentée dans le supplément « visit Europe » diffusé par les grands quotidiens américains. Enfin, une campagne dans les « Luxembourg News of America » a complété les actions menées aux Etats-Unis.

La Lettre Marketing, axée sur les campagnes collectives, les conclusions de la Journée Nationale de l'Incoming, de la Randonnée ministérielle et en faveur de l'Ecolabel, a permis de mobiliser et d'informer le secteur sur les mesures à prendre pour redynamiser l'offre. La Journée Nationale de l'Incoming a porté sur les structures et les normes de qualité dans le tourisme. Le mensuel de l'Horesca est une tribune de valeur pour informer le secteur touristique privé de toute question relative au marketing touristique.

Relations publiques

Les destinations de proximité ont regagné l'intérêt des médias. En Allemagne l'ITB a de nouveau été l'occasion privilégiée pour nouer respectivement renouer des contacts avec les médias. Un voyage au Mullerthal et une demi douzaine de voyages d'études individuels ont permis de placer le Luxembourg dans des parutions aussi prestigieuses que « Geo Saison » « Freie presse » « Frau im Spiegel ». Côté télévision l'année 2003 a particulièrement bien débuté avec la diffusion de la seconde émission musicale « Kein schöner Land » sur la chaîne ARD. SAT1, MDR et SR ont consacré également des émissions promotionnelles sur le Luxembourg. Sur initiative du Ministère du Tourisme, la chaîne de télévision ZDF a réalisé l'émission « Lustige Musikanten » et l'ONT a été chargée de la préparation de ce tournage.

La presse belge avait été invitée au Pays des Terres Rouges. Plusieurs voyages d'études individuels ont permis de positionner notre destination dans des émissions de la RTBF, de la VRT et de Liberty TV.

Quatre voyages d'études ont été organisés pour la presse française. La capitale comme porte d'entrée au pays et l'offre culturelle nationale ont fait l'objet de ces présentations. L'ONT a ciblé les médias nationaux, la presse parisienne et celle du Nord.

Le vin a été le thème fédérateur des voyages d'études organisés pour des journalistes néerlandais. La participation au workshop d'Antor à Amsterdam a permis de motiver plusieurs journalistes néerlandais à venir découvrir notre pays en voyage d'étude individuel. Ainsi il a été possible de faire découvrir à plusieurs rédacteurs de guides et de magazines les nouvelles pistes VTT.

Ensemble avec Luxair Communications, l'ONT a présenté le Luxembourg à Madrid, à Athènes, à Milan. Plusieurs voyages d'études ont été organisés pour accueillir des journalistes autrichiens, suisses, suédois, britanniques. Même la télévision nationale d'Australie a consacré un reportage sur notre destination. Ensemble avec le Service Information et Presse du Gouvernement des journalistes de Lettonie et de la Chine ont été accueillis.

L'ONT a également entamé une collaboration fructueuse avec l'Orchestre Philharmonique du Luxembourg. Un voyage d'étude touristique-culturel a pu être mis sur pied pour la presse musicale internationale. L'ONT a épaulé les Galeries Lafayette pour une Quinzaine luxembourgeoise à Paris et les organisateurs du Wein und Gourmetfestival au niveau de la promotion de cette manifestation.

Les Pressnews édités partiellement en couleur ont été adressés par courrier et courriel à plus de 1200 journalistes étrangers.

Afin d'atteindre les résidents étrangers au Luxembourg, l'Office a participé à la foire de l'immigration, au journal Contacto et a soutenu par des informations les Vlaamse Club et l'Union Royale Belge. Grâce aux contacts de la Chambre de Commerce l'ONT a pu bénéficier d'une rubrique touristique dans les revues des Chambres professionnelles de Sarre-Lor-Lux-Rhénanie-Palatinat. Au Luxembourg, l'ONT a pu bénéficier de plusieurs rubriques/ émissions dans des médias et revues d'associations culturelles.

Le Ministère de l'Education Nationale, de la Formation Professionnelle et des Sports ainsi que le Ministère de la Famille et de la Solidarité Nationale ont permis de diffuser au Luxembourg le Guide des enfants de l'Office.

L'Agenda du Luxembourg a pu passer à 99.000 exemplaires (+5.000 ex. par rapport à 2002). Cette évolution a été favorisée par deux campagnes d'affichage que l'Office a lancé dans les gares, abri-bus et la presse nationale.

La Journée Mondiale du Tourisme a connu un grand succès. Une journée nationale d'information sur les carrières touristiques a été lancée ensemble avec le lycée technique hôtelier et l'Horesca.

L'iconothèque a été considérablement augmentée et mise à jour. Les travaux en vue de l'édition de CDI pour les professionnels du tourisme ont été initiés.

Près d'une dizaine des guides touristiques internationaux ont été relus et corrigés.

Les foires et salons touristiques

En 2003 l'ONT a été présent ensemble avec le Ministère du Tourisme à 17 salons professionnels et foires grand public. Des réunions d'évaluation des présences aux foires ont été organisées par le Ministère du Tourisme ensemble avec l'ONT. L'Office a réussi à faire inclure dans divers catalogues de tour opérateurs la LuxembourgCard.

Notre destination a pu être reprise dans 24 nouveaux catalogues de voyages, dont Kuoni Travel de Zurich, Best Europe Tours de Leiden, major Tours de Londres, Tui Hollande. Une action promotionnelle a été lancée avec le touopérateur City Escapes de Dublin, où le Grand-Duché et Luxair ont été mis à la une pendant trois mois auprès de plusieurs centaines d'agences de voyages. Le nombre des réservations a doublé par la suite. Ensemble avec Hafermann Reisen une action promotionnelle a été lancée dans la WAZ, et le secteur touristique a pu se réjouir de réservations supplémentaires.

Les grands touopérateurs comme « Vrij Uit » ou « Jetair », « Service Reisen », « Grimm Touristik », Travelspehere » et « Gallia Reizen » ont collaboré avec l'ONT et étendu leur offre sur tout le Luxembourg.

A l'égard du changement du comportement touristique des Belges, l'ONT a renforcé son action sur ce marché par une participation au workshop « Travel » de Bruxelles. Suite aux foires et salons quelque 222 touopérateurs ont pu être accueillis en voyage d'étude.

Les efforts de promotion en Malaisie et en Tchéquie sont soutenus par la présence aux foires Matta à Kuala Lumpur et Holiday World à Prague. Dans le cadre de l'inauguration du « Luxembourg House of Tokyo » l'ONT avait organisé un workshop touristique à l'adresse des professionnels du tourisme nippon.

Création de produits

L'ONT intervient dans la création d'offres forfaitaires là où les Syndicats d'Initiative ou Ententes touristiques n'ont pas de produits à eux. L'élaboration des offres forfaitaires de l'ONT se fait en étroite collaboration avec l'HORESCA et les offrants sur le terrain.

L'ONT a pu mettre sur pied trois arrangements propres à un événement (festivals, Noël) et deux autres offres pour les amis de la culture et de la découverte. L'Office propose encore 11 autres arrangements forfaitaires élaborés par différentes ententes hôtelières, le LCTO, l'entente touristique du Mullerthal. A noter que la création d'un « arrangement forfaitaire » pour tous n'a pu se concrétiser faute d'inventaires officiels des attractions proposant des infrastructures pour personnes handicapées. Les arrangements sont proposés dans le Guide national des hôtels, restaurants et arrangements, sur le site Internet de l'ONT, dans ses campagnes publicitaires, les Press News , les brochures Sites et attractions, etc. Les festivals de Wiltz et d'Echternach et les offres forfaitaires de la Centrale des Auberges de Jeunesse font l'objet encore d'autres actions promotionnelles supplémentaires : inclusion dans les brochures thématiques, flyers, campagnes publicitaires. Notons que WES et les touroopérateurs ont constaté un repli de l'intérêt de la clientèle belge pour les arrangements forfaitaires.

La homepage du site internet de l'ONT a présenté tout au cours de l'année des concours d'arrangements forfaitaires. 39 % des participants aux concours se sont inscrits pour recevoir de façon régulière des informations sur les offres de l'ONT. 42,5% de cette demande proviennent de Belgique, 17,7 % du Luxembourg, 10,5 % des Pays-Bas, 7,7 % d'Allemagne, 5 % des Etats-Unis, 3,3 % de France.

La Luxembourgcard 2003, incluant 57 attractions (50 en 2002) au Grand-Duché et dans ses régions limitrophes dont les grands festivals, a bénéficié de mesures promotionnelles supplémentaires tant à l'étranger qu'au Grand-Duché. Elle a augmenté sa vente de plus de 16% ! Le fait d'être reprise dans divers programmes de tours opérateurs ou d'offres de revendeurs a également contribué à cette hausse. La carte pour famille 1 jour fait 64 % des ventes. Depuis 1997 le nombre de LuxembourgCard vendues s'est multiplié par trois, le nombre des visites avec ce passeport s'est multiplié par quatre.

La promotion traditionnelle de ce produit a été renforcée en 2003 par une campagne d'affichage dans les principales gares du pays.

Edition et Diffusion

L'année 2003 a été caractérisée par l'édition du Guide des enfants qui fut accueilli avec beaucoup d'enthousiasme. D'autre part, le Comité de Gérance a initié quatre nouveaux projets :

- la création éventuelle d'un guide pour cyclotouristes
- la création d'un itinéraire des parcs et jardins en prévision de la Landesgartenschau 2004
- la création d'un itinéraire sur la Bataille des Ardennes en collaboration avec AMBA
- la création d'une Wintercard, projet qui n'a pu se concrétiser en raison d'une offre nationale trop lacunaire et diffuse pour cette saison.

D'autre part, le Comité a lancé deux concours pour la réalisation d'une nouvelle famille de prospectus d'appel : il a décidé la publication de la brochure Pique nique en couleurs. Il a choisi la présentation de toute la gamme des couvertures.

Le volume de l'Agenda du Luxembourg est passé de 16 à 20 pages par édition. Une réorganisation de la présentation de la brochure « Sites et Attractions » a permis de concevoir un layout plus aéré.

La brochure « Sport und Gesundheit » a été augmentée de huit pages. Celle-ci présente plus en détail l'offre pour les randonneurs.

La brochure « Produits du terroir et Métiers d'art » a été rééditée dans la même ligne que les autres brochures thématiques de l'Office.

La nouvelle édition du « Kleinod der Kultur » propose un chapitre sur les parcs et jardins.

La brochure accompagnant la LuxembourgCard se réjouit d'une nouvelle présentation. Tous les établissements d'hébergement proposant ce passeport touristique y sont recensés.

Les conventions passées avec le Ministère de la Culture, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche et l'EGIPA pour l'édition en commun de l'Agenda du Luxembourg ont été renouvelées.

Les formulaires d'inscription aux différents guides d'hébergement ont été revus et augmentés ensemble avec les associations professionnelles. L'édition commune APTR/ONT de la brochure « Locations de vacances/ vacances à la campagne » a pu être poursuivie.

La gestion des stocks au dépôt est soumise à une saisie et un contrôle par voie informatique. Le dépôt a été réaménagé de façon à accroître au-delà des prescriptions légales la sécurité du personnel et des visiteurs. Les exposoirs sur les autoroutes connaissent un succès continu. 162.000 exemplaires ont pu être écoulés de cette façon. Notons que 55 % des Sites et Attractions, 40 % du Guide des Hôtels et 40% des guides thématiques sont écoulés au Grand-Duché. Les foires représentent 10 à 13 % de la demande totale des brochures de l'ONT. Les bureaux à l'étranger permettent d'écouler 20 à 26 % des brochures de l'Office.

Sur 123 éditeurs touristiques du secteur (administrations communales, , Syndicats d'Initiative et ententes touristiques), 56 étaient en mesure de mettre à la disposition de l'ONT leurs prospectus locaux, régionaux ou thématiques.

Médias informatiques

La présence de la destination sur Internet et l'engagement continu de l'Office à améliorer ses sites et de les inscrire et promouvoir dans les engins de recherche porte ses fruits. WWW.ont.lu qui peut être consulté

encore sous une bonne vingtaine d'autres noms de domaines, est consulté jusqu'à 7.950 reprises par jour. Le courrier électronique suscite plus de 88 % de la demande !

Il faut préciser que l'ONT a lancé en 2003 plusieurs campagnes sur Internet afin de promouvoir plus intensément son site dans des moteurs de recherches et sur des sites culturels, de loisirs et de voyage. Depuis juillet 2003 les commandes par internet arrivent directement par voie informatique au service d'expédition. Les Néerlandais, les Belges et les Allemands sont les visiteurs du site qui nous contactent le plus fréquemment par courriel.

Parmi les principales adaptations de ont.lu en 2003, citons le relookage du site, la mise en place de concours avec les secteurs d'hébergement, l'intégration de fichiers *.pdf téléchargeables, l'insertion d'un bouton d'information sur la publicité, l'intégration d'un logiciel de traitement du courrier électronique.

Le site www.agendalux.lu a été consulté à plus de 5,3 millions reprises en 2003. Des pointes jusqu'à 11.118 visites par jour ont pu être constatées.

Parmi les adaptations du site en 2003 citons la création d'une newsletter, d'un nouveau calendrier de recherche, l'illustration du site parallèle à la couverture du magazine, l'établissement d'un lien direct vers Luxembourg-ticket.lu et l'insertion d'un bouton d'informations sur les conditions de publicité à l'ONT

Pour ce site également une présence plus forte dans les moteurs de recherche a été engagée.

L'assemblée générale de l'ONT de décembre 2002 avait chargé le Conseil d'Administration de l'Office de préparer le lancement du nouveau système national d'information et de réservation touristique. En 2003, le Comité de Gérance avait lancé un appel d'offres auprès de bureaux conseils devant accompagner le Ministère du Tourisme et l'ONT dans la mise en place du nouveau projet. Le 5 août le Comité a désigné un bureau conseil et les travaux de préparation du cahier des charges et de l'avis d'adjudication ont pu être engagés. Le 19 décembre le Conseil d'Administration a émis un dernier avis sur le projet et l'adjudication pourra démarrer au mois de janvier 04.

Collaboration

Outre la collaboration traditionnelle avec le Ministère du Tourisme, de nouvelles collaborations ont pu être initiées en 2003. L'ONT a été nommé expert en tourisme au Conseil de la Commission de l'Unesco à Luxembourg. Il est devenu membre de l'asbl Luxembourg et la Grande Région Capitale de la Culture 2007. L'Office a participé comme intervenant à deux colloques internationaux organisés par l'Institut Européen des Itinéraires Culturels. Il a présenté les structures du tourisme luxembourgeois et des marchés belge, néerlandais et luxembourgeois au Parlement Benelux et à l'Université Libre de Bruxelles. Dans le cadre de l'année internationale du Handicap l'Office a participé activement à un colloque international à Sarrebruck (Barrierefreier Tourismus). L'OPL est devenu un partenaire stable de l'Agenda du Luxembourg. L'édition d'une farde commune avec CD de l'OPL a été envisagée.

Des pourparlers avec l'Association des Musées de la Bataille des Ardennes ont été entamés pour préparer la promotion des manifestations du 60^e anniversaire de la Bataille des Ardennes. Une nouvelle collaboration a été entamée avec Luxair qui est devenu membre effectif de l'ONT. Une prise en charge commune de différents marchés intéressant aussi bien la compagnie aérienne que l'ONT a été préparée pour 2004.

La collaboration avec les CFL a permis de définir un espace d'informations touristiques et ferroviaires (intérieur) commun dans le hall principal de la gare de Luxembourg. 22 wagons des CFL affichent des images du Luxembourg fournies par l'ONT.

Le Ministère des Transports a autorisé l'ONT à intégrer à nouveau le transport public dans la LuxembourgCard. Le Service National de la Jeunesse et le Ministère de l'Environnement ont prêté mainforte à l'organisation de la Journée Mondiale du Tourisme en faisant circuler à nouveau le Jugendzuch.

Le projet d'élaboration d'une charte de coopération touristique au sein de la Grande Région a été adoptée par l'Euregio. L'ONT a été associé à la création d'un circuit transfrontalier de la bière et a été consulté dans le cadre de la Landesgartenschau. Enfin, l'ETI et le groupe 2020 ont consulté l'ONT sur ses vues quant au développement du tourisme dans la Grande Région.

Enfin la collaboration avec l'Oekofonds a porté sur le développement et la promotion de l'Ecolabel au Luxembourg.

La demande touristique

La demande touristique spontanée à l'adresse du siège de l'ONT a régressée de 12,85 % par rapport à 2002. Cette diminution s'explique par la comparaison à une année fortement marquée par le Départ du Tour de France. La base de données de l'ONT comprend 69.400 adresses : ces informations sont exclusivement utilisées à des fins d'études quantitatives et de marketing. Seuls les clients qui demandent de façon explicite l'envoi régulier d'informations touristiques sont retenus pour les mailings. Ces adresses se composent de 15.400 Belges, 19.500 Allemands, 7.900 Luxembourgeois, 8.700 Français, 6.900 Néerlandais, de 3.100 Suédois de 1.900 Américains.

Parmi les demandes de 2003, 42,69 % sollicitent des informations sur un hôtel, 5,43 % sur une location de vacances, 14,42 % sur un camping et 14 % sur une auberge de jeunesse.

Le bureau à la gare centrale a enregistré une diminution de 24 % des visiteurs. Ici également la demande a fortement régressé par rapport à l'année du Grand Départ du Tour de France. Sur 10 ans, les réservations ont diminué de 75%. D'une part, le client réserve de plus en plus au préalable en se servant d'internet, d'autre part, il souhaite s'informer sur l'hôtel et s'y rendre ensuite pour négocier le prix.

L'aire de Berchem reste le relais autoroutier dont émane le plus d'information touristique. 162.000 brochures ont été distribuées sur le réseau autoroutier. Un nouveau concept de présentation sur les autoroutes a été défini de commun accord avec les sociétés exploitantes des différents sites. L'ONT a pu se baser au cours de ces négociations sur un cahier des charges qui désormais garantit à l'Office la diffusion d'informations touristiques en ces lieux.

Management interne

La Direction et le Comité de Gérance ont décidé de faire réaliser deux audits internes, l'un portant sur l'équipement informatique administratif, l'autre sur l'édition des brochures touristiques. Dans le cadre du premier audit, l'ONT s'est fait accompagner par les conseillers de la CNSI. L'Office a ratifié la charte de l'Etat sur l'usage d'internet et les équipements informatiques.

Le second audit qui a été seulement lancé en fin d'année porte tant sur le contenu, que sur le financement, que la réalisation et les types de brochures éditées et à éditer par l'Office. Les résultats devront être prêts pour juin 2004.

D'autre part, l'Office s'est fait accompagner par une société d'experts externe pour préparer sa soumission pour la réalisation du nouveau système national d'information et de réservation touristique.

Les services d'expédition ont été réorganisés et équipés de logiciels performants et à jour pour mieux contrôler la diffusion des brochures. Un nouveau système d'enregistrement et de collecte de brochures non éditées par l'Office a été introduit.

.

ANNEXE I : Tableaux statistiques / STATEC

Arrivées et nuitées (en milliers) - Ville de Luxembourg

	Arrivées			Nuitées		
	2002	2003	2003/02	2002	2003	2003/02
	(en %)			(en %)		
Total	393.4	362.1	-8.0	803.9	741.1	-7.8
dont						
Hôtels, auberges, pensions	332.7	313.9	-5.7	645.1	610.8	-5.3

Source: STATEC

Arrivées et nuitées selon la catégorie d'hébergement

	2002	2003	2003/02
	Unité: milliers		(en %)
Arrivées			
Toutes catégories d'hébergement	939.0	913.0	-2.8
Hôtels, auberges, pensions	621.0	598.8	-3.6
Campings	213.1	222.8	4.6
Hébergement complémentaire	104.9	91.4	-12.9
Nuitées			
Toutes catégories d'hébergement	2750.2	2755.7	0.2
Hôtels, auberges, pensions	1244.1	1212.2	-2.6
Campings	1108.8	1186.4	7.0
Hébergement complémentaire	397.3	357.2	-10.1

Source: STATEC

Nombre et capacité d'hébergement des hôtels, auberges et pensions

Situation au 31.12.

	Hôtels, auberges et pensions			
	Etablissements		Chambres	
	<u>2002</u>	<u>2003</u>	<u>2002</u>	<u>2003</u>
Ensemble du pays	305	305	7 574	7 605
1. Centre	99	101	3 747	3808
Luxembourg-Ville	59	59	2 802	2775
Autres communes	40	42	945	1033
2. Ardennes	89	88	1 515	1507
3. Méllerdall	66	65	1 231	1195
4. Moselle	30	30	600	600
5. Sud	21	21	481	495

Source: STATEC

ANNEXE II : Tableaux statistiques / Syndicat d'Initiative de la Ville de Luxembourg

1/12/2003

1/12/2002

Information touristique (bureau d'accueil + Luxembourg jackets), personnes guidées, casemates)

1/12/2001

	2003	2002	2001	Evol en % 02/03	Evol en % 01/02	Evol en % 01/03
Information touristique	307 049	318 678	284 753	- 3,65 %	+11,91 %	+ 7,83 %
Bureau d'accueil	257 172	277 003	255 978	- 7,16 %	+ 8,21 %	+ 0,47 %
Luxembourg jackets	49 877	41 675	28 775	+19,68 %	+ 44,83 %	+ 73,33 %
Personnes guidées	222 720	231 240	213 760	- 3,68 %	+ 8,18 %	+ 4,19 %
Casemates (Bock + Pétrusse)	97 463	102 997	85 106	- 5,37 %	+ 21,02 %	+ 14,52 %
Sous-Totaux	627 232	652 915	583 619	- 3,93 %	+ 11,87 %	+ 7,47 %

LE BUREAU D'ACCUEIL A LA PLACE D'ARMES 1999-2003

nat.	mois	années	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	total	% du total	évol. en val. abs.
allemands		2003	1.645	2.029	4.788	8.181	8.804	8.479	7.143	10.139	10.158	10.683	2.831	2.156	77.036	29,96%	+0,57%
		2002	1.398	2.605	5.326	5.520	8.808	6.673	8.581	10.367	9.364	12.086	3.134	2.734	76.596	27,65%	+24,53%
		2001	1.491	2.091	3.044	6.912	6.232	6.990	5.733	8.079	7.597	8.816	2.738	1.786	61.509	24,03%	+7,20%
		2000	1.684	1.718	3.244	6.327	4.797	6.098	5.806	7.302	7.773	8.027	2.388	2.212	57.376	24,19%	-8,00%
		1999	1.920	1.611	3.178	5.493	7.648	6.102	6.133	8.300	7.452	8.951	3.566	2.010	62.364		
belges		2003	447	512	915	888	874	531	863	1.105	754	700	666	691	8.946	3,48%	-29,77%
		2002	725	950	913	983	1.120	744	2.254	1.484	824	900	831	1.011	12.739	4,60%	+11,54%
		2001	711	817	755	1.069	943	1.042	943	1.181	1.263	895	813	989	11.421	4,46%	-4,54%
		2000	689	674	1.011	1.041	697	1.157	1.210	1.771	1.071	865	858	920	11.964	5,04%	-15,62%
		1999	835	867	816	1.101	1.160	989	1.950	2.506	1.035	967	1.051	902	14.179		
espagnols		2003	335	337	645	1.070	748	667	1.128	2.173	899	592	431	315	9.340	3,63%	-7,02%
		2002	299	370	743	497	651	872	1.399	2.607	928	548	705	426	10.045	3,63%	+10,31%
		2001	222	298	461	1.263	563	732	1.104	2.426	912	467	375	283	9.106	3,56%	+2,80%
		2000	311	370	391	779	1.025	708	1.173	2.221	822	464	294	300	8.858	3,74%	+12,93%
		1999	194	330	617	808	556	503	1.108	1.840	805	516	373	194	7.844		
français		2003	2.025	2.980	3.276	4.683	4.597	4.079	6.528	7.483	4.019	3.861	3.229	2.398	49.158	19,11%	+3,20%
		2002	1.948	3072	3.246	3.972	5.167	4.186	5.110	7.184	4.664	3.575	2.987	2.525	47.636	17,20%	+2,10%
		2001	2.037	2793	2.696	5.512	4.066	4.104	4.911	8.096	3.816	3.371	3.071	2.183	46.656	18,23%	+8,72%
		2000	1.981	2576	2.299	4.619	3.056	3.382	4.902	6.916	4.449	3.274	2.490	2.968	42.912	18,09%	+1,58%
		1999	2.041	2360	2.307	3.705	4.272	3.239	5.094	6.764	3.975	3.366	3.244	1.879	42.246		
anglais		2003	471	776	953	1.442	1.790	2.270	2.466	2.287	1.993	1.947	1.005	869	18.269	7,10%	+0,27%
		2002	582	742	1.310	1.223	1.401	2.253	2.665	2.910	1.573	1.342	1.159	1.059	18.219	6,58%	+4,00%
		2001	476	613	1.043	1.753	1.572	1.727	2.482	3.495	1.635	1.353	570	799	17.518	6,84%	+11,00%
		2000	487	642	610	1.390	1.124	1.669	2.659	2.467	2.390	1.057	505	782	15.782	6,65%	+2,55%
		1999	524	522	788	1.326	1.376	1.628	2.252	2.433	1.682	1.480	885	493	15.389		
italiens		2003	117	150	195	343	308	227	394	971	215	180	193	124	3.417	1,33%	-22,04%
		2002	110	127	240	359	320	420	465	1.624	240	184	141	153	4.383	1,58%	+29,75%
		2001	150	114	204	259	250	295	278	1.066	232	205	211	114	3.378	1,32%	-1,29%
		2000	184	74	172	372	195	237	335	1.022	279	218	169	165	3.422	1,44%	-11,55%
		1999	130	144	177	213	273	274	511	1.257	317	192	246	135	3.869		
luxembourgeois		2003	1.250	1.254	1.740	2.337	2.651	2.598	3.276	2.642	1.781	1.656	1.279	1.250	23.714	9,22%	-7,04%
		2002	1.116	1.016	1.757	2.899	2.674	2.657	3.209	2.865	1.884	1.690	1.782	1.961	25.510	9,21%	-6,83%
		2001	1.109	1.271	1.724	5.411	3.135	2.432	2.864	3.814	1.847	1.449	1.107	1.216	27.379	10,70%	+32,13%
		2000	1.386	1.230	1.305	2.209	2.018	1.613	2.355	2.759	1.686	1.529	1.283	1.348	20.721	8,74%	-19,91%
		1999	1.119	1.201	1.370	2.070	2.452	2.369	2.950	5.513	1.906	2.117	1.564	1.242	25.873		
néerlandais		2003	447	626	1.109	1.678	2.160	1.525	4.765	3.985	1.694	1.515	597	728	20.829	8,10%	-11,29%
		2002	438	1.012	1.038	1.275	2.303	1.687	5.246	5.437	1.788	1.752	680	824	23.480	8,48%	+16,73%
		2001	541	655	848	1.363	1.654	2.031	3.265	5.001	1.592	1.540	800	825	20.115	7,86%	-2,59%
		2000	541	550	905	1.225	1.457	2.007	4.073	5.289	1.631	1.572	624	776	20.650	8,71%	+3,84%
		1999	418	645	607	1.055	2.071	1.417	3.320	5.815	1.829	1.312	762	635	19.886		
scandinaves		2003	39	74	110	176	232	365	352	178	61	106	116	32	1.841	0,72%	+17,71%
		2002	69	94	127	120	149	242	302	78	68	166	121	28	1.564	0,56%	-19,88%
		2001	78	81	129	176	147	374	388	134	164	121	94	66	1.952	0,76%	-5,61%
		2000	72	55	148	171	140	305	471	216	184	162	82	62	2.068	0,87%	-18,16%
		1999	97	179	166	106	189	373	725	163	200	134	145	50	2.527		
pays de l'est		2003	443	287	478	647	1.231	643	650	991	564	592	387	289	7.202	2,80%	-11,16%
		2002	411	272	435	813	1.166	849	914	870	748	788	527	314	8.107	2,93%	-6,07%
		2001	381	265	429	1.300	1.258	998	840	939	782	563	516	360	8.631	3,37%	+24,65%
		2000	258	212	409	1.064	727	572	671	1.217	601	635	331	227	6.924	2,92%	+0,55%
		1999	229	259	337	728	998	607	791	1.139	544	663	350	241	6.886		
pays d'asie		2003	435	477	805	1.503	838	700	772	1.139	852	728	596	539	9.384	3,65%	-24,29%
		2002	377	529	922	1.887	1.984	1.118	1.008	1.361	995	937	656	620	12.394	4,47%	+18,22%
		2001	376	430	590	1.960	1.469	834	1.136	1.446	612	590	506	535	10.484	4,10%	-0,19%
		2000	318	387	639	1.873	1.388	1.017	923	1.204	1.005	643	622	485	10.504	4,43%	+10,01%
		1999	283	385	539	1.346	1.450	843	975	1.080	719	805	749	374	9.548		
américains		2003	580	518	740	863	979	948	1.738	1.420	777	644	561	327	10.095	3,93%	-29,46%
		2002	618	598	960	1.114	2.083	1.626	1.576	1.637	1.609	1.287	624	579	14.311	5,17%	+0,25%
		2001	593	632	1.023	1.411	1.625	2.053	1.360	1.455	1.865	894	661	704	14.276	5,58%	-20,93%
		2000	561	574	929	1.735	1.949	2.119	1.701	2.921	2.237	1.709	1.028	591	18.054	7,61%	+23,91%
		1999	536	489	1.019	871	1.669	1.988	1.963	1.898	1.547	1.247	865	478	14.570		
divers		2003	700	810	1.128	1.476	1.535	1.665	2.495	3.410	1.620	1.308	978	816	17.941	6,98%	-18,52%
		2002	953	1.195	1.652	2.032	1.958	1.877	2.981	3.433	1.886	1.639	1.529	884	22.019	7,95%	-6,51%
		2001	911	978	1.317	2.927	2.311	2.596	2.960	2.871	2.412	1.787	1.531	952	23.553	9,20%	+31,46%
		2000	886	816	1.019	1.772	1.760	1.425	2.166	2.476	1.464	1.911	1.156	1.066	17.917	7,56%	-24,10%
		1999	829	961	1.107	2.257	2.749	2.002	2.880	3.560	2.522	2.173	1.565	1.001	23.606		
															TOTAL	% du total	
totaux		2003	8.934	10.830	16.882	25.287	26.747	24.697	32.570	37.923	25.387	24.512	12.869	10.534	257.172	100,00%	-7,16%
		2002	9.044	12.582	18.669	22.694	29.784	25.204	35.710	41.857	26.571	26.894	14.876	13.118	277.003	100,00%	+8,21%
		2001	9.076	11.038	14.263	31.316	25.225	26.208	28.264	40.003	24.729	22.051	12.993	10.812	255.978	100,00%	+7,94%
		2000	9.358	9.878	13.081	24.577	20.333	22.309	28.445	37.781	25.592	22.066	11.830	11.902	237.152	100,00%	-4,68%
		1999	9.155	9.953	13.028	21.079	26.863	22.334	30.652	42.268	24.533	23.923	15.365	9.634	248.787		

Tableau comparatif du nombre des visiteurs des casemates de 1998 à 2003

BOCK	2003	2002	2001	2000	1999	1998
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	5.549 p	6.181 p	4.401 p	5.111 p	4.652 p	4.900 p
A	9.064 p	7.804 p	8.523 p	8.999 p	7.981 p	9.049 p
M	10.811 p	12.956 p	10.675 p	10.228 p	11.060 p	13.028 p
J	9.869 p	9.151 p	10.557 p	10.373 p	9.661 p	10.540 p
J	16.230 p	17.380 p	12.116 p	14.534 p	12.685 p	14.677 p
A	15.524 p	18.291 p	13.788 p	14.556 p	16.376 p	14.387 p
S	8.920 p	9.160 p	8.671 p	8.953 p	8.128 p	9.904 p
O	11.364 p	10.236 p	8.314 p	8.022 p	9.536 p	9.681 p
N	0 p	0 p	0 p	0 p	30 p	11 p
D	0 p	0 p	0 p	2 p	30 p	0 p
TOTAL	87.331 p	91.159 p	77.045 p	80.778 p	80.139 p	86.177 p

PETRUSSE	2003	2002	2001	2000	1999	1998
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	0 p	496 p	0 p	0 p	35 p	0 p
A	859 p	438 p	800 p	920 p	946 p	1.020 p
M	227 p	654 p	0 p	20 p	687 p	579 p
J	870 p	522 p	875 p	517 p	446 p	1.222 p
J	2.763 p	3.996 p	2.846 p	2.876 p	3.082 p	4.029 p
A	4.056 p	4.348 p	2.854 p	2.921 p	4.465 p	3.191 p
S	1.357 p	1.384 p	686 p	769 p	920 p	946 p
O	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
N	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
D	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
TOTAL	10.132 p	11.838 p	8.061 p	8.023 p	10.581 p	10.987 p

BOCK+PETRUSSE	2003	2002	2001	2000	1999	1998
J	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
F	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p	0 p
M	5.549 p	6.677 p	4.401 p	5.111 p	4.687 p	4.900 p
A	9.923 p	8.242 p	9.323 p	9.919 p	8.927 p	10.069 p
M	11.038 p	13.610 p	10.675 p	10.248 p	11.747 p	13.607 p
J	10.739 p	9.673 p	11.432 p	10.890 p	10.107 p	11.762 p
J	18.993 p	21.376 p	14.962 p	17.410 p	15.767 p	18.706 p
A	19.580 p	22.639 p	16.642 p	17.477 p	20.841 p	17.578 p
S	10.277 p	10.544 p	9.357 p	9.722 p	9.048 p	10.850 p
O	11.364 p	10.236 p	8.314 p	8.022 p	9.536 p	9.681 p
N	0 p	0 p	0 p	0 p	30 p	11 p
D	0 p	0 p	0 p	2 p	30 p	0 p
TOTAL	97.463 p	102.997 p	85.106 p	88.801 p	90.720 p	97.164 p

Tableau comparatif du nombre de visiteurs de la maquette de 1998 à 2003

MOIS	2003	2002	2001	2000	1999	1998
J	22 p	18 p	49 p	0 p	0 p	4 p
F	0 p	20 p	0 p	0 p	20 p	0 p
M	0 p	357 p	41 p	10 p	0 p	0 p
A	422 p	198 p	354 p	365 p	329 p	520 p
M	0 p	378 p	75 p	109 p	197 p	52 p
J	0 p	59 p	234 p	316 p	67 p	103 p
J	0 p	975 p	489 p	613 p	651 p	713 p
A	0 p	1.250 p	852 p	844 p	866 p	843 p
S	0 p	384 p	283 p	411 p	203 p	296 p
O	0 p	133 p	0 p	19 p	77 p	7 p
N	0 p	71 p	45 p	149 p	167 p	49 p
D	0 p		8 p	0 p	0 p	49 p
TOTAL	444 p	3.843 p	2.430 p	2.836 p	2.577 p	2.636 p

**Tableaux comparatifs du nombre de guides mis mensuellement à disposition par le
LCTO de 1998 à 2003 ainsi que du nombre de personnes ayant été guidées mensuellement
par les soins du LCTO pendant la même période**

nbre de guides	2.003	2.002	2.001	2.000	1.999	1.998
J	67 guid	70 guid	76 guid	89 guid	94 guid	86 guid
F	89 guid	109 guid	76 guid	326 guid	107 guid	122 guid
M	255 guid	250 guid	239 guid	212 guid	231 guid	206 guid
A	378 guid	545 guid	443 guid	440 guid	469 guid	397 guid
M	709 guid	846 guid	783 guid	865 guid	706 guid	882 guid
J	704 guid	756 guid	668 guid	630 guid	660 guid	685 guid
J	709 guid	601 guid	566 guid	527 guid	472 guid	584 guid
A	742 guid	796 guid	749 guid	627 guid	686 guid	659 guid
S	910 guid	849 guid	826 guid	821 guid	777 guid	774 guid
O	620 guid	590 guid	554 guid	572 guid	634 guid	619 guid
N	236 guid	218 guid	218 guid	216 guid	331 guid	209 guid
D	149 guid	151 guid	146 guid	151 guid	159 guid	139 guid
TOTAL	5.568 guid	5.781 guid	5.344 guid	5.476 guid	5.326 guid	5.362 guid

nbre de pers.	2.003	2.002	2.001	2.000	1.999	1.998
J	2.680 p	2.800 p	3.040 p	3.560 p	3.760 p	3.440 p
F	3.560 p	4.360 p	3.040 p	13.040 p	4.280 p	4.880 p
M	10.200 p	10.000 p	9.560 p	8.480 p	9.240 p	8.240 p
A	15.120 p	21.800 p	17.720 p	17.600 p	18.760 p	15.880 p
M	28.360 p	33.840 p	31.320 p	34.600 p	28.240 p	35.280 p
J	28.160 p	30.240 p	26.720 p	25.200 p	26.400 p	27.400 p
J	28.360 p	24.040 p	22.640 p	21.080 p	18.880 p	23.360 p
A	29.680 p	31.840 p	29.960 p	25.080 p	27.440 p	26.360 p
S	36.400 p	33.960 p	33.040 p	32.840 p	31.080 p	30.960 p
O	24.800 p	23.600 p	22.160 p	22.880 p	25.360 p	24.760 p
N	9.440 p	8.720 p	8.720 p	8.640 p	13.240 p	8.360 p
D	5.960 p	6.040 p	5.840 p	6.040 p	6.360 p	5.560 p
TOTAL	222.720 p	231.240 p	213.760 p	219.040 p	213.040 p	214.480 p